



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ: KAPADOKYA
BÖLGESİNDEKİ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Gökhan GÜMÜŞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER

Nevşehir

Ocak 2019



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ: KAPADOKYA
BÖLGESİNDEKİ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Gökhan GÜMÜŞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER

Nevşehir

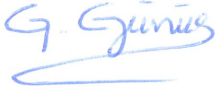
Ocak 2019

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Gökhan GÜMÜŞ



TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi” adlı Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Gökhan GÜMÜŞ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Duygu EREN

KABUL VE ONAY SAYFASI

Dr.Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER danışmanlığında Gökhan GÜMÜŞ tarafından hazırlanan “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

...11/.01/2019

JÜRİ

Danışman : Dr.Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER

Üye : Doç. Dr. Sevda BİRDİR

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emine KALE

İMZA

.....
.....
.....

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 22/.01/2019 tarih ve 20190465 sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

22/01/2019
.....
Doc.Dr.Vedat AKTEPE
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Müdürü
.....

TEŞEKKÜR

Tezin hazırlanması sürecinde bilgi birikimi ve tecrübesiyle bana yol gösteren, aynı zamanda manevi desteği ile her türlü yanımda hissettiğim, sadece tez yazım sürecinde değil tanıştığımızdan bu yana bana güvenen, destekleyen, akademik alt yapımın gelişmesinde büyük katkıda bulunan tez danışmanım, sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER' e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca bu süreçte hep yanımda olan ve her türlü maddi ve manevi desteğini esirgemeyen sevgili yol arkadaşım Sevgi EROĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Emeği, güler yüzü ve bana kazandırdıkları için minnettarım.

Son olarak, anketlerin uygulanması sürecinde yardımcı olan ve desteğini hiç esirgemeyen sevgili manevi ablam Özge KAYA'ya teşekkür ederim. Hayatım boyunca maddi ve manevi desteğini hiç esirgemeyen sevgili aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Gökhan GÜMÜŞ

TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ: KAPADOKYA BÖLGESİNDEKİ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Gökhan GÜMÜŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans, Ocak, 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gülsevil BELBER

ÖZET

Kapadokya, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel özellikleriyle, Türkiye’de dört mevsim boyunca turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği nadir illerden biridir. Dünyada ve Türkiye’de alternatif turizm çeşitlerine talep, gün geçtikçe artmaktadır. Kapadokya’nın diğer turizm merkezlerinden farklı olarak sunduğu balon turizmi, tarih ve kültür turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri, bölgeyi çekici bir destinasyon haline getirmektedir. Bu sebeple, Kapadokya’nın ulusal ve uluslar arası anlamda tanıtımı önem kazanmaktadır.

Kapadokya, yedi bin yıl öncesine dayanan tarihiyle, farklı medeniyetler ve devletlere ev sahipliği yapmasıyla birlikte kültür ve inanç merkezi haline gelmiş, zengin tarihi geçmişe sahip olan bir şehirdir. İnanç turizmi, dini inançların motive ettiği her türlü seyahati kapsamaktadır. Kapadokya, ulusal ve uluslararası inanç turizmi konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. İnanç turizmiyle ilgili en yoğun talep alan bölgenin, Nevşehir ili ve ilçelerinden oluşması sebebiyle bu çalışmanın uygulama alanı olarak, çekirdek Kapadokya şeklinde anılan Nevşehir merkez ve ilçeleri seçilmiştir. Bu bağlamda söz konusu araştırmanın amacı; turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında, Kapadokya bölgesindeki inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmek ve bu bölgenin hak ettiği talep düzeyine ulaşabilmesi için önerilerde bulunmaktır. Bu amaç çerçevesinde, Kapadokya’yı 2018 yılında ziyaret eden, rastlantısal olarak seçilen 198 yabancı ve 163 yerli turiste anket uygulanmış, ziyaretçilerin Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri sağlanmıştır.

Araştırma verileri üzerinde Varyans analizi (One-Way Anova Analizi) ve bağımsız örneklem T-Testi yapılmıştır. Araştırma sonrasında elde edilen sonuçlara göre; Kapadokya’yı ziyaret edenlerin çoğunluğunu kadınların, bekârların, orta yaş grubunun, işçi ve memur kesiminin, İslamiyet ve Hıristiyanlık inancına sahip olanların, yerli olarak İstanbul’dan gelenlerin, yabancı olarak da İtalya’dan gelenlerin oluşturduğu görülmüştür. Ziyaretçilerin ziyaretlerinden memnun kaldıkları ve memleketlerine döndüklerinde çevresindekilere tavsiye etme niyetinde oldukları tespit edilmiştir. Kapadokya’da en çok Kurşunlu Camii ve Karanlık Kilise’nin ziyaret edildiği görülmüştür. Bölgenin zengin bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu, inanç turizmine yönelik alanların tarihi ve kültürel özellikler taşıdığı, Kapadokya halkının başka kültürden insanlara olumlu bir tutum sergilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnanç, İnanç Turizmi, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Kapadokya.

**TOURISTIC PRODUCT DIVERSIFICATION: EVALUATION OF FAITH
TOURISM RESOURCES IN CAPPADOCIA REGION**

Gökhan GÜMÜŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Department of Tourism Management, M.B.A., January, 2019

Supervisor: Asistant Prof. Burcu Gülsevil BELBER

ABSTRACT

Cappadocia with natural, historical and cultural characteristics is one of the rare provinces where tourism activities are carried out during four seasons in Turkey. Demand for alternative tourism types increase from day to day in the world and Turkey. Cappadocia region offers alternative tourism types such as balloon tourism, historical and cultural tourism, which makes it a more attractive destination than other tourism centers. Therefore, national and international promotion of Cappadocia is gaining importance.

Cappadocia, dating back seven thousand years, hosting different civilizations and states and having a rich history, has become a faith and culture center. Faith tourism covers all types of travel motivated by religious beliefs. Cappadocia has an important potential about national and international faith tourism. The core of Cappadocia, Nevsehir province and its districts, were selected as the application area of this study as the region receives the most demands for faith tourism. The aim of the study in this context is to evaluate the sources of faith tourism in the Cappadocia region in the scope of touristic product diversification and to make suggestions to reach the level of demand the region deserves. For this purpose, randomly selected 198 foreign and 163 local tourists visiting Cappadocia in 2018 were surveyed and Cappadocia's faith tourism sources for visitors were evaluated.

One-Way Anova Analysis and independent samples t-test were applied on research data. The analyses showed that majority of the visitors coming to Cappadocia were women, single, middle-aged group, employees and officers, majority of them were Muslims and Christians, and majority of them came from Istanbul and Italy. The study found out that visitors were satisfied with their visits and they intended to advise others to visit Cappadocia. The results displayed the most visited places were the Kursunlu Mosque and Dark Church. The study revealed that the region had rich potential for faith tourism and it had historical and cultural characteristics for faith tourism and local people had a positive attitude towards people from other cultures.

Keywords: Tourism, Faith, Faith Tourism, Touristic Product Diversification, Cappadocia.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK.....	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI, TURİSTİK ÜRÜN VE TURİZM ÇEŞİTLENDİRMESİ

1.1. Turizm Kavramı, Tanımı ve Önemi.....	4
1.2. Turizm Faaliyetlerini Etkileyen Faktörler.....	6
1.3. Turizmin Etkileri.....	7
1.3.1. Turizmin Ekonomik Etkileri.....	7
1.3.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	9
1.3.3. Turizmin Çevresel Etkileri.....	11
1.4. Turistik Ürün Kavramı.....	12
1.4.1. Turistik Ürünün Özellikleri.....	14
1.4.2. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar.....	15
1.4.2.1. Çekicilik Faktörü.....	16
1.4.2.2. Olanaklar.....	17
1.4.2.3. Ulaşılabilirlik.....	17
1.4.2.4. İmaj.....	18
1.4.2.5. Fiyat.....	19
1.4.3. Turistik Ürün Yaşam Eğrisi.....	19

1.4.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi	21
1.4.5. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinin Sebepleri.....	22
1.5. Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında Turizm Türleri	23
1.5.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri.....	24
1.5.2. Katılanların Yaşına Göre Turizm Çeşitleri	25
1.5.3. Katılanın Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri	26
1.5.4. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri.....	26
1.5.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri.....	27
1.5.5.1. Deniz Turizmi.....	28
1.5.5.2. Kongre Turizmi	29
1.5.5.3. Sağlık Turizmi	29
1.5.5.4. Yat Turizmi	30
1.5.5.5. Mağara Turizmi	31
1.5.5.6. Dağ ve Kış Turizmi	32
1.5.5.7. Av Turizmi	33
1.5.5.8. Golf Turizmi.....	34
1.5.5.9. Yayla Turizmi.....	34
1.5.5.10. Akarsu Turizmi.....	35
1.5.5.11. İnanç Turizmi	36

İKİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİ VE TURİSTİK ÖZELLİKLERİ

2.1. Kapadokya Bölgesinin Tarihsel Gelişimi	38
2.2. Kapadokya Bölgesinin Coğrafi Özellikleri.....	40
2.2.1. Coğrafi Durumu	42
2.2.2. Bölgenin İklimi ve Bitki Örtüsü.....	42
2.3. Kapadokya Bölgesinin Destinasyon Olarak Seçilmesinin Nedenleri	43
2.4. Kapadokya Bölgesinde İnanç Turizmine Kaynak Oluşturan Eserler	44
2.4.1. Kapadokya Bölgesi Kiliseleri.....	44
2.4.1.1. Nevşehir ve Civarındaki Kiliseler	44
2.4.1.2. Aksaray ve Civarındaki Kiliseler	50
2.4.1.3. Kayseri ve Civarındaki Kiliseler	52

2.4.2. Kapadokya Bölgesi Külliyesi, Camileri ve Medreseleri	54
2.4.3. Kapadokya Kayalık Manastırları	58
2.4.4. Yer Altı Şehirleri	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ VE TÜRKİYE

3.1. İnanç ve Turizm İlişkisi	62
3.2. İnanç Turizminin Tanımı	63
3.3. İnanç Turizmi Türleri	65
3.4. İnanç Turizminin Özellikleri	66
3.5. İnanç Turizmi Açısından Dinler ve Gelişimi	67
3.5.1. İslamiyet	67
3.5.2. Musevilik	69
3.5.3. Hıristiyanlık	70
3.6. Türkiye’de İnanç Turizmi	72
3.6.1. İslam Dini Bakımından Çekim Merkezleri	74
3.6.2. Musevilik Dini Bakımından Çekim Merkezleri	76
3.6.3. Hıristiyanlık Dini Bakımından Çekim Merkezleri	77
3.7. Dünya’da İnanç Turizmi	78

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ: KAPADOKYA

BÖLGESİNDEKİ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ

DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Araştırmanın Konusu	80
4.2. Araştırmanın Amacı	80
4.3. Araştırmanın Önemi	82
4.4. Araştırmanın Sınırları	83
4.5. Araştırmanın Yöntemi	83
4.5.1. Evren ve Örneklem	83
4.5.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı	84
4.5.3. Veri Toplama Süreci	86
4.5.4. Verilerin Analizi	86

4.6. Araştırmanın Bulguları ve Yorum	86
SONUÇ VE ÖNERİLER	118
KAYNAKÇA	131
EKLER.....	144
ÖZGEÇMİŞ	152



KISALTMALAR VE SİMGELER

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Akt: Aktaran

Hız: Hazreti

M.Ö: Milattan Önce

M.S: Milattan Sonra

S.s: Standart Sapma

Sig: Significance

TL: Türk Lirası

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

Vb: Ve Benzeri

Vd: Ve Diğerleri

WRTA: Dünya İnanç Turizm Örgütü

WTO: Dünya Turizm Örgütü

SİMGELER

%: Yüzde

***:** Yıldız

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	10
Tablo 2: Türkiye’deki 90 İslam Eseri ve İbadet Yeri.....	75
Tablo 3: Türkiye’deki 9 Musevi Eseri ve İbadet Yeri	77
Tablo 4: Türkiye’deki 74 Hıristiyan Eseri ve İbadet Yeri	77
Tablo 5: Katılımcıların Demografik Dağılımları	87
Tablo 6: Katılımcıların Kapadokya’yı Ziyaret Sayılarına Göre Dağılımları	90
Tablo 7: Katılımcıların Kapadokya’yı Ziyaret Etme Sebeplerine Göre Dağılımları .	91
Tablo 8: Katılımcıların Kapadokya’daki İnanç Turizm Merkezlerini Ziyaret Etme Amacına Göre Dağılımları	91
Tablo 9: Katılımcıların Kapadokya’da Ziyaret Ettikleri İnanç Turizmi Merkezlerine İlişkin Dağılımları	92
Tablo 10: Katılımcıların Kapadokya’daki Geceleme Sayılarına Göre Dağılımları ...	94
Tablo 11: Katılımcıların Kapadokya’yı Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımları	95
Tablo 12: Katılımcıların Kapadokya’yı Çevresindekilere Tavsiye Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımları	95
Tablo 13: Katılımcıların Kapadokya ile İlgili İfadelere Verdikleri Cevaplara İlişkin Dağılımları	97
Tablo 14: Kapadokya’nın İnanç Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesinde, Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi.....	103
Tablo 15: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi	104
Tablo 16: Katılımcıların Yaşlarına Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Veriler	106
Tablo 17: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmesiyle İlgili Unsurlara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi	107
Tablo 18: Katılımcıların Öğrenim Durumlarına Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Veriler	108

Tablo 19: Katılımcıların Mesleklerine Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Veriler	109
Tablo 20: Katılımcıların İnançlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Veriler	111
Tablo 21: Katılımcıların Kapadokya'yı Ziyaret Sayılarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular.....	112
Tablo 22: Katılımcıların İnançlarına Göre Kapadokya'da Ziyaret Ettikleri Yerlere Yönelik Bulgular.....	113
Tablo 23: Katılımcıların İnanç Turizm Merkezlerini Ziyaret Amaçlarına Göre Kapadokya'da Ziyaret Ettikleri Yerlere İlişkin Bulgular.....	116

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar	16
Şekil 2: Turistik Ürünün Yaşam Dönemleri.....	20
Şekil 3: Turizm Türleri	24
Şekil 4: Türkiye'de Üç Semavi Din Açısından İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilebilecek Yerlerin İllere Göre Dağılımı	73
Şekil 5: Dinlere Göre İnanç Turizmi Çekiciliklerinin İllere Göre Dağılımı	74
Şekil 6: İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesine Yönelik Boyut ve İfadeler	96

GİRİŞ

İnsanoğlunun var olduğu günden günümüze kadar geçen sürede kutsallık kavramı önemli bir yer tutmuştur. İnsanlar hangi dine mensup olurlarsa olsunlar hayatlarında dini veya dini olmayan olgulara kutsallıkla alakalı anlamlar yüklemişlerdir. Özellikle kutsal yerlerin ziyaret edilmesi, insanlar tarafından bir kurtuluş aracı, arınma vesilesi olarak değerlendirilmektedir. Bu yüzden kutsal yerleri ziyaret etmek, insanlar için çok önemli bir ibadettir. İnsanlar ibadetlerini yerine getirebilmek için kutsal anlam yükledikleri yerleri ziyaret etmek için zaman ayırmaktadırlar.

İnsanların kutsal anlam yükledikleri yerlere gitmek için yaptıkları yolculuk, inanç turizmi kapsamı içerisinde değerlendirilmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 1991, Akt: Babacan Çengel, 2013: 22). Kutsal yere giden birey sadece kutsal yeri değil, bu yerdeki diğer mekânları da gezmektedir. Böylece yapılan ziyaretler, kültürel ve tarihi alanlara da yapılmaktadır. Örneğin, İslam dünyasında üç milyona yakın insan hac yapmak için her sene Mekke ve Medine'ye gitmektedir. Dini görevini yerine getirirken farklı yerleri de gezerek, Arap kültürünü ve tarihini öğrenme fırsatı yakalamaktadır. Aynı şekilde birçok farklı ülkeden Türkiye'ye gelen turistler, kendilerince kutsal anlam yükledikleri yerleri ziyaret ederken, diğer yandan tarihi, kültürel ve doğal güzelliği içinde barındıran birçok destinasyonu da tanıma fırsatı bulmaktadırlar (Alparslan, 2016: 1).

İnsanların kendisinin ve bütün evren üzerinde varlığını kabul ettiği duyular üstü, yüce, kudret ve kuvvet sahibi bir varlık ve bu varlıkla insanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen bir takım öğelere inanç adı verilmektedir (Cufta, 2016: 53). İnsanların sürekli yaşadıkları, çalıştıkları ve her zamanki ihtiyaçlarını giderdikleri yerlerin dışında, dini ihtiyaçlarını yerine getirmek, inanç çekim merkezlerini ziyaret etmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı ziyaretlere, inanç turizmi adı verilmektedir (www.kultur.gov.tr, 2018). Türkiye, binlerce yıl öncesine dayanan tarihi, sahip

olduğu kültürel, sosyal ve dini değerleri ile inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele sahiptir (Eykey, 2013: 1).Türkiye’de inanç turizmi kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çalışmalar yapıldığı görölmektedir. İnanç turizmini geliştirmek maksadıyla yapılan çalışmalar kapsamında, 1993’ de üç büyük dinin günümüze kadar gelen eserlerinin ve ibadet merkezlerinin ayrıntılı bir listesi hazırlanmıştır. Türkiye’de Valilikler, Kültür Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı ve çeşitli üniversitelerin de görüşleri alınarak hazırlanan bu listede, ölkemizde bulunan ve sayıları oldukça fazla olan eserler içerisinden (www.kultur.gov.tr, 1993, Akt: Dikici ve Sağır, 2012: 37):

- Dini açıdan önemi bulunan ve büyük ölçüde ziyaret edilen,
- Sanat Tarihi konusunda önem arz eden,
- Mimari özellik taşıyan türünün ilk ve ilginç örneği olan,
- Ulaşımı kolay olan ve Seyahat Acenteleri ve tur operatörlerinin tur programlarına dâhil olan belirli ve önem arz eden merkezleri tespit etmek maksadıyla yapılmıştır.

Söz konusu yapılan araştırma kapsamında Dışışleri Bakanlığı tarafından, İçişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili kamu kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan bir kurul oluşturulmuştur. Bu kurul belirtilen hususları dikkate alarak; Hıristiyanlık inancı açısından önem arz eden 11 adet inanç merkezini belirlemiştir. Bu merkezler (www.kultur.gov.tr, 1993, Akt: Dikici ve Sağır, 2012: 38);

- Hatay (Merkez) - St. Pierre Anıt Müzesi
- İçel (Tarsus) - St. Paul Anıt Müzesi
- İzmir (Selçuk) - Meryem Ana Evi
- Antalya(Demre) - St. Nicola Kilisesi
- Bursa (İznik) - Ayasofya Cami
- Manisa (Sard) - Sard Sinagogu
- Manisa (Alaşehir) - Alaşehir Kilisesi
- Manisa (Akhisar) - Akhisar Kilisesi
- Isparta (Yalvaç) - Pisidia Antik Kenti
- Nevşehir (Derinkuyu) - Ortodoks Kilisesi
- Denizli (Pamukkale) - Laodikya Antik Kenti olarak belirlenmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılmış olan bu çalışma neticesinde Kapadokya bölgesinin inanç turizmi açısından önemli bir destinasyon olduğu vurgulanmaktadır. Kapadokya, medeniyetlerin ve dinlerin buluşma noktası nedeniyle önemli bir yere sahiptir. Kapadokya'nın sahip olduğu bu tarihi ve kültürel değerler, inanç turizmi kapsamında önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Bu çalışmada Kapadokya'nın inanç turizmi arz kaynaklarının ulusal ve uluslararası turizm hareketleri içerisinde yeterli seviyede değerlendirilip değerlendirilemediği ölçülmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda söz konusu araştırma kapsamında; yerli ve yabancı turistlerin inanç turizmi açısından Kapadokya'dan beklentilerinin tespit edilmesiyle ve bu beklentilerin karşılanıp karşılanmadığıyla ilgili araştırma yapılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramına, turistik ürün kavramına, turistik ürünün özelliklerine, turistik ürün çeşitlendirmesine değinilmiş ve turistik ürün çeşitlendirmesinin öneminden bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde Kapadokya Bölgesinin coğrafi özellikleri, Kapadokya'nın destinasyon olarak seçilmesinin nedenleri, Kapadokya bölgesinde inanç turizmine kaynak oluşturan eserlere yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde inanç turizmi kavramının tanımı ve özellikleri, inanç turizmi kapsamındaki dini inançlar ve gelişimleri, Türkiye'de ve Dünya'da inanç turizmi konularına değinilmiştir.

Son bölümde ise, Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi kaynaklarının değerlendirmesi yapılmış ve buna istinaden araştırmanın konusuna, amacına, önemine, sınırlarına, yöntemine ve bulgularına yer verilmiştir. Anket formu aracılığıyla elde edilen verilere güvenilirlik analizi yapılarak veriler analize tabi tutulmuştur. Ankette bulunan çeşitli soru ve önermelere yönelik hipotezler oluşturulmuş sonrasında çeşitli istatistiksel analiz yöntemleriyle analiz edilerek bulgular değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ve bulgulara yönelik öneriler çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında belirtilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI, TURİSTİK ÜRÜN VE TURİZM ÇEŞİTLENDİRMESİ

1.1. Turizm Kavramı, Tanımı ve Önemi

Turizm, Latince, dönmek, dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen “tornus” kelimesinden türemiştir. İngilizce ’de “tuirng”, “tour” sözcükleri ile benzer anlamda olan ve Türkçe ’ye de Fransızca “tourisme” sözcüğünden geçen turizm, dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak gibi nedenlerle yapılan ziyaret anlamına geldiği gibi bir destinasyona turist çekmek için alınan sosyo-ekonomik, kültürel ve teknik önlemler ile yapılan uygulamaların bütünü anlamına gelmektedir. Terim olarak ise turizm; sürekli olarak ikamet edilen yerler dışına, yirmi dört saatten az olmamak veya en az bir gece konaklamak şartı ile zevk, eğlence, dinlenme, iş, merak, din, spor, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma gibi ihtiyaçların giderilmesi nedeniyle bireysel veya toplu olarak yapılan yolculukların tamamı olarak adlandırılmaktadır (Küçük, 2010: 755).

Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği’ne göre turizm kavramı; “insanların sürekli yaşadıkları, çalıştıkları ve her zamanki mevcut ihtiyaçlarını karşıladıkları yerler dışında yolculukları ve buralardaki, özellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek kısa süreli konaklamalarından doğan durumlar ve ilişkiler bütünü” olarak tanımlamıştır (Kozak vd., 2010: 3).

Günümüzde, kişi başına düşen gelirin artış göstermesi, refah düzeyinin artması, kişilerin boş zamanlarının artması, kültür düzeylerinin yükselmesi, ülkelerin izledikleri ekonomik politikalar, uluslararası entegrasyonlar, yaşam standartlarının yükselmesi gibi nedenlerden dolayı, tüketicilerin ihtiyaçları değişmeye başlamıştır (Osmonolieva, 2007: 1). Tüketicilerin değişen bu ihtiyaçları turizm sektöründe deniz

kum güneş turizminin yanı sıra diğer turistik ürünlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Turizm kavramının aslını çevre oluşturmaktadır. Çevre, kültürel, fiziksel ve görsel kaynakların tümüdür. Doğal ve tabii kaynaklar, deniz, akarsu, ırmak, göl gibi yeraltı kaynaklarını, korunması gerekli alanları, orman ve korulukları, doğa harikalarını ve doğal oluşumlarını ifade etmektedir. Bu kaynaklar turizm işletmeleri tarafından en fazla kullanılan, harcanan ve tahrip edilen kaynaklardır. Kültürel kaynaklar; geçmiş ve yaşayan medeniyetlere ait anıtları, mimari örnekleri, tarihi kentsel dokularını, arkeolojik yapıları, destinasyonun geçmiş ve yaşayan kültürünü içermektedir. Görsel kaynaklar ise; doğal ve kültürel kaynakların ayrı olarak ya da bir bütün olarak sunulduğu, görsel çekiciliği olan manzaralardır (Bulut, 2006: 6).

Turizmin gelişmesi, genişletilmesi, ulusal ve uluslararası anlamda önem arz etmesi ile kendisi içinde bir takım özelliklerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu özellikler ele alındığında turizmin özellikleri şu şekildedir (Osmonolieva, 2007: 5):

- Turizm öncelikle insanların belirlenen süre için farklı amaçlarla gerçekleştirdikleri yolculukları ve en az bir gün konaklamayı kapsamaktadır.
- Turizm, insanların kendi yaşadıkları yerler dışında sürekli olarak yerleşmemek adına yaptıkları seyahatler, gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından oluşmaktadır.
- Turizm rahat bir ortam içinde gerçekleştirilen hareketlerdir. Turizmde gezilecek mekân, seyahat aracı ve konaklama yeri serbestçe belirlenir.
- Turizm kişilerin iş seyahati, merak, din, sağlık, dinlenme, kültür ve benzeri nedenlerle yakın akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, gibi nedenlerle yaptıkları yolculuk ve konaklamaları içermektedir.
- Turizm bir taraftan seyahatin meydana getirdiği dinamik yapı, diğer taraftan ziyaret edilen destinasyonda yirmi dört saati veya bir gecelemeyi aşan konaklamayı kapsamaktadır. Geceleme ya da yirmi dört saati aşan konaklamalar, turizmin asıl yöneldiği tüketim ihtiyacının gerçekleşmesi için zorunludur.

- Turizm olaylı çevre içinde oluşan sosyal bir olaydır. Turizmin devamlı var olması ona nesnel bir nitelik kazandırır. Bunun yanı sıra ölçülebilir olması nedeniyle turizm bir miktar olaydır.
- Turizm, sadece seyahat ve konaklamaları kapsamaktadır. Söz konusu seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu kurumlar, işletmeler, davranışlar, faaliyetler söz konusu kavram içerisinde yer almaktadır. Bu sebepten dolayı turizme bir endüstri gözüyle bakılması doğaldır.

Günümüzde turizm sayesinde ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde ki etkisi giderek önemli bir konuma gelmektedir. Bundan dolayı, sadece uluslararası turizm hareketinden pay almakta olan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önem büyük ölçüde artmaktadır. Turizm, uluslar arası alanda iş olanakları sağlayan bir sektördür ve dünya çapında yaklaşık üç yüz milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle; dünyada her on altı iş görenden biri turizm sektörü içerisinde ve tüm dünya çapında ki sermaye yatırımlarının yaklaşık %7'si turizm alanına yapılmaktadır. Bu doğrultuda dünyada ve Türkiye'de turizme verilen önem hızla artmakta, turizm eğilimleri farklılıklar kazanmakta, yeni destinasyonlar ve alternatif turizm çeşitleri insanların ilgi odağı olmaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 2).

Turizm, ülkelerin döviz getirisinin artmasında ve ekonomilerinin canlılık kazanmasında, işsizlik oranlarının düşmesinde ve vatandaşlarının gelir seviyesinin artmasın katkı sağlayan bir sektör olarak görülmektedir. Turizm; ekonominin yanı sıra farklı kültürden insanların, farklı anlayışların ve görüşlerin de yakınlaşmasına dolayısıyla farklı kültürler arası etkileşimin artmasına da olanak sağlayan bir sektör olarak değerlendirilmektedir (Küçük, 2010: 762).

1.2. Turizm Faaliyetlerini Etkileyen Faktörler

Turizmin, çeşitli faktörlerden etkilenmesi ve tarihsel süreç içerisinde hareketlilik kazanması bugünkü duruma gelmesini sağlamıştır. Turizmin gelişmesine katkı sağlayan bu faktörler; boş zaman artışı, ücretli tatil hakkının yaygınlaştırılması, ulaşımındaki gelişmeler, gelirin artması, teknolojik gelişmelerdeki değişiklikler,

kentleşme ve nüfusun artması, özgür seyahat edebilme, sosyal güvenlik, eğitim ve kültür seviyesinin artması, insanların ömrünün uzaması ve devletin sağladığı teşviklerdir (Karaküçük, 2016: 36).

Turizm faaliyetlerinin ekonomik ve endüstriyel boyutları, resmi kurumların ve özel sektördeki işletmelerin turizme yönelik ilgilerini artırmıştır. Seyahat etmek günümüzde bir ihtiyaç haline gelmesinden dolayı yoğun bir şekilde turizm faaliyetleri görülmeye başlamış ve turistlerin en çok ziyaret ettiği ülkelerin ekonomik gelirleri üst seviyelere çıkmıştır. Zira turizmin döviz getirisi, istihdamdaki artışa ve ödemeler dengesine katkıda sağlamakta; bu sayede gelirin ve refahın artmasını sağlamaktadır. Bunların dışında turizme lojistik destek veren tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde de gelişmeler sağlamakta, üretimin ve istihdamın paralel olarak artmasını sağlamaktadır. Turizm sağlamış olduğu olanaklar sayesinde, hükümetleri alt ve üst yapıyı geliştirmeye yönlendirmekte ve yerli halkın yaşam standartlarının artmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda yatırım konusunda yapılan teşvikler, vergi ve enerji kaynak muafiyetleri ve yerli ve yabancı yatırımcılara teşvik uygulamasıyla turizme yapılan yatırımların artmasını amaçlamaktadır.

1.3. Turizmin Etkileri

Turizm, ekonomi ve çevre üzerinde etkileri fazla olan, toplumların etkilenme, etkileme gibi değişikliklerini içeren, gelenek ve göreneklere etki eden ve etkilenen birçok kavram bütününden oluşmaktadır. Turizm ekonomiyi, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri olumlu-olumsuz yönde etkilemektedir. Olumlu etkileri arasında yaşam standartlarını iyileştirme, yerel ekonomiyi geliştirme, istihdam fırsatlarını artırma gibi birçok etki yer almaktadır. Diğer yandan mal ve hizmetlerin fiyatlarında artışlar, ev fiyatlarında ve kiralarda artış, trafiğin artması ve çeşitlik kirlenmeler gibi birçok olumsuz etkiye neden olmaktadır. Başlıca etkilerini ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler olarak sıralamak mümkündür (Ersoy, 2017: 37).

1.3.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm, gelir yaratıcı etkisi, sağladığı döviz getirisi ve istihdam yaratıcı özelliğiyle dünya ekonomileri için önem arz eden sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ekonomik öneminin artmasıyla birlikte turizm, yirmi birinci yüzyıl küresel ekonomisinde bilgi teknolojileriyle birlikte en hızlı gelişme gösteren sektörlerden bir

tanesi haline gelmiştir. Günümüzde ise, turizm gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede ekonomik büyüme ve gelişme konularında en önemli sektörlerden biri olarak görülmektedir (Çelik, 2010: 16).

Günümüzde ekonomik ve kitlesel bir olay olan turizmin, ülke ekonomileri üzerinde yarattığı ekonomik ve gerçek anlamdaki etkiler, zamanla artmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ülke ekonomilerinin karşılaştıkları ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözülmesinde, ekonomik bunalımların aşılmasında önemli bir döviz ve gelir kaynağı olan turizm oldukça büyük bir rol oynamıştır. Özellikle rekabet gücü zayıf, emek yoğun ürünler üretip satan, gelişmesi için döviz ihtiyacı olan gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörü bu ülkelerin ithalatlarını yapabilmeleri ve dış borçlarını ödeyebilmeleri açısından önemli döviz girdisi sağlayan bir sektördür. Turizm gelir yaratma etkisi yanında istihdam yaratma etkisine de sahiptir. Konaklama, yiyecek-içecek ve seyahat ticareti alanından milyonlarca insanı doğrudan ve dolaylı olarak istihdam eden turizm sektöründe, Dünya'da çalışan her 16 insandan biri çalışmaktadır. Turistik mal ve hizmetlerin özelliği nedeniyle turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu yüzden de sektörde doğrudan ve dolaylı olarak çok sayıda insan istihdam edilmektedir (Sarkım, 2007: 29).

Turizm gelir etkisi bakımından ise ülke ekonomilerinde bir ekonomik harcama diğer bir ekonomik harcamanın gelirini oluşturmaktadır. Turizmde ise, turistlerin yaptıkları harcamalar sektörde çalışan personellerin maaşlarını ve sektöre ait diğer gelirlerden oluşmaktadır. Turizm sektörü birçok faaliyetle ilişkili olduğundan dolayı, turizm gelirleri diğer birçok mal ve hizmetin tüketilmesine ve ihracat edilmesine olanak sağlamaktadır. Bir turist ülkeye geldiğinde, o ülkede yapmış olduğu harcamalar sadece turizmdeki kişilere değil, harcama yaptıkları diğer sektörlerle de katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle, turizm harcamaları çarpan etkisi sayesinde mevcut gelirinin yanı sıra farklı sektörlerle de gelir yaratmaktadır. İçöz ve Kozak (1998: 255) Türkiye'de yapılan bir çalışmada, çarpan katsayısının 1,9 olduğu ifade edilse de literatür incelendiğinde farklı katsayıların da olduğu görülmektedir. Söz konusu katsayı, yapılan bir harcamanın 2 katı kadar gelir artışı sağladığı anlamına gelmektedir.

Turizmin yaratmış olduğu gelir etkisini ölçebilmek için, ülkelerin turizme aktardıkları payın bilinmesi gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse, oteller ve restoranlar, yiyecek ve içecek hizmeti sunabilmek için gerekli olan ihtiyaçlarını iç piyasadan tedarik etmekte ve bu sayede iç gelirin oluşmasını sağlamaktadır. Turizme getiri sağlayan sektörler ulaşım sektöründen tarım ve hayvancılığa kadar uzanmaktadır. Başka bir ifadeyle, ekonomide turizmden elde edilen gelir değişik kesimler (oteller, seyahat acenteleri, yiyecek ve içecek işletmeleri, toptancılar, gıda işletmeleri, personel harcamaları vb.) tarafından paylaşılmaktadır. Bu tartışmalar turizm gelirlerinin ekonomiler üzerinde geniş bir alanda gelir oluşmasına katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım, 2004: 90).

1.3.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

İnanç, resmi ve resmi olmayan kurumlar, kültürel değerler ve sosyal ilişkiler arasındaki bağlar, sosyal ve kültürel kavramların da iç içe girmesine neden olmaktadır. Turizmin ne tür sosyo kültürel etkilerinin olduğunu belirleyebilmek için öncelikle sosyal ve kültürel yapının ne olduğunun açıklanması gerekmektedir. Sorokin'ne göre, sosyo kültürdeki iki yönün, mana ve kabuğun birlikte ifade edilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu görüşe göre sosyo kültürel yapının, kültüre ait unsurların ve sosyal kurumların zaman içerisinde tekrar ederek meydana getirdiği ve karşılıklı etkileşimleri sonucunda oluşan sosyal dengenin ismi olarak ele almaktadır. Bu konuda kültüre ait unsurlar sosyokültürel yapı içerisinde genel geçerlilik kazandığı zaman, kültürel normlar olarak düzenleme rollerini ortaya koymaya başlamaktadır. Sosyo kültürel yapıdaki etkileşimin düzenli olması, temel normlar aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu bağlamda bir örgü meydana gelmektedir. Söz konusu örgü; aile, inanç, iktisat, eğitim ve siyaset gibi faktörlerin karşılıklı bütünleşmesinin sonucunda sosyokültürel yapıyı ortaya çıkarmaktadır (Yazıcı, 1988: 1834, Aktaran: Demircan, 2010: 120).

Turizm ürününün sosyokültürel faktörlere bağlı olması, yerel halkın yaşama biçimiyle ilgilidir. Yerel halk genellikle doğayla bütünleşmiş çevrede yaşamaktadır. Büyük şehirlerden uzakta olan bu insanların kültürü, öğrendiklerinden ziyade yaşayarak öğrendikleri kültürdür. Ayrıca bu kültür, büyük şehirlerde yaşayanlardan farklı olarak, geleneklerine ve göreneklerine bağlıdır. Düzenledikleri yerel, ulusal, dini, folklorik şenlikler bazen mevsime göre tatilci turistleri geniş ölçüde çekebilmektedir (Usta, 2008: 113).

Tablo 1: Turizmin Sosyo-Kültürel Açıdan Etkileri

Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Nüfus üzerindeki etkileri	
Nüfus artışı olması (göç ve göç olmadan)	
İş görenlerin mevsimsel olarak göç etmesi (çalışıyor ise olumlu, çalışmıyor ise olumsuz)	
Yazlık konuta sahip olanların olması	
Topluma katılmaları durumunda olumlu, katılmamaları durumunda olumsuz	
Nüfusun dağılımındaki değişiklikler (yaş, cinsiyet, ırk ve etnik köken)	
Nüfusun şehirlere göç etmesi	
İşgücü piyasasındaki değişiklikler	
Yeni iş olanakları	Mevsimlik işler
Turizmde alternatif iş türleri	Tecrübe gerektirmeyen işler
Bilginin ve dil becerilerinin artması	Geleneksel alanlarda emeğin eksik olması
İktisadi çeşitlenme	İktisadi eşitsizlik de artış olması
Az gelişmiş yerlerin teşvik edilmesi	
Toplumsal yapı ve özelliklere ki değişiklik	
Turizm gelirlerinin artması	Geçici ikamet edenlerin sayısındaki artış (bağlı kalmaksızın)
Hizmet sektörünün önem kazanması	Yazlık konut sahipleriyle tartışma olması
Sosyo-kültürel hayatın teşvik edilmesi	Gayrimenkul edinmenin güçleşmesi
Arsa değerlerindeki artış	Gayrimenkul fiyatlarının artması
Altyapı-üstyapının gelişmesi	Fiyatların artması, enflasyon
Geniş anlamda alışveriş fırsatları	Kültürel kimliğin kaybolması
Destinasyonların imajının düzelmesi	Diğer sistemlerin dönüşüm içinde olması
Yerli halkın gururunun artması	Dini çatışmalar (yazlık ev sahipleriyle turistler arasında)
Önyargıların ortadan kalkması, kalıplaşmanın azalması, hoşgörüdeki artış	Turizme bağlılığın artması
	Destinasyonun Kalabalıklaşması
	Trafik sorunlarının ortaya çıkması
Sosyal katmanlaşmadaki değişimler (turistik işletme sahiplenmenin artması, atadan kalan kaynak sahiplerinin azalması)	
Kişi ve aile üzerine etkileri	
Sosyal hareketliliklerin artması (gençler ile kadınlar arasında)	Sosyal ağlardaki bozulma
Eğlence imkânlarının artması	Yaşam düzenindeki değişiklikler
Yeni kişilerle tanışmak, daha fazla sosyal ilişkiler kurmak	Sosyal ilişkilerin önemini kaybetmesi
Yaşam kalitesinin artması	Tehlike algılarının artması (artan suç olaylarından dolayı)
Dil becerilerinin artması	Yabancı düşmanlığının artması
Turizmden gelir elde edilmesi	Konukseverliğin ticarileşmesi
İş hayatında, nezaket, görgüler üzerindeki tutumların gelişmesi	Kötü davranışlar alkolizm, fuhuş, kumar, uyuşturucu kullanımının artması
	Yerel dilin baskı altında olması
	Cinsel hareketlerdeki serbestliğin artması
Aile yapılarındaki değişiklikler olması	
Tüketicilerin alışkanlıklarının değişmesi	
Konaklama şartlarında değişiklik olması	
Davranışların değişmesi (özendirmelere neden olması)	

Kültürel ve doğal kaynakların üzerindeki etkileri	
Eşsiz güzellikteki kaynakların korunması	Gelenek ve göreneklerin yok olması
Yerel anlamda sanat, el işinin ve kültürel faaliyetlerin canlanması	Kültürün ticarileştirilmesi
Mimari geleneklere olan ilginin artması	Çöp sorununun artması ve çevre kirliliği

Kaynak: Ratz, 2000: 6-7.

1.3.3. Turizmin Çevresel Etkileri

Genel anlamda çevre; kişilerin faaliyetleri ve canlı varlıklar üzerinde hemen ya da belirli bir süre sonra direkt ya da dolaylı etkide bulunabilen fiziksel, kimyasal, biyolojik ve sosyal etkenlerin belirli bir zaman içindeki toplanmış biçimidir. Dolayısıyla bu çevrenin içine almadığı alanlar ve süreçler bulunmamaktadır. Bu bağlamda çevrenin doğru algılanması ve turizmin gelişme hızının bunu ne ölçüde etkileyeceği konusunun açıklığa kavuşturulması zorunluluğu vardır. Ancak ülkemizde turizmin gelişim hızı, gerek ulusal ve gerekse yerel yetkilerin algılamasının çok ötesindedir. Diğer bir ifadeyle turizmdeki bu gelişme ülkemizde sağlam bir çevre bilinci içinde planlama, yönetme ve uygulama kapasitesinin oldukça üzerindedir (Taş, 2014: 13).

Turizm ve turizmi oluşturan çevre birbirinden ayrılamaz bir bütün içindedir. Bu nedenden koruma-kullanma dengesi içinde turizm ve çevre varlığını devam ettirmesi gerekmektedir.

Turizm faaliyetleri doğa, tarihi doku ve şehircilik alanlarıyla doğrudan ilgilidir. Bu itibarla turizmin bu alanlar üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Turizm, doğal kaynakların korunması, yeniden yapılandırılması ve güçlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Yöre insanının çevreye olan saygısını artırır. Geçmişten kalan eserlere sahip çıkılmasını teşvik eder. Turizmin olumsuz etkileri açısından ise fazla ziyaretçi akını çevrenin düzenini bozarken, hayvan türlerine zarar vererek ekosistemi bozmak da çöp ve gürültü artışına neden olmaktadır (Baki, 2008: 20-21).

Turizmin yarattığı tüm ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel yararlardan faydalanabilmek için turizmin yönetiminin iyi olması gerekir. İyi idare edilmeyen bir turizm etkinliği; doğanın tahribi, manzaranın sıradanlaşması, hava, su ve toprağın

kirlenmesi, kamu kaynaklarını tehdit edici şekilde olumsuz etkiler yaratabilir (Sarkım, 2007: 100).

Kontrol ve plansız gelişen ve aşırı yoğunlaşmaların olduğu durumlarda turizm, çevreyi olumsuz etkileyerek; nehirler, göller ve özellikle kıyılara ekolojik bakımdan önemli zararlar verebilmekte, kıyı alanlarının ekolojik, tarihi ve estetik değerini kaybetmesine yol açabilmektedir (Topuzlu, 1990: 9).

Turizme ilişkin ortaya çıkan problemlerin çoğu, başta hükümetler olmak üzere, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan endüstriler ve turizmcilerin ve bu konuyu yeterince dikkate almamalarından kaynaklanmaktadır. Bunun başlıca nedeni olarak da kısa dönemli ekonomik kazanç ve ihtiyaçların, uzun dönemli çevre konularından daha önemi tutulması ve belki de bir o kadar önemli olan insanlarımızın bilgi ve ilgi eksikliğidir. Ancak unutulmamalıdır ki, turizm endüstrisindeki herkesin çevreye verdiği zarar, aslında geçim kaynaklarına verdikleri zarardır. Zira bir turizm kaynağı olan çevre, turizmin var olması için yaşamalı ve çevrenin aleyhine gelişecek olumsuzlukların turizmin ölmesi olduğu düşüncesi herkesçe anlaşılmalı ve olası olumsuz etkiler kontrol edilmelidir. Bununla birlikte son zamanlarda bir slogan haline gelen çevreyi turizm korur düşüncesi kısmen doğru olabilir. Çünkü turizm ve çevre bir birleriyle çelişen iki kavram değildir, aksine bir birlerini tamamlayan ve destekleyen iki kavramdır. Dolayısıyla olay bu şekilde ele alınır ve bu yönde çalışmalar yapılırsa, daha olumlu sonuçlar elde edilebilir. Bunun sonucunda hem turizm hem de çevre kazanmış olur (Harcombe, 1999: 3). Ancak, unutulmaması gereken turizm aktivitelerinin tamamının planlı ve iyi yönetilmesi gerektiğidir. Bu süreçte başta çevre olmak üzere, kültürel ve tarihi değerler yeniden düzenlenebilir ve ziyaretçilerin hizmetine sunulabilir. Böylece hem bu değerler yok olmaktan kurtulmuş olur ve hem de gelecek nesillere miras olarak bırakılabilir.

1.4. Turistik Ürün Kavramı

Turistlerin ikamet ettikleri yerlerden uzaklaşmalarıyla başlayan ve tekrar yaşadıkları yerlere dönene kadar geçen sürede temin ettikleri veya ihtiyaçları doğrultusunda yararlandıkları mal ve hizmetlerden oluşan paket veya deneyimlerin tümü “turistik ürün” olarak adlandırılmaktadır (Usal ve Oral, 2001: 125).

Turizm, aynı zamanda üretim ve ortak satışı ifade etmektedir. Kullanımı diğer mal ve hizmetlere göre benzerlik göstermeyen turistik ürün, sadece somut bir ürün değildir. Turistik ürün çevredeki somut ve soyut nesnelere karışımından oluşmaktadır. Üç çeşit turizm ürünü bulunmaktadır. Bunlar; turistik deneyimler, mekânsal ürünler ve turistik ürünlerdir. Turistik deneyimler, turistin gezip gördüğü, kullandığı ve rastlantısal olarak elde ettiği tecrübelerden oluşmaktadır. Mekânsal ürünler, turistin turistik yerlerdeki tüketimi sonucunda kazandığı deneyimlerdir. Turistik ürünler ise, konaklama tesisleri, restoranlar ve hediyelik eşya satan yerler gibi turistin bireysel olarak kullandığı ürünleri ifade etmektedir. Turizm pazarındaki yoğun rekabetten dolayı turistik ürünü geliştirmek, iyileştirmek ve farklılaştırmak oldukça önem arz etmektedir. Turizm talebinde oluşan değişimler neticesinde söz konusu talebe uygun turistik ürünün arz edilmesi gerekir (Ünal, 2014: 3).

Turistik ürünle ilgili literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Olalı ve Timur (1988: 421)'a göre turistik ürün; turistlerin gereksinimlerini karşılayabilecek mal ve hizmetlerin karışımı ya da mal ve hizmetlerin karışımından meydana gelen bir pakettir. Usal ve Oral (2001: 33) turistik ürünün insanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere turizm endüstrisi tarafından bir araya getirilmiş ve yeniden düzenleme yapılmış sosyal, kültürel, politik ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık mallar ve hizmetler bütünüdür. Osmoneliva (2007)'ya göre ise; bir istek ve gereksiniminin karşılanması için tüketme, kullanma, ele geçirme veya dikkate alınma gibi unsurlar açısından pazara sunulan bir şeydir. Diğer bir ifade ile ürün, bir talep ya da ihtiyacı karşılayabilecek olan, dikkat çekme, sahiplenme, kullanma veya tüketme amacıyla pazara sunulabilen herhangi bir şeydir.

Turistik ürün, turistin yolculuğa başlamasından itibaren faydalandığı ulaşım, konaklama, yeme-içme, dinlenme gibi hizmetlerin bir araya toplandığı üründür. Bunun yanı sıra turistik ürüne daha geniş bir açıdan yaklaşmak gerekmektedir. Turistik ürün, turistik mal ve hizmetlerle sınırlı kalmamaktadır. Doğal bir güzelliğin de turistik ürün kategorisinde yer aldığı söylenebilmektedir. Aksine turistik değer sayılan ürünlerin bir kısmı doğada bulunabilirken, bir kısmı yapay olarak insanlar tarafından inşa edilmiştir. Bu değerleri çekici kılan kendi içindeki özellikleridir. Bu

özellikler, kişilerin bu değerleri ziyaret etmelerini sağlamaktadır. Bu ziyaretler esnasında sunulan hizmetler de farklı turistik değerleri oluşturmaktadır. Turistik ürün, doğal ve yapay olmasının yanı sıra hizmet şeklinde de sunulabilmektedir (İpar, 2011: 13).

1.4.1. Turistik Ürünün Özellikleri

Turistik ürünün diğer ürünlerden ayrılmasını gerektiren bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 421);

- Turistik ürün üretim yerinde tüketilmelidir. Ziyaretçiler, turistik mal ve hizmetin üretildiği destinasyona gitmek durumundadır.
- Turistik ürün stoklanamaz. Çünkü sunulan hizmet veya ürünün zamanında satılması gerekir (kişi için hazırlanan yatak, uçak koltuğu vb. stoklanamamaktadır).
- Turistik ürün bütünsel ürün olduğundan, ürünü oluşturan kişiler ve kuruluşlar arasında sıkı bir işbirliği zorunludur.
- Turistik ürünün talep edilmesi, çoğu kez kişilerin gelir düzeyine, yeterli boş zamanlarının olmasına ve turistlerin seyahatten hoşnut olacak kadar kültür düzeyine sahip olmalarına bağlıdır. Turizmde, turistik ürünün turistlere maksimum faydayı sağlayacak kalitede olması gerekmektedir.
- Turistik üründe, standartlaştırma yapılması çok zordur. Özellikle hizmet veya servislerin tek düzende olması zordur.
- Turistik üründe, çekicilik, fayda sağlama ve kolay elde edilebilirlik imkanlarının olması gerekmektedir.
- Turistik ürünlerde emek-yoğun üretim söz konusu olduğundan otomasyon oldukça azdır. Otomasyon kullanma imkânı sadece turizm işletmelerinin müşteri hesapları ve ürünlerle ilgili kayıtlar tutulurken kullanılabilir.
- Turistik ürünlerde öznel değerlendirmeler daha fazladır. Turistik üründen anlık faydalandığı için turistlerin o anki psikolojik durumu turistik ürünü olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedir.
- Turizm ürününü bir araya getiren hizmetler turist tarafından oluşturulduğunda, herkes için uygun bir turistik ürün oluşturmak zordur.

- Markaya bağılılık oldukça azdır. Turizm ürünü, bir ülke veya yöre olabilmektedir. Bu yüzden destinasyon imajı kavramı önem taşımaktadır.
- Turistik ürünler bütün halindeki ürünlerdir. Ayrı düşünüldüğünde, işlevlerini tam anlamıyla yerine getirememektedirler.

Bu özelliklerin yanı sıra üretim ve tüketim sürecine müşterinin katılmasının zorunlu olduğu, insan süreçli hizmetler grubunda yer alan ve üretim sürecinde müşteri ve çalışan arasındaki iletişimin yüksek olduğu bir üründür. Ayrıca turizm ürününde katılımcıların ve fiziksel ortamın önemi yüksektir. Belirtilen bu özellikler, turizm işletmesi yöneticilerine, uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde yardımcı olabilmektedir (Uygun, 2014: 19).

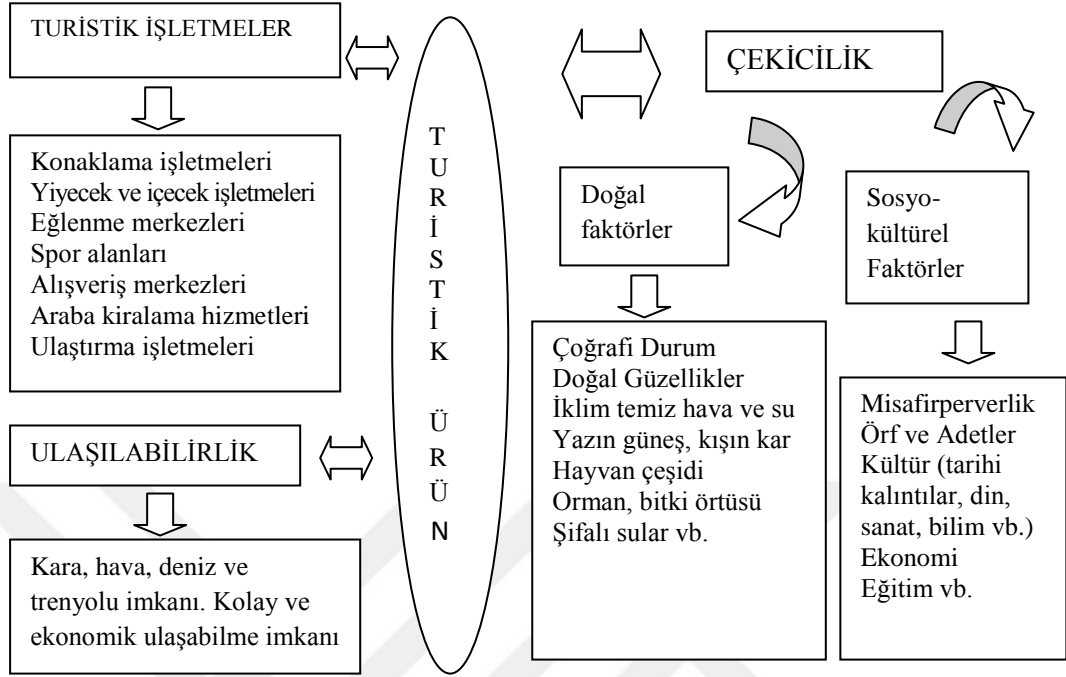
1.4.2. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Turistik ürün kavramının ifade edilmesinde olduğu gibi, turizm ürününü oluşturan öğelerin de net olarak neler olabileceği konusunda bir uzlaşma yoktur. Uzmanların bu konuda farklı görüşleri bulunmaktadır. Olalı (1990: 142) ve Hacıoğlu (2000: 41) turistik ürünün çekicilikler, olanaklar ve ulaşılabilirlik aktörlerinin bir bileşimi olduğunu belirtmektedirler. Usta (2005) turizm ürününü oluşturan faktörleri, sosyo-kültürel faktörler, tabii faktörler ve geliştirici faktörler olmak üzere 3 grupta ele almıştır.

Turizm ürününü oluşturan unsurlar genel olarak 3 başlık altında incelenmektedir (Oflaz, 2015: 8):

- Destinasyonun tarihi, kültürel, sanatsal varlıkları,
- Turistin konaklama ihtiyacına yönelik hizmet veren otel, motel, tatil köyü; yiyecek-içecek ihtiyacı için, restoran, cafe, bar; diğer ihtiyaçları için; eğlence alanları,
- Turistin seyahat etmesini sağlayan taşıyıcı şirket ve seyahat acenteleridir.

Turistik ürünü oluşturan unsurlar Şekil 1 yardımıyla gösterilebilir (Gürbüz, 2002: 51):



Şekil 1: Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Kaynak: Gürbüz, 2002: 51.

Turistik ürünü oluşturan unsurları daha geniş kapsamda incelemek mümkündür:

1.4.2.1. Çekicilik Faktörü

Çekicilik konusunda öncelikli olarak değinilmesi gerekli olan konu turizmde arz konusudur. Turizm arzı, turistik tüketimde yer alan turizm talebinin gereksinimini karşılamak amacıyla gereken mal ve hizmetlerin temin edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümüne denir. İnsanları seyahate yönlendiren arz yönlü faktörlerin arasında turistik çekicilikler ve bunları destekleyici altyapı-üstyapı olanakları vardır. Bunlar bir bölgenin coğrafi kaynaklarıdır (İçöz ve Kozak, 1998: 65).

Turistik ürünün çekicilik özelliği turist için tercih nedenini belirleyen en önemli unsurlardandır. Destinasyonun turist için çekiciliği doğal, kültürel, iklim vb. özelliklerinden olabileceği gibi konaklama işletmeleri, yeme-içme, eğlence işletmeleri veya ulaşım gibi özelliklerinden de kaynaklanabilmektedir. Örnek olarak Mısır piramitleri, Taç Mahal, Baykal gölü, Kapadokya gibi örnekler verilebilir.

Bir destinasyonun çekicilik unsurları turistin gideceği yeri diğer destinasyonların yerine tercih etmesini sağlayan özellikler veya öğelerdir. Destinasyon herhangi bir özelliğinden dolayı turist çekiyorsa yer çekiciliği, eğer turistlerin seçiminde destinasyonun özellikleri değil de bu destinasyonda sunulan hizmetler önemli oluyorsa olay çekiciliğinden bahsedilir. Çekicilik faktörü bölgesel veya yöresel olabileceği gibi, ulusal nitelikte de olabilir. Yöresel kıyafetler, yöresel mutfak gibi unsurlar, turistik ürününün çekiciliğini artıran unsurlardandır (Aktaş, 2009: 14).

1.4.2.2. Olanaklar

Olanaklar tek başına çekicilik özelliğine sahip değildir. Ancak olanaklar turistleri çekmekten çok çekicilikleri destekleme olanağı görmektedirler (Mill, Alastair, 2002).

Hizmetlerin var olması, turistik bölgenin çekiciliğini artıran unsurlardır. Oteller, moteller, apart oteller, kamping, karavan parkı gibi konaklama imkânı sunan yerler; hazır yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerden lüks restoranlara kadar tüm yiyecek-içecek işletmeleriyle kafeler ve barlar gibi yiyecek-içecek işletmelerinin olmadığı yörelerde sadece çekicilik unsuru yeterli olmayabilir. Bunun yanı sıra, taksi, oto kiralama hizmetleri, otobüs işletmeleri gibi gidilecek yerlere ulaşım imkânları, spor aktiviteleri, seyahat acenteleri, hediyelik eşya dükkânları, turizm polisi, turizm danışma büroları gibi diğer hizmetlerde turistik bölgenin çekiciliğini artırmaktadırlar (Minbaeva, 2010: 20).

Turistler gittikleri destinasyonlarda ihtiyaçlarını karşılayabilmek için konaklama, yeme-içme, rekreasyon ve hediyelik eşya satan işletmelerden yararlanmaktadırlar. Bu işletmelerin bulunmaması ise turistik ürün oluşumunu engellemektedir. Bu faktör turistik ürünü oluşturan temel unsur olarak kabul edilmektedir. Turistlere sunulan hizmet olanakları doğrudan turist akımı oluşturmayabilir, yoklukları ise turistlerin çekicilik aramalarına engel olabilmektedir. Olanaklar çekicilikleri tamamlamaktadırlar (Baranaydın, 2016: 10).

1.4.2.3. Ulaşılabilirlik

Zaman faktörü turizm faaliyetinde bulunan kişiler için büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı gidilecek destinasyonun uzak olması, turistlerin seyahat kararını olumsuz yönde etkilemektedir. Zamanı kısıtlı olan turist, turistik çekiciliği olan

merkeze en kısa zamanda ulaşmak istemektedir. Yolculukta boşa zaman kaybetmek istememektedir. Bundan dolayı turistik ürünler arasında tercih yaparken, kendisine daha yakın ve kolay ulaşılabilirliğe sahip olan destinasyonu tercih etmektedirler (Çetin, 2001: 9).

Karayolu, havayolu, denizyolu, demiryolu gibi altyapı tesisleri ile bu tesislerin büyüklüğü ve ulaşım seferlerinin sıklığı, destinasyonların ulaşılabilirliğini etkileyen önemli faktörlerdendir.

Turizmin, günümüzde daha geniş kitlelere ulaşmasında ve uzaktaki destinasyonlara yapılan seyahatlerin artmasında; ulaşım imkânlarının yeterli olmasının ve yolcu taşıma kapasitesinin artmasının, koltuk başına maliyetlerin azalmasının önemli etkisi olmuştur. Bu sayede destinasyonların ya da turistik ürünlerin, turistler tarafından tercih edilme olasılığı da artmıştır (Bardakoğlu, 2011: 55).

1.4.2.4. İmaj

Dünya Turizm Örgütü (WTO) bir ülkenin imajını, değişik alanlardaki çeşitli unsurların kıyaslanması sonucu ortaya çıkan, duygusal ve rasyonel görünümlerin oluşturduğu bir bütün olarak ifade etmekte ve bir ülkenin imajının oluşmasında o ülke hakkında edinilen bilgiler ve bizzat yaşanan deneyimlerin yanı sıra bu ülkenin adı duyulduğunda kendiliğinden akla gelen, önceden mevcut bazı motivasyonların önem taşıdığını belirtmektedir. Örneğin, Kanada'nın imajı için akağaç yaprağı, İrlanda'nın yoncası, Avustralya'nın kangurusu, Lübnan'ın sedir ağacı gibi örnekler verilebilir (Çetin, 2001: 11).

Turistik bir ürünü tamamlayan faktörlerden biri turistik ürünün veya destinasyonun bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda oluşturulmuş imajıdır. Bir turizm ürününün veya destinasyonun imajını belirleyen ana faktör, turizm ürününün veya destinasyonun sahip olduğu özelliklerdir. Bu bağlamda imajı oluşturan faktörler: tüketici faktörleri ve arz faktörleri olarak iki grupta incelenmektedir. Tüketici faktörleri; algılardan, psikolojik ve sosyoekonomik özelliklerden meydana gelirken, arzı oluşturan faktörler turizm pazarlamasında ve medyada yer almaktadır (Bardakoğlu, 2016: 56).

1.4.2.5. Fiyat

Destinasyonların ziyaret edilebilmesi için bir bedel ödenmesi gerekmektedir. Bu fiyat, seyahat, konaklama ve mevcut çekiciliklerden seçilenlerin katılma maliyetlerinden oluşan bir toplamdır. Çoğu çekim yeri birçok ürün ve hizmet sunduğundan dolayı ve bu ürünleri belli bölümlere hitap etmesinden dolayı turizm sektöründe fiyatlar çeşitlilik göstermektedir (Rızaoğlu, 2004: 175).

Genel turizm çeşitliliğini oluşturan ve kitle turizmini meydana getiren orta sınıf için, gidilen turistik destinasyonun fiyatı önem arz etmektedir. Geliri yüksek olan zengin diye nitelendirdiğimiz, lüks seyahatler yapmayı zevk edinenler için çok geçerli değildir. Orta sınıfta olanlar için, tatil süresini, tatile ailece katılıp katılmayacaklarını veya bir yılda kaç kez tatil yapabileceklerini belirleme konusunda etkili olmaktadır (Aktaş, 2009: 21).

Turizm endüstrisinde fiyatlar şu unsurlara göre değişmektedir (Rızaoğlu, 2004: 175):

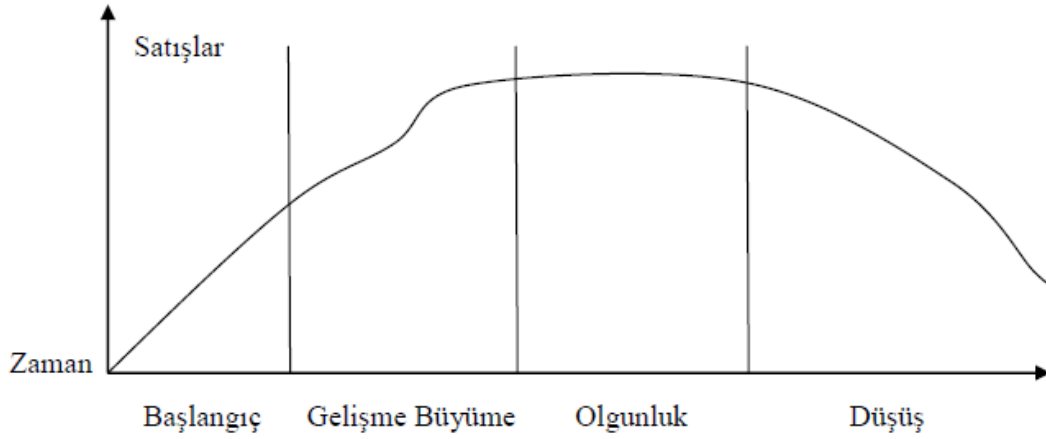
- Mevsimlere göre,
- Sunulan etkinlik çeşidine göre,
- Uluslararası döviz kurlarına göre,
- Yolculuk yapılan uzaklığa göre,
- Taşıma araçları ve biçimine göre,
- Kolaylıkların ve hizmetlerin kalitesine göre,
- Turist tesislerin tipine göre

1.4.3. Turistik Ürün Yaşam Eğrisi

Bir turistik ürün veya hizmet, bir canlı varlık gibi doğar, yaşar ve kaybolur. Teknolojik gelişmeler, rekabet, pazarlama stratejisi hataları ve ürünün değer kaybetmesi, turistik ürünün ortadan kaybolmasına neden olabilmektedir. Turistik ürün veya hizmet, pazara sunulduktan sonra başlıca 4 dönem geçirmektedir (Oflaz, 2015: 14):

- Başlangıç (ilk giriş) dönemi
- Gelişme (büyüme) dönemi
- Olgunluk dönemi
- Düşüş (gerileme) dönemi

Turistik ürünün yaşam dönemleri Şekil 2’de verilmiştir (Oflaz, 2015: 15):



Şekil 2: Turistik Ürünün Yaşam Dönemleri

Kaynak: Oflaz, 2015: 15

Birinci dönem, ürünün piyasaya ilk girdiği ve ürün hakkında talep oluşturulmaya çalışılan dönemdir. Bu dönemde turistik ürün, büyük olasılıkla bilinmemektedir. Bu nedenle de satışlar azdır ve çok yavaş gelişmektedir. Söz konusu dönemde tüketici, mal ya da hizmetin piyasada kendisini kanıtlanmasını bekler. Firmalar bu dönemde sabırlı olmalı ve tutumlu olmalı, çeşitli imkânları değerlendirip yatırım kararlarını vermeyi bilmelidir. Ancak bu dönem, piyasa ihtiyaçlarına ve çevre uyumuna göre oldukça uzun sürebilmektedir. Örneğin bir turistik restoranın yöreye özgü ev yemekleri sunması sonucunda, bunu turistlerin tatması zaman alabilecektir (Şenel, 2001: 40).

İkinci dönem olan büyüme döneminde talep, hissedilir derecede artmakta, rakip firma sayısında artış gözlenmekte ve taklitçiler ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde strateji olarak, maliyetler düşürülmeli, ürünün kullanım oranında artış sağlanma amaçlanmalı ve yeni müşteriler edinilmeye çalışılmalıdır. Ürüne ulaşılabilirliğin kolaylaşması, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artması sonucunda ziyaretçi sayısı, buna bağlı olarak da satışların artması amaçlanmaktadır (Ünal, 2014: 8). Eğer ürün pazarda tutunursa, gelişme aşamasına girilmektedir. Bu dönemde, pazardaki rakiplerin sayısı da artmaya başlamaktadır. İşletmeler söz konusu durumdan olumsuz etkilenmemek için ürünün mevcut özellikleri arasına yenilerini de ekleyerek, gelişme aşamasının mümkün olduğunca uzun sürmesi için çaba göstermektedir (Özel, 2013: 110).

Üçüncü dönemde ise, satışlar belli bir seviyeye erişmiştir ve işletme, rekabetçi tehditleri yönetmeye çalışmaktadır. Erken olgunluk dönemi boyunca pazar bölümlenmeyi vurgulamak, servis ve garantileri geliştirmek, gerekirse fiyatları düşürmek için pazarlama çalışmaları gerçekleştirilmelidir. Olgunluk aşamasının ilerleyen dönemlerinde pazarlama; pazar bölümlenmeyi yoğunlaştırma, rekabetçi fiyatlandırma ve dağıtım sürdürme üzerine odaklanılmalıdır (İlker, 2012: 32).

Son dönem olan düşüş (gerileme) döneminde ise belli bir markanın yöneticisi, kendi markasıyla ilgili olarak “ne yapacağına karar vermek” gibi zor bir kararlar karşısındadır. Satışlar ve kârlar düşerken, pazarda rekabet hala güçlüdür. Ancak rakiplerin davranışlarına göre rekabet durumu değişebilir. Eğer birçok rakip pazarı terk etmeye karar verirse, satış ve kâr fırsatları artar; pazarda kalmaya devam ederlerse bu fırsatlar azalır (Uygun, 2014: 34).

Görüldüğü üzere her üründe olduğu gibi turistik ürünün de yaşam dönemleri ve bu dönemlerin beraberinde getirdiği bir takım avantaj ve dezavantajlar vardır. Turistik ürünün bu dönemleri takip edilmeli ve dönemin özelliklerine uygun plan ve taktikler geliştirilerek, talep canlı tutulmaya çalışılmalıdır. Bir turistik yörede turistik gelişmenin devamlılığı için mevcut turistik mal ve hizmetlerin hayat seyirleri yakından izlenmeli ve ömrünü tamamlama aşamasına yaklaşan turistik mal ve hizmetlerin yerine yeni ürünler geliştirilmelidir. Bunu yaparken mevcut ürünün ömrünü tamamlaması beklenmemeli, ürün olgunluk aşamasındayken bu ürünü ikame edecek yeni ürün veya ürünler pazara sürülmelidir (Ünal, 2014: 9).

1.4.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi

İşletmelerin rekabet ortamında paylarını korumak ve artırmak için, arzlarını farklılaştırma yönünde gösterdikleri çabalar çeşitlendirme kapsamı içindedir. Birbirinden farklı görünümü ve imajı olan her ürün farklı bir çeşidi ifade etmektedir (Hacıoğlu, 2000: 42). Turistik ürün çeşitlendirme konusunda da, turistik işletmelerin ve destinasyonların pazar paylarını korumak veya geliştirmek amacıyla, direkt çekim gücü yaratacak yeni ürünler üreterek ve yeni pazarlara girerek büyümelerini ifade etmektedir. Osmonolieva (2007) çekim gücü olan ve çekim gücüne bağlı olarak talep yaratan turizm ürününe turistik ürün çeşidi adı verildiğini belirtmiştir. Turistik ürün

çeşitlendirme, turistlerin değişen taleplerini karşılayabilmek ve uzun vadede yerel firmaların karlılığını arttırabilmek için gereklidir. Bu kapsamda destinasyonların kültürel ve doğal kaynaklarını kullanabilmesi önem arz etmektedir (Ünal, 2014: 13).

Günümüzde turizmde yaşanan gelişmeler, artan yaşlı nüfus, azalan genç nüfus, turist beklentilerinin değişmesi sonucunda turizmden daha fazla pay almak isteyen ülkeler, uluslararası turizm pazar payını tüm yıla yaymak için turistik ürünlerde çeşitlendirmeye gidilmesini gerekli bulmaktadırlar. Son yıllarda farklı çekim özelliklerine sahip turistik destinasyonlar, günden güne daha çok tercih edilmeye başlamıştır. Özellikle yer altı kaynakları (petrol, doğalgaz) kısıtlı olan ve dövize ihtiyacı olan ülkeler turizmden büyük pay almak istiyorsa, turistik ürün çeşitlendirmesi bu ülkeler için kaçınılmaz bir olgu ve en önemli politika alanlarından biri olmalıdır (Oflaz, 2015: 21).

Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan araştırmada turistik ürün çeşitlendirmesi trendini doğrulamaktadır. WTO'ya göre 21'inci yüzyılda, kişisel ilgi alanları, turizm sektörünü yönlendirecek trendlerden biridir. WTO'ya göre, yatırım yapılacak üç yüz turizm çeşidi bulunmaktadır. Fakat bu çeşitlerin tamamının bir ülkede uygulanması olanaksızdır. Ülkeler ve yatırımcılar, bu turizm türlerinden kendilerine uygun olanları seçip, o doğrultuda girişimde bulunmalıdırlar. Türkiye, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi miraslarıyla birçok turizm çeşidine ev sahipliği yapabilecek bir potansiyele sahiptir. Fakat Türkiye'de, turistik ürün çeşitlendirmesinin öneminin fark edilmesi konusunda geç kalınmış, çoğunlukla belli başlı turizm türlerine yönelik pazarlama ve satış faaliyetleri gerçekleştirmektedir (Güzel, 2010: 89).

1.4.5. Turistik Ürün Çeşitlendirmesinin Sebepleri

Teknolojinin gelişmesiyle yirmi birinci yüzyılda çok konuşulacak değişimler olmaktadır. Teknolojik gelişmelerin yanı sıra ekonomik, sosyokültürel, demografik, politik, ekolojik, organizasyonel gibi farklı değişim dinamikleri de turizm alanında tüketicilerin beklentilerinin zamanla değişmesini ve dünya görüşlerinin giderek gelişmesini sağlamıştır. Bu süreç, arayışlara girilmesine yol açmıştır. Bu nedenle 1990 yılından itibaren turizm trendlerindeki hızlı değişime cevap verebilmek için ülkeler, mevcut ürünlerine ek olarak yeni ürünler eklemek ve farklı turistik ürünler ortaya koyma çabası içine girmişlerdir (Tekin, 2014: 8).

Turistik ürün çeşitlendirmesi; pazardaki rekabet koşullarına ayak uydurmaya, rekabet üstünlüğü elde etmeye ve sürdürülebilir hale getirmeye, turizm arzını artırıp farklılaştırmaya yardımcı olmaktadır. Yapılan tanımlarda ve açıklamalarda genel olarak arzın ve rekabetin artırılması için ürün farklılaştırılması yapılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Günümüz işletmelerinin veya destinasyonlarının, mevcut turistik ürününün dışında, tarihi, sosyal, kültürel, doğal gibi kaynakları ulaşılabilir hale getirmeye ve mevcut imkânlarla destekleyerek hedef kitlenin hizmetine sunmaya ihtiyaçları vardır. Turistik ürün çeşitlendirmesinin temel amacı, işletmelerin veya destinasyonların sahip olduğu mevcut ve potansiyel kaynaklarını en etkili şekilde değerlendirerek, turizm faaliyetini sürdürülebilir olmasını sağlamaktır. (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014: 6).

Turistik ürün çeşitlendirmesi, ülke turizminin gelişmişlik seviyesini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkelerde, alternatif turizm çeşitleri oluşturma konusunda iç dinamikleri çok güçlü olduğundan, çeşitlendirmeyi daha kolay sağlayabilmektedirler (Kerimbekova, 2010: 29).

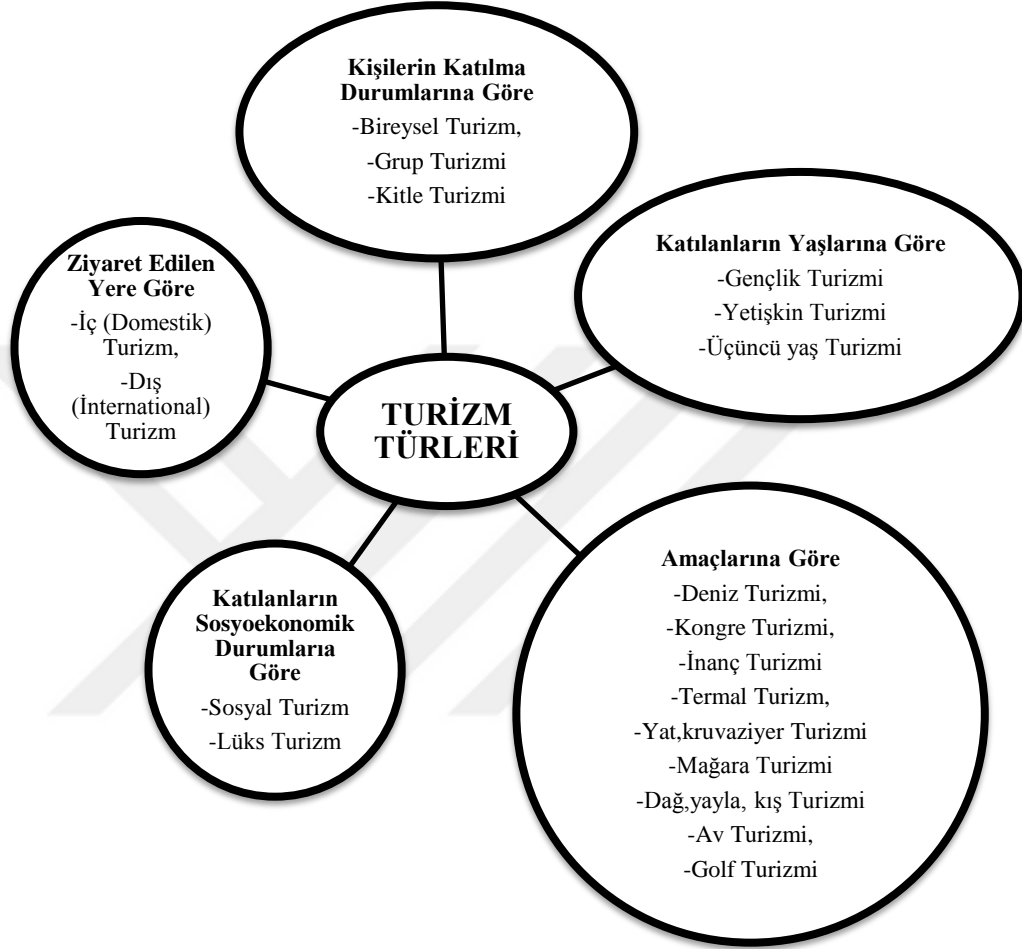
Çeşitlendirme, potansiyel turistik değerlerin verimli bir şekilde kullanılmasını ve ürün çeşitliliğinin arttırılmasını sağlayarak, yeni yatırımcıları turizm piyasasına çekmektedir. Bu ise, turizmin dinamik bir yapı kazanmasını ve gelişmesini tetiklemektedir (Osmonolieva, 2007: 27).

Dört mevsim turizm potansiyeline sahip Türkiye’de, turizm faaliyetlerinin kıyı bölgelerde yoğunlaştığı ve yılın on iki ayna yaygınlaştırılmadığı bir gerçektir. Bu problemi aşabilmek için turistik ürün çeşitlendirmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sayede sadece yaz aylarında turizm faaliyeti gerçekleştirmek yerine, on iki ay boyunca turistik faaliyetleri gerçekleştirmek mümkün olacaktır. Ülkemizde doğal, kültürel ve tarihi değerlerin zenginliği sayesinde, deniz-kum-güneş üçlüsüne alternatif olabilecek birçok turistik ürünle, turistik faaliyetleri on iki aya yaymak mümkündür.

1.5. Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında Turizm Türleri

Tarihi çok eskilere dayanan, hatta ilk insanlıkla başlayan turizmin, çeşitlendirilmesi pek çok kişi tarafından farklı şekilde yorumlanmaktadır. Aynı zamanda turizm türleri ile

sınıflaması pek çok farklı kriterlere göre yapılmaktadır. Turizm türlerinin bazılarının, yapısı gereği başka sınıflarda da yer aldığı görülmektedir. Turizm türlerini katılan kişi sayısına göre, katılanların yaşına göre, katılanların sosyo-ekonomik gücüne göre, ziyaret edilen yere göre ve katılanların amaçlarına göre sınıflandırmak mümkündür:



Şekil 3:Turizm Türleri
Kaynak: Sezer, 2010: 9

1.5.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Kişilerin katılma durumlarına göre sınıflandırmada, kişinin turizm faaliyetini kendi başına düzenlemesi yani tek başına katılması bireysel, ortak bir grupta aynı niteliklere sahip olanlara grup, birbiriyle hiçbir bağı olmayan büyük grupların gerçekleştirdiği turizme ise, kitle turizmi adı verilmektedir (Şahiner, 2012: 13).

Bireysel Turizm: Seyahat ve konaklamaların kişisel olarak düzenlenmesidir. Bireysel turizm faaliyetlerine katılanlar genel olarak gençler ve maddi olanakları normalin üzerinde olan kişilerdir. Yeni yerler görmek, macera aramak veya buna

benzer sebeplerden dolayı turizme tek başına katılmaktadırlar. Bireysel turizm son zamanlarda diğer turizm türlerine göre hızlı ilerleyen ve daha çok kabul gören turizm hareketlerindedir (İri, 2009: 35).

Grup Turizmi: Bu turizm çeşidinde çeşitli toplumsal grupların turizm faaliyetini birlikte gerçekleştirmeleri söz konusudur. Genellikle bu tür turizm faaliyetlerini, Dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organlarına mensup gruplar gerçekleştirmektedir. Söz konusu faaliyete katılan kişi sayısının belli rakamlarla belirli olması ve grupların süreklilik göstermesinden dolayı grup turizmi, kitle turizmine göre farklılıklar göstermektedir (Baki, 2008: 13).

Kitle Turizmi: Kitle turizmi 1960'lardan sonra orta gelirli sınıfın öncülük etmeye başladığı bir turizm türü olmuştur. Sanayi devrimi ile gelir düzeyinde ki artış ve boş zaman fazlalığı özellikle havayolu taşımacılığı toplum kullanımına sunulmasıyla kitlelerin seyahat etmesi ve kitle turizminin kendine özgü bir organizasyon oluşturmasını sağlamıştır. Kitle turizmine katılanların belirgin özelliği katılanların paket turlarına yönelmesidir. Kitle turizme katılan grupların sürekliliği de söz konusudur (Göktaş, 2016: 6).

1.5.2. Katılanların Yaşına Göre Turizm Çeşitleri

Turistik faaliyete katılan turistlerin yaşına göre turizm çeşitlerini üç grupta incelemek mümkündür:

Gençlik Turizmi: Gençlik turizmi, 15 ile 24 yaş arasındaki gençlerin, devamlı olarak yaşadıkları, çalıştıkları ve eğitim gördükleri yer dışına; gezme, dinlenme, eğlenme, dost, arkadaş ve akrabalarını ziyaret etmek amacıyla çıkarak, seyahat ettikleri yörelerdeki turizm işletmelerinin üretmiş oldukları düşük fiyatlı konaklama, yeme-içme, alışveriş vb. gibi hizmet olanaklarını talep etmeleri sürecinde, kendi benliklerine kavuşarak, eğitimlerine katkıda bulunmaları, uluslararası hoşgörü ve barış ortamının oluşturulması amacıyla hizmet etmeleri şeklinde tanımlanabilir. Bu sebeple günümüzde gençlik turizmi, temelinde kültürlerarası alışveriş, eğitim, öğretim, ucuz ve yararlı bir tatil gibi amaçların yer aldığı bir etkinlikler dizisi haline gelmiştir (Ötke Belber, 1999: 89–90).

Yetişkin Turizmi: Bu turizm çeşidine orta yaş turizmi adı da verilmektedir, 25 ile 60 yaş arasında olan kişilerin katıldıkları turizm çeşididir. Bireylerin genel olarak aile ve iş hayatı gibi sorumlulukları bulunmaktadır. Kişilerin bu sorumlulukları, kişilerin seyahat zamanını ve seyahat çeşidine karar verirken etkili olmaktadır. Bu gruba katılan kişilerin turistik faaliyetleri genellikle, yaz aylarında ve kendi akrabalarıyla tatil yapma şeklindedir (Şahiner, 2012: 14).

Üçüncü Yaş Turizmi: Genellikle emekliye ayrılmış, altmış yaş ve altmış yaşını geçmiş kişilerin gerçekleştirmiş olduğu turizm çeşididir (İri, 2009: 42). Bu kişiler yeterli gelire ve boş zamana sahip ve aile sorumlulukları azaldığı için kendine daha fazla vakit ayırabilen kişiler için önemli bir turizm çeşididir (Kozak vd., 2008: 14). Özellikle Türkiye’de mevsimsel yoğunlaşmayı aza indirmek ve turizmi on iki aya yayabilmek için bu turistlere yönelik tanıtım faaliyetlerinde bulunmalıdır.

1.5.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri

Katılanların sosyo-ekonomik gücüne göre turizm çeşitleri iki gruba ayrılmaktadır bunlar:

Sosyal Turizm: Ekonomik ve sosyal yönden zayıf olan işçiler, memurlar, emekliler, gençler, engelliler, çiftçiler, esnaf vb. gibi kişilerin teşvik uygulamaları ile turizme katılmalarının sağlandığı turizm türüdür. Türkiye’de turizmin ilk gelişmeye başladığı yıllarda devlet, kurduğu sosyal tesisler vasıtasıyla çalışanları turizm faaliyetlerine dâhil etmeye çalışmıştır (Sezer, 2010: 10).

Lüks Turizm: Bu turizm çeşidi selektif turizm olarak da adlandırılmaktadır. Bu gruba ait kişiler en üst düzeyde gelire sahip ve toplum içinde prestij sahibi olan kişilerden oluşmaktadır. Lüks ve her türlü konfora sahip turistik tesisleri tercih etmektedirler. Geceleme sayıları diğer turistlere göre daha kısa sürelidir, çünkü bu kişilerin kendilerine özel konaklama yerleri bulunmaktadır. Öte yandan ulaşım araçlarında da kendi araçlarını kullanmaktadırlar (Baki, 2008: 14).

1.5.4. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

Turizm, turistik hareketlerin öznesine göre ya da turistin geldiği yere göre “İç Turizm” ve “Dış Turizm” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

İç Turizm: İnsanların kendi ülke sınırları içerisinde yaptıkları seyahatlerden doğan faaliyetler ve hizmetlerdir (Yaşar, 1996: 17). Pasaport, vize ve yabancı dil gerektirmeyen iç turizm; turizme katılan kişilerin kendi ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini sevmelerine yardımcı olan, iş yaşamlarında verimliliklerini artıran, sosyal faydası yüksek olan, ekonomiye katkısı olan fakat döviz getirici etkisi olmayan bir turizm şeklidir (Baki, 2008: 15).

Dış Turizm: Katılımcının kendi ülke sınırları dışına çıkarak turistik faaliyette bulunması olarak tanımlanabilmektedir. Dış turizmde vize, pasaport ve döviz alışverişi işlemleri bulunmaktadır. Dış turizmin büyük bir döviz getirisi bulunmaktadır ve dış turizm aktif ve pasif olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış aktif turizm yabancı kişilerin ülkemize gelmesi iken dış pasif turizm ise ülke vatandaşlarımızın yurt dışında herhangi bir ülkeye turistik faaliyet amacıyla gitmesidir. Dış turizm sayesinde ülkeler arası barış ve kültürel kaynaşma sağlanmaktadır ve farklı kültürlerle saygı duyma bilincinin oluşması ile toplumsal etki olumlu yönde ilerlemektedir (Göktaş, 2016: 6).

1.5.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri

İnsanlar çeşitli amaçlarla turizm faaliyetine katılmaktadır. Bu bağlamda, deniz, kum ve güneş üçlüsünden oluşan deniz turizmi, turizm çeşitleri içerisinde %20'lik paya sahip olan ve insanların toplantı amacıyla katıldıkları kongre turizmi, çeşitli rahatsızlıklarını tedavi etme amacı olan insanların katıldığı termal turizm gibi birçok turizm türü bulunmaktadır (Kozak vd., 2008: 22). Bundan dolayı insanlar hangi amaçla turizme katılıyorlar ise turizmin türü de bu amaca göre tanımlanmaktadır. Özel ilgi turizmi adı verilen ve insanların daha özel amaçlarla turizme katıldığı bir turizm türü de bu grupta yer almaktadır. Özel ilgi seyahatleri tarım, mimari arkeoloji, tarz, sanat, kuş gözetleme, iş endüstrisi, etkin çalışmalar saraylar ve kaleler, festival, balık avlama, avcılık, çiçek düzenleme, botanik, kıymetli taş ve madenler, müzik, golf, doğa tarih, edebiyat, öğrenme, opera, fotoğrafçılık, mesleki ilgiler, fiziksel araştırma, safariler, sosyal çalışmalar, kayak yapma, dalgıçlık, spor, tiyatro, şarap tatma gibi faaliyetler yapmak amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Sezer, 2010: 11).

1.5.5.1. Deniz Turizmi

Türkiye’de talebin en çok olduğu turizm türüdür. Burada kişilerin deniz, kum ve güneş üçlüsü olarak değerlendirilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanması söz konusudur (www.aygm.gov.tr, 2010: 16). Türkiye’de, deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyılar, temiz deniz, uygun kumsallar, doğal ve tarihi güzellikler yanında, uygun iklim koşullarına da sahip olmasından dolayı bu turizm türünde özellikle 1990 yıllarından sonra oldukça gelişmeler olmuştur. Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin büyük bir bölümü (yaklaşık %60’ı) deniz turizmine yönelik amaçlarla ülkemizi ziyaret etmektedir. Fakat Türkiye’de deniz turizmi sadece kıyı kesimleri ve plajlardan yararlanılarak gerçekleştirilmekte, deniz kürü uygulamalarına yeterli düzeyde önem verilmemektedir. Bunun sonucunda ise, deniz turizminden yararlanmak dört beş ay gibi kısa bir süreyle sınırlı kalmakta ve yaz sezonunda kıyılarda aşırı yoğunlaşmayla ortaya çıkan ciddi problemler yaşanmaktadır (Maviş, Ahipaşaoğlu ve Kozak, 2002: 20).

Deniz turizmi aynı zamanda kurvaziyer turizmini de içine almaktadır. Havayollarında ki rötarlar, yüksek fiyatların olması ve yolculuk güzergâhının görülememesi gibi sebeplerden dolayı günümüz turizm anlayışı içerisinde, kurvaziyer turizmi önemli bir yer edinmekte ve yaşı üst düzeyde olan sosyoekonomik düzeydeki Avrupalı turistler tarafından talep edilen bir turizm çeşidi olmuştur. Türkiye’nin Ege Akdeniz ve Karadeniz kıyıları kurvaziyer turizmi için elverişli kültürel, tarihi ve doğal değerlere sahiptir. Bu turizm türüne de diğer kıyı turizm türlerine verilen önem kadar önemin verilmesi gerekmektedir (Çoban, 2015: 9).

Dünya üzerindeki tüm kurvaziyer gemilerle seyahat eden turistlerin yüzde on birinin yolu Türkiye üzerinden geçmektedir. Türkiye’ye gelen turistlerin yüzde otuzunun durağı İstanbul olmaktadır. Bunu Kuşadası ve İzmir izlemektedir. Dünya çapındaki 20.9 milyon kurvaziyer gemilerle seyahat eden turistlerin %84’ü Amerikalıdır. En çok tercih edilen nokta %37.3 ile Karayipler ve Bahamalar. Türkiye’nin de bulunduğu Akdeniz Bölgesi %19.1 oranla ikinci sırada yer almaktadır (TÜRSAB, 2013). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefinde kurvaziyer turizmi için yeni limanlar bulunmaktadır. Buna istinaden, Samandağ Kurvaziyer Limanı, Antalya Kurvaziyer Limanı, Çeşme Kurvaziyer

Limanı, Kuşadası Kurvaziyer Limanı, Çanakkale Kurvaziyer Limanı, İstanbul Ataköy Kurvaziyer Limanı, İstanbul Galata Kurvaziyer Limanı, İstanbul Zeytinburnu Kurvaziyer Limanı, Trabzon Kurvaziyer Limanı ve Samsun Kurvaziyer Limanı turizm stratejisi planı içerisine alınmıştır (www.kultur.gov.tr, 2007).

1.5.5.2. Kongre Turizmi

Kongre turizmi günümüzde gelişen ve önemi hızla artan bir turizm çeşididir. Kongre turizmi, uluslararası nitelikte ki meslek kuruluşlarının, bilimsel, sanatsal, eğitimsel, siyasal, dinsel gibi konulardan birini tartışmak üzere periyodik zamanlarda düzenledikleri konferans, kongre, seminer gibi faaliyetlere katılması sonucu ortaya çıkan turizm şeklidir (Serçek, 2011: 42).

Söz konusu toplantı ve konferanslar genellikle yeni bir şeyler ilan etme, mevcut bilgilerin ilgili çevreler arasında alışverişini sağlama, eğitim ve deneyim kazanma ve teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri ortaya koymak amacı taşımaktadır. Geniş çaplı bir toplantı turizminde başarılı olunmak isteniyorsa, sadece özel sektördeki değil toplumun tüm kesiminin bu konuda beraber çalışması ve bunlar arasında koordinasyonun sağlanması gerekmektedir. Bunun için toplantıları planlayanlarla katılımcılar ve diğer hizmetleri sunanlar arasında iletişimin sağlanması gerekmektedir. Konferansa katılanların karşılaşılabilecekleri problemlerin en basite indirilmesi gerekmektedir. Daha sonra, sunulan hizmetlerin yeterli olup olmadığı ve eksik yönlerinin neler olduğunu ortaya koyma maksadıyla geri bildirim sağlayacak sistemin oluşturulması gerekmektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse; kongre turizminin geliştirilmesinde özel sektöründe yanında devletin büyük oranda desteğine ve yol göstericiliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Zira birçok alt yapıyı devletin hazırlaması gerekmektedir (Tosun, 2014: 28). Diğer yandan kongre ve toplantı merkezlerinin yönetilmesi stratejik bir önem taşımaktadır. Sadece toplantı ve kongre merkezlerine sahip olma yeterli değildir, bu alanların yönetimi daha büyük bir önem taşımaktadır. Kongre merkezinin başarılı olabilmesi için eğer var ise, bölgenin kötü imajının ortadan kaldırılması gerekmektedir (Peterson, 1989, Akt: Tosun, 2014: 28).

1.5.5.3. Sağlık Turizmi

Doğal ve kültürel kaynakların ekonomik değerinin tespiti oldukça zordur. Bu anlamda kabul edilen ve parasal değeri olmayan doğal kaynaklardan biri olan

“termal” kaynaklar, bir yandan iyileşmek amacıyla bir yandan da dinlenmek ve zindeleşmek amacıyla kullanılan önemli bir turizm sektörü oluşmasına sebep olmuştur. Çünkü sanayileşme ve kentleşmenin olumsuz yönleri toplum sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Doğal kaynakların kirlenmesiyle birlikte çevrenin bozulmasıyla birlikte çeşitli rahatsızlıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bedensel yorgunlukların yanı sıra solunum, dolaşım, sindirim ve diğer sistemlerde meydana gelen hastalıklar iş gücü verimliliğini ve üretimi azalmaktadır. Bu problemlerin çözüme ulaşması için, insan sağlığını korumak ve iş gücü verimliliğinin artırılması için insanların sağlık turizmini tercih etmeye teşvik edilmelidir. Bireylerin ve toplumların daha kaliteli bir yaşamlarının olması ve sağlıklı yaşam standartları doğrultusunda zinde olmalarını sağlamak amacıyla oluşturulan hizmet ve tesisler genellikle sağlık, güzellik ve zindelik merkezleri olarak ortaya çıkmaktadır (Çelik, 2012: 23).

Sağlık turizminin amacı; yalnız eğlenmek, yeni yerler görmenin yanı sıra; hem şifalı su kaynaklarından hem de iklim tedavisinden yararlanmaktır. İnsanların sağlık sebebiyle turizme katılma sebepleri farklı şekillerde olmaktadır. Bunlar:

Klimatizm; Dağlar ve mağaraların bulunduğu merkezlerde temiz hava sayesinde uygulanan tedavi işlemlerinin tümüdür (Bahar, 2015: 10).

Termalizm; Kaplıca ve ılıca gibi şifalı doğal su kaynaklarının sağlık kurallarını da göz önünde bulundurarak uygulanması olarak karşımıza çıkmaktadır (Serçek, 2011: 42).

Üvalizm; Bazı yörelerde üretilen meyve ve sebzelerin kür amacıyla isteyenlere sunulmasıdır (Bahar, 2015: 10).

1.5.5.4. Yat Turizmi

Yat turizminin gelişimi, 1970 yılının sonlarına doğru Gökova, Datça ve Hisar ölü körfezlerinin Yunanlı yat işletmecileri tarafından tanıtılmasıyla başlamıştır. Yat turizmi daha sonra, 1983 yılında ilan edilen Turizmi Teşvik Yasası'nın 815 sayılı Kabotaj Yasası'ndaki değişikliklerle birlikte hızla gelişmeye başlamıştır (Çoban,

2015: 13). Yat turizmi genel olarak, yat, yatçı, deniz yolculuğunu ve marina unsurlarını bir arada birleştiren bir olgudur. Turistlerin yata gitmesi ve belirli bir rota doğrultusunda yattan ayrılması arasında gerçekleşen turistik faaliyetler yat turizmi olarak ifade edilmektedir. Yat turizminin içinde, konaklama tesisinde verilen tüm hizmetler, deniz yolculuğunda verilen tüm hizmetler, marinalarda verilen sosyokültürel hizmetler ve bakım onarım hizmetleri yer almaktadır (Tosun, 2014: 28). Yat turizmi, insanların dinlenmek, eğlenmek, spor yapmak başta olmak üzere, çeşitli nedenlerle çekiciliği olan yerleri bir güzergâh boyunca yatla gezdikleri seyahatlerdir (Çolak, 2009: 33).

Açıkbaş (2006) tarafından yapılan çalışmada ülkemizde 2006 yılı itibariyle Türkiye’de yat turizmi merkezlerinde faaliyet gösteren otuz beş adet yat limanı olduğu, söz konusu limanların toplam kapasitesinin 9481 adet olduğu, söz konusu tesislerin İstanbul ve güneybatı kıyılarımızda yoğunlaştığı, mevcut durumda Muğla ilindeki yat limanlarının ülkemizdeki yat limanı kapasitesinin %36’sı gibi yüksek bir oranının olduğu, sonrasında %21 oranla İstanbul, %17 oranla Antalya ve %12 oranla İzmir illerinin izlediğini belirtmektedir (Akt: Albayrak, 2011: 29).

1.5.5.5. Mağara Turizmi

Yeraltında en az bir insanın girebileceği kadar genişliğe sahip olan boşluklara mağara adı verilmektedir. Bu mağaralar, birkaç metreden başlayıp, kilometrelerce uzunluk ve yüzlerce metre derinlikte veya yükseklikte olabilmektedirler. Mağaracılık genel olarak, mağaraların araştırılmasını ve haritalanmasını sağlamak amacıyla yapılan bir doğa sporudur. Yeraltında, kayaçların içerisinde insanların girebilmesine olanak sağlayacak şekilde genişletilmiş, doğal yeraltı boşlukları olabilecek mağaralar, binlerce yıldan bugüne kadar gelen yapılarıyla ve eşsiz görsel zenginlikleriyle bugün ülke turizminde önemli bir yere sahiptir (Bahar, 2015: 13)

Mağaralar genel olarak kırsal alanlarda bulduklarından dolayı kırsal alanların gelişimine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Ancak bu süreçte mağaraların doğal sistemlerinde, büyük turist gruplarının, mağaranın lokal iklimini ve çevresel koşullarını, doğal yapılarını değiştirme olasılıkları da bulunmaktadır (Albayrak, 2011: 22).

Türkiye diğer ülkelerle karşılaştırıldığında mağara cenneti olarak adlandırılmaktadır. Mağaralar oluşumları bakımından önemli bir jeolojik, jeomorfolojik niteliğe sahiplerdir. Söz konusu bu oluşumlar Orta ve Batı Toros Dağlarında yer almaktadır (Aydın, 2012: 42). Ülkemizde büyük, küçük yüzlerce mağara olmasına rağmen yeterince değerlendirilmediğinden ve korunmadığından dolayı tahribatlara maruz kalmaktadır. Turizm Bakanlığı Akdeniz ve Ege kıyılarında turizmin yoğun olduğu yerlerde mağara araştırması yaptırmış ve bu araştırma sonucunda yetmiş iki mağaranın etüdü yapılmıştır. Antalya'da Karain, Alanya'da Damлатаş, Burdur'daki İnsuyu Mağarası, İçel'de Yalan Dünya ve Silifke'deki Cennet-Cehennem mağaralarını her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turist ziyaret etmektedir. Bu sayede yaptıkları harcamalarla turizm endüstrisine ve mağaraların buldukları yerlere gelir kaynağı oluşturmaktadır (Tosun, 2014: 27).

1.5.5.6. Dağ ve Kış Turizmi

Kış turizmi, macera ve heyecan tutkusunu yaşama maksadıyla belirli bir yükseklik, eğimi olan ve kışın kar yağın dağlık alanlarda gerçekleştirilirken, sadece spor amacıyla değil aynı zamanda insanların daha sağlıklı yaşamalarına da katkı sağlayan bir turizm türüdür. Kış turizminin kış aylarında yapıyor olması özellikle ülkemiz gibi deniz, güneş ve kum turizminin yoğun olduğu ülkeler için turizmin 12 ay gerçekleştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca kış mevsiminde kış turizminin yapıldığı dağlık yerler her mevsim çekiciliklerini sürdürmektedir. Kış mevsiminde kış turizm merkezi olarak kullanılan yerler yaz aylarında kongre turizmi, doğa turizmi, yayla turizmi, dağ turizmi ve gençlik kampları gibi diğer turistik faaliyetler içinde kullanılabilir (Çoban, 2015: 15).

Kış turizmi dendiğinde ilk akla gelen kayak sporudur. Ancak kayak yapmanın ilk koşulu kar yağması, karın yerde en az 120 gün kalması ve kayak sporunun her türünün yapılabilmesine imkân tanınması ve her yaş ve düzeydeki kayakçının kayabileceği uygun eğimli pistlerin bulunmasıdır.

Dağ turizmi kayak, tırmanma ve yürüyüş şeklinde gerçekleştirilmektedir. Günümüzde giderek daha çok kirlenen kentlerin yaşanmaz hale gelmesinden dolayı, dağ turizmi gibi insanla doğayı birbirine yakınlaştıran turizm türlerinin artmasını

sağlamaktadır. Günümüzde Türkiye’de üniversitelerin dağcılık kulüpleriyle birlikte dağcılık, paket tur olarak yapılabilen bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de, dağ ve kış turizmi konusunda zengin kaynaklar mevcuttur. Söz konusu kaynakların iç ve dış turizme yönelik olarak değerlendirilmesi amacıyla Bakanlar Kurulu tarafından, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası’na istinaden on bir adet kış ve dağ sporları merkezini turizm merkezi olarak ilan etmiştir. Bakanlar kurulu tarafından ilan edilen kış ve dağ sporları merkezlerinin planlı gelişmesi hedeflenmektedir (Kozak vd., 2008: 30).

1.5.5.7. Av Turizmi

Özel kulüpler vasıtasıyla av meraklıları için düzenlenen avlanma programlarını kapsayan bir sportif turizm çeşididir (Aktaş, 2002: 8).

Türkiye’de 1971 yılında çıkarılan Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu ile av turizmi yönetmeliği hazırlanmış, yabancı turistlerin A grubu seyahat acentelerinin aracılığı ile avlanabilmesine izin verilmiştir ve ilk av turizmi 1977 yılında bir yaban domuzunun avlanması ile başlamıştır. Av turizmine katılan yabancıların harcamalarının yüksek olması, tatil turizmi sezonunun dışında yapılması ve en önemlisi de ülkemizin bu alandaki olanaklarının fazla olması gibi nedenlerden dolayı üzerinde önemle durulması gereken bir turizm türüdür (Göktaş, 2016: 16).

Av turizmi, alternatif turizm çeşitleri arasında ülke ekonomisi bakımından oldukça önemli bir gelir kaynağıdır. Çünkü avcılık çok fazla harcama gerektirdiğinden, av turizmi yapan turistler, yüksek gelir düzeyinde olan tüketicilerdir. Bu durum yerli avcılar içinde geçerlidir (Çolak, 2009: 30).

Av turizmi kapsamında Türkiye’de av organizasyonlarına izin verilen yerler, devlet avlakları, avlanmanın yapılabilmesine Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğüne izin verilen yaban hayatı geliştirme sahalarıyla milli parklar ve özel avlaklardır. Av turizmi kapsamında yapılabilecek uygulamalar, her av yılı (Nisan ayından başlayarak izleyen yılın Mart sonuna kadar) komisyon tarafından belirlenmektedir. Komisyonun belirlediği kararlarda; avlanmasına izin verilen türler, avlanmasına izin verilen sahalar, avlanma tarihleri, ücretler, avlanma kuralları,

yasaklanan avlanma usul ve şekiller yer almaktadır. Kararlar, milli parkların internet adresinde yayınlanmaktadır (Bahar, 2015: 7).

1.5.5.8. Golf Turizmi

Farklı ülkelerde bulunan golf sahalarında golf oynama amacıyla yapılan sportif turizm çeşididir (Aktaş, 2002: 8). Golf turizmi genellikle, toplumda gelir düzeyi yüksek ve orta ileri yaşlarda olan insanların tercih ettiği bir turizm çeşididir. Golf turizminin pahalı ve zaman gerektiren bir faaliyet olmasından dolayı genellikle geçim ve zaman sıkıntısı olmayan orta yaş ve üzeri kişiler tarafından tercih edilmektedir. Dünyada golf oynayanların 1/3'ünü kadınlar diğerlerini ise erkekler oluşturmaktadır. Erkekler kadınlara göre daha fazla golf amaçlı seyahat etmektedirler. Fakat kadınlar ise, gittikleri yerler de daha uzun süre konaklama eğilimindedirler (Çoban, 2015: 17).

Türkiye'de golf sahaları çoğunlukla sahil şeridinde yüksek kapasiteye sahip zengin alışveriş, eğlence ve yeme-içme olanaklarının sunulduğu konaklama tesislerinin yakınındadır. Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından golf turizmine yönelik turizm merkezlerinde on bir adet golf sahası planlanmıştır. Bu golf sahalarının bir kısmı işletme faaliyete geçirilmiş, diğer bir kısmı ise halen yatırım aşamasındadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından işletme belgeli olan altı adet golf sahası bulunmaktadır (Çolak, 2009: 25). Türkiye'deki golf sahalarının büyük çoğunluğu Antalya'nın Belek semtinde bulunmaktadır. Bu bölge de 17 adet golf sahasını destekleyen 50 bin yatak kapasiteli tesisler bulunmaktadır. Antalya'nın yanı sıra Mersin, Nevşehir, Aydın ve Muğla illerinde Bakanlık yirmi dokuz adet golf sahasının hayata geçirilmesi için teşvik vermeyi planlamaktadır (Çoban, 2015: 16).

1.5.5.9. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, doğanın içerisinde yaşamayı sevenlerle macera tutkunlarının genellikle kısa süreli konaklama maksadıyla yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetidir. Yayla turizminde ki temel amaç, Türkiye'nin kendine özgü doğal ve kültürel değerleri olan yaylaları ve yayla yaşamını, koruma ve kullanma dengesini göz önünde bulundurarak turizm faaliyetleri içinde değerlendirilmesidir (Göktaş, 2016: 17).

Kentin kalabalığından, monotonluğundan ve kirliliğinden uzaklaşmak isteyen turistler için, temiz havası ve sessiz olması, yaylaların bitki örtüsü, kendine özgü mimarisi, kaynak suları önemli bir çekicilik unsurudur. Yaylalar aynı zamanda atla gezinti ve binicilik sporları, golf, uygun olan yerlerde kış sporları ve çim kayağı gibi sportif faaliyetlere de uygun ortamlardır (Çolak, 2009: 24).

Türkiye yayla turizmi konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. Türkiye'nin her bir köşesinde küçükü büyüklü sayısız yayla bulunmaktadır. Türkiye'de dağlık alanların çok olması, geniş yer tutması ve yaylacılık faaliyetinin birçok yerde yaygın olmasından dolayı, yayla turizmi açısından çok geniş olanaklara sahiptir. Özellikle Doğu Karadeniz, Ege, Akdeniz, İç Anadolu, Güney Doğuyla Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayan ve hayvancılıkla uğraşan yerel halk, hem hayvanlarını beslemek ve onların kışın yiyecekleri besinleri sağlamak maksadıyla hem de yaz sıcaklığından kaçmak için soğuk olan yaylaları tercih etmektedirler (Çolak, 2009: 24).

Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen yayla turizm merkezlerinin seçilmesinde genel kriterler bulunmaktadır. Bunlar (www.kulturturizm.gov.tr, 2018):

- Doğal değerlerin potansiyelinin zengin olması,
- Sivil mimari karakterinin bulunması,
- Yayladan Kent merkezine ulaşımın kolay olması,
- Aktivitelerin ekonomik olarak sürekli olması ve alternatif turizm çeşitleriyle entegrasyonunun sağlanabilir olmasıdır.

1.5.5.10. Akarsu Turizmi

Türkiye'nin zengin doğal kaynaklarından birisi de akarsulardır. Üç tarafı denizlerle çevrili olan ve ortalama yükseltisi 1000 ile 1500 metre arasında olmasından dolayı Türkiye birden çok akarsuyu sınırları içerisinde bulundurmaktadır. Akarsularımızın önemli bir kısmını Akdeniz, Marmara ve Karadeniz'e dökülen açık havzalı sular oluşturmaktadır (Çoban, 2015: 19). Türkiye'de akarsuların önemli bir bölümü akarsu turizmi olarak tanımlayabileceğimiz kano, rafting ve nehir kayağı için oldukça elverişlidir. Ülkemizde raftinge uygun akarsular bulunmaktadır. Bu akarsuları:

Manavgat Çayı, Zamatı Irmağı, Çoruh Nehri, Köprüçay, Dim Çayı, Adana-Feke-Göksu Nehri ve Fırat nehrinin bir kısmıdır (Çolak, 2009: 32).

Rafting, 6 ya da 8 kişilik gruplar şeklinde, bir ekip olarak doğayla mücadele etme ve üzerinde bulunulan raftı devirmeden, sadece kürek ile yönlendirilebilen raftı kayalar ve engeller arasından geçirerek yapılan bir etkinliktir (Kozak ve Bahçe, 2009: 174).

Rafting yaklaşık yirmi yıl önce ülkemizde yapılmaya başlanmış ve 1991 yılında raftingin yaygınlaşması için çaba gösteren bir uluslararası kuruluş olan Project Raft Bakanlığın himayesinde ülkemizde 4. Dünya Rafting Şampiyonası'nı düzenlemiştir. Rafting ülkemizin önemli bir alternatif turizm türlerinden birini oluşturmaktadır. Ülkemizde akarsu turizmi yapan yerli ve yabancı turist sayısı 600 bine yaklaşmıştır (Albayrak, 2011: 33–34).

1.5.5.11. İnanç Turizmi

Dinler tarafından kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dini toplantı ve törenlere katılmak, hac gibi dini görevleri yerine getirmek, kutsal ve bilinen mabetleri ziyaret etmek amacıyla yapılan ve çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm türüdür (Usta, 2002: 37). Başka bir deyişle, kutsal olan yerlerin, söz konusu dinlere mensup insanlarca ziyarette bulunma eğilimlerinin turizm faaliyetleri içerisinde değerlendirilmesine inanç turizmi adı verilmektedir. Sanayileşme ve kentleşme ile birlikte kentlerde kalabalıklar içerisinde kendini yalnız hisseden insanlar, ihmal ettikleri ve unuttukları manevi değerlere yeniden sarılmaya başlamışlardır (Çolak, 2009: 25).

Günümüzde Dünyada turizmin gelişmesinde ve pazarlanmasında inancın etkisinin var olduğu açıktır. Dini çekim merkezlerine (kutsal kentler, dini toplantılar, dini törenler, dini anılar vs.) giden kişiler, yapılan günübürlük programlar ile hem hacı olmaktadırlar, hem de yöredeki kültürel varlıkları ziyaret etmektedirler. Bu sayede insanlar, geleneksel, klasik kitle turizminin olumsuz etkilerini azalabilmekte ve bir çok turistik üründen aynı anda faydalanabilmektedirler (Oflaz, 2015: 41–42).

Birçok dine ev sahipliği yapmış olan Anadolu, Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Musevilik gibi tek tanrılı dinler açısından önemli bir bölgedir. Hıristiyanlığın yayılmasında önemli rol oynayan yerlerden İznik'te yer alan Hagia Sofia Kilisesi, Antakya'da yer alan St. Pierre Kilisesi, Demre'deki St. Nicholas Kilisesi, Kapadokya Kiliseleri gibi yerler birçok inanç merkezine ev sahipliği yapmaktadır. Bununla birlikte Karadeniz Bölgesinde ve özellikle de Trabzon'da bulunan Sümela Manastırı, Ayasofya Kilisesi, Küçük Ayvasıl Kilisesi önemli inanç merkezleri arasında yer almaktadır (Ünal, 2014: 25).

İpek Ticaret yolunun Kapadokya Bölgesi'nden geçmesinden dolayı Kapadokya, tarihte birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu yüzden bu uygarlıklara ait birçok kutsal mekân bulunmaktadır. Çalışmanın devamında Kapadokya Bölgesi'ndeki tek tanrılı dinlere ev sahipliği yapan kutsal çekim merkezleri daha detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAPADOKYA BÖLGESİ VE TURİSTİK ÖZELLİKLERİ

2.1. Kapadokya Bölgesinin Tarihsel Gelişimi

Kapadokya kelimesinin Anadolu kökenli olduğu düşünülmektedir. Kelimenin ana gövdesini oluşturan Katpat adının Hititlerin ana tanrıçası Khepat (Hepat) olduğunu ve kelimenin sonunda bulunan –uka ekinin halk ve ulus adı türetmek için o dönemde yaygın olarak kullanılan bir ek olduğu belirtilmektedir. Khepat-ukh, ya da Perslerin kullandığı şekliyle Katpatuka, Khepat halkı ya da Khepat halkının yurdu anlamına gelmektedir. Gene o dönemlerde ülkelerin baş tanrılarının adı ile adlandırıldıkları gerçeği göz önüne alınırsa bu adlandırma dönemin anlayışı ile tam olarak uyumaktadır. Bu yaklaşımdan hareketle Kapadokya kelimesinin ilk biçiminin Hitit kökenli Khepatukh olduğu ve ana tanrıça Khepat'ın ülkesi anlamına geldiği belirtilmektedir. Khepatukh kelimesi daha sonra Med ve Pers boyu İranlıların ağzında Katpatuka biçiminde kullanılmıştır (İşcen ve İşcen, 2008: 16).

Kapadokya Bölgesi'nin tarihi, yedi bin yıl öncesine kadar gitmektedir. M.Ö. 1600'lü yıllarda, Hitit egemenliğine girdiği, daha sonra ise Med, Pers hâkimiyetlerine katıldığı bilinmektedir. M.S. 17'de Roma devletinin sınırlarına dâhil edilmiştir (Dinleyen, 2011: 15). M.S. 53 yılında Aziz Paulus, bir gezisi sırasında buradan geçmiş ve Göreme Vadisi'ni kiliselerin kurulması için seçerek, bölgenin putperest Roma zulmüne karşı Hıristiyanlığın ilk gelişme yerlerinden biri olmasına neden olmuştur. M.S. 330 yılında Konstantin, Hıristiyanlığa dinsel özgürlük verdiğinde Kapadokya Bölgesi büyük ölçüde Hıristiyanlık inancına sahip olmuş, 9. yüzyıl sonlarına doğru bu bölgede manastır hayatı geçilmiştir. M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu'nun ikiye ayrılması sonucunda, Doğu Roma Bizans İmparatorluğu'na girmiştir. Ayrıca Kapadokya yöresi 1071 Malazgirt savaşından önce, özellikle 7. ve 8. yüzyıllarda doğudan İran-Sasani ve güneyden gelen Arap-İslam akınlarına hedef

olmuştur. Hititler döneminden kalma örnekleri bulunan yöredeki 100'üaşkınyeraltı şehri, özellikle bu akınlar sırasında yapılmıştır (Şahin, 2010: 12).

Kapadokya Bölgesi'nin Türkleşmesi, 1071'de Türklerle Bizanslılar arasında gerçekleşen Malazgirt Savaşı sonrasında Anadolu Türk beyliklerinden Danişment Beyliği'nin yöreye hâkim olması ile başlamaktadır. Daha sonraki yıllarda bu topraklar, Anadolu Selçukluları, onların çöküşü ile Karaman Beyliği idaresine girmiştir. Uzun süren Osmanlı-Karaman Beyliği çekişmesi Fatih Dönemi'ne kadar uzanmaktadır. İki Türk beyliği arasındaki mücadele, Osmanlıların bölgeye hâkim olmaları ile son bulmuştur (Dinleyen, 2011: 15).

Osmanlı'nın ilk yıllarında 16. yüzyılın sonlarına doğru Kapadokya'nın en önemli merkezi Ürgüp olmuştur. Kaynaklar 1530 yılında Ürgüp'te, 6 mahallesi olan ve 213 kişisi Müslüman, 35 kişisi diğer dini ve etnik gruplara mensup toplam 248 haneli bir kasaba olduğunu söylemektedir. 16. yüzyılın sonlarına kadar bu bölge, Niğde sancağı adı altında anılmaktaydı (Ekici, 2014: 13).

Geniş bir coğrafyadan oluşan Kapadokya, Aksaray, Kırşehir, Kırıkkale, Nevşehir ve Niğde illerini içinde barındıran bir bölgedir. Kapadokya bölgesi denilince akla ilk olarak Nevşehir ili gelmektedir. Bölgedeki diğer illerin yeterince ön plana çıkmamalarında, tanıtım faaliyetlerinin eksikliği, yerli halkın ilgisiz kalması ve peribacalarının neredeyse çoğunluğunun Nevşehir merkez ve ilçelerinde yer alması önemli rol oynamaktadır.

Kapadokya dünyada üzerinde ender görülen eşsiz bir güzelliğe ve kültürel bir zenginliğe sahiptir. Kapadokya güzelliğini Hasan dağı, Erciyes Dağı, Melendiz Dağı ve irili ufaklı birçok volkanlardan püsküren lavlara, lavların akmasına ve tüflerin olmasına borçludur (Atabey, 2002: 64). Kapadokya1985'te, bu özellikleri sayesinde Birleşmiş Milletler Eğitim, Kültür ve Bilim Vakfı tarafından Dünya Kültür Mirasları listesine alınmıştır. Kapadokya, temiz havası, ilginç coğrafyası ve çok kültürlü olmasından kaynaklanan zengin birikimiyle başta ülkemiz olmak üzere tüm dünya da dikkat çeken bir destinasyondur (Ekici, 2014: 4).

Kapadokya, ilk yerleşik hayatın olduğu Mezopotamya'nın yakınında olması ve ticaret yolunun üzerinde bulunmasından dolayı, tarih boyunca birçok devlete, kavime ve topluluğa ev sahipliği yapmıştır. Her ev sahipliği yaptığı devletten, topluluk ve kavimden bir şeyler alarak, günümüze kadar varlığını korumayı başarmıştır (Tutar ve Alpaslan, 2013: 50).

Bölgede farklı büyüklükte yer altı şehirleri bulunmaktadır. Bu yer altı şehirleri yumuşak tüflerin aşağıya doğru oyulmasıyla inşa edilmiştir. Kapadokya, geçmişte sık sık çeşitli saldırılara uğradığından, tehlike anında yerel halkın geçici olarak sığınmasını sağlamaktı. Pers Dönemi'ne ait Kral Yolu'nun, Selçuklu Dönemi'ne ait ipek ticaret yolunun bu bölgeden geçiyor olması, tarihten bu yana Kapadokya'nın ne kadar önemli bir coğrafya olduğunu göstermektedir. Farklı dinlere mensup kişilerin hoşgörüsü içerisinde bir arada yaşadığı Kapadokya'da, Osmanlı döneminde bölgede bulunan Hıristiyanlar da kiliseler inşa etmişlerdir. Bugün bu kiliseler barışın, kardeşliğin ve hoşgörünün en güzel simgelerindedir. Hacı Bektaş-ı Veli aşka dair söylediklerini, insan sevgisini, sıcaklığını, ışığını bu topraklar üzerinde yaymıştır. Osmanlı Dönemi'nin ünlü sadrazamı olan Damat İbrahim Paşa da bu coğrafyada doğmuş, yaptıklarıyla bugünkü Kapadokya'nın temellerini atmış, şehrin en ulaşılabilir olan yerine Damat İbrahim Paşa Külliyesi'ni inşa yaptırmıştır. Kapadokya güzel atların yetiştirildiği yer olmanın yanı sıra, geleneksel el sanatlarının da yapıldığı bir destinasyondur. Eski bir yöre sanatçısı Kızılırmak kenarından getirmiş olduğu toprakla, hassas parmaklarıyla çamurun içinde saklanan güzelliği bulup çıkartmış, dedesinden kalan geleneği geleceğe taşımıştır. Kapadokya'da kış mevsiminde yağan kar, peribacalarını tıpkı bir dantel gibi örtmektedir. Baharda ise, açan yabancı bademler ve gelincikler insana ayrı bir huzur katmaktadır (Aksoy, 2013: 16).

2.2. Kapadokya Bölgesinin Coğrafi Özellikleri

Kapadokya'da, 4. jeolojik çağda yanardağların sönmesinden sonra gelen yoğun yağmurlarla yüzey aşınması başlamıştır. Bu sırada vadiler genişlemiş, yamaçlardan inen sel sularının ve rüzgârın tüflerden oluşan yapıyı aşındırması sonucu tuf kaya koloniler, sütunlar, kısaca halkın peri bacaları, gelin kayaları, kalpaklı kaya, şeytan

kayası dediği şekiller ortaya çıkmıştır. Erozyonun oluşturduğu peri bacası tipleri; şapkalı, konili, mantar biçimli sütunlu ve sivri kayalardır (Öcal, 2000: 5).

Peri bacalarının haricinde vadi yamaçlarında yağmur suları tarafından oluşan ilginç kırımlar yöreye ayrı bir özellik katmaktadır. Bazı yamaçlarda görülen renkler, lav tabakalarındaki ısı farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Çünkü her tabaka bir püskürme dönemine aittir. Bu oluşumlar Göreme, Uçhisar, Ortahisar, Çavuşin, Güllüdere, Meskendir, Kızıl çukur ve Pancarlı vadilerinde gözlenmektedir (Gülyaz, 1997: 9).

İç Anadolu Bölgesi'nde geleneksel sivil mimarinin oluşumunu etkileyen ana bölgeler şu şekilde gruplandırılmaktadır (Büyükmişçi, 1997: 102):

- Bölgenin kuzey batı kesiminde yer alan ve volkanik karakter taşımayan 1500-1700 metre rakımlı “volkanik olmayan yükseltiler bölgesi”,
- Güneybatı sınırı Melendiz Dağlarıyla sınırlanan 900 metre rakımlı Tuz Gölü çöküntü arazisi ve Aksaray'ın batısında bulunan alüvyon ovasından oluşan göller ve ovalar bölgesi,
- Erciyes, Dereli, Melendiz, Keçiboğduran ve Hasan Dağlarıyla çevrili 250 kilometre boyunca uzanan birincil derecede volkanik yükseltiler bölgesi,
- Tuz Gölü havzasının doğusundan Kızılırmak nehrinin vadilerine kadar uzanarak Acıgöl yöresinde yükselen tuf tabakalarıyla örtülü olan ortalama 1000-1500 metre rakımlı “antik plato bölgesi”.

Kapadokya mimarisine ait yüzey şekilleri ve volkanik esaslı taşlardan oluşan sivil mimarlık örnekleri, Birincil derecede volkanik yükseltiler bölgesi ve antik plato bölgesi olarak tanımlanan bölgede görülmektedir. Hasan, Erciyes ve Melendiz dağlarından kaynaklanan volkanik oluşumların yer aldığı alan ve bu oluşumların yapım tekniği ve malzeme olanakları açısından kaynak sağladığı mimariyi içinde bulunduran alanı Kapadokya Bölgesi olarak tanımlamak doğru olacaktır. Mimarideki Kapadokya Bölgesi'ne özgü bu farklılaşmalar Nevşehir ve çevre yerleşimlerinde yoğunlukta gözlene de, bu farklılaşmanın etki alanının Kayseri'nin Talas, Hacılar, İncesu, Melikgazi ilçelerine, Niğde il merkezinin kuzeyine ve Çiftlik ilçesine,

Aksaray il merkezinin doğusu ile Güzelyurt ve Gülağaç ilçelerine kadar yayıldığı tespit edilmiştir (Şahin, 2014: 41).

2.2.1. Coğrafi Durum

Günümüzde ülkemizin de üzerinde bulunduğu Anadolu toprakları, eski çağlarda özellikle batı toplumları arasında küçük Asya olarak ifade edilmekteydi. Kapadokya Bölgesi olarak ifade edilen bölge ise, ilk çağlarda Anadolu'nun içinde belli bir yerleşim ve uygarlık bölgesini tanımlamak için kullanılmaktaydı. Öyle ki, Kapadokya'nın sınırları M.Ö. 6. yüzyıl da Karadeniz'e kadar ulaşmaktaydı. M.Ö. 360 yılında Kapadokya bölgesi iki ana parçaya ayrılmış. Bu parçalardan birisi Karadeniz Kapadokya'sı ya da Pontus diye söylenirken, diğeri Büyük Kapadokya Bölgesi olarak ifade ediliyordu. Büyük Kapadokya Bölgesi, bugünkü Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Aksaray, Niğde, Yozgat, Malatya illerinin tamamını ve Ankara'nın doğusu, Sivas'ın güneyini ve Adana'nın kuzey bölümlerini içermekteydi. Kapadokya Bölgesi'nin sınırları daha sonraki yıllarda değiştirilmiştir ve küçültülmüştür. Küçültülmüş olan Kapadokya Bölgesi Aksaray, Nevşehir, Niğde, Kırşehir ve Kayseri illerinin kapladığı alanlardan oluşmaktadır. Daha küçük bir alan olan kayalık Kapadokya ise Göreme, Uçhisar, Derinkuyu, Ürgüp, Avanos, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinden oluşmaktadır (Keskin, 2012: 47).

Kullanım açısından %97'lik oranı tarıma elverişli olan Kapadokya'nın yeryüzü şekillerine göre dağılımına bakıldığında, platoların daha ağırlıkta olduğu (%57) görülmektedir. Platoları ovalar (%25) ve dağlar (%19) takip etmektedir (Şahin, 2010: 12).

2.2.2. Bölgenin İklimi ve Bitki Örtüsü

Karasal bir iklime sahip olan Kapadokya Bölgesi yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve genelde kar yağışlıdır. Yaz geceleri serindir. Yöre Orta Anadolu'da yer aldığından yağışlar azdır ve kuzey ve güney Anadolu dağ sistemlerinin nedeniyle deniz etkilerine kapalıdır. Yağışlar daha çok ilkbahar ve sonbaharda yağmur şeklinde düşmektedir. Yörede hâkim bitki örtüsü, bozkır bitkilerinden oluşmaktadır. Yüzyıllar süren olumsuz insan etkileri sonucu ormanlar yok edilmiş, geniş alanlar bozkıra dönüşmüştür. Sadece dağlık kesimlerde seyrek meşe toplulukları bulunmaktadır. İlkbaharın getirdiği yağmurlarla sararan bozkır bitkileri Haziran

ayından itibaren kurumaya başlamaktadır. Söz konusu bitkiler: sığır kuyruğu, gevenler, üzerlik, kekik türleri, pürenler, çayır otları, greminealar, karamuk, sütleğenler, dikenler ve kuşburnu gibi çalimsı bitkilerden oluşmaktadır (Temizkan, 2005: 32).

Bazı yıllarda çöl rüzgârlarından dolayı çoğu bitki kurumaktadır. Doğal olarak böyle yıllarda üretim de düşmektedir. Yörede yetişen çalı türleri bu iklime uyum sağlayan bitki türüdür. Üzüm bağları ise çok değişik özellikteki topraklarda yaşayabilmesi, köklerinin üç metre derinlere kadar inebilmesi sebebi ile Kapadokya'nın sulama imkânı olmayan arazilerinde halkın bir kısmına geçim kaynağı olarak yaygınlaşmıştır (Dinleyen, 2011: 17).

2.3. Kapadokya Bölgesinin Destinasyon Olarak Seçilmesinin Nedenleri

Kapadokya Bölgesinin, destinasyon olarak seçilmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden ilki, tarih boyunca ipek ticaret yolunun bu bölgeden geçmesi, Doğu Akdeniz Bölgesi'ni ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni diğer büyük şehirlere ulaştıran önemli bir konumda olmasıdır. Bir başka neden ise, Kapadokya Bölgesi'nin jeolojik özellikleridir. Kapadokya Bölgesi'nde doğal yollarla oluşan peribacalarının Dünyada başka bir destinasyonda olmaması, bu bölgenin destinasyon olarak seçilmesinde büyük rol oynamaktadır.

Kapadokya Bölgesi özellikle tarih boyunca birçok uygarlığa ve dine mensup kişilere ev sahipliği yaptığı için her uygarlığa ve çeşitli dinlere ait eserleri bünyesinde bulundurmaktadır. Bundan dolayı insanlar hem tarihini görmek hem de bunun yanı sıra dini inançları bakımından kutsal olarak ilan edilen yerleri ziyaret etmek için burayı bir destinasyon olarak görmektedirler. Özellikle Hıristiyanlık dini açısından kutsal olarak ilan edilen birçok kiliseyi bünyesinde barındırmaktadır.

Türkiye genelinde deniz turizminin ağırlıkta olduğu destinasyonlarda, turizm faaliyetleri genellikle yaz aylarında gerçekleştirilmektedir. Kapadokya Bölgesi'nde alternatif turizm çeşitliliğinin varoluşu, turizm faaliyetlerinin sadece yaz aylarında değil tüm yıl boyunca gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum turistik ürün sunan işletmelerin de daha uzun süre hizmet vermesine olanak sağlamaktadır.

Kapadokya yöresinde turizm olgusunun ortaya çıkışı ve gelişmeye başlaması,1960'lı yıllara rastlamaktadır. Göreme çevresi, Ürgüp, Avanos, Ortahisar, Kaymaklı, Derinkuyu, Soğanlı Vadisi, Ihlara Vadisi ve çevresi 1973 yılında alınan kararlarla “Turizm gelişim alanı” olarak belirlenmiştir. Kapadokya’da turistlere kültür turizmi, vadi turizmi, atlı doğa turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi ve kış turizmi gibi alternatif turistik ürünlerin sunulduğu eşsiz bir bölge olmasından dolayı destinasyon olarak seçilmesinde önemli bir payı bulunmaktadır (Temizkan, 2005: 34).

2.4. Kapadokya Bölgesinde İnanç Turizmine Kaynak Oluşturan Eserler

Kapadokya Bölgesi tarih boyunca birçok dine ev sahipliği yaptığından dolayı birçok din için kutsal olan yerleri bünyesinde barındırmaktadır. Kapadokya Bölgesi’nde inanç turizmi açısından kiliseler, külliye ve camiler, kayalık manastırları ve yeraltı şehirleri bulunmaktadır. Çalışmanın devamında; Nevşehir, Kayseri ve Aksaray illerinde bulunan inanç turizmi açısından önemli olan eserler, detaylı olarak ele alınmıştır.

2.4.1. Kapadokya Bölgesi Kiliseleri

Kapadokya Bölgesi’nde tarih boyunca Hıristiyanlık dini açısından çeşitli uygarlıklar tarafından birçok kutsal yer inşa edilmiştir. Bundan dolayı Hıristiyanlık dini açısından önemli birçok eseri bünyesinde barındırmaktadır.

2.4.1.1. Nevşehir ve Civarındaki Kiliseler

Tokalı Kilise: Bölgedeki en büyük kayadan oluşmuş kilisedir. Eski Kilise, Eski Kilise’nin altındaki Kilise, Yeni Kilise ve onun kuzeyindeki Yan Şapel olmak üzere 4mekândan oluşmaktadır. 10. yüzyılın başına tarihlenen Eski Tokalı Kilise bugün Yeni Tokalı Kilise’nin giriş mekânı şeklindedir. Tek bir nefi ve beşik tonozu bulunmaktadır. Bakireliğin ispatı, Şarap mucizesi, Aziz tasvirleri, ziyaret, müjde, Beytüllahim’e yolculuk, İsa’nın mabede takdimi, doğum, masum çocukların katliamı, Mısır’a kaçış, üç müneccimin tapınması, Zekeriya’nın öldürülmesi, İsa’nın vaftizci Yahya ile Buluşması, İsa çarmıhta, Kana düğünü, ekmek ve balıkların çoğalması, kör adamın iyileşmesi, Lazarus’un dirilmesi, son akşam yemeği, ihanet, İsa Platus önünde, İsa Golgota yolunda, İsa’nın çarmıhtan indirilmesi, kadınların boş mezar başında, İsa’nın cehenneme inişi ve İsa’nın göğe yükselişi gibi sahneler resmedilmiştir (www.nevsehir.bel.tr).

Elmalı Kilise: Dar bir koridordan bir iç avluya, buradaki dar bir geçitten de kiliseye girilmektedir. Kubbeli, 4 sütunlu, haç planlı, kare bir mekân içerisinde bütün elemanları ile kayadan oyularak yapılmıştır. Vadiye açılan penceresi içeriği aydınlatmaktadır. Yer yer dökülen freskoların altında, duvar üzerinde yapılmış geometrik ve haç motifleri görülmektedir. Orta apsiste 3 figürlü; Meryem Ana, Vaftizci Yahya ve taht üzerinde İsa sahnesi yer almaktadır. Orta kubbede İsa'nın, ikinci küçük kubbede ise baş melek Gabriyel'in freskoları bulunmaktadır. Buradaki nispeten iyi korunmuş freskolar İsa'nın vaftizci ve çarmıha geriliş sahneleridir. Kemerlerdeki figürler imparatorluk mensuplarının veya kilise ileri gelenlerindir (Ayyıldız, 1990: 49).

Aziz Basil Şapeli: Göreme Açık Hava Müzesinin girişinde bulunmaktadır. Sütunlarla ayrılan yerlerde mezar çukurları bulunmaktadır. Kilisede ki nef genişliğine beşik tonozlu dikdörtgen planlı ve üç apsislidir. Dikdörtgen nefin sol tarafında bir tanesi büyük, ikisi küçük üç apsis bulunmaktadır. Kilise 11. yüzyılda yapılmıştır. Kilise'nin ana apsisinde Hz. İsa portresi, kuzey duvarında at üzerinde Aziz Theodore, Ön yüzünde Hz. Meryem ve çocuk İsa, güney duvarında ise Aziz Demetrius, yine at üzerinde ejderle savaşan Aziz George tasviri ve 2 azize tasviri bulunmaktadır (www.nevsehir.gov.tr).

Azize Barbara Kilisesi: Elmalı Kilise'nin taş kaya bloğunun arkasında bulunmaktadır. İki sütunlu, haç planlı, merkezi kubbeli, batı, kuzey ve güney haç kolları beşik tonozlu, doğu haç kolu ve doğudaki iki köşe mekânı kubbelidir. Bir ana temel iki yan apsisi bulunmaktadır. İçerisindeki motifler kırmızı boyayla doğrudan kaya üzerine yapılmıştır. Duvarlarda ve en tepede askeri semboller, mitolojik hayvanlar ve zengin geometrik motifler resmedilmiştir. Duvarlarda taş benzeyen motiflerde yer almaktadır. Kilise 11. yüzyılın ikinci yarısında yapılmıştır. Kilise'nin kuzey haç kolunda az üzerinde ejderle savaşan George ve Aziz Theodore, ana apsisinde İsa Pantokrator ve batı haç kolunda ise Azize Barbara tasviri bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 43).

Yılanlı Kilise: Girişi Göreme Açık Hava Müzesinde kuzey taraftandır. Ana mekân dikdörtgen planlı, beşik tonozlu, güneyde mezarların bulunduğu diğer mekân ise düz

tavanlıdır (Ekici, 2014: 26). Kilise tonozunda her iki yanında Kapadokya’da saygın olan azizlerin tasvirleri bulunmaktadır. Kilise 11. yüzyılda inşa edilmiştir. Kilisede gerçek haçı tutan Helena ve oğlu Konstantin girişin tam karşısında, sol elinde İncil tutan İsa ve yanında kilisenin banisi, tonozun doğusunda ejderle savaşan Aziz George ve Aziz Theodore; tonozun batısında çıplak, uzun saçlı ve önünde palmiye ağacı bulunan Aziz Onuphrius, yanında takdis pozisyonunda Aziz Thomas ve bir kitapla Aziz Basil bulunmaktadır (www.nevsehir.gov.tr).

Karanlık Kilise: Adında da anlaşıldığı gibi kiliselerin en karanlığı ve en derin olanıdır. Karanlık kilise olarak adlandırılmasının nedeni, narteks kısmındaki küçük bir pencereden az ışık girmesinden dolayıdır. Bu yüzden fresklerin renkleri oldukça canlıdır (Öcal, 2000: 24). Karanlık Kilise’nin yer aldığı kaya bloğunun alt yanında sütunlu, isimsiz bir kilise yer almaktadır. Buranın esas apsisi diğer kiliselerde zamanla yıkılmış olan bir separatöre sahiptir. Kayadan oyulmuş separatör üç kemerlidir. Girişte sol duvardaki 5 dairenin meydana getirdiği haç motifi yörede tektir (Ayyıldız, 1990: 60).

Aziz Catherine Şapeli: Karanlık Kilise ile Çarıklı Kilise arasında bulunmaktadır. XI. Yüzyılda yapılmıştır (Ekici, 2014: 30). Kilise’de Aziz Catherine şapeli, hem narteksi, hem de serbest haç planlı, haç kolları beşik tonozlu, merkezi kubbeli ve apsileri temponludur. Narteks zemininde 9 mezar, duvarlarında ise iki nişli mezar yer almaktadır. Şapelin sadece naos kısmı figürsel dekorasyonlar içermektedir. Pandantifler kabartma geometrik süslemelerle benzemiştir. Anna adındaki donör tarafından yaptırılmıştır. Kuzey haç kolunun güney duvarında at üzerinde Aziz George, Temponlu apsiste Deesis, altında madalyonlar içinde Kilise Babaları, karşısında Aziz Theodore, Aziz Catherine ve diğer aziz tasvirleri bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 49).

Çarıklı Kilise: Demir merdiveni sayesinde kolayca tanınan bu kilise, sadece iki sütunlu olmasına rağmen çapraz tonozlu üç apsisi ve dört kubbelidir. Elmalı ve Karanlık kiliselerine benzemekle beraber, İsa’nın çarımha gidiş ve çarımhtan alınış sahneleri kilisenin farklı özelliğidir. Kilise’nin freskleri büyük ve uzundur (Öcal, 2000: 24).

El Nazar Kilisesi: El-Nazar Vadisi'nde bulunan kilise 12. yüzyılda inşa edilmiştir. İsa'nın çocukluğu ve azizlerin tasvirleri sahnelenmektedir. T planlı şekildedir kilisenin kemerleri madalyonlarla süslenmiştir (Ekici, 2014: 29).

Saklı Kilise: 1957'de bulunduğu için bu kiliseye Saklı Kilise adı verilmiştir. El-Nazar Kilisesi'nin yakınındadır. Kırmızı renge hâkim olan freskler doğrudan kaya üzerine yapılmıştır. Kilisenin mimarisi Mezopotamya'daki kiliselerin mimarisine benzemektedir. 11-12. yüzyıllar arasında inşa edilmiştir. Kilisede, Vaftizci Yahya'nın görevlendirilmesi, Deesis, doğum, müjde, İsa'nın mabede takdimi, Vaftizci Yahya'nın görevlendirilmesi, başkalaşım, İsa çarmıhta, Meryem'in ölümü ve aziz tasvirleri bulunmaktadır (www.nevsehir.bel.tr).

Meryem Ana (Kılıçlar Kuşluk) Kilisesi: Tokalı Kilise'den çıkıldığında arkada kalan, Göreme Açık Hava Müzesine 250 metre uzaklıkta, Kılıçlar Kilise'nin güneyindeki dik bir yamaçta yer almaktadır. Günümüze kadar en iyi şekilde korunan freskler, Vaftizci Yahya ve Meryem Ana arasında elinde kitap tutan İsa'nın vaftizini, Beytullahim'e yolculuğunu çarmıha gerilişini, Meryem Ana'nın ölümünü tasvir etmektedir (Öcal, 2000: 25).

Paşabağları ve Aziz Simeon Hücresi: Göreme Avanos yolunun sağ tarafında, ana yoldan 1 km. içeridedir. Eskiden Rahipler Vadisi olan bugün ise, Paşabağı olarak ifade edilen bu alan, kendine has peribacaları ile doludur. Gövdeli ve çok başlı olan bazı peribacalarının içlerine şapel ve oturma mekânları oyulmuştur. 3 başlı peribacalarının birinde Aziz Simeon adına yapılmış bir şapel inzivaya çekilme hücresi bulunmaktadır. Dar bir baca yoluyla ulaşılan hücrenin girişinde karşılıklı haçlar bulunmaktadır. İçerisinde yatma, oturma ve ocakla ilgili ışık girmesini sağlayan pencere aralıkları bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 58).

Kılıçlar Kilisesi: Kılıçlar Vadisi içerisinde yer alan 9. yüzyıl sonu 10. yüzyıl başına ait bir yapıdır. Zengin bir şekilde fresklerle süslenmiş olup uzun bir İncil siklusu (Meryem ve İsa'nın hayatına ait olan sahneler) içermektedir (www.nevsehir.bel.tr).

Çavuşin (Nicephorus Phocas) Kilisesi: Göreme Avanos yolu üzerinde, Göreme'ye 2,5 km. uzaklıktadır. Oldukça yüksek üç apsisli olan, tek nefli, beşik tonozlu, kilisenin narteksi yıkılmıştır. 964–965 yıllarında yapılmıştır. Kilise'de Tonozda Müjde, Ziyaret, Mısır'a kaçış, Bakireliğin ispatı, Masum çocukların katliamı, Yusuf'un ikinci rüyası, Havarilerin Tanrı yolunda görevlendirilmesi, Üç müneccimin tapınması, Elizabeth'in takip edilişi, Beytullahim'e yolculuk, Zekeriya'nın öldürülmesi; batı duvarında Yusuf ve Meryem deney sonrası, ihanet, doğum, son yemek, İsa'nın cehenneme inişi, Vaftiz; İsa'nın ölümü İsa Golgota yolunda, İsa çarmıhta, kuzey duvarında İsa Platus önünde,; güney duvarında Kudüs'e giriş, Lazarus'un diriltilmesi, Kör adamın iyileştirilmesi, İsa'nın çarmıhtan indirilmesi, Kadınlar boş mezar başında; apsis duvarında başkalaşım resmedilmiştir (Gülyaz, 2012: 51).

Üzümlü Kilise: Ortahisar'ın batısında Kızıl çukur Vadisi'nin girişinde bulunmaktadır. Üzümlü Kilise'nin bulunduğu peribacası, yaşam yerleri manastır kompleksi gibi oyulmuştur (Ekici, 2014: 32). Peribacasının alt kısmında kilise bulunmakta, üst kısmında ise duvarları kısmen yıkıldığından dolayı dışarıdan rahatça görülebilen tavanında kabartma haç bulunan bir mekân bulunmaktadır. Kilise, tek apsisli, tek nefli ve kare planlıdır. Nefin arka kısmında mezar nişi bulunmaktadır. Kilise'nin ithaf yazısında Stylite Nichitas'a ait bir yazıt bulunduğundan dolayı bu kilise Aziz Nichitas Kilisesi olarak da anılmaktadır (Gülyaz, 2012: 93).

Vaftizci Yahya Kilisesi: Mimari açıdan kilise olduğu anlaşılan olan tek yapıdır. En eski kilise olduğu sanılan ve ön cephesi, tamamen çökmüş durumda olan Vaftizci Yahya Kilisesi'dir. Kaya içine oyulmuş girişin arkasında Vaftizci Yahya'ya adanmış üç nefli bir bazilikası vardır. Bazilikanın freskleri çok kötü durumdadır, sadece bir kısmı anlaşılabilir. Bizans döneminde Aziz Hieron'a ait kutsal emanetler bu kilisede saklanmıştır (www.nevsehir.bel.tr).

Balıklı ve Üzümlü Kilise: Zelve vadisi içerisinde üçüncü vadidir, bir manastıra ait avlunun doğusundadır. Giriş kısmı yıkılmış olan Üzümlü ve Balıklı Kilise'nin giriş kapısının üstünde tahtta oturan ve kucağında çocuk İsa bulunan Meryem tasviri yer almaktadır. Kısmen yıkık tonozda daire içinde malta haçı taşıyan Meslek Michael ve

Gabriel tasviri bulunmaktadır. Girişin hemen sağında hücre şeklindeki Güney Şapel'i tek nefli, apsisli ve beşik tonozlu olup kenarlarda oturmaya yarayan platform bulunmaktadır. Apsisinde kırmızı çerçeve içerisinde ayakta duran, bir elinde kitap, diğer eliyle takdim eden İsa; apsis cephesi ise içi noktalı basit üçgen ve daire dizileriyle, tonuzu ise çizilerek yapılmış Malta Haçı ve konsantrik dairelerle süslenmiştir. Şapel büyük olasılıkla 10. yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir (Gülyaz, 2012: 56).

Tatların Kilisesi: Nevşehir'in Acıgöl ilçesine 10 km. uzaklıktadır. Tatların beldesinde, Kale olarak ifade edilen tepenin yamacında bulunmaktadır. İki nefli, iki apsisli ve beşik tonozlu olan kilisede yıkılan yerlerde mevcuttur. Oldukça iyi korunmuş olan fresklerdeki sahneler bantlarla birbirinden ayrılmıştır. Fresklerin zemininde koyu gri, tasvirlerde ise mor, hardal ve kırmızı renklere yer verilmiştir (www.nevsehir.gov.tr).

Tağar (St. Theodore) Kilisesi: Ürgüp'ün Yeşilöz köyünde bulunmaktadır. Aziz Theodore adına yapılmış olan T planlı kilise, büyük bir apsisi bulunmaktadır. kubbesinin altında bir galeri bulunmaktadır. Bu nedenden dolayı Kapadokya'da ki kiliseler içerisinde benzeri bulunmamaktadır. Freskler 11. ve 13. yüzyıla ait olduğu düşünülmektedir. Taşdığı iki ayrı üsluptan dolayı iki ayrı ressam tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır (www.nevsehir.gov.tr).

Aziz Jean (Karşı) Kilisesi: Tuf kayaların oyulmasıyla oluşturan mekânlarıyla yaklaşık 1 km. bir alana yayılmış büyük bir yerleşkedir. Manastır merkezi, yerleşim birimi, karakol olduğu konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Bu alanda boyanmış bir manastıra rastlanmamaktadır. Aziz Jean Kilisesi, 1212'de yapılmıştır. Kilise'nin duvarlarında Kapadokya'da çok az karşılaşılan İncil'den Son Yargı sahnesi resmedilmektedir (www.nevsehir.bel.tr). Kilise 1995'de restore edilmesinin ardından bugünkü haline gelmiştir. Batı ve güney duvarlarında Kapadokya'da çok az rastlanan Son Yargı sahnesi yer almaktadır (Şahin, 2010: 15–16).

Pancarlı Kilisesi: Ortahisar kasabasının güneyinde Ürgüp Mustafapaşa yolunun sağındaki Pancarlık Vadisi'ndedir. Düz tavanlı tek nefli ve tek apsislidir. Kilisedeki

freskler daha çok yeşil zeminlidir ve oldukça iyi korunmuştur. İlk bakışta kiliseyi 2 farklı sanatçının farklı zamanlarda boyadığı düşünülse de sahneler ve tüm yazılar ayrı ayrı incelendiğinde aynı sanatçı tarafından süslendiği anlaşılmaktadır. İncil'den sahnelerin yer aldığı freskler içeren kilise, 11. yüzyılın ilk yarısında yapılmıştır. Kilise'de, Peygamberin Görünümü, Müjde, Ziyaret, Bakireliğin İspatı, Elizabeth'in Takip Edilişi, Vaftizci Yahya'nın Görevlendirilmesi, Şarap Mucizesi, Kötülüklerle Dolu Adamın İyileştirilmesi, Hz. İsa ve Samarralı Kadın, Başkalaşım, Masum Çocukların Katliamı, Yusuf'un İkinci Rüyası, Mısır'a Kaçış, Şeytan Çarpmış Adamın İyileştirilmesi, Hz. İsa'nın Göğe çıkışı, Hz. İsa Golgota Yolunda, Hz. İsa Çarmıhta, Hz. İsa'nın Cehenneme İnişi ve aziz tasvirleri bulunmaktadır (www.nevsehir.gov.tr).

Kırk Şehitler Kilisesi: Ürgüp'ün 80 kilometre güneyinde Şahin Efendi kasabasında bulunmaktadır. Kolanlarla birbirinden ayrılmış iki nefli kilisede Sebasten'in kırk din şehidinin resmini içermektedir. 1216 senesinde Selçuklu egemenliği zamanında boyanmıştır (www.nevsehir.gov.tr).

2.4.1.2. Aksaray ve Civarındaki Kiliseler

Ağaçaltı Kilisesi: Kubbeli, Haç planlı, kolları beşik tonozlu, 3 apsisli bir kilisedir. Temel apsis ve güney yan apsis yıkılmış durumdadır. Kiliseye giriş yıkık olan bu temel apsisten yapılmaktadır. Girişin tam karşısındaki duvarda yer alan Aziz Daniel tasvirinden dolayı "Aziz Daniel Daniel Kilise 'si" adı da verilmektedir (Gülyaz, 2012: 75).

Ala Kilise: Anıtsal boyutta olan bu kapalı Haç tipindeki Yunan kilisede kubbe köşe odalarını sınırlayan duvarlar üzerinde yükselmektedir. Merkez mekân ve haç kolları, kubbe, köşe odaları beşik tonozla çevrilidir. Duvarları ve üzerini kaplayan freskleri kısmen zarar görmüş, mevcut sahneler ise kaim bir kir ve is tabakası altında kalmıştır. Manastır mekânlarını içeren kaya kütesinin cephesi, üstten kör kemerli bir kornişle sınırlanan ve dört payenin oluşturduğu dikine üç bölümden ibarettir. Her bir bölüm iki silme ile üç yatay şeride ayrılmıştır. Üst taraftaki şerit hepsinde kör kemerli bir yapıda bezenmiştir. Soldaki dikine kısım diğer bölümlerin iki katı genişliğinde olup kilisenin giriş kapısını da içine almaktadır. Ortadaki bölümün alt

kısımında, üçgen alınlıklarla taçlandırılan at nalı kemerli 2 sağır niş izlenmektedir. Sağdakinde manastırın diğer mekânlarına geçişi sağlayan kapısı bulunmaktadır. Freskolar 10. yüzyılın sonu veya 11. yüzyılın birinci yarısında yapılmıştır (www.aksaraykulturturizm.com).

Kokar Kilisesi: Tek nefli ve beşik tonozlu olan kiliseye bugün yıkılmış olan apsisinden girilebilmektedir. İhtiyaç nedeniyle kayanın iç kısımlarına doğru oyularak cenaze salonu nefe ilave edilmiştir. Süslemelerin tonunda gri renk hâkimdir. Oldukça iyi korunmuş olan tonozda büyüdüğü bir haç motifi vardır. Haç motifinin ortasında yer alan kare çerçeve içindeki el motifi üçlü kutsama işaretidir. Çevresinde oldukça zengin dört alana ayrılmış geometrik bezemeler yer almaktadır. Kilise 9. yüzyılın sonlarında inşa edilmiştir. Kilise 'de, Deesis, Müjde, Ziyaret, Bakireliğin İspatı, Doğum, Üç müneccimin tapınması, Vaftiz, Üç Yahudi gencin fırında yakılması, Mısır'a kaçış, Son yemek, İhanet, İsa çarمیhta, Kadınlar boş mezar başında, İsa'nın göğe yükselişi, İsa'nın gömülmesi, Petakost ve aziz tasvirleri bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 76).

Direkli Kilise: Kilisenin kapalı Yunan Haç tipindeki planı, dört serbest direkli tasarlanmıştır. Manastır mekânlarını barındıran kayanın vadiye bakan cephesi dört paye ile üç bölüme ayrılmış, üstte kör kemerli bir frizle sınırlandırılmıştır. Batıdaki bölüm, giriş holü kapısını ve üzerindeki katın penceresini; ortadaki bölüm, kilise narteksinin girişini; doğudaki bölüm, kilisenin ikiz penceresini içermektedir. Orijinalde ahşap bir tavanla iki kata ayrılan holün güneyinde iki oda, doğusunda ise iki kilise ile şapel yer almaktadır. Kilise dört serbest destekli kapalı Yunan Haç tipini bir temsilcisidir; merkezi pandantifli kubbe, haç kolları beşik tonozlu, köşe mekânları düz tavanlıdır. Basit korkuluk levhalarıyla sınırlanan üç apsis birer altar barındırmaktadır. Güneyindeki beşik tonozlu şapelin zeminin de ve güney duvarındaki nişte, ayrıca kilise ve şapelin nartekslerinin zemininde mezarlar görülmektedir (www.aksaraykulturturizm.com).

Kilise'nin ana apsis kubbesinde iki başlı melek ve Petrus ile Paulus tasvirleriyle genişletilmiş bir Deesis; alttaki şeritte ortada Meryem Orans, ikin yanında dörder piskopos; kuzey yan apsis kubbesinde Meryem ve Çocuk İsa, yanlarda Zekeriya,

Yoakim ve iki melek; alttaki şeritte üç piskopos ve bir martir; zafer kemeri alınlığında İsa ve iki melek, iç yüzeyinde madalyonlar içinde peygamberler görülmektedir. Ayrıca duvar yüzeyleri ve payelerde aziz, martir ve martirelerin tasvirleri izlenmektedir (www.aksaraykulturturizm.com).

Yılanlı Kilise: Haç planlı, beşik tonozlu ve tek apsislidir. Kuzey duvarında bulunan şapelin içinde keşiş mezarları yer almaktadır. Batı duvarındaki yılanların saldırısına uğramış dört çıplak günahkâr kadınla ilgili sahnedan dolayı kiliseye bu ad verilmiştir. Sekiz yılanın saldırısına uğrayan birinci kadına ait kitabe tahrip olduğundan suçu anlayamamaktadır. Yılanlar ikinci kadını çocuğunu emzirmedeği için göğsünden, üçüncü kadını yalan söylediği için ağzından, dördüncü kadını itaat etmediği ve söz dinlemediği için kulaklarından ısırmaktadırlar. Yılanlı kilise 9. yüzyılda inşa edilmiştir (Gülyaz, 2012: 76).

Çanlı Kilise: Bu kilise günümüze kadar içerisinden çıkartılan mezarları ile ünlenirken, kilise ve çevresi ise aynı zamanda önemli bir dini merkezdir. Aksaray'a 17 kilometre uzaklıkta, Akhisar köyünün 4 kilometre kuzeydoğusunda çevreye hâkim bir alan üzerinde yer alan Çanlı Kilise, aynı zamanda Hasandağı'nın karşısında en iyi manzara fotoğrafı çekilebilecek yerde yer almaktadır. Çanlı Kilise, Bizans sanatına en güzel eserler arasında yer almaktadır. "T" tipi serbest haç planlı Çanlı Kilise Kapadokya'nın bölgesel mimarisinden ayrılan yapı freskolarıyla başkent kökenli etkiler yansıtmaktadır. Kilise, kare planlı naos batıda narteks bölümü, kuzeyindeki şapel ve pareklesion kısımlarından ibarettir. Kilisenin iç kısmında İsa ve Havarilerini konu alan fresklerle süslenmiştir. Kapadokya Bölgesi'nde Çanlı Kilise ve çevresi keşfedilmesi ve turizme kazandırılması gereken önemli alanlardan birisidir. Kilise ve çevresinde kayalara oyulmuş, tarihi 10. yüzyıldan 14. yüzyıla kadar uzanan çeşitli boyutlarda evler yer almaktadır (www.aksaraykulturturizm.com).

2.4.1.3. Kayseri ve Civarındaki Kiliseler

Kubbeli Kilise: Soğanlı köyünden kuzeye uzanan vadinin sol yamacında yer almaktadır. Peribacasının çok iyi bir şekilde işlenmesiyle kubbeler oluşturulmuş, yan yüzler kaplama taş gibi derzli yapılarak işlenmiştir. Kilise, tonozları, kubbeleri,

apsisleri ile ileri bir mimari özellik göstermektedir. Bazilika tipindeki kilise üç nefli ve üç apslidir. Kilise 10. yüzyılda inşa edilmiştir. Kilise’de, Ana apside Peygamberlerin görünümü, yan apside Deesis; tonozda Masum çocukların katliamı, Elizabeth’in takip edilişi, Müjde, Ziyaret, Elizabeth’in bakireliğinin ispatı, Doğum, Üç münecimin tapması, İsa’nın mabede takdimi, Zekeriya’nın öldürülmesi, Yahya’nın çağırılması, Yahya ve İsa, Yahya’nın görevlendirilmesi, Vaftiz, Kana düğünü, İsa ve Samarralı kadın, Kudüs’e giriş, İmparatorun kızının iyileştirilmesi ve aziz tasvirleri yer almaktadır (Gülyaz, 2012: 80).

SurpKrikorLusavoriç Kilisesi: Kayseri’de günümüzde bilinen en eski Ermeni Kilisesidir. Kilise Kayseri Cafer Bey Mahallesi, Yeni Sokak’ta bulunmakta olup, 1191 tarihinde üç nefli bazilika planında inşa edilmiştir. 12. yüzyıla kadar ayakta kalan, ancak XIX. yüzyılın ortalarında yıkılan kilise, 1859 yılında tekrar yapılmıştır. Tarihte çeşitli zamanlarda onarım geçiren kilisenin, üzeri, doğu ve batıdaki bölümleri kubbeli, yan nefler de oval kubbeli ve çapraz tonozlu orta nefi, yan neflerden sütun ve payelerle ayrılmıştır. Kilisenin içerisi kuzey-güney, doğu-batı doğrultusunda atılmış kemerlerle üç dikdörtgen ve bir de kare bölüm oluşturulmuştur. Günümüzde kullanılan ve ibadete açık olan kilisenin girişi, beş sütunlu ve yarım kubbelidir (Küçük, 2013: 391).

Karabaş Kilisesi: Kilise 6. yüzyılda inşa edilmiştir. Kilise roma döneminin karakteristik özelliklerini taşımaktadır. Kilise ve duvarları 11. ve 13. yüzyıllarda tekrar inşa edilmiştir. Başta basit çizgiler ve motiflerle süslenmiştir. Freskler 11. yüzyılda toprak boyayla yapılmıştır. Yağlı boyanın icadından sonra toprak boyalar yerine yağlı boyalar kullanılmıştır. Soğanlı’nın sanat eseri bakımından en büyük ve en güzel kilisesidir. Kilise dört kısımdan oluşmaktadır. İsa’nın doğumu, vaftizi, havlu ile sarılması ve kurutulması, inanç mücadeleleri, çarmıha gerilişi ve Saint Jean’in canavarı boğuşu gibi kompozisyonlar, 12 havarinin ve diğer azizlerin resimleri Biraz ve Türk (Selçuklu) motifleri kilisenin iç duvarlarını süslemektedir (www.kayseri.gov.tr).

Eski Rum Kilisesi: Kayseri Talas İlçesi Tablakaya Mahallesi’nde bulunan ve bugün Yeni Cami olarak kullanılan kilise, 1886 yılında kapalı Yunan haçı planında

yapılmıştır. Kilisenin ana mekânı, dört payenin taşıdığı on iki pencerele yüksek kasnaklı bir kubbe ile örtülmüştür. Kilisenin doğusundaki apsis, camiye çevrildikten sonra kapatılmıştır. Kilisenin ibadet mekânının üzerinde narteksten merdiven ile çıkılan “U” biçimli bir galeri yer almaktadır. Kilisenin iki yanında kesme taşlardan dört adet sütun bulunan kapısı, üçgen alınlıklı sivri kemerlidir. Üç nefli yapı, yüksek yuvarlak kubbeli olup, kubbeyi taşıyan kemer ayakları dört sütun üzerine oturmaktadır. On iki penceresi olan yapıdan ayrı olarak yapılmış bir oturma odası dikkat çekmektedir (Küçük, 2013: 334–335).

Surp Astvadzadzin Kilisesi: Bu kilisenin adı ilk kez 1277 tarihli bir kaynakta geçmektedir. Ancak bu tarihten önce inşa edildiği düşünülmektedir. 1478’de ve daha sonraki yıllarda sürekli adından söz edilmiştir. Kilise Birinci Dünya Savaşı’na kadar varlığını korumuştur. Ve binası günümüzde hala mevcuttur (Adıbelli, 2002: 156).

Azize Barbara (Tahtalı) Kilisesi: Kilisenin 5. veya 6. yüzyıllarda yapıldığı tahmin edilmektedir. Sonraki yüzyıllarda İsa’nın vaftizi, azizler, havariler, koruyucu melekler, portreler, at üstünde bulunan Saint Jean’in canavarı öldürüşü gibi tasvirler, kompozisyonlar, Bizans’a ve Selçuklulara ait motiflerle süslenmiştir (www.kayseri.gov.tr).

2.4.2. Kapadokya Bölgesi Külliyesi, Camileri ve Medreseleri

Alaca Kümbet: Kayseri sınırları içerisinde bulunan Döner Kümbet’in, 1276 yılından daha sonralarda yapıldığı sanılmaktadır. Kapı üzerindeki iki satırdan oluşan mermer kitabede Şah Cihan Hatun için yaptırıldığı yazılıdır. Tamamen kesme taştan yapılan türbenin dış yüzeyi on iki köşeli, tabanı kare planlı, iç kısmı ise silindirik biçimindedir. Anıtsal bir yapıyı andıran Döner Kümbet’in çatısı üzeri kabartmalarla süslü konik olarak inşa edilmiştir. Portal cephesi üstünde insan başlı, kanatlı iki pars figürü arasında çift başlı kartal kabartması yer almaktadır. Portalin solunda hurma ağacının üstünde çift başlı kartal ve iki tarafından birer aslan, sağında ise hurma ağacı kabartması bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 99).

Damat İbrahim Paşa Külliyesi: Osmanlı padişahı III. Ahmet'in damadı Sadrazam Damat İbrahim Paşa tarafından 1726 yılında yaptırılan külliye; cami, medrese, kitaplık, sübyan mektebi, imarethane ve hamamdan oluşmaktadır (Öcal, 2000: 31).

Hacı Bektaş Veli Külliyesi: Külliye, eski Türk saraylarında gözlenen üç avlulu bir yerleşim düzenine sahiptir. Külliye'nin birimleri sahip oldukları fonksiyonlara uygun durumda bu avluların çevresine yerleştirilmişlerdir. Her durum için bir birim düşünülmüştür. Bektaşilik geleneğine uygun terminolojiyle bu birimler "mihman evi, at evi" şeklinde isimlendirilirler. Her birinin içinde farklı eserler bulunan avlulardan ilki Nadar Avlusu'dur. Bu kısma Osmanlı'nın klasik mimari geleneğini yansıtan Çatal Kapı'dan girilir. Külliye'nin en önemli eserlerinden biri sayılan Üçler Çeşmesi birinci avludadır. Diğer avlu, girişi Üçler Kapısı'ndan sağlanan Dergâh Avlusu (Meydan Avlusu)'dur. Bu avluda konuk evi, Aslanlı Çeşme, aş evi ve mescit yer almaktadır. Avlunun ortasında Meydan Havuzu yer almaktadır. Üçüncü avlu, Altılar Kapısı'ndan içeri girilen Hazret Avlusu (Huzur Avlusu)'dur. Külliye'nin kutsallık bakımından en önemli birimi burasıdır. Üçüncü avlunun en önemli yapısı Hacı Bektaş-ı Veli'nin yaptırmış olduğu Kızılca Halvet (Çilehane)'tir. Hazret Avlu'sun da bulunan diğer eserler Hacı Bektaş-ı Veli türbesi, Güvenç Abdal Kümbeti, Resul Bali Kümbeti, Kırklar Meydan ve Balım Sultan Kümbetidir. Balım Sultan Kümbeti Şehsuvaroğlu Ali Bey tarafından 1519'da yaptırılmıştır. Selçuklu kümbet geleneğini sürdüren kümbet Anadolu'da türünün son örneğidir (www.nevsehir.bel.tr).

Eğri Minare (Kızıl Minare): Eğri Minare, İtalya'da bulunan dünyaca ünlü eser Pisa Kulesi'ne benzerliğiyle dikkat çekmektedir. Aksaray'ın merkezinde Nevşehir Caddesi'nde bulunan Eğri Minare, Selçuklu zamanından günümüze ulaşan önemli tarihi eserlerinden biridir. Minareye eğriliğinden dolayı halk tarafından Eğri Minare ismi verilirken, tuğlarının kırmızı renkte olmasından dolayı Kızıl Minare olarak bilinmektedir. 13. yüzyıl Selçuklu eserlerinden olan Eğri Minare, Selçuklu Sultanı Alaaddin Keykubat'ın babası I. Gıyaseddin Keyhüsrev tarafından 1221-1236 yıllarında yapılmıştır. Eğri Minare, Horasan harcıyla inşa edilmiş kırmızı tuğlalardan meydana gelmiştir. Dört köşe bir kaide üzerine silindirik gövde, ince bir silme ile iki kısma bölünmüştür. Üst kısmı mavi ve yeşil, alt kısmı zikzak, çini mozaiklerle

kaplanmıştır. Şerefesi ve doksan iki merdiveni olan Eğri Minare'nin yüksekliği 30,6 metredir (www.aksaraykulturturizm.com).

Taşkınpaşa Medresesi: Kapadokya'da Türk dönemi eserlerinden biri Ürgüp'ün 18 kilometre güney batısındaki Damsa köyünde bir cami ve medrese ile iki türbeden oluşan Taşkın Paşa Külliyesi'ne ait kalıntılardandır (Ekici, 2014: 35).

Hüdavent Hatun Türbesi: Hüdavent Hatun Türbesini, Anadolu Selçuklu Hükümdarı IV. Rukneddin Kılıç Aslan'ın kızı Hüdavend Hatun yaptırmıştır. Türbe orijinal güzelliğini korumaktadır. Yapı inşasında sarımsakta renkte trakit taşı kullanılmıştır. Temiz ve itinalı bir işçilik söz konusudur. Türbe yapı bakımından olduğu kadar, bitkisel geometrik ve özellikle figürlü plastik bezemeleri bakımından özeldir (www.nigdekulturturizm.gov.tr). Türbe, 1990 sonrası yapılan düzenleme ile park, çocuk bahçesi ve çay bahçesi yer aldığı bir alan içindedir. Türbede Hüdavent Hatun'un türbesi yer almaktadır. Ve mezar taşında "Bu Hükümdar Hüdavent Hatun Kabri'dir" yazısı yer almaktadır. Niğde için tarihi dokusu olan özellikli bir türbedir (Gürer, 2009: 310).

Döner Kümbet: Kayseri'de bulunan Döner Kümbet'in, 1276 ya da daha sonra yapıldığı düşünülmektedir. Kapı üzerindeki iki satırdan oluşan mermer kitabede Şah Cihan Hatun için yaptırıldığı yazılıdır. Tamamen kesme taştan yapılan türbenin tabanı kare planlı, dış düzeyi on iki köşeli, iç kısmı ise silindir biçimindedir. Anıtsal bir çadırı andıran Döner Kümbetin çatısı üzeri kabartmalarla süslü konik olarak inşa edilmiştir. Portal cephesi üstünde insan başlı, kanatlı iki pars figürü arasında çift başlı kartal kabartması yer almaktadır. Portalin sonunda hurma ağacının üstünde çift başlı kartal ve iki tarafında birer aslan, sağında ise hurma ağacı kabartması bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 99).

Cami Kebir (Ulu Cami): Kayseri şehir merkezinde olup, Kapalıçarşı'nın yanında yer almaktadır. Ulu Cami olarak bilinmekte, değişik kaynaklarda Cami-i Kebir veya Sultan Cami olarak da adlandırılmaktadır. M. 1135 tarihinde, Danişmendli hükümdarı Melik Gazi tarafından inşa edilmiştir. Caminin kuzeye doğru açılan kapısının yanındaki kitabede ise bir onarım vardır. Melik Mehmet Gazi'nin

yeğenlerinden Yağbasanoğlu, Muzaffereddin Mahmud tarafından 1206 senesinde restore edilmiştir. Şahsın kızı Atsuz Elti Hatun da Gülük Camii’ni aynı zamanda restore ettirmiştir. Abidenin bugün taşıdığı tek kitabe olan onarım kitabesi kuzey duvarın dış yüzüne, kapının yakınına konulmuştur. Onarım kitabesinde şu ifadeler yer almaktadır. “Bu cami, Kılıçaslan oğlu, büyük Sultan Keyhüsrev devrinde – Allah onun yardımını yüceltsin M. 1206 yılında Yağbasanoğlu, Muzaffereddin Mahmud tarafından restore edilmiştir” (www.kayseri.gov.tr).

Şifahiye ve Gıyasiye Medresesi (Selçuklu Müzesi): Gevher Nesibe Mahallesi, Mimar Sinan Parkı içinde yer alan medrese hastanesi, Selçuklu padişahlarından I. Gıyaseddin Keyhüsrev’in kardeşi Gevher Nesibe Sultan’ın vasiyetine “Şifahiye” adını taşıyan hastana yapılmış; bunun yanında, ilk tıbbiye “Gıyasiye” adlı bir medrese kurulmuştur. Osmanlı döneminde medrese hizmeti sağlayan darüşşifa, Birinci Dünya Savaşı sırasında askeri amaçlarla kullanılmış; sonra yarım yüzyıl içinde kendi haline terk edilmiş ve 19602larda tekrar onarılmıştır. Tıp Medresesi odaların birinde Gevher Nesibe Sultan’ın türbesi bulunmaktadır. Şifahiye ve Gıyasiye Medreseleri, birbirine bitişik ve açık avlulu iki yapıdır (www.kayseri.gov.tr).

Kurşunlu Cami: Ana mekânı örten kubbesi kurşunla kaplandığı için Kurşunlu Cami adını alan bu yapı, külliyenin güneydoğusunda, kalın ve yüksek duvarlarla çevrili avludadır. Avlunun kuzey, güney ve batıdan üç girişi bulunmaktadır. Günümüzde kullanılan batı kapısı üstteki sivri, alttaki basık iç içe iki kemerlidir. Avlunun ortasındaki şadırvan kurşun kaplı kubbesi ince işlemelidir. İçten ahşap olan kubbenin saçaklığı geometrik motiflerle bezelidir. Kubbeden kasnağa dek olan bölüm, Lale devrinin özelliklerini taşıyan kalem işleriyle süslüdür. Üç basamakla çıkılan son cemaat yeri kubbelerine de kulenin içinden girilir. Kare planlı ana mekân sekizgen kasnağa oturan kubbeyle örtülmektedir. Dıştan sade görünüşlü caminin içi, Lale Devri özelliğinde kalem işi nakışlarla bezelidir (Öcal, 2000: 31–32).

Hacı Kılıç Cami ve Medresesi: Selçuklunun son dönemlerinden kalma bir değer olarak 750 yılı aşan durumuna göre hala dimdik ayakta duran Hacı Kılıç Cami, mihrabındaki süslemelerle ve taç kapısı, Kayseri’deki tarihi eserler arasında özgün

bir değere sahiptir. Kayseri'nin merkezinde ve İstasyon Caddesi üzerinde bulunan Hacı Kılıç Cami, Selçuklu döneminin en önemli yapıtlarından biridir. Kayseri'nin sahip olduğu dini yapılar arasında önemli bir yeri bulunan Hacı Kılıç Cami; Selçuklu devletinin son dönemlerinde 647 tarihinde Ebu'l Kasım Bin Ali Tüsi tarafından yaptırılmıştır (www.kayseri.gov.tr).

Hunat Hatun Külliyesi: Kayseri merkezde ve kalenin doğusundadır. I. Keykubad'ın oğlu Gıyaseddin Keyhüsrev'in annesi Mahperi Hatun tarafından 1237-1238'de yaptırılmıştır. Mimarı belli değildir. Medrese'nin avlusu açık ve dört yandan revaklıdır. Tek katlıdır. Medreseden külliye de bulunan türbeye giriş bulunmaktadır. Medresede müderris olarak birçok kişi görev yapmıştır. 1528'de medresede müderris olan Mevlana Muhyiddin, iki yıl dokuz aylığına otuz akçe ile görev yapmıştır (Boy, 2017: 65).

Gülük Medresesi: Yerel geleneğin dışında abidevi bir çini mihraba sahip olan Gülük Cami, Bu özelliği ile Kayseri eserleri arasında ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Gülük Cami, Kayseri ili Melikgazi İlçesi Gülük Mahallesi'nde yer almaktadır. Danişmentliler döneminde yaptırılan Gülük Külliyesi, cami medrese ve onların hemen yanında yer alan ve günümüzde bulunmaya hamamdan oluşmaktadır. Külliyenin veya caminin inşa tarihini ve banisini belirten bir kitabesi yoktur. Yapı üzerinde bulunan iki kitabeden daha eski olanı kuzeydoğu cephede yer alan ve sonradan eklenen taç kapı üzerindedir. Bu kitabeğe göre yapılar 1211 yılında Sultan Mehmet Melik Gazi'nin yeğeni olan Yağıbasan Mahmut kızı Atsız Elti Hatun tarafından restore edilmiştir. Taç kapı üzerindeki bu kitabe üç satırdan ibaret olup, Selçuklu sülüsü ile yazılan kitabesinin Türkçesi şöyledir: "Bu binayı Keyhüsrev'in oğlu, dünya ve dinin şerefi, fetihler sahibi, Müminlerin Emiri'nin ortağı, büyük Sultan Keykavus'un hâkimiyeti zamanında, Allah'ın en zayıf kulu, iffetli kadın, Yağıbasan oğlu Mahmud'un kızı Atsuz Elti Hatun 607 yılında restore ettirmiştir (www.kayseri.gov.tr).

2.4.3. Kapadokya Kayalık Manastırları

Rahibeler ve Rahipler Manastırı: Göreme Açık Hava Müzesi'nin girişinin solunda yer almaktadır. Yedi katlı bir kaya kütlesi olan kilisenin birinci katındaki

yemekhanesi, mutfağı, birkaç odası ve ikinci katındaki yıkık şapeli gezilebilir durumdadır (Ekici, 2014: 26).

Erkekler Manastırı: Göreme Açık Hava Müzesi'nde, sağ tarafta Kızlar Manastırı Karşısındadır. Erozyon nedeniyle katlar arasındaki geçişler kapandığından giriş kattaki birkaç oda ziyaret edilebilmektedir (Öcal, 2000: 23).

Kızlar Manastırı: Göreme Açık Hava Müzesi'nin girişinin solunda yer almaktadır. Yedi katlı bir kaya kütlesi olan kilisenin birinci katındaki yemekhanesi, mutfağı, birkaç odası ve ikinci katındaki yıkık şapeli gezilebilir durumdadır (Ekici, 2014: 26).

2.4.4. Yer Altı Şehirleri

Kaymaklı Yeraltı Şehri: Nevşehir'e 20 kilometre mesafede bulunan Kaymaklı kasabasıdır. 8 katlı olup ilk katı erken dönem tarihlenmektedir. Roma ve Bizans dönemlerinde de diğer alanların oyularak genişletilmesi suretiyle yeraltı şehri haline dönüştürülmüştür. Bugün 4 katı ziyarete açıktır. Tuf kayalara oyulmuş bu yeraltı şehri, bir kitlenin geçici olarak yaşayabilmesi için gerekli barınma şartlarına haizdir. Dar koridorlarla birbirlerine bağlanan oda ve salonlar, şarap depoları, su mahzenleri, mutfak ve erzak depoları, havalandırma bacaları, su kuyuları, kilise ve dışarıdan gelebilecek herhangi bir tehlikeyi önlemek için kapıyı içten kapatan büyük sürgü taşları vardır (www.nevsehir.gov.tr).

Derinkuyu Yeraltı Şehri: Derinkuyu yeraltı şehri, Nevşehir'in ilçesi Derinkuyu merkezde yer almaktadır. Kapadokya Bölgesi'nin en önemli yeraltı şehridir. Günümüzde yeraltı şehrinin 85 metre derinliği ve 8 katı %10'u ziyaretçilere açıktır (Mergenci, Masterson ve Sütü, 2010: 63). Yaklaşık 100.000 kişilik bir topluluğun barınma, yeme, içme, ibadet, savunma ihtiyacını karşılayabilecek düzeydedir. Şarap üretimi yapabilen, içinde su kuyusu ve ahırlar bulunan yer altı şehrinin 18-20 kat olduğu bilinmektedir. Yaklaşık 52 havalandırma bacasına sahip bu yeraltı şehrinin duvarlarında tarihlendirmeye yardımcı olacak herhangi bir işaret yoktur (www.nevsehir.bel.tr). Kaymaklı yeraltı şehrinden farklı olarak burada misyonerler okulu, günah çıkartma yeri, vaftiz havuzu ve ziyaretçilerin ilgisini çeken kuyu mevcuttur (Şahin, 2010: 16). Bölgedeki pek çok bilinen yeraltı şehrinin yanında

Derinkuyu'nun önemli bir yeri bulunmaktadır. Burada Hititlere ait eserler ve Roma fethinin zafer sembolü "Zirvedeki Kartal" heykelleri bulunmuş olup Hıristiyanlık öncesi yerleşimlerin delilleri olarak müzelerde sergilenmektedir (Ayyıldız, 1990: 96).

Özkonak Yeraltı Şehri: Avanos'un 14 kilometre kuzeyinde, Özkonak kasabasında bulunan yeraltı şehri apartman düzenindedir. Mekânlar tüneller birbirine bağlanmıştır (Temizkan, 2005: 36). Her bölümün aydınlatılmasıyla rahatlıkla gezilebilen yer altı şehrinde 10 oda, 4 büyük salon, 8 çukur, 4 mezar, 3 hava bacası, 2 yuvarlak sürgü taşı bulunmaktadır (Öcal, 2000: 20).

Tatların Yeraltı Şehri: Yeraltı şehri 1975 yılında tespit edilmiş ve 1991 yılında ziyarete açılmıştır. Acıgöl'ün 10 kilometre kuzeyindeki Tatların kasabasında bulunmaktadır (Öcal, 2000: 21). Bugün sadece iki katı ziyarete açık olan yeraltı şehrinde odaların ve dolapların ebatlarının oldukça büyük oluşu, çok sayıda kilisenin varlığı buranın askeri garnizon ya da manastır kompleksi olduğu düşünülmektedir (www.nevsehir.bel.tr).

Mazı Yeraltı Şehri: Kaymaklı yeraltı şehrine 10 kilometre uzaklıkta olan, Mazı Köyü'nde yer almaktadır. Mazı Yeraltı Şehri, derin bir vadide bulunan köyün batısı sırtına inşa edilmiştir. Değişik yerlerinden dört giriş tespit edilmiştir (Ekici, 2014: 20). Ana giriş taşlarla örülmüş koridordan gerçekleştirilmektedir. Kısa koridordaki iri sürgü taşı, yeraltı şehrinin giriş çıkışını kontrol altına almaktadır. İç kısımdaki küçük oda, sürgü taşının kolaylıkla hareket etmesi için yapılmıştır. Yeraltı yerleşiminin geniş alanlarına yayılan ahırlar, diğerlerinden farksızdır. Ahırlardan kısa bir koridor vasıtasıyla yeraltı şehrinin kilisesine ulaşılmaktadır. Bu mekânın girişi sürgü taşı ile kapatılabilmektedir. Kilise apsisi köşeye oyulmuştur ve cephesi kabartmalarla süslüdür (www.nevsehir.gov.tr).

Özkonak Yeraltı Şehri: Avanos'un 14 kilometre uzağında yer alan, İdiş Dağı'nın yamaçlarına volkanik granit bünyeli tuf tabakalarının fazla yoğun olduğu yere inşa edilmiştir. Geniş alanlara dağılmış olan galeriler birbirlerine tünellerle bağlanmıştır. Kaymaklı ve Derinkuyu yeraltı şehirlerinden farklı olarak katlar arası haberleşmeyi

sağlayacak çok dar ve uzun delikler yer almaktadır. Düzgün oyulmuş odaların girişleri kapatıldığında havalandırma da bu dar (5cm.) ve uzun deliklerle sağlanmıştır. Yine diğer yeraltı şehirlerinden farklı olarak sürgü taşından sonra, tünel üzerine (düşman kızgın yağ dökmek maksadıyla) delikler oyulmuştur. Özkonak yeraltı şehrinde Kaymaklı ve Derinkuyu yeraltı şehrinde olduğu gibi hava bacası, su kuyusu, şirahanesi ve sürgü taşları bulunmaktadır (Gülyaz, 2012: 92).

Acıgöl Yeraltı Şehri: Mazı ve Özlüce yeraltı şehirleriyle benzerlik göstermektedir. Tam tamına temizlenmemiş olan yeraltı şehrinde büyük odalar birbirine tünellere bağlanmıştır. 3 girişi bulunan şehrin orijinal olmayan üçüncü girişinin her iki tarafına kapı yüksekliğinde taşlar konulmuş, yatay tek taşla da kapı desteklenmiştir (www.nevsehir.bel.tr).

Özlüce Yeraltı Şehri: Özlüce kasabasındadır. Kaymaklı ilçesine 6 kilometre uzaklıktadır. Kaymaklı – Derinkuyu yolu üzerinden yeraltı şehrine ulaşım sağlanabilmektedir. Özlüce yeraltı şehrinin sadece bir adet katı bulunmaktadır (Mergenci, Masterson ve Sütü, 2010: 64).

SivasaGökçe Toprak Yeraltı Şehri: Gülşehir'in merkezinde, Gökçe Toprak köyü yakınlığındadır. Diğer şehirlerden farklı bir jeolojik karaktere sahiptir. En altta kahverengi renkte çamur taşı, üzerinde ise tuf en üst katta da andezit kaya blokları yer almaktadır. Halen tam olarak temizlenmemiş olan yeraltı şehrinin iki katı tespit edilebilmiştir. Düzgün olmayan dikdörtgen mekânlar birbirine dar, uzun koridorlarla bağlanmıştır. Yeraltı şehrinin içinde 25 derinlikteki su kuyusunda halen su bulunmaktadır (Ekici, 2014: 22).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNANÇ TURİZMİ VE TÜRKİYE

3.1. İnanç ve Turizm İlişkisi

Antik çağlardan günümüze kadar dünyadaki tüm dinler inanç sahiplerine kutsal yerleri ziyareti emrederken, yapılan ziyaretin onların dünyevi ya da manevi sorunlarından kurtulacağı umudunu vermiştir. Kutsal yerlere dini yükümlülüklerini yerini getirme, arınma, iyileşme gibi nedenlerle yapılan ziyaretler hac olarak adlandırılmaktadır. Dini bir görev olan hac, bir temizlenme vesilesi ve aynı zamanda bir ibadettir. Tüm dinlerle bağlantılı olan hac ibadeti, inanışın bir ifadesi, onun gerekli ve bütünlüğü bir parçasıdır. Din var olduğu sürece hac ibadeti de varlığını sürdürecektir ve hac ibadetinin var olduğu bir ortamda ise, din ile turizm arasında karşılıklı bir ilişki olacaktır (Çelik, 2010: 54).

Din ve turizm arasındaki ilişkinin önemini anlamak için din faktörünün turizm üzerindeki ekonomik ve sosyolojik boyutunu anlamak gerekmektedir. Dinin turizm üzerindeki ekonomik boyutu her zaman için turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri cezp etmektedir. Çünkü insanlar dini inançlarının gereklerini yerine getirmek için daha fazla harcama yapmaktadırlar. Bu da turizm sektöründeki işletmeleri inanç turizmi alanında faaliyet göstermeye yönlendirmektedir. Günümüzde parasal ve kitlesel bir olay haline gelen turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır (Akat, 2000: 24).

Turizm, seyahat düşüncesi üzerinde büyük bir etkisi olan din ile çok yakından ilgilidir. İnanç faktörü geçmişten bugüne insanları seyahate yönlendiren en önemli faktördür. Dini binalar, dini festivaller, ayinler, dini inançlar ve dinsel olaylar turist davranışlarını farklı etkileyen ve insanları inanç turizmine teşvik eden önemli

faktörlerdir. İnanç turizmi, ilk çağlardan günümüze kadar insan yaşamında önemli bir seyahat motifi olmuştur. İnanç turizminde, diğer turizm çeşitlerinden farklı olarak insanlar inançlarının gerektirdiği dini vecibelerini yerine getirmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerleri ziyaret etmektedirler. İnsanların söz konusu mekânlara yönelik seyahatlerini, ibadetlerin mekânla ilişkili oluşu sağlamaktadır (Usta, 2005: 2).

Dolayısıyla bu durum ziyaret edilen ülkelerin ve bu ülkelerde hizmet sunan işletmelerin turizm planlaması yaparlarken, inanç turizmine daha çok pay ayırmalarına sebep olmaktadır. Sosyal ve kültürel olarak değerlendirildiğinde ise, aynı amaçlar uğruna farklı milletten ve farklı kültürden insanların farklı dilleri konuşmalarına rağmen, kutsallığına inandıkları mekânlara aynı duygularla seyahatler gerçekleştirmeleri, toplumsal açıdan manevi bir yaklaşım sağlamaktadır ve kardeşlik duygusunu öne çıkarmaktadır (Şahiner, 2012: 27).

Dini inançları gereği vazifelerini yerine getirmek için seyahat eden turist sayısının her geçen gün arttığı görülmektedir. Çünkü insanlar için dini inanışlar çok önemli bir unsurdur. Bundan dolayı dini sebeplerle ziyarette bulunan turistlerin sayısının her yıl daha da arttığı görülmekte ve bu ziyaretler, turizm sektörü için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Din, inanç sebebiyle seyahat eden turistler için önemli olduğu kadar, yerel halklar için de çok hassas bir konudur. İnanç turizmine yönelik seyahatlerin beklenen düzeyde gerçekleşebilmesi için ziyaret edilen yerlerde yaşayan insanların da dini sebeplerle seyahat eden turistlere, turistlerin kutsal mekânlarına ve inançlarına saygı göstermeleri gerekmektedir (Kuyucu, 2017: 20).

3.2. İnanç Turizminin Tanımı

“İnanç”, sözlük anlamı ile “kişice veya toplumca, bir düşüncenin, bir olgunun, bir nesnenin, bir varlığın gerçek olduğunun kabul edilmesidir”. “Tanrı’ya, bir dine inanma, iman, itikat, birine duyulan güven, inanma duygusu” demektir. İnanmak, bir düşünceye, bir kanıya bağlı bulunma veya bağlı bulunan düşüncedir (Bahar, 2015: 13).

İnanç turizmi, insanların sürekli yaşam alanları dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan, çıkış noktası inançları gereği dini vecibelerini yerine getirmek veya ziyaret etmek için dini açıdan önemli gördükleri kutsal yerlerde, en az bir gece konaklamadan oluşan geçici seyahatlerin ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkiler bütünüdür (Kızılkaya, 2013: 20).

Ruhsal bir rahatlama sağlayan inanç turizmi, turistler için boş bir seyahatin yanı sıra, kültür, tarih ve dinlerine ait mirasların, bugünün hayatını nasıl etkilediklerini görebilmelerine olanak vermektedir. Dini seyahatler, insanları ruhsal, fiziksel, sosyal ve duygusal anlamda etkilemektedir. İnsanları inanç turizmine yönelten genel nedenler şu şekilde sıralanabilir (Şahiner, 2012: 28–29):

- Her ziyaretinin yerine getirilmesinin vereceği manevi rahatlık,
- İnsanların kendi dinlerine mensup kişilerle tanışma ve buluşma isteği,
- Dini vazifelerini yerine getirmek,
- İnsanların kendi dinlerine ait önemli merkezleri görme isteği,
- Günahlarından kurtulmak ve Allah'a isteklerini bildirmek isteğidir.

İnsanları inanç turizmine yönelten psikolojik sebepler ise şu şekilde sıralanabilir:

Dini Arz Kaynaklarının Zenginliği: Tüm dünyadaki turistik değerler incelendiğinde özellikle dünya tarihinde 3 şehir önemle ziyaret edilmektedir. Bunlar: İstanbul, Roma ve Kudüs' tür. Bugün bu 3 yer hala önemini korumakta ve her yıl yüzlerce inanç turistine ev sahibi olmaktadır. Günümüzde seyahatlerin kolaylıkla yapılıyor olması ve insanların yeni yerler ziyaret etmek istemesi inanç turizmi dolayısıyla yola çıkan turistlerin seyahat noktalarını artırmıştır. Bugün dünyanın her yerinden, farklı dinler için önemli olan sayısız yeri milyonlarca inanç turisti ziyaret etmektedir (Aksoy, 1998: 8).

Dini Gün ve Bayramlar: İlahi dinlerde haftanın belirli bir günü insanların birbirleriyle kaynaşması ve toplu ibadetlerin yapılması için tatil ilan edilmiştir. İslam ülkelerinde iç ve dış turizmin hızlandığı Ramazan ve Kurban Bayramları vardır. Yine İslam dinindeki Hac ve Umre ziyaretleri tüm dünyada bir kitle hareketine sebep olmaktadır. Her yıl 2 milyon Müslüman, Mekke ve Medine şehirlerine Hac amacıyla

ziyaret yapmaktadır. Hz. İsa'nın doğum günü nedeniyle her sene Aralık ayının son haftası, tüm kıtalarda turizm olayı bütün yönleriyle canlılık kazanmaktadır. Özellikle Rus Ortodoks kilisesi açısından çok önemli bir aziz olan Aziz Nikolas'ın Demre'de (Antalya) yaşamış olması, Hıristiyanlar için tatil dönemi olan Noel'i burada geçirmeleri için de bir fırsat olarak çıkmaktadır (Şaman, 2009: 14).

Dini Yayma Faaliyetleri: Peygamberlerden havarilere ve din adamlarına kadar pek çok din mensubu dinleri yaymak, hakikati tebliğ etmek amacıyla tarih boyunca büyük seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Tek tanrı fikrini dünyaya ilk yaymaya çalışanlar Yahudiler olmuş, daha sonra bu fikir Hıristiyanlıkta daha da kuvvetli işlenmiştir. Hıristiyanlıkla gelişen misyoner turizmi haçlı savaşlarıyla kitle turizmi haline gelmiş ve bu olaylar neticesinde Avrupa, Kudüs ve Anadolu arasındaki turistik bağlantı artmıştır. "İslamiyet'te ise hak, hakikat, adalet uğruna yola çıkmak, yolculuk zahmetlerine katlanmak yüceltilmiştir" (Kaya, 1996: 1).

3.3. İnanç Turizmi Türleri

İnanç turizmi; inanç turizminin ülke sınırları içerisinde olup olmamasına göre "aktif inanç turizmi" ve "pasif inanç turizmi" şeklinde sınıflandırılmaktadır (Kaya, 1996: 5).

Aktif İnanç Turizmi: Bir ülke insanının dini ihtiyaçlarını gerçekleştirmek amacıyla başka ülkelere gitmesi ve bu seyahati süresince turizm kavramı içindeki ilişkilerden yararlanması, gidilen ülke açısından aktif inanç turizmidir (Şaman, 2009: 16). Örneğin, Aziz Pavlus yılı olması dolayısıyla, dini ihtiyaçlarını gerçekleştirmek amacıyla Türkiye'ye yapılan seyahatler Türkiye açısından Aktif İnanç Turizmi olmaktadır.

Bu inanç turizminde önemli olan, hac ziyaretleri gerçekleştirilen dini merkezlere sahip olmak ve bu merkezlere yurtdışından ziyaretler gerçekleştirilmesidir. Bu inanç turizmi neticesinde ziyaretçilerin, ziyaret edilen destinasyona döviz bırakıp ülke ekonomisine katkı sağlaması aktif inanç turizminin en önemli özelliğidir (Kurnaz, 2013: 10).

Aktif inanç turizmine verilebilecek en iyi örnek; Ülkemizden Suudi Arabistan'a hac ve umre vazifelerini yerine getirmek için Mekke ve Medine'ye her yıl binlerce insanın gitmesi Suudi Arabistan için aktif inanç turizmidir.

Pasif İnanç Turizmi: Pasif inanç turizmi aktif inanç turizminin tersine bir ülke insanının dini inancının gereğini yerine getirmek için başka bir ülkede bulunan dini mekânlara yaptıkları seyahatlere ve bu seyahatleri süresince inanç turizmi faaliyetleri içinde bulunmasına ve yararlanmasına denmektedir. Her yıl ülkemize inançları gereği dini mekânları ziyarete gelen turistler, bizim için aktif inanç turizmine, turistlerin geldiği ülke için ise pasif inanç turizmine örnektir. Taş (2015) ve Dermican (2014)'nın ifade ettiği gibi pasif inanç turizminde önemli olan, hac ziyaretleri yapılan dini merkezlere sahip olmak değil, bu dini merkezlere sahip olan ülkenin topraklarına gitmektir. Diğer önemli olan bir husus ise bu süreç içinde turizm işletmelerinin imkanlarından yararlanarak karşılığında o ülkeye döviz bırakmaktır. Bu da o ülkenin döviz talebini arttırmakta ve pasif inanç turizmine katılanların görünmeyen ithalatı söz konusudur.

3.4. İnanç Turizminin Özellikleri

Dinlerin birbirlerinden farklı yapılarda olmaları ve inananlarına farklı zaman, mekân ve şekilde beklentilerde olmaları, inanç turizminin uygulamasında da farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda dini seyahatler farklı dinlerde farklı şekillerde düzenlenmektedir. Kimi dinlerde bu seyahatlerin kesin zaman aralıkları varken kimilerinde böyle bir kıstas konulmamıştır. İnanç turizmi hareketlerinin genelde üç şekilde ortaya çıktığı gözlenmektedir (Çakmak, 2014: 10):

- Grup halinde yapılan hacı olma maksatlı hac gezileri,
- Belirli dini tarihlerde, önemli dini olayların yıl dönümlerinde gerçekleşen büyük ölçekli toplantılar ayinler,
- Turistik güzergâhlar üzerindeki önemli dini merkezler, mimari ve sanatsal özellik taşıyan yapıları kapsayan turlardır.

Katılımında maneviyatın önemli rol oynadığı inanç turizminin sosyal, ekonomik, dini ve kültürel etkileri barındıran özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Albayrak, 2013: 236–237):

- İnsanların dini yerleri görme isteği veya dini açıdan görevi gereği inanç turizminin talep yaratma özelliği vardır. Çünkü insanlar dini yerleri oldukları yerde ziyaret etmek durumundadır.
- İnanç turizmi insanların maneviyatlarını gerçekleştirmek ve böylece kendilerini daha rahat hissettikleri turizm türüdür. Bu nedenle inanç turizminin insanların zihinsel, ruhsal ve sosyal olarak rahatlamalarını sağlayan bir turizm türüdür.
- İnsan doğası gereği yaş ilerledikçe manevi açıdan doygunluk hissini artması sebebi ile inanç turizmi üçüncü yaş turizmi ile yakından ilgilidir.
- İnanç turizmi istenilen her yerde gerçekleştirilen bir turizm çeşidi değildir. Gerçekleştirmek istenen bölge ya da ülkede mutlaka dini çekim yerlerinin olması gerekmektedir. Bu neden gerçekleştirildiği yerlere rekabet avantajı sağlayan bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi gerçekleştirildiği bölgede kültürel alışverişin ve aynı zamanda farklı dinlerden olan insanların kaynaşmasını sağlayan bir turizm türüdür.
- İnanç turizmi manevi değerlerin maddi değerlere dönüşmesini sağlayan bir turizm çeşididir. Dolayısıyla gerçekleştirildiği bölgeye ve ülkenin turizm ekonomisine gelir sağlama özelliğine sahip bir turizm türüdür.

3.5. İnanç Turizmi Açısından Dinler ve Gelişimi

İnanç turizmi açısından İslamiyet, Musevilik ve Hıristiyanlık dinleri detaylı olarak 3 başlık altında incelenmektedir.

3.5.1. İslamiyet

Semavi dinlerin sonuncusu olan İslamiyet, daha önce gelmiş diğer iki semavi din olan Musevilik ve Hıristiyanlık ile aynı kökten çıkmıştır. “İslam” sözcüğü “teslim olma” veya “bağlanma” anlamı veren “seleme” kelimesinden türemiştir. Bu nedenle İslamiyet, Allah’a ve onun buyruklarına, hiç koşul koymadan inananların dinidir. İslam dinine inananlara Müslüman adı verilmektedir. Bu sözcük ise, “İslam dinini kabul eden anlamına gelen Arapça “Müslim” sözcüğünden türetilmiştir” (Usta, 2005: 10).

Seyahat ve yolculuk İslam’ın kutsal kitabı Kuran’ı Kerim’de sefer kelimesiyle tasvir edilmiştir. “Suyun yerin üstünde sürekli akması” anlamındaki seyahat, sözlüklerde de

“yürüme, gitme, ibadet edip yeryüzünde gezip dolaşma” şeklinde açıklanmıştır. Ayetlerde “yeryüzünde gezip dolaşmazlar mı?” veya “yeryüzünde gezip dolaşın” şeklinde ifadelerin bulunması seyahatin İslam dininde inanca bağlı bulunan bir olgu olduğunu göstermektedir (Şahiner, 2012: 23–24).

Hacca gitmenin İslamiyet’in şartlarından biri olarak kabul edilmesi nedeniyle Müslümanlar ömürlerinde en az bir kere de olsa İslam Peygamberinin doğup büyüdüğü yerleri ve İslamiyet’in yayıldığı kutsal toprakları görme niyeti içerisindeyler. İslamiyet’in şartından biri olarak nitelendirilen hac ibadeti bu nedenle İslamiyet de seyahati bir ibadet şekli olarak zorunlu kılmaktadır. İslamiyet açısından hac ibadeti 4000 sene öncesine Hz. İbrahim peygambere kadar uzanmaktadır. İslam inancındaki turist hacıların Mekke’nin yanı sıra Medine’yi Hz. Muhammed peygamberin kabrini ve Medine’deki camiyi görmek için ziyaretler gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Ayrıca, İsrail’deki Mescid-i Aksa ve Mısır’daki Sina Dağı ile birlikte İslam nüfusunun önemli bir kısmı olan Şia Müslümanlarının Şam (Suriye), Bağdat (Irak), Meşhed ve Kum’da (İran)’ da yer alan önemli türbeleri ve Irak’taki Necef ve Kerbela’yı ziyaret ettikleri bilinmektedir (Çifci, 2014: 21).

Bugün önemli bir çabayla yeryüzüne çıkartılan önceki kavimlerin geride bırakmış olduğu saray, şehir, han, kervansaray gibi tarihi eserleri ve harabeleri birer ibret vesikası olarak gezilip görülmesini ve günümüzde az sayıda bulunan tabiat güzelliklerinin ziyaret edilerek tefekkür edilmesini İslam’ın kutsal kitabı Kur’an-ı Kerim teşvik etmektedir. Yani doğa güzelliklerinin yaratıcısı düşünmeye ve ona teslim olmaya sevk edeceği, bu nedenle de tabiat harikası olan yerlerin gezilip görülmesi yüce Allah tarafından istenmektedir. Kur’an-ı Kerim’in birçok ayetinde Allah çeşitli kazanımlar için insanı yeryüzünde seyahat etmeye, gezip görmeye, dolaşıp öğrenmeye teşvik etmektedir (Taş, 2015: 29).

Anlaşıldığı üzere İslam dininin yapısında seyahat etmek, turist olmak ve turizm faaliyeti içerisinde Kuran’ın çizdiği sınırlar dâhilinde bulunmak vardır. Doğal olarak İslam dinine mensup olan insanlar da kutsal kitaplarının emrettiğini yerine getirmek ve affedilmek maksadıyla inanç turizmi gerçekleştirmektedirler.

3.5.2. Musevilik

Yahudilik/Musevilik, geçmişi yaklaşık olarak altı bin yıl geriye giden bir dindir. Musevilik, İsrailoğulları ile Tanrı arasındaki ahde kutsal kitaplarında geniş yer ayırması nedeniyle bir “Ahit Dini” olarak bilinmektedir. Ahit çerçevesinde Tanrı; Sina’da İsrailoğullarını kendisine muhatap kılmış, onlardan emirlerine uyacaklarına dair söz almış ve Hz. Musa’nın şahsında Tora’yı/Tevrat’ı onlara vermiştir. Bu durum, Yahudilerin kendilerini dünya milletleri arasından seçilmiş kavim/millet olarak görmesini sağlamıştır. Bu seçilmiş olma düşüncesi; Yahudilerin tarihi süreçte kendilerini diğer milletlerden farklı/üstün kılmasını sağlamıştır. Onlara göre her türlü baskı karşısında, milli ve dini kimliklerini seçilmiş fikri sayesinde koruyabilmişlerdir. Çünkü onlar, Tanrı’nın İsrailoğullarını seçmekle birlikte diğer insanlara da üstün kıldığına inanmaktadırlar (Küçük, 2013: 93). Bu nedenle, Musevilik bir Dünya dini olamamış, sadece tek bir ulusun dini olarak kalmıştır.

Babil sürgünü sonrasında Yahudi isminin ön plana çıkmasıyla birlikte İsrail ismi de kullanılmaya devam etmiştir. İsrail, genel tarihi anlamda, Yahudi ise özel ve yaşayan bir kavimi tanımlamak için kullanılmıştır. Tarih içinde bu iki isim, karakterle ilgili muhteva da kazandırmış; İsrail olumlu karakteri, Yahudi ise olumsuz karakteri belirtir olmuştur. Yahudi isminin küçük düşürücü bir anlam kazanmasından dolayı Yahudiler, Hıristiyan topraklarına zaman zaman bu isim yerine İsraili (İsrailite) ismini kullanmayı tercih etmişlerdir. Yahudiler, azınlıkta buldukları Müslüman ülkelerde de Yahudi yerine Musevi ismini kullanmayı tercih etmişlerdir (Çakmak, 2014: 24).

Yahudilerin başlarından geçen sürgün ve göç olayları nedeniyle dünyanın dört bir yanına dağılmaları onların diğer milletlere göre daha gezginci ve seyahate yatkın olmalarını sağlamıştır. Bu sayede tek Tanrı inancıyla Yahudiler bütün Dünyada vaktiyle din ve ahlak öğretmenleri haline gelerek Hıristiyanlığında yolunu açmışlardır. Eski Ahid’de misafirlik ve uluslararası ilişkiler epeyce konu edilmiştir. Uzun bir süre esaret altında kalan bu topluluk misafire önem vermektedir. Yolcu olan misafir inançlarına göre garip sayılmıştır. Misafirlik konusu Tevrat’ta şu şekilde anlatılmaktadır. “Ve diyarınızda bir garip seninle misafir olursa onu mağdur

etmeyeceksiniz, sizinle misafir olan garip aranızda yerli gibi olacak ve onu kendin gibi seveceksin. Çünkü Mısır diyarında gariptiniz” (Usta, 2005: 16).

Yahudilik dini açısından seyahat aslında temelinde hac yolculuğu bulunmaktadır. Yahudilikte Hac yolculuğu yılda üç defa olmak üzere Kudüs’teki Süleyman Mabedine yapılmaktadır. Bu yolculuk için “senin bütün erkeklerin, yılda üç kere, Rab Yehovanın önünde görünecektir” ayeti mucibince erkeklere farz kılınmıştır (Kaynak ve Sezgin, 2014: 354).

Kutsal mekân kavramından hareketle İsrailoğulları, tarihin değişik dönemlerinde zorunlu göçlere maruz kalmalarına rağmen değerlerinden vazgeçmemişlerdir. Kudüs’e gidemeyen Yahudiler, hac bayramlarını, buldukları ülkelerde, evlerinde ve sinagoglarda kutlamışlardır. Bu sürgün tarihi boyunca Zeytin Dağı, Hz. Davut’un mezarının bulunduğu Sion Dağı, İlyas mağaraları, farklı kutsal mekânların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yahudi kültüründe tarih boyunca ortaya çıkan kral, peygamber ve veli kimselerin kabirlerinin ziyaret edilmesi yaygın olsa da hac için muteber olan yer Kudüs’teki Süleyman Mabedinden geriye kalan ağlama duvarıdır (Kaynak ve Sezgin, 2014: 355).

3.5.3. Hıristiyanlık

Hıristiyanlık; İsa ile başlayan ve İsa’nın tebliğ ettiği öğretiler ile oluşan bir dindir. Bu dinin temel kaynağı Kutsal Kitaplar/İnciller’dir. Ancak İnciller’de Hz. İsa ile ilgili detaylı bilgiler mevcut olmasına rağmen “Hıristiyan” ve “Hıristiyanlık” gibi terimlere rastlanmamaktadır. Bu terimler, ilk defa, Hz. İsa’dan on beş yirmi yıl sonra, tahminen M.S. 46/47’li yıllarda Antakya’da kullanılmıştır. Bu süreçte Barnaba ile Pavlus’un da aralarında bulunduğu Hz. İsa’ya inananlar, Antakya’da bir araya gelmişler ve kendilerini “Hıristiyan” olarak adlandırmışlardır. Hz. İsa’ya inananların Hıristiyan olarak adlandırılması da ilk defa bu toplantıda olmuştur. Ancak İnciller’de Hıristiyanlık gibi bir adlandırılmaya rastlanmamaktadır. Resullerin/Elçilerin İşleri’nde yer alan bu adlandırma; İsa’ya verilen İbranice “Meshedilmiş” sıfatının Yunanca karşılığı Christos/Hristos kelimesinden gelmekte ve “Mesih-İsa Yanlısı/Mesih-İsa’ya İnanan” anlamını taşımaktadır (Küçük, 2013: 93).

Yahudilerde Hz. Yakup'la başlayan peygamberler zincirinin son halkasını, Hz. İsa teşkil etmektedir. Yahudiler Hz. İsa'ya rağbet etmeyince bu durum yeni Ahid'in tesisine yol açmıştır. Özellikle havarilerin çeşitli memleketlerde kilise örgütünü kurmaları, Hıristiyanlığı yaygınlaştırmaları ve bugün kutsal sayılan mektuplar, yapılan bu seyahatlerin ürünlerini oluşturmaktadır. Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde, seyahat amacının tek bir hedefe yani Hıristiyanlığı yaygınlaştırma hedefinde toplandığı anlaşılmaktadır. Örneğin “Ve onlara dedi; bütün dünyaya gidin İncil'i bütün herkese vazedin.” (İncil, 1996: 16-15). Burada dünyanın her bir tarafına gidin emri verilirken; “Şimdi siz gidip bütün milletleri ziyaret edin, onları Baba, Oğul ve Ruhülkudüs ismiyle vaftiz eyleyin.” (İncil, 1996: 19-20). İfadesiyle seyahatlerin amacı net bir şekilde açıklanmaktadır. Bu amaçla seyahate gönderilen Havarilerin yolculuk esnasındaki zorluklarla baş edebilmeleri için Hz. İsa'nın vermiş olduğu öğütler, seyahat için ayrı bir anlam taşımaktadır. Bunlardan bazıları; “Kemerlerinize ne altın, ne gümüş, ne bakır koyun; Ne yolculuk için torba, ne iki gömlek, ne çarık, ne değnek alın. Zira işçi kendi yiyeceğine layıktır. Herhangi bir şehir veya köye girerseniz orada değerli kim olduğunu araştırın ve çıkıncaya kadar orada kalın. Evin içine girerken evi selamlayın ve eğer değerli değil ise selamınız size geri dönsün. Kim sizi kabul etmez ve sözlerinizi dinlemezse o evden veya şehirden çıkarken ayaklarınızın tozunu silkin” (İncil, 1996: 10–14).

Yahudi toplumunca benimsenmeyen Hıristiyanlık Romalılar tarafından benimsenmiş ve Tarsuslu St. Paul'la birlikte hızla yayılarak evrensel bir boyut kazanmıştır. Hıristiyanlık dininde seyahat olgusu yani inanç turizmi faaliyetleri Hz. İsa'nın yaşadığı ve hayatını geçirdiği kutsal yerlere veya Roma'daki din büyüklerine atfedilen kutsal yerlere yapılan yolculuklarla devam etmiştir. Kısacası Hıristiyanlıkta seyahat ilk olarak Paulus'un telkinleri doğrultusunda, Kudüs'ten dünyanın farklı yerlerine dağılarak Hz. İsa'nın öğretilerini yayma çabasına girişmeleri ve kendilerini Tanrının Krallığındaki hac yolculukları olarak algılamışlardır (Taş, 2015: 28).

Günümüz 21. yüzyılında 25 milyon Hıristiyan dini amaçlarla seyahat gerçekleştirmektedir. Yaklaşık olarak 6 milyon turist her yıl Rome ve Lourdes'e gittiği, 4 veya 5 milyon insanın ise Fatima'ya, 2 milyon insanında Guadalupe Meksika'ya ve Türkiye toprakları arasında bulunan ilk Hıristiyanların yaşamış olduğu

Kapadokya bölgesi ile Meryem Ana Evi ve çeşitli Aziz kiliseleri ziyaret etmektedirler. Ayrıca Fener Rum Patrikhanesinin İstanbul'da bulunması bu patrikhanenin Ortodoks Hıristiyanlar tarafından ziyaret edilmesine neden olmaktadır (Çifci, 2014: 21).

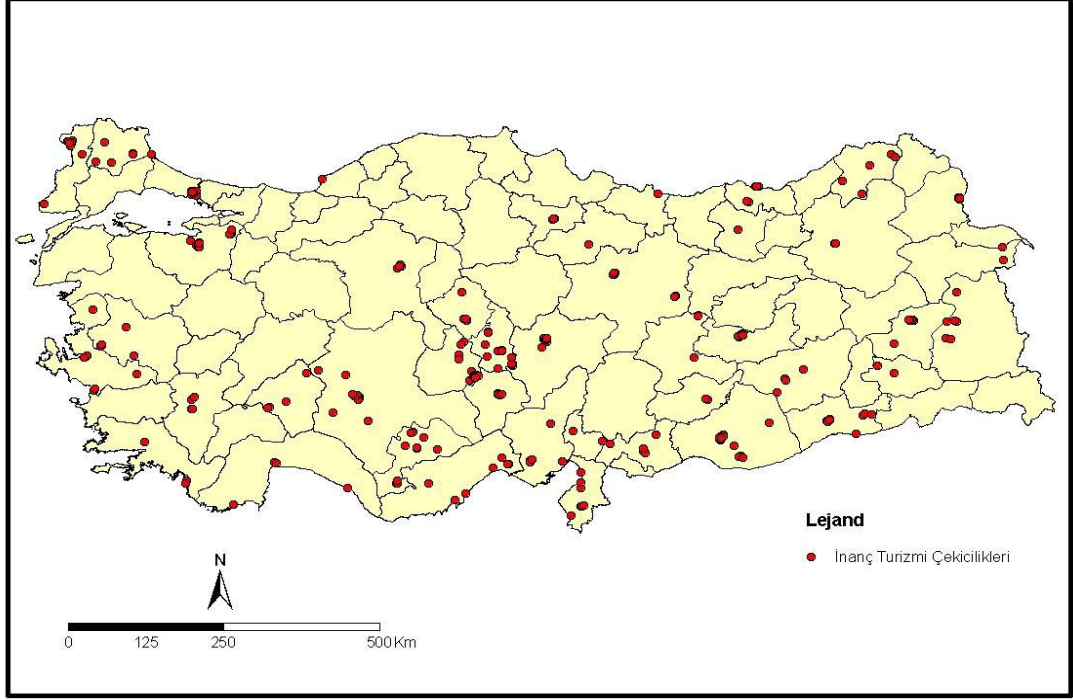
3.6. Türkiye'de İnanç Turizmi

Türk halkının Anadolu toprakları üzerinde uzun yıllardan bu yana sürdürdüğü yaşam biçimi ve ilgili dönemin özelliklerini yansıtan dini inançları, gelenek ve görenekleri, mimari ve sanat eseri günümüz turizmine önemli birer kaynak oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra ilkçağ uygarlıklarının Anadolu'da yaşam bulması, Hıristiyanlığın ilk dönemlerindeki Havarilerin, Ortaçağ'da ise; Musevilerin buldukları ülkelerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikalarının sonucu olarak bu topraklara sığınmış olmaları dolayısıyla Anadolu, üç büyük dine ait birçok kültürün doğduğu, geliştiği ve yayıldığı bir dini merkez konumuna ulaşmıştır (Kozak vd., 2010: 38).

Anadolu, sadece Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğundan kalan İslami değerlere ev sahipliği yapmakla kalmayıp, aynı zamanda tarih öncesi çağlardan başlayarak Hitit, Phryg, Helenistik Dönem, Roma, Bizans vb. birçok kültürel değeri barındırmıştır. Tek tanrılı dinlere ait pek çok tarihi eser, bu imtiyazlı ülkenin kültürel birikimine değer katmıştır. Çünkü Anadolu, bu dinlerin serpilip, boy attığı yer olmuş, dinlerin doğdukları yere yakın olmanın sağladığı jeopolitik değer Anadolu'yu farklı kılmaya yetmiştir. Çok tanrılı dinlerden tek tanrılı dinlere kadar uzanan pek çok inanca ev sahipliği yapmıştır. Anadolu, Ana Tanrıça Kybele'ye ev sahipliği yapmanın yanında, birçok dinin, özellikle de tek tanrılı dinlerin doğduğu topraklara yakın olmanın verdiği avantajla bu dinlerin serptiği nokta olmuştur. Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu sayesinde İslamiyet'e ait izler Anadolu'yu süslerken, Erken dönem Hıristiyanlıkta başlayan ve sonrasında Roma ve Bizans'la devam eden Hıristiyan öğeler Anadolu'nun tarihini zenginleştirmiştir. Bu zenginlik, aynı zamanda hoşgörüyü de beraberinde getirmiş ve yüzyıllardır bu topraklarda Müslüman, Hıristiyan, Yahudi vb. farklı inanç ve kültürler barış ve huzur içinde bir arada yaşamışlardır (Bahar, 2015: 23).

Anadolu'da inanç turizminin geliştirilmesi kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı da bir çalışma gerçekleştirmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı 1993 yılında, İnanç Turizm Projesi adı altında; Türkiye'de üç semavi din bakımından inanç turizmi için

çekicilik unsuru oluşturan değerlerin envanterini hazırlamıştır. Buna göre; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye’de üç semavi din açısından değerlendirilebilecek 316 adet kutsal yerin olduğu belirtilmiştir (Zengin, 2010: 36). Bu yerlerin, illere göre dağılışı Şekil 4’de verilmiştir.



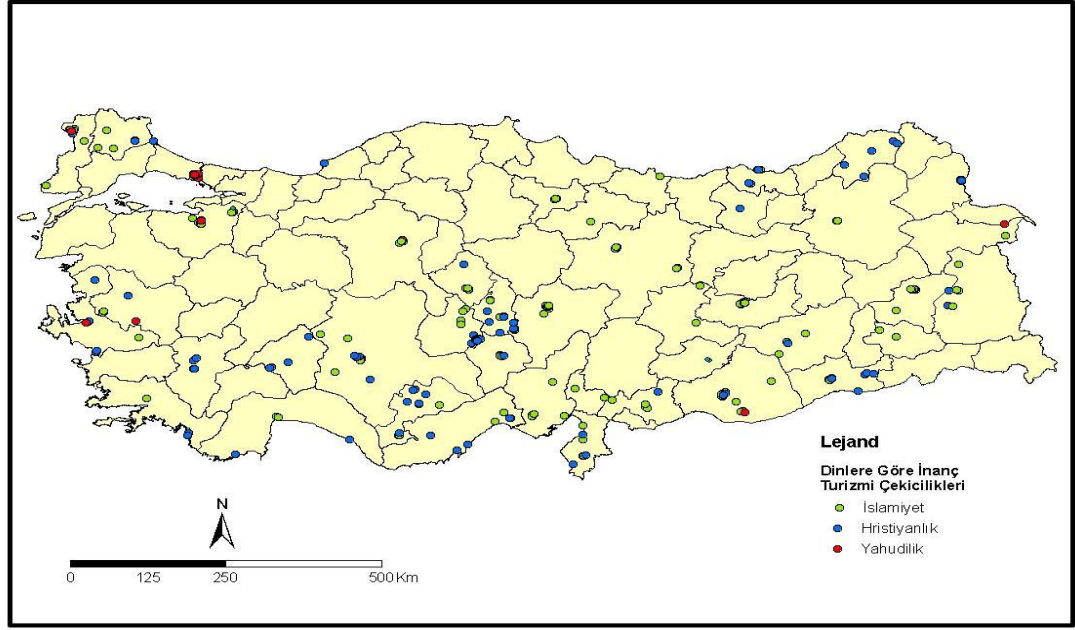
Şekil 4:Türkiye’de Üç Semavi Din Açısından İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilebilecek Yerlerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: Okuyucu ve Somuncu, 2013: 632.

Anadolu’da tespit edilen 316 eserden 167’si İslam, 129’u Hıristiyan ve 20 tanesi Musevi dinine aittir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İnanç Turizmi Projesi ile ayrıca üç semavi dinin günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin çevre düzenlemesi, aydınlatma, ulaşım vb. gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının artırılması hedeflenmektedir (www.kultur.gov.tr, 2018).

Ayrıca yerel yönetimleri teşvik ve bilinçlendirme çalışmalarının yapılması, eylem planı çerçevesinde envanter çalışmalarının tamamlanarak, mülkiyet araştırmaları ve gerekli restorasyon proje ve uygulamalarının yapılması, söz konusu inanç merkezlerini çevrelerinden bağımsız düşünmeden ulaşım bağlantılarının iyileştirilerek nitelik artırıcı çevre düzenleme projeleri yapılması ve diğer turizm

türleri ile entegre olabilmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizminin gelişmesine yönelik önerileri arasında bulunmaktadır (Çelik, 2010: 60).



Şekil 5: Dinlere Göre İnanç Turizmi Çekiciliklerinin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: Okuyucu ve Somuncu, 2013: 633.

İnanç turizmi için turizm kaynağı oluşturan bu yapıların her biri önemlidir ve çeşitli değerler taşımaktadır. Ancak turizm hareketlerinin sürdürüldüğü, bunun yanında turizm potansiyeli taşıyan üç semavi din için belli başlı çekim merkezleri oluşturan destinasyonlar her bir din için ilerleyen kısımda ele alınmıştır.

3.6.1. İslam Dini Bakımından Çekim Merkezleri

Türkiye çok eşsiz değerlere sahip bir ülkedir. Türkiye toprakları, İslam dinine inananlar için çok önemli bir merkezdir. Bin yılı aşkın bir süre bu topraklara egemen olan Türk-İslam kültürünün ve altı yüzyıl İslam Dinini önderliğini yapmış, bir dünya imparatorluğu olan Osmanlı Devleti'nin ortaya koyduğu dini eserler yanında, manevi kimliği yüceltilmiş “evliya” olarak nitelenen insanlara ait ziyaret yerleri, camiler, yatırlar, türbeler hemen her şehrimizde kutsal yerler olarak bulunmaktadır. Bunun sonucudur ki, İstanbul Topkapı Sarayı'nda “Kutsal Emanetler” dairesi, Eyüp Sultan Camisi, Süleymaniye Camisi, Edirne'de Selimiye camisi, Konya'da Mevlana Türbesi yerli ve yabancı turistlerin en çok ziyaret ettikleri yerlerdir (Sargın, 2006: 4).

Tablo 2: Türkiye’deki 90 İslam Eseri ve İbadet Yeri

Şanlıurfa Hz. Eyyup Peygamber ve Makamı Balıklı Göl Ulu Cami Halil-ur Rahman Cami Hz. İbrahim Peygamberin Doğduğu Mağara Rizvaniye Cami	Edirne Selimiye Cami Üç Şerefeli Cami Muradiye Cami II. Beyazıt Cami Eski Cami	Bursa Yıldırım Beyazıt Külliyesi Yeşil Külliye Muradiye Külliyesi Ulu Cami Orhan Cami ve Külliyesi Hüdavendigâr Cami ve Külliyesi Emir Sultan Cami ve Türbesi Hacı Özbek Cami (İznik) İznik Yeşil Cami
Manisa Ulu Cami Muradiye Cami Sultan Cami	Antalya Yivli Minare Kesik Minare Alanya Kale Cami	İzmir İsabey Cami (Selçuk) Hatuniye Cami
Hatay Ulu Cami Kanuni Sultan Süleyman Cami	Gaziantep Şeyh Fethullah Cami Okkesiye Hazretleri Türbesi	Mardin Ulu Cami Latifiye Cami
Van Ulu Cami Hüsrevpaşa Cami	Kars Menücehr Cami Kümbet Cami	Erzurum Çifte Minareli Medrese Yakutiye Medresesi
Ağrı İshakpaşa Sarayı Cami	Ordu Atik İbrahim Paşa Cami	Trabzon Büyük İmaret Cami İskender Paşa Cami
Bitlis Ahlâat Kümbetleri Ulu Kümbet Küçük Kümbet Büyük Kümbet Hasan Padişah Kümbeti Erzin (Ergin) Hatun Kümbeti Emir Bayındır Kümbeti	Aksaray Ulu Cami Eğri Minare (Kızıl Minare) Tapduk Emre Koyu ve Türbesi Yunus Emre Türbesi Kaya Cami Selime Sultan Türbesi	Konya Mevlana Türbesi ve Dergahı Alaeddin Cami Aziziye Cami İnce Minare Karatay Medresesi Nasrettin Hoca Türbesi Beyşehir Eşrefoğlu Cami
Kayseri Hunat Hatun Türbesi ve Cami Gevher Nesibe Tıp Medresesi	Karaman Mader-i Mevlana Cami Araboğlu Cami	Ankara Hacı Bayram Cami ve Türbesi Alaeddin Cami
Adana Ulu Cami Yağ Cami Hasan Ağa Cami Kırkkulağı Cami (Ceyhan) Misis Türbesi	Diyarbakır Ulu Cami Safa Cami Behrampaşa Cami Nebi Cami	İstanbul Eyüp Sultan Türbesi ve Cami Fatih Cami Beyazıt Cami Süleymaniye Cami Sultanahmet Cami
Nevşehir Hacı Bektaş-ı Veli Türbesi ve Cami Kurşunlu Cami	Sivas Büruciye Medresesi Çifte Minare Gök Medrese Divriği Ulu Cami	Mersin Bilal-i Habeş Mescidi (Tarsus) Mencek Baba Türbesi (Tarsus) Cami-i Nur (Tarsus) Nure Sofi Türbesi Kümbetler (Lalaağa) Hazreti Mikdat Cami Eshab-ı Keyf Mağarası (Tarsus)

Kaynak: Gülnaz, 2016: 48.

Tablo 2’de Türkiye’de bulunan önemli bazı İslam eserleri ve ibadet yerleri görülmektedir. Tabloda yer alan illerin İslam eserleri ile bu kadar zengin olmasının

sebebi; Türkiye topraklarının geçmişten günümüze kadar İslam dinine mensup birçok devlete yurt olması gösterilebilir. Türkiye'nin İslam eserleri yönünden zengin sayısız ili bulunmaktadır. Bunlardan en çok esere sahip iller olarak; İstanbul, Edirne, Bursa, Şanlıurfa, Bitlis, Konya ve Aksaray gösterilebilir.

3.6.2. Musevilik Dini Bakımından Çekim Merkezleri

Türkiye'de eski dönemlerinden beri çeşitli dinlerin ve kültürlerin ev sahipliği yapmıştır. Anadolu toprakları, sadece Yahudilerin yaşadığı topraklar değildir. Yahudilerin kutsal kitabı olan Tevrat'ta günümüzde Türkiye sınırları içerisinde olan birçok yerin ismi geçmektedir. Bu yerlerin dışında ise, Dicle ve Fırat nehirleri gelmektedir. Tevrat kutsal kitabına göre, Tanrı Adem'i yarattıktan sonra doğuda Aden'de bir bahçe yaratmış ve Adem'i buraya göndermiştir. Burada bir ırmak çıkmış ve daha sonra bu ırmak 4 kola ayrılmıştır. Bu 4 kolun ikisini Dicle ve Fırat oluşturmaktadır. Dicle ve Fırat nehirleri, kaynaklarını Doğu Anadolu Bölgesinden alana akarsuyumuzdur. Tevrat'ta geçtiği için bu 2 nehrin bulunduğu bölge Yahudiler açısından kutsaldır. Çünkü Tanrı, Mısır'daki Nil nehrinden Fırat'a kadar olan bu bölgeyi Yahudilere vaat etmiştir. Bu bölge "arz'ımev'ud" (vaat edilen topraklar) adıyla da anılmaktadır. Yahudilik açısından önemli diğer bölge ise, Harran'dır. Tevrat kutsal kitabına göre Hz. İbrahim bir müddet Harran'da yaşamıştır. Kardeşlerinin biriside Haran adına sahiptir. Sonrasında Hz. Yakup, Harran'a gitmiş orada dayısı Laban'ın yanında kalmıştır. Hz. İbrahim ve Hz. Yakup, Yahudilerin büyük atalarıdır. Bundan dolayı günümüzde Harran'da Yahudi tarihine ait herhangi bir kalıntı bulunmamakla birlikte burası Yahudiler açısından kutsallık taşımaktadır. Tevrat'taki ayağınızın bastığı her yer sizin olacak ifadesinden hareketle Harran'ında Yahudilere verilen topraklara girdiği söylenmektedir (Usta, 2005: 17).

Günümüzde de Türkiye'de Hıristiyanlığa, Yahudiliğe ve çok az sayıda diğer dinlere mensup insanlar yaşamaktadır. Türkiye'de yaşayan bu dinlerin mensuplarından olan Yahudilerin çoğunluğu, 1492 İspanya zulmünden sonra İspanya'yı terk etmiş ve Osmanlı Devletine sığınmışlardır. İkinci Dünya Savaşına kadar Türkiye'de 250.000 – 300.000 civarında Yahudi'nin yaşadığı tahmin edilmektedir (Küçük, 2003: 760).

Tablo 3:Türkiye’deki 9 Musevi Eseri ve İbadet Yeri

İstanbul Neve Şalom Sinagogu İtalyan Sinagogu Aşkenazi Sinagogu Zülfaris Sinagogu	Edirne Yahudi Havrası	Manisa Şart Sinagogu
İzmir Senora Sinagogu Karataş Bethlrael Sinagogu	Ankara Samanpazarı Sinagogu	Hatay Musevi Sinagogu

Kaynak: Kurnaz, 2013: 30.

Musevi dinine ait önemli inanç turizmine ilişkin eserler Tablo 3’de belirtilmiştir. İstanbul Musevi dinine dair eserlerin yer aldığı iller arasında birinci olarak, akabinde ise İzmir, Edirne, Manisa ve Ankara’da eserler yer almaktadır.

3.6.3. Hıristiyanlık Dini Bakımından Çekim Merkezleri

Hıristiyan dinine mensup olan bireyler günümüzde dünyanın bütün bölge ve ülkelerinde bulunmakta ve takriben dünya nüfusunun %25’ine karşılık gelmektedir (Aksoy, 1998: 38). “Hıristiyanlığın doğduğu yer her ne kadar Filistin ise de geliştiği, serpiştiği yer Anadolu’dur. Anadolu var olduğu sürece bu toprakların Hıristiyan inancı için önemi her geçen gün için daha da artacaktır” (Usta, 2005: 24). Anadolu’da Hıristiyan inancına sahip olanlar için birçok önemli çekim merkezi yer almaktadır. Bu merkezler Vatikan ve Hıristiyan dünyası lideri Papa tarafından hac yeri olarak ilan edilmiştir (Güzel, 2010: 96).

Tablo 4:Türkiye’deki 74 Hıristiyan Eseri ve İbadet Yeri

İstanbul Ayasofya Moukhlotissa Kilisesi Saint Hagin Fireng Kilisesi Haga Euphemin Kilisesi	İzmir Efes (Meryem Ana) Kilisesi St. Jean Aziz Yahya Kilisesi İzmir Kilisesi Bergama Kilisesi	Manisa Akhisar Kilisesi San Kilisesi Alaşehir Kilisesi
Aksaray Ağaçaltı Kilisesi	Antalya Demre St. Nicolas Kilisesi	Edirne Sweti George Ortodoks Kilisesi
Hatay St. Pierre Kilisesi St. Simon Stilit Manastırı Barleam Manastırı Aziz Hana Kilisesi Aziz Cora Kilisesi Aziz Nikola Kilisesi Karasun Manuk Kilisesi Antakya Rum-Ortodoks Kilisesi	Gaziantep Rumkale Trabzon Ayasofya Kilisesi Küçük Ayvasıl Kilisesi Sümela Manastırı St. Barbara Kilisesi	Kars Keçel Kilisesi Katedral (Fethiye Cami) Sırlı Kilisesi Güvercinli Kilisesi
Şanlıurfa Meryemana Kilisesi Der-Yakup Kilisesi Deyr-i Mesih (İsa) Kilisesi	Van Akdamar Adası – Kilisesi	Mardin Mar Behnam(Kırklar) Kilisesi Deyr-ulZafaran Manastırı Deyr-ul Umar Manastırı

Nevşehir Elmalı Kilise St. Basil Kilisesi Yılanlı Kilise Barbara Kilisesi Karanlık Kilise Çakırlı Kilise Tokalı Kilise Meryemana Kilisesi Kızlar ve Erkekler Manastırı St. Teodor Kilisesi Zelve Saklı Kilise Çavuşin Kilisesi Vaftizci Kilise	Bursa Ayasofya Kilisesi (İznik) Koimesis Kilisesi (İznik) Purenli Seki Kilisesi Kokar Kilisesi Eğritaş Kilisesi Yılanlı Kilisesi Sümbüllü Kilisesi St. Georges Kilisesi Bahattin Samanlığı Kilisesi Direkli Kilise Ala Kilise	
--	---	--

Kaynak: Demircan, 2014: 74.

Tablo 4’de Türkiye’de yer alan ve Hıristiyan dinine dair eserler belirtilmektedir. Bu eserlerin Nevşehir ve Hatay’da diğer illere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Anadolu’nun Hıristiyan dininin dünyaya yayılması noktasında önemli rolünün olması ve Anadolu’da yaşayan insanların hoşgörülü karakteristik özelliği Hıristiyan dinine ilişkin eserlerin inşasına ve günümüze dek varmasında en önemli unsurdur.

3.7. Dünya’da İnanç Turizmi

Günümüzde ulaşım imkânlarında, iletişimde ileri teknolojilere ulaşılması ve özellikle Birleşik Krallık (İngiltere), Fransa, Almanya, Belçika, Hollanda gibi Batı Avrupa ülkeleri ile Amerika Birleşik Devletleri’nde kişi başına düşen milli gelirin yükselmesiyle birlikte bu seyahatler kolaylaştığı için, inanç turizmi gittikçe daha geniş toplulukların katıldığı bir faaliyet haline gelmiştir.

İnanan toplumlar tarafından dini vecibelerin ve manevi tatmin boyutunun en önemlilerinden biri olan Hac ibadeti için seyahat, Müslümanlar, Yahudiler, Hıristiyanlar, Budistler ve Hindular gibi en çok mensubu olan dinlerin ortak bir özelliğidir. Hinduizm’de Ganj Nehri ve Benares, Müslümanlarda Suudi Arabistan’da Mekke ve Medine şehirleri, Hıristiyanlara göre Kudüs, Roma ve Efes şehirleri, Musevilere göre de yine Kudüs mensup oldukları dinler için kabul edilen mekânlar olarak en fazla seyahat edilen yerlerdir. Suudi Arabistan’ın petrolden elde ettiği gelirlerden sonra en fazla kazanç elde ettiği gelirlerin; Müslümanların Mekke şehrinde Kurban Bayramı’nda yaptıkları ibadetlerle birlikte yaptıkları harcamalardan yani Hac vazifesini yerine getirenlerden sağladığı gelirler olarak görülmektedir. Vatikan şehrinde Katolik Hıristiyanların dini lideri Papa’nın

yönetiminde 24 Aralık tarihinden itibaren bir hafta süren Noel ibadetleri ve Musevilerin ise Kudüs şehrindeki Ağlama Duvarı'nı Noel'de ziyaret etmeleri, bu kutsal sayılan mekânların bu dönemlerde yoğun şekilde ziyaret edilmelerine neden olmaktadır (Kuyucu, 2017: 27).

Dünya İnanç Turizm Örgütü (WRTA)'ne göre inanç turizmi son otuz yılda büyük gelişme kaydettiğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte, bu gelişmenin 1990 yılından sonra ivme kazandığını ve 2000 yılından sonrada artış hızının artarak günümüze kadar devam ettiğini vurgulamaktadır. Buna paralel olarak hacı olmak amacıyla yapılan seyahatlerde de, dünyada dikkate değer bir yükseliş gerçekleşmiş, Vatikan'a yapılan ziyaretler son on yılda iki katına çıkmıştır. Louders, Fatima, San Giovanni Rotondo, Asisi, Canterbury Katedrali, Cenova ile Yunanistan ve Türkiye'nin Aziz Pavlus'un misyonerlik rotası içinde bulunan bölgelerinde de dikkat çeken bir yükseliş gerçekleşmiştir (Demircan, 2014: 64).

Her yıl ocak ayında yetmiş milyondan fazla Ortodoks Hintli günahlarını yıkamak için Kuzey Hindistan'daki Ganj ve Yamuna nehirlerine gitmektedir. Bu muhtemelen dünyadaki en büyük dinsel toplanmayı oluşturmaktadır. Her yıl 3-4 milyon kişi İtalya'nın Asisi kentine gidip kutsal saydıkları Aziz Francis ve Azize Clare'in mezarlarını ziyaret etmektedirler. İki milyondan fazla Müslüman her yıl Hac görevlerini yerine getirmek için Mekke ve Medine şehirlerine gitmektedirler (Gündüz, 2016: 43).

Dünya'da inanç turizminin yoğun olarak yaşandığı bölgeler şöyle sıralanabilir: İsrail - Kudüs, Fransa – Lourdes, Portekiz-Fatima, İtalya – Vatikan Asisi, Bosna Hersek-Medugorje, Suudi Arabistan-Mekke-Medine, Japonya-Şi koku, Çin-Kailas Dağı, Bangladeş –Tan, Bosna Hersek- Medugorje, Çin-Kailas Dağı, Bangladeş-Tangi, Türkiye'de ise Efes bu konuda örnek gösterilebilir (Şaman, 2009: 18).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ: KAPADOKYA BÖLGESİNDEKİ İNANÇ TURİZMİ KAYNAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Araştırmanın Konusu

İlk çağlardan beri insan hayatını ve dünya görüşünü etkileyen en önemli faktörlerden birisi inançtır. Hiçbir din, özünde kötülüğe ve bozgunculuğa prim vermemektedir. İnsanlar arasında barış ve kardeşliğin ihdasını emreden dinler, medeniyetlerin buluşma noktası olarak görülmektedir. Peygamberlerin ve din büyüklerinin yaşadıkları, ibadet ettikleri yerler ve mezarları, söz konusu dine mensup olanlar için kutsal ve ziyaret edilmek istenen yerler olarak değerlendirilmektedir (Kaynak, 2014: 125).

Kapadokya Bölgesi de yerli ve yabancı turistlere inanç turizmi konusunda ev sahipliği yapan önemli bir destinasyondur. Bu konuda pek çok önemli kaynağa sahip olmasına rağmen, bölgeyle ilgili inanç turizmi potansiyelini turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında ortaya koyan araştırmaların, literatür taraması sonucunda yeterli düzeyde bulunmadığı görülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın konusu, Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi kaynaklarının, turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında değerlendirilmesi şeklinde belirlenmiştir.

4.2. Araştırmanın Amacı

Turizm sektörünün, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomiye önemli katkı sağladığı bilinmektedir. Bu nedenle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, turizm faaliyetlerine artan bir şekilde önem vermektedirler. Ancak kitle turizminin ekonomik açıdan olumlu etki yaratmasının yanında birçok olumsuz etkisi de bulunmaktadır. Çevre kirliliği, zamanda ve mekânda yoğunlaşma, turizm gelirlerinden sadece belirli bölgelerin yararlanması, Türk turizm sektörünün yoğun olarak deniz-kum-güneş üçlüsüne yönelik olması gibi durumlardan hareketle söz konusu olumsuz etkilerin

azaltılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu problemlerin giderilmesinde etkili olan yollardan biri de turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesidir (Ünal, 2014: 96).

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle bölgesel farklar ortadan kalkmaya başlamış, her türlü olumlu ve olumsuz olay anında tüm dünya insanları tarafından duyulur hale gelmiştir. Özellikle uluslararası arenada yaşanan savaşlar ve terör olayları, insanlığı psikolojik olarak daha fazla etkilemeye başlamış ve insanların bu bağlamda dayanak olarak “inanca” tutunma eğilimleri artmıştır. İnsanların inançları gereği, kutsal mekânlarda dua ve ibadet etme ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyacı tatmin etmek için insanların en çok tercih ettikleri turizm çeşidi “inanç turizmi”dir. Bu da özellikle pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Anadolu topraklarındaki kutsal mekânların, inanç turizmi ile ön plana çıkmasına neden olmuştur (Usta, 2005: 71).

Kapadokya Bölgesinde inanç turizminin ön plana çıkması ve geliştirilmesi, yerel halkın turizm konusundaki bilinçli hareket etmesine, turistlere karşı olumlu tutumlar içerisinde olmasına ve başarılı tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda, çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir merkez ve ilçelerinde bulunan inanç turizmi merkezlerinde yapılan yüz yüze anket uygulaması sonucunda elde edilen verilere göre Kapadokya’daki inanç turizmi merkezlerinin, yerli ve yabancı turistler tarafından nasıl değerlendirildiği tespit edilmiştir. Ek olarak bölgedeki inanç turizmi ile ilgili sorunlar tespit edilmeye ve Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarının etkili bir şekilde tanıtılabilmesi için önerilerde bulunulmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amacına yönelik hipotezler ise şu şekilde ifade edilmiştir:

H₁: Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Katılımcıların cinsiyetlerine göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃:Katılımcıların yaşlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄:Katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅:Katılımcıların öğrenim durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆: Katılımcıların mesleklerine göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₇:Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₈:Katılımcıların Kapadokya'yı ziyaret sayılarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₉:Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₀:Katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre, Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4.3. Araştırmanın Önemi

Ulusal ve uluslararası literatür taraması yapıldığında, Kapadokya bölgesinde inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesi konusundaki çalışmaların yetersizliği fark edilmiştir. Kapadokya bölgesinin mevcut inanç turizmi kaynaklarını, turizm çeşitlendirmesi kapsamında değerlendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Elde edilen sonuçların, bölgenin inanç turizmi konusundaki mevcut potansiyelini ortaya çıkartacak bir kaynak niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Bu potansiyelin belirlenmesiyle daha fazla gelir elde edebilmek için neler yapılabileceğine dair öneriler getirilmiştir. Söz konusu öneriler neticesinde hem bölge hem de ülke

ekonomisine olumlu katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Bu sayede otel işletmelerinden elde edilecek vergi oranları artacaktır. Sosyal anlamda ülkeler arası iletişimin daha da kuvvetleneceği düşünülmektedir. Bölge için yapılacak tanıtım faaliyetleri sonucunda inanç turizmi amacıyla gelen turist sayısında artış meydana gelebilecektir.

4.4. Araştırmanın Sınırları

Araştırmada kullanılan ölçek, çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir merkez ve ilçelerini 30 Ağustos 2018 – 30 Eylül 2018 tarihleri arasında ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere uygulanmıştır. İnanç turizmiyle ilgili en yoğun talep alan bölgenin, Nevşehir ili ve ilçelerinden oluşması sebebiyle bu çalışmanın uygulama alanı olarak, çekirdek Kapadokya şeklinde anılan Nevşehir merkez ve ilçeleri seçilmiştir.

4.5. Araştırmanın Yöntemi

“Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi” konulu tez çalışmasında, araştırmanın evrenini oluşturan ziyaretçilerin tümüne ulaşmanın zor olması nedeniyle evren üzerinden olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Türkçe ve İngilizce Anket formları Ek.1 ve Ek.2’de sunulmuştur. Anketler, kolayda örnekleme yöntemiyle uygulanmıştır.

4.5.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın amacına uygun verileri, ulaşılması zor hatta bazen de imkânsız sayıda olan evren yerine, daha az yada ulaşılabilir sayıya indirgenmesiyle veriler elde edilerek araştırma ve araştırma sonuçları tüm evren için genellenebilir nitelik kazanmaktadır (Çifci, 2014: 84). Araştırmanın evrenini Kapadokya’yı ziyarette bulunan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır.

Araştırmanın evrenini oluşturan ziyaretçilerin tümüne ulaşmanın zor olması nedeniyle evren üzerinden olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntemde amaç, isteyen herkesin örneklem içerisine ve örnekleme dâhil edilmesidir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 130). Araştırma Kapadokya’yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler arasından rastlantısal olarak seçilen ziyaretçilere toplam 361 anket dağıtılarak yapılmıştır. Bu anketlerin 198 tanesi yabancı turistlere, 163

tanesi ise yerli turistlere uygulanmıştır. Anketler yüz yüze görüşme yöntemi ile doldurulmuştur. Bu sayede anketlerdeki geri dönüşüm oranında eksiklik bulunmamaktadır. Anketlerin 361 tanesi değerlendirmeye tabii tutulmuştur.

Kapadokya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayılarını doğru tespit etmek amacıyla ziyaretçi istatistikleri incelenmiştir. Kapadokya'yı 2017 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2 milyon 206 bin kişi ziyaret etmiştir (www.kultur.gov.tr, 2017). Ancak Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin istatistik verileri müze girişlerindeki otomat sistemlerine göre hesaplanmaktadır. Bundan dolayı bir turist iki farklı inanç turizm merkezini ziyaret ettiğinde iki kişi olarak hesaplanmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan ziyaretçilere uygulama süresi içerisinde ulaşmanın zor olması, maliyet ve zaman bakımından zor olduğu için evreni temsil edebilecek bir örneklem seçme ihtiyacı duyulmuştur.

Örneklem sayısının tespit edebilmek için, aşağıda belirtilen formül (Yamane, 2001: 116–117) ve Kurtuluş (2004: 192)'un %95 güven aralığında ana kütle büyüklükleri için belirtmiş olduğu tablo değeri kullanılmıştır;

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N: yığındaki birey sayısı

n: örneklemdeki birey sayısı

z: istenilen güvenirlilik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)

$$n = \frac{2.206.372 \times 0,3 \times 0,7}{2.206.372 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,3 \times 0,7} = 322,642 = 323$$

4.5.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Veri toplama aracını belirleyebilmek için konuyla ilgili daha önce yapılmış akademik çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemeler neticesinde araştırmada kullanılacak sorular ve değişkenler belirlenmiştir. Araştırmanın amacına en uygun yöntem olarak Boyd

ve Butler (1996)'in ECOS metodu ile Clark ve Stankey (1979)'in ROS metodu ve Kaynak (2014), Zengin (2010), Çavuş (2011), Bingöl (2004), Çifci (2014), Eykay (2013) ve Usta (2015)'nin çalışmalarında kullandıkları ölçekler ve anketler değerlendirilmiş ve bu araştırmaya uyarlanarak anket soruları oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket formu 2 sayfa ve 39 sorudan oluşmaktadır. 2'si açık uçlu, 5'i kapalı uçlu olmak üzere toplam 7 soru, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Daha sonra katılımcıların Kapadokya'yı kaçınıcı kez ziyaret ettikleri, ziyaret sebepleri, Kapadokya'daki inanç turizm merkezlerini ziyaret etme amaçları, inanç turizmi kapsamında en çok ziyaret edilen yerlerin nereler olduğu, geceleme sayıları, Kapadokya'yı tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetini tespit etmeye yönelik seçenekli sorular yer almaktadır. Bu soruların dışında anketin 2. sayfasında Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesine yönelik "1: Kesinlikle katılmıyorum...5: Kesinlikle katılıyorum" şeklinde derecelendirilen 5'li likert ölçeği türünde 24 adet ifadeye yer verilerek yerli ve yabancı turistlerin düşünceleri alınmıştır.

Anket formu hazırlandıktan sonra, 15 yerli ve 15 yabancı turist üzerinde pilot uygulama yapılarak, soruların anlaşılabilirliği ve anket formunun cevaplanma süresi kontrol edilmiş ve gereken düzeltmeler yapılmıştır. Ayrıca Ölçek formunun güvenilirlik analizi yapılarak, Cronbach Alfa katsayısının (0,812) geçerli güvenilirlik düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bu değerin en az (0,7) olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 317).

Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirliğine bakıldığında, güvenilirlik kat sayısının (Cronbach Alpha) (0,851) geçerli güvenilirlik düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir. Araştırmaya ait ölçeğin güvenilirlik kat sayıları incelendiğinde 0,84–0,85 arasında değiştiği görülmektedir. Ölçeğe ait kat sayıların yüksek ve kabul edilebilir düzeyde (Cronbach Alpha (x) > 0,70) olduğu görülmektedir.

4.5.3. Veri Toplama Süreci

Hazırlanmış olan ölçek formu 30 Ağustos 2018 – 30 Eylül 2018 tarihleri arasında Kapadokya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere araştırmacı tarafından yüz yüze anket yöntemiyle uygulanmıştır. Ölçek formu inanç turizmiyle ilgili en yoğun talep alan bölgenin, Nevşehir ili ve ilçelerinden oluşması sebebiyle, çekirdek Kapadokya şeklinde anılan Nevşehir merkez ve ilçelerinde uygulanmıştır. Ölçek formlarının araştırmacı tarafından yüz yüze uygulanması sayesinde ölçek formlarının en az kayıpla tamamlanmasını sağlamıştır.

4.5.4. Verilerin Analizi

Anket formlarından elde edilen veriler, bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package for Social Sciences-Sosyal Bilimciler için İstatistik Paketi) for Windows 23.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Program kullanılarak araştırma neticesinde Varyans analizi (One-Way Anova) ve bağımsız örneklem T-testi analizleri yapılmıştır.

Çalışmada kullanılan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin incelenmesi için standart sapma, skewness (çarpıklık), kurtosis (basıklık) değerleri test edilmiştir. Normal dağılım gösteren bir veri setinin standart sapmasının 1'e yakın, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında bulunması beklenmektedir. Analiz sonucunda basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu ve standart sapmasının 1'e yakın olduğu tespit edilmiştir (Ek.3). Çalışmada kullanılan verilerin normal dağılım gösterdiğinin tespit edilmesi ve likert ölçeğinde, ölçeğin her bir birimi arasında eşit uzaklık olduğunun varsayılması üzerine parametrik testlerden ANOVA ve T testinin kullanılmasının uygun olacağına karar verilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 207–210; Hair et al., 2014: 34, 70-71; Burns and Bush, 2014: 177-179).

Araştırmacıların kişisel bilgilerine ve araştırma ölçeğinin sorularına ilişkin yüzde dağılımları, frekans dağılımları ve aritmetik ortalamaları hesaplanarak, tablolarda gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

4.6. Araştırmanın Bulguları ve Yorum

Bu kısımda araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılımları

Tablo 5’de araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Demografik Dağılımları

Yerli Turist			Yabancı Turist			
	F	%		F	%	
Kadın	85	52.1	Cinsiyet	Kadın	110	55.6
Erkek	78	47.9		Erkek	88	44.4
Toplam	163	100		Toplam	198	100
18–25 Arası	51	31.3	Yaş	18–25 Arası	35	17.7
26–35 Arası	58	35,6		26–35 Arası	89	44.9
36–45 Arası	36	22.1		36–45 Arası	47	23.7
46–55 Arası	14	8,6		46–55 Arası	17	8.6
56–65 Arası	4	2.5		56–65 Arası	6	3.0
66 ve Üzeri	0	0		66 ve Üzeri	4	2.0
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evli	81	49,7		Medeni Durum	Evli	67
Bekâr	82	50,3	Bekâr		131	66.2
Toplam	163	100	Toplam		198	100
İlköğretim	11	6.7	Öğrenim Durumu	İlköğretim	8	4.0
Lise	41	25.2		Lise	44	22.2
Üniversite	91	55.8		Üniversite	88	44.4
Lisansüstü	20	12.3		Lisansüstü	58	29.3
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Emekli	2	1.2	Meslek	Emekli	7	3.5
İşçi	25	15.3		İşçi	80	40.4
Memur	51	31.3		Memur	26	13.1
Serbest Meslek	11	6.7		Serbest Meslek	10	5.1
Ev Hanımı	14	8.6		Ev Hanımı	3	1.5
Öğrenci	46	28.2		Öğrenci	51	25.8
Diğer	14	8.6		Diğer	21	10.6
Toplam	163	100		Toplam	198	100
İslamiyet	148	90.8	Dini İnanç	İslamiyet	22	11.1
Hıristiyanlık	4	2.5		Hıristiyanlık	108	54.5
Musevilik	2	1.2		Musevilik	0	0
Diğer	9	5.5		Diğer	68	34.3
Toplam	163	100	Toplam	198	100	
İstanbul	32	19.6	Memleket	İtalya	44	22.2
Kayseri	14	8.6		Fransa	30	15.2
Ankara	11	6.7		Japonya	17	8.6
İzmir	8	4.9		Avustralya	13	6.6
Mersin	8	4.9		Kanada	11	5.6
Adana	7	4.3		Kore	11	5.6
Konya	7	4.3		Tayvan	11	5.6
Bursa	6	3.7		Almanya	10	5.1
Kocaeli	6	3.7		Çin	9	4.5

Niğde	6	3.7		İspanya	9	4.5
Muğla	5	3.1		Rusya	6	3
Antalya	4	2.5		Arjantin	5	2.5
Eskişehir	4	2.5		Uruguay	4	2
Gaziantep	4	2.5		İngiltere	3	1.5
Kahramanmaraş	4	2.5		İrlanda	3	1.5
Sivas	4	2.5		Porto Riko	3	1.5
Adıyaman	3	1.8		Diğer**	9	4,5
Aydın	3	1.8		Toplam	198	100
Denizli	3	1.8				
Mardin	3	1.8				
Tekirdağ	3	1.8				
Diğer*	18	11				
Toplam	163	100				

*Diğer seçeneği içerisinde; Artvin, Balıkesir, Bolu, Burdur, Diyarbakır, Hakkâri, Kırıkkale, Kütahya, Ordu, Sinop, Şanlıurfa, Tunceli, Van ve Yozgat ileri vardır. Her birinden 1'er 2'şer turist gelmiştir.

**Diğer seçeneği içerisinde; Amerika, Pakistan, Sri Lanka, Kolombiya, Kıbrıs, Makedonya ve Ukrayna ülkeleri vardır. Her birinden 1'er 2'şer turist gelmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin çoğunluğunu kadınlar (%52,1) oluşturmaktadır, erkekler ise % 48,8'lik bir orana sahiptir. Yabancı turistlerin de çoğunluğunu kadınlar (%55,6) oluşturmakta, erkekler ise % 44,4'lük bir orana sahiptir.

Yerli katılımcıların yaş aralığı göz önüne alındığında %35,6'lık oranla “26–35 yaş” aralığındakilerin çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Bu sırayı %31,3 ile “18–25” arası takip etmektedir. Diğer yaş gruplarına bakıldığında %22,1'i “36–45” yaş aralığında, %8,6'sı “46–55” yaş aralığında, %2,5'i “56–65” yaş aralığında, “66 ve üzerinde” ise katılımcı olmadığı görülmüştür. Yabancı katılımcıların yaş aralığı göz önüne alındığında ise %44,9'luk oranla “26–35” yaş aralığındakilerin çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Diğer yaş gruplarına bakıldığında %23,7'si “36–45” yaş aralığında, %17,7'si “18–25” yaş aralığında, %8,6'sı “46–55” yaş aralığında, %3,0'ü “56–65” yaş aralığında, %2,0'si ise “66 ve üzerinde”dir.

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde yerli katılımcıların %50,3'lük oranla çoğunluğunu “bekârlar” oluşturmaktadır. “Evli” olanlar ise %49,7'lik bir orana sahiptir. Yabancı katılımcıların çoğunluğunu ise %66,2'lik oranla yine “bekârlar” oluşturmaktadır. “Evli” olanlar ise %33,8'lik bir orana sahiptir.

Araştırmaya katılan yerli katılımcıların öğrenim durumları incelendiğinde %55,8'lik oranla “üniversite” eğitimi alanlar çoğunluğu oluşturmaktadır. Diğer öğrenim

durumları incelendiğinde ise %25,2'si “lise”, %12,3'ü “lisansüstü”, %6,7'si “ilköğretim” düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir. Yabancı katılımcıların öğrenim durumları değerlendirildiğinde ise çoğunluğu %44,4'lük oranla “üniversite” eğitimi alanlar oluşturmaktadır. Diğer öğrenim durumları incelendiğinde ise %29,3'ü “lisansüstü”, %22,2'si “lise”, %4,0'ü “ilköğretim” düzeyinde eğitim almaktadır.

Yerli katılımcıların meslekleri incelendiğinde %31,3'lük oranla “memur” olanlar çoğunluğu oluşturmaktadır. Diğer meslek gruplarının dağılımını incelediğimizde ise %28,2'lik oranla “öğrenciler” çoğunluğu oluşturan bir diğer meslektir. %15,3'ü “işçi”, %8,6'sı “ev hanımı”, %8,6'sı diğer (yönetici, tercüman, sanayici, avukat, muhasebeci), %6,7'si “serbest meslek”, %1,2'si “emekli” olmak üzere çeşitli meslek grupları dağılım göstermektedir. Yabancı katılımcıların meslek dağılımları incelendiğinde ise %40,4'lük oranla “işçi grubu” çoğunluğu oluşturmaktadır. Diğer meslek gruplarına bakıldığında %25,8'i “öğrenci”, %13,1'i “memur”, %10,6'sı diğer (temsilci, yönetici ve bir kısmı işsiz), %5,1'i “serbest meslek”, %3,5'i “emekli”, %1,5'i “ev hanımı” olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan yerli katılımcıların dini inançlarına bakıldığında %90,8'lik oranla çoğunluğu “İslamiyet” inancını kabul edenler oluşturmaktadır. Diğer inanç çeşitleri incelendiğinde %5,5'i diğer (inançsız), %2,5'i “Hıristiyanlık”, %1,2'si “Musevilik” inançlarına sahip oldukları görülmektedir. Yabancı katılımcıların dini inançları incelendiğinde ise %54,5'lik oranla çoğunluğu, “Hıristiyanlık” inancını kabul edenler oluşturmaktadır. Diğer inanç çeşitlerinin dağılımı incelendiğinde; %34,3'ünün diğer (inançsız) seçeneği işaretleyenlerden oluştuğu, %11,1'inin ise “İslamiyet” inancını benimseyenlerden oluştuğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin memleketleri incelendiğinde; %19,6'lık oranla çoğunluğu, “İstanbul” ilinden Kapadokya'yı ziyarete gelen yerli turistlerin oluşturduğu görülmektedir. Diğer memleket grupları incelendiğinde; %8,6'sının “Kayseri”, %6,7'sinin “Ankara”, %4,9'unun “Mersin”, %4,9'unun “İzmir”, %4,3'ünün “Konya”, %4,3'ünün “Adana”, %3,7'sinin “Kocaeli”, %3,7'sinin “Niğde”, %3,7'sinin “Bursa”, %3,1'inin “Muğla”, %2,5'inin “Antalya”, %2,5'inin “Eskişehir”, %2,5'inin “Gaziantep”, %2,5'inin “Kahramanmaraş”, %2,5'inin “Sivas”, %1,8'inin “Adıyaman”, %1,8'inin “Aydın”, %1,8'inin “Denizli”, %1,8'inin “Mardin”, %1,8'inin “Tekirdağ”, %11'lik kısmının ise

diğer seçeneği altında “Artvin”, “Diyarbakır”, “Kırkkale”, “Yozgat”, “Balıkesir”, “Bolu”, “Burdur”, “Hakkâri”, “Kütahya”, “Ordu”, “Sinop”, “Şanlıurfa”, “Tunceli” ve “Van” illerinden ziyarete gelmiş oldukları görülmektedir. Yabancı turistlerin memleketleri incelendiğinde ise %22,2’lik oranla çoğunluğu, “İtalya’dan” Kapadokya’yı ziyarete gelen yabancı turistlerin oluşturduğu görülmektedir. Diğer memleket grupları incelendiğinde; %15,2’sinin “Fransa”, %8,6’sının “Japonya”, %6,6’sının “Avustralya”, %5,6’sının “Kanada”, %5,6’sının “Kore”, %5,6’sının “Tayvan”, %5,1’inin “Almanya”, %4,5’inin “Çin”, %4,5’inin “İspanya”, %3’ünün “Rusya”, %2,5’inin “Arjantin”, %2’sinin “Uruguay”, %1,5’inin “İngiltere”, %1,5’inin “İrlanda”, %1,5’inin “Porto Riko” ve %4,5’inin diğer seçeneği altında “Amerika”, “Makedonya”, “Kıbrıs”, “Kolombiya”, “Pakistan”, “Sri Lanka” ve “Ukrayna’dan” ziyarete gelmiş oldukları görülmektedir.

Araştırmaya Katılanların Kapadokya ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplara İlişkin Dağılımları

Tablo 6’da araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya’yı daha önce kaç kere ziyaret ettiklerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 6: Katılımcıların Kapadokya’yı Ziyaret Sayılarına Göre Dağılımları

Yerli Turist			Yabancı Turist			
	F	%		F	%	
İlk Ziyaret	71	43.6	Ziyaret Sayısı	İlk Ziyaret	173	87.4
2.	62	38		2.	17	8.6
3.	14	8.6		3.	5	2.5
4.	3	1.8		4.	2	1
5 ve üzeri	13	8		5 ve üzeri	1	0.5
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Kapadokya’yı kaçınıcı ziyaretiniz sorusuna verdikleri cevapların dağılımları incelendiğinde; %43,6’sının “ilk ziyareti” olduğu görülmektedir. Diğer ziyaret sayılarına bakıldığında; %38’inin “2.ziyareti”, %8,6’sının “3.ziyareti”, %8’inin “5 ve üzerinde ziyareti”, %1,8’inin “4.ziyareti” olduğu görülmektedir. Yabancı turistlerin Kapadokya’yı kaçınıcı ziyaretiniz sorusuna verdikleri cevapların dağılımları incelendiğinde ise; %87,4’ünün “ilk ziyareti” olduğu görülmektedir. Diğer ziyaret sayılarına bakıldığında; %8,6’sının “2.ziyareti”, %2,5’inin “3.ziyareti”, %1’inin 4.ziyareti, %0,5’inin “5 ve üzerinde” ziyareti olduğu görülmektedir.

Tablo 7’de araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya’yı ziyaret etme sebeplerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Kapadokya’yı Ziyaret Etme Sebeplerine Göre Dağılımları

Yerli Turist			Ziyaret Sebebi	Yabancı Turist		
	F	%			F	%
Gezi-Eğlence-Balon	84	51.5		Gezi-Eğlence-Balon	173	87.4
Aile-Akraba-Arkadaş Ziyareti	36	22.1		İnanç Merkezlerini Ziyaret	17	8.6
İnanç Merkezlerini Ziyaret	27	16.6		Geçerken Uğradım	6	3
Geçerken Uğradım	8	4.9		İş Seyahati	5	2.5
İş Seyahati	5	3.1		Aile-Akraba-Arkadaş Ziyareti	4	2
Diğer	3	1.8		Diğer	1	0.5
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Yerli katılımcıların ziyaret sebeplerine göre dağılımları incelendiğinde, çoğunluğun (%51,5’inin) Kapadokya’ya gezi-eğlence-balon ziyareti için geldiği görölmektedir. Diğer ziyaret sebeplerine bakıldığında; %22,1’inin aile-akraba-arkadaş, %16,6’sının inanç merkezlerini ziyaret, %4,9’unun geçerken uğraması, %3,1’inin iş seyahati, %1,8’inin diğer (kültürel değerleri ziyaret, bilgi edinme) nedenleriyle ziyaret ettiği görölmektedir. Yabancı katılımcıların ziyaret sebeplerine göre dağılımları incelendiğinde ise, çoğunluğun (%87,4’ünün) Kapadokya’ya gezi-eğlence-balon ziyareti için geldiği görölmektedir. Diğer ziyaret sebeplerine bakıldığında; %8,6’sının inanç merkezlerini ziyaret, %3’ünün geçerken uğrama, %2,5’inin iş seyahati, %2’sinin aile-akraba-arkadaş ziyareti, %0,5’inin diğer (kültür) nedenleriyle ziyaret ettiği görölmektedir.

Tablo 8’de araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya’daki inanç turizm merkezlerini ziyaret etme amaçlarına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Kapadokya’daki İnanç Turizm Merkezlerini Ziyaret Etme Amacına Göre Dağılımları

Yerli Turist			Ziyaret Amacı	Yabancı Turist		
	F	%			F	%
Merak	99	60.7		Merak	108	54.5
Boş Zaman Değerlendirme	45	27.6		Boş Zaman Değerlendirme	67	33.8
Dini İnanç	14	8.6		Dini İnanç	15	7.6
Uzmanlık-Araştırma	3	1.8		Uzmanlık-Araştırma	5	2.5
Diğer	2	1.2		Psikolojik Nedenler	3	1.5
Psikolojik Nedenler	0	0		Diğer	0	0
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Yerli katılımcıların Kapadokya'daki inanç turizm merkezlerini ziyaret amaçlarına göre dağılımları incelendiğinde, çoğunluğun (%60,7'sinin) merak nedeniyle inanç turizm merkezlerini ziyarette bulunduğu görülmektedir. Diğer ziyaret amaçlarına bakıldığında; %27,6'sının boş zaman değerlendirme, %8,6'sının dini inanç, %1,8'inin uzmanlık-araştırma, %1,2'sinin diğer (farklı inanç merkezleri görmek) amaçlarıyla ziyarette buldukları görülmektedir. Hiçbir yerli cevaplayıcının psikolojik nedenle ziyaret ettiği görülmemiştir. Yabancı cevaplayıcıların Kapadokya'daki inanç turizm merkezlerini ziyaret amaçlarına göre dağılımları incelendiğinde ise; çoğunluğun (%54,5'inin) merak nedeniyle inanç turizm merkezlerini ziyarette bulunduğu görülmektedir. Diğer ziyaret amaçlarına bakıldığında; %33,8'inin boş zaman değerlendirme, %7,6'sının dini inanç, %2,5'inin uzmanlık-araştırma, %1,5'inin psikolojik nedenlerden dolayı ziyarette buldukları görülmektedir. Yabancı katılımcıların bunlar dışında herhangi bir nedenle ziyarette buldukları görülmemiştir.

Tablo 9'da araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya'da ziyaret ettikleri inanç turizmi merkezlerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 9: Katılımcıların Kapadokya'da Ziyaret Ettikleri İnanç Turizmi Merkezlerine İlişkin Dağılımları

Yerli Turist			Yabancı Turist			
	F	%		F	%	
Evet	103	63.2	Kurşunlu Cami	Evet	18	9.1
				Hayır	180	90.9
				Toplam	198	100
Evet	77	47.2	Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Külliyesi	Evet	5	2.5
				Hayır	193	97.5
				Toplam	198	100
Evet	80	49.1	Tokalı Kilise	Evet	114	57.6
				Hayır	84	42.4
				Toplam	198	100
Evet	36	22.1	Rahipler ve Rahibeler Manastırı	Evet	22	11.1
				Hayır	176	88.9
				Toplam	198	100
Evet	33	20.2	St. Basil Şapeli	Evet	96	48.5
				Hayır	102	51.5
				Toplam	198	100
Evet	93	57.1	Elmalı Kilise	Evet	135	68.2
				Hayır	63	31.8
				Toplam	198	100
Evet	32	19.6	Çavuşin Kilisesi	Evet	25	12.6
				Hayır	173	87.4
				Toplam	198	100

Evet	50	30.7	Yılanlı Kilise	Evet	114	<u>57.6</u>
Hayır	113	69.3		Hayır	84	42.4
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	76	46.6	Eğri (Kızıl) Minare	Evet	12	6.1
Hayır	87	53.4		Hayır	186	93.9
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	47	28.8	Aziz Catherine Şapeli	Evet	22	11.1
Hayır	116	71.2		Hayır	176	88.9
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	43	26.4	Çarıklı Kilise	Evet	12	6.1
Hayır	120	73.6		Hayır	186	93.9
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	90	<u>55.2</u>	Karanlık Kilise	Evet	173	<u>87.4</u>
Hayır	73	44.8		Hayır	25	12.6
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	31	19	El-Nazar Kilisesi	Evet	12	6.1
Hayır	132	81		Hayır	186	93.9
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	43	26.4	Saklı Kilise	Evet	34	17.2
Hayır	120	73.6		Hayır	164	82.8
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	28	17.2	Kılıçlar Kilisesi	Evet	23	11.6
Hayır	135	82.8		Hayır	175	88.4
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	102	<u>62.6</u>	Meryem Ana Kilisesi	Evet	110	<u>55.6</u>
Hayır	61	37.4		Hayır	88	44.4
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	31	19	Tatların Kilisesi	Evet	12	6.1
Hayır	132	81		Hayır	186	93.9
Toplam	163	100		Toplam	198	100
Evet	26	16	St. Jean Kilisesi	Evet	15	7.6
Hayır	137	84		Hayır	183	92.4
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Kapadokya’da en çok ziyaret ettikleri inanç turizm merkezlerine bakıldığında çoğunluğun (%63,2) Kurşunlu Camii’ni, (%62,6) Meryem Ana Kilisesi’ni, (%57,1) Elmalı Kilise’yi ve (%55,2) Karanlık Kilise’yi ziyaret ettikleri görülmektedir. Diğer ziyaret edilen inanç turizmi merkezleri incelendiğinde ise; %49,1’inin Tokalı Kilise’yi, %47,2’sinin Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Külliyesi’ni, %46,6’sının Eğri(Kızıl) Minare’yi, %30,7’sinin Yılanlı Kilise’yi, %28,8’nin Aziz Catherine Şapeli’ni, %26,4’ünün Çarıklı Kilise’yi, %26,4’ünün Saklı Kilise’yi, %22,1’inin Rahipler ve

Rahibeler Manastırı'nı, %20,2'sinin St. Basil Şapeli'ni, %19,6'sının Çavuşin Kilisesi'ni, %19'unun El-Nazar Kilisesi'ni, %19'unun Tatların Kilisesi'ni, %17,2'sinin Kılıçlar Kilisesi'ni, %16'sının St. Jean Kilisesi'ni ziyaret ettikleri görülmektedir. Yabancı turistlerin Kapadokya'da en çok ziyaret ettikleri inanç turizm merkezlerine bakıldığında çoğunluğun (%87,4) Karanlık Kilise'yi, (%68,2) Elmalı Kilise'yi, (%57,6) Tokalı Kilise'yi, (%57,6) Yılanlı Kilise'yi ve (%55,6) Meryem Ana Kilisesi'ni ziyaret ettikleri görülmektedir. Diğer ziyaret edilen inanç turizmi merkezleri incelendiğinde ise; %48,5'inin St. Basil Şapeli'ni, %17,2'sinin Saklı Kilise'yi, %12,6'sının Çavuşin Kilisesi'ni, %11,6'sının Kılıçlar Kilisesi'ni, %11,1'inin Rahipler ve Rahibeler Manastırı'nı, %11,1'inin Aziz Catherine Şapeli'ni, %9,1'inin Kurşunlu Camii'ni, %7,6'sının St. Jean Kilisesi'ni, %6,1'inin Eğri(Kızıl) Minare'yi, %6,1'inin Çarıklı Kilise'yi, %6,1'inin El-Nazar Kilisesi'ni, %6,1'inin Tatların Kilisesi'ni, %2,5'inin Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Külliyesi'ni ziyaret ettikleri görülmektedir.

Tablo 10'da araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya'daki geceleme sayılarına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 10: Katılımcıların Kapadokya'daki Geceleme Sayılarına Göre Dağılımları

Yerli Turist			Geceleme Sayısı	Yabancı Turist		
	F	%			F	%
Günübirlik	25	15.3		Günübirlik	2	1
1 Gece	52	31.9		1 Gece	6	3
2 Gece	46	28.2		2 Gece	52	26.3
3 Gece	18	11		3 Gece	95	48
4 Gece	12	7.4		4 Gece	26	13.1
5 ve Üzeri Gece	10	6.1		5 ve Üzeri Gece	17	8.6
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Yerli katılımcıların Kapadokya'daki geceleme sayılarına göre dağılımları incelendiğinde çoğunluğun (%31,9) "1 gece" konakladığı görülmektedir. Diğer geceleme sayılarına bakıldığında; %28,2'sinin "2 gece", %15,3'ünün "günübirlik", %11'inin "3 gece", %7,4'ünün "4 gece", %6,1'inin "5 ve üzeri" gece Kapadokya'da konakladıkları görülmektedir. Yabancı katılımcıların Kapadokya'daki geceleme sayılarına göre dağılımları incelendiğinde ise; çoğunluğun (%48'ininin) "3 gece" konakladığı görülmektedir. Diğer geceleme sayılarına bakıldığında; %26,3'ünün "2 gece", %13,1'inin "4 gece", %8,6'sının "5 ve üzeri" gece, %3'ünün "1 gece", %1'inin "günübirlik" Kapadokya'da buldukları görülmektedir.

Tablo 11’de araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya’yı tekrar ziyaret etme isteklerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 11: Katılımcıların Kapadokya’yı Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımları

Yerli Turist			Tekrar Ziyaret İsteği	Yabancı Turist		
	F	%			F	%
Evet	159	97.5		Evet	191	96.5
Hayır	4	2.5		Hayır	7	3.5
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Yerli katılımcıların %97,5’i Kapadokya’ya tekrar ziyarette bulunmak istediklerini belirtirken, %2,5’i tekrar ziyaret etmek istemediklerini belirtmişlerdir. Yabancı katılımcıların da %96,5’i Kapadokya’ya tekrar ziyarette bulunmak istediklerini belirtirken, %3,5’i tekrar ziyaret etmek istemediklerini belirtmişlerdir. Buradan hareketle neredeyse bütün cevaplayıcıların Kapadokya’yı tekrar ziyaret etmek istediği görülmektedir. Yani katılımcıların ziyaretlerinden memnun oldukları ve tekrar ziyaret etmek istedikleri söylenebilir.

Tablo 12’de araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya’yı çevresindekilere tavsiye etmek isteyip istemediklerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 12: Katılımcıların Kapadokya’yı Çevresindekilere Tavsiye Etme Niyetlerine İlişkin Dağılımları

Yerli Turist			Tavsiye Etme Niyeti	Yabancı Turist		
	F	%			F	%
Evet	163	100		Evet	198	100
Hayır	0	0		Hayır	0	0
Toplam	163	100		Toplam	198	100

Araştırmaya katılan bütün cevaplayıcıların %100’ü ziyaretleri sonrasında memleketlerine ya da ülkelerine döndüklerinde, Kapadokya’yı ziyaret edilmesi gereken bir turizm merkezi olarak aile ve arkadaş çevresine tavsiyede bulunacaklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Yönelik Bulgular

Şekil 6’da Kapadokya Bölgesi’nin inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde kullanılan boyutlar ve bu boyutları oluşturan ifadeler gösterilmiştir.

Tablo 13’de ise katılımcıların Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerine yönelik bulgular yer almaktadır. Tabloda “**1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum**” ifadelerini belirtmektedir.

Memnuniyet	Kapadokya'daki İnanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım.
Ulaşım	<ul style="list-style-type: none"> • Kapadokya Bölgesi'ne ulaşım olanakları yeterlidir. • Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi merkezlerine, ulaşım olanakları yeterlidir. • Kapadokya Bölgesi içinde inanç turizmi merkezlerini gösteren yön levhaları mevcuttur. • Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi olanakları ile ilgili broşür, katalog, kitap vb. gibi dokümanlara kolaylıkla ulaşmak mümkündür.
Çekicilik	<ul style="list-style-type: none"> • Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, tarihi özellik taşımaktadır. • Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir. • Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir. • Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir. • Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezleri, yeterince korunmaktadır ve yapısı bozulmamıştır. • Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir. • Kapadokya'ya yönelik inanç turizmi organizasyonları (inanç merkezlerini ziyaret amaçlı turlar) yeterince yapılmaktadır. • Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir.
Altyapı Üstyapı	<ul style="list-style-type: none"> • Kapadokya'da inanç turizmine yönelik merkezlerde ve civarında, kişisel ihtiyaçlar, alışveriş olanakları, hediyelik eşya vb. imkânlar yeterli düzeyde sunulmaktadır. • Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde, temizlik işlerine gereken önem verilmektedir. • Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde; elektrik, su, ısıtma, soğutma sistemleri ve aydınlatma olanakları yeterlidir. • Kapadokya Bölgesi'nde, konaklama, yiyecek-içecek, sağlık vb. ihtiyaçları giderecek yeterli olanaklar mevcuttur.
Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Faktörler	<ul style="list-style-type: none"> • Kapadokya halkı başka kültürden insanlara karşı olumlu bir tutum sergilemektedir. • Kapadokya halkının, İnanç turizmiyle ilgili bilinç düzeyi, yeterli seviyededir. • Kapadokya'daki yerli halk, farklı dinlerden ziyaretçilerin görüşlerine saygı duymaktadır. • Kapadokya'daki inanç turizmi faaliyetlerinin, dinler arası diyaloglara katkı sağlayacağını düşünüyorum. • Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir.
Tanıtım	<ul style="list-style-type: none"> • Kapadokya, inanç turizmi bakımından seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin kataloglarında yeteri kadar yer almaktadır. • Turist rehberleri, Kapadokya'daki inanç turizmi olanaklarıyla ve değerleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir ve turistlere aktarmaktadır. • Kapadokya'daki İnanç turizmi varlıkları, yeterince tanıtılmaktadır.

Şekil 6: İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesine Yönelik Boyut ve İfadeler

Tablo 13: Katılımcıların Kapadokya ile ilgili İfadelere Verdikleri Cevaplara İlişkin Dağılımları

Yerli Turist											İfadeler	Yabancı Turist										
1		2		3		4		5		X		X	1		2		3		4		5	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
4	2.5	5	3.1	6	3.7	54	33.1	94	57.7	4.4	4.32	5	2.5	4	2	10	5.1	81	40.9	98	49.5	
8	4.9	9	5.5	24	14.7	77	47.2	45	27.6	3.87	3.95	3	1.5	10	5.1	22	11.1	121	61.1	42	21.2	
8	4.9	8	4.9	25	15.3	63	38.7	59	36.2	3.96	3.97	2	1	8	4	36	18.2	98	49.5	54	27.3	
56	34.4	17	10.4	15	9.2	41	25.2	34	20.9	2.87	<u>2.83</u>	11	5.6	90	45.5	33	16.7	49	24.7	15	7.6	
11	6.7	16	9.8	30	18.4	60	36.8	46	28.2	3.69	3.95	6	3	6	3	30	15.2	104	52.5	52	26.3	
5	3.1	7	4.3	5	3.1	62	38	84	51.5	4.3	4.19	3	1.5	7	3.5	12	6.1	102	51.5	74	37.4	
3	1.8	4	2.5	10	6.1	69	42.3	77	47.2	4.3	4.21	4	2	5	2.5	14	7.1	96	48.5	79	39.9	
6	3.7	2	1.2	17	10.4	56	34.4	82	50.3	4.26	4.29	3	1.5	4	2	14	7.1	88	44.4	89	44.9	
6	3.7	13	8	54	33.1	0	0	90	55.2	4.36	4.28	5	2.5	5	2.5	9	4.5	88	44.4	91	46	

Tablo 13: Katılımcıların Kapadokya ile ilgili İfadelere Verdikleri Cevaplara İlişkin Dağılımları (DEVAM)

48	29.4	33	20.2	17	10.4	40	24.5	25	15.3	<u>2.76</u>	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezleri, yeterince korunmaktadır ve yapısı bozulmamıştır.	2.92	9	4.5	84	42.4	39	19.7	44	22.2	22	11.1
27	16.6	59	36.2	41	25.2	21	12.9	15	9.2	<u>2.61</u>	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir.	<u>2.48</u>	46	23.2	64	32.3	50	25.3	21	10.6	17	8.6
32	19.6	47	28.8	24	14.7	35	21.5	25	15.3	2.84	Kapadokya'ya yönelik inanç turizmi organizasyonları (inanç merkezlerini ziyaret amaçlı turlar) yeterince yapılmaktadır.	<u>2.79</u>	32	16.2	59	29.8	49	24.7	34	17.2	24	12.1
44	27.0	33	20.2	32	19.6	31	19	23	14.1	<u>2.73</u>	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir.	<u>2.61</u>	15	7.6	102	51.5	40	20.2	26	13.1	15	7.6
9	5.5	11	6.7	13	8	73	44.8	57	35	3.96	Kapadokya'da inanç turizmine yönelik merkezlerde ve civarında, kişisel ihtiyaçlar, alışveriş olanakları, hediyelik eşya vb. imkânlar yeterli düzeyde sunulmaktadır.	4.09	4	2.0	9	4.5	17	8.6	102	51.5	66	33.3
50	30.7	31	19	17	10.4	42	25.8	23	14.1	<u>2.73</u>	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde, temizlik işlerine gereken önem verilmektedir.	3.43	10	5.1	53	26.8	14	7.1	83	41.9	38	19.2
8	4.9	9	5.5	27	16.6	77	47.2	42	25.8	3.83	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde; elektrik, su, ısıtma, soğutma sistemleri ve aydınlatma olanakları yeterlidir.	4.03	3	1.5	7	3.5	31	15.7	96	48.5	61	30.8
7	4.3	9	5.5	17	10.4	73	44.8	57	35	4	Kapadokya Bölgesi'nde, konaklama, yiyecek-içecek, sağlık vb. ihtiyaçları giderecek yeterli olanaklar mevcuttur.	4.05	3	1.5	5	2.5	29	14.6	102	51.5	59	29.8

Tablo 13: Katılımcıların Kapadokya ile ilgili İfadelere Verdikleri Cevaplara İlişkin Dağılımları(DEVAM)

7	4.3	4	2.5	18	11	79	48.5	55	33.7	4.04	Kapadokya halkı başka kültürden insanlara karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.	4.21	3	1.5	3	1.5	24	12.1	87	43.9	81	40.9
4	2.5	11	6.7	25	15.3	71	43.6	52	31.9	3.95	Kapadokya halkının, İnanç turizmiyle ilgili bilinç düzeyi, yeterli seviyededir.	3.88	3	1.5	11	5.6	47	23.7	81	40.9	56	28.3
1	0.6	7	4.3	28	17.2	80	49.1	47	28.8	4.01	Kapadokya'daki yerli halk, farklı dinlerden ziyaretçilerin görüşlerine saygı duymaktadır.	3.94	4	2.0	9	4.5	42	21.2	82	41.4	61	30.8
6	3.7	13	8.0	27	16.6	61	37.4	56	34.4	3.90	Kapadokya'daki inanç turizmi faaliyetlerinin, dinler arası diyaloglara katkı sağlayacağını düşünüyorum.	3.53	5	2.5	34	17.2	52	26.3	64	32.3	43	21.7
40	24.5	44	27	19	11.7	38	23.3	22	13.5	<u>2.74</u>	Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir.	<u>2.84</u>	18	9.1	72	36.4	46	23.2	46	23.2	16	8.1
3	1.8	7	4.3	39	23.9	84	51.5	30	18.4	3.8	Kapadokya, inanç turizmi bakımından seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin kataloglarında yeteri kadar yer almaktadır.	3.70	4	2.0	18	9.1	45	22.7	97	49	34	17.2
3	1.8	12	7.4	27	16.6	59	36.2	62	38	4.01	Turist rehberleri, Kapadokya'daki inanç turizmi olanaklarıyla ve değerleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir ve turistlere aktarmaktadır.	3.87	0	0	23	11.6	38	19.2	78	39.4	59	29.8
4	2.5	12	7.4	20	12.3	59	36.2	68	41.7	4.07	Kapadokya'daki İnanç turizmi varlıkları, yeterince tanıtılmaktadır.	4.02	1	0.5	8	4.0	31	15.7	103	52	55	27.8

Araştırma sonuçlarına göre ortalamaları en yüksek olan ifadeler incelendiğinde:

Yerli katılımcıların “Kapadokya’daki inanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,4 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%58,7) ve katılıyorum (%33,1) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,36 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%55,2) cevabı verildiği tespit edilmiştir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesi’ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, tarihi özellik taşımaktadır” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,3 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%51,5) ve katılıyorum (%38) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesi’ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,3 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%47,2) ve katılıyorum (%42,3) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,26 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%50,3) ve katılıyorum (%34,4) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya’daki inanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,32 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%49,5) ve katılıyorum (%40,9) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,29 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%44,9) ve katılıyorum (%44,4) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,28 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla kesinlikle katılıyorum(%46) ve katılıyorum (%44,4) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya Bölgesi’ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,21 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla katılıyorum (%48,5) ve kesinlikle katılıyorum(%39,9) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya halkı başka kültürden insanlara karşı olumlu bir tutum sergilemektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 4,21 olduğu görülmektedir. Çoğunlukla katılıyorum (%43,9) ve kesinlikle katılıyorum(%40,9) cevapları verildiği tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre ortalamaları en düşük olan ifadeler incelendiğinde:

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezleri, yeterince korunmaktadır ve yapısı bozulmamıştır” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,76 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun kesinlikle katılmıyorum (%29,4) cevabını verdikleri görülmektedir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,74 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%27) ve kesinlikle katılmıyorum (%24,5) cevaplarını verdikleri görülmektedir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,73 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun kesinlikle katılmıyorum (%27) ve katılmıyorum (%20,2) cevaplarını verdikleri görülmektedir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde, temizlik işlerine gereken önem verilmektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,73 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun kesinlikle katılmıyorum (%30,7) cevabını verdikleri görülmektedir.

Yerli katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,61 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%36,2) cevabını verdikleri görülmektedir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya Bölgesi içinde inanç turizmi merkezlerini gösteren yön levhaları mevcuttur” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,83 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%45,5) cevabını verdikleri görülmektedir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,48 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun kesinlikle katılmıyorum (%32,3) ve katılmıyorum (%23,2) cevaplarını verdikleri görülmektedir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya’ya yönelik inanç turizmi organizasyonları (inanç merkezlerini ziyaret amaçlı turlar) yeterince yapılmaktadır” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,79 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%29,8) ve kararsızım (%24,7) cevaplarını verdikleri görülmektedir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,61 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%51,5) cevabını verdikleri görülmektedir.

Yabancı katılımcıların “Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir” ifadesiyle ilgili verdikleri cevapların ortalamasının 2,84 olduğu görülmektedir. Çoğunluğun katılmıyorum (%36,4) cevabını verdikleri görülmektedir.

Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesinde, Yerli ve Yabancı Ziyaretçilerin Karşılaştırılması

Aşağıda Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair bağımsız örneklem t-testi sonuçları yer almaktadır. Oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H₀: Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 14'de Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortalamaları, standart sapmaları ve t-testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 14: Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesinde, Yerli ve Yabancı Ziyaretçilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	Yerli-Yabancı Olma Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	T	p
Memnuniyet	Yerli	163	4,4049	0,89331	0,825	,410
	Yabancı	198	4,3283	0,86577		
Ulaşım	Yerli	163	3,6028	0,73898	-1,111	,267
	Yabancı	198	3,6818	0,58189		
Çekicilik	Yerli	163	3,5238	0,71072	0,646	,519
	Yabancı	198	3,4779	0,61951		
Altyapı ve Üstyapı	Yerli	163	3,6365	0,79116	-3,479	,001
	Yabancı	198	3,9053	0,64924		

Sosyo-Kültürel Yapı	Yerli	163	3,7337	0,59755	0,749	,455
	Yabancı	198	3,6859	0,61065		
Tanıtım	Yerli	163	3,9632	0,78481	1,207	,228
	Yabancı	198	3,8670	0,72638		

Analiz sonucunda; alt ve üstyapı boyutu dışındaki diğer boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Alt ve üstyapı boyutundaki p değerinin $0,001 < 0,05$ olmasından dolayı H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesine ilişkin unsurlardan alt ve üstyapı boyutunda, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların cinsiyetlerine göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında farklılık olup olmadığına dair bağımsız örneklem t-testi sonuçları ve oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H_0 : Katılımcıların cinsiyetlerine göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Katılımcıların cinsiyetlerine göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 15'de katılımcıların cinsiyetlerine göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerine yönelik ortalamalar ve standart sapmalar hesaplanmış, sonrasında t-testi yapılmıştır.

Tablo 15: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi

İnanç Turizmi Olanaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	T	p
Memnuniyet	Erkek	166	4,3133	0,97144	-0,991	,322
	Kadın	195	4,4051	0,78974		

Ulaşım	Erkek	166	3,6370	0,71592	-0,242	,809
	Kadın	195	3,6538	0,60554		
Çekicilik	Erkek	166	3,4503	0,69616	-1,281	,201
	Kadın	195	3,5397	0,62977		
Altyapı ve Üstyapı	Erkek	166	3,6928	0,81448	-2,164	,031
	Kadın	195	3,8615	0,63768		
Sosyo-Kültürel Yapı	Erkek	166	3,6783	0,63122	-0,846	,398
	Kadın	195	3,7323	0,58109		
Tanıtım	Erkek	166	3,9257	0,77709	0,355	,723
	Kadın	195	3,8974	0,73512		

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre alt ve üstyapı boyutu dışındaki diğer boyutlar arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Alt ve üstyapı boyutundaki p değerinin $0,031 < 0,05$ olmasından dolayı H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifadeyle Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesine ilişkin unsurlardan alt ve üstyapı boyutunda, ziyaretçilerin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların Yaşlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerinde, yaşlarına göre farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere One-Way Anova analizi yapılmış ve varyans sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Ayrıca farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmıştır. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H_0 : Katılımcıların yaşlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Katılımcıların yaşlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 16: Katılımcıların Yaşlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	N	18-25 yaş		26-35 yaş		36-45 Yaş		46-55 yaş		56-65 Yaş		66 ve üzeri		F	p
		\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss		
Memnuniyet	361	4,55	0,71	4,39	0,76	4,28	1,06	4	0,81	4	1,63	4,25	0,95	2,47	0,03
Ulaşım		3,68	0,61	3,70	0,61	3,59	0,64	3,61	0,62	3,02	1,43	3,43	0,37	2,29	0,04
Çekicilik		3,46	0,63	3,53	0,65	3,42	0,67	3,55	0,53	3,6	1,2	3,62	0,25	0,44	0,81
Altyapı-Üstyapı		3,65	0,64	3,94	0,65	3,69	0,71	3,85	0,86	3,12	1,22	3,62	1,05	4,17	0,00
Sosyo-Kült. Yapı		3,75	0,55	3,73	0,57	3,66	0,61	3,67	0,5	3,34	1,26	3,80	0,86	0,97	0,43
Tanıtım		4,03	0,69	3,91	0,74	3,86	0,77	3,86	0,66	3,3	1,15	4	0,81	1,87	0,09
LSD						Ortalama Farklar					Std. Hata		p		
Memnuniyet	18-25ve 36-45 yaş arasında					,26898					,13373		,045		
	18-25ve 46-55 yaş arasında					,55814					,18206		,002		
	26-35 ve 46-55 yaş arasında					,39456					,17176		,022		
Ulaşım	18-25 ve 56-65 yaş arasında					,66395					,21780		,002		
	26-35 ve 56-65 yaş arasında					,67738					,21304		,002		
	36-45 ve 56-65 yaş arasında					,57440					,21821		,009		
Altyapı-Üstyapı	18-25 ve 26-35 yaş arasında					-,29442					,09675		,003		
	18-25 ve 56-65 yaş arasında					,52616					,23810		,028		
	26-35 ve 56-65 yaş arasında					,82058					,23290		,000		
	36-45 ve 56-65 yaş arasında					,57078					,23855		,017		
	46-55 ve 56-65 yaş arasında					,72984					,25917		,005		

One-Way Anova testi yapılırken significance (p) değerleri incelenmektedir. $p < 0,05$ olduğu durumlarda anlamlı bir farklılık olduğu, tersi durumda ise herhangi bir farklılık bulunmadığı ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2007: 184).

Tablo 16 incelendiğinde, analiz sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde memnuniyet $p = 0,03 < 0,05$, ulaşım $p = 0,04 < 0,05$, altyapı ve üstyapı $p = 0,00 < 0,05$ boyutlarında turistlerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Çekicilik $p = 0,81 > 0,05$, sosyo-kültürel yapı $p = 0,43 > 0,05$ ve tanıtım $p = 0,09 > 0,05$ boyutlarında ise turistlerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş ve dolayısıyla H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16 incelendiğinde memnuniyet boyutunda, "18-25" yaş aralığında olanlarla "36-45" yaş aralığında olanlar arasında, "18-25" yaş aralığında olanlarla "46-55" yaş aralığında olanlar arasında, "26-35" yaş aralığında olanlarla, "46-55" yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ulaşım boyutunda "18-25" yaş

aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “26-35” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “36-45” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Altyapı ve üstyapı boyutunda “18-25” yaş aralığında olanlarla “26-35” yaş aralığında olanlar arasında, “18-25” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “26-35” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “36-45” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “46-55” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Aşağıda araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında farklılık olup olmadığına dair bağımsız örneklem t-testi sonuçları yer almaktadır. Oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H₀: Katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 17’de katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerine yönelik ortalamalar, standart sapmalar hesaplanmış ve sonrasında t-testi yapılmıştır.

Tablo 17: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmeleriyle İlgili İfadelere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ve Bağımsız Örneklem T-Testi

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	Medeni Durum	N	Ortalama	Standart Sapma	T	p
Memnuniyet	Evli	148	4,3041	,95232	-1,061	0,289
	Bekâr	213	4,4038	,82209		
Ulaşım	Evli	148	3,5659	,69825	-1,940	0,53
	Bekâr	213	3,7019	,62361		
Çekicilik	Evli	148	3,5338	,71124	0,841	0,401
	Bekâr	213	3,4742	,62553		

Altyapı ve Üstyapı	Evli	148	3,7297	,75790	-1,180	0,239
	Bekâr	213	3,8216	,70617		
Sosyo-Kültürel Yapı	Evli	148	3,7568	,65592	1,292	0,197
	Bekâr	213	3,6732	,56492		
Tanıtım	Evli	148	3,9527	,80156	0,888	0,375
	Bekâr	213	3,8811	,71919		

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bütün boyutların p değerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifadeyle katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların Öğrenim Durumlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerinde, yaşlarına göre farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere One-Way Anova analizi yapılmış ve varyans sonuçları Tablo 18'de gösterilmiştir. Ayrıca farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılması uygun görülmüştür. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H_0 : Katılımcıların öğrenim durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Katılımcıların öğrenim durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 18: Katılımcıların Öğrenim Durumlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	N	İlköğretim		Lise		Üniversite		Lisansüstü		F	p
		\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s		
Memnuniyet	361	4,78	0,41	4,34	0,86	4,36	0,91	4,26	0,86	1,82	,142
Ulaşım		3,52	0,78	3,61	0,60	3,71	0,59	3,55	0,79	1,41	,238
Çekicilik		3,41	0,76	3,44	0,66	3,5	0,65	3,55	0,66	,5	,679
Altyapı-Üstyapı		3,71	0,8	3,76	0,69	3,74	0,69	3,9	0,8	,98	,4
Sosyo-Kült. Yapı		3,98	0,52	3,65	0,57	3,69	0,58	3,72	0,68	1,65	,176
Tanıtım		4,08	0,8	3,94	0,66	4,02	0,71	3,57	0,82	7,11	,000
LSD								Ortalama Farklar	Std. Hata	p	
Tanıtım		Lisansüstü – İlköğretim arasında					,51080	,18811	,007		
		Lisansüstü – Lise arasında					,36817	,11529	,002		
		Lisansüstü – Üniversite arasında					,44356	,09976	,000		

Tablo 18 incelendiğinde, analiz sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde tanıtım boyutunda $p = 0,00 < 0,05$ turistlerin öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Memnuniyet $p = 0,142 > 0,05$, ulaşım $p = 0,238 > 0,05$, çekicilik $p = 0,679 > 0,05$, altyapı ve üstyapı $p = 0,400 > 0,05$, sosyo-kültürel yapı $p = 0,176 > 0,05$ boyutlarında ise turistlerin öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş ve dolayısıyla H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 18’de verilmiştir. Tanıtım boyutunda “lisansüstü” düzeyde olanlarla “ilköğretim” düzeyinde olanlar arasında, “lisansüstü” düzeyde olanlarla “lise” düzeyinde olanlar arasında, “lisansüstü” düzeyde olanlarla “üniversite” düzeyinde olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Katılımcıların Mesleklerine Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerinde, mesleklerine göre farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere One-Way Anova analizi yapılmış ve varyans sonuçları Tablo 19’da gösterilmiştir. Ayrıca farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmıştır. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H_0 : Katılımcıların mesleklerine göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Katılımcıların mesleklerine göre, Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 19: Katılımcıların Mesleklerine Göre, Kapadokya’nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

Değerlendirme Boyutları	N	Emekli		İşçi		Memur		Serbest Meslek		Ev Hanımı		Öğrenci		Diğer		F	p
		\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss	\bar{X}	ss		
Memnuniyet	361	4	1,32	4,12	,91	4,5	,75	4,38	,92	4,64	,49	4,45	,84	4,45	,98	2,49	0,02
Ulaşım		3,72	,59	3,65	,61	3,64	,72	3,54	1	3,54	,4	3,65	,56	3,69	,74	0,2	0,97
Çekicilik		3,77	,6	3,55	,6	3,55	,67	3,62	,89	3,29	,66	3,32	,61	3,64	,69	2,27	0,03
Altyapı-		3,97	,75	3,93	,63	3,66	,81	3,61	1	3,67	,52	3,71	,63	3,90	,85	1,74	0,11
Sos-Kült Yapı		3,93	,77	3,63	,61	3,65	,58	3,74	,92	3,69	,44	3,73	,52	3,89	,59	1,13	0,34
Tanıtım		3,92	,7	3,81	,72	4,04	,72	3,57	1,08	3,96	,69	3,98	,69	3,87	,84	1,61	0,14

LSD		Ortalama Farklar	Std.Hata	p
Memnuniyet	İşçi-Memur arasında	,38268	,13011	,003
	İşçi-Ev Hanımı arasında	,52325	,22674	,022
	İşçi-Öğrenci arasında	,32980	,12212	,007
	İşçi-Diğer meslekler arasında	,33333	,16925	,050
Çekicilik	Öğrenci-Emekli arasında	-,45046	,22815	,049
	Öğrenci-İşçi arasında	-,22268	,09221	,016
	Öğrenci-Memur arasında	-,22950	,09994	,022
	Öğrenci-Diğer meslekler arasında	-,31554	,12911	,015

Tablo 19 incelendiğinde, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde memnuniyet boyutunda $p = 0,02 < 0,05$ ve çekicilik boyutunda $p = 0,03 < 0,05$ turistlerin mesleklerine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Ulaşım $p = 0,97 > 0,05$, altyapı ve üstyapı $p = 0,11 > 0,05$, sosyo-kültürel yapı $p = 0,34 > 0,05$, tanıtım $p = 0,14 > 0,05$ boyutlarında ise turistlerin mesleklerine göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş ve dolayısıyla H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 19'da verilmiştir. Memnuniyet boyutunda; işçilerle memurlar, ev hanımları, öğrenciler ve diğer meslekler (yönetici, tercüman, sanayici, avukat, muhasebeci, temsilci, işsiz) sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Çekicilik boyutunda; öğrencilerle emekliler, işçiler, memurlar ve diğer meslekler (yönetici, tercüman, sanayici, avukat, muhasebeci, temsilci, işsiz) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların İnançlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirilmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerinde, inançlarına göre farklılık olup olmadığını ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere One-Way Anova ve LSD analizi yapılmış, Tablo 20'de gösterilmiştir. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H_0 : Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1 : Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 20: Katılımcıların İnançlarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	N	İslamiyet		Hıristiyanlık		Musevilik		Diğer*		F	p
		\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	ss		
Memnuniyet	361	4,47	0,84	4,37	0,87	4	,00	4,11	0,93	3,04	,029
Ulaşım		3,59	0,74	3,72	0,51	3,37	0,17	3,65	0,65	1,03	,376
Çekicilik		3,48	0,71	3,51	0,58	3,87	0,53	3,49	0,64	0,24	,867
Altyapı-Üstyapı		3,64	0,77	3,93	0,53	3,37	0,88	3,88	0,79	4,71	,003
Sosyo-Kült. Yapı		3,71	0,61	3,72	0,54	4,1	0,42	3,64	0,67	0,56	,637
Tanıtım		3,99	0,78	3,85	0,69	3,83	0,23	3,81	0,76	1,23	,296
LSD							Ortalama Farklar		Std. Hata	p	
Memnuniyet	İslamiyet-Diğer inançlar arasında						,35371		,11958	,003	
	Hıristiyanlık-Diğer inançlar arasında						,25812		,12887	,046	
Altyapı-Üstyapı	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında						,29856		,08728	,001	
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında						,24194		,09852	,015	

* Diğer seçeneği için açıklama yapan katılımcıların tamamı, inançsız olduklarını ifade etmiştir.

Tablo 20 incelendiğinde; $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde, memnuniyet $p = 0,029 < 0,05$ ve altyapı-üstyapı boyutlarında $p = 0,003 < 0,05$ turistlerin inançlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Ulaşım $p = 0,376 > 0,05$, çekicilik $p = 0,867 > 0,05$, sosyo-kültürel yapı $p = 0,637 > 0,05$ ve tanıtım $p = 0,296 > 0,05$ boyutlarında ise turistlerin inançlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 20'de verilmiştir. Memnuniyet boyutunda, diğer seçeneğini işaretleyenlerle (inançsız) İslamiyet inancına ve Hıristiyanlık inancına sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Altyapı-üstyapı boyutunda ise İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların Ziyaret Sayılarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine Dair Bulgular

Katılımcıların Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmelerinde, Kapadokya'yı ziyaret sayılarına göre farklılık olup olmadığını ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere One-Way Anova ve LSD analizi yapılmış ve Tablo 21'de gösterilmiştir. Analize yönelik hipotezler ise aşağıdaki şekildedir:

H₀: Katılımcıların Kapadokya'yı ziyaret sayılarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁: Katılımcıların Kapadokya'yı ziyaret sayılarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 21: Katılımcıların Kapadokya'yı Ziyaret Sayılarına Göre, Kapadokya'nın İnanç Turizmi Kaynaklarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulgular

İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi Boyutları	N	İlk Ziyaret		2.		3.		4.		5 ve üzeri		F	p
		\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s		
Memnuniyet	361	4,36	0,88	4,44	0,74	4	1,10	4	1,73	4,57	0,64	1,39	,236
Ulaşım		3,66	0,64	3,63	0,49	3,46	0,98	3,45	0,41	3,75	1,08	0,61	,653
Çekicilik		3,53	0,68	3,33	0,54	3,48	0,52	3,65	1,31	3,74	0,59	2,04	,088
Altyapı-Üstyapı		3,85	0,7	3,71	0,67	3,53	0,85	3,05	0,81	3,57	1	2,91	,022
Sosyo-Kült. Yapı		3,73	0,64	3,64	0,45	3,5	0,51	3,76	0,9	3,78	0,62	0,98	,416
Tanıtım		3,9	0,76	4,07	0,71	3,57	0,64	3,2	0,83	3,83	0,65	3,09	,016
LSD		Ortalama Farklar						Std. Hata		P			
Altyapı-Üstyapı	4.ziyaret-İlk ziyaret arasında						,80348		,32554		,014		
	4. ziyaret-2. ziyaret arasında						,66203		,33229		,047		
Tanıtım	İlk ziyaret-4.ziyaret arasında						-,70164		,33664		,038		
	2. ziyaret-3.ziyaret arasında						-,49700		,19040		,009		
	2. ziyaret-4.ziyaret arasında						-,87595		,34363		,011		

Tablo 21 incelendiğinde; $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde altyapı-üstyapı boyutunda $p = 0,022 < 0,05$ ve tanıtım boyutunda $p = 0,016 < 0,05$ turistlerin Kapadokya'yı ziyaret etme sayılarına göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Memnuniyet $p = 0,236 > 0,05$, ulaşım $p = 0,653 > 0,05$, çekicilik $p = 0,088 > 0,05$ ve sosyo-kültürel yapı $p = 0,416 > 0,05$ boyutlarında ise turistlerin Kapadokya'yı ziyaret etme sayılarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş, H₀ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21 incelendiğinde altyapı-üstyapısı boyutunda; "4. kez ziyaret" edenler ile "ilk" ve "2. kez ziyaret" edenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tanıtım boyutunda ise; "ilk ziyaret" edenlerle "4. kez ziyaret" edenler arasında, "2. kez ziyaret" edenlerle "3. kez" ve "4. kez ziyaret" edenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların İnançlarına Göre Kapadokya’da Ziyaret Ettikleri Yerlerin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere One-Way Anova ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere de LSD analizi yapılmıştır. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H₀: Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁:Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 22: Katılımcıların İnançlarına Göre Kapadokya’da Ziyaret Ettikleri Yerlere Yönelik Bulgular

Kapadokya’da Ziyaret Edilen Yerler	İslamiyet n=170		Hıristiyanlık n=112		Musevilik n=2		Diğer* n=77		Toplam N=361		
	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	F	P	
Kurşunlu Camii	1,37	,48	1,93	,24	1,5	,7	1,92	,26	64,21	,000	
Hacı Bektaş Veli Dergahı ve Külliyesi	1,59	,49	1,99	,09	1	,0	1,87	,33	29,78	,000	
Tokalı Kilise	1,52	,5	1,41	,49	1,5	,7	1,37	,48	2,07	,103	
Rahipler ve Rahibeler Manastırı	1,81	,39	1,88	,32	2	,0	1,83	,37	1	,389	
St. Basil Şapeli	1,75	,43	1,49	,5	1,5	,7	1,62	,48	7,16	,000	
Elmalı Kilise	1,38	,48	1,33	,47	1,5	,7	1,38	,49	,376	,770	
Çavuşin Kilisesi	1,8	,39	1,85	,35	1,5	,7	1,9	,28	2,08	,101	
Yılanlı Kilise	1,7	,45	1,4	,49	2	,0	1,36	,48	12,56	,000	
Eğri(Kızıl) Minare	1,54	,49	1,94	,22	2	,0	1,94	,22	34,22	,000	
Aziz Catherine Şapeli	1,72	,44	1,83	,37	2	,0	1,96	,19	7,1	,000	
Çarıklı Kilise	1,77	,42	1,91	,27	1,5	,7	1,92	,26	6,05	,000	
Karanlık Kilise	1,42	,49	1,1	,31	1,5	,7	1,16	,37	14,74	,000	
El-Nazar Kilisesi	1,82	,37	1,91	,27	2	,0	1,93	,4	2,08	,040	
Saklı Kilise	1,74	,43	1,84	,36	2	,0	1,79	,4	1,73	,160	
Kılıçlar Kilisesi	1,82	,38	1,9	,29	2	,0	1,87	,33	1,28	,279	
Meryem Ana Kilisesi	1,38	,48	1,43	,49	2	,0	1,42	,49	1,28	,279	
Tatların Kilisesi	1,82	,37	1,92	,25	1,5	,7	1,93	,24	3,96	,008	
St. Jean Kilisesi	1,84	,36	1,89	,36	2	,0	1,96	,19	2,41	,066	
LSD							Ortalama Farklar	Std. Hata	P		
Kurşunlu Camii	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında						,56691	,04656	,000		
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında						,55149	,05255	,000		
Hacı Bektaş Veli Dergahı ve Külliyesi	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında						,39695	,04585	,000		
	İslamiyet-Musevilik arasında						,59412	,26800	,027		
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında						,27601	,05176	,000		
St. Basil Şapeli	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında						,26187	,05696	,000		
Yılanlı Kilise	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında						,27143	,05795	,000		
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında						,33636	,06541	,000		

Eğri(Kızıl) Minare	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,40525	,04631	,000
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,40688	,05227	,000
Aziz Catherine Şapeli	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,10683	,04674	,023
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,23751	,05276	,000
Çarıklı Kilise	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,14905	,04290	,001
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,15149	,04842	,002
Karanlık Kilise	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,31639	,05134	,000
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,25470	,05795	,000
El-Nazar Kilisesi	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,09023	,03918	,022
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,10565	,04423	,017
Tatların Kilisesi	İslamiyet-Hıristiyanlık arasında	,09916	,039	,011
	İslamiyet-Diğer inançlar arasında	,10565	,04402	,017

* Diğer seçeneği için açıklama yapan katılımcıların tamamı, inançsız olduklarını ifade etmiştir.

Tablo 22 incelendiğinde, analiz sonuçları $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde Kapadokya'da ziyaret edilen yerlerden Kurşunlu Camii'nin $p = 0,00 < 0,05$, Hacı Bektaş Veli Dergahı ve Külliyesi'nin $p = 0,00 < 0,05$, St. Basil Şapeli'nin $p = 0,00 < 0,05$, Yılanlı Kilisesi'nin $p = 0,00 < 0,05$, Eğri(Kızıl) Minare'nin $p = 0,00 < 0,05$, Aziz Catherine Kilisesi'nin $p = 0,00 < 0,05$, Çarıklı Kilisesi'nin $p = 0,00 < 0,05$, Karanlık Kilise'nin $p = 0,00 < 0,05$, El-Nazar Kilisesi'nin $p = 0,04 < 0,05$, Tatların Kilisesi'nin $p = 0,008 < 0,05$ ziyaret edilmesinde katılımcıların inançlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Tokalı Kilise'nin $p = 0,103 > 0,05$, Rahibeler ve Rahipler Manastırı'nın $p = 0,389 > 0,05$, Elmalı Kilise'nin $p = 0,770 > 0,05$, Çavuşin Kilisesi'nin $p = 0,101 > 0,05$, Saklı Kilise'nin $p = 0,160 > 0,05$, Kılıçlar Kilisesi'nin $p = 0,279 > 0,05$, Meryem Ana Kilisesi'nin $p = 0,279 > 0,05$ ve St. Jean Kilisesi'nin $p = 0,066 > 0,05$ ziyaret edilmesinde katılımcıların inançlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiş ve dolayısıyla H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 22'de verilmiştir. Katılımcıların Kapadokya'da Kurşunlu Cami'sini ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini (inançsız) işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Hacı Bektaş Veli Dergahı ve Külliyesi'ni ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık, Musevilik ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da St. Basil Şapeli'ni ziyarette bulunup

bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık inancına sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Yılanlı Kilise'yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Eğri(Kızıl) Minare'yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Aziz Catherine Kilisesi'ni ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Çarıklı Kilisesi'ni ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Karanlık Kilise'yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da El-Nazar Kilisesi'ni ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya'da Tatların Kilisesi'ni ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Katılımcıların İnanç Turizmi Merkezlerini Ziyaret Amaçlarına Göre Kapadokya'da Ziyaret Ettikleri Yerlerin Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere One-Way Anova analizi yapılmış, farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere ise LSD analizi yapılmıştır. Analize yönelik hipotezler aşağıdaki şekildedir:

H₀: Katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre, Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H₁:Katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 23: Katılımcıların İnanç Turizmi Merkezlerini Ziyaret Amaçlarına Göre Kapadokya’da Ziyaret Ettikleri Yerlere İlişkin Bulgular

Kapadokya’da Ziyaret Edilen Yerler	Merak n=207		Dini İnanç n=29		Boş Zaman Değerlendirme n=112		Uzmanlık-Araştırma n=8		Psikolojik Nedenler n=3		Diğer n=2		Toplam N=361	
	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	\bar{X}	s.s	F	p
Kurşunlu Camii	1,69	,46	1,48	,5	1,65	,47	1,62	,51	2	,0	1,5	0,7	1,42	,215
Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Külliyesi	1,74	,43	1,75	,43	1,83	,37	1,62	,51	2	,0	1,5	,07	1,1	,355
Tokalı Kilise	1,42	,49	1,55	,5	1,55	,49	1,25	,46	1	,0	1	,0	2,42	,035
Rahipler ve Rahibeler Manastırı	1,84	,36	1,68	,47	1,89	,31	1,72	,46	1,66	,57	1,5	,7	2,03	,074
St. Basil Şapeli	1,65	,47	1,65	,48	1,60	,49	1,87	,35	1,66	,57	1,5	,7	,551	,737
Elmalı Kilise	1,38	,48	1,31	,47	1,34	,47	1,50	,53	1	,0	1,5	,7	,675	,642
Çavuşin Kilisesi	1,81	,39	1,86	,35	1,9	,29	1,62	,51	2	,0	2	,0	1,67	,140
Yılanlı Kilise	1,56	,49	1,75	,43	1,44	,49	1,75	,46	1,66	,57	1,5	,7	2,33	,042
Eğri(Kızıl) Minare	1,77	,41	1,55	0,5	1,75	,43	1,87	,35	2	,0	2	,0	1,88	,096
Aziz Catherine Şapeli	1,83	,37	1,68	,47	1,81	,39	1,62	,51	1,33	,57	2	,0	2,07	,068
Çarıkh Kilise	1,83	,37	1,86	,35	1,86	,34	1,87	,35	2	,0	2	,0	,343	,887
Karanlık Kilise	1,27	,44	1,2	,41	1,28	,45	1,37	,51	1	,0	1,5	,7	,556	,733
El-Nazar Kilisesi	1,89	,3	1,82	,38	1,86	,34	1,75	,46	2	,0	2	,0	,719	,610
Saklı Kilise	1,76	,42	1,82	,38	1,79	,4	2	,0	1,66	,57	2	,0	,740	,594
Kılıçlar Kilisesi	1,84	,36	1,82	,38	1,89	,31	1,87	,35	2	,0	1,5	,7	,844	,519
Meryem Ana Kilisesi	1,41	,49	1,51	,5	1,38	,48	1,37	,51	1,33	,57	1,5	,7	,373	,867
Tatların Kilisesi	1,86	,33	1,86	,35	1,89	,31	2	,0	2	,0	2	,0	,448	,815
St. Jean Kilisesi	1,9	,29	1,79	,41	1,89	,31	1,75	,46	1,66	,57	1,88	,37	1,26	,278
LSD							Ortalama Farklar				Std. Hata		P	
Tokalı Kilise	Merak-Boş zaman Değerlendirme arasında						,13328				,058		,022	
Yılanlı Kilise	Merak-Dini İnanç arasında						,19823				,09796		,044	
	Dini İnanç-Boş zaman Değerlendirme arasında						,31219				,10294		,003	

Tablo 23 incelendiğinde, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde Kapadokya’da ziyaret edilen yerlerden Tokalı Kilise’nin $p = 0,035 < 0,05$ ve Yılanlı Kilise’nin $p = 0,042 < 0,05$ ziyaret edilmesinde katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer ziyaret alanlarında, katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ve H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere LSD analizi yapılmış ve sonuçları yine Tablo 23’de verilmiştir. Katılımcıların Tokalı Kilise’yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, merak ve boş zaman değerlendirme amacıyla ziyaret edenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yılanlı Kilise’yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde ise, merak amacıyla ziyaret edenlerle dini inanç amacıyla ziyaret edenler arasında, dini inanç amacıyla ziyaret edenlerle de boş zaman değerlendirme amacıyla ziyaret edenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlar, manevi duygularını güçlendirmek ve tatmin etmek maksadıyla, inandıkları dinler tarafından kutsal olarak ilan edilen inanç merkezlerini ziyaret etmek istemektedirler. Bu ziyaretler, inanç turizmi kavramının ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Ekonomik imkânların artması, ulaşım olanaklarının gelişmesi ve tanıtım faaliyetlerinin artmasından dolayı insanlar, inanç turizmine daha fazla yönelir hale gelmiştir.

Kapadokya Bölgesi, dünyada ender görülen tabii bir güzelliğe ve kültürel bir zenginliğe sahip olmasından dolayı inanç ve kültür turizmi açısından önemli bir destinasyondur. Kapadokya'nın tarihi, yedi bin yıl öncesine kadar gitmektedir. M.S. 53 yılında Aziz Paulus, bir gezisi sırasında Göreme Vadisi'ni kiliselerin kurulması için seçerek, bölgenin Hıristiyanlığın ilk gelişme yerlerinden biri olmasına olanak sağlamıştır. Aynı zamanda Kapadokya Bölgesi'nin 1985 yılında UNESCO tarafından Dünya Kültür Mirası listesine eklenmesi de ülkemizdeki ve diğer ülkelerdeki turistlerin bölgeye çekilmesinde etkin bir rol oynamıştır.

Literatür taraması sonucunda, Kapadokya Bölgesinde inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesi konusunda yapılmış çalışmaların yetersizliği fark edilmiştir. Kapadokya bölgesinin mevcut inanç turizmi kaynaklarını, turizm çeşitlendirmesi kapsamında değerlendiren bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Bu bağlamda söz konusu çalışma; Kapadokya bölgesindeki inanç turizmi kaynaklarının, turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Kapadokya Bölgesine inanç turizmi maksadıyla gelen yerli ve yabancı turistlerin, inanç turizmine ilişkin kaynakları nasıl değerlendirdikleri tespit edilmeye çalışılmış ve bölgenin inanç turizmi açısından geliştirilmesi ve tanıtılması için neler yapılabileceğine dair önerilerde bulunulmuştur.

Bu çalışmada; katılımcıların yerli ve yabancı turist olmalarına, demografik özelliklerine, inançlarına ve Kapadokya'yı ziyaret sayılarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı; katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı ve katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre, Kapadokya'da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı, birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Kapadokya'yı ziyaret eden yerli turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde; çoğunluğunun, kadınlardan, 26-35 yaş aralığındakilerden, bekârlardan, üniversite eğitimi alanlardan, memurlardan, İslamiyet inancına sahip olanlardan ve İstanbul ilinden Kapadokya'ya gelenlerden oluştuğu görülmüştür.

Kapadokya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde ise; çoğunluğunun, kadınlardan, 26-35 yaş aralığındakilerden, bekârlardan, üniversite eğitimi alanlardan, işçilerden, Hıristiyanlık inancına sahip olanlardan ve İtalya'dan Kapadokya'yı ziyarete gelenlerden oluştuğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin çoğunluğunun Kapadokya'yı ilk kez ziyaret ettikleri görülmüştür.

Kapadokya'daki inanç turizmi merkezlerini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin genel olarak gezi, eğlence ve balona binme amacıyla bölgeyi ziyaret ettikleri görülmüştür. Balon turizmi ve peribacaları açısından Kapadokya'nın Türkiye'de ve dünyada nadir destinasyonlardan biri olmasının, bu sonucu getirdiği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya'daki inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına bakıldığında, merak ettikleri için ziyarette buldukları görülmektedir. Bunun sebebinin, Kapadokya tarihinin yedi bin yıl öncesine dayanması, tarihte çok fazla medeniyete ev sahipliği yapması, bundan dolayı birden fazla inanca ait inanç merkezini sınırları içerisinde barındırması ve

peribacalarından ötürü çok farklı bir görünüme sahip olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Daha önce inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ile ilgili Usta (2005: 94)'nın İznik üzerine yaptığı bir araştırmada ise turistlerin çoğunluğunun boş zaman değerlendirme amacıyla İznik'i ziyaret ettikleri görülmüştür. Timothy and Olsen (2006) ile Timothy and Nyaupane (2009)'in araştırmalarında ise insanların inanç merkezlerini sadece ibadet, dua, meditasyon, şifa, okuma vb. gibi dini, manevi ya da geleneksel amaçlarla değil, aynı zamanda kültürel mirasın ya da tarihi ve kültürel mekânların deneyimlenmesi için de ziyaret edildiği tespit edilmiştir

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Kapadokya'da en çok ziyaret ettikleri inanç turizm merkezlerine bakıldığında, çoğunluğunun Kurşunlu Cami'sini ve Meryem Ana Kilisesi'ni, yabancı turistlerin ise çoğunluğunun Karanlık Kilise'yi ziyaret ettikleri görülmektedir. Yerli turistlerin Kurşunlu Camii'sini ziyaret etmelerindeki sebebin, şehir merkezinde ve yürüyüş mesafesinde olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak ziyaretçilerin caminin restorasyon aşamasında olduğundan haberleri olmadığı için caminin içerisini ziyaret etme olanakları olmamıştır. Yabancı turistlerin Karanlık Kilise'yi ziyaret etmelerindeki sebebin ise Narteks kısmındaki küçük bir pencereden çok az bir ışık almasından dolayı, kilisenin içerisinde bulunan fresklerin çok canlı ve ilgi çekici şekilde kalmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı zamanda Göreme Açık Hava Müzesi içerisinde yer alan Karanlık Kilise'ye girişin, müze girişi dışında ekstra ücrete tabi olması, yerli turistleri caydırırken, yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya'daki geceleme sayılarına bakıldığında, yerli turistlerin çoğunlukla 1 gece konakladığı, yabancı turistlerin ise 3 gece konakladığı görülmektedir. İpek Ticaret yolunun Kapadokya bölgesinden geçmesi, bölgenin diğer iller ile olan ulaşımını kolaylaştırmaktadır. Bundan dolayı yerli turistler Kapadokya Bölgesi'ne genellikle geçerken uğramakta ve buna bağlı olarak kısa süreli gecelemetedirler. Yabancı turistler ise belirli bir tura bağlı olarak geldikleri için konaklama süreleri, yerlilere oranla daha fazla olmaktadır. Çifci (2014)'nin Hacı Bektaş Veli Külliyesi üzerine yaptığı araştırmada, Usta (2005)'nin İznik üzerine yaptığı araştırmada ve Şaman (2009)'ın Mersin ili üzerine yaptığı araştırmada da turistlerin çoğunluğunun 1-3 gün arasında konakladıkları görülmüştür.

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı turistlerin Kapadokya Bölgesi'ni tekrar ziyaret etmek istedikleri ve memleketlerine ya da ülkelerine döndüklerinde, çevresindekilere tavsiye edeceklerini belirttikleri görülmüştür. Buradan hareketle ziyaretçilerin Kapadokya'ya olan ziyaretlerinden memnun kaldıklarını söylemek mümkündür. Kapadokya'nın eşsiz tarihi ve kültürel yapısı, iklimi, misafirperverliği, farklı inanç merkezlerine ev sahipliği yapması, farklı dinler arası hoşgörünün olması ve bölgenin balon turizminde öncü olması, turistlerin tekrar ziyaret etme ve memleketlerine ya da ülkelerine döndüklerinde çevresindekilere tavsiye etme niyetlerinde etkili olmaktadır. Çifci (2014)'nin Hacı Bektaş Veli Külliyesi üzerine yaptığı araştırmada da turistlerin çoğunluğunun ziyaretlerinden memnun oldukları ve memleketlerine döndüklerinde tavsiye etme niyetinde oldukları görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre yerli turistlerin Kapadokya ile ilgili ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları incelendiğinde, ortalamaları en yüksek ifadelerin; "Kapadokya'daki inanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım", "Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir", "Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, tarihi özellik taşımaktadır", "Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir" ve "Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir" olduğu görülmüştür. Yabancı katılımcıların Kapadokya ile ilgili ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları incelendiğinde ise, ortalaması en düşük ifadelerin; "Kapadokya'daki inanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım", "Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir", "Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmine yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir", "Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir" ve "Kapadokya halkı başka kültürden insanlara karşı olumlu bir tutum sergilemektedir" olduğu görülmüştür. Kapadokya'nın gerek mimari yapısı, gerek kültürel değerleri ve yedi bin yıllık tarihi geçmişi, gerekse yöre halkının turistlere sergilemiş olduğu misafirperver tutum ve davranışlar, yerli ve yabancı ziyaretçilerin bu bölgeye olan ziyaretlerini değerlendirmelerinde etkili olmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre yerli katılımcıların Kapadokya ile ilgili ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları incelendiğinde, ortalamaları en düşük ifadelerin; “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezleri, yeterince korunmaktadır ve yapısı bozulmamıştır”, “Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir”, “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir”, “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde, temizlik işlerine gereken önem verilmektedir” ve “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir” olduğu görülmüştür. Yabancı katılımcıların Kapadokya ile ilgili ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları incelendiğinde ise, ortalamaları en düşük ifadelerin; “Kapadokya Bölgesi içinde inanç turizmi merkezlerini gösteren yön levhaları mevcuttur”, “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir”, “Kapadokya’ya yönelik inanç turizmi organizasyonları (inanç merkezlerini ziyaret amaçlı turlar) yeterince yapılmaktadır”, “Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir” ve “Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir” olduğu görülmüştür. Ortalamalardan da görüldüğü üzere, Kapadokya’daki inanç turizmi merkezlerinin yeterince korunmadığı, turistlerin kilise içinde yüksek sesle konuştuğu, fotoğraf çekerken flaş kullandıkları, araçlarıyla inanç turizmi merkezlerine kadar geldikleri ve kiliselerde sarsıntı nedeniyle dökülmelere yol açtıkları görülmüştür. İnanç turizmi merkezlerini gösteren yön levhalarının yetersiz olduğu, başka il ve ülkelerden gelen turistlerin tarihi ve kültürel yerleri bulmakta zorluk çektiği, yön levhalarının anlaşılır olmadığı görülmüştür. Söz konusu olumsuzlukların önüne geçilebilmesi için yetkili merciler tarafından periyodik olarak kontrollerin yapılması ve gerekli yaptırımların uygulanması faydalı olabilecektir.

Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan bağımsız örneklem T-testi sonucuna göre, altyapı-üstyapı boyutunda anlamlı bir

farklılık olduğu görülmüştür. Diğer boyutlarda anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan bağımsız örneklem T-testi sonucuna göre, alt ve üstyapı boyutu dışındaki diğer boyutlar arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Alt ve üstyapı boyutunda, kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip oldukları görülmüştür. Bunun sebebinin, kadınların erkeklere oranla ziyaret ettikleri yerlerin altyapı-üstyapı olanaklarına daha fazla dikkat etmelerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Genellikle kadınların erkeklere göre, ziyaret ettikleri destinasyonlardaki temizlik, çevre düzenlemesi, elektrik, su, aydınlatma, turistik tesis sayı ve nitelikleri gibi konulara daha fazla hassasiyet gösterdikleri söylenebilir. Müşteri tatmini ve şikayetleriyle ilgili çalışmaların bir çoğunda kadınların daha duyarlı olduklarına ve şikayete daha eğilimli olduklarına dair sonuçlar tespit edilmiştir (Heung ve Lam, 2003: 284; Keng Et Al., 1995: 66). Bu bağlamda söz konusu imkânların geliştirilmesinin ve artırılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Özellikle alt yapı ve üstyapı konusundaki hassasiyeti fazla olan kadın turistlerin, bu konularda her hangi bir tatminsizlik yaşamaması durumunda, sürekli ikamet ettiği yere döndüğünde bu durumu geniş bir kitleyle paylaşma ihtimali yüksektir.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını test etmek için yapılan One-Way Anova ve LSD analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre memnuniyet, ulaşım, altyapı ve üstyapı boyutlarında turistlerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Çekicilik, sosyo-kültürel yapı ve tanıtım boyutlarında ise turistlerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Memnuniyet boyutunda, "18-25" yaş aralığında olanlarla "36-45" ve "46-55" yaş aralığında olanlar arasında, "26-35" yaş aralığında olanlarla, "46-55" yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ulaşım boyutunda "18-25" yaş aralığında olanlarla "56-65" yaş aralığında olanlar arasında, "26-35" yaş aralığında olanlarla "56-65" yaş aralığında olanlar

arasında, “36-45” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Altyapı ve üstyapı boyutunda “18-25” yaş aralığında olanlarla “26-35” ve “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “26-35” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “36-45” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında, “46-55” yaş aralığında olanlarla “56-65” yaş aralığında olanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Memnuniyet, ulaşım ve altyapı- üstyapı konularında gençlerin, orta yaş grubundakilere göre inanç turizmi maksadıyla yaptıkları ziyaretlerle ilgili değerlendirmelerinde daha hassas olduğu söylenebilir. Bu olanaklarla ilgili gerekli düzenlemeler yapılırken, genç yaş grubunun ihtiyaçlarının daha fazla göz önünde bulundurulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan T-testi sonucuna göre, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle katılımcıların medeni durumlarına göre, Kapadokya'nın inanç turizmi olanaklarını değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını söylemek mümkündür. Buradan hareketle medeni durumun inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesine etkisi olmadığı söylenebilir.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların öğrenim durumlarıyla ilgili yapılan One-Way Anova ve LSD analizi sonuçlarına göre; tanıtım boyutunda turistlerin öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Diğer boyutlarda ise turistlerin öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. LSD analizi sonucuna göre ise, tanıtım boyutunda “lisansüstü” düzeyde olanlarla “ilköğretim”, “lise” ve “üniversite” düzeyinde olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yapılan birçok araştırmada tüketicilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe, ürün ve hizmetleri değerlendirme konusundaki hassasiyetlerinin arttığı görülmüştür (Jacoby and Jaccard, 1981: 18; Heung and Lam, 2003: 286). Turistlerin inanç turizmi maksadıyla yaptıkları ziyaretleri ve bölgenin inanç turizmi kaynaklarını olumlu yönde değerlendirmelerini sağlayabilmek için hem bölgenin tanıtımına önem verilmesi

gerektiği hem de bu tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilirken hedef kitlenin öğrenim durumlarına uygun mesajların oluşturulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların mesleklerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan One-Way Anova analizi sonuçlarına göre, memnuniyet boyutunda ve çekicilik boyutunda turistlerin mesleklerine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ulaşım, altyapı ve üstyapı, sosyo-kültürel yapı, tanıtım boyutlarında ise turistlerin mesleklerine göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere yapılan LSD analizi sonuçlarına göre ise; memnuniyet boyutunda, “işçi” olanlarla “memurlar”, “ev hanımları”, “öğrenciler” ve diğer mesleklere (yönetici, tercüman, sanayici, avukat, muhasebeci, temsilci, işsiz) mensup olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Çekicilik boyutunda ise, “öğrencilerle” “emekliler”, “işçiler”, “memurlar” ve diğer mesleklere (yönetici, tercüman, sanayici, avukat, muhasebeci, temsilci, işsiz) mensup olanlar arasında negatif yönlü ve anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Erdem (2016)'in, tüketicilerin demografik özellikleriyle satın alma tarzları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapmış olduğu çalışmasında da tüketicilerin mesleklerine göre satın alma ve ürünleri değerlendirme eğilimleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çalışmada, “işsiz” olanların ve “öğrencilerin” alışveriş eğilimleri ortalamalarının özel sektör çalışanlarına ve “memurlara” göre daha yüksek çıktığı, “öğrencilerin” ürünlerle ilgili mükemmeliyetçilik düzeylerinin, “serbest meslek” çalışanlarına kıyasla daha yüksek çıktığı görülmüştür (Erdem, 2016: 55). Bu bağlamda katılımcıların mesleklerine göre yapılan değerlendirmelerde, farklı mesleklere mensup turistlerin değerlendirmeleri arasında farklılık çıkmasının doğal olduğunu söylemek mümkündür.

Kapadokya'nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların inançlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere One-Way Anova ve LSD analizleri yapılmıştır. Analiz sonucunda; memnuniyet boyutunda ve altyapı-üstyapı boyutunda turistlerin inançlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ulaşım, çekicilik, sosyo-kültürel yapı, tanıtım boyutlarında ise turistlerin inançlarına göre

anlamli bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. LSD analizi sonuçlarına göre ise; memnuniyet boyutunda, “diğer (inançsız)” seçeneğini işaretleyenlerle, İslamiyet ve Hıristiyanlık inancına sahip olanlar arasında negatif yönlü ve anlamli bir farklılık tespit edilmiştir. Altyapı-üstyapı boyutunda İslamiyet inancına sahip olanlarla Hıristiyanlık ve diğer seçeneğini işaretleyenler arasında negatif yönlü ve anlamli bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre İslamiyet ve Hıristiyanlık inancına sahip olanların diğer inançlara kıyasla Kapadokya’daki ziyaretlerinden memnun oldukları görülmektedir. Ancak Kapadokya’nın altyapı-üstyapı değerlendirmelerinde farklı inançlara sahip olanların farklı değerlendirmelerde buldukları tespit edilmiştir. Diğer inançlara sahip olanların, İslamiyet ve Hıristiyanlık inançlarına sahip olanlara göre memnuniyet konusunda daha az ortalamaya sahip olmalarının sebebinin, bu kişilerin herhangi bir inanca sahip olmamaktan ötürü inanç merkezlerinde manevi bir tatmin yaşamamalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Altyapı-üstyapı konusunda İslamiyet inancına sahip olanların Hıristiyanlık ve diğer inançlara sahip olanlara göre ortalamalarının daha yüksek olmasının sebebinin, İslamiyet inancına sahip olanların yoğun olarak yerli turistlerden oluşmasından ve bu kişilerin de genellikle Kapadokya’daki altyapı-üstyapı özellikleri bakımından iyi durumda olan camileri, inanç merkezi olarak ziyaret etmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Hıristiyan olanların ise yoğun olarak yeterli bakımı yapılmayan, ibadet etme olanakları bulunmayan kiliseleri ziyaret etmeleri, ortalamalarının düşük olmasına sebebiyet vermektedir. İnancı olmayan kişilerin ise bu konuda çok fazla değerlendirme yapmıyor olmasının, ortalamalarını düşürdüğü söylenebilir.

Kapadokya’nın inanç turizmi kaynaklarının değerlendirilmesinde, katılımcıların ziyaret sayılarına göre yapılan One-Way Anova ve LSD analizi sonuçlarına göre; altyapı-üstyapı boyutunda ve tanıtım boyutunda anlamli bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Memnuniyet, ulaşım, çekicilik ve sosyo-kültürel yapı boyutlarında ise anlamli bir farklılık bulunmamıştır. LSD analizi sonuçlarına göre ise; altyapı-üstyapı boyutunda “4. kez ziyaret” edenlerle “ilk ziyaret” edenler ve “2. kez ziyaret” edenler arasında negatif yönlü ve anlamli bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tanıtım boyutunda ise “ilk ziyaret” edenlerle “4. kez ziyaret” edenler arasında, “2. kez ziyaret” edenlerle “3. kez” ve “4. kez ziyaret” edenler arasında anlamli bir farklılık

olduğu tespit edilmiştir. Hem altyapı-üstyapı boyutunda hem de tanıtım boyutunda, ziyaret sayısı arttıkça ortalamaların yükselmesinin sebebinin; bir önceki ziyaretlerinden farklı olarak bölgedeki olanakları daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirme imkânına kavuşmalarından ve daha önce fark etmedikleri ayrıntıları keşfetmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu nedenle ziyaretçilerin inanç turizmi merkezlerini daha fazla ziyaret etmelerini sağlamak önem arz etmektedir.

Katılımcıların inançlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ve farklılığın hangi değişkenlerden kaynaklandığını test etmek için yapılan One-Way Anova ve LSD analizlerinin sonuçlarına göre; Kurşunlu Camii’nin, Hacı Bektaş Veli Dergahı ve Külliyesi’nin, St. Basil Şapeli’nin, Yılanlı Kilisesi’nin, Eğri (Kızıl) Minare’nin, Aziz Catherine Kilisesi’nin, Çarıklı Kilisesi’nin, Karanlık Kilise’nin, El-Nazar Kilisesi’nin, Tatların Kilisesi’nin ziyaret edilmesinde, katılımcıların inançlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. LSD analizi sonuçlarına göre ise; aralarında farklılık çıkan tüm ziyaret yerlerinde İslamiyet inancına sahip olanların ortalamalarının diğerlerinden yüksek olduğu görülmüştür. Bu durumun, İslamiyet inancına mensup olan yerli turistlerin genellikle bu alanları ziyaret ederken, bir tura bağımlı olmaksızın daha fazla inanç merkezini ziyaret etme fırsatını bulmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca, özellikle Hıristiyan ve Musevi inancına mensup turistlerin, adeta bir müze haline çevrilen, inançlarını gerçekleştirme ortamı bulunmayan bu merkezlerde uzun süreli vakit geçiremeyeceklerini bilmelerinden de kaynaklandığı söylenebilir. Bu bağlamda inanç turizmi merkezlerinin(kilise, şapel, sinagog gibi) ziyarete gelen turistlerin ibadetlerini yerine getirebilecekleri ortamlara da sahip olmaları mümkün hale getirilebilirse, ziyaretçi sayılarının ve ziyaret sürelerinin arttırılması da mümkün olabilecektir.

Katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre, Kapadokya’da ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ve farklılıkların hangi değişkenlerden kaynaklandığını tespit etmek üzere yapılan One-Way Anova ve LSD analizi sonuçlarına göre; Kapadokya’da ziyaret edilen yerlerden Tokalı Kilise’nin ve Yılanlı Kilise’nin ziyaret edilmesinde, katılımcıların inanç turizmi merkezlerini ziyaret amaçlarına göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların Kapadokya’da Tokalı Kilise’yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, merak amacıyla ziyaret edenlerle boş zaman değerlendirme amacıyla ziyaret edenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Kapadokya’da Yılanlı Kilise’yi ziyarette bulunup bulunmama durumlarına ilişkin düşüncelerinde, merak amacıyla ziyaret edenlerle dini inanç amacıyla ziyaret edenler arasında, dini inanç amacıyla ziyaret edenlerle boş zaman değerlendirme amacıyla ziyaret edenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Tokalı Kilise ve Yılanlı Kilise, en çok merak ve boş zaman değerlendirme amacıyla ziyaret edilmiştir. Tokalı Kilise içerisindeki fresklerin diğer kiliselerdekilere göre daha canlı olması ve Göreme Açık Hava Müzesi girişindeki ilk kilise olmasının daha fazla ziyaretçi almasında etkili olduğu düşünülmektedir. Buna istinaden diğer inanç turizmi merkezlerinin de çekiciliklerini arttırılarak ve orijinalliklerini koruyarak daha fazla ziyaretçi almasının mümkün olacağı söylenebilir.

Sonuç olarak Kapadokya Bölgesinde inanç turizminin geliştirilebilmesi açısından bazı somut önerilerin geliştirilmesinde fayda görülmüştür. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Kapadokya’nın eşsiz destinasyonlardan biri olmasından dolayı turistik faaliyetler gerçekleştirilirken, doğasının, tarihi ve kültürel mirasının korunması önem arz etmektedir. Bu bağlamda tarihi ve kültürel yapıların, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile işletmeler arasında iş birliği yapılarak restore edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.
- İnanç turizmi merkezlerinde görevli personele ve bu alanlarda görev yapan rehberlere, yoğun turist akını gerçekleştiren ülkelerin dilleriyle ve kültürleriyle ilgili eğitimler verilmelidir.
- İnanç turizmi merkezlerine ulaşılabilirliği kolaylaştırmak için şehir merkezine ve diğer turizm merkezlerine yeterli yön levhaları koyulmalıdır.
- Münferit turistler, ilçelerdeki inanç merkezlerini ziyaret edebilmek için şehir merkezinden otobüsler aracılığıyla sadece ilçe merkezine kadar ulaşabilmektedir. İlçe merkezinden uzakta olan inanç merkezlerini ziyaret etmek için ise taksi vb. araçları kullanmak zorunda kalmaktadırlar. Bu da çoğu zaman ziyaretten vazgeçmelerine sebebiyet vermektedir. Özellikle

münferit turistlerin, inanç turizmi merkezleri ile tarihi ve kültürel çekiciliği bulunan yerlere kolay ulaşabilmesini sağlamak maksadıyla, ulaşım ağlarının genişletilmesi ve inanç turizmi merkezlerine ulaşılabilirliği kolaylaştırmak maksadıyla özel gezi otobüsleri koyulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Örneğin, İstanbul'da uygulanan üstü açık çift katlı otobüslerle Sultanahmet, Eminönü ve Beşiktaş gibi tarihi özellik taşıyan yerlere turistlerin hem ulaşımını kolaylaştırmak hem de bu sayede çevreyi keşfetmelerini sağlamaktadır.

- Mevcut rehberlik hizmetlerinin artırılması ve rehberlerin turistlere karşı olumsuz tutum ve davranışlarının denetlenmesi de olumlu sonuç verebilecektir.
- Kapadokya için yapılan gerek yurtiçi gerekse yurtdışı tanıtım faaliyetlerinde, balon turizminin yanı sıra inanç, tarihi ve kültürel mirasların tanıtımına da ağırlık verilmesinin, bölgeyi ziyaret edecek turist sayısı üzerinde olumlu etki yaratacağı düşünülmektedir.
- Yerli halkın, turistleri ekonomik bir güç olarak görmek yerine misafirperver bir tutumla yaklaşmaları için daha fazla bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.
- Yerli ve yabancı turistlerin, Kapadokya'da konakladıkları süre boyunca dini ibadet ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri ortamların oluşturulması, inanç turizmi bakımından önem arz etmektedir. Özellikle Hıristiyan toplumu için önemli olan kiliselerde ibadet imkânı bulamayan turistlerin, bu konuda sıkıntı yaşadıkları, yüz yüze görüşmeler esnasında tespit edilmiştir. Bu bağlamda, onların da ibadet edebilmeleri için uygun ortamların oluşturulması, dış aktif turizm talebinin artışında fayda sağlayabilecektir.
- Tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından Kapadokya'ya kültürel ve tarihi içerikli düzenlenen turların yanı sıra, inanç turizmi kapsamında da turların düzenlenmesi, inanç turizmi bakımından önemli bir potansiyele sahip olan bölgenin, turist sayısını arttırmada etkili olacaktır.

Araştırma sadece çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir ve ilçelerinde bulunan inanç turizm merkezlerinde uygulanmıştır. Bu konuda ve Kapadokya Bölgesi için yapılacak daha sonraki çalışmalarda araştırmacıların Kapadokya Bölgesinin tamamını kapsayan bir çalışma yapmaları, Kapadokya Bölgesinin

tanıtımına ve literatüre daha fazla katkı sağlayacaktır. Kapadokya Bölgesi'nde bulunan inanç turizmi merkezleriyle ilgili daha spesifik araştırmalar yapılarak Bölge'de bulunan inanç turizm merkezlerine karşı ilgi ve tanıtımın artırılabilceği düşünölmektedir.

Söz konusu araştırma sonucunda tespit edilmiş olan eksikliklerin, Kapadokya'daki tüm paydaşlar tarafından ortaklaşa bir kararla giderilmesi ve önerilerin hayata geçirilmesi, Kapadokya'nın ulusal ve uluslararası alandaki tanıtımında, inanç turizmi konusundaki potansiyelinin değerlendirilmesinde ve bölgenin ekonomik anlamda elde edeceği faydanın arttırılmasında etkili olabilecektir.

Bu çalışmanın, hem inanç turizmi konusunda hem de Kapadokya ile ilgili ileride yapılacak diğer araştırmalarda yol gösterici olacağı düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

Adıbelli R (2002) Kapadokya Bölgesi'ndeki Hıristiyanlık Tarihi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Konya.

Akat Ö (2000) Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği (Motif Matbaası, İstanbul).

Akgöz E, Göral R ve Gürsoy Y (2014) Yenilik Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Kurban Bayramı Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (31), 1-12.

Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016) Turizm – Gezi Rehberi (<http://www.aksaraykulturturizm.com>, 26 Şubat 2018).

Aksoy E (2013) Nevşehir Turizminin Çeşitlendirilmesine Yönelik Eko Turizm Eylem Planı 2013–2023, Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü.

Aksoy M (1998) Türkiye'de İnanç Turizmi ve Seyahat Acentelerinin İnanç Turizmine Olan İlgilerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.

Aktaş A (2002) Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi (Azim Matbaacılık, Antalya).

Aktaş S (2009) Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.

Albayrak A (2011) Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aile Ekonomisi ve Beslenme Anabilim Dalı, Ankara.

Albayrak A (2013) Alternatif Turizm (Detay Yayıncılık, Ankara).

Alparslan M S (2016) İnanç Turizmi: Seyyid Burhaneddin Türbesi Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kayseri.

Altunışık R, Coşkun R, Bayraktaroğlu S ve Yıldırım E (2007) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı (Sakarya Yayıncılık, Sakarya).

Atabey E (2002) Tüm Kapadokya Risk Altında mı? Bilim ve Teknik Dergisi, 64.

Aydın P (2012) Bursa İli Dağ Yöresinde Ekolojik Turizmi Geliştirme Olanakları. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Bursa.

Ayyıldız U (1990) Eşsiz Kapadokya (Net Turistik Yayınları A.Ş., Nevşehir).

Babacan Çengel B (2013) Kapadokya Bölgesi'ndeki Butik Otellerde Konaklama Nedenlerine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Niğde.

Bahar M (2015) İnanç Turizmi Açısından Kilis İlinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.

Baki Ü (2008) Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamında Kars İlinin Ekonomik Kaynaklarının Değerlendirilmesi: Turizm Sektörü Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kars.

Baranaydın D (2016) Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Karanlık Turizm: Yerel Turistlere Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Bardakoğlu  (2011) Turistik rn Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model alışması. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Boy A (2017) Medreselerin Kısa Bir Geçmişi ve Kayseri Medreseleri, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1), 57–73.

Burns A C ve Bush R F (2014) Marketing Research (Pearson Education, USA), 7th ed. Bykmıhı G (1997) Taş Sivil Mimarlık rneklerinde Korumaya Yönelik Yöntem nerileri ve Bu Yöntemlerin Kayseri rneğinde Uygulanışı, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 93–129.

Cufta M (2016) Stres ve Dini İnanç, Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Yıl 3(5), 50–70.

akmak T F (2014) İnanç Turizminin Turistik Destinasyon Pazarlamasındaki Yeri ve nemi: Göbekli Tepe rneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.

elik A (2010) Turizmin Ekonomik Boyutu ve Diyarbakır İli zeline Kültür ve İnanç Turizminin Ekonomik Faktör Olarak Kullanılması. Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı, Diyarbakır.

elik G (2012) Turizmin Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Manisa İli rneği. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, alışma Ekonomisi ve Endüstrisi İlişkileri Anabilim Dalı, Isparta.

etin İ (2001) Turistik rn eşitlendirmesinde Eko-Turizmin Yapısal Analizi ve Türkiye’de Geliştirme Stratejileri. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Çifci İ (2014) İnanç Turizmi Kapsamında Hacı Bektaş Veli Külliyesine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.

Çoban Z (2015) Kocaeli İlinin Turizm Potansiyeli ve Karşılaşılan Sorunlar. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kocaeli.

Çolak O (2009) Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı, Aydın.

Demircan Ş (2010) Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.

Demircan Ş (2014) İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.

Dinleyen M (2011) Nevşehir’de Halk İnançları (Nevşehir Belediyesi Yayınları, Nevşehir).

Ekici B (2014) Nevşehir Kent Rehberi (Simtel Ofset Matbaacılık, Nevşehir).

Erdem K (2016) “Tüketicilerin Demografik Özellikleri ile Satın Alma Tarzları Arasındaki İlişki: Aydın İlindeki Tüketicileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Aydın.

Ersoy H (2017) Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Eykay İ (2013) İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.

Göktaş L S (2016) Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından İki İlin Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.

Gülyaz M E (1997) Doğanın Mucizesi Kapadokya (Nevşehir Valiliği Turizm Geliştirme ve Tanıtım Vakfı, Ankara).

Gülyaz M E (2012) Dünya Mirasında Kapadokya (Seçil Ofset, İstanbul).

Gürbüz A (2002) Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Teknoloji Dergisi, 5 (1-2), 49-59.

Gürbüz S, Şahin F (2015) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz) (Seçkin Yayıncılık, II. Baskı, Ankara).

Gürer Ö F (2009) Niğde: Kapadokya'nın Başkenti-Antik Çağdan Cumhuriyet'e (Maya Basın Yayın Matbaacılık, İstanbul).

Güzel F Ö (2010) Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2(2), 87-100.

Hacıoğlu N (2000) Turizm Pazarlaması (Vipaş A.Ş., Bursa).

Hair Jr J F, Black W C, Babin B J and Anderson R E (2014) Multivariate Data Analysis (Pearson Prentice Hall, USA), Seventh Edition.

Harcombe D (1999) The Economic Impacts of Tourism, ABAC Journal, Assumption University, Vol 19, 3-28.

Heung VCS and Lam T (2003) Customer Complaint Behaviour Towards Hotel Restaurant Services, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5), 283-289.

İçöz O, Kozak M (1998) *Turizm Ekonomisi* (Turhan Kitapevi, Ankara).

İlker G (2012) Türkiye’de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek bir alan araştırması. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Konya.

İncil (1996) *İncil’in Çağdaş Türkçe Çevirisi* (Yeni Yaşam Yayınları, İstanbul).

İpar M S (2011) *Turizmde Destinasyon Markalaşması ve İstanbul Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

İri R (2009) Niğde İlinin Turizm Açısından Pazarlanması. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Niğde.

İşcen A, İşcen Y (2008) *Kapadokya Yaşam ve Gezi Rehberi*, Peribacası Kapadokya Kültür ve Tanıtım Dergisi, Sayı 4.

Jacoby J ve Jaccard J J (1981) The sources, meaning, and validity of consumer complaint behavior: A psychological analysis, *Journal of Retailing*, 57(3), 4-24.

Kar M, Zorkirişçi E ve Yıldırım E (2004) Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 87-112.

Karaküçük S (2016) *Rekreasyon Bilimi* (Gazi Kitapevi, Ankara).

Kaya H (1996) *İnanç Turizmi* (F. Özsan Matbaacılık, Bursa).

Kaynak İ H, Sezgin M (2014) İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, (10), 349–360.

Keng K, Richmond D ve Han S (1995) Determinants of consumer complaint behaviour: a study of Singapore consumers, Journal of International Consumer Marketing, 8 (2), 59-76.

Keskin E (2012) Tanıtım Faaliyetlerinin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Japon Turistlere Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Kerimbekova A (2010) Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikası ve Kazakistan Burabay Turizm Bölgesi ile İlgili Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Kızılkaya Y (2013) Erzurum İli'nin İnanç Turizm Potansiyeli. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Erzurum.

Kozak M, Bahçe S (2009) Özel İlgi Turizmi (I. Baskı) (Detay Yayıncılık, Ankara).

Kozak N, Kozak A ve Kozak M (2010) Genel Turizm İlkeler-Kavramlar (Detay Yayıncılık, Ankara).

Kozak N, Kozak M ve Kozak M (2008) Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar (Detay Yayıncılık, Ankara).

Kurnaz H B (2013) İnanç Turizmi Kapsamında Hac ve Umre Organizasyonu Yapan Seyahat Acentelerinin Pazarlama Faaliyetlerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Kurtuluş K (2004) Pazarlama Araştırmaları (Literatür Yayınları, Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 7. Basım, İstanbul).

Kuyucu S (2017) Kültür Turizmi Kapsamında İnanç Turizminin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Bilecik Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.

Küçük A (2010) İnanç Turizmi Açısından Türkiye. Türkiye’de Dinler Tarihi Dünü, Bugünü ve Geleceği, Dinler Tarihi Araştırmaları Dergisi, (VII), 755–789.

Küçük M A (2013) İnanç Turizmi Açısından Türkiye’de Dini Mekânlar (Yahudilik-Hıristiyanlık Örneği) (Berikan Yayınevi, Ankara).

Maviş F, Ahıpaşaoğlu H S, Kozak N (2002) Genel Turizm Bilgisi (Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir).

Mergenci A, Masterson F ve Sütü A F (2010) Destination Cappadocia (Koza Yayıncılık, Ankara).

Mill R C, Alastair M M (2002) The Tourism System (4.Baskı, Kandall Hunt Publishing Company).

Minbaeva A (2010) Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Nevşehir Belediyesi (2012) Turizm -Kapadokya’da Turizm (<http://www.nevsehir.bel.tr>, 24 Şubat 2018).

Nevşehir Valiliği (2015) Nereler Görülmeli? (<http://www.nevsehir.gov.tr>, 23 Şubat 2018).

Niğde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2014) Gezilecek Yerler (<http://www.nigdekulturuzturizm.gov.tr>, 15 Ocak 2018).

Oflaz M (2015) Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Okuyucu A, Somuncu M (2013) Türkiye’de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek, International Conference on Religious Tourism and Tolerance, Konya.

Olalı H, Timur A (1988) Turizm Ekonomisi (Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir).

Osmonolieva B (2007) Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Av Turizmi ve Kırgızistan’da Av Turizmi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

Öcal S (2000) Kapadokya’yı Ziyaret Eden Fransızca Konuşan Avrupa Ülkeleri Turistlerinin Tatminini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Ötker Belber B G (1999) Gençlik Turizmi Pazarlaması ve Türkiye Uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Malatya.

Özdemir M, Kervankıran İ (2011) Turizm ve Turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği, Marmara Coğrafya Dergisi, (24), 1–25.

Özel Ç H (2013) Turizm Pazarlaması (Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir).

Ratz T (2000) The Socio-cultural Impacts of Tourism Case of Lake Balaton, Research Support Scheme.

Sargın S (2006) Yalvaç'da İnanç Turizmi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(2), 1–18.

Sarkım M (2007) Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İzmir.

Serçek S (2011) Bütünleşik Pazarlama İletişimi Çerçevesinde Türkiye'de İnanç Turizminin Geliştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Sezer M S (2010) Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.

Şahin E (2010) Nevşehir İli Turizm Geliri Tahmin Modeli. TÜİK Uzmanlık Tezi, T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Nevşehir.

Şahin E (2014) Sosyokültürel Yapı ve Değişim Bağlamında Mimari Mirasın Korunmasına Dair Bir Yöntem Araştırması: Kapadokya-Güzelyurt Örneği, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Ankara.

Şahiner T (2012) İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakış Açısından Karaman. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Karaman.

Şaman E (2009) Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin'de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mersin.

Şenel Y (2001) Turizm Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Karşılaşmış Oldukları Sorunlara İlişkin Nevşehir Bölgesi'nde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Niğde

Taş E (2014) Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi Bayburt İli Örneği. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta.

Taş M (2015) İnanç Turizmi Kapsamında Umre Seyahatlerine Katılan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.

T.C. Kayseri Valiliği (2016) Turizm – Kültür ve Doğa Turizmi – Kapadokya'nın Kapısı Soğanlı (<http://www.kayseri.gov.tr>, 26 Şubat 2018).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı (<http://www.kultur.gov.tr>, 23 Ocak 2018).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018) Turizm Çeşitleri – Alternatif Turizm Türleri – Yayla Turizmi (<http://www.kultur.gov.tr>, 20 Ocak 2018).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018) Turizm Çeşitleri – İnanç Turizmi (<http://www.kultur.gov.tr>, 18 Ocak 2018).

T.C. Ulaştırma Bakanlığı Demiryolları, Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü (2010) Turizm Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu (<http://www.aygm.gov.tr>, 21 Ocak 2018).

Tekin Ö (2014) Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Konya'da Ekoturizm Rotaları. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.

Temizkan S P (2005) Turistlerin Alışveriş Davranışı: Kapadokya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Paşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Hatay.

Timothy D J ve Olsen D H (2006) *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (Routledge, USA).

Timothy D J ve Nyaupane G P (2009) *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World* (Routledge, USA).

Topuzlu F (1990) Turistik Alanlarda Kontrolsüz Gelişme ve Alanların Taşıma Kapasitesi. *Turizm Yıllığı 1988–1989*, Türkiye Kalkınma Bankası, 9–19.

Tosun A (2014) İnanç Turizmi Açısından Hac ve Umre Organizasyonu'na Katılanların Müşteri Memnuniyeti. Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.

Tutar F, Alpaslan C (2013) Medeniyetlerin Yaşatıldığı Şehir Niğde ve Turizm, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 47–60.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2013) *Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Türkiye Kurvaziyer Turizmi Raporu* (25 Ocak 2018).

Usal A, Oral S (2001) *Turizm Pazarlaması* (Kanyılmaz Matbaası, İzmir).

Usta K M (2005) İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Usta Ö (2002) *Genel Turizm* (Anadolu Matbaacılık, İzmir).

Usta Ö (2008) *Turizm Genel Yaklaşım ve Yapısal Yaklaşım* (Detay Yayıncılık, Ankara).

Uygun H (2014) Yeni Ürün Geliştirme ve Ortak Pazarlama Stratejisi: Trabzon Yöresel Turizm Destinasyonları Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Trabzon.

Ünal H (2014) Batı Karadeniz Bölümünde Turistik Ürün Çeşitlendirme: İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlemesi Üzerine Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Karabük.

Yamane T (2001) Temel Örneklem Yöntemleri (Literatür Yayıncılık, Çeviren: Esin A, Bakır M A, Aydın C ve Gürbüzsül E, İstanbul).

Yaşar İ (1996) İç Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Zengin A (2010) Eyüp Kentsel Sit Alanının İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerleşim Dokusunun Korunması Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.



EKLER

EK.1 Anket Formu (Türkçe)

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında “Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi” isimli yüksek lisans tez çalışması için veri elde etmek amacıyla düzenlenmiştir. Elde edilen veriler, kesinlikle başka hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Katılımınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Araştırmayı Yürütenler

Dr. Öğretim Üyesi Burcu Gülsevil BELBER (Danışman)
Gökhan GÜMÜŞ (Yüksek Lisans Öğrencisi)

Lütfen aşağıda verilmiş seçeneklerden sizin için uygun olanı (✓) işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz	() Bay () Bayan
2. Yaşınız	(Belirtiniz)
3. Medeni Haliniz	() Evli () Bekâr
4. Eğitim Düzeyiniz	() İlköğretim() Lise() Üniversite() Lisansüstü() Diğer (Belirtiniz)
5. Mesleğiniz	() Emekli() İşçi() Memur() Serbest Meslek () Ev Hanımı () Öğrenci
6. Dininiz/İnancınız	() İslamiyet () Hıristiyanlık () Musevilik () Diğer (Belirtiniz)

7. Kapadokya'ya (hangi ülkeden / şehirden) nereden geldiniz?

(Belirtiniz)

8. Kapadokya'yı kaçınıcı ziyaretiniz? () İlk () 2. () 3. () 4. () 4'ün üzerinde

9. Kapadokya'yı ziyaret etme sebebiniz nedir?

() Gezi/Eğlence/Balon () İnanç Merkezlerini Ziyaret () İş Seyahati
() Geçerken Uğradım () Aile – Akriba - Arkadaş Ziyareti () Diğer (Belirtiniz)

10. Kapadokya'daki inanç turizmi merkezlerini ziyaret etme amacınız nedir?

() Merak () Dini İnanç () Boş Zamanı Değerlendirme () Uzmanlık - Araştırma() Psikolojik Nedenler () Diğer (Belirtiniz)

11. Sizce Kapadokya Bölgesinde, inanç turizmi kapsamında en çok ziyaret edilen yer veya yerler, aşağıdakilerden hangisi veya hangileridir? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

() Kurşunlu Cami	() Azize Catherine Şapeli
() Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Külliyesi	() Çarıklı Kilise
() Tokalı Kilise	() Karanlık Kilise
() Rahipler ve Rahibeler Manastırı	() El - Nazar Kilisesi
() St. Basil Şapeli	() Saklı Kilise
() Elmalı Kilise	() Kılıçlar Kilisesi
() Çavuşin Kilisesi	() Meryem Ana Kilisesi
() Yılanlı Kilise	() Tatların Kilisesi
() Eğri (Kızıl) Minare	() St. Jean Kilisesi

12. Kapadokya'daki geceleme sayınız ()Günü Birlik ()1 ()2 ()3 ()4() 5 +
 13. Kapadokya'ya tekrar gelmeyi düşünür müsünüz? () Evet () Hayır
 14. Kapadokya'yı ülkenize / memleketinize döndüğünüzde, çevrenizdekilere ziyaret edilmesi gereken bir yer olarak tavsiye eder misiniz?
 () Evet () Hayır

Aşağıda verilmiş ifadelere ne derece katıldığınızı **Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum** olmak üzere uygun olan kutuyu işaretleyiniz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
15	Kapadokya'daki İnanç turizmi merkezlerine yapmış olduğum ziyaretten memnun kaldım.					
16	Kapadokya Bölgesi'ne ulaşım olanakları yeterlidir.					
17	Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi merkezlerine, ulaşım olanakları yeterlidir.					
18	Kapadokya Bölgesi içinde inanç turizmi merkezlerini gösteren yön levhaları mevcuttur.					
19	Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmi olanakları ile ilgili broşür, katalog, kitap vb. gibi dokümanlara kolaylıkla ulaşmak mümkündür.					
20	Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmüne yönelik alanlar, tarihi özellik taşımaktadır.					
21	Kapadokya Bölgesi'ndeki inanç turizmüne yönelik alanlar, mimari ve yapısal özellikleri bakımından ilgi çekicidir.					
22	Kapadokya, inanç turizmi açısından zengin bir potansiyele (yapı, ibadethane vb.) sahiptir.					
23	Kapadokya, sadece dinsel değil aynı zamanda doğal ve kültürel değerleriyle de ziyaret edilmesi gereken çekici bir turistik bölgedir.					
24	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezleri, yeterince korunmaktadır ve yapısı bozulmamıştır.					
25	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; ayin, toplu ibadetler, anma törenleri vb. gibi etkinlikler düzenlenmektedir.					
26	Kapadokya'ya yönelik inanç turizmi organizasyonları (inanç merkezlerini ziyaret amaçlı turlar) yeterince yapılmaktadır.					
27	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi alanlarında; manevi rahatlama, dua etme, inancın gereklerini yerine getirme vb. gibi olanaklar yeterli düzeydedir.					

28	Kapadokya’da inanç turizmine yönelik merkezlerde ve civarında, kişisel ihtiyaçlar, alışveriş olanakları, hediyelik eşya vb. imkânlar yeterli düzeyde sunulmaktadır.					
29	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde, temizlik işlerine gereken önem verilmektedir.					
30	Kapadokya Bölgesindeki inanç turizmi merkezlerinde; elektrik, su, ısıtma, soğutma sistemleri ve aydınlatma olanakları yeterlidir.					
31	Kapadokya Bölgesi’nde, konaklama, yiyecek- içecek, sağlık vb. ihtiyaçları giderecek yeterli olanaklar mevcuttur.					
32	Kapadokya halkı başka kültürden insanlara karşı olumlu bir tutum sergilemektedir.					
33	Kapadokya halkının, İnanç turizmiyle ilgili bilinç					
34	Kapadokya’daki yerli halk, farklı dinlerden ziyaretçilerin görüşlerine saygı duymaktadır.					
35	Kapadokya’daki inanç turizmi faaliyetlerinin, dinler arası diyaloglara katkı sağlayacağını düşünüyorum.					
36	Kapadokya halkı, turistleri yalnızca birer ekonomik güç olarak görmemektedir.					
37	Kapadokya, inanç turizmi bakımından seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin kataloglarında yeteri kadar yer almaktadır.					
38	Turist rehberleri, Kapadokya’daki inanç turizmi olanaklarıyla ve değerleriyle ilgili yeterli bilgiye sahiptir ve turistlere aktarmaktadır.					
39	Kapadokya’daki inanç turizmi varlıkları, yeterince tanıtılmaktadır.					

EK.2 Anket Formu (İngilizce)

Dear Sir / Madam,

This survey is being carried out in order to obtain data for the dissertation study of post graduate named "Touristic Product Diversification: Evaluation Of Faith Tourism Resources In Cappadocia Region" at Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Main Discipline Tourism Management. The obtained data will definitely not be used for any other purposes. Thank you already for your participation.

Researchers

Assoc. Prof. Burcu Gülsevil BELBER (Consultant)
Gökhan GÜMÜŞ (Master Student)

Please tick (✓) the appropriate box for you from the statements which is given below.

1. Your Sexuality	() Male () Female
2. Your Age
3. Marital Status	() Married () Single
4. Education	() Less than high school () High school () College graduate () Post graduate
5. Your Occupation	() Retired () Employee () Civil Servant () Self-Employment () Housewife
6. Your Religion	() Islam () Christianity () Judaism () Other.....

7. Where did you come from to Cappadocia (from which country/city)?

8. How many times have you visited Cappadocia? () First () Second () Third () Fourth () Over Four

9. For which reasons are you visiting Cappadocia?

() Sightseeing/Entertainment/Balloon () Visiting the centers of faith () Work travel () It is on my way () Visiting Family/Relatives/Friends () Other

10. What is your purpose of visiting faith tourism centers in Cappadocia?

() Wonder () Religious Belief () Free Time () Expertise/Research () Psychological Reasons () Other

11. Which of the following are the most visited place or places within the scope of faith tourism in the Cappadocia Region? (You can mark more than one option.)

- | | |
|--|-------------------------------|
| () Kurşunlu Mosque | () Chapel of Azize Catherine |
| () Hacı Bektaş Veli Lodge and Complex | () Çarıklı Church |
| () Buckle Church () Dark Church | |
| () The Monastery of Nuns and Monks | () Evil Eye Church |
| () Chapel of St. Basil | () Hidden Church |
| () Apple Church () Swords Church | |
| () Cavusin Church | () Virgin Mary Church |
| () Snake Church | () Tatların Church |
| () Curved (Red) Minaret | () St. Jean Church |

12. How long will you stay in Cappadocia? () Excursion () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 +

13. Would you consider revisiting Cappadocia? () Yes () No

14. Would you recommend Cappadocia around you as a place to visit when you return to your country? () Yes () No

Please tick the appropriate box which is given below 5=Strongly agree, 4=Agree, 3=Neither agree nor disagree, 2=Disagree, 1=Strongly disagree.

		1=Strongly disagree	2=Disagree	3=Neither agree nor disagree	4=Agree	5=Strongly Agree
15	I was pleased to have visited the Faith Tourism Centers in Cappadocia.					
16	Transportation facilities are sufficient to Cappadocia Region.					
17	Transportation facilities are sufficient to faith tourism centers in the Cappadocia Region.					
18	There are direction boards showing faith tourism centers within the Cappadocia Region.					
19	Documents are easily accessible about faith tourism in Cappadocia Region: such as brochures, catalogs and books etc.					
20	The areas of faith tourism in the Cappadocia Region comprise historical features.					
21	Areas of faith tourism in the Cappadocia Region are interesting in terms of their architectural and structural characteristics.					
22	Cappadocia has a rich potential (structure, places of worship, etc.) in terms of faith tourism.					
23	Cappadocia is an attractive tourist area that must be visited not only religious values but also with its natural and cultural values					
24	Centers of faith tourism in the Cappadocia Region is adequately protected and their structure is not corrupted.					
25	Rituals, mass rituals, memorial ceremonies are organized in the areas of faith tourism in Cappadocia Region.					
26	Faith tourism organizations intended for Cappadocia is done sufficiently (tours to visit faith centers).					
27	Spiritual relaxation, prayer, fulfilling the requirements of faith presented at an adequate level in centers of faith tourism in the Cappadocia Region.					
28	Necessities, shopping facilities, souvenirs, etc. are found at an adequate level in centers of faith tourism in the Cappadocia Region.					

29	Cleaning works are given importance in centers of faith tourism in the Cappadocia Region.					
30	Electricity, water, heating, cooling systems and lighting facilities are sufficient in centers of faith tourism in the Cappadocia Region.					
31	Needs for accommodation, catering, health, etc. are sufficient in Cappadocia Region.					
32	The people of Cappadocia have a positive attitude towards other cultured people.					
33	The awareness level about faith tourism of the Cappadocia people is enough.					
34	The local people in Cappadocia respects to the opinions of visitors from different religions.					
35	I think that faith tourism activities will contribute to interreligious dialogues in Cappadocia.					
36	The people of Cappadocia don't see tourists as only economic power.					
37	Cappadocia appears as high as its capacity in terms of faith tourism in the catalogs of travel agents and tour operators.					
38	Tourist guides have sufficient knowledge about faith tourism capabilities and values in Cappadocia and transferring to tourist it.					
39	The Faith tourism assets in Cappadocia are introduced enough.					

EK.3 NORMALLIK DAĞILIMI

Değişkenler	Standart Sapma	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Memnuniyet	,87791	-0,992	0,906
Ulaşım	,65771	-,689	0,840
Çekicilik	,66170	,070	,117
Altyapı-Üstyapı	,72820	-0,983	0,883
Sosyo-kültürel Yapı	,60440	-,405	0,897
Tanıtım	,75378	-,556	-,100

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Gökhan GÜMÜŞ

Uyruğu: T.C.

Doğum Yeri ve Tarihi: ÇAMAŞ / 15.09.1992

E-posta: gokhan_gumus@outlook.com

Yazışma Adresi: Mehmet Akif Ersoy Mahallesi Esenyurt/İSTANBUL

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Lisans	Mersin Üniversitesi – Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	Haziran 2016
Yüksek Lisans	Nevşehir Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü: Turizm İşletmeciliği	Ocak 2019

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2013-2016 Yaz Sezonları	Sheraton Çeşme Otel	Service Captain

YABANCI DİL

Adı	Seviye
İngilizce	İleri Derece
Almanca	Başlangıç
Rusça	Başlangıç