

İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA HACI BEKTAŞ VELİ DERGÂHINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA*

İbrahim ÇİFÇİ**
Orhan AKOVA***

Öz

Araştırmada temel olarak Hacı Bektaş Veli Dergâhını ziyaret eden turistlerin, bölgedeki turistik işletmeler tarafından sağlanan hizmetlere yönelik tatmin düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada, turistlerin inanç merkezini ziyaret motivasyonları, tekrar ziyaret niyetleri ve yakınlarına tavsiye edip etmeyecekleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun yanında, çalışmanın diğer önemli bir amacı, Hacı Bektaş Veli turizm merkezi inanç turizmi haritasının ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmada veri toplamak amacıyla anket tekniği uygulanmıştır. Anket formu, literatür taraması, akademisyenler ve inanç temsilcileriyle görüşülerek oluşturulmuştur. Bölge yerel halk ve müze çalışanları ile gezilerek fotoğraflanmış ve “Google Earth” programından yararlanılarak basit bir inanç turizmi merkezi haritası oluşturulmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların çoğunluğunun genç ve orta yaşlı bireylerden oluştuğu, “Mekânın Fiziki Özellikleri” açısından tatmin düzeyinin düşük olduğu ve ziyaretçilerin Hacıbektaş’ı, kültürel motivasyonun yanı sıra, esas olarak ruhani motivasyonlar ile ziyaret ettikleri saptanmıştır. Ayrıca, katılımcıların neredeyse tümünün bölgeyi yakın çevrelerine tavsiye edecekleri, tekrar ziyaret etmek niyetinde oldukları ve düzenlenen anma etkinliklerinin kendilerinin tekrar bu inanç merkezine gelmek istemeleri üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, Bektaşilik, Hacıbektaş ve Hacı Bektaş Veli Dergâhı.

A RESEARCH TOWARDS HACI BEKTAS VELI DERVISH LODGE UNDER THE SCOPE OF FAITH TOURISM

Abstract

The aim of this study is to review the satisfaction levels of tourists who benefit from the services of touristic businesses located around Hacı Bektaş Veli Dervish Lodge. Moreover, the study tries to explore why tourists visit this area, if they would like to revisit the place and if they recommend their family and friends to visit it. For this purpose, a questionnaire was designed by literature review and by talking the individuals who have sufficient information about the area. Furthermore, it was planned to design religious map of Hacı Bektaş Veli tourism. This region was shown around by locals and museum workers and it was photographed.

* Makalenin Geliş Tarihi: 26.02.2016, Kabul Tarihi: 13.10.2016

** Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul/Türkiye, ibrhlm.cifci@istanbul.edu.tr

*** Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul/Türkiye, oakova@istanbul.edu.tr

A basic religious map of the area was prepared with the help of “GoogleEarth” program. Results of the questionnaire indicate that participants visited the Hacı Bektaş Veli Dervish Lodge for cultural reasons rather than spiritual reasons. Most of the participants are young and in their middle ages. It was also found that satisfaction level is low among the participants in terms of the physical conditions of the place. Additionally, most of the participants stated that they will recommend the region to their family and friends. Responses show that Hacı Bektaş Veli commemoration ceremonies have a positive effect on the participants’ willingness to visit the place again.

Keywords: Faith tourism, Bektaşilik, Hacıbektaş region and Hacı Bektaş Veli Dervish Lodge.

1. Giriş

İnsanlar, tarih boyunca inançları gereği kutsal mekânları ziyaret etmiştir. Günümüzde ise bu mekânlar farklı inançlara mensup insanlar tarafından da ziyaret edilmektedir (Kreiner vd., 2013: 105). Kotler vd., (2008: 9) bu durumun Avrupa’da yaşanan Rönesans akımı ile gelişen hümanizm ve sekularizm hareketlerin bir sonucu olduğunu öne sürmektedir. Romantik ve egzotik hikâyelere sahip destinasyonların bu şekilde tarih boyunca ziyaretçi akınına uğramış olması turizmin gelişimine etki eden unsurlardan biri olmuştur (Shackley, 2006: 6; Norman, 2004: 11; Blacwell, 2007: 35-47). Nitekim günümüz dünyasında gelişim imkânı bulan, etnik ve miras turizminin en yaygın ve modern biçimi olarak nitelendirilen inanç turizmi, toplumların yaşam biçimleri, ibadet şekilleri, dilleri, müzikleri ve el sanatları gibi birçok etnik değerlerin korunması bilincini geliştiren bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Nyau-pane ve Timothy, 2009: 33). İnanç seyahatlerinin turizm ile ilişkili bir hal alması ise, bu seyahatlerin sosyal ve ekonomik boyutlarının da incelenmesine neden olmuştur. Ekonomik açıdan incelendiğinde, inanç kapsamında yapılan bu seyahatler gidilen bölgeye gelir kaynağı oluştururken (Kozak vd., 2000: 81) sosyal açıdan, aynı amaçlarla farklı milliyetlere sahip insanların ortak bir kültürde buluşmasını sağlayarak, ziyaretçi ve yerel toplum arasında empati kurulmasına zemin oluşturmaktadır (Cornille, 2010: 107-122; Şahiner, 2012: 27).

Her geçen gün uluslararası turizme katılanların sayısı artmaktadır. 2014 yılında uluslararası turizme katılan kişi sayısı 1.035 milyon kişiye ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, ziyaret amaçlarına göre turistlerin %27’lik bir kısmının sağlık sorununu çözmek ve inancı gereği seyahat ettiği görülmektedir. Özellikle dünya turizm hareketlerinde 2009 yılında bir daralma yaşanmasına rağmen inanç nedenli seyahatlerin bu durumdan etkilenmediği görülmüştür. Şahiner (2012: 30) bu durumun temel sebebinin insanların dini seyahatleri bir lüks değil, gereklilik olarak görmesinden kaynaklandığını belirtmektedir. Dünya Turizm Örgütünün tahminlerine göre 2010-2020 yılları arasında turizm hareketlerinde her yıl için %3,8’lik bir büyüme beklenmektedir (ITB World Travel Trends Report 2014/2015: 6). Bu nedenle, inanç turizmine yö-

nelik seyahat eden turistlerin öneminin ileriki yıllarda daha fazla artacağını söylemek mümkündür (UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition, 2014: 14).

Uluslararası turizm pazarında önemli bir arz potansiyeline sahip olan Türkiye’de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde son yıllarda geliştirilen alternatif turizm politikaları, birçok turistik ürünün gelişimine hız kazandırmıştır (Hacıoğlu ve Tekin, 2014: 47-61). Emekli (2006: 58) çalışmasında özellikle turizmin geliştirilmesi kapsamında Türkiye’deki müze ve ören yerlerinin, Türk dönemi eserlerinin, el sanatlarının, Türk mutfağının, müzik-dans ve özel gün kutlamaları gibi birçok ülkeye özgü değerlerin turizm açısından kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, turizmin gelişimi açısından ülkeye özgü kültürel varlıklar hakkında turizm odaklı araştırmaların yapılması, kaynakların doğru kullanılması açısından son derece önem taşımaktadır (Çeken, 2008: 298-299). Türkiye’de yer alan inanç odaklı kültürel zenginlikler Türkiye turizminin gelişimi açısından alternatif turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Petroman vd., (2011: 492) inanç seyahati yapan turistlerin %26,7’sinin müzeleri, %20,6’sının kırsal arkeolojik alanları ve %25,9’nun ise dini festival organizasyonlarına katıldığını belirlemiştir. Bu bağlamda, Anadolu topraklarında yüzyıllardır varlığını korumuş olan Bektaşilik inancı ve Bektaşiliğe ait öğretilerin gerçekleştirildiği Hacı Bektaş Veli Dergâhının günümüzde bir müze olarak kullanılması, bölgede her yıl çeşitli geleneksel anma törenlerinin yapılması ve Nevşehir’in önemli bir kırsal arkeolojik alana sahip olması gibi nedenler, Bektaşiliğe ait mabetlere (tekke, dergâh, ocak, vb.) yapılacak ziyaretlerin inanç turizmi açısından önemini arttırmaktadır. Bektaşi turizminin geliştirilmesinin, Türkiye’deki kültürel kaynakların turistik ürüne dönüştürülmesine ve Bektaşilik gibi önemli bir öğretinin tüm insanlık tarafından öğrenilmeye devam edilmesine katkı sağlayabileceği söylenebilir. Bu nedenle Hacibektaş inanç turizmi merkezinin turizm açısından incelenmesi, merkezi ziyaret edenlerin görüşlerinin, ziyaret motiflerinin, hizmet aldıkları turizm işletmelerine yönelik memnuniyet düzeylerinin, tekrar ziyaret niyetlerinin ve yakınlarına tavsiye edip etmeyeceklerinin bilinmesi merkezin turizm gelişiminin iyileştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Şimdiye kadar araştırmacılar tarafından bu inanç merkezinin turizm boyutuyla ele alınmamış olması da bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu araştırmada, Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Hacibektaş’taki diğer ziyaret yerlerini ziyaret eden turistlerin, mekân ve bölgede hizmet sunan turizm işletmeleri tarafından sağlanan hizmetlere yönelik tatmin düzeyleri ortaya konulmak istenmiştir. Ayrıca, turistlerin inanç merkezini ziyaret motivasyonlarının ne olduğu araştırılmış ve demografik özellikler, turistlerin tekrar ziyaret niyeti, yakınlarına tavsiye edip etmeyecekleri, turistlerin bölgeye geliş sayısı, kalış süreleri, inanç gereği ziyaret eden turistler ile tur programı nedeni ile ziyaret eden turistlerin bölgede sunulan hizmetler için tatmin düzeyi arasında ve etkinliklere katılım ile Hacı Bektaş Veli Der-

gâhını ziyaret etme sayısı arasında ilişki olup olmadığı ortaya konmaya çalışılmıştır. İleride yapılması muhtemel Bektaşî turizmi araştırmaları için ise, Bektaşilik ile ilgili bilgi sunularak inanç turizmi literatürüne katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Bu nedenle, Hacı Bektaş Veli Dergâhı ve Hacıbektaş'taki diğer ziyaret yerleri yerel halk ve müze sorumluları ile gezilerek Hacıbektaş inanç turizm merkezi haritası çıkarılması amaçlanmıştır. İnanç turizmi açısından önemli mekânlardan bazıları fotoğraflanmış ve metin içinde verilmiştir.

2. Literatür

İnanç turizmi, insanların yaşadıkları yerlerin dışına, dini inançlarına ilişkin ritüelleri gerçekleştirmek ve inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları seyahat hareketleri olarak tanımlanmaktadır (Artun, 2014: 1). Blackwell (2007: 35-47) insanların rituel olarak içsel duygular ile yapmış olduğu tüm seyahatlerin inanç turizmini oluşturduğunu belirtmiştir. Pusztai (2004: 104) Hıristiyan Katolikler üzerinde yapmış olduğu bir çalışmada hac ibadetini yapan bireylerin aynı zamanda destinasyondaki fiziki imkânlardan yararlanmasından dolayı onların da turist olarak nitelendirilebileceklerinden bahsetmiştir. Turner ve Turner (1978: 20) ise turistin yarı hacı, hacıların da yarı turist olduğunu ifade etmiştir. Ancak, Doğaner (2009: 399) çalışmada, din ve turizm arasındaki bağlantının “hac” olduğunu belirtmekte ve inanç turizmi din turizmi olarak adlandırılrsa bile her inancın dine dönüşmemesi sebebiyle inanç ve din kavramlarının birbirlerinden farklı olduğunu belirtmektedir. Bu görüşler ışığında, inanç turizminin ilgi alanının hac turizminden daha geniş bir anlam taşıdığı söylenebilir.

Tüm bunların ötesinde hac ziyareti amacıyla yapılan seyahatler ile inanç kavramı amacıyla yapılan ziyaretler arasında küçük bir anlam farkı bulunmaktadır. Hac ziyareti, dinlerin gereği olarak yapılmakta ve hac mekânları dinler tarafından ilan edilerek, müritleri tarafından ziyaret edilmektedir. İnanç turizmi ise, günümüzde geleneksel hac ziyaretlerinin ötesine geçerek modern ve antik kültürün bilişsel olarak bir araya gelmesiyle entelektüel bir dayanak noktasına sahip olmuş ve bu sayede önemini giderek artırarak dini merkezlerin turistik tur programlarında yer alması ile başlamıştır (Aktaş ve Yakın, 2007: 171). Bu nedenle, içgüdüsel ve ruhani sebeplerle yapılan dini seyahatler “hac”, merak güdüsüyle yapılan inanç seyahatleri ise “kültür turizmi” başlığı altında değerlendirilmiştir (Coltman, 1989: 44-45; Toskay, 1993: 156; Tunç, 1998: 24; Richards, 2001:23; Kızıllırmak ve Kurtuldu, 2005: 102). Emekli (2006: 52) coğrafi ve kültürel farklılıklara sahip destinasyonların farklı insanlar tarafından ziyaret edilmeye başlamasının temel sebebini, ulaşım ve iletişimdeki gelişmeler ile küçülen dünyada insanların farklı yeni yerleri tanıma ve eski kültürleri keşfetme arzularından kaynaklandığını belirtmektedir. Benzer şekilde, Çetin (2015: 56) tarihsel süreç içerisinde coğrafi bir alanda insan ve çevre etkileşiminin bir neticesi olarak ge-

ları tarihi ve etnik yapılarının zenginliği nedeniyle ziyaret etmektedir. Bu bağlamda A noktasından E noktasına yaklaştıkça gerçekleşen seyahatlerin gezip-görme olarak değerlendirilebilecek olmasının temel sebebinin seyahate ilişkin motivasyon unsurunun entelektüel kaynaklı olduğu görülmektedir.

İnanç turizmine katılan turistler de diğer turistlerden farksız olarak rahat bir konaklama imkânına sahip olmak, iyi bir akşam yemeği yiyebilmek gibi turizm işletmelerinin sunduğu farklı birçok hizmetten yararlanmak istemektedir (Rundquist, 2010: 43). Yapılan bu yolculuklar gidilen destinasyonda turizmin gelişmesine ve ülke bazında 12 aya yayılmasına katkı sağlanmaktadır (Poria vd., 2003: 340-341). Gil ve Curiel (2008: 421) çalışmalarında bu durumun medya araçlarının gelişmesi ve sinobizm etkisinin yayılması ile birlikte artış göstereceğini belirtmişlerdir. Kaelber (2006: 3) ise çalışmasında, farklı bir öge olan turistik amaç ile hazırlanmış rehber kitapların, inanç turizmi için yeni mekânların araştırılmasına ve keşfedilmesine imkân yaratacağının önemi üzerinde durmuştur. İnanç turizminin yaratmış bulunduğu temel seyahat harcamalarının yanı sıra turistlerin organize turlar, rehberli turlar, rehber kitaplar ve hediyelik eşya gibi ürünlere harcama yapmaları, farklı iş imkânlarının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Digance, 2006: 40). Gil ve Curiel (2008: 427-430) inanç turizminin dolaylı olarak yaratmış bulunduğu sektörleri şu şekilde sıralamaktadır: Sağlık hizmetleri, çevre koruma hizmetleri, yangın koruma hizmetleri, çevre düzenleme ve temizlik hizmetleri, güvenlik hizmetleri ve araç park hizmetleri. İnanç gereği seyahatlerin yapılmasının ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarının incelenmesi gereği bu alanı ayrıca önemli bir inceleme konusu haline getirmiştir (Clarke vd., 2012: 5).

İnanç turizminin ekonomik getirisinin bazı ülkelerin GSMH'de yadsınamayacak derecede önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Suudi Arabistan'ın petrolden sonraki en önemli ekonomik kaynağını hac ziyaretinden elde edilen gelirler oluşturmaktadır. Suudi Arabistan'ı sırasıyla İsrail, İtalya, İngiltere, İrlanda, Mısır ve Yunanistan takip etmektedir. İnanç turizmi doğrultusunda belirli destinasyonlara yapılan ziyaretlerde, ziyaretçilerin harcama oranlarının 1,500-3,000 dolar arasında değişim gösterdiği, ziyaretçilerin konaklama gün sayısının ise 8-14 gün arasında değişim gösterdiği bilinmektedir (Turan, 2012: 61-62). İnanç turizminin sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerinin yanı sıra önemli çevresel etkileri de bulunmaktadır. Uygun olmayan turist davranışları, kalabalık turist akını ve inanç ritüellerinin ticarileştirilmesi gibi temel nedenler, fiziksel ve sosyal olarak mekânın değerini kaybetmesine neden olabilmektedir.

İsrail'de semavi dinler açısından önemli bulunan üç farklı mekânda (Hayfa Bahai Bahçeleri, Kudüs'te Mormon Merkezi ve Kudüs'teki Nazareth Müjde Kilisesi ve Camii) yapılan araştırmada mekânların fiziksel karakteristik özelliklerinin ve

fiziksel planın ziyaretçiler açısından önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Kreiner vd., 2013: 106). Tok (2005: 43) özellikle Türkiye’de kültür turizminin gelişimi açısından müzelerin ziyaret edilebilirliğinin artırılması için ulaşım hizmetlerinin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Benson (2013: 109) ise, Nijerya’da yapmış olduğu araştırmasında bölgeyi ziyarete gelen turistlerin %94’nün tekrar gelmek istediğini belirtmiştir; ancak, %40,8’i gerekli altyapının bulunmaması sebebiyle bölgede kalış süresinin 24 saatin altında gerçekleştiğini belirtmiştir. Bu durumun yanı sıra, inanç turizmine katılan turistlerin demografik özelliklerine bakıldığında; cinsiyet ayrımında farklılıkların pek bulunmadığı bilinmektedir. Hedef kitlenin ise, 3. yaş grubu olduğu öngörülmektedir (Turan, 2012: 99). Farklı çalışmalarda 65 yaş ve üzeri yaş grubundaki bireylerin genellikle müzeleri ve tarihi miras alanlarını ziyaret ettikleri vurgulanmaktadır (Kotler vd., 2008: 99; Kelly vd., 2003: 33). İnanç turizmi ile ilgili kültürel miras alanlarının ziyaret edildiği göz önünde bulundurulduğunda bu sav güçlenmektedir. 3. yaş grubunun konfor, güvenlik, temizlik vb. gibi beklentilerinin diğer kuşakların beklentilerine göre daha önemli olduğu bilinmektedir (Sargın, 2006: 16). Diğer taraftan, Şaman (2009: 60) inanç turizmi katılımcılarının yaş ortalamalarında da farklılıklar olduğunu belirterek inanç turizminin farklı yaş gruplarına da hitap ettiğini belirlemiştir.

3. Araştırma Alanı

Hoca Ahmed Yesevi’nin öğrencilerinden olan Lokman-ı Perende’den eğitim aldığı bilinen Hacı Bektaş Veli, Horasan erenlerinin Serçeşmesi ve Bektaşilik inancının önderidir (Birge, 1937: 33; Köprülü, 1976: 30; Nurmuhammedoğlu, 1991: 6; Gölpınarlı, 1995: XXIX). Tasavvuf ilmine göre, Hacı Bektaş Veli’nin tanrıdan Muhammed peygambere gönderilmiş bulunulduğuna inanılan (elif taç, hırka, çerağ, sofrası, âlem ve seccade) gibi bazı tasavvufi emanetleri Hoca Ahmed Yesevi’den teslim alarak Anadolu’ya İslam’ı yaymak için geldiği düşünülmektedir (Köprülü, 1976: 30; Gölpınarlı, 1995: 15). Horasan’da doğduğu bilinen, Hacı Bektaş Veli’nin doğum ve ölüm tarihleri ile ilgili literatürde 1248-1337 yılları arasında ya da 1208 (1209) – 1271 yaşadığını belirten kaynaklara rastlamak mümkündür (Birge, 1937: 35; Koşay, 1967: 20). Demir (2001: 27) ise, Türk toplumunun düşüncesinde manen Hacı Bektaş Veli’nin hiç ölmediğini, bir sıkıntıda kalındığında hala kendisinden yardım dilendiğini gözlemlemiştir. Anadolu’da özellikle İslam’ın yayılmasında etkin rol oynayan Mevlana, Ahi Evran, Sarı Saltuk, Yunus Emre gibi birçok tasavvuf önderini bir araya toplamıştır. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nun kuruluşunda da manevi katkısı bulunmaktadır. Hacı Bektaş Veli’nin İslami eserleri şu şekildedir; *Velâyet-Nâme-i Hacı Bektâş-ı Veli* (Gölpınarlı, 1995), *Makâlât* (Yaman, 1994), *Makâlât-ı Gaybiyye ve Kelimât-ı Ayniyye* (Gümüşoğlu ve Tokçiftçi, 2012: 16), *Şerh-i Besmele* (Şardağ, 1985), *Şathiyye* (Gölpınarlı, 1953: 32-34; Öztürk, 199:14) ve *Kitâbu’l-Fevâid* (Ya-

rarlı Öğütler)dir. Hacı Bektaş Veli'ye ait olduğu düşünülen diğer eserler ise, “*Hunda-nâme*” ve “*Üssü'l-Hakika*” dır (Kaytanbıyık, 2009: 284).

Bektaşilik ise, öz kaynağını Kuran, İslam peygamberi Hz. Muhammed ve ailesinden alan, özünde insana değer veren büyük bir düşünce akımı ve tasavvuf fel-fesefesiyle hayat bulan inanç bütünlüğü şeklinde tanımlanmaktadır (Uğurlu, 2009: 5). Bektaşilik hakkında Oytan (1962: 200-202) şu şekilde bahsetmektedir: Hz. Muhammed'in Hudeybiye'de Secere-i Rıdvan isimli bir ağacın altında altı yüz kadar ashaba el sunduğu, bu ashabın Tanrı ve Muhammed peygamber için canlarını gerekirse feda etmek şartı ile söz verdiklerini ve bu sözün Fetih Suresi'nin 18. ayeti celilisiyle belgelenmiş olduğunu belirtmektedir. Bektaşiliğin ilk anayasası olarak nitelendirilen bu duruma “El ele, el Hakka” dendiğini ve bu dini olayın ise, “Biat-ı Rıdvan” olarak bilindiğini ayrıca belirtmiştir. Bektaşiliğin ana kaynağının bu “Biat-ı Rıdvan” olayına dayanması ile yol olarak nitelendirilen bu İslam anlayışına Bektaşilerin “Güruh-i Naci” ve yollarına da “Tarik-i Nazenin” şeklinde isimlendirilmektedir (Yaman, 2011: 25). Oytan (1962: 89-90) göre ise Bektaşilik, Müslümanlık içerisinde bulunan mezheplere benzemez ve özünde tevhid, adil (kendi nefesine zor geleni başkasına yapmama), risalet, imamet (nübüvveten sonra vilayete iman etmek), miad (öldükten sonra dirilmeye yani ahrete inanmak) yer almaktadır ve Muhammed nübüvvetin, Ali ise vilayetin eridir. Anadolu topraklarında yoğun olarak yaşanan bu inanç hakkında Koşay (1967: 19) eski Türk geleneklerinin mersiyele, gülbanklar, menkıbe ve fıkralar ile Bektaşiler tarafından korunarak yaşatıldığı ve bu inancın unsurlarının Anadolu topraklarının etnik kültürünün önemli bir bölümünü teşkil ettiğini gözlemlemiştir. Bektaşî öğretilerine göre esas anlamda Tanrı'ya varmak için dört kapı ve kırk makam vardır: Şeriat, Tarikat, Marifet ve Hakikat (Vural, 2015). Kapı diye tabir edilen bu makamlara göre ise insanlar dörde ayrılmaktadırlar: Abidler (şeriat adamları, sofiler); Zahidler (çilekeş tarikat adamları); Arifler (mistik bilgi sahibi kimseler); Mühibler (gerçeği idrak eden hakikat sahipleri) (Kaytanbıyık, 2009: 271, Özbakır, 2010: 31-32).

Dört kapı, kırk makam öğretilerinin yanı sıra, “Eline- Diline- Beline sahip çıkmak” öğüdü önemli bir inanç öğretisidir (Uğurlu, 1995: 5). Bu öğretiye göre “el”, her türlü fenalığın, insanoğlunun elinden geldiği için, bir disipline bağlı olması gerektiğini ifade etmektedir. Canlı varlıkların yanı sıra bitki gibi diğer mahlûkatların zarar görmemesini de içine alan evrensel ahlaki disiplinleri içermektedir. “Dil”, kötü bir eylemin genelde ilk evresi olabilecek dil ile yalan söylememek, iftira etmemek gibi ahlaki davranışların tümü kastedilmektedir. “Bel” kelimesi ile insanoğlunun her türlü hayvani duygu ve isteklerden kendini bertaraf etmesi şeklindedir. Bektaşî inancının içerisindeki ibadetlerden biri olan cem ibadeti (vahdet-i vücüt olma) ise, dünya nimetlerinden soyutlanarak, her türlü gösterişten, riyadan uzak bir şekilde direkt tanrı ile birlikte olmak ve manevi bir dünyada tanrıyla bütünleşme halidir. Cem ibadeti-

nin kaynağının “Kırklar Cemi” olduğu ve kırkların tanrı ile insan arasındaki perdeyi kaldırabilmiş, yaratılıştan önce (ruhlar âleminde) var olduğuna inanılan kimseler olduğu menkıbelerde geçmektedir (Melikoff, 1997:56; Dönmez, 2010: 192-195). Bektaşilik içerisinde yer alan diğer bir kavram ise, “yedi farz” olup aşağıdaki ifadeler doğrultusunda açıklanmaktadır: Dost olmak, sır saklamak, yalan söylememek, hak ile birlikte olmak, Pir’i takip etmek, musahiplik yaşamak, taç giymek (Uğurlu, 1995: 13; Yaman, 2011: 267). Bektaşî kültüründe önem verilen kavramlardan bir diğeri de “üç sünnet” kavramıdır. Üç sünnet şu şekildedir: Tanrı’nın varlığını ve birliğini her zaman anmak, kimsenin kalbini kırmamak, cana kıymamak, gönlünü kin, kibir gibi kötülüklerden arındırmak ve kimseye düşmanlık etmemek ve bu yolda yürümek isteyen kişinin gereken şartları yerine getirmesi (Uğurlu, 1995: 13; Yaman, 2011: 267).

Hacı Bektaş Veli Dergâhı ise, Nevşehir’de Hacıbektaş ilçesinde bulunmaktadır. Günümüz Ayin-i Cem’lerinin yapıldığı cem evleri gibi Hacıbektaş Dergâhının mimarisinde Akok’un (1968: 27) bahsettiği gibi mübalağa teşkil edebilecek unsurlar bulunmamaktadır. Yapı Anadolu’ya özgü karakteristik mimari özellikler taşımaktadır. 13. yüzyılda Hacı Bektaş Veli tarafından kurulduğu düşünülen, günümüzde müze olarak kullanılan yapının, Osmanlı padişahlarından Orhan Gazi, Murat Hüdavendigâr, Yıldırım Beyazıt, Yavuz Sultan Selim, IV. Mustafa, Abdülaziz ve II. Abdülmecit’in hükümdarlık dönemlerinde restorasyon gördüğü ve 1925 yılına kadar hizmetlerine bir şekilde devam ettiği bilinmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). 20 Kasım 1925’te 677 sayılı Tekke ve Zaviyelerin Kapatılması Kanunu sonrasında dergâh kapatılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı Müzeler İdaresi bünyesinde bir heyet araştırması sonrası Hacıbektaş dergâhındaki taşınabilir eserler, Ankara Etnografya Müzesi’ne götürülmüştür. Dergâhın tekrardan müze olarak açılması kararı alındıktan sonra, Ankara’da bulunan eserler tekrar Hacıbektaş’a geri getirilmiştir (Koşay, 1967: 19). Dergâh daha sonra Vakıflar Genel Müdürlüğü’nün 1957-1964 yılları arasındaki restorasyon çalışması sonucunda 16 Ağustos 1964 yılında müze olarak yeniden hizmete açılmıştır. 2013 yılında 468.932 ziyaretçi sayısı ile Türkiye’nin en çok ziyaret edilen 10. Müzesi durumundadır (2013 Yılında En Çok Ziyaret Edilen 10 Müze, 2014). Hacı Bektaş Veli Dergâhı restorasyon sonrasında Fotoğraf 1’de görüldüğü üzere, birer avlu niteliğinde bulunan Nadar, Dergâh ve Hazret Avlusu şeklinde üç bölüm halinde yapılandırılmıştır (Hacıbektaşweb, 2016).



Fotoğraf 1: Hacı Bektaş Veli Dergâhı

Günümüzde müze olarak kullanılan Hazret Avlusunda Hacı Bektaş Veli'nin ve birçok müridinin kabrinin bulunduğu "Pir Evi" bulunmaktadır (Fotoğraf 2). Müzede Bektaşiliğe ait semboller olan kıyafet, bağlama, çerağ, kaşık, sofras, keşkül, teslim taşı, palheng, kanberriyye vb. gibi birçok simgesel eşya sergilenmektedir (Fotoğraf 3). Akbulut (2013: 232) Bektaşî inançlarına ait semboller olan teslim taşı, palheng ve kanberriyye gibi simgelerin hediyelik eşya ürünleri olarak satıldığını belirtmektedir. Bu bilgilerin yanı sıra Ağustos ayı içerisinde düzenlenen "Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri ve Kültür Sanat Etkinlikleri" ve "Mahsuni Şerif Anma Etkinliği" neticesinde müzenin tahmini olarak 75-80 bin kişi tarafından ziyaret edildiği düşünülmektedir (Asil, 2013). Küçüközyiğit (2015: 44-45) bu etkinliklerin Bektaşîliğin tanıtılması açısından önemli birer fırsat niteliği taşıdığından bahsetmektedir.



Fotoğraf 2: Pir Evi



Fotoğraf 3: Bektaşî Sembolü

Hacıbektaş ilçesinde, Hacı Bektaş Veli Dergâhı dışında Bektaşî inancı ile ilgili tarihi menkıbevi bağlantısı olan birçok mekân bulunmaktadır. Bektaş Efendi Tür-

besi, Çilehane-Delikitaş, Minder ve Kulunç Kaya, At Kaya, Hamur Kaya, Beştaşlar, Kadıncık Ana Evi ve Akpınar Çeşmesi, Hırka Dağı, Han ve Dede Bağı' bu mekânlar arasında yer almaktadır (Noyan, 1963: 64-87). Harita 1'de belirtilen bu mekânlar günümüzde ziyaretçilerin dergâh dışında ziyaretlerde buldukları mekânlardır (Googlemap, 2016).



Harita 1: Hacıbektaş İnanç Turizmi Haritası

3.1. Bektaş Efendi Türbesi

Hacı Bektaş Veli Dergâhının 50 metre kadar güneyinde Bala Mahallesi 10 ada, 3 parselde yer alan Bektaş Efendi Türbesi üzerindeki kitabeden 1603 yılında inşa edildiği anlaşılmaktadır (Fotoğraf 4).



Fotoğraf 4: Bektaş Efendi Türbesi

3.2. Çilehane- Deliklitaş

İlçenin doğu kısmında yaklaşık 3 km uzaklıkta bulunan kayalık bir arazidir. Çilehane, sol ucunda dar bir girişi bulunan ve orta kısmının tepesinde yine dar bir oyuk bulunan büyük bir kayadır. Hacıbektaş Ziyaretine gelenlerin kesinlikle uğradıkları ve kayanın üst bölgesindeki dar oyuğun içinden geçmeye çalıştığı bölümdür. Halk arasında anlatılan rivayete göre oyuktan günahı olan insanların geçemediği şeklindedir (Noyan, 1963: 65; Gölpınarlı, 1995: 37; Çimen, 2004: 77).



Fotoğraf 5: Delikli Taş



Fotoğraf 6: Çilehane

3.3. Minder ve Kulunç Kaya

Çilehane tepesinin doğu kısmında Hacı Bektaş Veli ile ilgili *Velayetname*'de anlatılan Minder Kaya bulunmaktadır (Fotoğraf 7). Noyan (1963: 65-66) çalışmasında ziyaretçilerin bu kayalara oturduklarını ve dilekte bulduklarını belirtmiştir. Kulunç Kaya ise, çilehane mevkiinde bulunan bir kayadır ve üst yüzünden neredeyse konkav şeklindedir (Fotoğraf 8). Halk arasında bu kayadan sırt üstü kaymanın bel ağrılarını iyi geldiği inancı bulunmaktadır (Noyan, 1998: 498).



Fotoğraf 7: Minder Kaya



Fotoğraf 8: Kulunç Kaya

3.4. At ve Hamur Kaya

At Kaya halk arasında yürüyen kaya olarak da bilinmektedir (Fotoğraf 9). Rivayete göre kendisine gelen ziyaretçilerinin (Seyyid Mahmud Hayranî) gelişini haber alan Hacı Bektaş Veli aslanların üzerine binip yılanları kamçı olarak kullanarak orada bulunan kayanın üzerine çıkarak gelenleri kayayı uçurarak karşıladığına inanılmaktadır (Birge, 1937: 55 ;Gölpınarlı, 1995: 49). Hamur Kaya ise, Kadıncık Ana evinin Kuzey-Doğu kısmında kalmaktadır (Fotoğraf 10). Kerpiç yapmak için balçık karan birinin yanına giden Hacıbektaş kendisine yardım etmeye çalıştığı kişinin, “balçığı ayıklamak kolay, erlik ona derler ki şu kayanın üstüne çıkta onu ayaklarla yoğur, ayaklarının, dizlerinin izleri, o kayada kalsın. Bunu yap ta sana candan, gönülden muhip olalım” sözü üzerine kayanın üzerine çıkar, kayayı hamur gibi yumuşatır ve ayaklarının izi o kayada kalır (Gölpınarlı, 1995: 33).



Fotoğraf 9: At Kaya



Fotoğraf 10: Hamur Kaya

3.5. Bektaşlar

Hacıbektaş ilçesine 8 km uzaklıkta, Çivril Köyü yakınlarında 5 adet büyük kaya bulunmaktadır. Bu taşlar ile ilgili *Velâyet-nâme-i Hacı Bektâş-ı Velî*'de Hacı Bektaş Veli'nin bu kayaları konuşturduğuna ilişkin rivayette bulunmaktadır (Gölpınarlı, 1995: 31).



Fotoğraf 11: Bektaşlar

3.6. Kadıncık Ana Evi ve Akpınar

Birbirine ekli üç odadan oluşan evin sağ taraftaki ilk odasında Kadıncık Ana'nın içerisinde sır olup gizlendiğine inanılan tandır bulunmaktadır. Yavuzer (1993: 40) çocuğu olmayan bayanların, çocuk sahibi olmak için tandırın bulunduğu kısımdan toprak aldıklarını ve su ile karıştırıp içtiklerini gözlemlemiştir. Kadıncık Ana Evi'nin hemen alt kısmında yer alan Akpınar çeşmesinin kaynağının Arabistan'dan geldiğine inanılmaktadır (Gölpınarlı, 1995: 38).



Fotoğraf 12: Kadıncık Ana Evi



Fotoğraf 13: Akpınar Çeşmesi

3.7. Hırka Dağı, Han ve Dede Bağı

Hırka Dağı Hacıbektaş ilçesine 15 km uzaklıkta bulunan 1670m yükseklikte dağlık bir bölgededir. Hacı Bektaş Veli'nin üşüdüğünde hırkasını yakarak ısındığı ve hırkadan savrulan küller neticesinde bu dağda ağaçların oluştuğu rivayet edilmektedir. Hacıbektaş ilçesine 3 km kadar bir mesafede bulunan bölgede Han Bağı bulunmaktadır. Bu ismi Tatar Hanının bu mevkiden geçmesi sebebiyle verildiği ve müzede bulunan meşhur Kara Kazan'ın da Tatar Hanı tarafından hediye edildiği rivayet edilmektedir. Dede Bağı ise, kasabanın girişinden yaklaşık 3 km uzaklıkta bulunmaktadır. Daha önceleri güvercinlik olduğu belirtilmektedir. Dede Bağı mevkinde *Velâyet-nâme-i Hacı Bektaş Veli*'de geçen taş kesilmiş buğday, mercimek ve paralar bulunmaktadır. Noyan'ın (1998: 513) belirttiği üzere bu taşları buraya gelen ziyaretçiler çocukları olsun diye bir bardak su ile yutmaktadır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ilk olarak, konuyla ilgili literatür taranmıştır. Daha sonrasında araştırma bölgesi, yerel inanç temsilcileri ve Hacı Bektaş Veli Müzesi çalışanları ile birlikte gezilerek gözlemlenmiştir. *Velâyet-nâme-i Hacı Bektaş Veli* isimli eserden ve Noyan (1963) çalışmasından esinlenerek dergâh haricindeki ziyaret yerleri tespit edilerek fotoğraflanmış ve "GoogleEarth" programından yararlanılarak Hacıbektaş inanç haritası çizilmiştir. Araştırmada, veri toplamak amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. 65 önermeden oluşan bir anket formu, literatür taraması, akademisyen görüşleri ve inanç temsilcileriyle görüşmeler yapılarak oluşturulmuştur. Böylelikle araştırmada keşfedici ve betimsel yöntemler bir arada kullanılmıştır (Kotler, vd., 2008: 264-268). Anketin oluşturulma sürecinde, literatürdeki bilgilerin haricinde araştırmada kullanılmak üzere bazı önermeler geliştirebilmek için dönemin Hacıbektaş Belediye Başkanı Ali Rıza Selmanpakoğlu ve müze çalışanları, Hacıbektaş ilçesinde hediyelik eşya satan bir esnaf, iki restoran sahibi, bir konaklama işletmesi müdürü ve cem evlerinde görev yapan iki dede ve bir dervişle görüşülmüştür. Anketin amacına ulaşabilmesi için 45 turistle anket yapılarak ön test uygulanmış ve anket üzerinde eksiklikler giderilmiştir. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde turistlerin demografik özelliklerine yönelik olarak 8 soru, ikinci bölümde turistlerin seyahat bilgilerine yönelik olarak 13 soru, son bölümde ise likert ölçekli 32 soru yer almıştır. Beşli likert ölçeğiyle sorulan sorular: 1= çok kötü, 2= kötü, 3= idare eder, 4= iyi ve 5= çok iyi şeklinde puanlandırılmıştır. Elde edilen veriler ışığında katılımcıların demografik ve seyahatlerine ilişkin özellikleri ortaya konulmuş ve likert ölçekteki önermeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizine ait aritmetik puanlar yorumlanırken ortalama, $\bar{x} = 1.00-1.79$ arasında yer alanların çok kötü, $\bar{x} = 1.80-2.59$ arasında yer alanların kötü, $\bar{x} = 2.60-3.39$ arasında yer alanları idare eder, $\bar{x} = 3.40-4.19$ arasında olanların iyi ve $\bar{x} = 4.20-5.00$ arasında yer alanların çok iyi değerini taşıdığı kabul edilmiştir.

Araştırmada demografik ve seyahate ilişkin önermelere ilişkin verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek amacıyla Kolmogorov Smirnov Testi uygulanmıştır. Test sonuçlarında verilerin normal dağılım göstermediği belirlenmiştir. Bu nedenle, araştırmada Mann-Whitney U, Kruskal Wallis H testleri kullanılmıştır. Ayrıca, Kruskal Wallis H test sonuçlarına yönelik olarak anlamlı ikili gruplar arasındaki değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerini belirlemek üzere Mann-Whitney U testi kullanılmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Araştırmada Hacı Bektaş Veli ve dergâhı hakkında bilgi verilerek literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu nedenle, Hacıbektaş ilçesindeki kaynaklar araştırılmış ve fotoğraflanarak bir inanç turizm haritası çizilmeye çalışılmıştır. Ayrıca turizm işletmeleri tarafından sağlanan hizmetlerden turistlerin ne derece tatmin oldukları ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın gerekliliğinin ve doğruluğunun ispatlanması ve literatür bilgilerinin desteklenmesi açısından bazı hipotezler ortaya konmuştur:

H1: Turistler yaşadıkları şehre döndüklerinde yakın çevrelerine Hacı Bektaş Veli Dergâhı ziyaretini önerecektir.

H2: Turistlerin Hacıbektaş ilçesinde düzenlenen etkinliklere katılımı ile Hacı Bektaş Veli Dergâhını ziyaret etme sayısı arasında olumlu bir ilişki vardır.

H3: Turistler Hacı Bektaş Veli Dergâhını tekrar ziyaret etme niyetindedir.

H4: Cinsiyet değişkenine göre bölgede sunulan turistik hizmetler için turistlerin tatmin düzeyi değer ortalamaları arasında anlamlı istatistikî bir ilişki vardır.

H5: Medeni Durumu değişkenine göre bölgede sunulan turistik hizmetler için turistlerin tatmin düzeyi değer ortalamaları arasında istatistikî bir ilişki vardır.

H6: Hacı Bektaş Veli Dergâhını inanç gereği ziyaret eden turistler ile tur programı nedeni ile ziyaret eden turistlerin bölgede sunulan hizmetler için tatmin düzeyi değer ortalamaları birbirine eşittir.

H7: Farklı gelir grubuna sahip turistler arasında, bölgede sunulan hizmetlerin tatmin durumu değer ortalamaları arasında anlamlı istatistikî bir ilişki vardır.

H8: Farklı yaş ortalamalarına sahip turistler arasında, bölgede sunulan hizmetlerin tatmin durumu değer ortalamaları arasında anlamlı istatistikî bir ilişki vardır.

H9: Turistlerin bölgeye geliş sayısı arasında, bölgede edindikleri hizmet tatmin düzeylerinin değer ortalamaları arasında anlamlı istatistikî bir ilişki vardır.

H10: Turistlerin bölgedeki kalış süreleri ile bölgedeki işletmelerden edindikleri hizmet tatmini değer ortalamaları arasında anlamlı istatistiksel bir ilişki vardır.

4.2. Evren ve Örneklem

Hacı Bektaş Veli Dergâhını 2013 yılında 468.932 turist ziyaret etmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Bu çalışmada, bölgedeki tüm turistik işletmelerin hizmetleri hakkında daha anlamlı sonuçlar elde edilebilmesi amacıyla gününbirlikçi katılımcılar araştırmada analiz dışı bırakılmıştır. 2013 Eylül ayında toplamda 450 anket dağıtılmıştır. Geri dönüş sağlanan anketler içerisinde 120 adedin gününbirlikçilere ait olması nedeniyle bu anketler analiz dışı bırakılmıştır. Bu nedenle araştırmada, rastgele olmayan örneklem yöntemlerinden biri olan homojen örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada 260 anketin kullanılabilir olduğu tespit edilmiştir. Genel evren içerisinde gününbirlikçi olmayan turistlerin sayısının tam olarak bilinmemesi nedeniyle araştırma evreni için ($\alpha = 0.05$) hata payında 260 kişilik bir örneklemin, Cronbach's Alfa katsayı değerinin 0,938 yüksek bir değer olması nedeniyle yeterli olacağı öngörülmüştür (Nunnally, 1967: 248).

5. Araştırmanın Bulguları

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğunun 25-64 yaş arasında, çoğunlukla erkek ve evli oldukları, bekâr ve evli olanların sayılarının birbirine yakın olduğu, çoğunluğunun yerli turistlerden oluştuğu, orta öğretim mezunu olduğu, çoğunluğunun öğrenci, serbest meslek sahibi ve memurlardan oluştuğu, 1,000 TL ve altı, ve 1,000 TL – 2,500 TL arasında bir gelire sahip oldukları ve büyük çoğunluğunun Müslüman olduğu görülmektedir.

Katılımcıların seyahatlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; büyük çoğunluğunun, mekânı inanç amaçlı ziyaret ettikleri, çoğunlukla dua ve ibadet ve kültürel amaçlı seyahat motivasyonlarına sahip oldukları, dergâh haricinde çoğunlukla Çilehane ve Beştaşları ziyaret ettikleri ve Hamur Kaya'nın hiçbir turist tarafından ziyaret edilmediği görülmektedir. Katılımcıların mekânın varlığı hakkında çoğunlukla aile ve arkadaş grupları aracılığıyla bilgi sahibi oldukları, çoğunlukla, çeşitli dernek, vakıf ve belediye tarafından organize edilmiş tur programları ile mekânı ziyaret ettikleri, seyahat acentelerinin düzenlenen tur programları ile yapılan ziyaretlerin ise düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu şahsi araçlarını kullanarak mekâna geldikleri, çoğunlukla turistlerin mekânı 5 ve üzeri kez ziyaret ettikleri, çoğunlukla 1-3 gün arasında, bölgede konaklama yaptıkları ve çoğunlukla, adak veya kurban ibadetini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir.

Araştırmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun mekânı yakın çevrelerine tavsiye edeceği belirlenmiştir. Bu bulguya göre hipotez 1 reddedilmemiştir. Bölgede senede bir kez gerçekleşen Hacı Bektaş Veli Anma Etkinliğine %38,8'lik oranla

katılım göstereceklerini ifade etmişlerdir. %45,8'lik oranın ise hem Hacı Bektaş Veli Anma Etkinliğine hem de Mahsuni Şerif Anma Etkinliklerine katılım göstereceklerini ifade etmişlerdir. Bu bulguya göre hipotez 2 reddedilmemiştir. Son olarak katılımcıların büyük çoğunluğu mekânı tekrar ziyaret edeceğini belirtmiştir. Bu bulguya göre ise, hipotez 3 reddedilmemiştir.

Verilerin faktör analizi için uygunluğunu test etmek için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity Testi incelenmiştir. Araştırma kapsamında yapılan KMO katsayısı 0,910 gibi yüksek bir değer çıkmıştır. Barlett Sphericity Testi değeri ise Ki kare= 4480.656, p=0, ve Serbestlik değeri = 406 olması değişkenler arasında faktör analizi yapmak için yeterli düzeyde ilişki bulunduğu görülmüştür (Durmuş vd., 2013: 71-114). 32 önerme üzerinde yapılan faktör analizi neticesinde, katılımcılara yöneltilmiş bulunulan “mekânlara giriş ücretlerinin durumu”, “bölgede yaşayan halkın, cana yakın ve konukseverlik durumu” ve “mekânın sosyal ve dini statüsünün devam etmesi durumu” önermelerinin ölçülmek istenilen kavramları ölçmediği tespiti yapılmış ve bu önermeler analiz dışında bırakılmıştır. Yapılan faktör analizi neticesinde, “Yiyecek ve İçecek işletmeleri Hizmetleri”, “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri”, “Ulaşım Hizmetleri”, “Hediyelik Eşya Satış Hizmetleri”, “Dergâh Ziyareti Hizmeti” ve “Mekânların Fiziki Özellikleri” olmak üzere 6 faktör belirlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1: Açıklayıcı Faktör Analizi Tablosu

Faktör	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)	Güvenilirlik (α)
<i>Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hiz.</i>		3.830	13.208	,903
Yiyeceklerin Tazelik ve Lezzet Durumu	,811			
Menü Çeşitliliği ve Kültürel Mutfak	,764			
Fiyatlandırma Tarifeleri	,722			
Temizlik ve Hijyen Durumu	,713			
Yeterlilik ve Rezervasyon Durumu	,676			
Çalışan Misafirperverliği ve Güler yüzülüğü	,541			
<i>Konaklama İşletmeleri Hiz.</i>		3.563	12.285	,881
Temizlik ve Hijyen Durumu	,806			
Konfor ve Fiyatlandırma Tarifeleri	,724			

Güvenlik İmkânlarının Durumu	,721			
Çalışan Misafirperverliği ve Güler Yüzlülüğü	,713			
Yeterlilik ve Rezervasyon Durumu	,685			
<u>Ulaştırma İşletmeleri Hiz.</u>		3.365	11.603	,871
Trafik İşaretlerinin Durumu	,838			
Trafik Yoğunluğu	,803			
Alt ve Üst Yapı Durumu	,692			
Araçların Konfor ve Fiyat Durumu	,689			
Şahsi Araç Park İmkânları	,655			
<u>Hediyelik Eşya Satış Hiz.</u>		2.630	9.070	,807
Hediyelik Eşya Kalite	,777			
Hediyelik Eşya Fiyatı	,739			
Hediyelik Eşya Esnaf Misafirperverliği	,668			
Hediyelik Eşya Çeşitliliği	,663			
<u>Dergâh Ziyareti Hiz.</u>		3.556	12.261	,846
İnanç Önderlerinden Bilgi Edinebilme Durumu	,792			
Turist Rehber Kitaplarının Yeterliliği	,727			
Turist Rehberlerinin Yeterliliği	,698			
Turist Bilgilendirme Merkezi Durumu	,686			
İnanç Öğelerinin Müzik İle Yansıtılması Durumu	,578			
Lokma Kurban Hizmetleri Durumu	,534			
<u>Mekânların Fiziki Özellikleri</u>		2.445	8.430	,825
Mekânın Temizlik ve Hijyeni	,817			
Mekânın Tarihi ve Turistik Yerlerinin Fiziki Durumu	,812			
Mekânın Güvenlik Hizmeti	,755			
<i>Toplam Açıklanan Varyans (%):</i>				
66,857				

Demografik özelliklerden cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için, seyahat ile ilgili bilgilere göre ise sadece turistlerin Hacı Bektaş Veli Dergâhını ziyaret etmelerindeki esas nedene yönelik olarak sorulan önerme ile ilgili değişkenler için Mann-Whitney U testi anlamlı görülmektedir.

Tablo 2: Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney U Testi

Faktör Grubu	Grup	N	Ort.	Mann-Whitney U	P
Y&İ İşlet. Hiz.	Kadın	101	143,88	6678,000	,022*
	Erkek	159	122,00		
Konaklama İşlet. Hiz.	Kadın	101	149,89	6071,000	,001*
	Erkek	159	118,18		
Ulaştırma İşlet. Hiz.	Kadın	101	147,03	6360,000	,005*
	Erkek	159	120,00		
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	Kadın	101	143,79	6687,000	,022*
	Erkek	159	122,06		
Dergâh Ziyareti Hiz	Kadın	101	144,26	6640,000	,019*
	Erkek	159	121,76		
Mekânların Fiziki Özel.	Kadın	101	130,31	8010,000	,973
	Erkek	159	130,62		
* ($p < 0,05$)					

Tablo 2 incelendiğinde “Mekânın Fiziki Özellikleri” faktörü dışında diğer tüm faktörler için değişkenler arasında anlamlı bir farkın bulunduğu ve kadın ziyaretçilerin erkek ziyaretçilere göre tatmin düzeyleri fazla olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre hipotez 4 reddedilmemiştir.

Tablo 3: Medeni Durumu Önermesine Göre Mann-Whitney U Testi

Faktör Grubu	Medeni Durum	N	Ort.	Mann-Whitney U	P
Y&İ İşlet. Hiz.	Evli	137	109,67	5572,000	,000*
	Bekâr	123	153,70		
Konaklama İşlet. Hiz.	Evli	137	112,83	6005,000	,000*
	Bekâr	123	150,18		
Ulaştırma İşlet. Hiz.	Evli	137	117,24	6608,500	,003*
	Bekâr	123	145,27		
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	Evli	137	116,21	6468,000	,001*
	Bekâr	123	146,41		
Dergâh Ziyareti Hiz	Evli	137	112,39	5945,000	,000*
	Bekâr	123	150,67		
Mekânların Fiziki Özel.	Evli	137	136,86	7554,000	,147
	Bekâr	123	123,41		
* ($p < 0,05$)					

Tablo 3'e göre, bekâr ziyaretçilerin "Mekânın Fiziki Özellikleri" faktörü hari-cindeki diğer tüm faktörler için evli çiftlere göre tatmin düzeyi fazladır. Bu bulguya göre hipotez 5 reddedilmemiştir.

Tablo 4: Esas Seyahat Nedeni Değişkenine Göre Mann-Whitney U Testi

Faktör Grubu	Seyahat Nedeni	N	Ort.	Mann-Whitney U	P
Y&İ İşlet. Hiz.	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	155,41 125,29	3716,500	,014*
Konaklama İşlet. Hiz.	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	164,23 123,44	3319,500	,001*
Ulaştırma İşlet. Hiz.	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	148,93 126,64	4008,000	,070*
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	161,77 123,96	3430,500	,002*
Dergâh Ziyareti Hiz	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	150,80 126,25	3924,000	,046*
Mekânların Fiziki Özel.	Tur Gereği İnanç Gereği	45 215	150,70 126,27	3928,500	,046*
* (p < 0,05)					

Tablo 4 incelendiğinde tüm değişkenler arasında anlamlı bir farkın bulunduğu görülmektedir. Tur programı çerçevesinde Hacı Bektaş Velî'yi ziyaret eden ziyaretçilerin inanç gereği ziyaret edenlere göre tatmin düzeyleri fazladır. Bu bulguya göre hipotez 6 reddedilmiştir.

Demografik özelliklere göre gelir düzeyi ve yaş ile ilgili değişkenler için, seyahat ile ilgili bilgilere göre geliş sayısı ve kalış sayısı ile ilgili değişkenler için Kruskal Wallis Testi anlamlı görülmektedir.

Tablo 5: Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Kruskal Wallis H ve İkili Karşılaştırma Test İstatistikleri

Kruskal Wallis Testi Grup İstatistikleri					İkili Karşılaştırma Test İstatistikleri			
Faktör Grubu	Aylık Gelir	N	Ort.	Ki-Kare	P	Örnek 1- Örnek 2	P	Test İstatistiği
Y&İ İşlet. Hiz.	1000 TL ve altı	99	148,12	12,192	,002*	1000 TL-2500TL / 2500 TL ve üstü	,067	-
	1000 TL-2500TL	98	111,01			1000 TL-2500TL / 1000 TL ve altı	,001*	37,111
	2500 TL ve üstü	63	133,13			2500 TL ve üstü / 1000 TL ve altı	,214	-
Konaklama İşlet. Hiz.	1000 TL ve altı	99	146,75	9,276	,010*	1000 TL-2500TL / 2500 TL ve üstü	,187	-
	1000 TL-2500TL	98	114,27			1000 TL-2500TL / 1000 TL ve altı	,002*	32,487
	2500 TL ve üstü	63	130,21			2500 TL ve üstü / 1000 TL ve altı	,170	-
Ulaştırma İşlet. Hiz.	1000 TL ve altı	99	141,55	9,976	,007*	1000 TL-2500TL / 2500 TL ve üstü	,015*	29,928
	1000 TL-2500TL	98	111,62			1000 TL-2500TL / 1000 TL ve altı	,011*	-30,899
	2500 TL ve üstü	63	142,52			1000 TL ve altı / 2500 TL ve üstü	,936	-
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	1000 TL ve altı	99	135,09	4,010	,135	-	-	-
	1000 TL-2500TL	98	118,96			-	-	-
	2500 TL ve üstü	63	141,23			-	-	-
Dergâh Ziyareti Hiz	1000 TL ve altı	99	135,63	2,374	,305	-	-	-
	1000 TL-2500TL	98	121,30			-	-	-
	2500 TL ve üstü	63	136,75			-	-	-
Mekânların Fiziki Özel.	1000 TL ve altı	99	124,84	1,158	,560	-	-	-
	1000 TL-2500TL	98	136,29			-	-	-
	2500 TL ve üstü	63	130,38			-	-	-
*(p < 0,05)								

Tablo 5 incelendiğinde “Yiyecek-İçecek İşletmeleri Hizmeti”, “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörleri içerisinde 1000TL ve altı arasında aylık gelire sahip olan katılımcıların, 1000TL-2500TL arasında aylık gelire sahip olan katılımcılara göre tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu görülmektedir. “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörü içerisinde ayrıca, 2500TL ve üstü arasında aylık gelire sahip olan katılımcıların, 1000TL- 2500 TL arasında aylık gelire sahip olan katılımcılardan tatmin düzeyleri daha fazladır. Bu bulguya göre hipotez 7 reddedilmemiştir.

Tablo 6: Yaş Durumu Değişkenine Göre Kruskal Wallis H ve İkili Karşılaştırma Test İstatistiği

<i>Kruskal Wallis H Testi Grup İstatistikleri</i>						<i>İkili Karşılaştırma Test İstatistikleri</i>		
<i>Faktör Grubu</i>	<i>Yaş</i>	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>Ki-Kare</i>	<i>P</i>	<i>Örnek 1 / Örnek 2</i>	<i>P</i>	<i>Test İstatistiği</i>
Y&İ İşlet. Hiz.	16-24	88	161,27	22,508	,000*	25-64 / 65 ve üstü	,801	-
	25-64	139	114,06			25-64 / 16-24	,000*	47,209
	65 ve üstü	33	117,71			65 ve üstü / 16-24	,004*	43,555
Konaklama İşlet. Hiz.	16-24	88	153,73	13,737	,001*	25-64 / 65 ve üstü	,334	-
	25-64	139	115,93			25-64 / 16-24	,000*	37,796
	65 ve üstü	33	129,92			65 ve üstü / 16-24	,119	-
Ulaştırma İşlet. Hiz.	16-24	88	149,94	8,961	,011*	65 ve üstü / 25-64	,885	-
	25-64	139	120,96			65 ve üstü / 16-24	,042*	31,095
	65 ve üstü	33	118,85			25-64 / 16-24	,005*	28,986
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	16-24	88	148,82	9,164	,010*	65 ve üstü / 25-64	,281	-
	25-64	139	124,12			65 ve üstü / 16-24	,008*	40,294
	65 ve üstü	33	108,53			25-64 / 16-24	,015*	24,709
Dergâh Ziyareti Hiz	16-24	88	157,52	17,244	,000*	25-64 / 65 ve üstü	,954	-
	25-64	139	116,51			25-64 / 16-24	,000*	41,008
	65 ve üstü	33	117,35			65 ve üstü / 16-24	,009*	40,174
Mekânların Fiziki Özel.	16-24	88	126,13	5,145	0,76	-	-	-
	25-64	139	126,73			-	-	-
	65 ve üstü	33	158,03			-	-	-
*(p < 0,05)								

Tablo 6 incelendiğinde “Mekânların Fiziki Özellikleri” faktörü haricindeki diğer tüm faktörler için anlamlı olduğu görülmektedir. Gruplararası karşılaştırma yapmak amacıyla yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda, 16-24 yaş grubu aralığındaki katılımcıların, 25-64 yaş grubu aralığındaki katılımcılara göre “Mekânların Fiziki Özellikleri” faktörü haricindeki diğer tüm faktörler için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu, 16-24 yaş grubundaki bireylerin, 65 yaş ve üzeri yaş grubu aralığındaki katılımcılara göre “Yiyecek-İçecek İşletmeleri Hizmeti”, “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri”, “Hediyelik Eşya Satış Hizmetleri” ve “Dergâh Ziyareti Hizmeti” faktörleri için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre hipotez 8 reddedilmemiştir.

Tablo 7: Turistlerin Mekâna Geliş Sayısı Değişkenine Göre Kruskal Wallis H ve İkili Karşılaştırma Test İstatistiği

Kruskal Wallis Testi Grup İstatistikleri						İkili Karşılaştırma Test İstatistikleri		
Faktör Grubu	Geliş Sayısı	N	Ort.	Ki-Kare	P	Örnek 1/ Örnek 2	P	Test İstatistiği
Y&İ İşlet. Hiz.	1	67	141,75	2,307	,315	-	-	-
	3	58	122,30			-	-	-
	4 ve üzeri	135	128,44			-	-	-
Konaklama İşlet. Hiz.	1	67	159,60	13,636	,001*	3 / 4 ve üzeri	,985	-
	3	58	120,24			3 / 1	,003*	39,356
	4 ve üzeri	135	120,47			4 ve üzeri / 1	,000*	39,130
Ulaştırma İşlet. Hiz.	1	67	156,33	13,215	,001*	4 ve üzeri / 3	,113	-
	3	58	134,59			4 ve üzeri / 1	,000*	40,402
	4 ve üzeri	135	115,93			3 / 1	,106	-
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	1	67	142,49	2,974	,226	-	-	-
	3	58	119,73			-	-	-
	4 ve üzeri	135	129,17			-	-	-
Dergâh Ziyareti Hiz	1	67	139,72	1,740	,419	-	-	-
	3	58	122,22			-	-	-
	4 ve üzeri	135	129,48			-	-	-
Mekânların Fiziki Özel.	1	67	149,13	4,009	,135	-	-	-
	3	58	123,18			-	-	-
	4 ve üzeri	135	125,89			-	-	-
* (p < 0,05)								

Tablo 7 incelendiğinde Kruskal Wallis testinin ($p < 0,05$) şartının yalnızca “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörleri için anlamlı olduğu gözükmektedir. Gruplar arası karşılaştırma yapmak amacıyla yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda, 1 kez bölgeye gelen katılımcıların, 4 ve üzeri kez bölgeye gelen katılımcılara göre “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörleri için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu, bölgeye 1 kez gelmiş olan katılımcıların, 3 kez bölgeye gelmiş katılımcılara göre “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” faktörü için tatmin düzeyinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre hipotez 9 reddedilmemiştir.

Tablo 8: Turistlerin Seyahatlerindeki Kalış Süreleri Değişkenine Göre Kruskal Wallis H ve İkili Karşılaştırma Test İstatistiği

Kruskal Wallis Testi Grup İstatistikleri						İkili Karşılaştırma Test İstatistikleri		
Faktör Grubu	Kalış Sayısı	N	Ort.	Ki-Kare	P	Örnek 1/ Örnek 2	P	Test İstatistiği
Y&İ İşlet. Hiz.	1-3	131	127,58	12,520	,002*	8 ve üzeri / 1-3	,356	-
	4-7	40	167,71			8 ve üzeri / 4-7	,000*	49,634
	8 ve üzeri	89	118,08			1-3 / 4-7	,003*	-40,136
Konaklama İşlet. Hiz.	1-3	131	137,21	17,114	,000*	8 ve üzeri / 1-3	,003*	30,627
	4-7	40	161,76			8 ve üzeri / 4-7	,000*	55,184
	8 ve üzeri	89	106,58			1-3 / 4-7	,069	-
Ulaştırma İşlet. Hiz.	1-3	131	141,13	15,740	,000*	8 ve üzeri / 1-3	,001*	35,721
	4-7	40	151,54			8 ve üzeri / 4-7	,001*	46,133
	8 ve üzeri	89	105,40			1-3 / 4-7	,442	-
Hediyelik Eşya Satış Hiz.	1-3	131	129,89	5,320	,070	-	-	-
	4-7	40	153,71			-	-	-
	8 ve üzeri	89	120,97			-	-	-
Dergâh Ziyareti Hiz	1-3	131	128,01	6,803	,033*	8 ve üzeri / 1-3	,542	-
	4-7	40	158,19			8 ve üzeri / 4-7	,011*	36,463
	8 ve üzeri	89	121,72			1-3 / 4-7	,026*	-30,180
Mekânların Fiziki Özel.	1-3	131	132,50	2,028	,363	-	-	-
	4-7	40	141,76			-	-	-
	8 ve üzeri	89	122,49			-	-	-
* (p < 0,05)								

Tablo 8 incelendiğinde Kruskal Wallis testinin ($p < 0,05$) şartının “Hediyelik Eşya Satış Hizmetleri” ve “Mekânların Fiziki Özellikleri” faktörü haricindeki diğer tüm faktörler için anlamlı olduğu görülmektedir. Gruplar arası karşılaştırma yapmak amacıyla yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda, bölgede 8 gün ve üzeri gün arasında konaklama yapan katılımcıların, 4-7 gün arasında konaklama yapan katılımcılara göre “Yiyecek-İçecek İşletmeleri Hizmeti”, “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri”, “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” ve “Dergâh Ziyareti Hizmeti” faktörleri için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu, bölgede 8 gün ve üzeri gün arasında konaklama yapan katılımcıların ise, 1-3 gün arasında konaklama yapan katılımcılara göre “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörleri için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu, bölgede 4-7 gün arasında konaklama yapan katılımcıların, 1-3 gün arasında konaklama yapan katılımcılara göre “Yiyecek-İçecek

İşletmeleri Hizmeti” ve “Dergâh Ziyareti Hizmeti” faktörü için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre hipotez 10 reddedilmemiştir.

6. Değerlendirme ve Sonuç

Bir müze olarak hizmet veren Hacı Bektaş Veli Dergâhını ve Hacı Bektaş Veli ile menkıbevi bağlantısı olan mekânları ziyaret eden turistler üzerine yapılan bu çalışmada on hipotez geliştirilmiştir. Hipotezlerden biri reddedilmiş, dokuzu ise kabul edilmiştir. Araştırma genel anlamda bölgede arz edilen hizmetlerden “yiyecek ve içecek” ve “konaklama işletmeleri” hizmetlerinden ve “dergâh ziyareti hizmetlerinden” yüksek düzeyde, “ulaştırma işletmeleri” hizmetlerinden ve “hediyelik eşya satış” turistlerin orta düzeyde tatmin oldukları belirlenmiştir. Tok (2005: 43) çalışmasında müze ziyaretlerinin artırılması için ulaştırma imkanlarının geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Hacı Bektaş Veli Dergâhının günümüzde müze olarak hizmet verdiği düşünülürse, ulaştırma işletmeleri hizmetlerinin bölgede geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Son olarak ise, “diğer hizmetlerin” orta seviyede ve yüksek düzeyde tatmin edici olarak nitelendirilmesinin yanı sıra “mekânın fiziki özellikleri” ile ilgili ziyaretçilerin tatmin düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır. Kreiner vd., (2013: 105) yaptıkları araştırmalarında mekânların fiziksel karakteristik özelliklerinin ve fiziksel planın ziyaretçiler açısından önemli olduğu sonucuyla karşılaştırıldığında, Hacı Bektaş Veli inanç turizm merkezinin fiziki özellikleri açıdan yetersiz bulunduğu görülmektedir. Turizmin olumsuz etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir bir turizm gelişimi sağlamak için tüm paydaşların birlikte karar vereceği sürdürülebilir turizm planları geliştirmek (Akova, 2006: 29), turistik destinasyonlarda yerel halk ve turist arasındaki etkileşimin sağlıklı ve verimli olabilmesi için yöre insanının sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan turizme aktif olarak katılımının sağlanması gerekmektedir (Avcıkurt, 2007: 85). Sürdürülebilir bir inanç turizmi destinasyondaki yaşam kalitesini arttırabilir, kamu tesislerinin iyileştirilmesine, yerel ve üst altyapının gelişmesine, eğitim ve sağlık hizmetlerinin kalitesinin artmasına ve kültürel koruma bilincinin artmasına da fayda sağlayabilir (Farahani ve Musa, 2012). Bu açıdan bakıldığında Hacıbektaş ilçesinde turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişimi açısından fiziki çevre ile ilgili düzenlemelerin katılımcı bir anlayışla planlanması yapılması önem taşımaktadır.

Araştırmada, katılımcıların çoğunluğunun genç ve orta yaş grubunda ve çoğunlukla öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Daha önce yapılan farklı çalışmalarda (Çifci, 2011: 243; Tanyıldızlı, 2011: 115-116; Işık vd., 2013: 187) gençlerin ve öğrencilerin Hacı Bektaş Veli’yi yeterince tanımadıklarına ilişkin sonuçlara yer verilmiştir. Bu araştırma ise, Hacı Bektaş Veli’yi ziyaret eden gruplar içerisinde öğrencilerin ve gençlerin yoğun olması, ileriki yıllarda Hacı Bektaş Veli’nin turizm hareketleri neticesinde öğrenciler ve gençler tarafından daha fazla ziyaret edilebileceğine işaret

etmektedir. Ayrıca, katılımcıların önemli bir kısmının ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip oldukları ve çoğunluğunun neredeyse düşük ve orta düzeyde gelir grubundan olduğu belirlenmiştir. Tüm bu sonuçlar araştırmaya katılanların çoğunluğunun genç ve orta yaş düzeyinde olmakla birlikte, farklı yaştan ziyaretçilerin burayı ziyaret ettiğini göstermektedir. Şaman'ın (2009: 60) belirttiği gibi inanç turizminin farklı yaş aralığındaki bireyler tarafından gerçekleştirilebileceği sonucunu ispatlamaktadır. Diğer bir taraftan bu sonuçlar, Kotler vd., (2008: 121) müzelerin genelde üst gelir grubundan ve yüksek eğitime sahip bireyler tarafından ziyaret edildiğini belirttiği çalışması ile benzerlik göstermemektedir. Bu sonuç Hacı Bektaş Veli Dergâhının bir müzeden ziyade inanç merkezi olarak ziyaret edildiğine işaret etmektedir. Ziyarette bulunan turistlerin cinsiyet dağılımları ve medeni durumları incelendiğinde ise katılımcıların yarısından fazlasını erkek ve evli bireylerden oluştuğu belirlenmiştir. Kotler vd., (2008: 170) çalışmasında gençlere ve evli bireylere yönelik aktivitelerin müzelerde gerçekleştirilmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Özellikle çocuk yaşta müze ziyaretlerine bulunan bireylerin ilerleyen yaş dönemlerinde bunun artarak devam ettiğini belirtmiştir. Araştırmada ayrıca, 16-24 yaş grubunun diğer yaş gruplarına göre genel anlamda turistik işletmeler tarafından sağlanan hizmetlerden daha fazla tatmin oldukları belirlenmiştir. Genç turistlerin bölgede sunulan turistik hizmetlerden yaş ortalaması fazla olan turist grubuna göre daha fazla tatmin olmasının sebebinin, bölgede sunulan hizmetlerin fiyatlarının uygun olması ve bölgedeki turistik işletmelerin lüksten uzak, sade bir hizmet anlayışı içerisinde olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Araştırmada, kadın katılımcıların ve bekâr katılımcıların “Mekânın Fiziki Durumu” haricindeki diğer tüm faktörler için tatmin düzeylerinin fazla olduğu görülmüştür. Gelir grubuna göre yapılan fark testi neticesinde bölgede sunulan “Yiyecek & İçecek İşletmeleri Hizmetleri”, “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörlerinden düşük gelirli katılımcıların yüksek gelirli katılımcılara göre genel anlamda daha fazla tatmin oldukları ortaya çıkmıştır. Bu durum bölgede arz edilen hizmetlerin düşük gelir grubuna hitap ettiğini ve lüks turistik hizmetlerin bölgede yeterli düzeyde arz edilmediğini ve verilen hizmetlerin ziyaretçilerin sosyo-ekonomik özellikleriyle örtüşüğünü ortaya koymaktadır.

Araştırmada ayrıca, katılımcıların düşük bir oranının yurtdışından gelen Türk vatandaşları olduğu öne çıkan bir olgudur. Bu durumun temel sebebinin bölge tanıtımının uluslararası arenada tam olarak yapılmamasından kaynaklandığı söylenebilir. Katılımcıların mekânın varlığı hakkında bilgi edinme kaynağına bakıldığında; kaynağının aile ve arkadaş grupları, şahsi deneyimler ve turistik el kitaplarından edinilen bilgiler doğrultusunda olduğu belirlenmiştir. Bu durum bölge tanıtımının yetersiz olduğunu ispatlar niteliktedir. Gil ve Curiel (2008: 421)'in medya araçlarının ve sinobizimin önemini vurguladığı çalışmasına bakılarak Bektaşî turizminin gelişimi açısından kitle iletişim araçlarından yararlanılarak tanıtım yapılmasının

gerekliliği söylenebilir. Katılımcıların dini inançlarına ilişkin bilgilere bakıldığında ise, Hacıbektaş'ın da birçok çalışmada (Norman, 2004: 11; Shackley, 2006: 6; Blackwell, 2007: 35-47; Kreiner vd., 2013: 105) belirtildiği gibi inanç turizmi nedeniyle farklı inançlardan insanlar tarafından ziyaret edildiği görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğunun bölgeyi ziyaret etmesindeki temel amaç, ruhani sebeplerdir. Katılımcıların seyahate ilişkin motivasyonları incelendiğinde ise, sırasıyla dua ve ibadet, kültürel amaçlar ve dilek dilemek (arınma, manevi kabul, manevi aşk, dertlere derman arama, şefaat umma, Hacıbektaş'ın ruhaniyetine erme, dilekleri kabul olanların yeniden ziyaret etmesi, kurban kesmesi, lokma dağıtması vb.) gibi motivasyonların ön plana çıktığı görülmüştür. Genel olarak sonuçlar incelendiğinde, Hacıbektaş'ın inanç amaçlı seyahat eden ziyaretçilerinin yanı sıra entelektüel amaçlı seyahat eden turistler tarafından da ziyaret edildiği söylenebilir. Araştırmada, inanç gereği ziyarette bulunan katılımcıların ise tur gereği ziyarette bulunan katılımcılara göre tüm faktörler için tatmin derecesinin fazla olduğu tespit edilmiştir. İnanç amacıyla seyahat edenlerin paket tur ile seyahat edenlere göre tatmin düzeylerinin farklı olmasının temel sebebinin inanç olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılımcıların yarısından fazlasının çeşitli sivil toplum kuruluşları tarafından düzenlenen turlar ile seyahat ettikleri ortaya çıkmıştır. Seyahat acentelerinin düzenlemiş olduğu tur programları ile yapılan ziyaretlerin ise düşük seviyede olduğu görülmüştür. Sargın (2006: 3-4) çalışmasında son yıllarda tur programlarında inanç merkezlerinin talep gördüğünü, Zavadsky (2007) ise, Amerika'da 50.000 kilisenin inanç turları ile ziyaret edildiğini belirtmiştir. Bununla birlikte, bu çalışmaların tersine, Hacı Bektaş Veli Dergâhına yönelik olarak profesyonel tur programlarında yeterince yer almadığı görülmektedir. Bu nedenle yurtiçi tur düzenleyen seyahat acentelerinin bu yönde teşvik edilmesi ve bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Digance (2006: 40)'ın belirttiği gibi turist harcamaları nedeniyle farklı iş kollarının oluşması mümkün olmaktadır. Araştırmada katılımcıların yarısından fazlasının adak veya kurban ibadetini gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların Adak ve kurban kesmeleri daha çok inanç odaklı olarak ziyaretlerde bulduklarını desteklemekte ve yeni iş alanlarının ortaya çıktığını göstermektedir. Ayrıca Katılımcıların neredeyse tümünün bölgeyi yakın çevrelerine tavsiye edecekleri ve tekrar bölgeye ziyaret gerçekleştirecekleri ve ayrıca, yarısından fazlasının bölgeyi 5 ve üzeri kez ziyaret ettikleri belirlenmiştir. 5 ve üzeri ziyaret sıklığı inanç amaçlı seyahatler olabilir. Katılımcıların önemli bir kısmının bölgede düzenlenen etkinliklere katılım göstereceklerini ifade ettikleri ortaya çıkmıştır. Farklı araştırmalarda (Usta, 2005: 114; Nyaupane ve Timothy, 2009: 9; Digance, 2006: 23; Şahiner, 2012: 80; Egresi, vd., 2012: 76) bölgede dini amaçlı düzenlenen özel etkinliklerin/festivallerin inanç turizminin gelişmesine önemli katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Benzer şekilde Hacıbektaş'ta düzenlenen anma etkinliklerinin bölgedeki inanç turizmini canlan-

dırıcı bir etkinlik olduğu söylenebilir. Bölgede geleneksel olarak gerçekleştirilen anma etkinliklerinin niteliği seyahat acenteleri ve diğer turizm paydaşları tarafından artırılarak tanıtım faaliyetleri uluslararası boyuta taşınması ve taşıma kapasitesine uygun hareket edilmesinin destinasyonu geliştireceği söylenebilir. Dergâh haricinde ise katılımcıların çoğunlukla Çilehane ve Beştaşlar bölgesini ziyaret ettiği, Hamur Kaya mevkiinin ise hiç ziyaret edilmediği görülmüştür. Bunun temel sebebi, Hamur Kaya'nın turistler tarafından bilinmemesi olarak gösterilebilir. Ayrıca bölgeyi ilk kez ziyaret eden katılımcıların “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” inden 4 ve üzeri kez ziyaret etmiş katılımcılara göre daha fazla tatmin oldukları tespit edilmiştir. 8 ve üzeri gün arasında bölgede kalan katılımcıların, 4-7 gün arasında bölgede konaklayan katılımcılara göre “Yiyecek & İçecek İşletmeleri Hizmetleri”, “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri”, “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” ve “Dergâh Ziyareti Hizmetleri” faktörleri için tatmin düzeylerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yine, 8 ve üzeri gün arasında bölgede kalan katılımcıların, 1-3 gün arasında bölgede konaklayan katılımcılara göre “Konaklama İşletmeleri Hizmetleri” ve “Ulaştırma İşletmeleri Hizmetleri” faktörlerinden daha tatmin düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. 4-7 gün arasında bölgede konaklayan katılımcılar ise, 1-3 gün arasında bölgede konaklayan katılımcılara göre “Yiyecek & İçecek İşletmeleri Hizmetleri” faktörü tatmin boyutlarının daha fazla olduğu görülmüştür. Hacibekeş'i ziyaret eden turistlerin bölgeden edindikleri hizmetlere ilişki tatmin düzeylerinin genel anlamda kısa süreli seyahatlerinde yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, turistlerin bölgede uzun süreli konaklamalar gerçekleştirmelerini engelleyici bir unsur olarak bölgedeki turizm gelirlerini olumsuz yönde etkileyen bir özelliktir. Benson (2013: 109) Nijerya'da yapmış olduğu araştırmalarında, bölgeyi ziyarete gelen turistlerin %94'nün tekrar gelmek istediğini belirttiği ancak, %40,8'i gerekli altyapının bulunmaması sebebiyle bölgede 24 saatin altında kaldığını belirtmiştir. Bu araştırmada katılımcıların yarısından fazlasının bölgede 1-3 gün arasında konaklama yaptıkları belirlenmiştir. Emekli (2006: 58) ise, çalışmasında Türkiye'de kültürel çekiciliklerin tur yaratan çekiciliklerin ötesine geçemediğini ve konaklama yaratamayan bir özellik taşıdığını belirtmektedir. Bu durumun temel sebebinin ise, müze ve ören yeri ziyaretlerinin destekleyici turistik çekicilikler ve ürünler ile birleştirilmemesinden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Hacı Bektaş Veli inanç merkezindeki turistlerin konaklama süresinin uzatılmasının turistik işletme arz kaynaklarının artırılması, ulaştırma işletmelerinin ve mevcut turistik işletmelerin kalitesinin artırılmasıyla sağlanabileceği söylenebilir.

Bu araştırmada, Hacı Bektaş Veli inanç merkezinin kültürel motivasyonlar nedeniyle ziyaret edilmesinin yanı sıra esas ziyaret edilmiş nedeninin ruhani odaklı motivasyonlar olduğu görülmüştür. İnanç turizmi açısından inanç merkezlerinin fiziki durumunun önemli olduğu düşünüldüğünde Bektaş turizm arz kaynaklarının

turizm projelerine ve faaliyetlerine destek veren ulusal ve uluslararası kuruluşlardan finansal destek alınarak restore edilmesi sağlanabilir. Bu sayede Hacı Bektaş Veli Müzesi haricindeki diğer ziyaret yerleri de turistlere arz edilebilir. Ziyaretçilerin genelde genç olarak tabir edilebilecek yaş aralığında olmaları ve neredeyse yarısının evli olması nedeniyle Hacı Bektaş Veli Müzesi bünyesinde gençlere ve evli çiftlere yönelik bazı etkinliklerin düzenlenmesi sinobizm etkisini arttıracaktır. Benzer şekilde (Çetin, 2015: 56) çalışmasında Hacı Bektaş Veli inanç merkezinin Türk halkına ve özellikle genç nüfusa tanıtılması açısından bilimsel, sosyal ve kültürel aktivitelerin artırılması gerektiğini, Hacı Bektaş Veli inanç merkezine kültürel turizm kapsamında turların düzenlenmesi gerektiğini ve Hacı Bektaş Veli ile ilgili eserlerin okunmasını sağlamak amacıyla medya organlarının kullanılmasına önem verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu açıdan bakıldığında Çetin'in (2015) önerisinin desteklenmesi gerektiği aşikardır. Bölgede geleneksel olarak gerçekleştirilen anma etkinliklerinin niteliği seyahat acenteleri ve diğer turizm paydaşları tarafından arttırılarak bölge tanıtımının kapsamı uluslararası boyuta taşınabilir. Ayrıca etkinlik turizminin bu bölgede inanç turizmi ile gelişeceği göz önünde bulundurularak etkinlikler süresince meydana gelebilecek aşırı talep turizm planlayıcısı ve politikacıları tarafından göz önünde bulundurulmalıdır. İleride Hacı Bektaş Veli inanç merkezi turizmi ile ilgili araştırma yapacak bilim insanlarının ise, Hacıbektaş'daki mekanların fiziki özelliklerinin sürdürülebilir bir düzeye getirilmesi ve merkezde hizmet sağlayan işletmelerinin kalitelerinin ne şekilde artırılacağı ile ilgili çalışmalar üzerinde durmaları doğru olacaktır. Ayrıca, merkeze gelen ziyaretçilerin tatmin düzeylerinin ne şekilde artırılacağına yönelik çalışmalar yapıp, bazı çözüm önerilerinin geliştirilmesi de Hacı Bektaş Veli inanç merkezine yönelik turizminin geliştirilmesi açısından olumlu olacaktır. Bunun yanında, bölgede yaşayan yerel halkın ve diğer paydaşların turizmin gelişimine ilişkin tutum ve algılarının ölçülmesine yönelik araştırmalar sürdürülebilir turizm gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Akbulut, Dilek. (2013). "İnanç ve Üretim Bağlamında Hacıbektaş Taş İşçiliği". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*. 68, 221-238.
- Akok, Mahmut. (1968). "Hacıbektaş Veli Mimari Manzumesi". *Türk Etnografya Dergisi*. x, 27-58.
- Akova, Orhan. (2006). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma". Erişim Tarihi: 03.07.2016. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/akademikincelemeler/article/view/5000067776/5000062993>.
- Aktaş, Ahmet ve Ekin, Yakın. (2007). "The Importance and Role of Faith Tourism as Alternative Tourism Resources in Turkey". Dü. Razaq Raj ve Nigel D. Morpeth. *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. CAB International

- Alecu, I. Ciprian. (2010). "Epistemological Aspects of Religious Tourism in Rural Areas". *International Journal of Business, Management and Social Sciences*. 3, 59-65.
- Artun, Erman. (2014). "Hatay İnanç Merkezlerinin Hatay'ın Tanıtılmasına Katkısı Üzerine Görüşler". Erişim Tarihi: 03.04.2014. http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/erman_Artun_hatay_inanc_merkezleri.pdf.
- Asil, Murat. (2013). "Hacı Bektaş-ı Veli Anma Törenleri'ne Doğru". Erişim Tarihi: 09.19.2014. <http://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/214707--haci-bektas-i-veli-anma-torenleri-ne-dogru>.
- Avcıkurt, Cevdet. (2007). *Turizm Sosyolojisi; Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Ankara: Detay Yayınları.
- Benson, E. Ifeyinwa. (2013). "Visitors to Religious Sites in South Western Nigeria – Their Experience of the Physical Infrastructure". *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 5 (2), 94-114.
- Birge, J. Kingsley. (1937). *The Bektashi Order of Dervishes*. Bristol: Burleigh Press.
- Blackwell, Ruth. (2007). "Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events". Dü. Razaq. Raj, ve Nigel D. Morpeth. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management an International Perspective*. Cambridge: CAB International, 35-47.
- Clarke, Alan vd. (2012). "Sustaining The Religious Tourism Experience: Reflections from the Recultivatur project". The 2nd Lecce Conference on Religious Tourism: Sustainable Religious Tourism Commandments, Obstacles and Challenges, Italy.
- Coltman, M. Michael. (1989). *Introduction to Travel and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cornille, Catherine. (2010). "Empathy And Inter-Religious Imagination". Dü. Richard Kearney ve Eileen Rizo-Patron. *Traversing the Heart, Journeys of the Inter-Religious Imagination*. Boston: Koninklijke Brill NV: 107-122.
- Çeken, Hüseyin. (2008). <>Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme>>. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2: 293-306.
- Çetin, Turhan. (2013). <>Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Kültürel Turizm ve Hacı Bektaş Veli'ye İlişkin Düşünceleri>>. Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi, İstanbul.
- . (2015). "Kültürel Coğrafya Perspektifinden Hacı Bektaş Veli'nin Felsefesi ve Eserleri". Dü: Ali Meydan ve Turhan Çetin. *Türk Kültüründe Coğrafya-I*. Ankara: Pegem Akademi: 55-81.
- Çifci, Selcen. (2011). <>Bir Grup Yükseköğretim Öğrencisinin Hacı Bektaş Veli'yi Tanıma Düzeyi ve Bektaşilik Hakkındaki Tutumları>>. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 57: 225-244.
- Çimen, Şenay. (2004). <>Alevi Bektaş Kültüründe Hacı Bektaş Veli Külliyesi'nin Yeri ve Önemi>>. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Demir, Necati. (2001). "Sözlü Türk Kültüründe Hacı Bektaş Veli". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* (57): 15-28.

- Digance, Justine. (2006). "Religious and Secular Pilgrimage". Dü: Dallen J. Timothy ve Daniel H. Olsen. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. New York: Taylor & Francis e-Library: 36-48.
- Doğaner, Suna. (2009). "Din ve Turizm: Türkiye'de İnanç Turizmi". Dü: Ertan Eğribel ve Ufuk Özcan. *Türkiye'de Toplum Bilimlerinin Gelişimi-II (Anglo-Amerikan Etkisi/Sosyoloji Yılı-18)*. İstanbul: Kitabevi Yayınları: 338-350.
- Dönmez, B. Mustan. (2010). "Alevi Cem Ritüellerinde Canlandırılan Kırklar Söylencesinin "Şiir, Müzik ve Dans" ile İlişkisi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(14):191-199.
- Durmuş, Beril vd. (2013). *Sosyal Bilimlerde Spss'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Egresi, Istvan vd. (2012). "Unlocking the Potential of Religious Tourism in Turkey". *Geo-Journal of Tourism and Geosites*, 9(1): 63-80.
- Emekli, Gözde. (2006). "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi*, (15), 51-59.
- Farahani, H. Zamani ve Musa, Ghazali. (2012). "The Relationship Between Islamic Religiosity and Residents' Perceptions of Socio-Cultural Impacts of Tourism in Iran: Case Studies of Sare'in and Masooleh". *Tourism Management* (33): 802- 814.
- Gil, A. Rubio ve Curiel, J. Esteban. (2008). "Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience". *PASOS. Revista de Turismo Patrimonio Cultural*: 419-433.
- Googlemap.(2016)."Googleearth".ErişimTarihi:16.06.2016.<https://www.google.com/maps/@38.94242,34.56223,16z/data=!3m1!1e3>.
- Gölpınarlı, Abdülbaki. (1995). *Manakıb-ı Hacı Bektaş Veli "Vilayet-Name"*. İstanbul: İnkilap Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Gümüşoğlu, Dursun ve Tokçiftçi, Jülide (2012). *Şeyh Baba Mehmed Süreyya Bektaşilik ve Bektaşiler*. Dü. İbrahim Akkuş. İstanbul: Höşgörü Yayınları.
- Hacıbektasweb.(2016)."HacıbektasWeb".ErişimTarihi:16.06.2016.<http://www.hacibektas.com/>.
- Hacı Bektaş Veli Makaalât ve Müslümanlık*. (1994). Çev. Mehmet Yaman. Ankara: Ayyıldız Yayınları.
- Hacıoğlu, Necdet, ve Tekin, Özlem. (2014). "Türkiye'de İnanç Turizmi Çalışmalarına Kısa Bir Bakış". İnanç Turizmi Seçme Konular. Dü: Yasin Bilim, ve Özgür Özer. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları: 47-61.
- Işık, M., Akdağ vd. (2010). "Türk Toplumunda Hacı Bektaş Veli Algısı Üzerine Bir Araştırma". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 55: 173-192.
- ITB World Travel Trends Report 2014/2015 (2014). Erişim Tarihi: 09. 19. 2014. http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_dl_en/WTTR_Report_A4_4_Web.pdf.
- Kaelber, Lutz. (2006). "Paradigms of Travel From Medieval Pilgrimage to the Postmodern Virtual Tour". Dü: Dallen J. Timothy ve Daniel H. Olsen. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. New York: Taylor & Francis e-Library: 49-63.

- Kaytanbıyık, Mehmet. (2009). "Doğumunun 800.Yılında Hacı Bektaş Veli'yi Anmak". *21. Yüzyıl Dergisi*: 267-284.
- Kelly, Lynda vd. (2003). *Energised, Engaged, Everywhere: Older Australians and Museums*. Canberra: Australian Museum Audience Research Centre and Environmetrics.
- Kızılırmak, İsmail, ve Kurtuldu, Hüseyin. (2005). "Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1), 100-120.
- Koşay, H. Zübeyir. (1967). "Bektaşilik ve Hacı Bektaş Tekkesi". *Türk Etnografya Dergisi*(x): 19-26.
- Kotler, G. Neil vd. (2008). *Museum Marketing and Stratgy*. San Francisco: Jossey- Bass.
- Kozak, Nazmi vd. (2000). *Genel Turizm İlkeler - Kavramlar*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Köprülü, Fuad. (1976). *Türk Edebiyatı'nda İlk Mutasavvıflar*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Kreiner, N. Collins vd. (2013). "Spatial Transgression of New Religious Sites in Israel". *American Geographical Society* (40): 103-114.
- Kurnaz, H. Bilgehan. (2013). "İnanç Turizmi Kapsamında Hac ve Umre Organizasyonu Yapan Seyahat Acentelerinin Pazarlama Faaliyetlerinin İncelenmesi: A Grubu Acentalara Yönelik Bir Uygulama>>". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.
- Küçüközyiğit, Uğur. (2015). "Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri ve Kültür Sanat Etkinlikleri Hakkındaki Haberler: Bir İçerik Analizi". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* (75): 29-48.
- Melikoff, Irene. (1997). "*Anadoluda Heterodoks İslam*" *Tuttum Aynayı Yüzüme Ali Göründü Gözüme*. Çev. İlham. C. Erseven. İstanbul: Ant Yayınları.
- Norman, Alex. (2004). "Spiritual Tourism: Religion and Spirituality in Contemporary Travel". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Sydney, The Degree of Bachelor of Arts. Sydney.
- Noyan, Bedri. (1963). *Hacıbektaş'ta Pirevi ve Diğer Ziyaret Yerleri*. İzmir: Ticaret Matbacılık T.A.Ş.
- . (1998). *Bütün Yönleriyle Bektaşilik ve Alevilik*. Ankara: Ardıç Yayınları.
- Nunnally, Jum. (1967). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Nurmuhammedoğlu, Naim-Bek. (1991). *Hoca Ahmed Yesevi Türbesi*. Çev. Hatice Bice. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları / 1343.
- Nyaupane, Gyan., ve Timothy, Dallen J. (2009). "Cultural Heritage and Tourism in the Developing World A Regional Perspective". *Introduction: Heritage Tourism and the Less-Developed World*. Dü. J. Dallen Timothy ve Nyaupane Gyan. New York: Taylor&Francis e-Library: 3-20.
- Okuyucu, Ayşe ve Somuncu, Mehmet (2014). "Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek". *İnanç Turizmi Seçme Konular*. Dü. Yasin Bilim, ve Özgür Özer. Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları: 1-46.
- Oytan, Teyfik. (1962). *Bektaşiliğin İç Yüzü* (Cilt 2). İstanbul: Kanaet Kitap Evi.

- Özbakır, Akın. (2010). <>Malatya Kale Yöresi Alevi-Bektaşî İnançlarının Tespit ve Değerlendirilmesi”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Öztürk, Mürsel. (1991). *Hacı Bektaş Veli ve Çevresinde Oluşan Kültür Değerleri Bibliyografyası*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Petroman, Ioan vd. (2011). “A Religious and Ethnic Tourism Profile of Europe”. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies*, 44 (2):490-493.
- Poria, Yaniv vd. (2003). “Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess”. *Current Issues in Tourism*, 6(4): 340-363.
- Pusztai, Bertalan. (2004). “Religious Tourist: Constructing Authentic Experiences in Late Modern Hungarian Catholicism”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Jyväskylä, Faculty of Humanities of the University of Jyväskylä. Jyväskylä.
- Richards, Gerry. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. Newyork: CABI Publishing.
- Rundquist, Kiristina. (2010). *Religious Tourism is No Longer a Niche Segment*. United States: AST Anetwork.
- Sargın, Sevil. (2006). “Yalvaç’ta İnanç Turizmi”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2): 1-18.
- Seshadri, K. Shamanna., ve Ganesh, T. (2011). “Faunal Mortality on Roads due to Religious Tourism Across Time and Space in Protected Areas: A Case Study from South India”. *Forest Ecology and Management*, 9 (1): 1713-1721.
- Shackley, Myra. (2006). *Atlas of Travel and Tourism Development*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Simone-Charteris, Maria. T., ve Boyd, Stephen. (2010). “The Development of Religious Heritage Tourism in Northern Ireland: Opportunities, Benefits and Obstacles”. *Turizam: znanstveno stručni časopis*, 58(3): 229-257.
- . (2011). “The Potential for Northern Ireland to Promote Politico-Religious Tourism: An Industry Perspective”. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (3-4): 357-483.
- Şahiner, Tuba. (2012). <>İnanç Turizm Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman>>. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahraman Oğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Şaman, Ebru. (2009). <>Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin’de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Şardağ, Rüştü. (1985). *Her Yönü ile Hacı Bektaş-ı Veli ve En Yeni Eseri Şerh-i Besmele*. Ankara: Özgür Yayınları.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2014). “Müze İstatistikleri”. Erişim Tarihi: 02.02.2014. <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/>.
- . (2013). “2014 tarihinde 2013 Yılında En Çok Ziyaret Edilen 10 Müze”. Erişim Tarihi: 09.19.2014. <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html>
- . (2014). *Hacıbektaş Veli Müzeleri*. Nevşehir: Güçlü Ofset Matbacılık.

- Tanyıldızlı, İ. Nural. (2011). "Türk Kültürünün Gençlere Tanıtımında Medyanın Rolü: Hacı Bektaş Veli, Mevlana ve Yunus Emre Üzerine Bir Araştırma". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 59: 101-118.
- Tok, Celal. (2005). "Kültür Turizmi". *Standard Ekonomik ve Teknik Dergi*, 44 (6), 40-43.
- Turan, Esen. (2012). "Türkiye'de Yabancı turizm Talebini Artırmada İnanç Turizminin Yeri ve Önemi". Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Turner, V. Witter., ve Turner, Edith. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspective*. New York: Columbia University Press.
- Tunç, Azize. (1998). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Toskay, Tuncay. (1993). *Turizm*. İstanbul: Der Yayınları.
- Uğurlu, Ahmet (1995). *Alevilikte Cem ve Musahiplik*. İstanbul: Nadir
- Uğurlu, A. Rıza. (2009). *Aşk-ı Muhabbet*. İstanbul: Secil Ofset.
- Usta, K. Mehmet. (2005). "İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi">. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2014). "UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition". Erişim Tarihi: 06.01.2014. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.
- Vural, Nihat. (2015). "Dört Kapı Kırk Makam". Erişim Tarihi: 12.12.2015. <http://www.cemhaber.com/dort-kapi-kirk-makam.html>.
- Yaman, Mehmet. (2011). *Alevilik, İnanç, Edebiyat, Erkân*. İstanbul: Demos Yayınları.
- Yavuzer, H. (1993). "Hacıbektaş Yöresi Bektaş İnançlarının Din Sosyolojisi Yönünden İncelenmesi". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erciyes.

