Şahin, İ. / Journal of Yasar University, 2024, 19/74, 221-247

Turist Rehberlerinin İnanç Turizmine İlişkin Algıları, Sorumluluk Alma Eğilimleri ve Uzmanlaşma Niyetleri Üzerine Nicel Bir Araştırma

A Quantitative Study on Tourist Guides' Perceptions of Faith Tourism, Tendency to Take Responsibility and Intention to Specialise

İlker ŞAHİN, Kastamonu Üniversitesi, Türkiye, ilkersahin1985@hotmail.com

Orcid No: 0000-0002-0516-4675

Öz: İnanç turizmi dini motivasyonlarla seyahat eden turist sayısındaki artışla birlikte bu alanda zengin kültürel mirasa, kutsal mekanlara ve köklü tarihsel geçmişe sahip ülkelerin ekonomilerinde önemli bir dinamik haline gelmektedir. Bu araştırmada turist rehberlerinin, inanç turizmine ilişkin algılarının, inanç turizminin geliştirilmesine yönelik projelerde gönüllü olma ile sorumluluk alma eğilimlerinin, inanç turlarında görev yapma ve mesleki uzmanlaşma niyetlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Nicel yönteme dayalı araştırma kapsamında 262 turist rehberine anket uygulanmıştır. Bulgular, turist rehberlerinin inanç turizmi algısının ekonomi, "tanıtım, politika, rehber, eğitim ve turist" olmak üzere toplam 6 boyuttan meydana geldiği ortaya koymuştur. Bulgulara göre olumlu ekonomik algı, inanç turizminin geliştirilmesine ilişkin sorumluluk alma eğilimi ile inanç turlarında rehberlik yapma ve mesleki uzmanlaşma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Tanıtım yetersizliğine ilişkin algı rehberlerin sorumluluk üstlenme ve ilgili projelerde gönüllü rehber rolünde görev alma eğilimlerini etkilemektedir. Turist rehberlerinin mesleki deneyimleri arttıkça, inanç turizminde aktif sorumluluk alma eğilimlerinde azalma olduğu ortaya çıkmıştır. Rehberlerin büyük bir çoğunluğunun inanç turizminde mesleki uzmanlaşma eğitimi almadıkları tespit edilmiştir. Rehberler en fazla Hıristiyanlık, Müslümanlık, Musevilik ve Süryanilik üzerine mesleki uzmanlaşma niyeti taşımaktadırlar.

Anahtar Sözcükler: Kültürel Miras, Destinasyon Pazarlaması, Uzmanlaşma, Tutum, Ölçek

JEL Sınıflandırması: Z30, Z32, Z38, Z39

Abstract: Faith tourism has become a significant dynamic in the economies of countries with rich cultural heritage, sacred sites, and deep historical backgrounds, driven by the increasing number of tourists traveling for religious motivations. The current research aims to determine tourist guides' perceptions of religious tourism, their tendencies towards voluntary involvement and assumption of responsibility in projects aimed at developing religious tourism, as well as their intentions to participate in religious tours and pursue professional specialization. In the scope of a quantitative research methodology, a survey was conducted on 262 tourist guides. The findings revealed that perceptions of religious tourism among tourist guides consist of six dimensions: economy, "promotion, policy, guide, education, and tourist". According to the findings, positive economic perception has a significant effect on the tendency to take responsibility for the development of faith tourism and the intention to guide and specialise in faith tours. It has been revealed that as the professional experience of the guides increases, there is a decrease in their tendency to take active responsibility in faith tourism. The perception of insufficient promotion affects the guides' tendency to assume professional responsibility and to take part in the role of volunteer guide in related projects. It has been determined that the majority of the guides have not received vocational specialisation training in faith tourism. The guides mostly intend to specialise in Christianity, Islam, Judaism and Syriacism.

Keywords: Cultural Heritage, Destination Marketing, Specialization, Attitude, Scale

JEL Classification: Z30, Z32, Z38, Z39

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 29 Ocak / January 2024

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 22 Nisan / April 2024

© 2024 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

1. Giriş

Din ve inançlar, kültür ve geleneklerle harmanlanarak geçmişten günümüze toplumların değer yargılarını, bakış açılarını ve yaşam tarzlarını şekillendiren önemli bir unsur olmuştur. Var olduğu günden bu yana bir dine mensup olma veya kutsallık atfettiği unsurlara inanma ihtiyacı hisseden insanoğlu zaman içerisinde yaşadığı çevrenin dışına çıkarak nispeten uzak konumda bulunan mabet, tapınak, hac merkezi, kutsal alan gibi mekanları ziyaret etme ya da ritüel, dini tören gibi inanca yönelik etkinliklere katılma amacıyla seyahat etmeye başlamıştır. Kutsal mekanlara veya inançla ilişkili özel etkinliklerin gerçekleştirildiği bölgelere yapılan ziyaretlerin kitlesel hale gelmesi İnanç turizmi'nin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Chianeh vd., 2018; Güzel, 2010; Mokhlis, 2009; Nolan ve Nolan, 1992). Din ve inanç sistemlerinde çoğu zaman belirli kutsal mekânların, mabetlerin, doğal alanların, ritüel merkezlerinin veya bölgelerin ziyaret edilmesi gerekli görülmektedir. Örneğin antik dönemde Yunanlılar Apollon Delphi Tapınağı'nı ziyaret ederken, günümüzde Hindular Ganj Nehri'ni, Müslümanlar Mekke ve Medine'yi, Hıristiyanlar ise Kudüs şehrini ziyaret etmektedir (Kaynak ve Sezgin, 2008). Bu nedenle din ve inanç turistlerin destinasyon seçimi ve turistik ürün tercihlerini doğrudan veya dolaylı yollardan etkileyebilmektedir (Timothy ve Olsen, 2007; Weidenfeld ve Ron, 2008).

Gerek farklı kültürel özellikler taşıyan antikçağ medeniyetlerinin yaşadığı bir coğrafya olması, gerek karşılaştıkları baskıdan kaçan ilk Hıristiyanların ve Yahudilerin sığındıkları güvenli bir bölge olma özelliğini taşıması, gerekse topraklarında İslamiyet'i kabul eden toplumların yüzyıllarca hüküm sürmesi nedeniyle Anadolu, farklı türde ve mimaride kilise, cami, sinagog, tapınak, ritüel alanı, hac rotası vb. gibi çok sayıda dini ve kutsal mekana ev sahipliği yapan önemli bir inanç turizmi merkezidir. Bu eşsiz özelliklerinden dolayı Anadolu, farklı inanç sistemleri ve farklı dinlere mensup turistlerin ilgi odağı olmakta; rehberli paket turlarla ya da münferit olarak inanç turistlerini bölgeye çekmektedir. Türkiye, 43 ilindeki inanç turizmi çekim noktalarıyla yılda minimum 250 bin ziyaretçiyi ağırlama kapasitesine sahiptir (TÜRSAB, 2014). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 raporuna göre Tarsus'tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsayan inanç turizmi koridorunda mevcut konaklama kapasitesinin kültür ve ekoturizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacağı öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). TÜRSAB (2014) raporuna göre Türkiye'nin her iki şehrinden birinde inanç turizmi çekim noktası olarak değerlendirilebilecek kutsal mekanların bulunmaktadır. Raporda 43 olarak belirtilen sayıya rağmen, yazarın tespitine göre, türbe, kümbet ve benzeri yapılar gibi önemli cazibe merkezlerinin de dikkate alınmasıyla, Türkiye'nin 72 ilinde inanç turizmi potansiyeline sahip mekanların bulunduğu düşünülmektedir. Bu yüksek potansiyele rağmen güncel istatistikler

incelendiğinde inanca ilişkin motivasyonlarla Türkiye'ye gelen turist sayısında ciddi azalmalar olduğu görülmekte ve genel olarak yıl bazında inişli çıkışlı bir seyre sahip istikrasız özellikler gösteren bir ziyaretçi grafiği elde edildiği anlaşılmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde Türkiye'nin inanç turizminde 2009-2013 yılları arasında 4 yıl boyunca ciddi oranda ziyaretçi kaybına uğradığı; 2014 yılında yakalanan yükselişe rağmen 2015-2018 döneminde ziyaretçi sayısı bazında tekrar düşüşe geçtiği görülmektedir. 2019 yılında elde edilen yükselişin 2020 ve 2021 yıllarında tekrar düşüşe geçmesinde COVID-19 salgınının etkili olduğu açık bir gerçek olsa da seyahat kısıtlamalarının büyük oranda kalktığı ve pandeminin etkilerinin nispeten hafiflediği 2022'de elde edilen ziyaretçi sayısı pandemi öncesi dönemin çok altında kalmıştır. Pandemiye ilişkin etkilerin azalma seyrinde olduğu 2023 yılında ise Türkiye'yi dini motivasyonlarla 19.214 turistin ziyaret ettiği ve bu sayının salgın öncesi döneme göre bir hayli düşük olduğu dikkat çekmektedir (TÜİK, 2024). Bu bağlamda Türkiye'de inanç turizminin geliştirilmesi ve yabancı ziyaretçi trafiğinin artırılması bağlamında profesyonel turist rehberlerinin kilit konumda bulunduğu düşünülmektedir. Rehberler, ziyaret esnasında turistlerle birebir iletişim halinde olan; onların ziyaret deneyimini zenginleştiren ve destinasyon imajının oluşmasında önemli roller üstlenen aktörlerdir. Antik dönemlerden günümüze adeta bir inançlar kavşağı olan Anadolu coğrafyasında yetişen ve bu topraklarda görev yapan turist rehberlerinin inanç turizmindeki yeri ve üstlendikleri roller her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Bu bağlamda rehberlerin, inanç turizmine ilişkin algılarına; inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda sorumluluk alma ve gönüllü rehberlik rolünü üstlenme eğilimleri ile inanç turlarında görev yapma ve bu alanda mesleki uzmanlaşma niyetlerine bilimsel verilerle ışık tutulması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de inanç turizmine ilişkin güncel sorunların turist rehberi perspektifinden değerlendirilmesi ve rehber görüşlerinin alınması amaçlanmaktadır. Rehberlerin inanç turlarında görev almaya istekli olup olmadıkları, hangi dinlerde uzmanlaşma niyetinde oldukları, inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü olarak yer alma ve üstlerine düşen rolleri yerine getirme konusundaki sorumluluk üstlenme eğilimlerini ortaya koymak hedeflenmektedir. Alan yazında Türkiye'de inanç turizmi çok ilgi çeken bir konu olmasına rağmen araştırmaların büyük çoğunluğunun belirli bir şehrin veya bölgenin sahip olduğu inanç turizmi potansiyeline odaklandığı görülmektedir (İbret vd., 2015; Tapur, 2009; Sargın, 2006, Bingöl, 2004). Bununla birlikte yerel halkın inanç turizmine bakış açıları (Çavuş ve Zere, 2019; Bakkaloğlu vd., 2019), inanç turisti motivasyonları (Altun ve Çınar 2019), kutsal yiyecekler (Tatlı ve Doğan, 2020), yerel kalkınma (Demircan ve Çeken, 2022; Eşitti ve Kıngır, 2015; Sevinç ve Azgün, 2012) gibi konular ele alınmıştır. Türkiye'de inanç turizmine ilişkin sorunlara (Çam ve Avcı, 2020; Okuyucu ve Somuncu, 2013), inanç

turizminde rehberin rol ve sorumluluklarına (Köroğlu vd., 2017) ve inanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma (Ulusoy, Balıkoğlu ve Köroğlu, 2023; Güzel vd., 2019; Celep, 2020) ve inanç turizminde rehberlik uygulamalarına (Arslan ve Çiftçi, 2020) odaklanan çalışmaların ise nispeten az sayıda olması dikkat çekmektedir. Öte yandan lisansüstü çalışmalarda İnanç turizmi sorunlarının büyük oranda ele alındığı; inanç merkezlerinde güvenlik sorunu, yetersiz çevre temizliği, yerel halkta bilinç eksikliği, tur planlama hataları, yönlendirme tabelalarının yetersizliği, tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, yabancı dil bilen turizm çalışanlarının az sayıda olması gibi problemlerin tespit edildiği görülmektedir. Bu sorunlar arasında inanç turizmine ilişkin akademik çalışmaların ve inanç turlarına çıkan rehber sayısının yetersizliğine dikkat çekilmesi önemlidir (Ayaz ve Eren, 2020). Alanyazında Türkiye'de turist rehberleri ve inanç turizmi konusunu bir bütün olarak ele alan yeterli sayıda ampirik çalışma olmaması ve rehberlerin bu konudaki bakış açılarına ilişkin literatürde mevcut bir boşluğun tespit edilmesi bu araştırmanın gerçekleştirilmesine temel dayanak oluşturmuştur. Bununla birlikte rehberlerin inanç turizmine ilişkin algıları, aktif sorumluluk alma eğilimleri ve bu alanda mesleki uzmanlaşma niyetlerinin bir bütün halinde ilk defa ampirik olarak ortaya konulması araştırmanın özgünlüğüne katkı sunmaktadır.

Tablo 1. İnançla İlişkili Motivasyonlar ile Türkiye'yi Ziyaret Eden Turist Sayıları

Yıl	**Ziyaretçi Sayısı**
2009	138.259
2010	124.190
2011	115.736
2012	73.510
2013	62.762
2014	88.663
2015	80.194
2016	49.009
2017	27.497
2018	32.350
2019	84.347
2020	12.045
2021	12.755
2022	18.997
2023	19.214

Kaynak: TÜİK (2024)

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. İnanç Turizminin Kökeni ve Tanımı

Gerçeği arayışa ve hakikati bulmaya yönelik yolculuklar olarak nitelendirilen hac ve din motivasyonlu seyahatler, sahip oldukları özel spiritüel manyetik etkiyle tarih boyunca insanları kutsal kabul edilen yerlere çekmiştir (Vukonic, 1996; Preston, 1992). İnanç turizminin kökenleri hakkında önemli ipuçları sunan Fransa'nın güneyindeki Lascaux Mağarası'nda ortaya çıkarılan duvar resimleri genellikle atlar, geyikler, bizonlar, boğalar ve diğer hayvanların figüratif tasvirleri ile dikkat çekmektedir. Tarih öncesi çağlarda insanların kutsal saydıkları yerleri, inançlarıyla bağlantılı hayvan figürlerini, çeşitli av sahnelerini mağara duvarlarına çizdiği; daha sonra bu mekanları belirli aralıklarla düzenli olarak ziyaret ettiği ve böylelikle Paleolitik dönemde inanç motivasyonlu seyahatlerin temellerinin atıldığı düşünülmektedir (Shackley, 2001). Lascaux (Fransa) ve Altamira (İspanya) gibi tarih öncesi döneme ait mağaralardaki duvar resimlerinin avcı-toplayıcı toplulukların yaşantılarını, toplumsal düzeni, mitolojik veya dini inançlarını yansıttığı düşünülmektedir. Bununla birlikte antropologlar duvar resimlerinin ruhlar dünyası ile bağlantılar içeren Şamanizm; animistik tapınma, totemik uygulamalar ya da diğer ibadet ve ritüel biçimleri ile ilişkili olabileceğini düşünmektedirler (Mittman, 2019; Vialou, 2009). İlkel zamanlarda avladığı hayvanları yiyerek yaşamını sürdüren insanoğlu, aynı zamanda bu hayvanları mağara duvarlarına resmederek onların ruhlarını da ele geçirdiklerine inanmış ve din kavramına ilişkin ilk adımları atmıştır. Mağara resimlerinin insanlığa sunduğu ipuçlarının yanı sıra dini motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlerin Roma, Helen, Antik Mısır ve İndus Vadisi medeniyetlerine kadar uzandığı düşünülmektedir (Jackowski ve Smith, 1992). Her ne kadar kesin bir tarih olmasa da inanç motivasyonlu seyahatlerin M.Ö. 776 yılına kadar dayandığı ve antik Yunan toplumlarının tanrı ve tanrıçalara ait tapınakları ziyaret etme, dini festival ve ritüellere katılma ve tapınımda bulunma gibi amaçlarla başka şehirlere uzun yolculuklar yaptığı bilinmektedir (Tomasi, 1998). Thomas Cook tarafından 1869 yılında Celile, Nasıra, Beytüllahim ve Samarya'ya düzenlenen geziler modern inanç turizminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Polat ve Arslan, 2019). Din motivasyonlu seyahatlerin gün geçtikçe daha da ilgi çekmesiyle özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren 'inanç turizmi' kavramı daha da yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Söz konusu seyahatlerin temel motivasyonu olan ve yüzyıllar boyu şekil değiştirerek nesilden nesile geçen din ve inançlar insanları, çeşitli kutsal mabetler inşaa etmeye yöneltmiştir. Toplu ibadethaneler, tapınaklar, dini mekanlar, dini merasimler, festivaller, kutlamalar, bayramlar ve birtakım dini etkinlikler insanları İnanç turizmine katılmaya yönlendiren önemli unsurlar olmuşlardır. Bu şekilde insanlar dini amaçlar taşıyan seyahatler gerçekleştirerek inanç turizmi

faaliyetlerine katılmışlardır. Bunun sonucu olarakta din ve inançlar insanoğlunu seyahate yönlendiren en önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Henderson, 2003).

İnsanların mensubu oldukları din ya da inanca ilişkin ibadet, ritüel gibi gereklilikleri yerine getirmek, tapınak, cami, havra, kilise, manastır, sinagog, bazilika gibi dini mekanları, kutsal tepe, dağ, göl, mağara, nehir gibi doğal alanları, peygamber, sahabe, evliya, havari, aziz, azize, haham gibi dini açıdan öneme sahip kişilerin gömülü oldukları veya yaşadıkları alanları ziyaret etmek ya da dinsel toplantı, tören gibi etkinliklere katılmak amacıyla devamlı olarak yaşadıkları ve günlük ihtiyaçlarını karşıladıkları yerden ayrılarak kısmen ya da tamamen dini motivasyonlara dayalı olarak gerçekleştirdikleri seyahat faaliyetleri inanç turizmi olarak tanımlanmaktadır (Chrysanthi vd. 2015; Usta, 2016; Timothy ve Olsen, 2007; Wright, 2007; Raj & Morpeth, 2007; Zhang vd., 2007; Kaya, 1999; Vukonic, 1996, 1998; Rinschede, 1992). İnanç turizmi, söz konusu seyahatler sırasında insanların turizm işletmelerinin sunduğu konaklama, rehberlik, yiyecek-içecek vb. mal ve hizmetlerden yararlanması etrafında şekillenen olaylar ve ilişkiler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Tala ve Padurean, 2008). Günümüzde turizm sektöründe önemli bir dinamik haline gelen inanç motivasyonlu seyahatlerin üçte biri guruplar halinde gerçekleşmektedir. İnanç turistleri ziyaret boyunca 8-14 gün arası konaklama yapmakta ve 1500 ila 3000 Dolar arasında harcama yapmaktadırlar (Hughey, 2008).

2.2. İnanç Turizmi Rehberliğinde Uzmanlaşmanın Önemi

Turist tipi ve beklentilerinde zaman içinde meydana gelen değişim, inanç turizmi başta olmak üzere ziyaretçilerin özel ilgilerine hitap eden ve onlarda merak duygusu uyandıran farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Alışılagelmiş turizm türlerinin sunduğu kalıplardan çıkan günümüz turistlerinin rehberden beklenti ve istekleri radikal değişimlere uğramaya başlamıştır. Günümüzde birçok turist, yüzeysel anlatımdan ziyade derinlemesine bilgi sunan entelektüel birikime ve tecrübeye sahip donanımlı rehberden hizmet alma eğilimindedirler. Özel ilgi turizmine ilişkin turist tipolojileri incelendiğinde uzman kategorisindeki turistlerin ilgi duydukları alanda kapsamlı bilgiye sahip oldukları, turlarda memnuniyetinin sağlanması bir hayli zor olan ve yüksek hizmet kalitesi beklentisi taşıdıkları dikkat çekmektedir (Brotherton & Himmetoğlu, 1997). Talepte meydana gelen söz konusu değişim, turistlerin memnuniyet düzeylerini artırmak için turizm türlerine göre çeşitli konularda uzmanlaşmış ve deneyim kazanmış turist rehberine olan ihtiyacı beraberinde getirmektedir (Celep, 2022; Akpınar & Avcı, 2021; Güzel, 2010). Rehberlerin görev aldıkları turları daha profesyonel yönetebilmeleri, liderlik rollerini yerine getirebilmeleri ve bir bütün olarak müşteri memnuniyetini sağlayabilmeleri için en az uzman sınıfındaki turistler kadar bilgi donanımına ve deneyime

sahip olmaları gerekmektedir (Çeşmeci, 2018). Alanında uzman bir rehberin görev yaptığı gezilerde gerek turistlere yaşatılan deneyim kalitesi gerekse tura ilişkin genel hizmet kalitesinin artacağını öngörmek mümkündür.

İnanç turizminde uzmanlaşma, rehbere gerek bireysel gerekse mesleki yönden çeşitli katkılar ve avantajlar sağladığı için büyük öneme sahiptir. İnanç turlarında uzmanlaşma sürecinde elde edilen beceri ve bilgilerin, rehberin mesleki kariyerini ve kişisel gelişimini olumlu yönde etkileyeceği öngörülmektedir. İnanç turizmi genellikle özel ritüel, gelenek ve ibadetleri de içerdiğinden uzman bir rehber, bu özel ihtiyaçlara daha iyi uyum sağlayarak turistlere daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunma becerisi kazanmaktadır. İnanç temalı turların, tarih, sanat, mimari, ibadet veya ritüel şekilleri, dini uygulamalar, dini metinler, kutsal kişiler, dini liderler, kutsal mekanlar gibi çok sayıda unsuru içermesinden ötürü uzmanlaşmış bir rehberin, bu konularda daha derin bilgi donanımına sahip olması ve turistlere daha kapsamlı ve bilgilendirici anlatımlar yapması mümkündür. İnanç turizmi kimi zaman farklı kültürlerin ve inançların etkileşim alanlarına da odaklanmaktadır. İnanç turlarında uzmanlaşma sürecine giren bir rehber, farklı kültürlere saygı gösterme ve anlama yeteneğini geliştirme fırsatı yakalamaktadır. Bu durum rehberin farklı kültür ve inançlara mensup turistlerle daha etkili iletişim kurmalarına imkân tanımaktadır. Uzman rehberler turda anlık gelişen olayları daha iyi yönetme becerisi kazanmaktadır. Uzmanlık, turist rehberinin grup yönetimi, zaman yönetimi ve olay planlaması gibi becerilerini artırabilir. Bu durum turistlerin daha sorunsuz ve keyifli bir inanç turizmi deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır. Uzman rehberler ileride aynı hizmeti tekrar satın alma potansiyeline sahip sadık bir müşteri kitlesi oluşturma fırsatı elde etmektedir. İnanç turları rehberliğinde uzmanlaşma belirli bir turist kitlesinin beklentilerini daha iyi analiz etme, anlama ve karşılamaya olanak tanımaktadır. Böylelikle rehberin gerek doğrudan kendisi için gerekse iş birliği içinde olduğu seyahat acentesi için sadık bir müşteri kitlesi oluşturma potansiyeli artmaktadır. Tüm bu katkı ve avantajlar uzman rehberi diğer meslektaşlarından bir adım öne çıkarmaktadır. Öte yandan inanç turu rehberliğinde kazanılan mesleki uzmanlık turların daha etkili pazarlanmasına olumlu yönde katkı sağlamaktadır. İnanç turlarında uzmanlaşan rehberlerin uzmanlığı olmayan meslektaşlarına göre yıl içerisinde daha fazla tura çıkma fırsatı elde etmesi mümkündür. İnanç turizmine odaklanan seyahat acentelerine, münferit ya da gurup halinde seyahat eden inanç turistlerine hitap edebilir hale gelen uzman rehberin iş olanakları artacağı gibi aynı zamanda mesleki kariyerinin zenginleşeceği öngörülmektedir. İnanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma, rehberin profesyonel gelişimine katkıda bulunarak daha değerli ve saygın bir turizm uzmanı olmasının önünü açmaktadır (Akpınar ve Avcı, 2021; Güzel vd., 2019; Gürsoy ve Karaman, 2019; Arslan, 2018).

Fine ve Spear (1985) bir mekanın kutsallaşma sürecinde isimlendirme, koruma altına alma ve yüceltme, mabedleştime, sosyal ve mekanik çoğaltma olmak üzere dört evreden geçtiğinden söz etmektedir. Araştırmacılar tarihi mekanların kutsallaşma sürecinde rehber performanslarının önemini ortaya koymak amacıyla tarihi 'Lindheimer Evi'nde çalışan rehberlerin tur performansları analiz etmişlerdir. Söz konusu tarihi mekânda rehber performanslarına gerçekleştirilen analizler neticesinde 5 aşamadan 4'ünün rehber anlatımlarıyla ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Turistler, rehberin sahip olduğu rol ile kendilerini bağdaştırmaktadırlar. Araştırmacılara göre, 'Lindheimer Evi'nde rehberler, evin tarihine ilişkin anlatımları 'didaktik' yöntem ile yaparak, mekânın saygınlık ve kutsallık kazanmasında etkili olmaktadırlar.

2.3. İnanç Turlarında Rehberlerin Rol ve Sorumlulukları

İnanç turizmi özelinde değerlendirildiğinde rehberlerin üstlendikleri rollerin kritik düzeyde önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. İnanç turlarında rehberler, sadece bilgi sağlayan sıradan bir rehberden daha fazlasıdır. Bu çerçevede ele alındığında inanç turu rehberleri kültürel ve dini anlayışları zenginleştirmek, turistlere unutulmaz bir deneyim sunmak ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek gibi önemli rolleri üstlenmektedirler (Köroğlu vd., 2017; Güzel vd., 2019). İnanç turlarında ayrıcalıklı bir rol üstlenen rehberler, ziyaretçilere dini açıdan önem arz eden mekanların tarihsel geçmişi, mimari özellikleri, ibadet ritüelleri, dini değerler, kültürel normlar ile inanç bakımından kutsallık atfedilen peygamber, dini lider, sahabe, havari, evliya vb. gibi kişilerin hayatına ilişkin bilgi vermenin yanı sıra, aynı zamanda turistlerin dine veya inanca ilişkin derin bir anlayış kazanmasına yardımcı olmaktadırlar. Bundaki en büyük etken, uzman rehberin kutsal ziyaret alanlarının taşıdığı manevi anlamı detaylı olarak anlatma becerisini kazanmış olmalarıdır.

Rehberler ibadet ve ritüellerin turistler tarafından net olarak anlaşılmasını sağlama rolüne sahiptirler. Dini tarihi bilgi, efsanevi ve mitolojik olaylar, inanç esasları ile inanca ilişkin kültürel bağlamlara yönelik yapılan rehber anlatımları ziyaretçilerin mekanları, olayları ve bir bütün olarak inanç sistemini daha iyi anlamalarını ve değerlendirmelerini sağlamaktadır.

İnanç turizminde uzmanlaşmış rehberler, coğrafi ve tarihsel geçmişe ilişkin bilgi vermenin ötesine geçerek aynı zamanda kültürler arası anlayışa, dinler ve inançlar arası diyaloğa yönelik üst düzey bir deneyim sunma yeteneği kazanmaktadırlar. Bununla birlikte bu alanda uzmanlaşmış rehberler, ziyaret edilen kutsal alanların, manevi öneme sahip yerlerin ya da bir inanışa ilişkin değerlerin derin anlamını açıklamakta kalmayıp katılımcıların daha anlamlı, hatırlanabilir ve özel bir deneyim yaşamasında büyük rol oynamaktadırlar. Uzman rehberlerle

tura çıkan turistler yalnızca bilgilenmekle kalmayıp ziyaret edilen mekânın maneviyatını daha derin hissetme fırsatı elde etmektedirler.

Uzman rehber kutsal mekânın ya da ritüellerin o toplumun kültürü ve inançları üzerindeki etkisini anlamalarına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte uzman rehber, inanç turistlerinin ziyaret noktasının fiziksel özelliklerinin yanı sıra aynı zamanda mekânın ruhani boyutunu da deneyimlemesinde kilit bir rol oynamaktadır. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde, uzmanlaşmış bir rehber, turistlerin kutsallık atfedilen öğelerle duygusal bağlar kurmalarını veya mevcut bağların güçlenmesine aracılık etmektedir. İnanç turlarında uzmanlaşmış turist rehberleri, sadece klasik rehberlik hizmeti sunmakla kalmayıp, aynı zamanda seyahat deneyimini turistler için bir öğrenme ve kişisel gelişim fırsatına dönüştürmektedirler. Daha da ötesi uzman rehberler inanç turizmi deneyimini zenginleştirmektedir. Öte yandan rehberler inanç turlarında dinlere ilişkin bilgileri objektif olarak sunarak taraf tutan söylemlerden kaçınmak, turistleri kılık kıyafet, fotoğraf, video çekimi, ziyaret saatleri gibi kurallar hakkında bilgilendirerek turistlerin sorumlu davranış sergilemesini sağlamak, kültürel arabuluculuk rolü ile önyargıları ortadan kaldırmak veya azaltmak gibi çeşitli rol ve sorumluluklar üstlenmektedirler (Köroğlu vd., 2017; Çeşmeci, 2018; Güzel vd., 2019).

Ulusoy, Balıkoğlu ve Köroğlu (2023) tarafından yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar, rehberlerin inanç turizmindeki rol ve sorumluluklarının müzeler ve arkeolojik alanlar, kültürel miras, yerel halk ve diğer turizm çalışanları olmak üzere beş alt temadan meydana geldiğini ortaya koymuştur. Tematik analiz kapsamında en sık tekrar eden kodların ise olası tehlikeyi önleme, kılık kıyafet kuralları hakkında bilgi verme, bölgede yapılması ve yapılmaması gerekenler hakkında rehberlik etme, yerel halk ile turistler arasındaki etkileşimde dengeyi sağlama ve inanç merkezinin bölgedeki önemi hakkında yerel halkı bilgilendirme olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte rehberlerin inanç merkezlerinde genellikle "arabuluculuk, danışmanlık, aracılık, liderlik, tanıtım ve rehberlik, kültürel temsilcilik, eğitmenlik ve bilgi aktarıcılığı" rollerini üstlendikleri tespit edilmiştir. Arslan ve Çiftçi (2020) ziyaret edilen kutsal mekânın bir müze veya ören yeri olması halinde rehberin gereken izinleri alarak gurubun ibadet, ayin, ritüel gibi dini ihtiyaçlarını yerine getirmesini sağlamak suretiyle İnanç Turizm'inde arabuluculuk rolünü üstlendiğine vurgu yapmaktadır.

3. Yöntem

Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak anket metodundan faydalanılmıştır. Çalışma temel olarak rehberlerin İnanç turizmi algılarının nasıl şekillendiğini, olumlu ve olumsuz algıladıkları unsurların neler olduğunu, bu alanda mesleki uzmanlaşma niyetlerinin olup olmadığı, inanç turizminin geliştirilmesi için yapılacak

çalışmalarda sorumluluk üstlenme ve projelerde aktif gönüllü olma eğilimlilerinin ne yönde olduğunu net bir şekilde ortaya koymayı hedeflemiştir. Araştırmanın amaçlarına uygun olarak ilk aşamada Web of Science veri tabanında 'religious tourism' ve 'faith tourism' anahtar kelimeleri kullanılarak inanç turizmine ilişkin geniş kapsamlı bir alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alanyazın taramasına dayalı olarak rehberlerin inanç turizmine ilişkin algılarının belirlenmesine yönelik ifadelerden oluşan anket formu oluşturulmuştur. Söz konusu ifadeler Rinschede (1992); Alipour vd. (2017); Terzidou vd. (2008); Shackley (2006); Simone-Charteris ve Boyd (2010); Chrysanthi vd. (2015); Barajas vd. (2014); Ap ve Wong (2001); Cohen (1985); Silva ve Junior, 2016; Cohen vd. (2002); Lopez (1980) ve Timothy ve Olsen'in (2007) çalışmalarından yararlanılarak derlenmiştir. Pilot çalışma kapsamında, anket formu ilk olarak meslekte uzun yıllardır çalışmakta olan 109 rehbere çevrimiçi ortamda uygulanmıştır. Rehberler, pilot çalışma aşamasında oluşturulan elektronik form üzerinde ankette yer alan ifadeler ile ilgili görüşlerini belirtmişlerdir. Turist rehberlerinden gelen öneri ve görüşler doğrultusunda hatalı ya da yanlış anlaşılmaya sebep olacak ifadeler anketten çıkarılarak bazı ifadelerde düzeltmeler yapılmıştır. Bu sürecin ardından anket formu profesyonel rehberlik tecrübesi olan ve farklı üniversitelerde görev yapan iki öğretim üyesi tarafından incelenmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda çeşitli düzeltmeler yapılarak ankete son şekli verilmiştir. Anlaşırlığı test etmek amacıyla yeni anket formu farklı zamanlarda 10 rehbere ikişer defa uygulanmış, mükerrer uygulanan bu anketlere verilen yanıtlar karşılaştırılmıştır. Kontrol sonrasında aynı anketin iki defa uygulandığı rehberlerin verdiği yanıtların da aynı olduğu görülmüştür. Böylelikle anketteki ifadelerin anlaşılır, açık ve net olması sağlanmıştır. Tüm bu sürecin sonunda kapsam geçerliliğinin elde edildiği anlaşılmış ve ana çalışma safhasına geçilmiştir.

Rehberlerin inanç turizmine ilişkin sorunlarına algılarını ölçmeye yönelik ifadeler "Kesinlikle Katılmıyorum (1)", "Katılmıyorum (2)", "Kararsızım (3)'', "Katılıyorum (4)" ve "Kesinlikle Katılıyorum (5)" şeklinde derecelendirilmiş 5'li Likert tipi ölçek üzerinde değerlendirilmiştir. Soru setine demografik verileri ölçen ifadelerin de eklenmesi ile toplamda 42 maddelik anket formu elde edilmiştir.

3.1. Evren ve Örneklem

Turist Rehberleri Odaları Birliği (TUREB) 2023-2024 dönemi verilerine göre çalışma ruhsatına sahip toplam 10776 eylemli turist rehberi araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklem belirlenirken, tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Veriler, 2023 yaz sezonuna göre rehberlerin tura çıkma sıklığının düştüğü Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık aylarında toplanmıştır. Kayıp veri içeren veya tutarsız doldurulduğu

anlaşılan anketler çalışma dışı bırakılmıştır. Veri toplama süreci sonunda toplam 262 ankete ulaşılmıştır. Toplanan veriler SPSS 20 istatistiksel analiz programı yardımıyla çeşitli analizlere tabii tutulmuştur.

4. Bulgular

4.1. Demografik Profil

Araştırma kapsamında rehberlere yaş ve cinsiyet değişkenlerinden oluşan demografik sorular ile bunlara ek olarak deneyim, hizmet dili, daha önce inanç turizmi alanında mesleki uzmanlaşma eğitimi alıp almadıkları ve hangi dinlerde uzmanlaşmak istediklerine ilişkin ifadeler yöneltilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde araştırma örneklemini oluşturan turist rehberlerinin çoğunlukla erkeklerden oluştuğu (%70,6); kadın rehberlerin ise nispeten daha az sayıda (%29,4) olduğu dikkat çekmektedir. Yaş dağılımları incelendiğinde 46 yaş ve üzeri rehberlerin ağırlıkta olduğu (%41,7) görülmektedir. Bununla birlikte araştırma örnekleminin %5,3'ü 18-25 yaş gurubuna mensup genç rehberlerden oluşmaktadır. Rehberlerin %30,5'i 26-35 yaş, %22,5'i ise 36-45 yaş aralığındadır. Mesleki deneyim süreleri incelendiğinde ise katılımcıların %43,9'unun 15 yıldan fazla süredir rehberlik yaptığı görülmektedir. Bulgulara göre bir yıldan daha az bir süredir mesleği icra eden rehberlerin oranı düşüktür (%10,7). Katılımcıların %22,1'i 1-6 yıl, %23,3'ü ise 7-14 yıl arası rehberlik deneyimine sahiptir. Rehberlik hizmeti verilen dillere ilişkin dağılım İngilizce'nin (%74,4) ağırlıkta olduğunu göstermektedir. Öte yandan araştırmaya katılan rehberlerin Almanca (%17,9), Fransızca (%10,3), İtalyanca (%5,4), İspanyolca (%4,6) gibi birçok farklı dil veya dil guruplarında çalışma kartına sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 2. Rehberlerin Demografik Profili

Cinsiyet	*n*	*%*	*Diller*	*n*	%
Erkek	185	70,6	İngilizce	196	74,4
Kadın	77	29,4	Almanca	47	17,9
Yaş Grubu	***n***	***%***	Fransızca	27	10,3
18-25 Arası	*14*	5,3	İtalyanca	14	5,4
26-35 Arası	80	30,5	İspanyolca	12	4,6
36-45 Arası	59	22,5	Rusça	12	4,6
46 ve Üzeri	109	41,7	Arapça	12	4,6
Mesleki Deneyim	***n***	***%***	Japonca	8	3,2
1 Yıldan Az	*28*	10,7	Portekizce	6	2,3
1-6 Yıl	58	22,1	Çince	2	0,8
7-14 Yıl	61	23,3	Diğer	28	10,7
15 Yıl ve Üzeri	115	43,9			

Tablo 3 rehberlerin inanç turizminde uzmanlaşma niyetinde oldukları dinleri ve mesleki uzmanlaşma eğitimi alma durumlarını göstermektedir. Tablo incelendiğinde rehberlerin çok sayıda farklı din ve inançlarda uzmanlaşma eğitimine katılmak istedikleri anlaşılmaktadır.

Bulgulara göre turist rehberleri en fazla Hıristiyanlık (%77,1) dininde uzmanlaşmak istemektedir. Rehberlerin yarısı (%50,4) Müslümanlık (İslamiyet) dinine ilişkin mesleki uzmanlaşma eğitimi almayı tercih etmektedir. Musevilik (Yahudilik) üzerine uzmanlaşmak isteyen rehberlerin oranı ise %42'dir. Bulgular turist rehberlerinin %32,8'isinin Süryanilik, %17,2'sinin ise Yezidilik üzerine mesleki uzmanlaşma eğitimine katılmak istediklerini ortaya koymuştur. Öte yandan az sayıda rehberlerin Budizm (%8,8), Hinduizm (%6,1), Şintoizm (%4,2), Taoizm (%3,8) ve Konfüçyüsçülük (%3,8) gibi Uzakdoğu inançlarına yönelik uzmanlaşma eğitimi almak istedikleri görülmektedir. Rehberlerin %3,8'inin hiçbir din veya inanışta uzmanlaşmak istememesi dikkat çekici bir bulgu olarak ortaya çıkmıştır. Bulgular rehberlerin %66,8'inin daha önce inanç turizmi alanında uzmanlaşma eğitimi almadığını göstermektedir. Mesleki kariyerleri boyunca inanç turizmi uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin oranın nispeten düşük olduğu (%33,2) dikkat çekmektedir.

Tablo 3. Rehberlerin İnanç Turizmine İlişkin Profili

Uzmanlaşmak İstenen Dinler*	***n***	**%**
Hıristiyanlık (Katoliklik, Protestanlık, Ortodoksluk, Protestanlık)	202	77,1
Müslümanlık	132	50,4
Musevilik	110	42,0
Süryanilik	83	32,8
Yezidilik	45	17,2
Budizm	23	8,8
Hinduizm	16	6,1
Şintoizm	11	4,2
Taoizm	10	3,8
Konfüçyüsçülük	9	3,8
Diğer (Şamanizm, Kybele Kültü, Antik İnançlar vb.)	5	1,9
Uzmanlaşmak İstemiyorum	10	3,8
İnanç Turizminde Uzmanlaşma Eğitimi Aldınız mı?	***n***	***%***
Hayır	175	66,8
Evet	87	33,2

***Katılımcılara birden fazla seçeneği işaretleme hakkı tanınmıştır.

Rehberlerin inanç turizmine yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan anket formunda katılımcılara yöneltilen ifadelere ilişkin ortalamalar Tablo 4'te gösterilmektedir. Bulgular incelendiğinde inanç turizminin ekonomik yönünden önemine ilişkin ifadelerin yüksek ortalamalar elde ettiği görülmektedir. Bulgulara göre rehberler, Türkiye'nin inanç turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu (Ort:4,56); inanç turizminin sürdürülebilir ve mevsimsellikten uzak özellikler taşıdığını (Ort:4,55) görüşünü desteklemektedirler. Öte yandan rehberlere göre inanç turizmi gerek Türk Turizmi açısından (Ort:4,47) gerekse Türk ekonomisi açısından (Ort:4,15) büyük önem taşımaktadır. Ayrıca turist rehberleri inanç turizminin yerel ve bölgesel kalkınmaya ivme kazandırdığı görüşünü desteklemektedirler (Ort:4,31). İnanç turizminin turizm gelirlerine önemli ölçüde katkı sağladığı görüşüne verilen yanıtlara ait ortalamanın

3,66'da kalması dikkat çekmektedir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise rehberlerin inanç turizmi konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yaptığı çalışmaların yetersiz olduğunu düşünmeleridir. Rehberler bakanlık tarafından yapılan tanıtım faaliyetlerinin, tarihi eser kaçakçılığına karşı alınan yasal önlemlerin, restorasyon faaliyetlerinin, koruma altına alma çalışmalarının ve yapılan yatırımların yeterli olmadığı görüşünü desteklemektedir. Bununla birlikte bulgulara göre turist rehberleri bakanlığın inanç turizmi politikasını yetersiz bulmaktadır. Rehberler, gerek bakanlık tarafından yurt içi ve yurtdışında yapılan tanıtım faaliyetlerinin (Ort:4,06) gerekse tur operatörleri ve seyahat acentelerine ait tur içeriklerinin yeterli olmadığını (Ort:3,76) ve tanıtım yetersizliğinden dolayı inanç turizmine yeterli sayıda turistin katılmadığını düşünmektedirler (Ort: 3,56).

Tablo 4. Rehberlerin İnanç Turizmine İlişkin Görüşlerine Ait Ortalamalar

İfade	**Ort.**	**S.S.**
İnanç turizmi bakımından Türkiye oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir	4,56	0,83
İnanç turizmi 'sürdürülebilir' bir turizm türüdür ve sezonluk (mevsimsel) değildir.	4,55	0,82
İnanç turizmi Türk Turizmi açısından büyük önem taşımaktadır.	4,47	0,90
Yerel halka/esnafa, inanç turizmi hakkında verilen eğitimler yeterli değildir.	4,33	0,95
İnanç turizmi yerel ekonomiyi canlandırır ve bölgesel kalkındırmayı hızlandırır.	4,31	0,90
Türkiye'nin inanç turizmi rotaları ve inanç turizmine ilişkin eserleri uluslararası düzeyde yeterince tanınmamaktadır.	4,18	1,02
İnanç turizmi, Türk ekonomisi açısından büyük öneme sahiptir.	4,15	1,04
İnanç turizmi yerel halk için iş imkânlarının oluşmasına ve onların yaşam standartlarının yükselmesine katkı sağlar.	4,11	0,97
İnanç turizminin geliştirilmesi için yurtiçi ve yurtdışında yapılan tanıtım faaliyetleri (sosyal medya kullanımı, broşürler, TV ve billboard reklamları, kataloglar vb.) yetersizdir.	4,06	1,10
Kültür ve Turizm Bakanlığı inanç turizmine yönelik tarihi eser kaçakçılığına yeteri ölçüde engel olamamaktadır, bu konuda yasal düzenleme ve caydırıcı önlemler alınmalıdır.	4,05	1,05
Turizm eğitimi veren lise ve üniversitelere ait ders içeriklerinde inanç turizminin yeterince yer almamaktadır.	3,98	1,07
Rehberlere yönelik düzenlenen inanç turizminde uzmanlaşma eğitim programları yetersizdir.	3,95	1,11
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizminin geliştirilmesi için yaptığı yatırımlar yeterli değildir.	3,95	1,01
Rehberler 'inanç turizminin geliştirilmesinde önemli bir role sahiptirler ve 'kültür elçiliği' rolünü üstlenmektedirler.	3,92	1,19
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmi politikası, inanç turizmini geliştirmek için yetersizdir.	3,90	1,05
İnanç turizmi pazarında, dünya ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye güçlü bir konuma sahiptir.	3,89	1,28
İnanç turizmine katılan yabancı turistler inanç turlarından ziyade daha çok 'kültür turizmi' kapsamında ülkemizdeki 'inanç turizmi' eserlerini ziyaret etmektedirler	3,85	1,01
İnanç turizmine katılan yabancı turistler yerli turistlere göre inanç turizmine daha çok önem vermektedir ve inanç turizmi eserlerini daha sık ziyaret etmektedirler.	3,83	1,10
Kültür ve Turizm Bakanlığı inanç turizmi eserlerini yeteri ölçüde koruma altına alamamaktadır.	3,77	1,21
Tanıtım yetersizliğinden dolayı, turistler İnanç turizmi çekim noktalarını yeterli ölçüde bilmemekte ve yeterince ziyaret etmemektedir.	3,77	1,12
İnanç turizmi eserlerinin tanıtılmasında acentelerin/tur operatörlerinin, tur programları yetersizdir; acenteler inanç turlarını yeterince tanıtmamaktadır.	3,76	1,09
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmi eserlerine yönelik yürüttüğü restorasyon çalışmaları yetersizdir.	3,74	1,16
İnanç turizmi, Türkiye'nin turizm gelirlerine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.	3,66	1,20
İnanç turizmine katılan turistler çevreye karşı daha duyarlıdırlar ve gelişmiş bir turizm bilincine sahiptirler.	3,56	1,09
Tanıtım eksikliğinden dolayı İnanç turizmine katılan yerli turist sayısı yetersizdir.	3,56	1,18

Türkiye'deki rehberlerin sayısı inanç turizminin geliştirilmesi ve tanıtılması için yeterlidir.	3,40	1,43
İnanç turizmine katılan turistler harcamalarında daha cömert davranmaktadır.	3,21	1,09
Türkiye'de rehberler inanç turizmine ilişkin değerleri tanıtacak yeterli bilgi, tecrübe ve donanıma sahiptirler.	2,94	1,23
Türkiye'deki rehberler inanç turizmi değerlerine yeteri kadar önem vermektedir.	2,87	1,18
İnanç turizmi bir bölgede emlak, arsa fiyatlarının artmasına ve hayat pahalılığının oluşmasına yol açar.	2,82	1,19
Türkiye'deki rehberlerin inanç turizminin geliştirilmesi için gösterdikleri çaba yeterlidir.	2,59	1,19

Tablo 4'te yer alan analiz sonuçları, rehberlerin inanç turizminde 'eğitim yetersizliği' algısına sahip olduğunu göstermektedir. Rehberlere göre inanç turizmi hakkında yerel halka ve esnafa verilen eğitimler (Ort:4,33) ile rehberlere yönelik düzenlenen uzmanlaşma eğitim programları yetersizdir (Ort:3,95). Öte yandan rehberler turizm eğitimi veren lise ve üniversitelere ait ders içeriklerinde inanç turizminin yeterince yer almadığı (Ort:3,98) görüşünü desteklemektedir. Ortalamalar incelendiğinde rehberlerin kendilerine özeleştiride bulundukları dikkat çekmektedir. *'Türkiye'de rehberler inanç turizmine ilişkin değerleri tanıtacak yeterli bilgi, tecrübe ve donanıma sahiptirler'* ifadesinin turist rehberleri tarafından büyük ölçüde desteklenmediği ve rehberlerin bu konuda kararsız oldukları anlaşılmaktadır (Ort:2,94). Rehberler, meslektaşlarının inanç turizmi değerlerine yeteri kadar önemi verdiğine (Ort: 2,87) ve yeterli çabayı gösterdiklerine ilişkin ifadelere düşük katılım göstermiştir (Ort:2,59).

Türkiye'nin çeşitli turistik destinasyonlarında görev yapan turist rehberlerinin genel olarak inanç turizmine yönelik algılarının hangi faktörlerden meydana geldiğini tespit etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizinden (AFA) faydalanılmıştır (Tablo 5). Bu amaçla toplam 31 ifade Varimax rotasyonu kullanılarak faktör analizine tabi tutulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere, Bartlett Küresellik Testi'nden yararlanılmıştır. Buna göre anlamlılığın ",000" değerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuç faktör analizinde yer alan ifadelerin birbiriyle ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Analiz öncesi değişkenler güvenirlik testine tabi tutulmuş ve ölçek güvenilirliğinin azalmasına sebep olan *"inanç turizmi, bir bölgede emlak, arsa fiyatlarının artmasına ve hayat pahalılığının oluşmasına yol açar"* ifadesi analizden çıkarılmıştır. Oransal değişme *(communalities)* değerlendirmesinde küçük katsayılı ifadelerin ölçekten çıkarılması gerekmektedir (Jacobsen, 2002). Öz değeri 1,00'ın üzerinde olan ve yükü 0,40'dan büyük olan faktörler değerlendirmeye alınmıştır. Faktör analizi aşamasında, oransal değişim değerlendirmesi yapılmış ve düşük katsayılara sahip olduğu görülen iki ifade ("*inanç turizmi pazarında dünya ülkeleriyle kıyaslandığında, Türkiye güçlü bir konuma sahiptir"; "inanç turizmine katılan yabancı turistler inanç turlarından ziyade daha çok 'kültür turizmi' kapsamında ülkemizdeki 'inanç turizmi' eserlerini ziyaret etmektedirler"*) analizinden çıkarılmıştır. Gerek ölçüm aracının genel güvenilirliğini gerekse faktörlerin içsel güvenilirliklerini test etmek amacıyla güvenilirlik analizinden yararlanılmıştır. Muijs'e (2004,

s. 73) göre kabul edilebilir güvenilirlik katsayısının en az 0,70 olması gerekmektedir. Ancak soru sayısının az olduğu durumlarda ve keşfedici araştırmalarda güvenilirlik katsayısının 0,60 düzeyinde kabul gördüğü bilinmektedir. Analiz sonucuna göre Cronbach's Alpha değerinin 0,81 olduğunu görülmektedir. Bu sonuç, ölçeğin bir bütün olarak güvenilir olduğunu göstermektedir. Boyutların her birine ait katsayılar incelendiğinde elde edilen değerlerin 0,84-0,60 arasında olduğu görülmektedir. Bu değerler boyutların genel olarak güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 5. Rehberlerin İnanç Turizmi Algılarına Ait Faktör Yapısı

Faktörler ve İfadeler	**Faktör Yükü**	**Öz Değer**	**Açıklanan Varyans**	**α**
Faktör 1: Ekonomi		3,98	%14,23	,84
İnanç turizmi yerel ekonomiyi canlandırır ve bölgesel kalkındırmayı hızlandırır.	,80			
İnanç turizmi, Türk Ekonomisi açısından büyük öneme sahiptir	,76			
İnanç turizmi 'Türk turizmi' açısından büyük önem taşımaktadır.	,73			
İnanç turizmi yerel halk için iş imkânlarının oluşmasına ve onların yaşam standartlarının yükselmesine katkı sağlar.	,70			
İnanç turizmi 'sürdürülebilir' bir turizm türüdür ve sezonluk değildir.	,68			
İnanç turizmi, Türkiye'nin turizm gelirlerine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.	,65			
İnanç turizmi bakımından Türkiye'nin oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir.	,60			
Faktör 2: Rehber		2,80	%10,03	,76
Rehberler inanç turizmine ilişkin değerleri tanıtacak yeterli bilgi, tecrübe ve donanıma sahiptirler	,84			
Rehberler inanç turizmi ve değerlerine yeteri kadar önemi vermektedir	,78			
Rehberlerin inanç turizminin geliştirilmesi için gösterdikleri çaba yeterlidir.	,78			
Rehberlerin sayısı İnanç turizminin geliştirilmesi ve tanıtılması için yeterlidir	,60			
Rehberler inanç turizminin geliştirilmesinde önemli bir role sahiptirler ve 'kültür elçiliği' rolünü üstlenmektedirler.	,51			
Faktör 3: Politika		2,55	%9,12	,70
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmi politikası, inanç turizmini geliştirmek için yetersizdir.	,74			
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizminin geliştirilmesi için yaptığı yatırımlar yeterli değildir.	,67			
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmi eserlerine yönelik yürüttüğü restorasyon çalışmaları yetersizdir.	,57			
Kültür ve Turizm Bakanlığı inanç turizmi eserlerini yeteri ölçüde koruma altına alamamaktadır.	,55			
Kültür ve Turizm Bakanlığı inanç turizmine yönelik tarihi eser kaçakçılığına yeteri ölçüde engel olamamaktadır, bu konuda yasal düzenleme ve caydırıcı önlemler alınmalıdır.	,53			
Faktör 4: Tanıtım		2,33	%8,34	,70
Tanıtım yetersizliğinden dolayı, yabancı turistler inanç turizmi eserlerini yeterli ölçüde bilmemekte ve yeterince ziyaret etmemektedir	,77			
İnanç turizmi eserlerinin tanıtılmasında acentelerin/tur operatörlerinin, tur programları yetersizdir; acenteler inanç turlarını yeterince tanıtmamaktadır.	,71			
Türkiye İnanç turizmi rotaları ve inanç turizmine ilişkin eserler uluslararası düzeyde yeterince tanınmamaktadır.	,68			
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın İnanç turizminin geliştirilmesi için yurtiçi ve yurtdışında yaptığı tanıtım faaliyetleri yetersizdir.	,55			
Tanıtım eksikliğinden dolayı inanç turizmine katılan yerli turist sayısı yetersizdir.	,56			
Faktör 5: Eğitim		2,02	%7,23	,68
Rehberlere yönelik düzenlenen inanç turizminde uzmanlaşma eğitim	,75			

programları yetersizdir.				
Yerel halka/esnafa, inanç turizmi hakkında verilen eğitimler yeterli değildir.	,63			
Turizm eğitimi veren lise ve üniversitelere ait ders içeriklerinde inanç turizminin yeterince yer almamaktadır.	,59			
Faktör 6: Turist		1,80	%6,45	,60
İnanç turizmine katılan turistler çevreye karşı daha duyarlıdırlar ve gelişmiş bir turizm bilincine sahiptirler.	,79			
İnanç turizmine katılan turistler harcamalarında daha cömert davranmaktadır.	,69			
İnanç turizmine katılan yabancı turistler yerli turistlere göre inanç turizmine daha çok önem vermektedir ve inanç turizmi eserlerini daha sık ziyaret etmektedirler.	,55			
Cronbach's Alpha: 0,81; **KMO:**0,787; **Bartlett Küresellik Testi:**2373,674, **p:**0,000, **Varyans Açıklama Oranı:** %55,42				

Veri işleme sürecinin bir sonraki aşamasında rehberlerin inanç turizminde uzmanlaşma ve inanç turlarına çıkma niyetlerini ortaya koymak amacıyla frekans analizinden faydalanılmıştır. Bu amaçla rehberlerin verdiği 5'li Likert ölçümlü yanıtlar 'hayır', 'evet' ve 'kararsız' olacak şekilde gruplandırdıktan sonra analiz safhasına geçilmiştir. Tablo 6'da yer alan bulgular Türkiye'de rehberlerin inanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma (Ort:4,45) ve inanç turlarında rehberlik yapma (Ort:4,38) niyetinde oldukları göstermektedir. Bulgulara göre rehberlerin %88,9'u inanç turizminde uzmanlaşma niyetindedir. Bununla birlikte rehberlerin %86,3'ü inanç turlarına çıkma konusunda isteklidir. Çalışma kapsamında turist rehberlerinin inanç turizminin geliştirilmesine destek verme durumlarını ortaya koymak amacıyla çeşitli analizler gerçekleştirilmiştir. Analiz bulgularına göre rehberlerin *"inanç turizminin geliştirilmesi ve inanç turizmi kapsamında ülkemize daha fazla ziyaretçi çekilebilmesi için üzerime düşen görevi yapmaya hazırım"* ifadesine verdikleri yanıtların ortalaması 4,36'dır. Rehberlerin %87'sinin inanç turizmi konusunda üzerine düşen görevi yapma konusunda istekli olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan rehberlerin inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü olarak yer almaya istekli olup olmadıklarına ilişkin ifadeye katılım ortalamalarının nispeten daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır (Ort: 3,77). Bulgular ışığında rehberlerin yalnızca %65'inin inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü olarak yer almaya istekli olduğu anlaşılmaktadır. Rehberlerin %18,3'ü bu konuda kararsız olduğunu belirtirken, %16,4'ü bu ifadeye katılmamıştır. Analiz neticesinde elde edilen standart sapma değeri (SS: 1,28), projelerde gönüllü rehber rolünü alma hususunda turist rehberlerinin birbirinden farklı görüşlere sahip olduğuna işaret etmektedir (Tablo 7).

Tablo 6. Rehberlerin İnanç Turizmi Rehberliğinde Uzmanlaşma Niyetleri (n:262)

İfade		Hayır	Kararsız	Evet	Ort.	SS.
İnanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşmak istiyorum.	%	5,0	6,1	88,9	4,45	,94
	n	(13)	(16)	(233)		
İnanç turlarında rehberlik yapmak istiyorum.	%	5,3	8,4	86,3	4,38	,97
	n	(14)	(22)	(226)		

Tablo 7. İnanç Turizminin Geliştirilmesine İlişkin Rehber Eğilimleri (n:262)

İfade		Hayır	Kararsız	Evet	Ort.	SS.
İnanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü rehber olarak yer almaya istekliyim.	%	16,4	18,3	65,3	3,77	1,28
	n	(43)	(48)	(171)		
İnanç turizminin geliştirilmesi ve bu kapsamda ülkemize daha fazla ziyaretçi çekilebilmesi için üzerime düşen görevi yapmaya hazırım.	%	5,0	8,0	87,0	4,36	,92
	n	(13)	(21)	(228)		

Tablo 8. İnanç Turizmine Yönelik Projelerde Gönüllü Rehber Olarak Yer Alma Eğilimi

Mesleki Tecrübe		Hayır	Kararsız	Evet	Toplam
15 Yıldan Az	n	15	24	108	147
	%	10,2%	16,3%	73,5%	100%
15 yıl ve Üzeri	n	28	24	63	115
	%	24,3%	20,9%	54,8%	100%

χ2=12,04; **p:**0,002, **n:**262

Rehberlerin mesleki tecrübelerine göre inanç turizmine yönelik projelerde gönüllü rehber olma eğilimlerini karşılaştırmak amacıyla çapraz tablodan yararlanılmıştır (Tablo 8). Analizdeki temel hedef deneyimi daha az olan rehberler ile yüksek deneyime sahip rehberlerin eğilimleri arasında fark olup olmadığına ışık tutmaktır. Bu amaçla ilk aşamada veri seti üzerinde rehberler mesleki tecrübelerine göre 15 yıldan az ve 15 yıldan fazla olacak şekilde iki kümeye ayrılmıştır. İkinci aşamada ise her iki kümeye yönelik çapraz tablo analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 8'de yer alan bulgulara göre 15 yıldan fazla mesleki tecrübeye sahip rehberlerin inanç turizmi projelerinde gönüllülük esasına dayalı sorumluluk üstlenme konusunda kendilerine göre daha az tecrübeye sahip rehberlere kıyasla daha isteksiz oldukları görülmektedir. 15 yıldan fazla mesleki deneyime sahip rehberlerin yaklaşık dörtte biri (%24,3) inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü olmaya sıcak bakmamaktadır. 15 yıl ve üzeri deneyimli rehberlerin beşte biri (%20,9) bu konuda kararsız olduklarını belirtirken; gönüllü rehberliğe sıcak bakanların oranının ise %54,8 olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgulara göre 15 yıldan daha az mesleki deneyime sahip rehberler kendilerinden daha deneyimli meslektaşlarına göre inanç turizmine yönelik projelerde gönüllü yer alma konusunda daha isteklidir. 15 yıldan daha az mesleki deneyimi olan rehberlerin %73,5'i inanç turizminin geliştirilmesine yönelik projelerde gönüllü olmaya sıcak bakmaktadır. Elde edilen $\chi 2$ değerinin anlamlılık düzeyi (**p:**0,002) mesleki deneyim ile inanç turizminin geliştirilmesine ilişkin projelerde gönüllü rehber olma eğilimi arasında bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Tablo 9. İnanç Turizmine Yönelik Projelerde Gönüllü Rehber Olarak Görev Alma Eğilimi ile Mesleki Tecrübe Arasındaki Korelâsyon

	Rehberlikte Mesleki Tecrübe
Projelerde Gönüllü Rehber Olarak Görev Alma Eğilimi	-,214*

p≤ 0,00, **n:**262

Mesleki tecrübe ile gönüllü rehberlik eğilimi arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Tablo 9'da görüldüğü üzere rehberlik tecrübesi ile gönüllülük niyeti arasında negatif yönlü bir ilişkinin var olduğu görülmektedir (Pearson Katsayısı: -,214).

Tablo 10. İnanç Turlarında Rehberlik Yapma Niyeti Regresyon Analizi Sonuçları

Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**Standart Hata**	**F**	**p**	**Durbin Watson**
1	,54	,29	,28	,711	25,966	,00	1,915

Model		**Standartlaşmamış Katsayılar**		**Standartlaşmış Katsayılar**				
		Beta	**Std. Hata**	**Beta**	**t**	**Sig.**	**Tol.**	**VIF**
1	**Sabit**	1,558	,400		3,893	,000		
	Ekonomi	,451	,082	,329	5,482	,000	,799	1,25
	Tanıtım	,169	,067	,154	2,535	,012	,782	1,27
	Eğitim	,193	,068	,173	2,822	,005	,762	1,31
	İnanç Turizmine Yönelik Eğitim Alma Durumu	,303	,097	,168	3,125	,002	,991	1,00

Bağımlı Değişken: İnanç turlarında rehberlik yapmaya istekliyim.

Tablo 11. İnanç Turizmi Rehberliğinde Uzmanlaşma Niyeti Regresyon Analizi Sonuçları

Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R^2**	**Standart Hata**	**F**	**p**	**D. Watson**
1	,53	,28	,27	,679	24,680	,00	2,028

Model		**Standartlaşmamış Katsayılar**		**Standartlaşmş Katsayılar**				
		Beta	**Std. Hata**	**Beta**	**t**	**Sig.**	**Tol.**	**VIF**
1	**Sabit**	1,252	,343		3,647	,000		
	Ekonomi	,341	,079	,262	4,339	,000	,795	1,25
	Eğitim	,277	,065	,262	4,237	,000	,762	1,31
	Tanıtım	,151	,064	,145	2,369	,019	,782	1,27
	İnanç Turizmine Yönelik Eğitim Alma Durumu	,211	,093	,123	2,275	,024	,991	1,00

Bağımlı Değişken: İnanç turları rehberliğinde uzmanlaşmaya istekliyim

İnanç turlarında rehberlik yapma ve uzmanlaşma niyetleri üzerinde etkili olan faktörlerin neler olduğunu belirlemek amacıyla 'Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi'nden yararlanılmış, İnanç turizmine yönelik eğitim alıp almama durumu ise kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır (Tablo 10-11). Nitel değişkeni regresyon modeline dâhil etmek maksadıyla İnanç turizmine Yönelik Eğitim Almama Durumu '0', Eğitimli Olma Durumu ise '1' olacak şekilde tek bir 'Kukla Değişken' oluşturulmuştur. Analiz sonuçları, önem sırasına göre 'Ekonomi', 'Eğitim' ve 'Tanıtım' faktörlerinin inanç turlarında rehberlik yapma ile inanç turizmi rehberliğinde

uzmanlaşma niyetleri üzerinde etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Söz konusu faktörlerin yanı sıra, rehberlerin daha önce inanç turizmine yönelik eğitim alıp almama durumlarının da bu turlarda rehberlik yapma ve mesleki uzmanlaşma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Analiz neticesinde elde edilen beta katsayıları değerlendirildiğinde, inanç turizminin ekonomik önemine ilişkin algı arttıkça, rehberlerin inanç turizmi turlarında görev alma ve bu alanda uzmanlaşma konularında daha istekli olacakları söylenebilir. Söz konusu faktörlerin yanı sıra, rehberlerin daha önce inanç turizmine yönelik eğitim alıp almama durumlarının da bu turlarda rehberlik yapma ve mesleki uzmanlaşma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12. İnanç Turizmini Geliştirmeye Yönelik Projelerde Gönüllü Rehber Olarak Yer Alma Eğilimi Üzerinde Etkili Olan Faktörler

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Standart Hata	F	p	Durbin Watson
1	,50	,25	,23	1,31	20,436	,00	2,004

Model		Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar				
		Beta	**Std. Hata**	**Beta**	**t**	**Sig.**	**Tol.**	**VIF**
1	**Sabit**	1,049	,704		1,490	,137		
	Tanıtım	,394	,100	,244	3,949	,000	,807	1,23
	Eğitim	,350	,100	,214	3,491	,001	,815	1,22
	Turist	,296	,089	,189	3,312	,001	,943	1,06
	Mesleki Tecrübe	-,367	,138	-,148	-2,650	,008	,990	1,01

Bağımlı Değişken: İnanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü rehber olarak yer almaya istekliyim.

Turist rehberlerinin inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü olarak yer alma eğilimleri üzerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla regresyon analizinden faydalanılmış; kontrol değişkeni olarak ise ‘mesleki tecrübe’ kullanılmıştır (Tablo 12). Regresyon modeline nitel değişkeni dahil etmek amacıyla, rehberler 15 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlar ve mesleki tecrübesi 15 yıldan az olanlar olmak üzere iki kategoriye ayrılarak; kukla değişkenler tanımlanmıştır. Stepwise metodu ile yapılan regresyon analizi sonuçları dikkate alındığında tanıtım, eğitim ve turist boyutlarının rehberleri inanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü rolünde yer alma eğilimi üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Tanıtım ve eğitim faktörlerinin söz konusu eğilim üzerinde turist faktörüne göre daha etkili olduğu görülmektedir. Rehberlikte mesleki tecrübenin ise söz konusu projelerde gönüllü rehber rolünü üstlenme eğilimi üzerinde negatif etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre rehberlerin meslekte tecrübe kazandıkça projelere gönüllü katılımda daha az istekli olacağı anlaşılmaktadır.

Tablo 13. Rehberlerin İnanç Turizminin Geliştirilmesinde Sorumluluk Üstlenme Eğilimi Üzerinde Etkili Olan Faktörler

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Std. Hata	F	p	D. Watson
1	,57	,33	,31	,660	24,267	,00	2,042

		Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar				
Model		**B**	**Std. Hata**	**Beta**	**t**	**Sig.**	**Tol.**	**VIF**
1	**Sabit**	1,779	,382		4,660	,000		
	Ekonomi	,553	,073	,424	7,540	,000	,867	1,15
	Tanıtım	,201	,059	,192	3,415	,001	,868	1,15
	İnanç Turizmine Yönelik Eğitim Alma Durumu	,317	,093	,185	3,401	,001	,926	1,08
	Yaş	-,112	,046	-,135	-2,429	,016	,891	1,12
	Cinsiyet	-,200	,093	-,115	-2,150	,033	,959	1,04

Bağımlı Değişken: İnanç turizminin geliştirilmesi ve inanç turizmi kapsamında ülkemize daha fazla ziyaretçi çekilebilmesi için 'turist rehberi' olarak üzerime düşen görevi yapmaya ve destek vermeye hazırım.

Turist Rehberlerinin inanç turizminin geliştirilmesine destek verme niyeti üzerindeki etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla 'Stepwise' yöntemi kullanılarak 'Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi' gerçekleştirilmiştir (Tablo 13). Bu kapsamda inanç turizmine yönelik eğitim alma durumu, yaş ve cinsiyet kontrol değişkenleri olarak kullanılmıştır. İnanç turizminin geliştirilmesi ve bu kapsamında daha fazla inanç turistinin çekilebilmesi için sorumluluk üstlenme eğilimi üzerinde etkili olan faktörlerin ekonomi ve tanıtım olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, rehberlerin daha önce inanç turizmine yönelik eğitim alma durumları ile yaş ve cinsiyetlerinin inanç turizminin geliştirilmesi için sorumluluk alma eğilimi üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo verileri incelendiğinde inanç turizmine yönelik eğitim alma durumunun yaş ve cinsiyete göre niyet üzerinde daha yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Regresyon analizi kapsamında kullanılan nitel değişkenler sorumluluk alma eğilimi üzerinde çok yüksek etkiye sahip olmamalarına rağmen varyans açıklama oranının (Düzeltilmiş R^2: 0,31) artmasına katkı sağlamaktadırlar. Bu sebepten ötürü bu değişkenler analizden çıkarılmamışlardır.

5. Sonuç ve Öneriler

Turist rehberliği fiziksel, entelektüel ve duygusal emeğin bir arada harcanmasını gerektiren paket turların yönetiminde seyahat acenteleri ve tur operatörlerine destek sağlayan, turistin tatil deneyimini zenginleştiren ve memnuniyetini artıran, yol göstericilik ve akıl hocalığı gibi roller içeren önemli bir meslektir (Güzel vd., 2014; Lopez, 1980; Çimrin, 1995; Cohen, 1985). Bu bağlamda mevcut araştırma temel olarak rehberlerin inanç turizmi algılarının hangi faktörlerden oluştuğunu ve nasıl şekillendiğine odaklanmıştır. Bununla beraber bu çalışma, inanç turizminin geliştirilmesi kapsamında rehberlerin üzerlerine düşen sorumlulukları üstlenme ve aktif gönüllü olma eğilimlerine ışık tutmayı ve mesleki uzmanlaşma niyetlerinin

anlaşılmasına katkı sunmayı hedeflemiştir. Araştırma sonuçlarına göre turist rehberleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın inanç turizmine yönelik yaptığı tanıtım faaliyetlerini, tarihi eser kaçakçılığına karşı aldığı caydırıcı yasal önlemleri, restorasyon uygulamalarını, koruma çalışmalarını ve mevcut yatırımlarını yetersiz olduğunu görüşünü desteklemektedir. Bununla birlikte bulgular turist rehberlerinin bakanlığın inanç turizmi politikasını yetersiz bulduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede inanç turizminin daha etkili bir şekilde yönetilmesini sağlamak amacıyla çeşitli stratejilerin hayata geçirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. İnanç turizmi potansiyelini daha etkili bir şekilde tanıtmak ve ziyaretçi sayısını artırmak hedefleriyle özellikle yurtdışına kapsamlı bir tanıtım stratejisi yürütülmesi ve mevcut tanıtım faaliyetlerinin etkinliğinin artırılması gerektiği düşünülmektedir. Bu hususta çağımızın olmazsa olmazı konumuna gelen sosyal medya ve yapay zekâ araçlarının daha etkin ve aktif şekilde kullanılması önerilmektedir. Söz konusu bulgunun TÜRSAB 2014 Raporu tarafından da desteklendiği görülmektedir. Rapora göre en büyük sorunun 43 ilde inanç turizmi standartlarına giren yer olmasına rağmen konaklama probleminin henüz aşılamamasıdır. Bu kapsamda inanç turizmi güzergahlarında doğal alanlar tahrip edilmeden sürdürülebilirlik odaklı yeni turizm yatırımlarının teşvik edilmesi önerilmektedir. Yatırımların daha çok sahil şeridine yoğunlaşması bu bölgelerde yatak fazlası olarak göze çarparken birçok ilde konaklayacak yer sorunun devam ettiği bilinmektedir. Türkiye'nin bu alandaki zenginliğine yönelik yurtdışı kampanya ve tanıtımlarına ağırlık verilmesi gerekmektedir (TÜRSAB, 2014).

Araştırma sonuçları, inanç turizminde tarihi eser kaçakçılığına karşı daha etkili caydırıcı yasal önlemlerin alınması gerektiğini net bir şekilde ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda mevcut yasal düzenlemelerin gözden geçirilerek güncellenmesi ve eksikliklerin giderilmesi önemlidir. Araştırma sonuçlarına dayanarak tarihi eserlerin restorasyonu ve korunması için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından daha fazla kaynak ayrılması gerektiği öne sürülebilir. Berlin Müzesi'nde bulunan Konya Hacı İbrahim Veli Sandukası, Beyhekim Camii Kapı mihrabı, Fransa Louvre Müzesi'nde yer alan Sultan II. Selim ile Sultan III. Murat Türbesi çinileri, Danimarka David Samling Müzesinde sergilenen Akşehir Seydi Mahmut Hayrani Türbesine ait Sanduka, Cizre Ulu Camiine ait Kapı Tokmağı, Nuruosmaniye Kütüphanesine ait Kuran-ı Kerim yaprakları yurtdışına kaçırılan ve iadesi için görüşmelerin sürdüğü eserlerdir. İnanç turizmi potansiyeli yüksek bölgelerdeki tarihi alanların bakım ve restorasyonuna öncelik verilmesi önerilmektedir. Öte yandan inanç turizmine yönelik altyapı ve tesis yatırımlarının artırılması; turistlerin konaklama, ulaşım ve diğer hizmetlere daha kolay erişimin sağlanması önemli hususlar arasındadır.

Araştırma sonuçları turist rehberlerinin Türkiye'de inanç turizmine ilişkin eğitim yetersizliği algısına sahip olduğuna işaret etmektedir. Rehberler inanç turizmi hakkında yerel halka ve esnafa verilen eğitimlerin, rehberlere yönelik düzenlenen uzmanlaşma eğitim programlarının, turizm eğitimi veren lise ve üniversitelere ait ders içeriklerinin yeterli olmadığını düşünmektedirler. Bu sonuçlar ışığında Turistik bölgelerdeki yerel işletmeler, yerel halk ve hizmet sağlayıcılarını kapsayan inanç turizmi konusunda eğitim programları oluşturulması gerektiği söylenebilir. İnanç turizmine yönelik seminer, panel, çalıştay, uzaktan eğitim gibi etkinliklerle bilgi paylaşımının artırılması önerilmektedir. Eğitim programları, yerel halkın turizmde daha aktif bir rol almasına teşvik edecek şekilde tasarlanmalıdır. Çalışmaya katılan rehberlerin yarıdan fazlasının inanç turizmi eğitimi almadığı ortaya çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkması rehberlere yönelik inanç turizmi uzmanlaşma programlarının sayısının ve düzenlenme sıklıklarının tekrar gözden geçirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Rehberlere yönelik uzmanlaşma programlarının yetersizliğine ilişkin elde edilen bulguların Celep (2020) tarafından desteklendiği görülmektedir. Celep (2020) tarafından derlenen rehberlikte uzmanlaşma eğitimi programları listesi incelendiğinde 2003-2022 yıllarını kapsayan 19 yıllık süreçte spesifik olarak inanç turizmine yönelik yalnızca 7 uzmanlaşma programının düzenlendiği dikkat çekmektedir. Son yıllarda inanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma programı sayısının bir hayli az olduğu görülmektedir. Genel perspektifte değerlendirildiğinde rehber odalarının inanç turizmi uzmanlaşma programlarını seyrek aralıklarla düzenlendiği anlaşılmaktadır. Öte yandan Turist Rehberleri Birliği ve Anadolu Üniversitesi arasında yapılan protokol ile hayata geçirilen rehberlikte uzmanlaşmaya yönelik e-sertifikalı eğitim programları arasında inanç turizmi programının bulunmaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda inanç turizmi rehberliğine ilişkin uzmanlaşma eğitimlerinin belirli aralıklarla tekrarlanması ve alan gezilerini içeren detaylı programlardan oluşması önerilmektedir. Eğitim turları, rehberlerin teorik bilgilerini uygulamaya dökme ve etkileşimli öğrenmelerini sağlama fırsatı sunmalıdır. Bununla birlikte uzmanlaşma programlarının, rehberlere inanç turizminde sürdürülebilir turizm ilkeleri ve kültürel mirasın korunması konusunda sorumluluk bilinci aşılayan özellikte olması önemlidir. Bu şekilde düzenlenen uzmanlaşma eğitimleri, rehberlerin inanç turizmi alanında daha derinlemesine bilgi sahibi olmalarını, turistlere daha zengin ve nitelikli bir deneyim sunabilmelerini ve aynı zamanda kültürel mirası koruma konusundaki sorumluluklarını daha etkili bir şekilde yerine getirmelerini sağlayabilmektedir. UNWTO verilerine göre dünya üzerinde 300 milyondan fazla insan inanç motivasyonu ile seyahat etmekte; inanç turizmi 20 milyon dolarlık büyüyen bir pazar olarak yatırımcıların ilgisini çekmektedir (Huang & Pearce, 2019). Dünya Turizm

Örgütü'nün verilerine dayanarak bu sayının önümüzdeki yıllarda artış kaydedeceği ve buna paralel olarak da turist rehberlerinin inanç turizminde sahip oldukları rol ve sorumluluklarının her geçen gün daha fazla önem kazanacağının öngörülmesi mümkündür. Gerek inanç turizmi açısından önem arz eden çok sayıda kutsal mekâna ve tarihi esere, gerekse geçmişten günümüze çeşitli din ve inanışlara ev sahipliği yapan Türkiye, mevcut potansiyelini daha etkin bir şekilde kullanarak, inanç turizmi pazarında dünya ülkelerine rekabet üstünlüğü sağlamak adına akılcı hamleler yapmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada Türkiye'yi ziyaret eden turistlerle etkin iletişim imkânlarına sahip olan ve onların gözünde destinasyon imajının oluşmasına etki eden turist rehberlerinin üstlenecekleri rol ve sorumluluklarının önemi bir kat daha artmaktadır.

Araştırma neticesinde Türkiye'de rehberlerin inanç turizmi algılarının 'ekonomi', 'tanıtım', 'eğitim', 'politika', 'rehber' ve 'turist' olmak üzere toplam 6 boyuttan meydana geldiği ortaya çıkmıştır. Sonuçlar rehberlerin yarısından fazlasının inanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma ve inanç turlarına çıkma niyetinde olduğuna işaret etmektedir. Önem sırasına göre 'ekonomi', 'eğitim' ve 'tanıtım' faktörlerinin inanç turlarında rehberlik yapma ile İnanç turizmi rehberliğinde uzmanlaşma niyetleri üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgular değerlendirildiğinde, İnanç turizminin ekonomik önemine ilişkin olumlu algı arttıkça, rehberlerin inanç turlarında görev alma ve bu alanda uzmanlaşma konularında daha istekli olacakları söylenebilir. Bununla birlikte inanç turizmine yönelik eğitim olanakları ve tanıtım faaliyetleri arttıkça, rehberlerin inanç turlarına çıkma ve bu alanda mesleki uzmanlaşma niyetlerinin de artacağı anlaşılmaktadır.

İnanç turizmini geliştirmeye yönelik projelerde gönüllü rehber olarak yer alma eğilimi üzerinde tanıtım, eğitim ve turist boyutları ile mesleki tecrübenin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre İnanç turizmi alanında tanıtım ve eğitim faaliyetlerinin yetersiz olduğuna ilişkin algı arttıkça rehberlerin mesleki sorumluluk üstlenerek projelerde gönüllü olma eğilimlerinin de artacağı anlaşılmaktadır. Rehberlikte mesleki tecrübe ile inanç turizmine ilişkin projelerde gönüllü rehber rolünde görev alma eğilimi arasında negatif ilişkinin tespit edilmiş olması araştırmanın en dikkat çeken sonuçları arasındadır. Elde edilen bulgulara dayanarak rehberlerin mesleki deneyimleri arttıkça inanç turizminin geliştirilmesi ve daha fazla turist çekilmesine yönelik projelerde bizzat görev alma eğilimlerinde azalma meydana geldiği söylenebilir. Öte yandan rehberlerin inanç turizminin geliştirilmesinde mesleki sorumluluk alma eğilimi etkileyen en önemli faktörün 'ekonomi' boyutu olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre rehberler inanç turizminin Türk ekonomisi açısından büyük önem taşıdığını düşünmektedirler. Ekonomik boyutun yanı sıra tanıtım boyutunun rehberlerin eğilimi üzerinde

anlamlı derecede etkilidir. Bu bilgiler ışığında, inanç turizminin ekonomik önemine ilişkin olumlu algı arttıkça, rehberlerin inanç turizminin geliştirilmesi ve ziyaretçi sayısının artırılması için üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirme konusunda daha istekli olacakları öngörülebilir. Bunun yanı sıra, rehberlerin daha önce inanç turizmine yönelik eğitim alma durumları, yaşları ve cinsiyetleri inanç turizmine destek verme eğilimi üzerinde etkilidir. Araştırma sonuçlarına göre rehberler inanç turizminin geliştirilmesi için üzerlerine düşeni yapmaya hazır olduklarını belirtmelerine karşın bu tür projelerde gönüllü rehber olarak görev alma konusunda daha az isteklidir. Araştırmaya katılan her beş rehberden birinin söz konusu projelerde gönüllü rol alma konusunda kararsız kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre inanç turizminin geliştirilmesi için genel anlamda mesleki sorumluluk üstlenmeye sıcak bakan turist rehberleri kendilerine projelerde gönüllü rehberlik gibi spesifik bir rol tanımlandığında daha az istekli görünmekte ve bu konuda kararsız bir duruş sergilemektedirler.

Çalışma neticesinde elde edilen bir diğer önemli sonuç rehberlerin kendilerine özeleştiri yapmalarıdır. Çalışmaya katılan rehberler, meslektaşlarının inanç turizmi değerlerine yeteri kadar önemi vermediğini ve bu doğrultuda yeteri çaba göstermediğini düşünmektedir. Çalışma sonucunda, inanç turizminde eğitime ve tanıtıma yönelik önlemlerin alınması, rehberlere yönelik uzmanlaşma programlarının artırılması, mevcut tanıtım faaliyetlerinin gözden geçirilmesi, inanç turizminin geliştirilmesinde devlet desteğinin alınması ve buna yönelik projelerin geliştirilerek hayata geçirilmesinin önemi ortaya çıkmıştır. Literatür taraması neticesinde elde edilen bilgiler ve araştırma sonuçları İnanç turizmi potansiyeline sahip destinasyonların turist sayılarını artırma noktasında pazarlama, tanıtım, eğitim ve benzeri konularda ne kadar hassas ve akılcı stratejiler geliştirmeleri gerektiği gerçeğine işaret etmektedir. İnanç turizminin geliştirilmesi ve buna paralel olarak İnanç turizmi destinasyonlarının ekonomik açıdan kalkındırılması amacıyla siyasi otoritelerin öncülük edeceği proje ve faaliyetler önem taşımaktadır. İnanç turizminin geliştirilmesine yönelik atılacak adım her ne olursa olsun turist rehberlerinin bundan doğrudan veya dolaylı yolla etkileneceklerini söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Akpınar, A. ve Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: Uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 755-787.

Alipour, H., Olya, H. G. T. & Forouzan, I. (2017). Environmental impacts of mass religious tourism: From resident's perspectives. *Tourism Analysis*, 22, 167-183

Altun, E. ve Çınar, K. (2019). İnanç turizmi kapsamında Mevlâna Müzesi'ni ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 14-42.

Ap, J. & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.

Arslan, A. ve Çiftçi, M. (2020). İnanç turizminde rehberlik uygulamaları, V. Altıntaş & Z. Türkmendağ (Ed.). *Alternatif turizmde rehberlik uygulamaları: Güncel yaklaşımlar* (s. 1-15) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Arslan, A. (2018). Turist rehberliği ve uzmanlık alanları. S. Eser, S. Şahin & A. C. Çakıcı (Ed.) *Turist rehberliği* (s. 117-131) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayaz, N. ve Eren, M. (2020). Türkiye'de İnanç turizmi üzerine nitel bir araştırma, *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 284-300.

Bakkaloğlu, F., Koçoğlu, C. M. ve Acar, A. (2019). Yerel halkın İnanç turizmi'ne yönelik bakış açılarının demografik özelliklere göre değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 124-131.

Barajas, A., Lago-Peñas, S. & Sanchez, P. (2014). On the regional economic effects of the Pope's journeys: evidence from the visit to Santiago de Compostela in 2010. *Tourism Economics*, 20(2), 279-299.

Bingöl, Z. (2004). Akdeniz bölgesinin kültür ve inanç turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 125-137.

Brotherton, B. & Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations – Special interest tourism. *Anatolia*, 8(3), 11-30.

Celep, O. (2022). Özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimi specialization, *Turist Rehberliği Dergisi*, 5(1), 27-45

Chianeh, R. H., Del Chiappa, G. & Ghasemi, V. (2018). Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges. *Anatolia*, 29(2), 204-214.

Chrysanthi, B., Panoraia, P. & Dimitrios, L. (2015, August). Religious tourism in Greece and regional development: The case of Samos Island. *55th Congress of the European Regional Science Association, World Renaissance: Changing Roles for People and Places*, Lisbon, Portugal.

Cohen, E. H., Ifergan, M. & Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding-the matric as a role model. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 919-932.

Cohen, E. (1985). The tourist guide. *Annals of Tourism Research*, 12 (1), 5-29.

Çam, O. ve Avcı, M. (2020). İnanç turizmi faaliyetlerine yönelik olumsuz etki eden faktörlerin araştırılması: Kastamonu örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, *5*(2), 259-270.

Çavuş, A. ve Zere, S. (2019). Yerel Halkın İnanç turizmi Algısı: Giresun İli Örneği. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (63), 143-162.

Çeşmeci, N. (2018). Tur çeşitleri ve turist rehberliği, S. Eser, S. Şahin ve A. C. Çakıcı (Ed.). *Turist Rehberliği* (s.161-181) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Çimrin, H. (1995). *Turizm ve turist rehberliğinin ABC'si*. Antalya: Akdeniz Kitapevi.

Eşitti, B. ve Kıngır, S. (2015). Konya ili örneğinde kalkınma ve inanç turizmi. *Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi*, 6(12), 175-190.

Demircan, Ş. ve Çeken, H. (2022). İnanç turizminin yerel kalkınmadaki önemi: Midyat örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1), 75-92.

Fine, C. & Spear, H. (1985). Tour guide performances as sight sacralization. *Annals of Tourism Research*, *12*(1), 73-95.

Gürsoy, H. & Karaman, S. (2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişisel gelişimi ve mesleki donanımı üzerine bir araştırma. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 2(2), 88-103.

Güzel, F. Ö., Türker, A. ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 173-190.

Güzel, Ö., Köksal, G. ve Şahin, İ. (2019). İnanç turu rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Ed.), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara* (s. 101–148) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık.

Güzel, Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: inanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, *2*(2), 87-100.

Henderson, J. C. (2003). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. *Tourism Management*, 24(4), 447-456.

Huang, K. & Pearce, P. (2019). Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, *14*, 100371.

Hughey, M. (2008). Religious travel symposium. *Leisure Group Travel Special Edition*, February, 26-28.
İbret, Ü., Aydınözü, D. ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (32), 239-269.
Jacobsen, J. K. S. (2002). Southern comfort: A study of holiday style patterns of Northerners in coastal Mallorca. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), 49-78
Jackowski, A. & Smith, V. L. (1992). Polish pilgrim-tourists. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 92–106.
Kaya, H. (1999), *Uluslararası politik derinliklerde Anadolu 2000*. Bursa: F. Özsan Matbaacılık.
Kaynak, H. İ. ve Sezgin, M. (2008). İnanç turizmi kapsamında dinlerde seyahat. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 10(1-2), 349-360.
Köroğlu, Ö., Hacıoğlu, N. ve Ulusoy, H. (2017). İnanç turizmine yönelik alanlarda ziyaretçi yönetimi çerçevesinde turist rehberlerinin rol ve sorumlulukları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 267-278.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) Türkiye Turizm Stratejisi, 2023 Ankara, https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf adresinden 03.04.2024 tarihinde erişilmiştir.
Lopez, E. (1980). The effects of leadership style on satisfaction levels of tour quality. *Journal of Travel Research*, 18(4), 20-23.
Mittman, A. S. (2019, July 27). Religion: spotlight-Chauvet cave, in Smarthistory, Retrieved from January 13, 2024, https://smarthistory.org/overview/look-at-this-an-art-appreciation-course/theme-religion/ in 27.07.2023.
Mokhlis, S. (2009). Relevancy and measurement of religiosity in consumer behavior research. *International Business Research*, 2(3), 75-84.
Muijs, D. (2004). *Doing quantitative research in education with SPSS*. Southampton: Sage Publication.
Nolan, M. L. & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68–78.
Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye'de inanç turizmi: Bugünkü durum, sorunlar ve gelecek, Kar, M. (Ed.). *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, (s.627-643), Necmettin Erbakan University, Konya.
Okuyucu, A. (2020). İnanç turizmi açısından Türkiye'de dini çekiciliklerin dağılışı. *Turkish Studies-Social*, 15(5), 2611-2628.
Polat, H. A. & Arslan, A. (2019). The rise of popular tourism in the Holy Land: Thomas Cook and John Mason Cook's enterprise skills that shaped the travel industry. *Tourism Management*, *75*, 231-244.
Preston, J. (1992). Spiritual magnetism: An organizing principle for the study of pilgrimage. A. Morinis and A. Morinis (Ed.). In *Sacred journeys: The anthropology of pilgrimage* (pp. 31-46). London: Greenwood Press.
Raj, R. & Morpeth, N. (2007). Introduction: Establishing linkages between religious travel and tourism. In *Religious Tourism and Pilgrimage Management*. Wallingford: CABI.
Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67.
Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
Sevinç, H. ve Azgün, S. (2012). Bölgesel kalkınma ve inanç turizmi bağlamında Akdamar Kilisesi örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 17-21.
Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites*. London: Continuum.
Shackley, M. (2006). Costs and benefits: The impact of cathedral tourism in England. *Journal of Heritage Tourism*, 1(2), 133-141.
Simone-Charteris, M. T. & Boyd, S. W. (2010). The development of religious heritage tourism in Northern Ireland: Opportunities, benefits and obstacles. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(3), 229-257.
Silva, G. B. D. & Junior, S. M. (2016). Factors affecting residents' suppport for religious tourism development: The case of santacruz (RN), Brazil. Brazilian Magazine of Research in Tourism, 10(3), 497-515.
Tala. M. L & Padurean. A. M. (2008). Dimensions of religious tourism. *Amfiteatru Economic Towards Business Excellence*, Numer Special: Noiembrie 2008, 242-253.
Tatlı, E. ve Doğan, R. (2020). İnanç turizminde kutsal yiyecekler: İçerik analizi örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 88-97.
Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Journal of International Social Research*, 2(9), 473-492.
Terzidou, M., Stylidis, D. & Szivas, E. M. (2008). Residents' perceptions of religious tourism and its socio-economic impacts on the island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(2), 113-129.
Timothy, D. J. & Olsen, D. H. (2007). *Tourism, religion and spritual journeys*. New York: Routledge.
Tomasi, L. (1998). Pilgrimage/tourism. J. W. H. Swatos (Ed.). In *Encyclopedia of religion and society* (pp. 362-364). Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.
Türkiye İstatistik Kurumu (2024). Geliş nedenlerine göre ziyaretçi istatistikleri. https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1 adresinden 19.01.2024 tarihinde erişilmiştir.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2014). İnanç turizmi raporu. https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-inanc-turizmi-raporu_11333 adresinden 19.01.2024 tarihinde erişilmiştir.

Ulusoy, H., Balıkoğlu, A. ve Köroğlu, Ö. (2023). A qualitative research on the roles and responsibilities of tourist guides in the fields of faith tourism. M. Tuna, G. Kaya, E. Hazarhun, H. Ulusoy Mutlu, N. Yıldız, S. B. Bayar (Ed.). In *Anatolian landscape and faith tourism: Ancient times to peresent* (pp. 422-436). Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, Ö. (2016). *Turizm-genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Weidenfeld, A.D. I. & Ron A. S. (2008). Religious needs in the tourism industry, *Anatolia*, 19(2), 357-361.

Wright, K. (2007). Religious tourism. *Leisure Group Travel Special Edition*, (October), 8-16.

Vialou, D. (2009). L'Image du sens, en préhistoire. *L'anthropologie*, 113, 464-477.

Vukonic, B. (1998). Religious tourism: Economic value or an empty box? *Zagreb International Review of Economics & Bussiness*, 1(1), 83-94.

Vukonic, B. (1996). *Tourism and religion*. Oxford: Pergamon Press

Zhang, M., Huang, Li., Wang, J.H., Liu, J., Jie, Y.G. & Lai, X.T. (2007) Religious tourism and cultural pilgrimage: A Chinese perspective. Raj, R. and Morpeth, N.D. (Ed.) In *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective* (pp. 98-112). Wallingford: CABI International.