



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 78-95.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1406](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1406)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz*

Doç. Dr. Emel ADAMIŞ, Bursa Uludağ Üniversitesi, İznik Meslek Yüksekokulu, Bursa, e-posta: emeladamis@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6445-005X>

Arş. Gör. Dr. Sezi AYDIN, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Samsun, e-posta: sezi.aydin@omu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3625-2536>

Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: muharrem.tuna@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5526-7122>

Öz

İznik'in inanç turizmindeki mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulması amacıyla, bu çalışmada GZFT yaklaşımı ile stratejik bir analiz yapılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği çalışmada veriler, dokuz yerel paydaş ile yüz yüze yapılan bireysel görüşmelerden elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış bir görüşme formu ile elde edilen verilerin analiz sürecinde MAXQDA programından faydalanılmış ve tümevarımsal bir yaklaşımla tematik analiz yapılmıştır. Analiz doğrultusunda, İznik'in inanç turizmindeki *güçlü yönlerinin*; kutsal ve kültürel değerlerinden, *zayıf yönlerinin*; Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığından, inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olmasından, *fırsatlarının*; kendine özgü değerlerinden, ön plana çıkmasını sağlayacak imkânlarından, *tehditlerinin*; turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesinden, rekabet edebilirliğinin zayıf olmasından kaynaklandığı bulgularına ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, İznik'te inanç turizminin gelişmesi açısından paydaş önerileri; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi, turistlere ilçede daha fazla vakit geçirebilecekleri imkânların sunulması, Hristiyanlık'a ait değerlere daha fazla saygı duyulması ve inanç turizminin gelişmesine yönelik iş birlikleri ve çalışmalara ağırlık verilmesi yönünde ifade edilmiştir. Bu çalışmanın, İznik'te inanç turizmi açısından güçlü yönlerin korunmasına, zayıf yönlerin geliştirilmesine, fırsatların değerlendirilmesine ve tehditlerin engellenmesine yönelik yapılacak çalışmalara ve bu konuda geliştirilecek politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

*Bu çalışma, 25-28 Ağustos 2022 tarihinde "Antik Dönemden Günümüze Anadolu'da İnanç Turizmi Kongresi"nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnanç Turizmi, Tematik Analiz, GZFT-SWOT Analizi, Bursa, İznik.



Makale Gönderme Tarihi: 09.03.2024

Makale Kabul Tarihi: 04.06.2024

Önerilen Atf:

Adamiş, E., Aydın, S. ve Tuna, M. (2024). İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 78-95.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

	Journal of Turkish Tourism Research 2024, 8(2): 78-95. DOI: 10.26677/TR1010.2024.1406 ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: https://www.tutad.org	
---	---	---

RESEARCH PAPER

Evaluation of Faith Tourism in İznik in terms of Stakeholders: A Strategic Analysis with SWOT Approach

Associate Prof. Dr Emel ADAMIŞ, Bursa Uludağ University, İznik Vocational School, Bursa, e-mail: emeladamis@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6445-005X>

Dr. Sezi AYDIN, Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Samsun, e-mail: sezi.aydin@omu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3625-2536>

Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: muharrem.tuna@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5526-7122>

Abstract

In order to reveal the current situation of İznik's faith tourism in terms of stakeholders, a strategic analysis was carried out with the SWOT approach in this study. In the study, which adopted a qualitative research approach, data were obtained from face-to-face individual interviews with nine local stakeholders. MAXQDA software was used to analyze the data obtained through a semi-structured interview form and thematic analysis was carried out with an inductive approach. In line with the analysis, it was concluded that İznik's *strengths* in faith tourism stem from its sacred and cultural values, its *weaknesses* stem from its distance to Bursa and cultural centres, insufficient awareness of faith tourism, its *opportunities* stem from its unique values and facilities that will make it stand out, and its *threats* stem from the fact that tourism activities are not allowed and its competitiveness is weak. In this direction, stakeholder suggestions for the development of faith tourism in İznik were expressed in terms of carrying out advertising and promotional activities, providing tourists with opportunities to spend more time in the district, respecting the values of Christianity more, and focusing on cooperation and studies for the development of faith tourism. This study is expected to contribute to the studies and policies to be developed for the protection of strengths, development of weaknesses, utilisation of opportunities and prevention of threats in terms of faith tourism in İznik.

Keywords: Faith Tourism, Thematic Analysis, SWOT Analysis, Bursa, İznik.

Received: 09.03.2024

Accepted: 04.06.2024

Suggested Citation:

Adamiş, E., Aydın, S. and Tuna, M. (2024). Evaluation of Faith Tourism in İznik in terms of Stakeholders: A Strategic Analysis with SWOT Approach, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 78-95.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Kutsal sayılan yerlere çeşitli motivasyonlarla yapılan seyahatleri ifade eden inanç turizmi, küresel açıdan turizm endüstrisinde gittikçe önem kazanmaktadır. Seyahat amaçları incelendiğinde, 2019'da %27 olan arkadaş-akraba ziyareti, sağlık veya dinî amaçlarla yapılan seyahatlerin 2021'de %34'e yükseldiği görülmektedir (UNWTO, 2023)¹. Diğer taraftan, Dünya Turizm Örgütü, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, çeşitli bakanlık ve kurumların destekleriyle birlikte, inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmektedir. 2010 yılında Dünya Mirası Komitesi *dinî ilgi mirası* girişimini başlatmış ve Dünya Mirası Sözleşmesi tarihinde ilk kez dinî ve kutsal mirasın korunması, dinî otoritelerin katılımıyla uluslararası düzeyde tartışılmıştır². 2013 yılında ise Dünya Turizm Örgütü '*Sürdürülebilir Kalkınma için Dinî Turizm Üzerine Birinci UNWTO Uluslararası Konferansı*'ni düzenlemiştir (UNWTO, 2015). Bu girişimler, küresel açıdan turizm çeşitleri içinde inanç turizminin ön plana çıkmasını sağlarken, Türkiye'de de bu konuda çeşitli projelerin ve çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Bu kapsamda inanç turizminin geliştirilmesi için İslamiyet, Hristiyanlık ve Yahudiliğe ait günümüze kadar ulaşan eserlerin belirlenmesi ve korunmasına yönelik ilgili kurum ve kuruluşların desteği ile çeşitli çalışmalar yürütülmektedir³.

Köklü bir kültüre sahip olan Türkiye'de günümüze kadar korunan çok sayıda teolojik eser, inanç turizmi açısından Türkiye'yi diğer ülkelere kıyasla daha avantajlı kılmaktadır. Bu eserler Türkiye'nin birçok bölgesinde bulunmakla birlikte; siyasi, kültürel, dinî ve sanatsal özelliklerin bir arada bulunmasından dolayı Antik İznik (Bursa) diğer yapılardan ayrılmaktadır. Türkiye'deki sekiz hac merkezinden biri olan ve UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan İznik, Hristiyanlık tarihinde kutsal şehir olarak kabul edilmektedir. Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerinden kalan çok sayıda anıtsal yapılarla birlikte, özellikle de Osmanlı döneminde İznik ticaret, sanat ve kültür merkezi hâline gelmiştir. Ayrıca Davud-u Kayseri, Ebul Fadıl Musa, Eşrefoğlu Abdullah Rumi gibi tasavvufiler da İznik'te önemli eserler bırakmıştır (whc.unesco.org/en/tentativelists; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Konstantinos'un Hristiyanlığı devlet himayesine almasıyla birlikte, 325'te I. Genel Konsil ve 787'de II. İznik Konsili olan VII. Ekümenik Konsil'in İznik'te toplanması, bölgeyi Hristiyanlık için önemli bir merkez yapmıştır. 1331'de fethedilen İznik'te Ayasofya adıyla tarihe geçen ve kiliseden çevrilen Cami, özellikle Hristiyan ve Müslümanlar tarafından ziyaret edilmektedir. Ayasofya'nın yanında Meryem'in göğe çıkışını ifade eden Koimesis kilisesi⁴ ve Tryphon Kilisesi de önemli dinî değerleri oluşturmaktadır (Eyice, 1988).

Literatür incelendiğinde, İznik'te inanç turizmine yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu konuda yapılan bir çalışmada; yerel halkın İznik'in bir destinasyon olarak ön plana çıkmasında istekli olduğu, yabancı turistlere göre inanç turizmi açısından İznik'in mutlaka görülmesi gerektiği ve A grubu seyahat acentelerinin tur programlarına İznik'i dâhil etme eğiliminde olduğu; ancak talep ve konaklamada yetersizliğin söz konusu olduğu ifade edilmiştir (Usta, 2005). Bir diğer çalışmada İznik turizmi, turist rehberleri açısından değerlendirilmiş ve

¹ 'Dünya Turizm Örgütü'nün 2023 raporunda ziyaret amaçları 2021 istatistikleri doğrultusunda verilmiş olup, 2024 yılı raporu açık erişime henüz sunulmamıştır.

² bk. "2010 Seminar on the Role of Religious Communities in the Management of World Heritage Properties. Kyiv, 2-5 November 2010. Initiative on Heritage of Religious Interest."

³ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1993'te başlatılan envanter projesi ile 44 ilde inanç turizminin geliştirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır (yigm.ktb.gov.tr).

⁴ Erken Bizans mimarisinin en önemli örneklerinden biri olan Koimesis Kilisesi 7'nci yy. da Hyakinthos Manastırının bir parçası olarak inşa edilmiştir (whc.unesco.org/en/tentativelists).

İzmit'te inanç turizminin geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır (Köksalanlar, 2024). İzmit'te inanç turizminin paydaşlar açısından değerlendirildiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olması ve bu konuda yeterince çalışma yapılmamış olması ise önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Seyahat ve turizm hareketliliğinin bölgelerin sosyoekonomik ve sosyokültürel açıdan gelişmesini olumlu yönde etkilediği, aynı zamanda yerel kimliği güçlendirdiği bilinmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, turizme yönelik potansiyel arz unsurlarının turistik ürün olarak sunulması ve mevcut turistik ürünlerin de geliştirilmesi ilgili bölgenin kalkınmasında kritik bir değer taşımaktadır. Buna göre, özellikle Hristiyanlık ve İslamiyet açısından taşıdığı önemli kutsal değerlerden dolayı, İzmit'in inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, İzmit'te inanç turizminin incelenmesine yönelik yapılan bu çalışmanın literatüre sağlayacağı katkı oldukça önemli görülmektedir.

İzmit, Anadolu'da İstanbul, Selçuk ve Efes'le birlikte ekümenik konsillerin yapıldığı önemli yerlerden biridir. İlk yedi ekümenik konsilin yapıldığı bu yerlerden, ilk ve son konsilin İzmit'te yapılmış olması inanç turizmi açısından ilçeye ayrı bir önem katmaktadır (<https://faith.goturkiye.com/>). Diğer taraftan *Türkiye Turizm Stratejisi 2023* kapsamında İzmit, kültür ve inanç turizmi ile gelişecek bir alan olarak belirlenmiş ve bölgenin dünya kültür turizminde önemli bir yer edinmesi hedeflenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Ancak, İzmit'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik bilimsel çalışmaların oldukça sınırlı olduğu ve ilçenin inanç turizmi açısından kamu-özel sektör iş birlikleri ile yeteri kadar desteklenmediği görülmektedir. İnanç turizminin İzmit'te yeterince gelişmemiş olması dolayısıyla bu çalışmada, bu çalışmada İzmit'te inanç turizminin mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak araştırmalara ve bu konuda geliştirilecek politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

LİTERATÜR

Toplum tarafından bilinen en eski ve en temel nüfus hareketliliğini inanç seyahatleri oluşturmaktadır. Modern turizm her ne kadar çağdaş dünyanın yeni bir fenomeni olarak görülse de turizmin en derin kökleri inanç-hac yolculuğuna dayanmaktadır. Bu nedenle turizm ve inanç seyahatleri uzun bir dönem aynı kategoride ifade edilmiştir. Ancak 1970'lerle birlikte kavramlar arasında ilk farklılaşma ortaya çıkmış ve turizm ve inanç seyahatleri arasındaki karmaşık ilişki literatürde ekonomik, politik, sosyolojik ve psikolojik yönlerden ele alınmaya başlamıştır. Bununla birlikte literatürde, çalışmaların postmodernizme doğru kaydığı ve postmodern turist ve postmodern hacı arasında değişen sınırların açıklanmasına yönelik bir yaklaşım bulunduğu görülmektedir (Collins-Kreiner, 2010). Kutsal alanların bulunduğu bölgelerin tarihi, coğrafi, dinî ve kültürel özellikleri seyahat amaçlarının farklılaşmasına neden olduğu için turistlerin seyahat motivasyonları da postmodern yaklaşımlarla değerlendirilmektedir.

Literatürde turistlerin aynı kutsal mekânı farklı motivasyonlarla ziyaret ettikleri kabul edilmektedir. Kutsal bir mekânın dine mensup olan veya olmayan, hatta herhangi bir dinî gruba bağlı olmayan turistler aynı kutsal mekânı farklı motivasyonlarla ziyaret edebilmektedir. Örneğin, Nyaupane, Timothy ve Poudel'in (2015) çalışmasında Nepal'de bulunan Budist hac merkezi *Lumbini*'yi Hindular ve Hristiyanların Budistleri kendi inançlarına daha yakın buldukları için ziyaret ettikleri ifade edilmiştir. Ayrıca kendilerini hacı olarak tanımlayan turistlerin dinî motivasyonlarının daha yüksek olduğu, yalnızca turist olarak tanımlayanların ise eğlence veya kültürel motivasyonlarının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Meksika'da ise kutsal alan sayılan Izamal şehrinde *Meryem Ana Tapınağı*'na yapılan ziyaretlerin, Maya geleneğinin devamı olarak görüldüğü ve ziyaretçilerin Meryem Ana'nın Maya yarımadasının koruyucusu olduğu inancından etkilendiği belirtilmiştir. Ayrıca Tapınağa yapılan ziyaretlerin

çoğunun dinî bir motivasyondan kaynaklandığı da ortaya konulmuştur (Alvarado-Sizzo, Frejomil ve Crispin, 2017).

Dinî turizm, Raj ve Morpeth'in (2007) çalışmasında kişinin kendi veya başkalarının inancıyla ilgili olduğu düşünülen dinî ortamların ziyaret edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Hughes, Bond ve Ballantyne (2013) ise inanç turizmini mevcut veya geçmiş dinî önemi olan yerlere yapılan bir turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Kutsal mekân terimi ise UNESCO'ya (2008) göre insanlar ve topluluklar için özel manevi öneme sahip olan alanları ifade etmektedir. Literatür doğrultusunda inanç turizmini, kutsal mekânlarda gerçekleşerek dinî faaliyetlerle karakterize edilen bir turizm çeşidi olarak tanımlamak gerekmektedir. İnanç turizmi kapsamında hem dinî hem dinî olmayan faaliyetler gerçekleştirildiği için seyahat amaçlarını ayırmak zorlaşmaktadır. Buna göre, turistlerin kutsal mekânları salt inançları doğrultusunda ziyaret ettikleri bir turizm türü (Tapur, 2009; Zaman, 2010) şeklinde yapılan inanç turizmi tanımlamaları eksik kalmaktadır.

Din ve turizm arasındaki ilişki teorik açıdan ilk olarak Nolan ve Nolan (1992) tarafından ortaya konulmuştur. Çalışmada, Avrupa'nın inanç turizmi, dindar hacılardan seküler turistlere kadar değişen ziyaretçi beklentilerinin üç tür turistik çekicilik merkezinde karşılandığı bir sistemle tanımlanmıştır. Bu yerlerin ilki dinî ibadetlere güçlü bir vurgu yapan, ancak seküler turistleri çekecek çok az özelliği olan *hac mabetleri*; bir diğeri tarihî, sanatsal ve doğal özelliklerin çeşitli kombinasyonlarını bir arada bulunduran *ibadet merkezleri*; üçüncü olarak ise dinî turizm çekicilikleri olarak işlev gören *türbeler ve dinî festivaller* olarak ifade edilmiştir. Temel olarak inanç turizmi alternatif bir turizm çeşidi olmakla birlikte, aynı zamanda kitle turizminin tipik özelliklerine ve boyutlarına da dayanmaktadır (Iliev, 2020). Bu nedenle turistik çekicilik merkezleri birçok seyahat amacıyla ilişkilendirilerek inanç turizmine hizmet edebilmektedir. Örneğin, inanç turizmi açısından çekicilik merkezleri McManus'ın (2005) çalışmasında şu şekilde sınıflandırılmıştır; *arkeolojik kazı alanları* (Machu Picchu-Peru), *mezarlıklar* (Highgate Mezarlığı-İngiltere), *müstakil tapınaklar-türbeler* (Amritsar-Hindistan), *şehir veya kasaba* (Roma-İtalya), *sekiüler hac* (Robben Adası-Güney Afrika), *hac* (Mekke-Suudi Arabistan) ve *kutsal dağ* (Uluru-Ayers Rock-Avustralya). Dinî değerlerin bulunduğu her alan farklı niteliklere sahip olmakla birlikte, bu nitelikler turistik çekicilik merkezlerinin geliştirilmesinde oldukça önem arz etmektedir. Dinî değerler *Assisi* veya *Beytüllahim* gibi bir bütün olarak şehri kapsayabilirken, *Lona* veya *Rapa Nui* gibi adalarda da görülebilmektedir.

İnanç turizmine yönelik mekânlar Türkiye açısından incelendiğinde, turistik çekicilik merkezlerinin çoğunlukla cami, türbe ve kilise gibi yapılardan oluştuğu görülmektedir (Okuyucu, 2020). Bunun yanı sıra Trabzon'da bulunan *Haçka Yaylası* ise inanç turizminin geliştiği farklı bir mekân olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yaylada 1996'dan beri Haçkalı Hoca'yı anma törenleri yapılmakta ve bu alan her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir (Çavuş, 2012). Kiliseler açısından bakıldığında, Antalya'nın Demre ilçesi veya *Myra Antik Kenti* olarak da bilinen yerleşim yeri ve orada bulunan *Aziz Nikolaos (St. Nicholas) Kilisesi ve Müzesi*, Aziz Paul ve arkadaşlarının uğradıkları şehir olmasından dolayı Hristiyanlık açısından özel bir öneme sahiptir. Diğer taraftan Noel Baba geleneği de Aziz Nikolaos inancıyla bütünleştirilmiş ve yarı dinî ve oldukça popüler bir karakterin yaratılmasını sağlamıştır (antalya.goturkiye.com). Hristiyanlar için kutsal kabul edilen bu yere yönelik Dikici ve Sağır'ın (2012) yaptığı çalışmada ise yerel halkın turizme ekonomik açıdan yaklaştığı ve elde edilen gelirden yalnızca küçük bir azınlığın yararlanmasının eleştirildiği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, turistlerin bölgeyi çoğunlukla günü birlik ziyaret ettikleri, bu nedenle inanç turizmine yönelik seyahatlerin bölgeye belirli bir sosyoekonomik değer katmadığı da yerel halk tarafından ifade edilmiştir. Benzer bir durum, Mersin ilinin Tarsus ilçesinde bulunan *Aziz Pavlus Evi*'ne yönelik ziyaretlerde de görülmektedir. Başer ve Başçı'nın (2013) çalışmasında, Hristiyanlık için önemli bir hac merkezi

olan bu yere, çoğunlukla günübürlük yapılan ziyaretlerin bölgenin inanç turizmi merkezi olarak değerlendirilmesini engellediği sonucuna varılmıştır.

İnanç turizmine yönelik önemli bir diğer çekicilik merkezlerini ise türbeler oluşturmaktadır. Siirt'in Tillo ilçesinde İbrahim Hakkı Hazretleri'nin, hocası İsmail Fakirullah'ın türbesi için 'Hocamın başucuna doğmayan güneşi neyleyim' diyerek yaptırdığı ışık düzeneği UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer almaktadır. Bu düzenek, her yıl ekinoks tarihlerinde doğan güneşin ilk ışınlarını türbeye yansıtmaktadır (siirt.goturkiye.com). İslam'ın yayılmasında büyük bir rol oynayan Veysel Karani ile onun yolunu takip eden İbrahim Hakkı'ya ait türbelerin bulunduğu Ziyaret beldesi ve Tillo ilçesi ise her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir (Özgen, 2013). Türbe ziyaretleri Evliya Çelebi'nin türbelere yaptığı ziyaretler ile de önem kazanmaya başlamıştır. Seyahatname'de Bursa'da yapılan gezilerin anlatıldığı bölümde, türbe ziyaretlerinin asıl nedeninin Orhan Gazi'den itibaren Osmanlı Padişahlarının seyit soyundan gelmelerinden kaynaklandığı belirtilmiştir (Yılmaz, 2022).

İnanç turizmine yönelik çekicilik merkezleri İznik açısından ele alındığında oldukça değerli arkeolojik kazı alanlarının, müstakil tapınakların ve türbelerin bir arada bulunduğu görülmektedir (bk. Fotoğraf 1.). Özellikle tarihsel, sanatsal ve doğal özelliklerin bir arada bulunduğu inanç merkezlerine sahip olması, İznik'in ziyaretçiler açısından birçok seyahat amacıyla ilişkilendirilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, kutsal kabul edilen yerlerin inanç turizmi açısından gelişebilmesinde paydaşların rolü oldukça önemli olup, bu durum Lin'in (2021) çalışmasında Tayvan'daki *Dajia Mazu* hac ziyareti açısından değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda; tapınakların, hacıların ve ev sahibi toplulukların turistlerden, çevreden, işletmelerden ve hükümet organlarından daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm paydaşların katkıları arasında; hacıların katılımı, tapınak yönetiminin düzenlenmesi, yiyecek ve içecek paylaşımı, ev sahibi toplulukların katılımı ve tapınakların desteklenmesi ise en önemlileri olarak ortaya çıkmıştır. Paydaş rollerinin inanç turizminin gelişmesinde kilit bir rol oynadığı görülmekte; bu nedenle inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak çalışmalarda öncelikle paydaş görüşlerinin ortaya konulması gerekmektedir.



Fotoğraf 1: Bazilika ve Ayasofya
Kaynak: (İznik Belediyesi, 2024).

YÖNTEM

İznik'te inanç turizmine yönelik mevcut durumun paydaşlar açısından ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmada, paydaşların bilgi ve deneyiminin derinlemesine anlaşılmasına imkân sağlayan nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu doğrultuda, İznik'te inanç turizmi açısından güçlü yönlerin korunmasına, zayıf yönlerin nedeninin anlaşılmasına ve düzeltilmesine, fırsatların değerlendirilmesine ve tehdit faktörlerinin engellenmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi için GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler) analizi kullanılmıştır.

GZFT analizi, dünya çapında en eski ve en yaygın benimsenen strateji araçlarından biri olup (Puyt, Lie ve Wilderom, 2023); otel reformu ve kırsal turizmin geliştirilmesi gibi çeşitli çalışmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Yu ve Huimin, 2005; Zhang, 2012). GZFT analizi, her ne kadar bir listeleme veya iç-dış faktörlerin niteliksel incelemesinden oluşsa da bir bölgenin geleceği için en önemli stratejik faktörler bu analiz ile özetlenmektedir (Kajanus, Kangas ve Kurttila, 2004). Güçlü ve zayıf yönler iç göstergeleri, fırsatlar ve tehditler ise dış göstergeleri yansıtmaktadır. İç göstergeler, İznik'te inanç turizminin değerlendirilmesine yönelik mevcut durumları gösterirken, dış göstergeler ise inanç turizmine yönelik pazar durumunu veya politikaları *vb.* yansıtmaktadır. Bununla birlikte, her bir faktörün karar alma sürecindeki önemi niceliksel olarak ölçülemediği için hangi faktörün stratejik kararı en çok etkilediğinin değerlendirilmesi zorlaşmaktadır. Bu durum ise GZFT analizinin önemli bir kısıtını oluşturmaktadır (Pesonen vd., 2001).

Veri toplama tekniğinin seçilmesi çalışma sürecinin önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Nitel araştırma yaklaşımlarında verilerin elde edilmesinde en çok kullanılan tekniklerden biri görüşmedir (Fortin, Côté ve Filion, 2009). Bu nedenle verilerin elde edilmesinde, belirli bir duruma yönelik kapsamlı bilgiye ulaşılmasını, özellikle veri toplama sürecinde yeni soruların sorulabilmesi açısından esneklik sağladığı için görüşme tekniği tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Her ne kadar görüşmeye yönelik genel bir çerçeve oluşturulmuş olsa da katılımcıların yetkinliklerine göre sorularda değişikliğe gidilerek konunun farklı boyutlarını ortaya çıkarabilmek amacıyla -yeni soruların eklenebildiği, çıkarılabildiği veya soru sıralamasının değiştirilerek verinin genel hatlarıyla çizilebildiği- yarı yapılandırılmış bir görüşme türü tercih edilmiştir (Akman Dömbekci ve Erişen, 2022). Görüşme soruları hazırlanmadan önce GZFT analizine dâhil edilmeye uygun faktörleri belirlemek için inanç turizmine yönelik kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Buna göre sorular, inanç turizminin mevcut durumu hakkında derinlemesine bilgi edinmek ve inanç turizmine hizmet eden kutsal değerlerle ilgili mevcut ve gelecek karşılaştırması yapılmasına imkân sağlayacak şekilde ve literatür taramasıyla desteklenen sorunlar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu, GZFT analizinin her yönüne göre sınıflandırılarak "*İznik'in inanç turizminde güçlü yönleri, zayıf yönleri, dış çevre unsurlarında gözlemlenen fırsatları, dış çevre unsurlarında gözlemlenen tehditleri ve rakip bölgelere göre daha etkin-verimli olabilmesi için yapılması gerekenler nelerdir*" soruları çerçevesinde oluşturulmuş ve gerektiğinde ek sorular sorularak görüşme desteklenmiştir. Ayrıca görüşme soruları için inanç turizmi alanında akademik uzmanlığa sahip üç uzmandan onay alınmıştır.

Çalışma grubunun belirlenmesinde, araştırmanın amacı ve konuya dayalı olarak amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda en popüler yöntemlerden biri olan amaçlı örnekleme, araştırma amaçlarına ulaşılmasına katkıda bulunacak bireyleri bir örneklem içerisine dâhil ederek belirlenen örneklemedir (Hashemi ve Ghaffary, 2017). Konu hakkında bilgi ve deneyime sahip olan kişilerle görüşülmesi, doğrudan konuyla ilgili bilgi alınması açısından önemlidir. Bu nedenle, çalışma grubu İznik'in kültürel miras materyallerine sahip olan ve farklı kurum temsilcilerinden oluşan yerel paydaşlar olarak belirlenmiştir. Stratejik kararların alınmasında oldukça önemi olan paydaşların saptanmasında ise amaçlı örneklem stratejilerinden biri olan *maksimum çeşitlilik* stratejisi tercih edilmiştir. Kuramsal örnekleme tekniğinden yararlanılarak, iki turist rehberi, iki turizm şirketi sahibi ve kamu ile ilgili beş kurum olmak üzere toplam dokuz yerel paydaş -ulaşılabilirlik de göz önüne alınarak- çalışma grubuna dâhil edilmiştir. Görüşme formu için etik onay, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan 22.07.2022 tarihinde alınmıştır. Ayrıca görüşme öncesinde katılımcılardan araştırmaya katılım ve görüşmelerin ses kaydına alınması konusunda bilgilendirilmiş gönüllü onam formları alınmıştır.

Görüşmeler bir araştırmacı yazar tarafından Eylül-Ekim 2022 tarihleri arasında Bursa ve İznik'te yüz yüze ve çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme sürecinde katılımcılara çalışmanın hedefleri detaylandırılmış, her bölümün amacı açıklanmış, katılımcıların soruları yanıtlanmış ve daha fazla bilgi elde edilebilmesi için katılımcılara araştırma sorularını destekleyecek sorular yöneltilmiştir. Görüşmeler ortalama 45 dakika sürmüştür ve alınan ses kayıtları görüşmelerin orijinalliği korunarak kronolojik olarak yazıya geçirilmiştir. Elde edilen veriler katılımcıların incelemesine sunulmuş ve geri bildirimlerinden sonra gerekli düzeltmeler yapılarak metnin son hâli verilmiştir. Verilerin analizinde, toplanan verilerin anlaşılmasını, temaların belirlenmesini ve ardından belirlenen temaların yorumlanmasını sağlayan ve nitel veri analizinde yaygın bir şekilde kullanılan *tematik analiz* tümevarımsal bir yaklaşımla kullanılmıştır (Vaismoradi, Turunen ve Bondas, 2013; Tuckett, 2005). Tümevarımcı tematik analiz, kodlama çerçevesine (araştırmacının analitik önyargılarına) uymaya çalışmadan verilerin kodlanması sürecine dayanmaktadır (Çarıkçı vd., 2024). Bu doğrultuda analiz, Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz sürecinde önerdiği gibi; verilere aşına olunması, başlangıç kodlarının oluşturulması, temaların belirlenmesi, temaların gözden geçirilmesi, temaların isimlendirilmesi ve raporlaştırılması sıralaması ile yapılmıştır. Verilerin sınıflandırılması ve düzenlenmesi için *MAXQDA* yazılım programı kullanılmıştır. Bu süreçte ilk olarak görüşme metinleri bir kez okunmuş; ardından GZFT kategorilerine göre *kelime bulutu*'ndan faydalanarak başlangıç kodları oluşturulmuştur. Kelime bulutu, görüşme sırasında en çok kullanılan kelimelerin görselleştirilmesini ve bu sayede çıkarımda bulunmayı sağladığı için tercih edilmiştir. Bir sonraki aşamada ise elde edilen kodlardan temalar belirlenmiş, gözden geçirilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanmasında Guba (1981) tarafından önerilen ölçütlerden ve Arslan (2022) çalışmasından faydalanılmıştır. Bu doğrultuda; geçerlilik ölçütü araştırma sürecinde olmayan bir akranın analiz ve bulgulara ilişkin yorumları kontrol etmesi ve yöntem sürecinin ayrıntılı bir şekilde açıklanması ile sağlanmıştır. Güvenirlik ölçütü ise yöntemin şeffaf bir şekilde raporlaştırılmasının yanında, iki araştırmacının kategorileri karşılaştırarak fikir-alışverişinde bulunması ile sağlanmıştır.

BULGULAR

Analiz sürecinde öncelikle GZFT kategorileri temel alınarak kelime bulutu analizi yapılmış ve kodlar oluşturulmuştur. Bu kapsamda görüşme sırasında en sık kullanılan veya frekans değeri yüksek olan kelimeler daha büyük puntolarla ifade edilmiş ve frekans değeri düştükçe puntolar küçülmüştür. Bununla birlikte, aynı renk kategorisi ile kelimelerin benzer tekrar sıklığına veya benzer frekansa sahip olduğu gösterilmiştir (*bk. Şekil 1-2-3*). Kelimeler doğrultusunda elde edilen kodlar, frekans kategorilerine göre sınıflandırılmış ve temalar belirlenmiştir. Temaların yorumlanmasıyla elde edilen bulgular; "İznik'in inanç turizminde güçlü ve zayıf yönleri; İznik'in inanç turizmine yönelik fırsatları ve tehditleri; İznik'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler" başlıkları kapsamında verilmiştir.

İznik'in İnanç Turizminde Güçlü ve Zayıf Yönleri

Kelime bulutu analizi doğrultusunda güçlü ve zayıf yönlerle ilişkin elde edilen kodlar Şekil 1'de gösterilmektedir. Buna göre, güçlü yönler açısından; 'Konsil, Hristiyanlık, Cami, Ekümenik, İnanç Turizmi ve Kilise' kelimelerinin, zayıf yönler açısından ise 'Uzak' kelimesinin paydaşlar tarafından en sık kullanılan kelimeler olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde; İznik'i inanç turizmi açısından güçlü kılan faktörlerin özellikle, dinî eserlerden veya yapılardan oluştuğu anlaşılmıştır. Daha az vurgulanan Roma Tiyatrosu, Osmanlı, çinicilik sanatı, türbe vd., ise tarihî

ve kültürel eserleri yansıtmaktadır. Bu nedenle, İznik'te inanç turizminin güçlü yönlerine ilişkin temalar 'kutsal değerler' ve 'kültürel değerler' olarak belirlenmiştir. Temalara yönelik bazı paydaş görüşleri ise şu şekilde ifade edilmiştir:

"Öncelikle tabii İznik'te inanç turizmi deyince Hristiyanlıkla ilgili bazı gelişmeler var. Bu ekümenik konsillerin toplanmış olması, Ayasofya'da göl kenarındaki Senato Sarayında toplanan özellikle Ortodoks mezhebine mensup insanların ikonalarla ilgili kararlarının verilmesi, İsa'nın Tanrının oğlu olup olmadığının tartışıldığı toplantılar ve bazı dini bayramlarla ilgili kararların alındığı ekümenik konsiller çok önemli [...] (A1)"

"[...] ama bir Sarı Saltuk Türbesi vardır Anadolu'da birkaç yerde vardır bu. Sarı Saltuk Türbesi'nin restore edilerek Lefke kapıdan çıkıp Bayraklıdede'ye doğru giderken Roma Su Yolu kenarında bulunan, çok fazla kişinin de dikkatini çekmeyen bir türbe. Aslında bunun çok da meraklısı var (A1)"

İznik'i inanç turizmi açısından zayıf kılan faktörlerin, İznik'in Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan mesafesi açısından 'uzaklık' olduğu sıklıkla ifade edilmiştir. Tarihî kalıntılar üzerinde oturduğu için İznik'in sürekli tahribata uğraması, kutsal eserlere ve inanç turizmine yönelik bilincin ve farkındalığın yeterince gelişmemiş olması ise zayıf yön olarak vurgulanan diğer faktörleri oluşturmuştur. Bu nedenle, İznik'te inanç turizminin zayıf yönlerine yönelik temalar 'merkeze olan uzaklık' ve 'inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olması' olarak belirlenmiştir. Temalara yönelik bazı paydaş görüşleri ise şu şekilde ifade edilmiştir:

"Destinasyonun büyük yerleşim yerlerine, yani bağlı bulunduğu vilayete uzak olması, büyük kültür merkezlerine uzak olması. Bursa içerisinden gelen bir turistin oradan buraya 1 saat, buradan dönüşü 1 saat. Lokasyon olarak merkezlere uzaklığı, kültür merkezine uzaklığı [...] (A2)"

"[...] yoldan geçen birisine sorduğunuz zaman İznik nedir, tarihi nedir, İznik adını nasıl almıştır, adını kim vermiştir bunu bilmesi gerekiyor, İznik'te yaşayan bir vatandaş olarak [...] (A4)"
"Turizmin sağladığı fayda, turizmin önemi ve turizm geliri konusunda yerel halk için henüz bir turizm bilincinin oluşmaması [...] (A9)"



Şekil 1. Güçlü ve Zayıf Yönlerle İlişkin Kelime Bulutu

İzник'in İnanç Turizmine Yönelik Fırsatları ve Tehditleri

Kelime bulutu analizi ile fırsat ve tehdit faktörlerine yönelik elde edilen kodlar Şekil 2'de verilmiştir. Bu kapsamda paydaşların fırsat faktörleri açısından en sık kullandığı kelimenin 'Tesbih' kelimesi olduğu, tehdit faktörleri açısından ise 'Engellenme' kelimesi olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde; Sarı Saltuk Türbesi, Senato Sarayı, tesbih ve türbelerin İzник'e ait özgün değerler olarak ifade edildiği; Geleneksel Türk Dünyası Sporları, UNESCO, Etno spor, su sporları ve diğerlerinin ise inanç turizminin geliştirilmesinde İzник'i ön plana çıkaracak değerler olarak belirtildiği görülmüştür. Buna göre, İzник'te inanç turizmine yönelik fırsatlar açısından temalar '*İzник'in kendine özgü değerleri*' ve '*İzник'i ön plana çıkaracak imkânlar*' olarak belirlenmiştir. Temalar doğrultusunda fırsat faktörleri açısından bazı paydaşların görüşleri şu şekildedir:

"Günümüzde İzник'te [...] tespih yapımı var. Herkes tespihle ilgili imalat peşinde, para kazanma derdinde. Belki bu tespih imalathanelerinden de İzник'in inanç turizmi ile ilgili bir bağlantı kurulabilir, [...] Herhangi bir turizm fuarında vs. tespih imalatçıları çünkü bildiğim kadarıyla İzник'te en az 15-20 tane atölye var. [...] (A1)"

"[...] şu an zaten çok büyük reklamımız var, Etno Sporları. Geleneksel Türk dünyası Sporları Şampiyonası İzник'te yapılacak 29 Eylül-2 Ekim tarihleri arasında bu bizim için bulunmaz bir değer (A4)"

İzник'in inanç turizmine yönelik tehdit faktörleri, devlet politikaları, yerel yönetimin ve halkın turizme yönelik zihniyeti, faaliyetlerin çeşitli yollardan engellenmesi ve turizm faaliyetlerinin yeterince yapılamadığı şeklinde ifade edilmiştir. Bununla birlikte, reklam ve tanıtımın yeterince yapılmadığı, ekonomik kaynakların yetersiz olduğu, İzник Gölü'nde suyun azaldığı vd. gibi faktörlerin İzник'in rekabet edebilirliğini olumsuz etkilediği belirtilmiştir. Bu doğrultuda, İzник'te inanç turizmine yönelik tehditler açısından temalar '*turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesi*' ve '*rekabet edilebilirliğin zayıf olması*' şeklinde belirlenmiştir. Temalar doğrultusunda tehdit faktörlerini bazı paydaşlar şu şekilde ifade etmiştir:

"[...] ama buranın yerel halkından kaynaklı veya işte engellenen bazı şeylerden dolayı İzник'in gelişmesini istemeyen bazı etkenler söz konusu burada. Yani turizmin yapılmasını istiyoruz. Biz de çok fazla faaliyet göstermek istiyoruz. Bununla ilgili turizm derneği başvurumuz falan var. Buraya turizmle ilgili çok şey yapmak istiyoruz ama buranın gelişmesini istemeyen birileri var. (A5)."

"İnanç turizmi de diğer turizm alanları gibi rekabetçi. Tanıtıma yönelik faaliyetler, daha güçlü tanıtımların yapıldığı büyük merkezler var. Bu bir risk. Buraların kapasitesinin artırılması. Mesela İzmir'de var, İstanbul'daki inanç merkezlerinin yoğunlaşması bunlar risk. Bizim açımızdan olumlu ama rekabet anlamında olumsuz olan mesela ülkemizin değişik yerlerindeki inanç merkezinin artması ve güçlenmesi bizim pastadaki payımızın azalmasına sebep olacaktır (A2)."



Şekil 2. Fırsatlar ve Tehditlere İlişkin Kelime Bulutu

İzник'te İnanç Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Kelime bulutu analizi kapsamında, İzник'te inanç turizminin geliştirilmesi için paydaş önerilerine yönelik elde edilen kodlar Şekil 3'te verilmiştir. Buna göre, paydaş önerilerinde en sık kullanılan kelimenin 'Tanıtım' olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde, sosyal medya kullanımının artırılması gibi tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi; yürüme yolları, eğlence mekânları yoluyla turistlerin İzник'te vakit geçirmelerinin sağlanması; İzник'teki Ayasofya'nın tekrar kiliseye çevrilmesi, Hristiyanların ibadetlerini yapabilecekleri imkânların sunulması, diğer dinlere yönelik saygının artırılması, turizm master planı, çeşitli iş birlikleri ile kamu-özel sektör çalışmalarının yapılması gerektiği ifade edilmiştir. Bu nedenle, İzник'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler açısından temalar 'reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi', 'turistlerin İzник'te vakit geçirebileceği imkânların sağlanması', 'Hristiyanlık'a ait değerlere saygı duyulması' ve 'inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması' olarak belirlenmiştir. Temalar açısından bazı paydaşlar görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

"Organizasyon yapılması lazım yani buranın tamamen tanıtımı açısından. Diğer ülkelerle uluslararası çalışan acentelerle ortak bir iş birliği yapıp [...] biz de buna destek oluruz. Yani önemli olan reklam ve tanıtım. Tamamen iş buna bakıyor. Sosyal medyaya döndü her şey [...]" (A5)"

"Eğlence mekânları çoğaltılmalıdır. Örneğin Kapadokya'ya gittiğinizde "Türk Gecesi" diye bir şov yapıyorlar. Bu çok basit ama içeriğiyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu ve bunun gibi alkollü içeceklerin serbest olacağı eğlence mekânları yapılabilir. Şu an İzник'te canlı müzik dinleyeceğimiz bir bar bile yok (A7)"

"Turizm büyük bir sektördür ve her çeşit insana rastlayabilirsiniz. Birbirlerine saygılı, dinî inançları ön planda olmayan toplumlar her zaman bir adım önde olmuşlardır. İnanç turizmi yapılacaksa; kimseyi kırmadan halkı da içine alacak şekilde platformlar oluşturulup gerekirse cami imamlarıyla, vaazlarla nitelikli turist hakkında halk bilgilendirilmelidir (A7)."

"Bir master plan gerekli turizm master planı ilçe için. Bursa'daki konumu ne olacak, Türkiye'deki konumu ne olacak İzник'in? Bir plana ihtiyacı var, atılacak adımlar [...]" (A2)"

camistatusündençıkılması
ayasofyanıkiliseyeçevrilmesi
yürüme yolları masterplan
işbirliği tanıtım
eğlence saygı türkgecesi
sosyalmedya

Şekil 3. Önerilere İlişkin Kelime Bulutu

Tablo 1. İznik'in İnanç Turizminde Mevcut Durumunu Gösteren GZFT Tablosu

GZFT Kategorisi	GZFT Faktörü
Güçlü yönler	<p>Ekümenik Konsillerin İznik'te yapılmış olması</p> <p>İznik Gölü'nde bulunan yeni bazilika</p> <p>İznik'teki kültür varlıkları</p> <p>Ayasofya Camisi</p> <p>Sarı Saltuk türbesi</p> <p>Kırgızlar Türbesi</p> <p>Eşrefzade Rumi Camisi</p> <p>Dört medeniyete başkent olmuş olması</p> <p>İslami ve gayri İslami dönem eserlerine sahip olması</p> <p>Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönem eserlerine sahip olması</p> <p>İznik Gölü</p> <p>İznik Surları</p> <p>İznik çinicilik sanatı (üretilmesi imkânsız seramik)</p> <p>Nilüfer Hatun Müzesi</p> <p>Antik Roma Tiyatrosu</p> <p>Süleyman Paşa Medresesi</p> <p>Yeşil Cami</p>
Zayıf yönler	<p>Ayasofya Kilisesi'nin camiye dönüştürülmesinden kaynaklı yabancı turistlerin gelmemesi</p> <p>Turistlerin ziyaret edeceği herhangi bir Ortodoks kilisesinin bulunmaması</p> <p>Tanıtımın yetersiz düzeyde kalması</p> <p>Otel sayısının az olması</p> <p>Yerel halkın İznik tarihî hakkında bilinçli olmaması</p> <p>Halkın temel geçim kaynağının tarım olması dolayısıyla turizmin ikinci planda kalması</p> <p>İznik Gölü'ndeki gözle görülür su kaybı</p> <p>Tarihî eserlere bakımın yeterli düzeyde olmaması</p> <p>Halkın İngilizce seviyesinin düşük olması</p> <p>Konaklama ve yeme-içme açısından yeterli tesisin olmaması</p> <p>Planlı bir turizm stratejisinin olmayışı</p> <p>Tur otobüslerine yönelik bekleme alanlarının bulunmaması</p> <p>İznik mutfağını tanıttak mekânların bulunmayışı</p> <p>İznik el sanatlarının satıldığı mekânların bulunmayışı</p>
Fırsatlar	<p>Sarı Saltuk ve Eşrefzade Rumi Türbesi'nin ön plana çıkarılması</p> <p>İznik'teki tesbih yapım atölyelerinin inanç turizmi bağlamında değerlendirilebilir olması</p> <p>Tarihî çalışmaların yoğunlaşması</p> <p>Tarihî mekânların turizme açılması</p> <p>İznik'in Türk Hava Yolları'nda tanıtımının yapılması</p> <p>Dördüncü Dünya Göçebe Oyunlarının İznik'te yapılmış olması (29.09-02.10. 2022)</p> <p>İznik'in ulaşımı kolay ve havalimanlarına yakın mesafede olması</p> <p>İznik'in gölü ve doğasıyla dört mevsim turizm faaliyetlerine uygun olması</p> <p>UNESCO Dünya Mirası geçici listesine girmesi</p> <p>Uluslararası su sporlarının yapılması</p>
Tehditler	<p>Ekonomik açıdan kaynak yetersizliği</p> <p>Politikanın çok fazla gündemde olması</p> <p>İznik'te turizm faaliyetlerinin engellendiğinin düşünülmesi</p> <p>İznik antik kalıntılar üzerine oturduğu için sürekli tahribata uğraması</p> <p>Diğer şehirlerdeki inanç merkezlerine yönelik turistik ürün bilincinin artmasının rekabet edilebilirliği güçleştirmesi</p>

TARTIŞMA SONUÇ ve ÖNERİLER

İzmit'in inanç turizmindeki mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulduğu bu çalışmada, GZFT yaklaşımından faydalanarak stratejik bir analiz yapılmıştır. Buna göre, İzmit'te inanç turizminin güçlü yönleri kutsal ve kültürel değerlerinden kaynaklanırken; zayıf yönleri ise Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığından ve halk ve yerel yönetimde inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, İzmit'te inanç turizmine yönelik fırsatlar kendine özgü değerlerinden ve ön plana çıkmasını sağlayacak imkânlarından oluşurken; tehditler ise turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesinden ve rekabet edebilirliğinin zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenlerle, paydaşların İzmit'te inanç turizminin geliştirilmesi açısından önerileri; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi, İzmit'te turistlerin daha fazla vakit geçirebileceği imkânların sağlanması, Hristiyanlık'a ait değerlere daha fazla saygı duyulması ve inanç turizminin gelişmesine yönelik iş birlikleri ve çalışmalara ağırlık verilmesi yönündedir. Bu sonuçlar, İzmit'te inanç turizmine yönelik çeşitli kritik yönleri göstermekte ve bu konuda atılacak adımlar için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

İzmit'in inanç turizminde güçlü yönlerini oluşturan özellikle; Konsil, Hristiyanlık, Cami, Ekümenik ve Kiliselerin inanç turizmine hizmet edebilmesi için fırsatların değerlendirilmesi, tehditlerden kaynaklanan olumsuz etkilerin ise azaltılması gerekmektedir. İzmit'in güçlü yönlerine katkıda bulunan fırsatlarını çoğunlukla, tesbih yapım atölyeleri ve ilçeye yönelik Türk Hava Yolları'nda yapılan tanıtımlar oluşturmaktadır. Tesbihin İslamiyet'te tevhit inancını pekiştiren bir âdet olması, tesbihin turistik bir ürün olarak sunulma ihtiyacını doğurmaktadır. Erzurum, Yozgat ve Düzce şehirlerindeki Oltu taşından veya gümüş işlemeciliğinden yapılan tesbihlerin üretim farklılıkları dikkate alındığında, İzmit'te Kehribar ve Kuka ham maddeleri ile yapılan tesbih sanatı, turistlerin tercih ve ihtiyaçlarının da dikkate alınmasıyla stratejik planlama süreçlerine entegre edilebilir. Bununla birlikte, Bursa başta olmak üzere çevre illere gelen turistlerin geldikleri ülkelerin pazar profilinin incelenmesi ve potansiyel turistlerin ihtiyaçlarının anlaşılmasıyla THY'de İzmit'e yönelik yapılan tanıtım avantajlarından yararlanılabilir.

Turizme yönelik faaliyetlerin engellenmesi başta olmak üzere; çeşitli politikalar, zihniyet ve yetersiz tanıtımdan kaynaklanan tehditlerin, İzmit'te inanç turizmini olumsuz bir şekilde etkilediği anlaşılmaktadır. İzmit'in Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığı ile yerel yönetim ve halkın inanç turizmi konusunda yeterince bilinçli olmaması gibi zayıf yönler, rakip şehirlerin nispeten daha güçlü olması gibi tehdit faktörlerini güçlendirmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, özellikle İzmit'in turistler açısından daha erişilebilir olması için sağlanacak ulaşım imkânları, tehdit faktörlerinin azalmasında kritik bir faktördür. Diğer taraftan İzmit Belediyesinin düzenlediği festival, şenlik ve sempozyum gibi etkinliklerde, inanç turizmine dikkat çekecek konulara yer verilmesi, kültürel ve kutsal değerlere yönelik farkındalık yaratılmasına katkıda bulunabilir. Özellikle İzmit'le birlikte, ekümenik konsillerin yapıldığı İstanbul, Efes ve Selçuk ilçelerine yönelik İzmit'in rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi için yapılacak çalışmalar oldukça önemli görülmektedir.

İzmit'te inanç turizmi, ilçenin güçlü yönlerini oluşturan Ekümenik Konsiller, İzmit Gölü, Çinicilik Sanatı, Surlar, Camiler, Türbeler ve Müzeler gibi İzmit'e özgü kutsal ve kültürel değerler etrafında şekillenmektedir. Zengin kutsal değerlerin inanç turizminin güçlü yönlerini oluşturduğu benzer bulgular Tapur'un (2009) çalışmasında Konya, Khlaikaew'in (2015) çalışmasında Tayland ve Bulai, Eva ve Rosu'nun (2016) çalışmasında ise Semerkand -İmam El Buhari Türbesi- için ortaya konulmuştur; bu çalışmada farklı olarak yerel yönetimin turist sayısını artırmak için oldukça istekli olduğu ve buna yönelik çalışmalar yapıldığı ifade edilmiştir. İzmit'in zayıf yönü olarak ortaya çıkan konaklama tesislerindeki yetersizlik, inanç turizmi potansiyelinin bulunduğu yerlere yönelik yapılan benzer çalışmalarda da -Antakya, Kilis ve

Midyat örneğinde olduğu gibi- görülmektedir (Eykay, Dalgın ve Çeken, 2015; Harunoğulları, 2016; Demircan ve Çeken, 2022). Özellikle, Usta'nın 2005 yılı çalışmasında İznik'te inanç turizmi açısından konaklama imkânlarında görülen yetersizliğin bu çalışmada da ifade edilmesi, bu konunun stratejik planlamalarda üzerinde önemle durulması gerektiğini göstermektedir. Bununla birlikte, kutsal değerlerin bulunduğu yerlerde görülen yetersiz konaklama imkânları Meksika'da en çok ziyaret edilen kutsal alanlardan biri olan *Izamal* için de ortaya konulmuştur. Çalışmada, bölgenin doğal ve altyapı imkânlarının yeterli olmadığı ve turistlerin konaklama için yakın yerleşim yerlerine gitmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu durum ise *Izamal*'i yalnızca birkaç saat geçirilebilen ve nadiren konaklamanın yapıldığı ikincil bir destinasyona dönüştürmektedir (Alvarado-Sizzo, Frejomil ve Crispin, 2017).

İnanç turizminin geliştiği bölgelerde aynı zamanda altyapı ve üstyapı imkânlarının da sağlanması ilgili bölgenin turizm açısından rekabet edilebilirliğini güçlendirmektedir. Bu nedenle, İznik'in kendine özgü kültürel miras ve kutsal değerlerinden faydalanması ile bölgede turizmin sürdürülebilir kılınması ve kalkınma koşullarının iyileştirilmesi mümkün görünmektedir. Bunun yanı sıra, Kalkınma Bakanlığı'nın (2018) Türkiye'nin alternatif turizm çeşitlerine yönelik yaptığı mevcut durum analizinde, turizm çeşitlerine yönelik mevzuatın bulunmaması dolayısıyla uygulama, hibe ve desteklerin amacına tam olarak ulaşmadığı görülmektedir. Özellikle kurumlar arası yaşanan çekişmeler ve Kültür ve Turizm İl Müdürlüklerinde tecrübe ve bilgi açısından yaşanan yetersizlik yerelde yatırımların etkin yönetilmemesine yol açmaktadır. Diğer taraftan '*Dördüncü Dünya Göçebe Oyunları*'nın İznik'te yapılmış olması, İznik Gölü'nde uluslararası su sporlarının yapılması ve İznik'in UNESCO Dünya Mirası geçici listesine girmesi gibi fırsatların değerlendirilmesi ve yapılacak küçük çaplı yatırımlar ile zayıf yönlerin önemli bir kısmının aşılabilmesi mümkün görünmektedir.

Kutsal yerlerin uluslararası açıdan tanınması ve korunmasına yönelik faaliyetler sürdürülebilirlik kapsamında atılabilecek önemli adımlardan biridir. Örneğin, Mısır'da bulunan en eski Hristiyan manastırlarından biri olan UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak belirlenen *Aziz Catherine Manastırı*'ni ziyaret edenler geçmişte yalnızca hacılardan oluşurken, dünya mirası listesine girdikten sonra ise bilimsel ilgi ve meraktan gelen turistlerden oluştuğu görülmektedir (whc.unesco.org/en/list; www.sinaimonastery.com). Bulgularda vurgulanan ekonomik açıdan kaynak yetersizliği ise Tapur'un (2009) Konya'ya yönelik yaptığı çalışmada da görülmekte; kültür ve tabiat varlıklarını korumaya yeter bir ekonomik imkânının bulunmayışı vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra, siyasetin turizm faaliyetlerinde çok fazla gündemde tutulması ve faaliyetlerin engellendiğinin düşünülmesi, inanç turizminin gelişmesine yönelik önemli tehdit unsurları olarak ifade edilmektedir. Benzer bir bulgu, Khlaikaew'in (2015) çalışmasında da görülmekte; siyasetin olumsuz etkisinin ötesinde, yönetim politikalarının sürekli değiştiği ve planlamaların bu nedenle tamamlanamadığı üzerinde durulmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, İznik'te inanç turizmi, bölgeye yapılan günübirlik ziyaretler ve turizmin yerel kalkınma üzerinde düşük bir etki yaratması ile ifade edilebilir. İznik'te inanç turizminin geliştirilmesine ilişkin uzun vadeli planlamalara dâhil edilmemiş oldukça değerli kutsal eserlerin olduğu anlaşılmaktadır. Dinlerin veya kutsal eserlerin çeşitliliğinin anlaşılması ve saygı gösterilmesi turizmin sürdürülebilir kılınması için dikkat edilmesi gereken kilit unsurlardır. Özellikle İznik Konsili, Hristiyan âleminin çok sayıda bölünmeyle henüz parçalanmadığı bir zamanda yapıldığından, İznik Konsili ortak Hristiyan inancının temeli hâline gelmiştir. Konsilin inancı, günümüzde hâlâ bütün Hristiyan kiliselerini ve Hristiyan dinî topluluklarını birleştirmektedir. Bu nedenle, 325 yılında İznik'te gerçekleşen ilk ekümenik konsilin 1.700'üncü yıldönümü olan 2025 yılı, İznik'in inanç turizmi açısından ön plana çıkmasında oldukça önemli bir fırsat olarak değerlendirilmelidir (www.vaticannews.va). Bununla birlikte, inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak çalışmalarda, sürdürülebilir

kalkınma hedeflerinin genel özellikleri ve sosyoekonomik yönlerin dengeli bir şekilde geliştirilmesiyle turizmde sürdürülebilirliğin teşvik edilebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu doğrultuda, sektörün ve yerel yönetimin inanç turizmi açısından kilit paydaşları belirlemesi ve inanç turizminin yönetiminde bu paydaşların katkılarına öncelik vermesi gerekmektedir.

İzmit'te inanç turizmine yönelik temel öncelikleri ortaya koyan bu çalışma, yalnızca turizm sektörünü temsil eden yerel paydaşların katılımıyla yürütülmüştür. Gelecek çalışmalarda, özellikle inanç turizmine yönelik bilgi ve tecrübe sahibi olan çeşitli sektör temsilcileri, yerel halk ve turistlerin dâhil edildiği bir katılımcı grubu ile daha kapsamlı sonuçlara ulaşılabileceği muhtemeldir. Bunun yanı sıra, GZFT analizi stratejik analizlerde yaygın bir şekilde kullanılsa da tek başına kullanılması yüzeysel sonuçlara yol açabilmektedir. Bu nedenle, GZFT'nin her faktörüne ilişkin göreceli önemin belirlenmesini sağlayan ve Saaty (1995) tarafından geliştirilen Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) kullanılarak analizin desteklenmesi faktörlerin daha sağlıklı bir şekilde belirlenmesini kolaylaştıracaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurulundan 22.07.2022 tarih ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Acun Köksalanlar, A. (2024). Turist Rehberleri Gözünden İzmit Turizminin Swot Analizi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1): 187-200.

Akman Dömbekci, H. ve Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2): 141-160.

Alvarado-Sizzo, I., Frejomil, E. P. and Crispín, Á. S. (2017). Religious Tourism in Southern Mexico: Regional Scopes of the Festival of the Immaculate Conception, *Geoforum*, 83: 14-25.

Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, Özel sayı 1: Ö395-Ö407.

Başer, F. ve Başçı, A. (2013). İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19): 423-443.

Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101.

Bulai, M., Eva, M. and Rosu, L. (2016). Analysis of Tourism Features and Development Strategy for Memorial Complex "Imam Al Bukhari Mausoleum", Samarkand Region, Uzbekistan, *Tékhné*, 14(2): 134-143.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations, *Annals of Tourism Research*, 37(2): 440-456.

Çarıkcı, K., Meral, H., Berkil, S., Çalışır, A., Önala, L. ve Arslan, Ö. (2024). Nitel Araştırmalarda Tematik Analiz, *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 10(37): 127-140.

Çavuş, A. (2012). İnanç Turizmi İşleviyle Gelişmekte Olan Haçka Yaylası, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28): 215-229.

Demircan, Ş. ve Çeken, H. (2022). İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği, *TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1): 75-92.

Dikici, E. ve Sağır, A. (2012). Antalya'da İnanç Turizminin Sosyolojik Çözümlemesi: Demre-Myra Örneği, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1): 35-43.

Eyice, S. (1988). *İznik: Tarihçesi ve Eski Eserleri*. İstanbul: Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayını.

Eykay, İ., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2015). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi, *Journal of Life Economics*, 2(2): 59-74.

Fortin, M. F., Côté, J. and Filion, F. (2009). *Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação*. Loures: lusodidacta.

Guba, E. G. (1981). Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries, *Educational Communication and Technology Journal*, 29(2): 75-91.

Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in İnanç Turizmi Potansiyeli ve Kutsal Mekânları, *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(21): 177-210.

Hashemi, N. and Ghaffary, G. (2017). A Proposed Sustainable Rural Development Index (SRDI): Lessons from Hajj Village, Iran, *Tourism Management*, 59: 130-138.

<https://tga.gov.tr/>; <https://antalya.goturkiye.com/tr/gor> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

<https://tga.gov.tr/>; <https://faith.goturkiye.com/tr/anadoludaki-ekumenik-konsiller> [Erişim Tarihi: 01.02.2024].

<https://tga.gov.tr/>; <https://siirt.goturkiye.com/tr/gor> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

<https://whc.unesco.org/en/list/954/documents/> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

https://whc.unesco.org/en/tentativelists/?action=listtentative&pattern=t%C3%BCrkiye&date_start=&date_end= [Erişim Tarihi: 01.02.2024].

<https://www.sinaimonastery.com/index.php/en/> [Erişim tarihi: 02.09.2022].

<https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2021-01/cardeal-kurt-koch-sinodalidade-1700-anos-concilio-niceia.html> [Erişim tarihi: 4.09.2023].

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10173/inanc-turizmi.html> [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Hughes, K., Bond, N. and Ballantyne, R. (2013). Designing and Managing Interpretive Experiences at Religious Sites: Visitors' Perceptions of Canterbury Cathedral, *Tourism Management*, 36: 210-220.

Iliev, D. (2020). The Evolution of Religious Tourism: Concept, Segmentation and Development of New Identities, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45: 131-140.

İznik Belediyesi, (2024). *Fotoğraf Arşivi*.

Kajanus, M., Kangas, J. and Kurttila, M. (2004). The Use of Value Focused Thinking and the A'WOT Hybrid Method in Tourism Management, *Tourism Management*, 25(4): 499-506.

- Khlaikaew, K. (2015). The Cultural Tourism Management Under Context of World Heritage Sites: Stakeholders' Opinions between Luang Prabang Communities, Laos and Muang-kao Communities, Sukhothai, Thailand, *Procedia Economics and Finance*, 23: 1286-1295.
- Lin, C. P. (2021). The Saliency of Stakeholders in Religious Tourism: A Case Study of the Dajia Mazu Pilgrimage, *Annals of Tourism Research*, 86: 103091.
- Nolan and Nolan, (1992). Religious Sites as Tourism Attractions in Europe, *Annals of Tourism Research*, 19(1): 68-78.
- Nyaupane, G. P., Timothy, D. J. and Poudel, S. (2015). Understanding Tourists in Religious Destinations: A Social Distance Perspective, *Tourism Management*, 48: 343-353.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı, *Turkish Studies-Social*, 15(5): 2611-2628.
- Özgen, N. (2013). Siirt'in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27): 251-272.
- Pesonen, M., Kurttila, M., Kangas, J., Kajanus, M. and Heinonen, P. (2001). Assessing the Priorities Using A'WOT Among Resource Management Strategies at the Finnish Forest and Park Service, *Forest Science*, 47(4): 534-541.
- Puyt, R. W., Lie, F. B. and Wilderom, C. P. (2023). The Origins of SWOT Analysis, *Long Range Planning*, 56(3): 102304.
- Raj and Morpeth, (2007). *Religious-Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Wallingford, Oxfordshire: CABI Publishing.
- Saaty, T. L. (1995). Transport Planning with Multiple Criteria: The Analytic Hierarchy Process Applications and Progress Review, *Journal of Advanced Transportation*, 29(1): 81-126.
- McManus, P. (2005). Managing Sacred Sites; Service Provision and Visitor Experience, *Material Religion*, 1(3): 428-429.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2018). *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). Turizm. Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). *İzmit Tanıtım Broşürü*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi, *Journal of International Social Research*, 2(9): 473-492.
- Tuckett, A. G. (2005). Applying Thematic Analysis Theory to Practice: A Researcher's Experience, *Contemporary Nurse*, 19(1-2): 75-87.
- UNESCO (2008). IUCN, World Heritage and Protected Areas. An Initial Analysis of the Contribution of the World Heritage Convention to the Global Network of Protected Areas Presented to the 32nd Session of the World Heritage Committee, in July 2008, Québec City, Canada.
- Usta, K. M. (2005). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İzmit'in Değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Vaismoradi, M., Turunen, H. and Bondas, T. (2013). Content Analysis and Thematic Analysis: Implications for Conducting a Qualitative Descriptive Study, *Nursing & Health Sciences*, 15(3): 398-405.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2015). First UNWTO International Conference on Spiritual Tourism for Sustainable Development, 21-22 November 2013, Ninh Binh Province, Viet Nam, Madrid.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2023). *International Tourism Highlights-2023 Edition, The Impact of COVID-19 on Tourism (2020-2022)*. Spain: World Tourism Organization (UNWTO).
- World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2023). *Travel & Tourism: Economic Impact 2023. World factsheet*. WTTC.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, A. İ. (2022). İnanç Turizmi Bakış Açısıyla Evliya Çelebi'nin Bursa Seyahati, *Turkish Studies - Social*, 17(6): 1287-1308.
- Yu, L. and Huimin, G. (2005). Hotel Reform in China: A SWOT Analysis, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2): 153-169.
- Zaman, M. (2010). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Sumela (Meryamana) Manastırı, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2): 1-24.
- Zhang, X. (2012). Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis, *Energy Procedia*, 16: 1295-1299.