ISSN 1304-7590

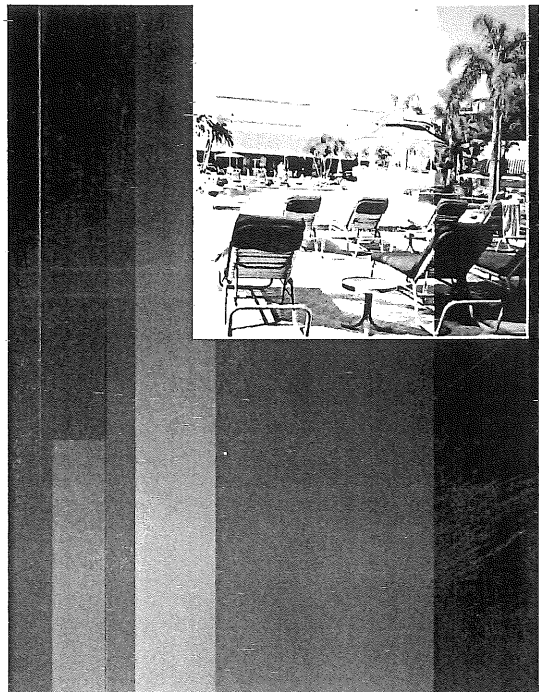
SOİ DERGİ

SEYAHAT VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ DERGİSİ

JTHM - Journal of Travel and Hospitality Management

Mayıs - Ağustos 2012 Yıl: 9 Sayı: 2 ₺14 (KDV Dahil)
May - August 2012 Volume: 9 Number: 2 ₺14 (VAT included)

www.soidergi.com









Rekabet Aracı Olarak Tasarım Faktörünün Duygu Aracılığıyla Hatırlanabilirlik Yaratma Etkisine Yönelik Bir Araştırma
A Research on the Effects of Design Factor as a Competitive Tool Creating Memorability through Emotions

Kuşadası'ndaki Seyahat Acentalarının İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama
A Research on Evaluating The Performance of Travel Agencies In Kusadasi on Faith Tourism Potential of Izmir

Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Güven Algısı İle İş Memnuniyetleri Arasındaki İlişki Üzerine Dört ve Beş Yıldızlı Şehir Otellerinde Yapılan Bir Araştırma
The Relationships Between Job Satisfaction and Organizational Trust Perception of Four and Five Stars Hotel Employees

Engellilere Yönelik Turistik Ürünlerin Durum Tespiti: Bir Alan Araştırması
Determining Tourist Products for Disabled People: A Survey

Catering İşletmelerinde ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanmasına İlişkin Değerlendirme: İzmir İli Örneği
An Evaluation on the Application of ISO 22000 Food Safety Management Systems in Catering Companies: İzmir Sample

YAYIN KURULU

Kurucu Editörler

Fevzi Okumuş - The University of Central Florida fokumus@mail.ucf.edu	**Atila Yüksel** - Adnan Menderes Üniversitesi atilayuksel@gmail.com

Editör Kurulu

Eş Editörler	**İzzet Kılınç** - Düzce Üniversitesi izzetkilinc@gmail.com **İstemi Çömlekçi** - Düzce Üniversitesi istemicomlekci@hotmail.com
Yardımcı Editörler	**Muammer Mesci** - Düzce Üniversitesi muammermesci58@gmail.com **Zeynep Mesci** - Düzce Üniversitesi zeynepaslan@duzce.edu.tr
İstatistik Editörü	**Yalçın Karagöz** - Abant İzzet Baysal Üniversitesi ykaragoz01@hotmail.com
Örnek Olay Editörü	**Cafer Topaloğlu** - Muğla Üniversitesi ctopaloglu@mu.edu.tr
Çeviri Editörleri	**Zafer Öter** - Muğla Üniversitesi oter@hotmail.com **Harun Öztürk** - Düzce Üniversitesi harunozturk@duzce.edu.tr

Bilimsel Danışma Kurulu

AKTAŞ Ahmet - Akdeniz Üniversitesi aktas@akdeniz.edu.tr	**BATMAN Orhan** - Sakarya Üniversitesi orhanbatman54tr@hotmail.com
ÇAKICI Celil - Mersin Üniversitesi celilc@yahoo.com	**HACIOĞLU Necdet** - Balıkesir Üniversitesi hacioglu@balikesir.edu.tr
İÇÖZ Orhan - Yaşar Üniversitesi orhan.icoz@yasar.edu.tr	**KAHRAMAN Nüzhet** - İstanbul Ticaret Üniversitesi nkahraman@iticu.edu.tr
KORZAY Meral - Boğaziçi Üniversitesi korzay@boun.edu.tr	**OKUMUŞ Fevzi** - The University of Central Florida fokumus@mail.ucf.edu
ORAL Saime - Dokuz Eylül Üniversitesi saime.oral@deu.edu.tr	**TİMUR Alp** - Dokuz Eylül Üniversitesi alp.timur@deu.edu.tr
USTA Öcal - Dokuz Eylül Üniversitesi ocal.usta@deu.edu.tr	**UYSAL Muzaffer** - Virginia Polytech. Ins. and State Uni. samil@vt.edu
VAR Turgut - İzmir Ekonomi Üniversitesi turgutvar@msn.com	**YÜKSEL Atila** - Adnan Menderes Üniversitesi atilayuksel@gmail.com

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi Hakem Denetimli Ulusal Akademik Bir Dergidir.

İÇİNDEKİLER

Hakem Denetimli Akademik Makaleler
Refreed Academic Articles

6 **Rekabet Aracı Olarak Tasarım Faktörünün Duygu Aracılığıyla Hatırlanabilirlik Yaratma Etkisine Yönelik Bir Araştırma**
A Research on the Effects of Design Factor as a Competitive Tool Creating Memorability through Emotions
F. Özlem Güzel

17 **Kuşadası'ndaki Seyahat Acentalarının İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama**
A Research on Evaluating The Performance of Travel Agencies In Kusadasi on Faith Tourism Potential of Izmir
V. Uğur TANDOĞAN, Eda AVCI

34 **Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Örgütsel Güven Algısı İle İş Memnuniyetleri Arasındaki İlişki Üzerine Dört ve Beş Yıldızlı Şehir Otellerinde Yapılan Bir Araştırma**
The Relationships Between Job Satisfaction and Organizational Trust Perception of Four and Five Stars Hotel Employees
Kamil UNUR, A.Celil ÇAKICI

42 **Engellilere Yönelik Turistik Ürünlerin Durum Tespiti: Bir Alan Araştırması**
Determining Tourist Products for Disabled People: A Survey
Lütfi ATAY, Erinç TOZLU

52 **Catering İşletmelerinde ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanmasına İlişkin Değerlendirme: İzmir İli Örneği**
An Evaluation on the Application of ISO 22000 Food Safety Management Systems in Catering Companies: İzmir Sample
Turgay BUCAK

Kuşadası'ndaki Seyahat Acentalarının İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelini Değerlendirme Performansı Üzerine Bir Uygulama

Yrd. Doç. Dr. V. Uğur TANDOĞAN
Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
E-posta: ugutan@yahoo.com

Eda AVCI
Profesyonel Turist Rehberi
Seyahat İşletmeciliği Bilim Uzmanı
E-posta: adonsaveda@hotmail.com

Özet
Sürdürülebilir turizm anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte, dini kaynakları da kapsayan kültürel mirasın önemi artmış ve bu anlayışla alternatif turlar yapılmaya başlanmıştır.Bu çalışmada; Kuşadası'ndaki acentaların alternatif bir turizm türü olarak inanç turizmini nasıl değerlendirdikleri anketler yardımıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Bu konuda zengin kaynakları bulunan İzmir ili destinasyon olarak alınmıştır.Çünkü, Kuşadası'nın yakın bir komşusu olanİzmir ili, tarihinde bir çok medeniyete ve farklı dinlere mensup insanlara ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle de sınırları içinde çok sayıda ve çeşitli dini yapılar bulundurmaktadır. Diğer taraftan, çok sayıda yabancı turist alan bir ilçe olarak Kuşadası, inanç turizmi konusunda önemli bir potansiyel talebi bünyesinde barındırmaktadır. Kuşadası'ndaki acentelerin yapması gereken, İzmir'deki arzı ve Kuşadası'ndaki talebi buluşturmaya çalışmaktır. Ancak, yapılan araştırma sonuçları; Kuşadası'nda faaliyet gösteren seyahat acentalarının sadece eskiden beri süregelen sıradan turları düzenlemekte olduğunu ve yanı başında bulunan İzmir'in inanç turizmi potansiyelini değerlendirmediğini göstermektedir. Bu sonuç,İzmir'in inanç turizmini değerlendirme, tanıtma ve acenteleri bu yönde teşvik etme açısından devletin turizm politikalarının da bugüne dekyetersizkaldığı fikrini vermektedir.

Anahtar Sözcükler: İzmir'in inanç turizmi, Kuşadası Seyahat acentaları, Alternatif turizm.

A Research on Evaluating the Performance of Travel Agencies In Kusadasi on Faith Tourism Potential Of Izmir

Abstract
The importance of cultural heritage including religious entities has been raised with the widespread understanding of sustainable tourism and thus the alternative tourism activities have been encouraged.In this study, by means of questionnaires it is tried to be defined that how travel agencies in Kusadasi evaluate the faith tourism as an alternative tourism activity. The city of Izmir which has rich sources has been chosen as a destination for this study. Because Izmir, being a close neighbour of Kusadasi, has hosted many civilizations and people related to different kind of religions in its history. Therefore Izmir has had many different religious structures and entities in its city borders. On the other hand, Kusadasi has an important demand potential about faith tourism as a popular destination that attracts many tourists. Therefore what the agencies of Kusadasi have to do is to try to get the supply of Izmir and the demand of Kusadasi together. However, this study indicates that, the travel agencies that operate in Kusadasi have been organizing just ordinary tours which are commonly known for years and these agencies have never made use of the rich tourism potential of Izmir which is close to them. The results show that, the government's efforts in terms of promoting and planning of Izmir's faith tourism potential and encouraging

the travel agencies of Kusadasi for faith tours to Izmir have remained insufficient so far.

Keywords: Faith tourism of Izmir, Travel agencies of Kusadasi, Alternative tourism.

1. Giriş

Günümüzde teknoloji, ulaşım, harcanabilir gelir ve boş zamanın artması sonucunda çok hızlı bir şekilde büyüyen turizm sektörü, yarattığı istihdam, hizmet verdiği insan sayısı, yarattığı gelir ve katma değerle dünyanın en büyük sektörlerinden biri konumuna gelmiştir (Kandır ve diğ., 2008). Turizm sektörü geliştikçe turizm ürününde çeşitliliğinin artması ve buna bağlı olarak tüketicilerin tercihlerinin de değişim göstermesi doğaldır. Dolayısıyla bir turizmdestinasyonun pazarda varlığını devam ettirebilmesi ve turizm pastasından daha fazla pay alabilmesi için dünyadaki gelişmeleri izleyerek hem bölgeye yüksek gelir sağlayacak hem de talebi çekecek yeni turizm türlerine yönelmesi gerekecektir.

Turizm türleri, dünyadaki gelişmelerle şekillenebilir. Örneğingünümüzde, artan çevre duyarlılığı ve çevre korumayla ilgili mücadeleler karşısında, turizm sektörü artık çevreye daha duyarlı olmaya başlamıştır. Çevreye duyarlı kitle turizmi ile birlikte, alternatif turizm adı altında toplanan eko turizm; doğa turizmi, bilinçli turizm gibi, doğayı değiştirmeden ve bozmadan, kaynakları tüketmeden kullanan yeni turizm türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu turizm türlerinde temel hedef kullanırken korumak, ekonomik kazanç sağlarken ekolojik değerin de sürdürülebilir kullanımını sağlamaktır (Erdoğan, 2003).

Alternatif turizm türlerinin belirlenmesinde dünyadaki değişimlerden başka turizm sektörününfark etmesi gereken bir başka faktör;dünyada ortalama insan ömrünün artmasına paralel olarak emeklilik süresinin uzaması, 65 ve üstü yaş grubundakilerin toplam turizm aktiviteleri içerisindeki payının artması ve bu insanların tatile daha çok zaman ve aynı zamanda daha fazla kaynak ayırabilmesidir (DPT, 2006). Kuşadası bölgesinde bulunan seyahat acentaları, yıllardır Kuşadası'nın deniz-kum-güneş üçgenindeve Efes - Pamukkale ören yeri arasında faaliyet göstermişlerdir.Dünyadaki gelişmeler, acenta sayısındaki artış[1] ve bölgesel rekabet, seyahat acentalarını yeni alternatif turizm türleriarayışına yönelteceği konusunda bir fikir vermektedir.Yukarıda söz edilen tüm gelişmeler bir araya toplandığında acentaların ve devletin inanç turizmi gibi çevreyi kirletmeyen, bölgedeki doğal ve kültürel değerlere önem veren ve kültürel mirasın farkında olan sürdürülebilir turizm türlerine önem verecekleri söylenebilir.

Bir alternatif turizm çeşidi olan inanç turizmi; doğaya zarar vermediği, kültürel değerlerin korunmasını ve tanınmasını sağladığı ve dünya çapında rekabet edebilecek turizm kentlerinin kurulmasında önemli bir değer oluşturduğu için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 turizm hedeflerinin bir çoğu için önem arzetmektedir.(Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).Ancak bu hedefler incelendiğinde, önemli bir inanç turizmi potansiyeli taşıyan İzmir ilinin bu açıdan özel bir değerlendirmeye ve dikkate alınmadığı anlaşılmaktadır.

2. İnanç Turizmi Kavramı ve Özellikleri

Dinlerin ortaya çıkmasından beri, dini öğretiler doğrultusunda kutsal yerlerin ziyaret edilmesi kişisel tercihlerin ötesine geçmiştir. Bunun sonucunda kutsal yerler yüz binlerce kişiye ev sahipliği yapmış ve kitlesel bir hareket olarak kendini göstermiştir. Günümüzde ise bu hareketler, yeni biçim ve anlayışlarla (çevreye duyarlı ve türlü dinsel amaçlara hizmet edebilen) alternatif bir olgu kapsamında değerlendirilmektedir (Tarcan ve Atılgan, 1999).

İnanç turizmi, dünyada bozulmamış doğa, özgün kültürel kimlik ve aktif tatil anlayışının gittikçe artan oranda egemen olduğu yeni bir gelişme süreci içerisinde bulunmasının sonucunda gündeme gelen bir turizm türüdür. Kutsal yerlerin yerli ve yabancı turistlerce ziyaret edilmesinin turizm olgusu içinde değerlendirilmesi inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır. Bu amaçla, dinsel yönden önemli bulunan camiler, kiliseler, sanat tarihi açısından önemli olan anıtlar, müzeler, evler, mimari özellikleri nedeniyle türünün ilk ya da ilginç örneği olan yapılar ve tarihi eserler inanç turizmi açısından değerlendirilerek

[1] Türsab'ın seyahat acentaları istatistiklerine göre, geçtiğimiz beş yılda acenta sayısı %30 artmıştır. www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/seyahatacentalari_915.html (09.04.2012).

turistlerin hizmetine sunulmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1994).

İnanç turizmi; dinlerce kutsal sayılan beldeleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak ya da bunları izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve zaman zaman çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm olayıdır (Usta, 2001). Gerçekten de inanç turizminin sosyal turizm ve grup turizmi ile de yakınlığı bulunmaktadır. Bu nedenle inanç turizmi seyahatlerinin, belli dönemlerde kalabalık gruplar halinde yapıldığı görülmektedir. Günümüzde çoğu turist, seyahatlerini gruplar halinde, yaşıtları ve benzer düşünceleri olan kişiler ile birlikte yapmaktadığı görülmektedir (Gökdeniz, 2000).

Turizm ve din arasındaki ilişki, dinsel motivasyonun yoğunluk derecesine göre kavramlaştırılabilir. Bazı insanlar inanç ve ruhsal arayış gibi nedenlerle ortaya çıkan kutsal hacılık görevini yerine getirmek için inanç turizmine katılırken, bazıları kişisel ve ruhsal ihtiyaçları nedeniyle turistik amaçlarla inanç turizmine katılırlar (Sharpley ve Sunduram, 2000).

İnsanlar, kendi dinlerini öğrenmenin yanı sıra diğer dinleri öğrenmek, o dinlere ait kutsal yerleri ziyaret ederek bilgi edinmek için de inanç turizmine katılmaktadır. Dinler arası rekabet ve misyonerlik faaliyetleri, insanları hem kendi dinlerini hem de diğer dinleri daha iyi öğrenmeye itmiştir (Küçük, 1993).

İnanç turizmine katılan turistlerin profili de dinden dine ve bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Örneğin Rinschede'in (1992) yaptığı bir araştırmaya göre inanç turizmine Batı Avrupa'dan ve Kuzey Amerika'dan katılan Hristiyan turistlerin çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Batı Bengal'de yaşayan Hindularda ise inanç turizmine katılan erkek ile kadın oranı birbirine oldukça yakındır. Müslümanlar da ise hacca gidenlerin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Aynı araştırmaya göre Fransa'nın Laurdesbölgesine inanç turizmi amacıyla gelenler; 60 yaş ve üstü turistleri oluştururken, Almanya'nın Münih kentinde yapılan Katolik toplantılarına katılan turistlerin %74'lük kısmını 25 yaş altı gençler oluşturmaktadır. Ancak yine de dünya geneline bakıldığında, insanların yaşlandıkça dine olan ilgilerinin arttığı söylenebilir. Bu nedenle inanç turizmi, üçüncü yaş turizmi ile de yakından ilgilidir. Üçüncü yaşın inanç turizmine yatkın olmasının bir nedeni de, bu grubun seyahat ve ibadet yeri ziyareti için gerekli olan ekonomik güce sahip olmasıdır(Gökdeniz, 2000).Yaptığımız çalışmada da, genellikle orta yaşın üzerinde bulunan kişilerin inanç turizmine katıldığı belirlenmiştir. Ülkeler arası turistik seyahate katılan orta yaş üzeri kişilerin gençlere göre daha istikrarlı bir gelir düzeyine veya daha yüksek bir maddi birikime sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca dini duygularla yapılan seyahatlerde maneviyat ön plana çıkacağından harcamaların fazla kısıtlanmayacağı da söylenebilir. Bu durum, bulunduğu destinasyon açısından alternatif bir turizm türü olarak inanç turizminin önemini ekonomik yönden de ortaya koymaktadır.

İnanç turizmi diğer turizm türlerinden farklı olmakla birlikte, birden fazla turizm faaliyetini etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmalar, hacı olmak için bir bölgeye gelen turistlerin, düzenlenen günübirlik programlar çerçevesinde hem hacı olduklarını, hem de çevredeki kültürel varlıkları ziyaret ettiklerini göstermektedir (Rinschede, 1992). İnanç turizminin birden fazla turizm faaliyetini etkilemesi dinden dine değişebilmektedir. Örneğin; Müslümanların hac ziyaretleri İslam'ın beş şartından birini yerine getirmek amacı taşımaktayken, Hıristiyanlar hac ziyaretlerinde tatil ve dinlenme amacı da gütmektedirler (Shackley, 2001). Bu bilgilerden Müslümanların, hac ziyaretleri sırasında dinlenme ve tatil faaliyetlerinden çok dini görevlerine ağırlık verdikleri ve diğer turizm faaliyetlerini Hıristiyanlar kadar etkilemedikleri söylenebilir.

İnanç turizmine katılan bazı turistler mensup oldukları dinlerin kuralları nedeniyle farklı turizm faaliyetlerinden kendilerini kısıtlamakta hatta bu faaliyetleri çevrelerinde görmekten bile rahatsız olmaktadırlar. Örneğin Müslüman turistler, gittikleri yerlerde İslam dinince helal sayılan yiyecekleri bulmak istemektedirler. Ayrıca İslam dininde yasak olan zina, alkol ve kumar gibi unsurlarında inanç turizmi amacıyla seçilen yerlerde bulunması din amaçlı seyahat eden Müslüman turistlerin düşüncelerini olumsuz etkilemektedir (Battour ve diğ., 2010). Buna benzer olarak, Yahudiler inançları gereği hacılık süreleri boyunca Musevi dinine uygun

kurallarla hazırlanmış ve dini açıdan yenmesi uygun olan gıdaları (kosher) istemektedirler. Yahudiler inançları gereği kosher gıdalar tüketmedikleri taktirde ibadetlerini yerine getirmiş sayılmamaktadırlar. Bu nedenle gidecekleri destinasyonlardakosher gıdaların bulunmasına dikkat etmektedirler. (Madem, 2006).

Bazı dinler, kendilerince kutsal sayılan yerlere farklı dinlerden olan insanların girmelerini yasaklamaktadır. Örneğin, Kâbe yalnızca Müslümanlar tarafından ziyaret edilebilmektedir. Bu durum farklı dinlerden olan turistlerin bu alanları gezmesini kısıtlamaktadır (Yılmaz, 2000).

Yukarıdaki bilgileri ve genel turizm tanımını dikkate alarak; inanç turizminin burada birkaç cümlede sıralanan özellikleri onu tanımlamada yardımcı olacaktır: Genellikle üçüncü yaş grubundan insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve temel ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, çeşitli dinsel amaçlarla yaptıkları seyahatlerdir. Turistler bu seyahatleri sırasında, turizm işletmelerinin ürettiği çeşitli mal ve hizmetleri talep ederler, farklı turizm faaliyetlerini etkilerler ve geçici konaklamalardan doğan olaylar ve ilişkiler oluştururlar. İnanç turizmi, zaman zaman kitlesel olsa da doğal ve kültürel varlıkların farkındalığına sahip olan ve bu nedenle sürdürülebilir turizm anlayışı ile hareket eden, bunlara ilave olarak yılın oniki ayı yapılabilen alternatif bir turizm türüdür.

Birbiri içine girmiş ve bu nedenle karıştırılan kavramlar olan inanç ve kültür turizmi bu çalışmada şu sınırla ayrılmaktadır: Bir turist, dini görevlerini yerine getirmek, manevi duygularını tatmin etmek veya zenginleştirmek ve kendi inandığı din veya başka dini konularda araştırma yapmak gibi amaçlarla seyahat ediyorsa inanç turizmi kapsamında değerlendirilecektir. Buna karşın, turistin temel seyahat amacı tarihi olaylar, tarihi değerler, sanat tarihi, eski toplumların yaşam biçimleri gibi konuları öğrenmek ise o zaman kültür turizminden söz edilecektir. Turist, dini yapıları ve dini yerleri yukarıda bahsedilen dini amaçlarla gezmiyorsa, bu ziyaretin yine kültür turizmi kapsamında olduğu kabul edilecektir. Sonuç olarak kültür turizmi de, inanç turizmi de turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmasında etkili olabilen ve birbirlerini destekleyen turizm türleridir.

Dini amaçlı seyahat eden turistleri belli destinasyonlara çeken en önemli faktör, kuşkusuz, inandıkları dinlere veya merak duydukları farklı dinlere ait dini yerlerin o destinasyonda bulunmasıdır. Türkiye'de bu açıdan zengin kaynaklara sahiptir.

2.1. Türkiye'nin İnanç Turizmi Açısından Önemi

Türkiye, Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Yahudilik gibi üç büyük dinin önemli merkezlerinin bulunduğu bir ülkedir. Tek tanrılı dinlerin Asya'dan doğması ve özellikle ilahi dinler tarafından kabul edilen pek çok yerin Anadolu'da bulunması nedeniyle Türkiye, inanç turizmi açısından oldukça avantajlı bir ülkedir (Gürdal, 2000: 13). İlk çağ uygarlıklarının Anadolu topraklarında gelişmesi, Hıristiyanlığın ilk dönemlerinde havarilerin Anadolu'ya gelmesi ve orta çağda Yahudilerin bulundukları ülkelerde karşılaştıkları baskılar ve yok etme politikaları sonucu Anadolu'ya sığınmış olmaları, Türklerin kendi dinleri olan İslamiyet'e ait eserlerin yanı sıra çok sayıda kilisenin ve sinagogun Türkiye'de yer almasına neden olmuştur. Diğer dinlere duyulan saygı ve hoşgörü nedeniyle bu eserlerin çoğu günümüze kadar gelebilmiştir (Bingöl, 2007: 1).

Hıristiyanlar tarafından dünyada kutsal görülen on önemli çekim merkezinden sekizi Türkiye'dedir. Bunlar; Antakya, Urfa, Kapadokya, Tarsus, Demre, İznik, İstanbul ve İzmir/Selçuk'tur (Sezgin, 2001: 20). Yahudi kutsal kitabı Tevrat'ta Türkiye sınırları içinde bulunan bir çok yerin ismi geçmektedir. Bu yerlerin başında Dicle ve Fırat nehirleri arasındaki bölge gelmektedir. Tevrat'a göre Tanrı, Mısır'daki Nil nehrinden Dicle ve Fırat arasında kalan bu bölgeyi Yahudilere vaat etmiştir. Yahudiler için kutsal sayılan bu bölge "Arz-ı Mev'ud" (vaat edilen topraklar) adıyla da anılmaktadır (Adam, 2003).

İslam dini açısından önemli olan bir çok yer de Türkiye topraklarındadır. Bazı kaynaklara göre insanlığın ikinci atası sayılan Nuh Peygamberin gemisinin tufan'dan sonra karaya oturduğu yer Ağrı dağındadır. Hz. İbrahim peygamberin yaşadığı yer Urfa'dadır. Yavuz Sultan Selim'in 1517 yılında Mısır seferinden sonra İstanbul'a getirdiği kutsal emanetler İstanbul'da Topkapı müzesinde bulunmaktadır. Hz. Muhammed'in

sancaktarlığını yapmış olan Halid Bin Zeyd'in türbesi İstanbul'da Eyüp semtindedir. Ünlü İslam bilgini Mevlana Hazretlerinin türbesi Konya'dadır (Sezgin, 2001: 20).

2.2. Türkiye'de İnanç Turizminin Gelişimi ve Devletin Tutumu

Türkiye'de inanç turizmi adı altında geniş kapsamlı bazı faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar 1995 yılında başlamıştır. 1995-1998 yılları arasında çok sayıda tur operatörü, basın mensubu ve konu ile ilgili uzmanların katılımı ile "inanç turizmi" turları düzenlenmiştir. Pamukkale ve Denizli'de düzenlenen "2000'e Doğru İnanç Turizmi" sempozyumları ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın katkıları ile 2002 yılında Kuşadası'nda gerçekleştirilen "I. İnanç Turizmi Günleri" sempozyumu ve 2004 yılında İzmir'de yapılan "II. İnanç Turizmi Günleri" sempozyumu bu konuyu gündeme taşıyan çalışmalar olmuştur. Halen 43 il Turizm Bakanlığı tarafından inanç turizmi açısından önemli iller kapsamına alınmıştır (Sargın, 2006: 5).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin geliş amaçlarını ortaya koyan çalışma sonuçlarına göre, dini amaçlarla Türkiye'ye gelen turistlerin sayısı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Yıllara Göre Türkiye'ye Dini Amaçlarla Gelen Turist Sayısı

Yıl	Dini Amaçla Gelen Turist Sayısı	Gelen Toplam Turist Sayısı
2001	34.097	13.450.121
2002	66.517	15.214.516
2003	64.549	16.302.050
2004	65.777	20.262.640
2005	112.308	24.124.501
2006	125.503	23.148.669
2007	143.969	27.214.988
2008	143.969	30.979.979
2009	127.814	32.006.149
2010	131.112	33.027.943

Kaynak:http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=14 (16.03.2011)

Tablo 1'de Türkiye'ye son 10 yılda inanç turizmi amaçlı gelen turist sayıları ve toplam turist sayıları görülmektedir. Tabloya göre inanç turizmi amaçlı gelen turistler toplam gelenlerin %0,4 ile %0,5'ini oluşturmaktadır. 2002 ve 2005 yılları bu amaçla gelen turist sayısı açısından "eşik" yılları olmuştur. Bu yıllarla birlikte aynı amaçla gelen turist sayısında önemli artışlar meydana gelmiş ve bir sonraki eşik yılına kadar azalmadan devam etmiştir. Bu rakamlardan anlaşılacağı üzere, gelen turistler içinde inanç turizm amaçlı ziyaretler oldukça düşük seviyededir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı 2023 yılına kadar hedeflenen turizm stratejileri içerisinde, bölgelerin Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim bölgeleri kapsamında Turizm merkezleri olarak ele alınacağı, her bölgenin kültürel, doğal vb gibi turistik çekicilik envanterinin hazırlanacağı, bu envanter bilgilerine göre her bölgeye uygun turist kitlelerinin hedef alınacağı, bölgelerin üstün yönleriyle markalaştırılarak dünyaya tanıtılacağı belirtilmektedir. Aynı çalışmada, turizm gelişim koridorları belirlenmiştir. Bu koridorlar, belirlenen yedi adet tema ile ilgili turistik değerlerin bulunduğu güzergahlardır. İnanç turizmi koridoru da bunlardan biridir. Bu koridorda, Tarsus, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin güzergahı bulunmaktadır. Ayrıca dünya nüfusundaki değişimi göz önüne alarak, 3. Yaş turistlere uygun tanıtım ve reklamlara ağırlık verileceği belirtilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Önümüzdeki on yıl için devletin belirlediği 2023 hedefleri göz önüne alındığında, bölgelerin üstünlüklerinin ortaya çıkartılarak tanıtımlarının yapılması, buna göre pazar hedefinin belirlenmesi, doğal ve kültürel değerlerin korunması ve ön plana çıkarılması hedeflenmektedir. Ayrıca, inanç turizmi koridorunun oluşturulması ve üçüncü yaş turizmine yönelik tanıtım ve talep yaratma çalışmalarının da hedefler içinde yer alması inanç turizminin gelişmesi açısından kuşkusuz olumlu bir etki yaratacaktır. Ancak önceki paragrafta da belirtildiği gibi, turizm stratejilerinde devlet, inanç turizminin geliştirilmesi açısından genel olarak Güneydoğu Anadolu bölgesine ağırlık vermektedir. İzmir İli'nin inanç turizm potansiyelini değerlendirecek özel bir tanıtım planına rastlanmamaktadır.

Kuşadası'nda bulunan çok sayıdaki seyahat acentasına ve turistik talep potansiyeline yakın bir il olan İzmir acaba inanç turizmi açısından yeterli kaynaklara

sahip midir? İzleyen başlıkta bu konu açıklığa kavuşturulmaya çalışılacaktır.

2.3. İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyeli

Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan İzmir'de Müslümanlarla birlikte, diğer dinlere mensup pek çok insan yaşamaktadır. Günümüzde İzmir İli'nde yaşayan insanların bağlı bulundukları dinlere ait istatistiki bir bilgiye ulaşılamamış olmasına rağmen, eski kaynaklara dayanan bazı bilgiler bu konuda fikir vermektedir. Örneğin Osmanlı İmparatorluğu döneminde 1893 yılı nüfus sayımı bilgilerine göre İzmir'de yaşayan nüfusun dini inançlarına göre dağılımı aşağıdaki gibidir (Karpat, 2003):

Tablo 2. İzmir Nüfusunun Dini İnançlara Göre Dağılımı (1893 yılı)

Müslüman	Hıristiyan	Yahudi	Toplam
79.288	113.351	14.909	207.548
%38	%55	%7	%100

Daha sonraları İzmir'de Türk nüfusunun artmasıyla Müslümanların büyük çoğunluğa ulaştığı bir gerçektir. Başka bir kaynak, Müslümanlardan sonra şehirde en faal olan topluluğun Hıristiyanlar olduğunu, nüfusu Hıristiyanlardan daha az olmasına rağmen şehirde Musevilerin daha fazla ibadet mekânına sahip olduğunu belirtmektedir (Atay, 1978). Bu bilgiler, Geçmişten günümüze İzmir'de çeşitli farklı dinlerden insanların yaşadıklarını ve bu nedenle çeşitli ve çok sayıda ibadet yerlerinin ve dini yapıların bulunacağını göstermektedir.

2.3.1. Museviler ve İzmir

Anadolu'ya İber yarım adasından gelen Museviler, öncelikle Manisa, Tire ve Urla gibi kentlere yerleşmişler, daha sonra ekonomik ve sosyal nedenlerle İzmir'e göç etmeye başlamışlardır (Ventura, 2007).Museviler İzmir'e ilk geldikleri dönemde günümüzde sinagogların yoğun olarak yer aldığı Havra Sokağı civarında, ticaretle iç içe bir yaşam sürmüşlerdir. Kente her göç eden Yahudi cemaati kendi sinagogları etrafında, diğer cemaatlerden bağımsız olarak örgütlenmişlerdir. Her alt cemaatin kendine ait sinagogu inşa etmiş olması nedeniyle, Yahudi cemaatleri çok küçük alanlarda çok sayıda sinagog yaptırmışlardır. Musevilerin İzmir'de inşa ettikleri sinagogların mimari yapıları dönemler itibarıyla farklılıklar göstermektedir (Tanaç, 2010). İzmir'de bulunan belli başlı sinagoglar: Algaze, Beth İsrail, BikurHolim, EtzHaim, Hevra, KaalKadoş, Roşaar, Shalom, Sinyora olarak çalışmada ele alınmıştır.

2.3.2. Hıristiyanlar ve İzmir

Roma imparatorluğunun bölünmesi ile Doğu Roma'da kalan İzmir, Bizans İmparatorluğunun kurulması ve Hıristiyanlığın Anadolu'da yayılması ile birlikte önemli bir yer haline gelmiştir. M.S 54-55 yıllarında kentte ilk Hıristiyanlar görülmeye başlamıştır. Bu nedenle İzmir, İstanbul'dan sonra Bizans imparatorluğunun önemli 2. büyük kenti kimliğini kazanmıştır (İzmir Valiliği, 1994).Hıristiyanlar için önem taşıyan Papa VI. Paul'un 1967'de, Papa II. John Paul'un 1979'da ve Papa XVI. Benedict'in 2006 yılında ziyaret ettiği Meryem Ana Evi, Efes Antik Kentinde bulunan Meryem Ana adına yapılmış Çifte Kiliseler ve Hz. İsa'nın havarilerinden olan St. John'nun mezarının da içinde bulunduğu St. John Bazilikası, Yedi Uyuyanlar Mağarası'nın yanı sıra İncil'de yer alan yedi kiliselerden üçünün İzmir'de bulunması ve şehir merkezinde yer alan kilise yapıları, İzmir'i Hıristiyanlık açısından önemli kılmaktadır (Soykan, 2009). İzmir'de yer alan belli başlı kiliseler: St. Polikarp, Efes Çifte Kiliseler, Bergama Kızıl Avlu, St. John Bazilikası, Meryem Ana Evi, Yedi Uyuyanlar Mağarası, Agia Fotini, Notre DameDuRosarie, Protestan İngiliz Kilisesi, St. Helen Katolik Kilisesi, St. John Angilikan Kilisesi, St. John Evangalist Kilisesi, St. Maria Katolik Kilisesi olarak çalışmada ele alınmıştır.

2.3.3. Müslümanlar ve İzmir

İzmir en son 1424 yılında Osmanlılarca ele geçirilmiştir. İzmir nüfusundaki Müslüman sayısı, şehir Osmanlı yönetimin girdikten sonra hızla artmaya başlamıştır. 16. yüzyılda İzmir tamamen bir Türk kasabasıydı ve gayrimüslimler oldukça az sayıdaydı (Tekeli, 1995).Türkler genellikle Kadifekale eteklerinde, gayrimüslimler ise kıyı kesiminde toplanmışlardır. Nüfus artışının yaşandığı 16. yüzyıl baslarından itibaren Türkler tepedeki yerleşim alanlarından aşağıya inerek yukarı kale ile aşağı kale arasında yerleşim kuşağı oluşturmuşlardır. İzmir 19. Yüzyıla kadar hızla

büyümüş ve kent ekonomik ve toplumsal açıdan gelişmiş bir yöre konumuna ulaşmıştır. Ticaretin gelişmesi sosyal yapıyı değiştirmiş, değişen sosyal yapı kentin fiziksel görünümü farklılaştırmış ve kente yapılan yeni yatırımlar dini yapıların da sayısını artırmıştır. (Tibet, 2005).İzmir'deki belli başlı camiler: Aliağa, Başdurak, Birgi Aydınoğlu Mehmet Bey, Çorakkapı, Faik Paşa, Fettah, Hatuniye, Hisar, İki Çeşmelik, İsa Bey, Kemeraltı, Kestane Pazarı, Kurşunlu, Şadırvan, Salepçioğlu, Şeyh ve Yalı (Konak) Camileri olarak çalışmada ele alınmıştır.

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Kuşadası'nda faaliyet gösteren A gurubu seyahat acentalarının ve devletin, İzmir'in inanç turizmi potansiyelini yeterli düzeyde kullanıp kullanmadığını ortaya koymak suretiyle bu potansiyelin önemine dikkat çekmektir. Araştırma, devletin ilgili birimlerinin ve Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının inanç turizmi konusundaki stratejilerini ve faaliyetlerini yeniden gözden geçirmelerini, İzmir'in bu yönden atıl bekleyen turizm potansiyeline dikkat çekmesi ve Kuşadası ve İzmir bölgesinin turizm pastasından alacağı payı artırmaya yönlendirmesi açısından önem taşımaktadır. Diğer taraftan araştırma, seyahat acentalarına, kendilerini klasik ve sıradan tur düzenleme rehavetinden kurtarmaları, faaliyette bulundukları bölgeyi sürekli gözlemlemeleri ve yeni alternatif turizm türleri yaratan dinamik işletmelere dönüşmeleri konusunda uyarıcı bir rol oynayabilir.

Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının birbirlerine rekabet üstünlüğü sağlamaları için alternatif turizm konusuna daha ciddi yaklaşmaları piyasada varlıklarını sürdürebilmeleri açısından önemli olabilir. Bu çalışma sayesinde elde edilecek sonuçlarla, Kuşadası'ndaki seyahat acentalarına, İzmir destinasyonundaki inanç turizmi alternatifi konusunda yönlendirici öneriler sunulmuş olacaktır.

3.1. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Kapsamı

Araştırmanın evrenini, Kuşadası'nda faaliyet gösteren A grubu seyahat acentaları oluşturmaktadır. Bu tercihin nedeni, diğerlerine göre daha fazla kurumsal yapıya sahip olmaları ve uygulamayı daha ciddi değerlendirebilecekleri düşüncesidir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) web sitesinden 2010 yılında alınan bilgiye göre, Kuşadası'nda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na kayıtlı 105 adet A grubu seyahat acentası olduğu saptanmıştır. Elde edilen bilgiyi doğrulamak amacı ile TURSAB Kuşadası Bölge Yürütme Kurulu'na başvurulmuş ve elde edilen bilgi bu kurul tarafından onaylanmıştır. Araştırma evreni ulaşılabilir büyülükte olduğu için tam sayım yöntemi kullanılarak evrenin tamamı örneklem olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte acentaların bazılarının araştırmaya katılmak istememeleri gibi sebeplerden dolayı geri dönüş oranı %68 olmuştur.

Araştırmada inanç turizmi potansiyeli açısından çalışma kapsamına alınacak destinasyon olarak İzmir seçilmiştir. Çünkü İzmir, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle de farklı dinlere ait çok sayıda yapılar ve değerleri bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca İzmir ili, Türkiye'nin en büyük turizm limanı olan Kuşadası'na günübirlik turların yapılabileceği bir uzaklıktadır (70 km). Çok sayıda yabancı turist Kuşadası limanından ve diğer ulaşım yollarından Kuşadası'na tatil amaçlı giriş yapmaktadır. İlçe'nin nüfusu ortalama olarak kışın 70.000 kişi iken yazın 1.000.000 kişiye çıkmaktadır (KUTO[2], 2012). 2011 yılı verilerine göre İlçe 1,4 milyon konaklamalı turist ağırlamıştır (www.turizmgüncel.com,2012) Ayrıca, Kuşadası'nda sürekli ikamet etmeyi tercih eden yabancıların ilçedeki nüfusu her yıl artmaktadır. Bu veriler, Kuşadası'nda önemli bir inanç turizm talep potansiyeli bulunduğunu göstermektedir. Söz konusu özellikler, zengin inanç turizm kaynakları olan İzmir'in bu potansiyeli değerlendirebileceğini düşündürmüş ve İzmir ili çalışma kapsamına alınmıştır.

3.2. Araştırma Yaklaşımı ve Verilerin Toplanması

Araştırma yaklaşımı olarak, "tanımlayıcı araştırma" kullanılmıştır.[3] Bu yaklaşıma göre,

[2] Kuşadası Ticaret Odası

[3] Amaçlarına göre araştırma modelleri, keşfedici, açıklayıcı ve tanımlayıcı araştırma modellerinden oluşmaktadır. Tanımlayıcı araştırma modeli; problemdeki değişkenlerin karakteristiklerini tanımlamada ve ileriye yönelik tahminlerin ortaya koymada kullanılmaktadır.
Bkz: Can, Ö., 'Araştırma Kültürü', www.ocan.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/.../Hafta-4_Araştırma-Türleri.ppt, (30.03.2012).

yapılan çalışmada göz önüne alınan değişkenlerin özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının inanç turizmine bakış açıları, inanç turizmi düzenleyen seyahat acentalarının tur programları, müşteri profilleri, turlarda yaşadıkları sıkıntıları ve inanç turizmi düzenlemeyen acentaların bunu neden düzenlemedikleri gibi özellikler belirlenmiştir. Araştırmada verilerin toplanması için yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. Bu tekniğin seçilme nedeni, anketlerin doğru ve daha hızlı yanıtlanmasını sağlamaktır. Anketler, tur operasyonları ile ilgili en detaylı bilgiye sahip olmaları nedeniyle seyahat acentalarının operasyon bölümünde yönetici konumunda görev yapan personele uygulanmıştır. Ayrıca mümkün olduğunca çok acenta ile anket yapabilmek ve bu amaçla yönetici konumundaki personeli bulabilmek için anket çalışması, seyahat acentalarının operasyonlarına başladığı dönem olan 28 Nisan-5 Mayıs 2010 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Ankette yer alan sorular daha önce (Aksoy,1998) ve (Usta, 2005) tarafından yüksek lisans çalışmalarında kullanılmıştır. Söz konusu çalışmalarda yer alan sorular referans olarak alınıp, bu çalışmaya uyarlanarak kullanılmıştır. Ankette; Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının faaliyet alanlarını, İzmir'deki inanç turizmine bakışlarını, tur programlarını nasıl düzenlediklerini, inanç turizmine katılan turist profilini nasıl gördüklerini ve İzmir'e inanç turu düzenlemeyen acentaların bunu neden yapmadıklarını ortaya koyan sorular yer almaktadır. Uygulama tamamlandıktan sonra, anket formunda yer alan sorular kodlanarak veri seti oluşturulmuştur. Oluşturulan verilerin analizi SPSS 15.0 (Statistical PackegeforSocialScience) programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans yöntemi kullanılmıştır.

4. Araştırmanın Bulguları

4.1. Anket Yapılan Kişilerin Başlıca Demografik Özellikleri

Anket yapılan acentalarda operasyon bölümü yöneticilerinin başlıca demografik özellikleri; % 42'si 26-32 ve %34'ü 33-42 yaşlarında, %77'si yüksek okul ve lisansüstü eğitimli, %50'si 10 yıldan fazla ve %46'sı 6-9 yıl deneyimli kişilerdir.

4.2. Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanları

Anket sonuçlarından, Kuşadası'nda faaliyet gösteren seyahat acentalarının; kültür, kruvaziyer, inanç, yat, kongre ve sağlık turizmi olmak üzere altı alanda faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. Bir acenta, birden çok alanda turistik tur yapabildiği için, ankette her acenteye bu altı alanda faaliyette bulunup bulunmadıkları ayrı ayrı sorulmuştur. Alınan sonuçlar önem derecesine göre aşağıdaki Tablo 3'de sıralanmıştır.

Tablo 3.Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanları

Faaliyet Alanı		f	%
Kültür Turizmi	Evet	53	74,6
	Hayır	18	25,4
	Toplam	71	100,0
Kurvaziyer Turizmi	Evet	29	40,8
	Hayır	42	59,2
	Toplam	71	100,0
İnanç turizmi	Evet	29	40,8
	Hayır	42	59,2
	Toplam	71	100,0
Yat Turizmi	Evet	16	22,5
	Hayır	55	77,5
	Toplam	71	100,0
Kongre Turizmi	Evet	5	7,0
	Hayır	66	93,0
	Toplam	71	100,0
Sağlık Turizmi	Evet	2	2,8
	Hayır	69	97,2
	Toplam	71	100,0

Tablo 3'de ortaya konan sonuçlara göre, acentaların faaliyette bulundukları alanlardan ilk sırada kültür, ikinci sırada kurvaziyer ve inanç turizmi, üçüncü sırada ise yat turizmi geldiği anlaşılmaktadır. Ankete alınan toplam 71 acentaya kültür turizmi turları yapıp yapmadıkları sorulmuş ve % 74,6'sı buna olumlu yanıt vermişlerdir. Kültür turlarından sonra gelen ikinci önemli faaliyet alanını kruvaziyer ve inanç turizmi paylaşmaktadır. 71 acentanın % 40,8'i kurvaziyer ve yine 71 acentanın %40,8'i inanç turizmi turları düzenlediklerini belirtmişlerdir. Türkiye'nin en tanınmış ören yerlerinden Efes antik kentinin Kuşadası'na çok yakın olması,

Ergün, M. 'Bilimsel Araştırma Yöntemleri'www.cilginbiyologlar.com/forum/viewthread.php?thread_id... (30.03.2012).

yine Kuşadası, Aydın ve Denizli civarında çok sayıda tarihi kalıntıların ve müzelerin bulunması, geçmişten bu yana süregelen ve alışılagelmiş kültür turlarının yoğunluğunu açıklamaktadır. Ayrıca, Kuşadası'nın Türkiye'nin en önemli turistik limanlarından olması ve yakın ilçe Selçuk'da, turistik açıdan çok popüler olan Meryemana, Saint Jean bazilikası, Efes çifte kiliseler ve Yedi Uyuyanlar mağarası gibi dini yapıların bulunması kruvaziyer ve inanç turizmi faaliyetlerini önemli kılmaktadır.

4.3. Kuşadası'ndan İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentaları Sayısı ve İzmir'e İnanç Turu Düzenleme Sıklığı

Araştırma sonuçlarına göre anketi yanıtlayan toplam 71 adet acentanın yalnızca 29 adedi (%40,8) İzmir'e yönelik inanç turları düzenlediklerini belirtmişlerdir. Bu nedenle aşağıda İzmir'e inanç turu düzenleme ile ilgili yanıtlar bu acentalardan alınmıştır.

Anket sonuçlarına göre Kuşadası'ndaki seyahat acentaları en çok (% 37,9) ayda 1-2 kez İzmir'e inanç turu düzenlediklerini belirtmişlerdir. Diğer sonuçlar aşağıdaki Tablo 3'de görülmektedir. Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının faaliyetlerini daha çok kültür turizmi oluşturmaktadır bu nedenle inanç turlarını daha çok ayda 1-2 kez düzenlemektedirler.

Tablo 4.Seyahat Acentalarının İzmir'e İnanç Turu Düzenleme Sıklığı

	Sıklık	f	%
İzmir'e İnanç Turu Düzenleme Sıklığı	**Ayda 1-2**	**11**	**37,9**
	Haftada 1-2	5	17,2
	Üç ayda 1-2	5	17,2
	Senede 1-2	5	17,2
	Altı ayda 1-2	3	10,3
	Toplam	29	100,0

4.4. Seyahat Acentalarını İzmir'e İnanç Turu Düzenlemeye İten Nedenler

Tablo 5'te gösterilen anket sonuçlarına göre İzmir'e inanç turları düzenleyen seyahat acentalarının büyük çoğunluğu birinci derecede (%93,1) turist talebinin olması durumunda İzmir'e inanç turları düzenleyeceklerini belirtmişlerdir. Aynı acentalar, ikinci derecede (55,2) turdan elde edecekleri kar payının yüksek olmasını, üçüncü derecede (51,7) o faaliyetin popüler olmasını ve son olarak (37,9) tur operatörlerinin talebinin olmasını, İzmir'e inanç turu düzenlemeye kendilerini iten faktörler olarak sıralamışlardır.

Tablo 5. Seyahat Acentalarını İzmir'e İnanç Turu Düzenlemeye İten Nedenler

İzmir'e İnanç Turu Düzenleme Nedeni		f	%
Turist talebinin olması	Evet	27	93,1
	Hayır	2	6,9
	Toplam	29	100,0
Kar payının yüksek olması	Evet	16	55,2
	Hayır	13	44,8
	Toplam	29	100,0
Son yıllarda popüler hale gelmesi	Evet	15	51,7
	Hayır	14	48,3
	Toplam	29	100,0
Tur operatörlerinin talebinin olması	Evet	11	37,9
	Hayır	18	62,1
	Toplam	29	100,0

Tablo 5'de görüldüğü gibi acentaları inanç turları düzenlemeye teşvik eden en önemli etken turizm talebidir. Aslında, anket sorularında; "faaliyetin popüler olması" ve "tur operatörlerinin talebi" ifadelerinin de "turizm talebi" ifadesine destek olduğu söylenebilir. Bu nedenle "talep" faktörünün inanç turizmi turlarının düzenlenmesinde çok önemli bir motivasyon olduğu anlaşılmaktadır. İnanç turizm talebinin yaratılmasında devletin ülkesel ve bölgesel tanıtım rolü kuşkusuz önemlidir. Ancak, devletin turizm tanıtım politikasında İzmir İli'nin Meryemana ve Efes dışında inanç turizmi ile ilişkilendirilmediği anlaşılmaktadır.

4.5. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Aldığı Sinagoglar

Tablo 6'da gösterilen anket sonuçlarına göre; İzmir'e inanç turu düzenleyen acentelerin, önem sırasına göre en çok Beth İsrail Sinagogunu, sonra BikurHolim Sinagogunu ve

sonra Shalom Sinagogunu tur programına aldığı göze çarpmaktadır.

Tablo 6. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Aldığı Sinagoglar

Sinagog İsmi	Tur Programına Alma	f	%
Beth İsrail	**Evet**	**19**	**65,5**
	Hayır	10	34,5
	Toplam	29	100,0
BikurHolim	**Evet**	**7**	**24,1**
	Hayır	22	75,9
	Toplam	29	100,0
Shalom	**Evet**	**6**	**20,7**
	Hayır	23	79,3
	Toplam	29	100,0
EtzHaim	**Evet**	**1**	**3,4**
	Hayır	28	96,6
	Toplam	29	100,0
Hevra Sinagogu	**Evet**	**1**	**3,4**
	Hayır	28	96,6
	Toplam	29	100,0
	Hayır	29	100,0
	Toplam	29	100,0

Çalışma kapsamında acentalara sorulan Algaze, EtzHaim, Hevra, KaalKadoş, Roşaar, Sinyora gibi bazı sinagoglar tur programına çok az acenta tarafından alınmakta ya da hiç dâhil edilmemektedir. Bunun en önemli nedeni; acentalarda çalışan operasyon personelindeki bilgi eksikliği ve bazı sinagogların günümüzde harabe halde bulunmasıdır.

4.6. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Aldığı Kiliseler

Anket sonuçlarının gösterildiği Tablo 7'deki rakamlardan, İzmir'e yönelik inanç turları düzenleyen seyahat acentalarının tamamının Meryem Ana Evi'ni, tamamına yakın bir kısmının (% 93,1) St. John Bazilikası'nı, büyük çoğunluğunun (% 82,8) Bergama Kızıl Avlu Kilisesini, orta çoğunluktaki acentelerin de (%60-%40) Efes Çifte Kiliseler'i, St. Polikarp Kilisesi'ni ve Yedi Uyuyanlar Mağara'sını tur programına dahil ettiği anlaşılmaktadır.

Tablo 7. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Aldığı Kiliseler

Kilise İsmi	Tur Programına Alma	f	%	Kilise İsmi	Tur Programına Alma	f	%
Meryem Ana Evi	**Evet**	**29**	**100,0**	St. Polikarp Kilisesi	**Evet**	**18**	**62,1**
	Hayır	0	0,0		Hayır	11	37,9
	Toplam	29	100,0		Toplam	29	100,0
St. John Bazilikası (Selçuk)	**Evet**	**27**	**93,1**	Yedi Uyuyanlar Mağarası	**Evet**	**12**	**41,4**
	Hayır	2	6,9		Hayır	17	58,6
	Toplam	29	100,0		Toplam	29	100,0
Bergama Kızıl Avlu	**Evet**	**24**	**82,8**	St. John Anglikan Kilisesi	**Evet**	**1**	**3,4**
	Hayır	5	17,2		Hayır	28	86,6
	Toplam	29	100,0		Toplam	29	100,0
Efes Çifte Kiliseler	**Evet**	**19**	**62,5**				
	Hayır	10	34,5				
	Toplam	20	100,0				

Çalışmada acentalara sorulan; Agia Fotini, Notre DameDuRosarie, Protestan İngiliz Kilisesi, St. Helen Katolik Kilisesi, St. John Evangalist Kilisesi, St. Maria Katolik Kilisesi gibi bir çok kilisenin tur programlarına alınmadığı görülmektedir. Bunun en önemli nedeni olarak seyahat acentalarının operasyon bölümünde çalışan personelin söz konusu kiliseler ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmaması gösterilebilir.

4.7. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Tur Programına Aldığı Camiler

Anket sonuçlarının gösterildiği Tablo 8'deki rakamlara bakıldığında, İzmir'e yönelik inanç turları düzenleyen seyahat acentalarının tamamına yakını (% 93,1) İsa Bey Camisi'ni tur programlarına aldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8. İzmir'e yönelik tur düzenleyen seyahat acentalarının tur programına dâhil ettiği camiler

Cami İsmi	Tur Programına Alma	f	%
İsa Bey Camii (Selçuk)	**Evet**	**27**	**93,1**
	Hayır	2	6,9
	Toplam	29	100,0
Kemeraltı Camii	**Evet**	**25**	**13,8**
	Hayır	4	86,2
	Toplam	29	100,0
Birgi Aydınoğlu Mehmet Bey Camii (Ödemiş)	**Evet**	**2**	**6,9**
	Hayır	27	93,1
	Toplam	29	100,0

Tablo 8'de görüldüğü gibi, Kemeraltı ve Birgi Aydınoğlu Mehmet Bey Camii oldukça az acenta tarafından programa dahil edilmektedir. Çalışma kapsamında acentalara sorulan Aliağa, Başdurak, Çorakkapı, Faik Paşa, Fettah, Hatuniye, Hisar, İki Çeşmelik, Kestane Pazarı, Kurşunlu, Şadırvan, Salepçioğlu, Şeyh ve Yalı (Konak) gibi camiler ise hiç programa alınmamaktadır. Bunun nedeni, inanç turizminde daha çok dış pazara yönelik çalışmalar yapılması ve İslam ülkelerinde yaşayan insanların ülkeye çekilememesi, ya da Kuşadası'na gelen Müslüman turistlerin cami ziyaretlerine fazlaca ilgi duymamasıdır.

4.8. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Hedeflediği Başlıca Ülkeler

Anket sonuçlarının gösterildiği Tablo 9'a göre, İzmir'e yönelik inanç turları düzenleyen seyahat acentaları en çok A.B.D'yi, daha sonra Kanada, Avustralya ve İngiltere'yi hedeflemişlerdir. Bunun yanında; Almanya, İsrail ve Yunanistan'dan belli seviyede bir turist talebi hedeflendiği görülmektedir. Çalışmaya alınan diğer ülkeler Hollanda, Fransa, Kore ve İran'a yönelik inanç turizm talebini çekme konusunda kayda değer bir çalışma yapılmadığı, İtalya İspanya ve Rusya'nın ise inanç turizmi alanında hedef ülke olarak hiç seçilmemiş olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 9. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Hedeflediği Başlıca Ülkeler

Ülkeler	Hedef Alma	f	%
A.B.D	Evet	22	75,9
	Hayır	7	24,1
	Toplam	29	100,0
Kanada	Evet	11	62,1
	Hayır	18	37,9
	Toplam	29	100,0
Avustralya	Evet	11	62,1
	Hayır	18	37,9
	Toplam	29	100,0
İngiltere	Evet	14	48,3
	Hayır	15	51,7
	Toplam	29	100,0
Almanya	Evet	4	13,8
	Hayır	25	86,2
	Toplam	29	100,0
İsrail	Evet	4	13,6
	Hayır	25	86,2
	Toplam	29	100,0
Yunanistan	Evet	3	10,3
	Hayır	26	89,7
	Toplam	29	100,0

4.9. İnanç Turizmine Katılan Turistlerin Yaş Grubu

Aşağıda, Tablo 10'da gösterilen sonuçlara göre inanç turizmine katılan turistlerin genellikle (%79,3) orta yaş ve orta yaşın üstünde (45-54) olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, literatürde inanç turizmine katılan turist profilinin genel olarak orta ve üstü yaş gurubundan oluştuğu bilgisini desteklemektedir.

Tablo 10. İnanç turizmine katılan turistlerin yaş grubu

Yaş Grubu	f	%
35-44	2	6,9
45-54	**23**	**79,3**
55 ve Üzeri	**4**	**13,8**
Toplam	29	100,0

4.10. Turistlerin İnanç Turlarına Katılma Amacı

Tablo 11'de ankete katılan seyahat acentalarından elde edilen bilgiler görülmektedir. Buna göre inanç turizmine katılan turistlerin birinci derecedeki amaçları; merak ve dini emirlerin yaptırım gücü olmakta, ikinci derecedeki amaçları; araştırma ve psikolojik nedenler şeklinde gruplanmakta ve üçüncü derecedeki katılım amacı da boş zamanı değerlendirme olarak belirlenmektedir. Bu sonuçlar, literatürdenalınan bilgilere açıklık getirmiş ve turistlerin inanç turizmine katılma amaçlarını öncelik sırasına göre sıralayabilmemizi sağlamıştır.

Tablo 11. İnanç turizmine katılan turistlerin inanç turizmine katılma amacı

Turistlerin İnanç Turizmine Katılma Amacı		f	%
Merak	Evet	23	**79,3**
	Hayır	6	20,7
	Toplam	29	100,0
Dini Emirlerin Yaptırım Gücü	Evet	22	**75,9**
	Hayır	7	24,1
	Toplam	29	100,0
Uzmanlık Alanı-Araştırma	Evet	17	**58,6**
	Hayır	12	41,4
	Toplam	29	100,0
Psikolojik Nendenler	Evet	15	**51,7**
	Hayır	14	48,3
	Toplam	29	100,0
Boş Zamanı Değerlendirme	Evet	6	**20,7**
	Hayır	23	79,3
	Toplam	29	100,0

4.11. İzmir'e İnanç Turlarına Katılan Turistlerin Şikayetçi Olduğu Konular

Tablo 12'de, inanç turlarına katılan turistlerin seyahat acentalarına yansıttıkları şikayetler görülmektedir. Buna göre; inanç turizmine katılan turistler, % 20-24 oranında tur organizasyonu ile ilgili konulardan, rehberlerin bilgisinin yetersiz olmasından ve konaklama imkânlarının yetersiz olmasından şikayet etmektedir. Yine turistler,% 13,8 oranında ören yerlerinin bakımsız olmasından, %6,9 gibi düşük bir oranda da ulaşım imkânlarından ve yerel halkın tutum ve davranışlarından rahatsız olmaktadır. İnanç turizmine katılan turistlerin % 62,1'inin ise şikayet konusu bulunmamaktadır. Şikayetler, genel olarak acentaların müşterilerine yaptıkları anketler veya turistlerin bizzat başvuruları sayesinde dile getirilmektedir.

Tablo 12. Turistlerin İnanç Turları ile İlgili Acentalara Bildirdikleri Başlıca Şikâyetler

Konular	Şikayet	f	%
Tur Organizasyonu İle İlgili Konulardan	**Evet**	**7**	**24,1**
	Hayır	22	75,9
	Toplam	29	100,0
Rehberlerin Bilgisinin Yetersiz Olmasından	**Evet**	**6**	**20,7**
	Hayır	23	79,3
	Toplam	29	100,0
Ulaşım İmkânlarının Yetersiz Olmasından	**Evet**	**2**	**6,9**
	Hayır	27	93,1
	Toplam	29	100,0
Konaklama İmkânlarının Yetersiz Olmasından	**Evet**	**6**	**20,6**
	Hayır	23	79,3
	Toplam	29	100,0
Ören Yerlerinin Bakımsız Olmasından	**Evet**	**4**	**13,8**
	Hayır	25	86,2
	Toplam	29	100,0
Yerel Halkın Tutum Ve Davranışlarının Kötü Olmasından	**Evet**	**2**	**6,9**
	Hayır	27	93,1
	Toplam	29	100,0
Şikâyet Konusu Yok	**Evet**	**18**	**62,1**
	Hayır	11	37,9
	Toplam	29	100,0

4.12. İzmir'e Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarının Turizm Faaliyetlerini Etkileyebilecek Olumsuz Faktörleri Değerlendirmesi

Anketlerden elde edilen sonuçlara göre İzmir'de turizm faaliyetlerini etkileyebileceği düşünülen; ulaşım, alt yapı, konaklama, yeme içme olanakları, çevre ve ören yeri temizliği, güvenlik ve yerel halkın tutumu gibi tüm faktörlerin acentalar açısından iyi düzeyde görüldüğü belirtilmiştir.

Tablo12 ve bu başlık altındaki sonuçlar beraber değerlendirildiğinde ortada önemli bir sorunun olduğu anlaşılmaktadır. İnanç turizmine katılan turistlerin yaklaşık %40'ının çeşitli şikayetleri bulunmaktadır. Ancak, acentelerden alınan yanıtlara göre, turistlerin rahatsız oldukları konulardan kendilerinin haberdar olmadıkları ya da, bu konuların kendilerince şikayet konusu olarak görülmediği anlaşılmaktadır. Acentaların müşteri ilişkileri açısından sergilediği bu tutumun inanç turlarına zarar verme olasılığı bulunmaktadır.

4.13. İzmir'e İnanç Turu Düzenleyen Seyahat Acentalarının Nitelikli Rehber Bulma Durumu

İzmir'e inanç turu düzenleyen seyahat acentalarının % 34,5'i inanç turizmine yönelik yeterli bilgiye sahip rehber bulmakta zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, Tablo 12'de %20,7 oranındaki turistin rehberlerin bilgisizliğinden şikayet etme sonucunu da doğrulamaktadır.

4.14.Seyahat Acentalarının İzmir'e İnanç Turu Düzenlememe Nedenleri

Tablo 13'de gösterilen sonuçlara göre inanç turu düzenlemediğini belirten 42 adet seyahat acentasından %88'i (69 + 19) inanç turu düzenlememe nedeni olarak, hem turistlerden hem de tur operatörlerinden gelen inanç turu talebinin yetersizliğini göstermişlerdir.

Tablo 13. Seyahat Acentalarının İzmir'e İnanç Turu Düzenlememe Nedenleri

Seyahat Acentalarının İzmir'e İnanç Turu Düzenlememe Nedenleri	f	%
Turistlerin İnanç Turu Talebinin Yetersiz Olması	**29**	**69**
Tur Operatörlerinin İnanç Turu Talebinin Yetersiz Olması	**8**	**19**
İnanç Turlarının Kar Payının Düşük Olması	4	9,6
Alt Yapı ve Üst Yapının Yetersiz Olması	1	2,4
Konaklama ve Yeme İçme İmkânlarının Yetersiz Olması	0	0,0
İzmir Ve İlçelerinin İnanç Turizmi Açısından Potansiyelinin Yetersiz Olması	0	0,0
Yerel Halkın Tutumunun Olumsuz Yönde Olması	0	0,0
İnanç Turizmi Konusunda Yeterli Bilgiye Sahip Rehberlerin Bulunmaması	0	0,0
Güvenliğin Yetersiz Olması	0	0,0
Toplam	42	100

5. Sonuç ve Öneriler

İnanç turizmi doğaya zarar vermemesi, kültür mirasının korunup tanıtılıp değerlendirilmesi ve böylece sürdürülebilir turizm anlayışına katkıda bulunması nedeniyle önemli bir alternatif turizm türü olarak dikkat çekmektedir. İnanç turizmi, yerli ve yabancı turistlerin kutsal yerleri ziyaret etmesiyle oluşmaktadır. Bu amaçla dinsel yönden önemli bulunan cami, kilise ve sinagoglar ile sanat tarihi açısından önemli olan anıtlar, müzeler ve evler; mimari özellikleri nedeniyle türünün ilk ya da ilginç örneği olan yapılar ve tarihi eserler bu açıdan değerlendirilerek turistlerin hizmetine sunulmaktadır.

İzmir ili inanç turizmi açısından, Meryemana ve Efes haricinde de zengin kaynaklara sahiptir. İnanç turizmi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından önümüzdeki on yılda stratejik hedefler içerisinde önem taşısa da İzmir İli'nin Meryemana ve Selçuk haricindeki diğer zengin kaynakları dikkatlerden uzak kalmıştır.

Turist girişlerinin yüksek olduğu ve yerleşik yabancı nüfusunun gittikçe arttığı Kuşadası, zengin inanç turizm kaynakları olan İzmir'in yanı başında yer almaktadır. Ancak araştırma bulguları, Kuşadası'nda faaliyet gösteren A gurubu seyahat acentalarının İzmir'in bu zengin kaynaklarını yeterince kullanamadığını göstermektedir.Araştırma sonuçlarına göre Kuşadası'ndaki seyahat acentaları yüksek sezonda her gün çok sayıda tur düzenlemelerine rağmen inanç turlarını daha çok ayda 1-2 kez düzenlemektedir. Bu turların ise neredeyse tamamını Selçuk'taki Meryemana, St. John Kilisesi ve İsa Bey Camii gibi dini yapılar oluşturmaktadır. İzmir ilindeki diğer dini yapılar değerlendirilmemektedir. Bu durum, Kuşadası'ndaki seyahat acentalarının, inanç turizmine, diğer turlar kadar önem vermediğini göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre Kuşadası'ndaki seyahat acentaları çoğunlukla kültür turizmi ve kurvaziyer turizmi faaliyetlerine ağırlık vermektedir. İnanç turizmi daha arka planda yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre seyahat acentaları, İzmir'e inanç turu düzenlememelerindeki en önemli neden olarak inanç turizm talebinin yetersizliği görülmektedir. Anlaşıldığı kadarı ile acentalar; yıllarca sürdürülen, alışılagelmiş, turist talebi hazır olan, popüler olmuş alanlarda turlar düzenlemekte ve yeni alternatif turları programlarına almamaktadırlar. Bu durum, Kuşadası'na gelen turisti İzmir'e yönelik inanç turizm alternatifine yönlendirme konusunda devletin bölgesel tanıtım politikalarının yetersiz olduğunu gösterebilir. Bölgede faaliyet gösteren acentaların da bölgeyi iyi tanımaları gerektiği mantığından hareket ederek, yeni alternatif turizm çeşitlerinin tanıtılması konusunda devletin ilgili birimlerini uyarıcı olması da önerilebilir.

Araştırma sonuçlarına göre inanç turları düzenleme konusunda talebin önemli bir etken olması bu konuya ağırlık verilmesini gerektirmektedir.İzmir İli'ne bu konuda talep yaratmak ve Kuşadası'ndaki acentaların buralara inanç turları düzenlemelerini sağlamak için devletin tanıtım ve yönlendirme yapması yerinde olacaktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmi ile ilgiliturizm stratejilerine ve hedeflerine İzmir İli'nin dahil edilmesi önerilmektedir.

Kuşadası'ndaki acentalarına, devlet tarafından İzmir'in inanç turizm kaynaklarının sadece Meryemana ve Efes'teki kiliselerden ibaret olmadığı, farklı dinlere ait çok sayıda ibadet yerlerinin de İzmir İl sınırları içinde bulunduğu konusunda bilgilendirme yapılmalı ve acentalar bu yönde teşvik edilmelidir. Ayrıca, inanç turizmine yönelik hedef pazar ülkeler belirlenmeli ve belirlenen bu ülkelere yönelik pazarlama faaliyetleri uygulanmalıdır. Araştırma sonuçlarına göre Kuşadası'ndaki seyahat acentaları; A.B.D'yi,Kanada'yı, Avustralya'yı ve İngiltere'yi inanç turizmi açısından en önemli hedef pazarlar olarak görmektedir. Oysa İsrail'in de önemli bir pazar olduğu ve İzmir'de Yahudiler için çok sayıda inanç turizm kaynağı bulunduğu gözden kaçmaktadır. Son yıllardaki Türkiye – İsrail ilişkilerinin tekrar düzeleceği göz önüne alınarak devlet ve acentalar bu konuda stratejik planlar geliştirmelidirler.

İzmir'deki sinagoglar her yıl birçok Yahudi tarafından ziyaret edilmektedir. Yahudiler Musevi dinine göre uygun kesimi yapılıp hazırlanan eti (koşer et) yemek istemektedir. Ancak bu et günümüzde yalnızca İstanbul'da hazırlanabilmekte ve oradan getirtilmektedir. İzmir'de de bu etin uygun şartlarda hazırlanabilmesi,İzmir'e inanç turizmi için gelmiş bir kısım Musevi turistin talebinin daha hızlı ve kolay karşılanmasını ve İzmir'in bu konuda kilometrelerce uzak olan İstanbul'a olan bağımlılığının ortadan kalkmasını sağlayacaktır.

İnanç turizmi talebinin artırılması için hazırlanan paket turlar devlet ve sektör tarafından etkin reklam kampanyaları ile tüketicilere sürekli olarak tanıtılmalıdır. Çalışılmakta olan tur operatörleri dışındaki tur operatörleri ile anlaşma yoluna gidilerek mevcut olan turist sayısı arttırılmalıdır. Diğer taraftan, yasal uygulamalarda da kolaylık sağlanması için devletin çalışma yapması gerekmektedir. Örneğin, hacılık görevi için Türkiye'ye gelen gruplara toplu vize uygulaması yapılabilir.

İzmir'deki dini yapıların tanıtılması için diğer ülkelerde yaşayan önemli din görevlileri İzmir'e davet edilmeli ve bu kişiler aracılığı ile bölgenin tanıtılması sağlanmalıdır. Seyahat acentaları da bu gelişmelerden haberdar edilmelidir.

İzmir'de bulunan bazı dini yapıların tur programına alınmamasının diğer bir nedeni; bu yapıların günümüzde harabe durumda olmasıdır. Bu nedenle, İzmir'de yer alan ve bakıma muhtaç durumda olan İslami yapılar, kiliseler ve sinagoglar aslına uygun olarak restore edilip turizme kazandırılmalıdır. Kaynak yetersizliği nedeniyle restorasyonu yapılamayan yapıların en azından harabe görüntüsü ortadan kaldırılmalı ve düzenli olarak bakım ve temizliği yapılmalıdır. İyi durumda olan yapılar ise korunmalıdır. Araştırma sonuçlarına göre, az da olsa belli oranda turistin ören yerlerinin bakımsızlığından şikayetçi olduğu anlaşılmaktadır. Ören yerlerinin ve genel çevrenin temizliğine önem verilmelidir.

Araştırma sonuçlarına göre; inanç turizmine katılan turistlerin büyük çoğunluğu 45-54 yaş ve 55 ve üzeri yaş gurubunda yer almaktadır. Bu bilgi, inanç turizmi amacıyla İzmir'e en çok üçüncü yaş grubu turistlerin geldiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışma içinde değinildiği üzere, üçüncü yaş grubunda bulunan bu kişiler, seyahatlerinde diğer gruplara göre daha fazla para harcamaktadır. Seyahat acentaları da inanç turizmine yönelik yaptıkları tur programlarında, üçüncü yaş grubunu hedef kitle olarak belirleyip sunmalıdır.Ayrıca inanç turizmine ilgi duymaları için gençler tarafından ilgi gösterilen turizm çeşitleri ile inanç turizmi birleştirilerek değişik tur programları oluşturulmalıdır.

Araştırmanın sonuçlara göre; inanç turizmine katılan turistler en çok merak ve dini emirlerin yaptırım gücü nedeniyle inanç turizmine katılmaktadır. İzmir'de yer alan ve bilinmeyen çok sayıdaki dini yapıların tanıtımı yapılarak bu yöndeki merakın artması sağlanmalıdır.

Araştırmanın sonuçlarına göreacentalar, inanç turizmine katılan turistlerin %40'a yakın kısmının çeşitli konulardan şikayet ettiklerini bildirmişlerdir. Bu şikayetler önem derecesine göre; tur organizasyonundaki aksaklıklar, rehberlerdeki yetersizlikler, konaklama sırasındaki aksaklıklar ve ören yerlerinin bakımsızlığı şeklinde sıralanmaktadır. Ancak bu şikayet konularından bir çoğunun acentalar tarafından fark edilmediği veya üzerinde durulmadığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle, seyahat acentaları tur programı hazırlarken tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını dikkate almalıdırlar. İnanç turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehberler bulunmalıdır. Konaklama işletmelerinin seçiminde müşteri memnuniyeti temel alınmalıdır. Turdan sonra müşterilerin memnuniyeti ölçülmeli eksiklik bulunan konular giderilmelidir.

Diğer bir araştırma sonucuna göre İzmir'e yönelik inanç turizmi düzenleyen seyahat acentaları inanç turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip rehber bulmakta zorlanmaktadır. Bunun en önemli nedeni; Kültür Bakanlığı'nın verdiği kısa süreli eğitimlerle yeterli bilgiye sahip olmayan çok sayıda rehberin piyasaya girmesidir. Kültür Bakanlığı yalnızca nadir dillerde rehberlik eğitimi vermelidir. Günümüzde, üniversitelerin 5 yıllık turizm rehberliği bölümlerinden daha nitelikli rehberler yetişmektedir. Bu bölümlerde

rehberlerin farklı uzmanlık alanlarında (inanç, kültür, doğa sporları, bitki, hayvan veya maden türleri gibi) eğitim görmeleri sağlanabilir. Devletin belirlediği turizm stratejilerindeki ihtiyaca göre hangi dilde, hangi uzmanlık alanlarına sahip ne kadar rehberin ne zaman piyasaya girmesi gerektiği devlet tarafından bir plan dahilinde yapılmalıdır. Bu konuda devlet,üniversitelerle koordineli olarak çalışılıp ihtiyaca göre rehber yetiştirilmesini sağlayabilir. Böylece inanç turizmi konusunda yeterli bilgi ve donanıma sahip rehberler yetiştirilebilir.

Ne devletin belirlediği turizm hedefleri, ne dünyadaki ve turizm anlayışındaki gelişmeler, ne de artan rekabet, henüz Kuşadası'ndaki acentaları İzmir'in Meryemana ve Selçuk dışındaki inanç turizm potansiyelini değerlendirmeye yöneltememiştir. Bunun önemli bir nedeni, bu bölgedeki Meryemana ve Selçuk dışındaki dini yapılarla ilgili devletin inanç turizmi kapsamında belli bir plan ve hedefinin bulunmamasıdır. Diğer bir nedeni de, Kuşadası'ndaki acentaların çevrelerindeki turizm potansiyelini yeterince araştırıp alternatif tur oluşturma gayreti içinde olmamalarıdır.Devletin bu potansiyeli fark edip, İzmir ilindeki dini kaynakları turizm için hazırlayarak tanıtımını yapması veacentaları İzmir'in inanç turizmini değerlendirmeye teşvik etmesi önerilir.

6. Kaynakça

Adam B. (2003), Yahudilik ve Anadolu'daki Gelişmesi, http://www.tureb.net/index.php/yahudilik-ve-anadoludaki-gelismesi-doc-dr-baki-adam (03.03.2012).

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

Atay Ç. M. (1978), Tarih İçinde İzmir, İzmir: Tifset Basım Yayın.

Battour M, İsmail N. M ve Battor M. (2010), 'TheImpact Of DestinationAttributes On MuslimTourist'sChoice', International Journal Of TourismResearch, ss. 1-4.

Bingöl Z. (2007),Anadolu'da İnanç Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.

Devlet Planlama Teşkilatı (2006), Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Turizm Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara.

Erdoğan N. (2003), Çevre ve (Eko) Turizm, Ankara: Erk Yayını.

Gökdeniz A. (2000), 'Uluslararası Turizm Hareketleri İçerisinde Dinsel ve Kültürel Amaçlı Seyahatler ve Türkiye', Göller Bölgesi Sempozyumu Bildirileri Kitabı, Isparta.

Gürdal M. (2000), 'Göller Bölgesinin İnanç Turizmi Açısından Önemi ve Isparta –Yalvaç Eğirdir'deki Kültür Varlılarının Turizm Amaçlı Kullanımı' Göller Bölgesi Sempozyumu Bildirileri Kitabı, Isparta.

İzmir Valiliği (1994), İzmir İl Yıllığı, İzmir: İzmir Valiliği Yayınları.

Karpat K.H. (2003), Osmanlı Nüfusu 1830-1914 Demografik ve Sosyal Özellikleri, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Kandır S.Y.(2008), 'Türk Turizm Sektöründe Büyüme Göstergelerinin Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisinin İncelenmesi', *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10 (1) ss 210.

KUTO (2012), Genel Bilgiler, http://www.kuto.org.tr/kusadasi.php?sec=1 (10.05.2012).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (1994),Özel Projeler, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını: Ankara.

Küçük A. (1993), Dinler Tarihi, Ankara: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf (05.04.2012).

Madem İ. (2006), 'İsrail ve Türkiye açısından turizm ilişkileri', (İstanbul)İnanç Turizmi Günleri III Kitabı, İstanbul: Şubat Yayıncılık.

Rinschede G. (1992), 'Forms of ReligiousTourism', Annals of TourismResearch, s. 52.

Sargın S. (2006), 'Yalvaç'ta İnanç Turizmi', Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt16/sayi2/1-18.pdf

Sezgin O. M. (2001), Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Shackley M. (2001), ManagingSacredSites, London:ContinuumPress.

Sharpley R, Sunduram P. (2000), 'Tourism: A SacredJourney? Tha Case Of AshramTourism, India', International Journal Of TourismResearch, s. 162.

Soykan F. (2009), 'Üç Dinin Buluşma Noktası', İzmir Kültür ve Turizm Dergisi, İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, s. 85.

Tanaç Zeren M. (2010), İzmir'de Seferad Mimarisi ve Sinagogları, İstanbul: Yalın Yayıncılık.

Tarcan E. ve Atılgan E. (1999), 2000 Yılına Doğru Türkiye'nin İnanç Turizmi Açısından Önemi ve Antalya'da Faaliyet Gösteren Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma, Kayseri:Erciyes Üniversitesi Matbaası.

Tekeli H. (2001), Turizm Pazarlaması ve Planlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.

Tibet D. M. (2005), 19. Yüzyıldan Günümüz Dönemine İzmir'de Yaşanan Sosyal Ekonomik Değişimler Çerçevesinde Konak Meydanı'nın Geçirdiği Evrelerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

www.turizmguncel.com (2012) 'Kuşadası Turizmi Rekor Kırdı' http://www.turizmguncel.com/haber/-kusadasi-turizmi-rekor-kirdi-h8773.html (20.04.2012).

Türkiye İstatistik Kurumu, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=14 (16.03.2011).

TÜRSAB (2006), Ülkeler Turizm Raporu, http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/arastirma-dosyalari/ulke-raporlari (08.04.2012).

TÜRSAB (2012), Seyahat Acebtaları İstatistikler, www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/seyahatacentalari_915.html (09.04.2012).

Usta Ö. (2001), Genel Turizm, İzmir: Anadolu Matbaacılık.

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

Ventura A. (2007), Beth İsrail Sinagogu, İzmir: JorjAbajoli Matbaacılık.

Yılmaz B. S. (2000), Türkiye'de Dini Turizm ve Meryemana Evi'nin Turistik Potansiyelinin Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.