



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

TÜRKİYE İNANÇ TURİZMİNDE ZENGİNLEŞEMEMİŞ BİR ÜRÜN: YEDİ KİLİSELER

Sinem KUNT^a

Bilgehan GÜLCAN^b

^aGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (sinemkunt@gazi.edu.tr)

^bGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (bgulcan@gazi.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

31.03.2017

Accepted:

10.04.2017

Anahtar Kelimeler:

Yedi kiliseler
İnanç turizmi
Zenginleştirilmiş ürün
Destinasyon imajı

Keywords:

Seven churches
Religious tourism
Augmented product
Destination image

ÖZ

Türkiye'deki zengin varlık potansiyeline rağmen inanç turizmi, Türkiye'deki turistlerin geliş amaçları arasında son sırada yer almaktadır. Türkiye inanç turizmi için önemli bir potansiyele sahip yerlerden biri, Ege Bölgesinde bulunan ve Hıristiyan teolojisinde önemli yeri olan Yedi Kiliseler Ören Yerleri, yüksek turizm potansiyeline rağmen zenginleştirilmiş bir ürün durumunda değildir. Bu çalışmanın amacı, Yedi Kiliseler Ören Yerleri'nin turizm potansiyelini ortaya koymak, ürün analizini yapmak ve ürün zenginleştirmesine yönelik öneriler getirmektir. Araştırma literatür taramasına dayanarak içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuca göre Yedi Kiliseler Ören Yerleri'nin; çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve etkinliklere ait olumlu özelliklere sahip olduğu görülürken, diğer taraftan imaj konusunda eksikliklerin olduğu düşünülmektedir. Çalışmada etkili imaj oluşturmak için öneriler sunulmuştur.

ABSTRACT

Despite the wealthy asset potential in Turkey, religious tourism is the last place among the tourists' arrival goals in Turkey. One of the places where Turkey has an important potential for religious tourism is the Seven Churches, located in the Aegean region and having an important place in Christian theology. Seven Churches Ruins, which are currently subject to a certain visitor demand, are an unaugment product despite the high tourism potential. The aim of this study is to reveal the tourism potential of the Seven Churches Ruins, to make product analysis and to make proposals for product augment. The research was carried out by content analysis method based on literature review. According to the result obtained, despite the fact that the Seven Churches Ruins have positive characteristics of attractiveness, accessibility, tourism establishment and activities, it is thought that there are some deficiencies about the image from the other side. In the study, suggestions were presented to create an effective image.