

**T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**EV PANSİYONCULUĞUNUN GELİŞTİRİLMESİNDE
KÜLTÜREL KİMLİĞİ KORUMA STRATEJİLERİNİN
ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

Meral AKYÜZ

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Orhan BATMAN
Ortak Danışman : Prof. Dr. Şevki ÖZGENER

Temmuz 2021

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

EV PANSİYONCULUĞUNUN GELİŞTİRİLMESİNDE
KÜLTÜREL KİMLİĞİ KORUMA STRATEJİLERİNİN
ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Meral AKYÜZ

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Bu tez 14/07/2021 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

JÜRİ	BAŞARI DURUMU
Jüri Başkanı: Prof.Dr.Orhan BATMAN	Başarılı
Üye: Doç.Dr.Aziz Gökhan ÖZKOÇ	Başarılı
Üye: Dr.Öğr. Üyesi Hümeysra BAYSAL	Başarılı
Üye: Dr.Öğr. Üyesi Recep YILDIRGAN	Başarılı
Üye: Dr.Öğr. Üyesi Akif GÖKÇE	Başarılı

BEYAN

Tez içindeki tüm verilerin akademik kurallar çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, görsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uygun şekilde sunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezde yer alan verilerin bu üniversite veya başka bir üniversitede herhangi bir tez çalışmasında kullanılmadığını beyan ederim.

Meral AKYÜZ

14/07/2021

TEŞEKKÜR

Bu tez Kapadokya'ya olan heyecan ile kapsamlı, özverili ve uzun vadeli bir emek sürecinin sonucudur. İlk ve en önemli olarak tez danışmanım Prof. Dr. Orhan Batman'a bu araştırmanın başlangıcından sonuna kadar olan sayısız katkısı, kılavuzluğu, sabrı ve desteği için en derin minnettarlığımı sunmak istiyorum. Ayrıca yine ortak danışmanım Prof. Dr. Şevki Özgener'e teşekkürlerimi sunarım. Akademik bakış açıları ve tüm katkıları için jüri üyelerim Prof. Dr. Oğuz Türkay ve Doktor Öğretim Üyesi Hümeysra Taşçıoğlu Baysal'a ayrıca teşekkür etmek istiyorum.

Bu süreç içerisinde desteğini, tecrübelerini benimle paylaştığı ve bana öğrettiği her şey için ve diğer sayısız tüm katkıları için hem lisans arkadaşım hem de mesai arkadaşım olan Doç. Dr. Aziz Gökhan Özkoç'a çok ama çok teşekkür ederim. Bu süreci o olmadan sağlıklı bir şekilde bitiremezdim.

Kapadokya'da ailem gibi oldukları ve beni bu süreçte hep destekledikleri için başta Saime Kılıçkiran, Hasan Hüseyin Kılıçkiran ile Handan Kılıçkiran olmak üzere tüm Kılıçkiran ailesine en derin teşekkürlerimi iletmek isterim. Ayrıca bu şehrin bana kazandırdığı Serkan Kılıçkiran'a, bu süreçte vazgeçmeme asla müsaade etmediği, bana her zaman neşe, motivasyon, anlayış kaynağı olduğu ve çalışmam boyunca beni koşulsuz desteklediği için kalbimin en derinliklerinden teşekkür ederim.

Son ve sonsuz olarak en büyük teşekkürü aileme borçluyum. Bu zorlu çalışma sürecinde hep yanımda olan, sevgi ve desteklerini benden bir an olsun esirgemeyen, beni bu günlere getirerek mesleki hayatımda gideceğim yol için ışık tutan annem Ayşe Akyüz ve babam Selahattin Akyüz'e, doğduğu günden beri en yakın arkadaşım ve en büyük destekçim olan her konuda düşüncelerine ve fikrine ilk başvurduğum ve geleceğe dair içimi umutla dolduran küçük kardeşim Mehmet Akyüz'e, bana her zaman destek oldukları için diğer kardeşlerim Ahmet Akyüz'e ve Metin Akyüz'e ve ailemizin yeni üyesi Burcu Akyüz'e çok teşekkür ederim.

Benim hayattaki en büyük şanslarım ve sonsuz sevgi kaynağım olan yeğenlerim

Serhan ve Ayşe Dila Akyüz'e ithafen...

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	i
KISALTMALAR	v
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	ix
SUMMARY	x
BÖLÜM 1.	
GİRİŞ	1
BÖLÜM 2.	
LİTERATÜR.....	4
2.1. Ev Pansiyonculuğu	4
2.1.1. Ev pansiyonculuğu kavramı	4
2.1.2. Ev pansiyonculuğunun önemi	12
2.1.3. Ev pansiyonlarının özellikleri	15
2.1.4. Ev pansiyonculuğunun gelişimi	21
2.1.4.1. Dünyada ev pansiyonculuğu gelişimi	22
2.1.4.2. Türkiye’de ev pansiyonculuğunun gelişimi.....	28
2.2. Kültürel Kimlik	42
2.2.1. Kültürel kimlik kavramı	42
2.2.2. Turizm ve kültürel kimlik ilişkisi.....	46
2.2.3. Turizm ürünü olarak kültürel kimlik boyutları.....	50
2.2.3.1. Doğal/estetik unsurlar	54
2.2.3.2. Aktiviteler/semboller	54
2.2.3.3. Anlam/deneyim.....	54
BÖLÜM 3.	
MATERYAL VE YÖNTEM.....	55
3.1. Araştırma Sorularının Belirlenmesi.....	55
3.2. Araştırmanın Yöntemi	56
3.2.1. Anket ve görüşme formlarının hazırlanması	57
3.2.1.1. Anket formunun hazırlanması	57

3.2.1.2. Görüşme formunun hazırlanması.....	58
3.2.2. Evren ve örneklemin belirlenmesi.....	60
3.2.2.1. Evrenin temel özellikleri.....	60
3.2.2.2. Araştırmanın evren ve örnekleme	61
3.2.3. Verilerin elde edilmesi süreci.....	63
3.2.4. Araştırmada kullanılan analiz teknikleri	64
3.2.4.1. Nicel verilerin analizi.....	65
3.2.4.2. Güvenilirlik Analizleri.....	66
3.2.4.3. Nitel verilerin analizi	67
3.2.5. Araştırmanın sınırlılıkları	70

BÖLÜM 4.

BULGULAR VE TARTIŞMA.....	71
4.1. Ev Pansiyoncularının Demografik ve Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular	71
4.2. Ev Pansiyonlarının Genel Nitelikleri ve Turist Profili	74
4.3. Ev Pansiyoncularının Bölge Turizmine Bakış Açısı.....	81
4.4. Katılımcıların Ev Pansiyonculuğuna Yönelik Tutumları	90
4.5. Ev Pansiyonculuğunun Geliştirilmesine Yönelik Yürütülen Faaliyetler	92
4.6. Kültürel Kimliği Oluşturan Unsurlara Yönelik Tespitler.....	94
4.6.1. Kapadokya bölgesinde kültürel kimliği oluşturan unsurlar	94
4.6.2. Ev pansiyonlarında kültürel kimliği oluşturan unsurlara ilişkin bulgular	108
4.7. Katılımcıların Kültürel Kimliği Koruma ve Sürdürme Stratejilerinin Etkililiğine İlişkin Algılamalarına Dair Bulgular.....	113
4.8. Katılımcıların Kültürel Kimliğin Korunması ve Sürdürülmesine İlişkin Görüşlerine Dair Bulgular	119
4.9. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi ve Tartışılması.....	122

BÖLÜM 5.

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	128
-------------------------------	------------

KAYNAKLAR	133
------------------------	------------

EKLER.....	141
-------------------	------------

KISALTMALAR

B&B	: Bed and Breakfast
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
TURAD	: Turizm Araştırmaları Derneği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WTO	: Dünya Turizm Örgütü

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1	: Ev pansiyonlarının karakteristik özellikleri.	20
Tablo 2.2	: Ev pansiyonculuğu kavramı ile benzer kavramlar ve özellikleri.	28
Tablo 2.3	: Türlerine ve sınıflarına göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı.	38
Tablo 2.4	: Türlerine ve sınıflarına göre belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı.	39
Tablo 2.5	: Türkiye’deki turizm belgeli pansiyonların sayısı.	40
Tablo 2.6	: Türkiye’de belediye belgeli pansiyonların sayısı.	40
Tablo 2.7	: Turizm işletme belgeli pansiyonlara geliş sayısı, geceleme, kalış süresi ve doluluk oranları.	41
Tablo 2.8	: Maori’nin üç çekiciliğinde sunulan kültürel kimlik boyutları.	53
Tablo 3.1	: Araştırma değişkenlerine ilişkin basıklık ve çarpıklık katsayıları ile kolmogorov-smirnov testi sonuçları.	66
Tablo 3.2	: Ölçeklere ilişkin güvenirlik (Cronbach’s Alpha) katsayıları.	67
Tablo 3.3	: Ana tema ve alt temalara ilişkin açıklamalar.	69
Tablo 4.1	: Ev Pansiyoncularının Demografik Özelliklerine İlişkin Değerler.	71
Tablo 4.2	: Ev pansiyoncularının kişisel özelliklerine ilişkin değerler.	73
Tablo 4.3	: Ev pansiyonlarının genel niteliklerine ilişkin değerler.	76
Tablo 4.4	: Ev pansiyonlarını tercih eden turistlerin profili.	77
Tablo 4.5	: Ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetler.	87
Tablo 4.6	: Ev pansiyonculuğunun ekonomik boyutuna yönelik tutumlara ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	90
Tablo 4.7	: Ev pansiyonculuğunun sosyal ve yönetsel boyutuna yönelik tutumlara ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	91
Tablo 4.8	: Kapadokya bölgesinde kültürel kimlik unsurları.	96
Tablo 4.9	: Doğal yapıları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	114
Tablo 4.10	: Çeşitli aktiviteler düzenleme yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	115
Tablo 4.11	: Tarihi ve kültürel değerleri koruma yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	116
Tablo 4.12	: Yöresel el sanatları ve işlemelerini kullanarak kültürel kimliği devam ettirme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.	117

Tablo 4.13 : Yönetmel ve hukuki boyutlarını/stratejilerini kullanarak kültürel kimliğı koruma stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değeri	118
---	-----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1	: Ev pansiyonculuğu kavramı	11
Şekil 3.1	: Ana temalar, alt temalar ve kod sayısına ilişkin kod sistemi	68
Şekil 4.1	: Turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kelime bulutu-75 kelime	78
Şekil 4.2	: Turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kod-alt kod bölümler modeli.....	80
Şekil 4.3	: Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısına yönelik kelime bulutu	81
Şekil 4.4	: Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısına yönelik kod-alt kod-bölümler modeli.....	86
Şekil 4.5	: Ev Pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetlere ilişkin kod-alt kod-bölümler modeli	89
Şekil 4.6	: Bölgede ev pansiyonculuğunu geliştirmek için getirilen önerilere ilişkin kod-alt kod-bölümler modeli	93
Şekil 4.7	: Bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik görüşlere ilişkin kelime bulutu	95
Şekil 4.8	: Pansiyonlarda sunulan kültürel kimlik unsurlarına yönelik kelime bulutu	108
Şekil 4.9	: Pansiyonlarda sunulan kültürel kimlik unsurlarına yönelik kod-alt-kod bölümler modeli	112
Şekil 4.10	: Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik önerilere ilişkin kelime bulutu	120
Şekil 4.11	: Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik önerilere ilişkin kod-alt-kod-bölümler modeli	121

EV PANSİYONCULUĞUNUN GELİŞTİRİLMESİNDE KÜLTÜREL KİMLİĞİ KORUMA STRATEJİLERİNİN ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

ÖZET

Turizm endüstrisinde turistlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak için farklı tür ve nitelikte birçok konaklama işletmesi faaliyet göstermektedir. Bunlardan biri olan ev pansiyonculuğuna olan ilgi son dönemlerde giderek artmaktadır. Çünkü değişen kültürel, sosyo-ekonomik koşullar turizm endüstrisi hizmet anlayışını da değiştirmektedir. Konaklama sektörü de bu anlayışa uyum sağlamış ve ev pansiyonları yaygınlaşmıştır. Ev pansiyonları, konaklama sektöründe farklılaşma çabalarına cevap verebilen konaklama işletmesi türlerinden biridir. Bu konaklama işletmeleri farklı fiziksel yapıları ve mimarileriyle bulundukları bölgenin kültürel kimliğini yansıtmaktadır. Kapadokya bölgesi sahip olduğu coğrafi özellikleri ve tarihi ile farklı bir kültürel kimliğe sahip olup çok çeşitli kültürel kimlik öğelerini barındıran bir bölgedir. Bu doğrultuda ev pansiyonları üzerinde yapılan bu araştırmanın temel amacı ev pansiyonculuğunun gelişiminde, bölgede mevcut kültürel kimlik değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliğinin rolünü ve bu doğrultuda ev pansiyonlarının mevcut durumunu değerlendirmektir. Çalışmanın evreni olarak Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren ev pansiyonları belirlenmiştir. Araştırma verileri bölgedeki ev pansiyonlarının yönetici ve sahiplerinden elde edilmiştir. Bu çalışmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı karma veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Toplamda 55 görüşme formuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada katılımcıların tutum ve algılarını ölçmek amacıyla nicel veri toplama yöntemi, yine bu katılımcıların kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesine ilişkin bilgilerini ve değerlendirmelerini tespit etmek amacıyla nitel yöntem tercih edilmiştir. Katılımcılar ile yapılan derinlemesine mülakatlar ile nitel veriler, katılımcılara uygulanan anket formu aracılığıyla da nicel veriler elde edilmiştir. Yapılan analizler ve değerlendirmeler sonucunda, Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren ev pansiyonlarının, ev pansiyonculuğuna yönelik hem ekonomik hem de sosyal ve yönetsel açıdan olumlu tutumlar geliştirdikleri görülmektedir. Bununla birlikte, bölgede kültürel kimliğin, ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi açısından stratejik öneme sahip olduğu, çeşitli kültürel kimlik unsurlarının ev pansiyonlarında kullanıldığı tespit edilmiştir. Ev pansiyonculuğunun bölgedeki gelişiminin önünde görülen en önemli sorun kaynakları; kaçak mimariler, büyük otel sayısının bölgede giderek artması, turistik gelir dağılımındaki dengesizlikler, düşük geceleme sayısı, yerel yönetimlerin sunduğu desteklerin ve kamu desteğinin yetersizliği şeklinde sıralanabilir.

Anahtar Kelimeler: Ev Pansiyonculuğu, Kültürel Kimlik, Kapadokya, Sürdürülebilirlik.

THE ROLE OF CULTURAL IDENTITY PROTECTION STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF GUEST HOUSE: THE CASE OF CAPPADOCIA

SUMMARY

In the tourism industry, many businesses of different types and qualities operate to meet the hospitality needs of tourists. The interest in one of them, home boarding, has been increasing in recent years. Because changing cultural, socio-economic conditions also change the tourism industry and its understanding. Accommodation industry has adapted to this understanding and hostels have become widespread. Home hostels are one of the types of accommodation businesses that can respond to differentiation efforts in the accommodation sector. These accommodation establishments have a wide variety of cultural identity elements with their different physical conditions and architectures. The Cappadocia region is a region that has a different place identity with its geographical features, fairy chimneys, valleys and historical past, and contains a wide variety of cultural identity elements. However, there are a limited number of studies dealing with the relationship between cultural identity and sustainability in accommodation businesses. Therefore, this study focuses on eliminating the lack of findings in the field. In this direction, the aim of the study is to reveal the current situation about the preservation and sustainability of cultural identity in accommodation enterprises through home hostels and to identify the sources of problems that prevent the development of home hostels in the region. The sample of the research consists of managers and owners of hostels operating in Nevşehir province (n=55). In this study, qualitative data were obtained through in-depth interviews and quantitative data were obtained through a questionnaire in this form, in an interview form designed by the researchers in order to measure the perceptions of home hostel managers and owners on the preservation and sustainability of cultural identity in accommodation enterprises. These data were analyzed with the mixed method in which qualitative (Maxqda) and quantitative research methods (descriptive statistics) are used together. According to research findings and evaluations; It has been observed that the house boarding houses operating in Nevşehir have developed positive attitudes towards house boarding, both economically, socially and administratively. The most important problems in front of the development of hostels in the region are illegal architecture, the increasing number of large hotels in the region, the imbalances in the distribution of touristic income, the low number of overnight stays, the inadequacy of the support provided by the local administrations and the lack of public support. Finally, it has been stated that there are some limitations of the study and suggestions for the preservation and sustainability of cultural identity in home hostels and some suggestions for those who will work on this subject in the future are made.

Keywords: Guest House, Cultural Identity, Cappadocia, Sustainability.

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Dünyada teknolojiye, ekonomide ve siyasette meydana gelen değişimle beraber turizm endüstrisinde de tüketim kalıplarının değişiklikler gösterdiği görülmüştür. Kitle turizmine alternatif olarak hizmet sağlayan küçük ve orta ölçekli konaklama tesisleri farklı tüketim kalıplarına cevap vererek uluslararası turizm hareketlerinde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Ağırlama endüstrisi içinde hizmet veren küçük ve orta ölçekli tesislerle ilgili yapılan çalışmalar ev pansiyonculuğu işletmesi olarak tanımlanmış ve turizm endüstrisinde yeni bir konaklama türü olarak doğmuştur.

Ev pansiyonculuğu, konaklama sektörünün ekonomik, kültürel ve sosyal olarak önemli ama genellikle ihmal edilmiş, henüz standardı ve tipolojisi oluşturulmamış bir parçasıdır (Lynch, 2005). Sürdürülebilir turizm yaklaşımının önemle üzerinde durduğu ev pansiyonu girişimleri, yerel halkın aktif katılımı ile gerçekleştiğinden kültürel ve ekonomik paylaşımı da arttırmaktadır (Aşan ve Yılmazdoğan, 2012). Dolayısıyla turizm endüstrisi hem değişen tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak hem de sosyal ve ekonomik yönden fayda sağlayacak bu tür girişimlere gereksinim duymaktadır. Bu çalışmada ev pansiyonlarının bu ihtiyaçları gidereceği ileri sürülmektedir.

Türkiye’de ev pansiyonlarına dair farklı konular açısından yapılan çalışmalara bakıldığında (Berk, 1990; Özgen, 1992; Güçlü, 1995; Ardahan, 2003; Aycı, 2004; Aşan ve Yılmazdoğan, 2012; Akyüz ve Batman, 2017a; Akyüz ve Batman, 2017b ve Emir, 2018) araştırmacıların çalışmaları olduğu görülmektedir. Bu çalışmada ise ev pansiyonlarının kültürel kimlikle arasındaki ilişki ele alınmıştır.

İnsanlar sadece güneş, kum ve deniz amaçlı seyahat etmeyip alternatif turizm türleriyle beraber farklı ilgi alanlarına da yönelmeye başlamışlardır. İnsanların seyahat etme tercihlerinde meydana gelen değişiklikler turistik ürüne de yansımış artık farklı tür ve nitelikte ürünler tüketici grubuna sunulmaya başlamıştır. Çünkü artık kültür faktörü, turistlerin seyahat gereksinimleri arasında yer almaktadır (Uygur ve Baykan, 2007, s.30). Bu yüzden kültür turizmi yeni turistik ürün olarak ön plana çıkmaya başlamıştır.

Kültür turizminin yoğun yaşandığı bölgelerde tarihi evler konaklama talebini karşılayarak turizm endüstrisine hizmet etmektedir. Bu tür evler kültür açısından turizm varlıkları arasında yer alır.

Sürdürülebilir turizm gelişimiyle birlikte turizm endüstrisinde hizmet anlayışı da değişmeye başlamıştır. Söz konusu değişimlerin ev pansiyonlarının geliştirilmesi açısından önemli sonuçları olacaktır. Gelecekte ev pansiyonlarının özellikle pandemiden sonra yaygınlaşması beklenilmektedir. Bu yüzden ev pansiyonculuğunun önemli bir çalışma alanı olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda bu araştırmada kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin ev pansiyonlarının gelişimine etkileri hem ev pansiyonları çalışanlarının hem de sahiplerinin düşünceleri vasıtasıyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Ortaya çıkan farklılıklarla ev pansiyonculuğunun konaklama işletmeleri içerisindeki yeri ve kültürel kimliğin ev pansiyonları üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Böyle bir araştırmanın literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın saha araştırmasında Kapadokya bölgesi uygulama alanı olarak belirlenmiştir. Bunun nedeni bölgenin jeolojik yapısı ve kendine özgü kültürel değerleri ve tarihi geçmişi ile dünyada önemli turizm bölgelerinden biri olmasıdır. Ayrıca turizm endüstrisindeki rekabet ortamı, mevcut ve potansiyel turizm varlıklarının nasıl sunulması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Kapadokya bölgesi doğal ve tarihi açıdan turizm varlıklarının bulunduğu bir bölgedir (Babacan Çengel, 2013). Kapadokya bölgesine gelen turistler çeşitli sayıda ve tarzdaki konaklama işletmelerinde konaklamaktadırlar. Kapadokya bölgesi ev pansiyonları, doğal mimariye uygun yapı malzemeleri, özgün tasarım ve dekorasyonları ile bölgede çok tercih edilen konaklama işletmeleri olmuşlardır. Bu bölgedeki ev pansiyonlarının ortak noktaları kayaların oyularak inşa edilmesi ve bölgeye has tasarımların kullanılmasıdır. Bu bakımdan bu bölgedeki ev pansiyonları kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği açısından değerlendirilmiştir. Bunların yanı sıra, her geçen yıl bölgeye gelen turist sayısındaki artış Kapadokya için bu kapsamdaki çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Ayrıca bu tez çalışması ev pansiyonculuğu yazınındaki boşluğu doldurmaya odaklanmaktadır. Ancak ev pansiyonlarının gelişimini etkileyebilecek birçok sebep olmasına rağmen bu araştırmada sadece kültürel kimliğin sürdürülebilirliğinin etkisinin ölçülmesi araştırmanın bir sınırlılığını oluşturmaktadır.

Kültürü oluşturan ögelere bakıldığında ise ev pansiyonları kişilerin birbirlerinin kültürünü tanımada önemli bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan bu araştırmanın temel amacı ev pansiyonculuğunun gelişiminde, bölgede mevcut kültürel kimlik değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliğinin rolünü ve bu doğrultuda ev pansiyonlarının mevcut durumunu değerlendirmektir. Araştırmanın alt amacı ise ev pansiyonculuğunun bölgedeki gelişimini engelleyen sorun kaynaklarını tespit etmektir. Araştırmanın dolaylı diğer bir amacı ise ev pansiyonculuğu kavramının genel bir tanımının ortaya çıkmasına katkıda bulunmaktır.

Yapılan bu tez çalışması beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın ana hatlarının ele alındığı giriş bölümü yer almaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünün ilk kısmında ev pansiyonculuğun tanımı, önemi, özellikleri ve dünyadaki ve Türkiye’deki ev pansiyonculuğu türleri hakkında birtakım bilgilere yer verilmektedir. İkinci bölümün ikinci kısmında ise kültürel kimlik kavramı ele alınmaktadır. Bu bölümde kültürel kimlik kavramı açıklanmaya çalışılmış ve turizmle ilişkisi irdelenmiştir. Sonrasında sırasıyla turizm ürünü olarak kültürel kimlik boyutlarına yer verilmiştir.

Çalışmanın materyal ve yönteminin anlatıldığı üçüncü bölümde araştırma sorularının belirlenmesi, yöntem, araştırma süreci ve geçerlilik-güvenilirlik gibi araştırma desenine dair bilgiler verilmiştir.

Dördüncü bölüm olan bulgular ve tartışma bölümünde ise, araştırma sorularına ilişkin bulgular belirlenmiş, değerlendirilmiş ve literatür bulgularıyla karşılaştırılmıştır.

Beşinci bölüm olan sonuç ve öneriler bölümünde, çalışmaya dair genel bir değerlendirme yapılmış, araştırma sonuçları hakkında bilgiler aktarılmış ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

BÖLÜM 2. LİTERATÜR

Literatür iki ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda ev pansiyonculuğu kavramı ve ikinci kısımda ise kültürel kimlik kavramı araştırma konusu ekseninde ele alınmıştır.

2.1. Ev Pansiyonculuğu

Bu bölümde öncelikle ev pansiyonculuğunun tanımı, önemi, özellikleri, dünyada ve Türkiye’de ev pansiyonculuğu gelişimi üzerinde durulmuştur. Sonrasında dünyada ev pansiyonculuğu uygulamalarına yoğunlaşarak ev pansiyonculuğunun ilişkili olduğu kavramlar ve ev pansiyonculuğu uygulamaları hakkında bilgiler verilmektedir.

2.1.1. Ev pansiyonculuğu kavramı

Ev pansiyonculuğu kavramını ele almadan önce pansiyonların açıklanmasında fayda vardır. Ev pansiyonculuğu kavramının ne olduğu, nasıl tanımlandığı ve nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda bu alana ilişkin araştırmalarda değişik tanımlar vardır. Bu yüzden hem akademik hem de sektörel anlamda ev pansiyonlarıyla ilgili yapılan tanımlarda ayrılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada turizm literatüründeki tanımlara yer verilmektedir.

Fransızca *ücret*, *maaş*, *rant*, *akar* ve *kiralık oda* anlamlarına gelen “pension” kelimesinden değişikliğe uğrayarak dilimize girmiş olan pansiyon *ücret*, *maaş*, *rant*, *akar* ve *kiralık oda* anlamlarında da kullanılmaktadır. Pansiyon kavramı etimolojik olarak ücret, ödeme anlamına gelen “pensio” kelimesinden türetilmiş olup bu kelimenin Latince kökeninde de “pendere, pens” kelimeleri bulunmaktadır. Bu da asmak, terazi ile tartmak, özellikle gümüş para tartmak, dolayısıyla para ödemek anlamlarına

gelmektedir. Latince fiil Hint-Avrupa dil ailesinde yazılı örneği bulunmayan “(s)pen-sarkıtmak, asmak, tartmak” biçiminden dönüşmüştür (“Pansiyon Kelime”, 2021).

Tarihe yazılı kaynak olarak ilk kez 1910 yılında “kiralık oda” şeklinde kayıtlara geçen pansiyonlar; Türk Dil Kurumu’na göre konaklama hizmeti vermek amacıyla, odaların tamamının ya da bir bölümünün sürekli veya belli bir zaman için gelen konuklara kiraya verildiği, aynı zamanda yeme hizmetinin de olduğu evlerdir (“TDK”, 2019). Benzer şekilde pansiyon, tamamı veya bir kısmı uzun süre konaklamaya uygun ve istenildiğinde yeme-içme hizmetlerini de karşılayan, çoğunlukla aile işletmesi tipindeki küçük konaklama tesisleri olarak da tanımlanmaktadır (Barutçugil, 1989; Sezgin, 2001, s.92). Pansiyon, en az 20 yatak kapasitesine sahip olan konutun küçük bir otel gibi işletilmesidir (Aycı, 2004).

Eralp’e (1983) göre, “Akımı, toplulukların aile olarak yaşamlarını sürdürdüğü konut çatısı altında toplayan pansiyon, birincil üst yapı çeşitlerinden biridir. Bu yapılarda konuk, hane halkı ile onun yaşam koşullarına uyarak turizm mekanındaki geçici kalışını sürdürür. Böyle bir ortamda, turizmin toplumsal kültür alışverişine aracılık işlevi, yaşamın her yönünü içerir. Bu nedenle pansiyon, toplumsal kültür etkileşimim ve bu yol ile toplumsal değişimi, maksimum kapsam ve içerikte hızlandırıcı bir üst yapı çeşididir” (s. 140).

Hususi pansiyonlarla ilgili yapılan bir diğer tanım ise:

Pahalı yatırımlara ve rizikolu teşebbüslere nispeten birçok ekonomik ve sosyal avantajı olan şehir ve kasabalarda halkın, müsait olan meskenlerinin bir kısmını turistlere tahsis etmesidir. (Dikmen, Barda, Ayverdi, Gürkök ve Gülersoy, 1965, s.55).

Sezgin (2001) tarafından yapılan sınıflandırmada ise pansiyonlar niteliklerine göre “turistik pansiyonlar” ve “ev (aile) pansiyonculuğu” olmak üzere göre iki kısma ayrılmaktadır.

15/02/1965 tarih ve 6/4355 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla onaylanmış olan “Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği” ne göre ise pansiyonlar¹, üç sınıf halinde mütalaa edilmektedir (“Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği”, 2021): Ev pansiyonları ilk ve son kez bu yönetmelikte bir sınıflandırma içerisinde yer almıştır.

¹ Bu sınıflandırmada ev pansiyonlarının, pansiyonun bir türü olduğu anlaşılmaktadır.

- 1- Birinci Sınıf Turistik Pansiyonlar
- 2- İkinci Sınıf Turistik Pansiyonlar
- 3- Turistik Ev Pansiyonları

Bununla beraber *pansiyon işletmesi kavramı* ile *pansiyon konaklama şekli* birbiriyle karıştırılmaktadır. Örneğin konaklama işletmesinde gelen konukların konaklama şeklini belirtmek için kullanılan pansiyon kelimesi; tam pansiyon, yarım pansiyon, oda-kahvaltı, her şey dâhil veya ultra her şey dâhil ifade etmektedir (Batman, 2018, s.60).

Turizmin tarihsel gelişimi incelendiğinde, birçok konaklama işletmesinin özel evlerin veya konakların geliştirilmesiyle ortaya çıktığı görülmektedir. Bu özelliklerini halen sürdüren konaklama işletmeleri bulunmaktadır. Turizm endüstrisi sınırlı kaynaklara sahip girişimciler için oldukça çekici bir yatırım alanı oluşturmaktadır. Turizm endüstrisinde girişimcilerin sınırlı kaynaklarla küçük konaklama işletmeleri açabilmesi ve bunları işletebilme şanslarının yüksek olması pansiyonlara olan ilginin artmasını sağlamıştır. Bu nedenle birçok girişimci, tesislerini küçük veya orta ölçekli açmakta ve küçük tesis olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Barutçugil, 1989, s.91). Pansiyonlar ise küçük ve aile işletmesi karakterinde konaklama işletmesi türünü oluşturmaktadırlar (Toskay, 1990, s. 233-234).

Ev pansiyonculuğu kavramı ise bugünlerde, pansiyonculuğun bir boyutu olarak nitelendirilen ve kısa zaman içerisinde büyük bir gelişme gösteren konaklama işletmeciliği uygulamalarındandır. Bu kapsamda son yıllarda incelenme bekleyen konulardan biri de ev pansiyonculuğu kavramıdır.

Turizm endüstrisinde hizmet alan kişilerin seyahat sebepleri ve şekilleri, bir konaklama işletmesinden beklentileri, kazançları ve ihtiyaçları farklı olduğu için konaklama hizmeti veren teşebbüsler de farklıdır. Bu nedenle konaklama işletmesi olarak nitelendirilen ve birbirinden farklı özellikleri olan konaklama işletmelerinin incelenebilmeleri için de sınıflandırmaları gereği ortaya çıkmaktadır (Akyüz, 2010). Ancak böyle bir sınıflandırmanın da önemli güçlükleri bulunmaktadır. Bu durum ev pansiyonları içinde geçerlidir. Ev pansiyonculuğunun tipolojisinin tam olarak yapılamamasından dolayı farklı isimlerle faaliyette bulunmasına neden olmuştur. Bu nedenle ev pansiyonlarını daha önce yapılan çalışmalara dayanarak “*küçük ölçekli konaklama işletmesi*”, “*aile işletmesi*”, “*ev işletmesi*”, (Barutçugil, 1989, s.52; Lynch,

2005, s.534; Jones, 2002) kategorilerinde de değerlendirmek mümkündür. Bununla beraber küçük ve orta ölçekli konaklama tesislerinin neyi ifade ettiği eksik olduğu için ev pansiyonlarının da tarifini yapmak zordur (Jones, 2002, s.89) Örneğin İngiltere'nin bazı coğrafi bölgelerinde serbest meslek sahipleri tarafından sahip olunan ve işletilen konaklama işletmelerin otel kategorisi dışında tutulması nedeniyle bu türde sahipleri tarafından işletilen her küçük konaklama yapılarının ev pansiyonculuğu olarak değerlendirilmektedir.

Ev pansiyonculuğu kavramının içeriğinin tam olarak anlaşılmamasından dolayı ev pansiyonculuğunun henüz standardı ve tipolojisi oluşturulmamıştır. Getz ve Carlsen'a (1999, s.238) göre bu tür konaklama işletmelerinin tanımı literatürde "aydınlatılabilmiş" konular arasında yerini alamamıştır. Sharma, Chrisman ve Chua (1997) kapsamlı bir şekilde aile işletmesi türündeki konaklama işletmeleriyle ilgili literatürü incelediklerinde otuz dört değişik tanım bulmuşlardır. Bu farklılığın birçok sebebi bulunmaktadır. En belirgin sebebi bu tür konaklama işletmelerinin farklı şekilde kavramsallaştırılmasıdır. Bu nedenle ev pansiyonculuğu tarifi konusunda bir fikir birliği bulunmamaktadır. Geleneksel küçük ve orta ölçekli konaklama işletmeleri içerisindeki birtakım kategoriler için yapılan tanımlar, ev pansiyonlarının kısmen özelliklerini barındırmakla birlikte hiçbiri tam olarak ev pansiyonculuğu kavramını açıklayamamaktadır (Akyüz ve Batman, 2017a). Bu nedenle bu konuyla ilgili çalışmalar da değişik tanımlar yer almıştır. Kısaca, ev pansiyonculuğu uygulamaları ve algılanışı çeşitli farklılıklar göstermektedir.

Pansiyonlarda verilen sabit hizmetlerin ev pansiyonlarında da verilmesi gerekmektedir (Akyol, 2012, s.80). Bununla beraber bir apartman katının ya da bir dairenin döşenerek kiralanması ev pansiyonculuğu olarak düşünülmemektedir (Sezgin, 2001, s.92).

Barry'e (1975) göre ev pansiyonları tek bir ailenin bireyleri tarafından uygulanan işletmelerdir (aktaran Getz ve Carlsen, 1999). Bu tanımdaki tek bir birey ile ifade edilmek istenen işletmenin sahip-yönetici yönetim tarzında işletilmesidir. Harris, McIntosh ve Lewis'e (2007, s. 391-393) göre ev pansiyonları, bir ailenin sürekli ikamet ettiği yaşam alanını etkileşim halinde bulunduğu ziyaretçilere belirli bir ücret anlaşmasıyla kiraya verip paylaşımına açmasıdır. Bir ev pansiyonculuğu işletmeciliği genellikle ev sahiplerinin de yaşadığı meskenlerde yapılan bir konaklama türüdür.

Lynch (2005, s.534), çalışmasında ev pansiyonculuğunu, konukların ev sahiplerinin yaşadıkları özel evlerde veya bir dereceye kadar paylaşılan kamusal alanlarda ödeme yaptıkları ve ev sahibi aile ile etkileşim içerisinde oldukları konaklama işletmesi türü olarak ifade etmiştir.

Ev pansiyonları uzun süreli konaklamalara uygun, gelen konukların yeme-içme gereksinimlerinin de karşılandığı, ağırlıklı aileler tarafından işletilen küçük ve orta ölçekteki konaklama işletmeleridir. İhtiyaçlar genellikle işletme sahibi ve aile üyeleri tarafından giderilir. Özellikle kırsal turizme uygun bölgelerde yaygın bulunan bu tür işletmelerde bir ev ortamı hakimdir. Ayrıca konaklama tesislerinin kapasitesinin az olduğu bölgelerde ev sahipleri evlerinin odasını pansiyona dönüştürmüşlerdir (Barutçugil, 1989, s.52-53).

Toskay'a (1983, s.243) göre özel kişilere ait ev, daire ve odaların turizm sektöründe kullanımı konusunda değişik uygulamalar vardır. Daireler ve evler geleneksel konaklama işletmeleri dışında kalan tesislerdir. Eğer kişiler konaklama imkânlarını hafta sonlarında ve tatillerde kendileri kullanıyorlarsa ev, daire ve odalar ikinci ev görevini yapmaktadır. Ev, daire ve odalar ziyaretçilere kiraya veriliyorsa kâr amacı ile çalışan diğer konaklama tesisleriyle aynı fonksiyonu görmektedir. Ev, daire veya odaların kiraya verilmesi ile turistik mahallerde düşük gelir düzeyindeki konuklara ucuz konaklama imkânı sağlanmış olmaktadır. Turistik mahallerin henüz gelişmeye başladığı dönemlerde toplam konaklama kapasitesi içinde bu tür tesislerin payı hayli yüksektir. Turistik mahal geliştikçe, tam anlamı ile kâr amacına yönelik konaklama işletmelerinin yatak kapasitesi büyümektedir. Şahsa ait ev, daire ve odaların turizm endüstrisinde kullanım uygulamaları turizme hizmet eden konaklama kapasitesinin turizm sezonu sırasında beklenenin üstünde genişlemesini sağlayarak, turizm kesimine elastikiyet kazandırmaktadır.

Akgöz (2013, s.34) çalışmasında konaklama işini ek hizmet olarak yapan ev pansiyonlarını küçük ölçekli işletme kategorisinde değerlendirmiştir. Bu bağlamda bu tür işletmelerin oda kapasiteleri 10 ile 50 arasında olup 5-25 personel sayısına sahiptir. Bu tür konaklama işletmeleri bölgelerin konaklama potansiyelini arttırarak turistik hizmetlerin ülkenin geneline yayılmasını sağlamaktadır. Medlik (1997) ise küçük konaklama işletmesini günlük yönetimi içinde işletme sahibinin kişisel ilgisi ile

yönetilen bir kuruluş olarak görür. Küçük oteller derneği tarafında da küçük oteller (Akyüz, 2010);

- Sahibi tarafından işletilen,
- İşletme sahibine her an ulaşılan, yeme ve içme ve diğer hizmetlerin ev havasında geçen,
- Farklı türde olan. Bir arkadaşın ya da ahababın meskenine gidilmiş, konuk olunmuş hissi yaratan.
- Tasarımı ve kendi tarzı olan.
- Kendine özgün olan. Başka bir yerin taklidi olmayan.
- Ayrıldığında turistlerin aklının kaldığı.
- Temiz, hijyen kurallarına uygun olan.
- İlgi ve merak uyandıran.
- Otel atmosferini yaşatmamaya çalışan tesisler olarak tanımlanmıştır.

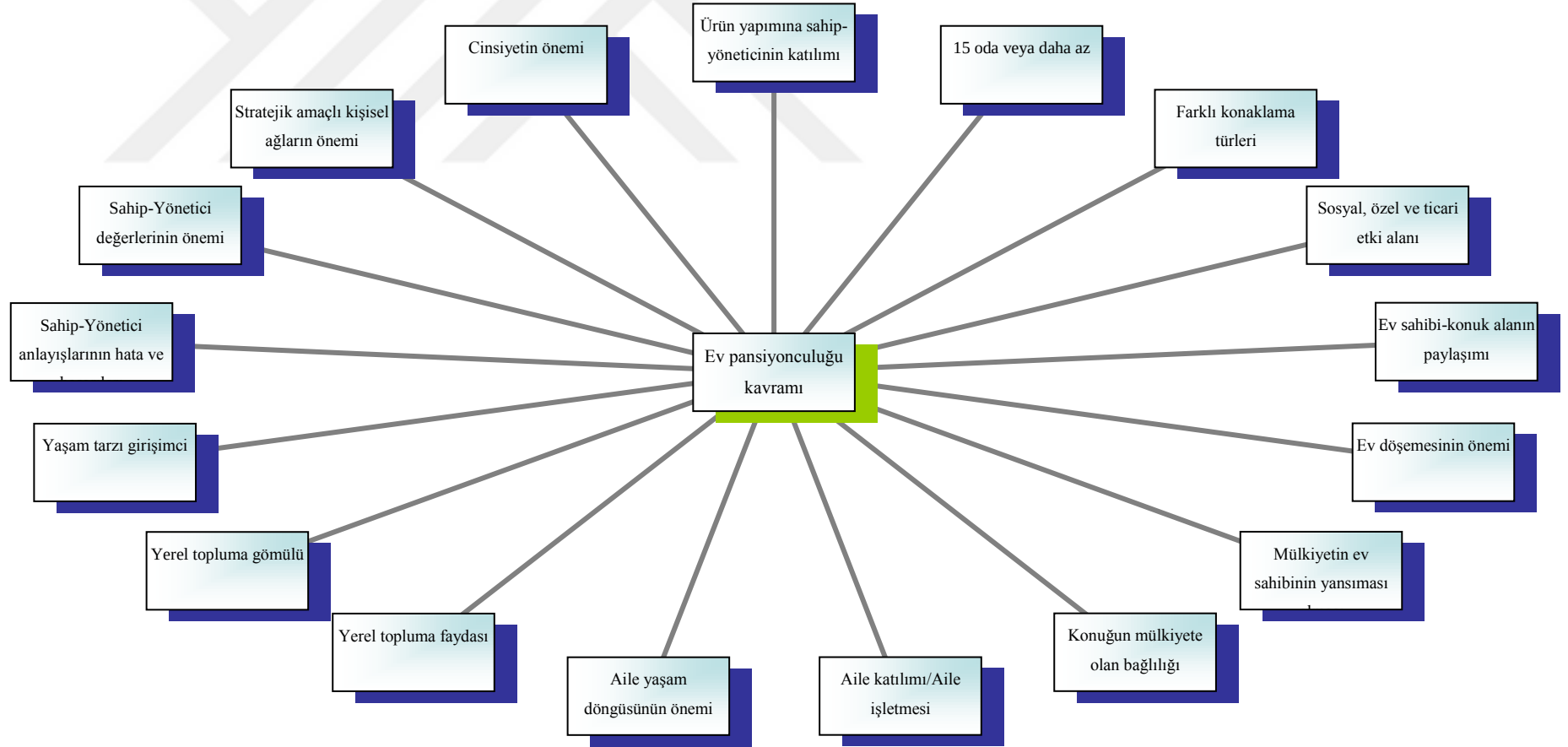
Küçük işletme türündeki ev pansiyonculuğu bir kişi ya da bir grup tarafından finanse edilip, biçimsel yönetim yapısı gibi olmayıp doğrudan sahip/leri tarafından, kendilerine özgü bir tarzda yönetilen konaklama işletmeleridir (Akbaba, 2013, s.22). Ev pansiyonculuğu tüm ihtiyaçların genellikle 3 veya 5 kişi tarafından giderildiği, en fazla 15-20 kişinin konaklamasına imkân veren çok küçük otel kategorisindeki konaklama işletmeleridir (Barutçugil, 1989, s.90).

Kozak ve diğ., (2012) ise ev pansiyonculuğunu turizm sektörüne yönelik faaliyet gösteren yat işletmeciliği, hediyeelik eşya yapımcılığı, fuar organizasyonu yapan işletmeler ve turizm sektörüne yönelik mal üreten yan sanayi kolları gibi diğer turizm işletmeleri arasında değerlendirmişlerdir.

Ev pansiyonculuğu kavramıyla ilgili ülkeler arasında farklı isimlendirmelere rastlanmaktadır. Örneğin İngiltere’de “*bed and breakfast*” ya da “*guest house*”, Amerika’da “*boarding house*”, “*inn*”, Almanya’da “*Gasthaus*”, Japonya’da ise “*ryokan*” gibi yapılar ev pansiyonculuğu olarak değerlendirilen işletmelerdir. Bu tür işletmelerin ortak noktası konaklamaların ev ortamında gerçekleşmesidir. Ev konsepti,

ev pansiyonculuğunu küçük ölçekli konaklama işletmelerinin diğer türlerinden ayırmaktadır. Bununla beraber konukların kendi yemeklerini kendilerinin hazırlamalarına imkân veren konaklama işletmelerinde ev sahibi veya aile üyesi her zaman aynı yerde yaşamak zorunda değildir. Bu gibi durumlarda ziyaretçiler okuyacak bir şeyler seçme, mobilyaların kullanımı, dolapların kilitlenmesi veya kazanın çalıştırılması gibi konularda bilinçlidirler. Her ne kadar ev sahibi olmasa da konuklar ev sahibinin varlığını hissederler.

Şekil 2.1’de ev pansiyonculuğunu diğer geleneksel konaklama işletmelerinden ayıran unsurlar verilmiştir. Ev pansiyonculuğunu diğer işletme türlerinden ayıran fark evin işletmeye dönüştürülmesi ve konaklamanın ev ortamında gerçekleşmesidir (Lynch, 2005, s.549).



Şekil 2.1: Ev pansiyonculuğu kavramı.

2.1.2. Ev pansiyonculuğunun önemi

Ev pansiyonculuğuna olan ilgi son dönemlerde giderek artmaya başlamış ve ev pansiyonculuğu turizm endüstrisi alanında yeni inceleme alanlarından biri olarak kabul edilmeye başlamıştır. Son yıllarda insanların tatil anlayışı değişmeye başlamıştır ve bu değişimle beraber farklı turizm çeşitlerine yönelmeleri kırsal alanlardaki turizm hareketlerini arttırmıştır. Artan turizm hareketliliğine paralel olarak tatil beldelerindeki işletmeciler genişleme çalışmaları kapsamında işletmelerinin oda ve yatak sayılarını arttırmışlardır. Otel ve pansiyon inşasına uygun olmayan yerlerde ise ev pansiyonculuğu uygulamaları gelişmiştir. Özellikle turizm varlıklarını geliştirme çabaları ev pansiyonculuğu uygulamalarını arttırmıştır (Akyol, 2012, s.80).

Ev pansiyonculuğu turistik yörelerin kalkınmasına katkıda bulunmak ve bu tür tesisleri turizm çeşitliliği içerisinde geliştirmek amacı ile yaygınlaştırılmaya çalışılan bir konaklama işletmesi türüdür. Alternatif turizm türlerinin artmasıyla dünyada yaygın olmaya başlayan ev pansiyonlarının turizm endüstrisine sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan katkısı olmaktadır.

Ev pansiyonculuğu uygulamalarının ekonomik açıdan katkısı şöyle sıralanabilir (Barutçugil, 1989, s.52-53; Beyhan, 2005; Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007; Uçar, 2010)

- Tarihi ve kültürel yapısıyla ön planda olan bölgelerde ev pansiyonculuğu, istihdamı arttırmaktadır.
- Turistik bölgelerdeki değerlerin turizme katkıda bulunması için önemli bir ekonomik açılım sağlamaktadır.
- Konaklama işletmelerinin yetersiz olduğu özellikle bölgelerde özendirildiklerinden dolayı yerli halk için ekonomik bir gelir oluşturmaktadırlar

Ev pansiyonculuğunun bir parçası olduğu kırsal turizm uygulamalarında kadın ön plandadır. Çünkü kırsal turizm, doğası gereği, kadına ihtiyaç duymaktadır. Bunun nedeni yerel çekicilikleri tanıtmada kadınlar daha başarılıdır ve bu yüzden kadınlar bölgenin sosyal ve kültürel değerlerini aktarmaya yardımcı olur. Kırsal turizmde çok ev uzantılı uygulamalar ön planda olduğu için kadın önceliklidir. Bu

nedenle ev pansiyonları kadın emeğine dayalı bir konaklama işletmesi türü olarak, kadın istihdamı yaratarak, bu yönden de bölgesel kalkınmaya destek vermektedir. Kadın ev pansiyonculuğu çerçevesinde en yetkin kişidir (Fidan ve Nam, 2012, s. 52; Uçar, 2012, s.111).

Ev pansiyonlarında çalışarak kazanılan ücret köylerde yaşayan köy kadının bağımsız olarak para kazanmasını sağlayarak kendilerine olan güveni arttırmaktadır. Ev pansiyonculuğu yapan kadın işletmeciler kırsal bölgelerde turizmle birlikte bağımsızlıklarını ele almakta ve modernleşme yönünde ilerleyebilmektedirler (Uçar, 2012).

Turistlerin gittikleri yerin misafirperverliğini yaşayabileceği en güzel ortamlardan biri ise ev pansiyonlarıdır (Emir, 2018, s.11). Ev pansiyonları turistler açısından da oldukça önemlidir. Yeni eğilimler içerisinde olan turistler için ev pansiyonları farklı/alternatif bir seçenek oluşturmaktadır. Bu tip turistler, müşteriden daha çok misafir gibi hissettikleri, kültürel deneyimi de tadabilecekleri ortamlar istemektedirler. Bu açıdan ev pansiyonculuğu, bölgelerin turistik ve kültürel değerlerinin paylaşımını da sağlamaktadır (Aşan ve Yılmazdoğan, 2012, s.705).

Ev pansiyonculuğu turistin toplumsal yapıyı tanınmasını kolaylaştırarak yabancı turistler açısından uluslararası dostluk ve iş birliğine de zemin hazırlamaktadır. Ev pansiyonunda konaklayan turistlerle pansiyoncu aile ile arasındaki ilişkilerin fazla oluşu kültür ve bilgi alış-verişini kolaylaştırmaktadır. Gelen konukların yaşam biçimi, onları gözlemleyen pansiyoncu aileyi etkilemektedir. Birlikte yaşam dostluğa dönüşmekte, başka kültürdeki insanları tanıma, yabancı dil ve yeni yaşam görüşleri öğrenme gibi yararlar ortaya çıkarmaktadır (Özgen, 1992, s. 6-7).

Kırsal turizm bölgelerinde yerli halk ve işletmeciler büyük ölçekli konaklama işletmelerinin bilakis küçük yapıdaki ev pansiyonlarını inşa etmeyi tercih etmektedirler. Sürdürülebilir turizm kapsamında doğayı fazla tahrip etmeden kurulan ev pansiyonları hem yerli hem de yabancı turistlerin de tercihi olmaktadır. Büyük otellerde yemek yeme ve eğlence zamanları gibi önceden belirlenmiş olan programlar vardır ve bu durum özgür bir şekilde tatil geçirmek isteyen kimi turistlerin pansiyonları seçmesinde önemli bir etkidir. Çünkü turistler ev pansiyonlarında istedikleri şekilde ve istedikleri zaman

yemeklerini yapabilecekleri gibi ev sahibinin masasına misafir olma şansına sahiptirler (Aycı, 2004, s. 82).

Bunların yanında ev pansiyonlarının sosyo-kültürel katkıları arasında; el sanatları gibi geleneksel kültürel aktivitelerin yeniden ortaya çıkarması, yerli halkın sosyal ve kültürel yaşamını canlandırması, bölgelerdeki estetik ve kültürel değerlerin koruma gerekliliğini arttırması sayılabilir (Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005; Sharpley, 2006).

Ev pansiyonculuğunun ekonomik açıdan önemine bakıldığında ise işsizlik sorununu ortadan kaldırdığı, ülkelerin ekonomisine katkı sağladığı, bakımlı kent kimliği ve turizmin değişik bir boyutunu oluşturduğu ve turistlerin doğal yaşam özlemini giderdiği görülmektedir. Özellikle yabancı turistler, gördükleri ve gezdikleri yerlerin doğal atmosferinde konaklamak istemektedirler. Bu nedenle yerel halk pansiyonculuğu öğrenerek hem kendi gelirlerine hem de bölgelerinin ekonomik potansiyeline katkı sağlayabilmektedirler. Bu yüzden ev pansiyonculuğunun iç turizmin yanında dış turizmde geliştirilmesine de katkısı olmaktadır (Akyol, 2012, s. 80; Aycı, 2004, s. 82).

Kültürel ve doğal değerlere dayalı turizm uygulamaları içinde önemli bir konaklama türü olan ev pansiyonculuğu, kırsal bölgelerin turizm potansiyeli bakımından bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bundan dolayı bu tür bölgelerde evlerini pansiyon olarak kullanmak isteyen girişimcilere Türkiye’de eğitimler verilmektedir. Bu eğitimlerin temel amacı, konaklama işletmelerinin niteliklerinin iyileştirilmesi, mevcut personelin gelen konukları en iyi şekilde ağırlamaları ve kültür değerleri içinde hizmet verebilmelerini sağlamasıdır. Konaklama olanaklarının yeterli düzeyde olmadığı bölgelerde sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde yerel halkın eğitim alması ve turizme yönelmesi bu tür yerlerde turizmin gelişebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Akyol, 2012, s. 83).

2011 yılında Turizm Araştırmaları Derneği (TURAD) tarafından Türk turizm endüstrisinin önündeki engeller üzerine yapılan araştırmada sayı ve yerleşim bakımından çok önemli bir noktaya ulaşan yazlıklar ve ikinci evler turizm açısından gelecek vaat eden destinasyonların gelişimini engelleyen en öncelikli unsurlar arasında belirtilmiştir. Oysa yılda birkaç haftalık kullanımın dışında âtil kalan bu kaynakların turizm endüstrisine kazandırılması, hem mevcut yatak kapasitesini önemli ölçüde

arttıracak, hem de kültür turizminin ve yerel halkın turizme katılması turizm kobilerinin çoğalmasını sağlayacaktır (“Türk Turizminin Engelleri”, 2020).

2.1.3. Ev pansiyonlarının özellikleri

Ev pansiyonlarını diğer konaklama yapılarından ayırt edilmesini sağlayan kendilerine has birtakım özellikleri vardır. Bu tür konaklama işletmelerinin en önemli özelliği pansiyon sahibine her an ulaşılabilmesidir (Lynch, 2005, s.539). Genellikle ev sahibi tarafından işletilen, sohbeti, yeme-içme faaliyetleri ev ortamı havasında geçen benzerlerinden farklı konaklama işletmeleridir. Adeta bir ahabap, bir arkadaş evine konuk olunmuş, gidilmiş hissi veren bu yapıların tasarımları ve tarzları da farklı olmaktadır. Bu tür konaklama işletmelerinin kendine özgün bir yapıları bulunmaktadır. Ev pansiyonları ev sahibine özgü kişisel konaklama yapılarıyla ve hizmetleriyle büyük ölçekli konaklama işletmelerinden farklılık göstermektedirler (Akyol, 2012, s.81).

Ev pansiyonculuğu az sayıda personelle girişimcilerin tek başına işlerini yürüttükleri işletmeler olup çoğunlukla işletmecilerin kişisel birinci gelir kaynağıdır (Harris ve diğ., 2007). Goss’a (1991) göre ev pansiyonculuğu işletmecilerinde/girişimcilerinde cinsiyet, yaş, eğitim, sosyo-ekonomik grup, etnik, motivasyon gibi yedi yaklaşımı benimseme eğilimindedir. Bu kategoriler ev pansiyonu işletmecisinin resmini oluşturmaktadır. Bunlarla beraber aile statüsü, mesleki statü, kişisel değerler, ağ pratikleri, destinasyon, görev ve ekonomik faktörler, yıllık doluluk oranı, konukların sayısı, yatak sayısı ve konuk profili ev pansiyonculuğunun unsurları olarak sayılabilir (aktaran Lynch, 2005).

Ev pansiyonları çoğunlukla aile işletmesi yapısında küçük ve orta ölçekli olup, yalın bir örgüt yapısına sahiptir. Bununla beraber bu tür konaklama işletmelerinde çoğunlukla tek ürün ya da tek pazara odaklanılmamaktadır. Ayrıca bu tür konaklama işletmeleri, diğer işletmelere nazaran düşük oranda değişime açıktır ve daha az oranda risk odaklıdır. Bu yüzden ev pansiyonlarında yabancı sermaye ya da dışarıdan ortak alma gibi kaynak kullanımı, ailenin işletme üzerindeki etkisini kaybettirebileceği kaygısıyla pek kabul edilmemektedir (Akbaba, 2013).

Konaklama sektöründe ev pansiyonculuğunu diğer işletmelerden ayıran birçok neden mevcuttur. Pearce (1990) ev pansiyonculuğunun ev atmosferini korumak için, Kousis (1989), Lynch (1996) ve Oppermann (1997) ise kadınlar aracılığıyla ek iş veya hobi

olarak uygulandığını ifade eder. Başka kuruluş amaçları arasında McKercher'in (1998) Avustralya'da yaptığı çalışmasında olduğu gibi istenilen yaşam tarzına sahip olmak gösterilebilir. Avustralya-Victoria'da Bransgore ve King (1996) tarafından küçük turizm işletmelerine dair yapılan araştırmada işletmecilerin temel hedeflerinin rekabet etme, iş olanakları ve uzun dönem finansal kazanç elde etme olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bazı araştırmacılara göre ise de sosyal statü ve sosyal yaşam hedeflerine ulaşmak için temel hedefler arasında gösterilmiştir (aktaran Getz ve Carlsen, 1999, s.548).

Walker (2003) ev pansiyonu yöneticilerinin diğer konaklama işletmeleri yöneticilerine göre daha yüksek oranda müşteri tatmini, kişisel tatmin ve yaşam kalitesi elde ettiklerini belirtmektedirler. Wilson ve Mitchell (2007) ev pansiyonculuğu işletme sahiplerinin çalışma faaliyetlerini ev yaşamından ayırması gibi birtakım zorluklarının olduğunu ileri sürmüşlerdir (aktaran Harris ve diğ., 2007). İş, evde gerçekleştiği için uzun saatler çalışmak sahip/yönetici için sorun olabilir. Ev pansiyonculuğunun önemli sıkıntılarından biri de işletmeyi yöneten kişilerin sürekli aynı yerde bulunması ve kendi kişisel alanında yalnız kalamamasıdır. Bu nedenle kişilerin özel yaşamlarıyla iş hayatları arasındaki dengeyi iyi kurmaları gerekmektedir.

Ev pansiyonculuğu aynı zamanda turistin, Bataillou ve Öter (2014) çalışmasında bahsedilen arka cepheye ulaşmasını sağlar. Arka cephe turistlere gösterilmeyen, bazen gösterilmek istenmeyen, yerel halkın gözlerden uzak hayatını kapsar. Aslında insanın birey olarak toplumsal ve özel yaşamı bulunduğu gibi turizmin geliştiği bir alanda da yerel halkın turistle paylaştığı (toplumsal) ve kendine ayırdığı (özel) hayatı vardır. Bu iki ortama göre gündelik yaşam içinde kişiler farklı davranışlara bürünür. Bu yönüyle bakıldığında yerel halk turistin yanında doğal davranmamaktadır. Bu yüzden, turist gittiği yerde yerel halkın gündelik ve özgün yaşamına gerçek anlamda sızma, bu gizli yaşamın bir parçası olma isteğini tatmin edemez. Turistin merakla peşinden gittiği bu özgün yaşam tanıma gereği turistin giremediği, göremediği yerlerde, arka mekânlarda yaşanmaktadır. Ev pansiyonları sayesinde turistlerin yerel kalkın arka cephesine ulaşmasını sağlar.

Ev pansiyonlarında gelen misafirlere hem bölge mutfağından yemekler yapılmakta hem de sahiplerin kendilerinin yetiştirdikleri hayvanların ürünlerinden de sunulmaktadır.

Ayrıca ev pansiyonu sahipleri bölgeye gelen misafirlere farklı aktivite imkanları vermektedirler. Örneğin turistler bir taraftan pansiyonların mutfağında kendi yemeklerini yapma olanağı bulurken diğer yandan da yerel halk ile iç içe olarak kalıcı dostluklar oluşturabilmektedirler. Bu da yaşadıkları doğal tatillerini yıllar geçtikçe bile kolay unutmamalarını sağlamaktadır (Akyol, 2012, s.80-81). Dolayısıyla doğa ve çevre değerlerine değer veren ve yöresel alışkanlık, tutum, davranış ve ilişkiler gibi turizmin arka cephesini tanımak isteyen kişiler ev pansiyonlarını tercih etmektedir (Fidan ve Nam, 2012, s.52).

Evlerde turistin irtibat ya da iletişim halinde olduğu kişi “*ev sahibi*” (Lynch, 2005, s.536), pansiyonu işleten kişi ise “*pansiyon işletmecisi*” olarak tanımlanır. İŞKUR’a göre pansiyon işletmecisi denilen kişi (kendi işletmelerinde çalışanlar) genel çalışma prensipleri doğrultusunda, ekipman, araç ve gereçleri etkin bir şekilde kullanarak, iş güvenliği, işçi sağlığı, mesleğin verimlilik ve kalite gereklerine ve çevre koruma düzenlemelerine uygun olarak (“Pansiyon İşletmecisi”, 2021):

- Boş olan yerleri bildirmek ve odalarını kiraya vermek,
- Eksik olan erzakları ve teçhizatı satın almak ve yemek listesini hazırlamak,
- Oda ücretlerini toplamak ve faturalarını vermek,
- Odaların temizlenmesine, örtülerin değiştirilmesine, yemeklerin pişirilmesine ve servis yapılmasına doğrudan incelemek,
- Mutfak, yemek salonu, erzak deposu ve diğer bölümlerin sağlık kurallarına uygun olmasını ve temiz tutulmasını sağlamak,
- Personel istihdam etmek, personeli eğitmek, öğretmek ve gerektiği takdirde işten çıkarmak,
- Maliyet hesaplarını belirlemek ve diğer kayıtları tutmak,
- Yemeklerin pişirilmesine ve servise ve odaların temizlenmesine katılabilir,
- Binanın bakımı ve tamir işlerini düzenlemek gibi görevleri yerine getirir.

Evde ağırlama olayı cinsiyet bazlı meslek olarak algılanmaktadır. Çünkü kırsal alanda uygulanan ev pansiyonculuğu gibi yapıların işletmeciliği ağırlıklı olarak kadınlar tarafından yürütülmektedir (Lynch, 2005, s. 540, Fidan ve Nam, 2012, s.52). Pansiyon

işletmeciliği, temizlik (tuvaletlerin temizlenmesi, çarşafların değiştirilmesi, yıkanması ve ütülenmesi, vb.) gibi ev işlerinden oluştuğu için erkekler bu işleri yapmaktan ekinebilmekte ve bunu kadınlara devretmektedir (Uçar, 2012). Ev pansiyonculuğunun yönetilmesi aileler üzerinde özellikle kadınlar üzerinde önemli bir yük eklemektedir. Bu sebeple bu iş yükünün üstesinden gelebilmek ve turizmden fayda sağlayabilmek için davranış modellerini değiştirebilmektedirler (Andersson, Carlsen ve Getz, 2002, s.91). Ev pansiyonculuğunu geliştirmek çoğunlukla kadınların etkinliği ve faaliyeti sayesinde olmaktadır. Bu nedenle bazı Avrupa lkelerinde kırsal turizmi geliştirebilmek için kadın girişimciliğini destekleyecek çeşitli projeler yürütülmektedir. Bununla beraber Lynch (2005) ev pansiyonculuğu işletmecilerinin daha çok kadın olmasıyla beraber erkeklerde de artış yaşandığını belirtmektedir.

Ev pansiyonlarıyla ilgili yapılan çalışmalar daha çok ev pansiyonu sahiplerinin 40 yaşın üstünde olduğunu göstermektedir. Örneğin, İskoçya’da ev pansiyonlarının misafirleri üzerine yapılan çalışmada daha ge kişiler tarafından işletilen ev pansiyonlarında kendilerini daha az rahat hissetmektedirler. Ev sahibinin ve konukların yaşları davranışsal normları etkileyebilir. Daha yaşlı ev sahipleri konuklarına ebeveyn davranışıyla yaklaşmaktadır. Bu sebeple ev pansiyonlarında hayat döngüsünün önemini anlamak gerekmektedir. Ayrıca pansiyon sahiplerinin çoğunlukla evli olduğu görülmektedir. Ev pansiyonları kendi özel evlerinde konaklamayla birlikte sunduğu yeme hizmeti, ev sahibi ile konuk arasında bir yakınlաřmanın oluşmasını sağlamaktadır (Lynch, 1999, 2005).

Ev pansiyonlarında turistler pansiyoncu aile ile ve onun yaşam koşullarına uyarak turizm meknındaki geçici kalışlarını sürdürmektedirler. Ev pansiyonculuğunun bu niteliği ailedeki bireylerin turistlerle kendi statülerinden gelen ilişkiler kurmalarını da gerektirmektedir. Bunlardan birisi sorumluluktan doğan ilişkidir. Aynı evde birlikte yaşama turistlerin belirli bir çerçevede ihtiyaçlarını karşılamak, geliş ve gidişlerini düzenlemek, ailedeki bireylerin turistlere karşı davranışlarını düzenlemek, turistlerin mal ve can güvenliğini sağlamak gibi sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Ev pansiyonculuğunun hem bir aile işletmesi olması hem de geçici bir süreyi kapsaması nedeni ile ek gelir sağlayıcı niteliği, sorumluluğun bireyler arasında dağılımını gerektirmektedir. Ev pansiyonlarında ailenin tüm bireylerinin turiste verilen hizmetin oluşmasında katkıları bulunmaktadır. Ancak, pansiyondan birinci derecede sorumlu

olan genellikle kadındır. Kadının rolündeki değişme ona hem evde hem de toplum içinde farklı bir statü sağlamaktadır (Özgen, 1992, s.6). Beyhan (2005) ise yaptığı çalışmada evlerin pansiyon amaçlı kullanılabilmesi için gerekli olan özellikleri şu şekilde sıralamıştır;

- Evlerin genelde iki ya da üç katlı olması,
- Evlerin bahçesinin bulunması,
- Evlerin 5-11 arasında oda sayısına sahip olması,
- Taş zemin üzerine ahşap ve kerpiç yapı malzemesiyle inşa edilmesi,
- Zemin katında kiler, mutfak, depolar, kış odaları gibi birimleri, üst katta ise sofa, odalar gibi birimlerin yer alması,
- Odaların sofaya açılması, sofa iç veya dış sofa olarak çeşitlenmektedir.
- Cephelerde cumbaların bulunması,
- Çatı kaplaması olarak kiremit çatı, form yapı olarak da kırma çatının kullanılması,
- Evlerin iç mekân zenginlikleri olarak tavan süslemeleri, ahşap işçiliği göze çarpması,
- Evler, sofa, köşk, çardak, taşlık gibi yarı açık ve bahçe gibi açık mekânlara sahip olmasıdır.

15/02/1965 tarih ve 6/4355 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla onaylanmış olan “Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği’ne” göre ise *turistik ev pansiyonlarının* vasıfları şu şekildedir; (“Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği”, 1965).

- Bir binanın bir ya da birkaç odası veya daireleri pansiyon şeklinde kullanılmak üzere kiraya verilebilir.
- Telefon: Şehir telefon varsa pansiyonerlerin kullanması sağlanır.
- Banyo, Duş, WC: Pansiyonerleri için sıhhi ve fenni şartları havi duş ya da küvetli banyo, alafranga tuvalet bulunacaktır. Sıcak su temini şarttır.
- Oda Tertibatı: Odalarda, masa, karyola, koltuk, sandalye, yazı masası, komodin, elbise dolabı ve okuma lambası bulunacaktır.

- Oturma ve Yemek Salonu: Pansiyonerlerin kullanacakları bir oturma salonu ve yemek yenilecek bir kısmı bulunacaktır.
- Mutfak: Pansiyonerlere istedikleri takdirde yemek ve kahvaltı sağlanmalıdır. Pansiyonerler kendi yemeklerini kendileri pişirmeleri halinde mutfak tesisatından ve takımlarından faydalandırılacaktır. Devamlı içme suyu bulundurulacaktır.
- Aydınlatma: Pansiyon odaları aydınlatılmış olacaktır.
- Teshin: İklim şartlarına göre sıhhi ve fenni şekilde ısıtma temin edilecektir.
- Çamaşır: Pansiyonerlerin istedikleri takdirde ücret mukabilinde çamaşır yıkatma ve ütöleme ihtiyaçları sağlanacaktır.
- Haşarat ve kötü kokuları izole tedbirleri alınacaktır.

Tablo 2.1: Ev pansiyonlarının karakteristik özellikleri (Lynch, 2005, s.550).

	Küçük ticari evler, örneğin; ev pansiyonculuğu	Orta ölçekli ticari evler, örneğin; guest house	Geniş ticari evler, örneğin; oteller
Oda Sayıları	1-2 oda arası	-	15 oda
Oda doluluk oranı	Düşük seviyede	-	Yüksek seviyede
Sahip/yönetici algısı	Özel ev türü	Ev pansiyonu işletmeciliği	İş
Ev sahibinin girişimcilik eğilimi	Düşük girişimcilik	-	Yüksek girişimcilik
Ekonomik bağımlılık	Düşük ekonomi	-	Yüksek ekonomi
Öncelikli ev sahibinin cinsiyeti	Kadın	Kadın/Erkek	Erkek/Kadın
Ortakların katılım derecesi	Az ortaklık	-	Çok ortaklık
Aile katılım seviyesi	Aile katılımı	-	Aile işletmesi
Yükseköğretim deneyim frekansı	Yükseköğretimle düşük frekans	-	Yükseköğretimle yüksek frekans
Ev sahibi eğitim oryantasyonu	Düşük	-	Yüksek
Ev sahibinin eve olan bağlılığı	Büyük bağlılık/katılım	-	Düşük bağlılık/katılım
Ev-ev sahibi ilişkisi	Kendinin yüksek yansıması olarak ev	-	Kendinin düşük yansıması olarak ev
Ürün metalaşması	Düşük	-	Yüksek

Ev pansiyonları bazı özellikleriyle diğer turizm girişimlerinden farklılık göstermektedir. Tablo 2.1.'de ev pansiyonu türündeki konaklama işletmelerinin diğer turizm işletmelerinden ayıran belli özellikleri verilmiştir. Bu özellikler ev pansiyonlarının yapısını anlamak için önemlidir. Tablo 2.1.'e göre ev pansiyonları en az 1-2 oda sayısına sahip, oda doluluk oranlarının düşük olduğu, girişimcinin kendi evinde yaptığı, düşük girişimcilik tecrübesi ve özelliği gerektiren, pansiyondan gelen gelire bağımlılığın az olduğu, genellikle kadınlar tarafından işletilen, ortaklığın düşük olduğu, ürün metalaşmasının düşük olduğu, aile katılımının yüksek olduğu ve az deneyim gerektiren konaklama işletmeleridir.

2.1.4. Ev pansiyonculuğunun gelişimi

Turizm endüstrisinde gelişme ve dünya standardında turistik yatak sayısının hızlı artışı sonucu ortaya çıkan çevresel sorunlar incelenmiş ve yatak sayısı artışına alternatif bir çözüm aranmıştır. Böylelikle hem yeni yapılaşmalarla çevreyi tahrip etmemek hem de turistik yatak sayısını kısa bir sürede arttırabilmek amacıyla dünya çapında dış turizmüne yönelebilecek ev pansiyonlarına ağırlık verilmeye başlanmıştır.

Alternatif turizm türlerinin yaygınlaşmasıyla beraber yerel ve doğal yaşama olan ilginin artmasıyla konaklama sektörü içerisinde ev pansiyonculuğu ön plana çıkmaya başlamıştır. Değişen turistik ürün tercihiyle seyahat eden insanlar artık büyük ölçekli, lüks konaklama işletmelerinden daha çok ev pansiyonlarını tercih etmeye başlamışlardır. Otellerin resmi, kurallı ortamındansa bir aile ortamında konaklamak, ev yapımı yemekleri yemek daha popüler hale gelmiştir. Alternatif turizm içerisinde yeterli sayıda konaklama işletmesi bulunmamaktadır. Doğa yürüyüşleri, kampçılık, jeep, safari, kayak, rafting, trekking gibi dikkat çeken alternatif sporlarının tamamını yapabilme imkânı bulunan bölgelerde özellikle son yıllardaki turizm plan ve politikaları sayesinde de konaklama tesislerinin sayısında artış yaşanmıştır (Akyol, 2012, s. 82).

Ev pansiyonculuğu artık turizm endüstrisinde son derece rekabetçi, profesyonel ve zorludur. Ev pansiyonunu yönetmek işletmeciler için yalnızca bir gelir kaynağı değil aynı zamanda ikincil bir ilgi alanı da olmuştur. Ev pansiyonculuğunun gelişimini daha iyi anlayabilmek için dünya ve ülkesel çapta gelişimini incelemek gerekmektedir.

2.1.4.1. Dünyada ev pansiyonculuğu gelişimi

Küçük ve bağımsız olarak aileler tarafından işletilen ev pansiyonları artık Avrupa’da ve uluslararası düzeyde konaklama sektöründe hâkim olmaya başlamıştır. Motel, tatil kampı, pansiyon, hostel ve diğer küçük konaklama işletmeleri gibi ev pansiyonları da genellikle belli bir ücret karşılığında mobilyalarla döşenmiş yapılarda konaklamayla beraber yeme-içme hizmeti sağlayan birimler olarak tanımlanmaktadır. İngiltere’deki Yangın Yönetmeliği’ne göre (1989) ev pansiyonları en az üç odası olan konaklama işletmeleridir. Bu tür tanımlamalar fiziki imkânlar, coğrafi konum, hizmet edilen pazar ve işi gerçekleştirme biçiminin çeşitliliğinden dolayı çok geniş olma eğilimindedir. Bununla birlikte bir otel ve ev pansiyonu arasındaki fark bir otel işletmesinin konaklamayla beraber yeme-içme ve çeşitli hizmetleri veren işletmeler olmasıdır (Jones, 2002, s. 87).

Batı ülkelerinde yalnızca kahvaltı hizmeti veren pansiyonlar B&B olarak adlandırılır. B&B, İngilizce bed and breakfast (yatak ve kahvaltı) kelimelerinin kısaltmasıdır. Aynı zamanda bazı ülkelerde misafirhane kelimesinin karşılıkları da pansiyon anlamında kullanılmaktadır (Bed and Breakfast, t.y.).

Bir pansiyon *guest house* ya da *boarding house* türüdür. Bu terim, genelde Kıta Avrupası ülkelerinde, Orta Doğu ve Kuzey Afrika’da daha önce büyük Avrupa nüfusuna sahip olan bölgelerde ve Güney Amerika’nın Brezilya ve Paraguay gibi bazı bölgelerinde kullanılır. Pansiyonlar aynı zamanda Japonya, Güney Kore ve Filipinler’de de yaygındır. Amerika’da *bed&breakfast* işletmelerinin aksine pansiyonlar yalnızca kahvaltı değil öğle ve akşam yemeği ve bazen de çay servisi de sunmaktadır. Daha çok tarihi binalardan çevrilen, aileler tarafından işletilen ve diğer konaklama işletmelerine nazaran daha ucuz olan bu tarz küçük işletmeler uzun süre konaklayanlar için daha özel fiyatlar sunmalarıyla beraber daha sınırlı hizmetleri vardır.

Douglas (2004), yaptığı çalışmasında Yeni Zelanda’da ev pansiyonculuğunun global girişimcilik monitörüne göre önemli olduğunu vurgulamış ve buradaki girişimcilerin üçte ikisinin ev pansiyonculuğu işletmecilerinden oluştuğunu belirtmiştir (aktaran Harris ve diğ., 2007). Morrison, (2002) İskoçya’da evde gerçekleşen konaklama işletmelerinin belirgin bir tanımının yapılmadığını ifade etmiştir. Bununla beraber Kuzey İrlanda’da çok fazla kapsamlı bir tanım yapılmamakla beraber yatak, yeme

hizmeti, oda servisi ve aktiviteler bazında “*guest house*” ve “*bed and breakfast*” işletme türleri arasındaki belirleyici ayrımları vermiştir. İskoçya’da bir otel en az altı oda, bir restaurant ve barı olan işletmeler olarak tanımlanmıştır. Fakat diğer konaklama işletmelerinin tanımları belirgin değildir. İskoç’un Ulusal Turist Kurulu tarafından yapılan tanımlamaların daha detaylı olduğu görülmektedir (aktaran Lynch, 2005):

- Oteller normalde odalarının en az altı odası ve odalarının yarısı banyolu olan konaklama işletmeleridir. Bir otel normalde lisansla (kısıtlı lisans olabilir) ve kahvaltı ile akşam yemeği hizmeti verir.
- Misafirhane (guest house) konaklama işletmeleri ise en az dört odası olan ve odalarının yüzde yirmisi banyolu ya da özel banyolu olan işletmelerdir. Kahvaltı hizmeti ve talebe göre akşam yemeği hizmeti verilebilir. Genellikle bir Yangın Yönetmeliği’ne tabidir ve ticari bir şekilde fiyatlandırılmaktadırlar.
- Ev pansiyonlarında her zaman kahvaltı hizmeti verilmez. Yatak ve kahvaltı türü konaklama işletmeleri genelde en fazla altı odaya sahiptirler ve akşam yemeği hizmeti her zaman sağlanmaz.
- Self-Catering: Normalde haftalık olarak kiralama usulüne dayanan konukların kalışları süresince hiçbir hizmet unsuru gerektirmeyen işletmelerdir.

Konaklama sektörünün turizm endüstrisinde misafirperverliğin insan yüzünü sunduğu söylenebilir. Konaklama sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yüzde yetmişinin 25 altında oda sayısına sahip olduğu ve çoğunun sahip ya da mülk sahipleri tarafından işletilmektedir (Jones, 2002, s. 87). Ev pansiyonculuğu da sahip olduğu özellikler açısından küçük bir konaklama işletmesi olarak nitelendirilebilir. Uluslararası düzeyde bakıldığında ev pansiyonculuğu kavramının “*guest house*”, “*boarding house*”, “*bed and breakfast*”, “*lodging house*” ya da “*inn*”, “*hostel*” gibi yapılarla aynı anlamda kullanıldığı ya da ev pansiyonculuğunun ekonomik konaklama kategorisinde değerlendirildiği görülmektedir. Bu kavramların hemen hepsi küçük farklılıkların dışında kullanıldıkları bölgede ev pansiyonculuğunu karşılar niteliktedir. İngiltere’de “*bed and breakfast*” ya da “*guest house*”, Amerika’da “*boarding house*” veya “*inn*”, Almanya’da “*Gasthaus*”, Japonya’da ise “*ryokan*” gibi yapılar ev pansiyonculuğu türünde işletilen konaklama işletmeleridir (Henning, 2007). Ağırlıklı olarak son zamanlarda “*guest house*” kavramının daha yaygın olduğu görülmektedir. Ağırlama ve turizm

endüstrisindeki araştırmacılar küçük konaklama işletmeleri için detaylı özelliklerini kapsayan uygun bir tanım bulmaya çalışmışlardır. Schwaniger (1989) “parahotel business”, Seekings (1989), “ek konaklama sektörü”, Morrison (1996) “butik konaklama”, Pearce ve Moscardo (1992) “quasi otel”, Lynch (2000) “evde konaklama” olarak adlandırmıştır. Tüm bu terimler otel türü konaklama işletmelerinden farklı olan konaklama işletmelerini özellikleriyle tanımlamayı amaçlamaktadır (aktaran Lynch, 2005, s. 535). Turizm terimleri sözlüğü incelendiğinde ise ev pansiyonculuğunu karşılar nitelikte terimin “guest house” olduğu anlaşılmaktadır (“Guest House”, 2020). Yine pansiyonun, tamamı veya bir bölümü sürekli veya belli bir zaman için kiraya verilen, isteğe göre yeme-içme hizmetinin de verildiği ev olarak tanımlandığı görülmektedir. Pansiyon kelimesi sözlüklerde İngilizce olarak “hostel”, “pension”, “lodgings”, “lodging”, “guesthouse”, “digs”, “boardinghouse”, “lodging house”, “diggings”, “kip”, “resting place”, “rooming house” ve “rest house” kelimelerine karşılık gelmektedir (“Pansiyon”, 2020).

Pearce ve Moscardo, (1992) tarafından kullanılan “özellikli konaklama işletmeleri” ile “ev pansiyonculuğu” benzer özellikleri paylaşır. Aradaki fark küçük olma boyutundan gelmektedir. Lynch (2003), tarafından yapılan çalışmada *ticari ev işletmeleri* en fazla 11 odası olan konaklama işletmeleri olarak tanımlanmıştır. Morrison ve diğ. (1996), Kuzey Amerika, Avustralya ve Yeni Zelanda’ya dayalı çalışmalarında 25 veya daha az sayıda oda sayısına sahip konaklama türlerini “özellikli konaklama işletmesi” olarak belirtmiştir. Özellikle konaklama işletmelerine yatak ve kahvaltı işletmeleri, misafirhane (guest house) ve turistik evler, ülke misafirhaneleri, görkemli evler ve konaklar, ülke evleri ve kabin, çiftlikler, büyük çiftlikler, butik misafirhaneler ve oteller, yüzen evler ve sağlık çiftlikleri örnek olarak gösterilebilir.

Dünyada ev pansiyonculuğu uygulamalarına en yakın işletmeler aşağıdaki şekildedir:

- **Guest House (Misafirhane)**

Guest house kısacası gelen konukların kullanımı için konaklama işletmesine dönüştürülen özel bir ev türüdür. Bu tür konaklama işletmelerinde genellikle ev sahipleri ayrı yerde yaşamaktadırlar.

Ingram (1996) genellikle “guest house” ve “bed and breakfast” terimlerinin aynı anlamda kullanıldığını ifade etmektedir. Ona göre “guest house” ve “bed and breakfast”

İngiltere'ye gelen konuklara konaklama ve kahvaltı istenildiği takdirde de akşam yemeği hizmeti veren evlerden dönüştürülmüş yapılardır. Guest house gibi yapılar altı fazladan kişiye hizmet vermek ve otel yangın mevzuatına uymak zorunda olmaları açısından diğer konaklama türlerinden ayrılırlar (guest house, t.y.).

Dünyanın bazı yerlerinde “guest house” sadece gittikleri bölgede herhangi bir tanıdığı olmayan ziyaretçiler için kalınan yerdir. Bir guest house türü işletmeyi otelden, yatak ve kahvaltı (bed and breakfast) ve handan ayıran özellik tam zamanlı çalışan personelin olmayışıdır. Otellerde bir personel günün 24 saati hazır bulunurken “*guest house*” gibi işletmelerde sürekli hazır bulunan personel sayısı sınırlıdır. Sınırlı personel sayısından dolayı check-in işlemi genellikle bir randevuyla yapılmaktadır. Hanlarda ise genellikle restaurantta bulunmaktadır. Japonya’da genellikle “guest house” gibi konaklama işletmelerinde kalan kişiler herhangi bir zarara karşılık girişte depozito ödemek zorundadırlar (guest house, 2020).

Guest house ücret karşılığında geçici ziyaretçilere uygun konaklama ve hizmet sağlamaktadır. Guest house aynı zamanda geniş ağırlama endüstrisinin bir parçası olarak oteller, moteller, evler (lodges) ve yatak ve kahvaltı gibi konaklama ve restaurantlar, kafe ve kahve dükkanları (cafe and coffee shops) gibi yeme-içme hizmeti veren işletmelerdir (Henning, 2007, s. 2). Guest house artık günümüzde birçok ziyaretçi için tercih edilen konaklama seçeneği haline gelmiştir.

- **Boarding House (Pansiyon/Misafirhane/Yatılı Ev)**

Boarding house misafirlerin birkaç gece için bazen de uzun süreli olarak kiraladıkları ev türüdür. Evin ortak kısımları korunur ve konuklara çamaşır ve temizlik gibi bazı hizmetler sağlanabilir. Genellikle konaklamanın yanı sıra bu tür evlerde bazı yeme içme olanakları da mevcuttur. Konuklar, ev sahibinin özel mülkiyetinin erişim hakkını korumak suretiyle yalnızca kendi odalarını kullanmak için bir lisans alırlar (Boarding House Tanımı, t.y.).

Eskiden pansiyoner genellikle yıkama, kahvaltı ve akşam yemeği gibi aktiviteleri ev sahibiyle paylaşmak zorunda kalırken son yıllarda her odanın kendi yıkama ve tuvalet olanaklarına sahip olması yaygın hale gelmiştir. Bu tür pansiyonlar genellikle İngiltere sahil kasabalarında (tatilciler için), üniversite şehirlerinde (öğrenciler için) ve kırsal turizmin gerçekleştiği bölgelerde bulunmaktadır.

Pansiyonerler, genellikle konaklamalarını yatak ve kahvaltı (sadece yatak ve kahvaltı), yarım pansiyon (sadece yatak, kahvaltı ve akşam yemeği) veya tam pansiyon (yatak, kahvaltı, öğlen ve akşam yemeği) olarak ayarlayabilirler. Çocuklu aileler için pansiyonlar, otellerden daha ucuz olduğu için ekonomik bir alternatif oluşturmaktadırlar.

Bazı boarding house işletmeleri aile ile iş hayatı arasında çatışmaya neden olduğu gözükürken diğerleri ev ve işi birleştirerek kadınlara kendilerine bakmayı ve dışarıda çalışmaya gerek kalmadan başkasına bağımlı olmadan çalışmak gibi avantajlar sağlamaktadır. Bir boarding house işletmek kadınlar için kadınların kendi evlerinde çalışmasından dolayı toplumsal olarak da kabul edilebilir olmuştur. Ayrıca bir boarding house işletmecisi geleneksel ahlak ve sanayileşmeye ilişkin tehditlere karşı kaygıları giderdiğinden dolayı bir nevi vekil aile olarak görülmektedir.

- **Bed and Breakfast (Yatak ve Kahvaltı)**

Bir yatak ve kahvaltı (genellikle B&B veya BnB şeklinde kısaltılır) gecelik konaklama ve kahvaltı hizmeti sunan küçük konaklama birimleridir. Yatak ve kahvaltı (bed and breakfast yapıları) özel ev türü olup oda sayıları genellikle 4 ila 10 oda arasındadır. Yatak ve kahvaltı (bed and breakfast) işletmeleri genellikle aile işletmesi olup ailenin de aynı yerde kaldığı işletmelerdir (“Bed and Breakfast Tanımı”, 2021).

Yatak ve kahvaltı işletmelerinde bina eşit iki kısma bölünerek, yarısı bina sahibi tarafından diğer yarısı da konuklar tarafından kullanılır. Genelde bu tür pansiyonlarda konuklara ayrılan oda adedi 4 veya 5’tir. Bu pansiyonların çoğu tarihi binalardır ve bu pansiyonları işletenler genellikle pansiyonculuğu temel uğraşlarının yanında ek bir uğraş olarak yürütmektedirler (Emir, 2018).

Boarding house yapıların bir türü olan ve dünyanın birçok ülkesinde var olan yatak ve kahvaltı (bed and breakfast) konaklamalarında konuklar veya pansiyonerler sadece geceleme ve kahvaltı hizmeti almaktadır ve uzun süreli kalışlar pek olmamaktadır.

Genellikle konuklar özel banyolarında dâhil olduğu özel yatak odalarında ya da suite banyoları olan suite odalarda konaklamaktadırlar. Bazı evlerde banyosu olan yatak odaları diğer konuklarla ortak kullanılmaktadır. Kahvaltı hizmeti yatak odasında, yemek salonunda ya da ev sahibinin mutfağında verilmektedir. B&B ve guest house işletmeleri ikinci bir kaynak ya da birinci meslek olarak çalıştırılabilir. Genellikle sahipler

kahvaltıyla ve odanın temizliği gibi işlerle ilgilenir ama bazen de bazı yatak ve kahvaltı işletmelerinde temizlik ve mutfak işleri için bir personel tutabilir. Bazı yatak ve kahvaltı (B&B) organizasyonları özel bir pazarda faaliyet gösterirler (“Bed and Breakfast”, 2021).

B&B ve guest house gibi konaklama işletmeleri otellere kıyasla ekonomik bir alternatiftir. B&B işletmelerinin yoğunluğu tarihsel olarak işçi sınıfının tatil yaptığı Blackpoll, İngiltere gibi sahil kasabalarıdır. İngiltere’de B&B konaklama işletmeleri yerel turizm otoriteleri tarafından derecelendirilir ve yıldız sisteminde de şu şekilde puanlandırılırlar;

Deluxe: Bu türlerde ek olarak mobilya ve banyolarında Jakuzi vardır.

En-Suite: Tuvaleti, lavabosu ve duşu olan özel banyolar dâhildir.

Standard: Banyo yanındaki diğer odayla paylaşılır. Genellikle odanın içerisinde lavabo vardır.

Manastırlar, yatak ve kahvaltı yapılarının ilk türüdür ve bir yolcunun genellikle bir gece için oda kiraladığı ve sabahları da kahvaltı hizmeti aldığı özel ev türleridir. Anglo-Saxon döneminde gelişen şimdi “bed and breakfast” olarak bilinen konaklama işletmeleri *paradors*, *pensions*, *gasthaus*, *pousados* gibi çok çeşitli isimlerle anılmaktaydı. Amerika’da Büyük Buhran döneminde insanların ek gelir olarak kendi evlerinin odalarını kiraya vermeleri sonucu bu tür evler “boarding house” olarak bilinirdi. Bugünkü bilinen bed and breakfast yapıları 1970’lerde gelişmeye başlamıştır.

Cholakova (2011), çalışmasında her bir B&B özgün ve birbirinden farklı ve B&B evinin bir otel, butik otel ve özel konut karışımı olduğunu ifade eder. Birinin evinde gerçekleşen, az miktarda yatırım gerektiren, çok az sayıda personeli bulunan ve kazancı düşük olan “bed and breakfast” türü konaklama işletmeleri aile işletmelerinden bu özellikler açısından farklıdır (aktaran Lynch, 1999).

- **Host Home (Misafir Evi)**

Ev sahibinin elindeki boş odaları kâr amacı ile kiraya vermesiyle meydana gelir. Bu tip pansiyonlar daha çok rezervasyon aracılığı ile ya da ağızdan ağıza yapılan pazarlama yöntemiyle hizmet vermektedirler (Güçlü, 1995, s.24; Emir, 2018).

- **Country Inn (Taşra Evi, Hanı)**

Taşra evleri dışarıdan gelen konuklara da kahvaltı dâhil olmak üzere yemek hizmeti veren işletmelerdir.

Tablo 2.2: Ev pansiyonculuğu kavramı ile benzer kavramlar ve özellikleri (Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur).

Ev Pansiyonları	Misafirhane (GuestHouse)	Pansiyon (BoardingHouse)	Yatak ve Kahvaltı (Bed and Breakfast)
Aile işletmesi	Aile işletmesi	Aile işletmesi	Aile işletmesi
Ekonomik konaklama çeşidi	Ekonomik konaklama çeşidi	Ekonomik konaklama çeşidi	Ekonomik konaklama çeşidi
Çalışanlar aile üyesidir	Tam zamanlı personel yoktur	Tam zamanlı personel yoktur	Çalışanlar aile üyesidir
Aile/Ev sahibi de aynı binada yaşamaktadır	Aile/Ev sahibi farklı bir bölümde yaşamaktadır	Aile/Ev sahibi de aynı binada yaşamaktadır	Aile/Ev sahibi de aynı binada yaşamaktadır

Ev pansiyonculuğu ülkeler arasında farklı isimler alabildiğinden literatürde birçok benzer türde işletmeler mevcuttur. Tablo 2.2’de ev pansiyonculuğu kavramının uygulamada prensip ve ilkeler olarak bu terimin karşılığı olan bazı konaklama işletme türlerinden örnekler verilmiştir.

2.1.4.2. Türkiye’de ev pansiyonculuğunun gelişimi

Türkiye’nin gerek ulusal ekonomi düzeyinde saptanan büyüme hızı gerekse turizm sektöründeki gelişme hedeflerine ulaşabilmesi, büyük sermaye yatırımlarını zorunlu kılmaktadır. Oysa Türkiye’nin sermaye kaynakları, diğer bir deyişle yatırımların gerektirdiği fonlar kıttır. Bu nedenle ek kapasiteler yaratılması zorunlu olmaktadır. Ortalama kapital yoğunluğu; konaklama ve ulaştırma endüstrilerine dayanan turizm sektöründe diğer sektörlerle kıyasla oldukça yüksek olduğundan, ekonomideki bu yüksek kapital yoğunluğu ancak az sermaye gerektiren konaklama işletmelerinin yaygınlaştırması özendirilerek azaltılabilir. 6. 5 yıllık kalkınma planında da turistik tesis işletmeciliğinin geliştirilmesi, küçük ölçekli işletmelerin ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi öngörülmektedir (Özgen, 1992, s.4).

Bununla beraber doğaya olan ilginin artmasıyla birlikte insanlar daha fazla yerleri görmek ve oralarda oturanlarla bir şeyler yapma isteğini oluşturmuştur. Bu durum,

küçük kapasiteli tesislerden biri olan ev pansiyonlarının Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde yaygınlaşmasını sağlamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimlerin desteğiyle evler pansiyona dönüştürülmüştür (Akyol, 2012, s.82).

Ev pansiyonculuğunun mevcut materyal ve insansal kaynakların en etkin bir biçimde kullanılmasını sağlayabileceği gibi, kredi ile de gerçekleştirilebilecek çok az bir yatırımla aile ve ülke bazında sosyo-kültürel ve ekonomik yararlılığı artırabilecek bir konaklama işletmesi tipi olduğu söylenebilir. Ayrıca turizmin ev sahipleri için önemli bir gelir kaynağı olması, ev pansiyonculuğunun başlamasında önemli bir etken olmuştur. Avrupa ülkelerinde uzun yıllardır benimsenen/yaygın bir konaklama türü olan ev pansiyonculuğu Türkiye'de ise yıllar önce turist çekme özelliğine sahip yerleşme noktalarında başlamış ve Safranbolu, Beypazarı ve Amasya gibi tarihi konak ve evleri ile tanınan tarihi dokuya sahip yörelere ve diğer bölgelere yayılmıştır (Beyhan, 2005; Akyol, 2012; Özel, 2014). Günümüzde ev pansiyonculuğu turist çekme özelliğine sahip yerleşme noktalarında yaşayanlar tarafından benimsenmekte ve giderek yaygınlaşmaktadır. Özellikle başkalarının yanında çalışmak istemeyen pek çok kadına küçük ev pansiyonlarını işletmek cazip gelmektedir. Türkiye'de doğal yerleri görmek, gezmek isteyenlerin köy evlerinde, pansiyonlarda kalmaları, devlet tarafından eğitimler verilmesi, köylülerin ek kazanç elde etmeleri ev pansiyonculuğunu yaygınlaştırmıştır (Beyhan, 2005).

Akyol (2012) yaptığı çalışmasında Türkiye'de ev pansiyonculuğu modelinin ilk olarak Amasra'da başladığını ifade etmiştir. Bunun nedeni ise Amasra'nın büyük kentlere yakın olmasıdır. Amasra ilçesi ilk etapta sanatçı, yazar, politikacı gibi kesimlerin ilgisini çekmiştir. Daha sonraları ise turistlerin de ilgisini çekmesiyle Amasra'ya olan ilgi artmıştır. Ancak bölgedeki otel sayısının yetersiz olmasından dolayı turistler, bölgede yaşayanların evlerinde konaklamışlardır. Böylece Amasra'da ev pansiyonculuğu uygulamaları artmıştır.

Türkiye'de ev pansiyonculuğunun uygulandığı illerden biri de Artvin'dir. Örneğin, Akyol (2012) doğal güzellikleri ve kendini korumuş yaşam tarzı, yerli ve yabancı turistleri Artvin'e çektiğini ifade etmiştir. Artan turist sayısına bölgedeki tesisler cevap veremeyince Artvinliler de ev pansiyonculuğu yapmaya başlamışlardır. Doğayı gezme amaçlı gelen turistlerin gezmek istedikleri yerlerin çokluğu ve gezilecek yerlerin

merkeze olan uzaklıkları nedeniyle kalacak otel bulamamaktaydılar. Önceleri sadece konaklama yeri arayan turistler yavaş yavaş kurulan pansiyonlar sayesinde yeme-içme olanaklarını da bulmuş oldular. Gelen turistlere sadece yatacak yer değil yöresel yemeklerden de verilerek adeta bir otel havası yaratılmaya çalışılmıştır. Tüm bu gelişmeler doğrultusunda Artvin'in tüm ilçelerinde "Ev Pansiyonculuğu Modeli" gelişmeye başlamıştır. Ev pansiyonculuğunu denemeye başlayan yöre halkına Valilik ve Belediyeler de destek vermişlerdir. Zaman zaman açılan kurslar, eğitim programları, üniversiteden gelen akademisyenlerin turizm dalında verdikleri dersler, Bakanlığın sağladığı kredi olanakları ev pansiyonculuğu konusunda yöre halkının bilinçlenmesi ve bilgilenmesi konularında destek sağlamıştır.

Ev pansiyonculuğunun gelişmeye başladığı diğer bir ilçe olan Beypazarı'nda 1999'da tarihi konakların restore edilmesi ile başlayan turizm hareketi hem ilçe ekonomisine hem de sosyal ve kültürel yaşamına katkı sağlamıştır. Beyhan (2005) çalışmasında Beypazarı'nın yıllık ziyaretçi sayısının 150.000'e, yatak kapasitesinin ise 600'e ulaştığını belirtmiştir. Bu sayı o yıllarda çok yeterli olmayan bir sayı olsa da tarihi evlerin değerinin anlaşılması ve yerel halkın turizm bilinci ile gelir elde etmek için evlerini pansiyona dönüştürme isteği ile düşüncesi gelişmenin olabileceği sinyallerini göstermekteydi.

Özel (2014) yaptığı çalışmasında Marmaris'te turistik faaliyetlerin, 1960'lı yıllarda ev pansiyonculuğu ile başladığını ifade etmiştir. O dönemlerde Marmaris'e gelen az sayıdaki turist, konaklama tesisi olmadığı için Marmaris'teki yerel halkın evlerinde ağırlanmıştır. Turistik yerlerden Alanya ve Bodrum'da 1960 yılında, Side'de ise 1975 yılında ev pansiyonculuğu uygulanmaya başlamıştır. Böylelikle Türkiye'de evlerini pansiyona çeviren kişi sayısında önemli bir artış olmuştur. Aynı zamanda turizmin yerel halk için bir gelir kaynağı oluşturması ev pansiyonculuğu uygulamalarının artmasında önemli bir etken olmuştur. Bununla beraber 1970'li yılların ortalarından sonra canlanma gösteren iç turizmdeki artış sonucu mevcut konaklama tesislerinin yeterli yatak sayısına sahip olmaması ev pansiyonculuğuna olan ilgiyi arttırmıştır. Turistin gittiği destinasyonlarda yaşayan yerel halk oluşan talep nedeni ile kendi oturdukları evlerini ev pansiyonuna çevirmiştir (Akyol, 2012, s.81). 1970'li yılların ortalarında ise ev pansiyonları devlet denetimine girmiş, birkaç odası müsait olan tüm ev sahipleri odalarını turistlere vermiş, insanlar geçimini buradan sürdürmüştür. Turistlerin tertemiz

çarşafalarda, sabun kokulu yastıklarda yatırılması ve evin sahibi hanımı tarafından hazırlanan köy kahvaltısı o dönemdeki ev pansiyonlarının genel özellikleri olarak belirtilmektedir (Emir, 2018).

Türkiye’de 2012 yılında Ege-Akdeniz- Marmara kıyı şeridinde 650.000 dolayında ev pansiyonu yatağı bulunmaktadır. Ev pansiyonculuğu bilindiği üzere, en az beş odalı ve müşterilerine yeme-içme ve konaklama hizmeti veren veya yemek hazırlayabilme olanağı bulunan tesislerde yürütülmektedir. Son yıllarda ev pansiyonculuğu, sağlanan teşviklerle iyi bir noktaya gelmiş bulunmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2012, s.118).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2007’de yayınladığı “2023 Turizm Stratejilerinde” yeni turizm modelleri belirlenmiştir. Kitle turizminin gelişimi ve turizm planlamasına parçacı yaklaşımlar sonucu Akdeniz ve Ege kıyı kesiminde aşırı yığılmaya, kıyı gerisi ve çevresi alanlarda çarpık yapılaşmaya, altyapı yetersizliğine ve çevre sorunlarına çözümlemeye yönelik “2023 Turizm Stratejisi’nde” çeşitli yaklaşımlar yer almaktadır. Bu yaklaşımlardan biri de alternatif konaklamaya yönelik pansiyonculuk ve küçük konaklama işletmeciliğinin geliştirilmesidir. Bu amaçla alternatif turizm kapsamında Anadolu köy kültürünü sürdürebilmek, değerlendirmek ve geliştirmek amacıyla otantik köyler, Kültür Köyleri Projesi kapsamında ele alınacaktır. Planlamalar kültür turizmi içeriğinde değerlendirilecektir. Turistik destinasyonlarda pansiyonculuğun geliştirilmesi için maddi ve teknik destekler sağlanacaktır. Yerel halka pansiyonculuk ve doğa turizmine ilişkin eğitim verilecektir (“Türkiye Turizm Stratejisi 2023”, 2021).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yayınladığı “Yaygın Mesleki Turizm Yönergesi” (2018) yaygın mesleki turizm eğitimi kapsamında ev pansiyonculuğu eğitim kursu, işbaşı eğitim kursları ve seminerlere ilişkin genel usul ve esasları kapsar. Bu eğitimler ev pansiyonculuğu yapan veya yapmak isteyen kişilere düzenlenen eğitim kurslarıdır. “İşbaşı Eğitim Kursları” usta öğreticiler tarafından verilmektedir. İşbaşı eğitim kurslarını başarılı bir şekilde bitiren kursiyerlere “başarı belgesi” verilir. Böylece turizm potansiyeli olan yörelerde, yerel halkın evlerini, gelen turistlere konaklama ve yiyecek içecek hizmetlerine açmaları sağlanmaktadır (“Yaygın Mesleki Turizm Yönergesi”, 2021).

Ev pansiyonculuğunun çeşitli şekillerde tanımlanması, Türkiye’de konaklama işletmelerinin tanımının ortak olmayışı özellikle turizm endüstrisi ve konaklama

işletmeleri alanında elde yeterli ve gerçekçi envanterin sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli işletmelerle sınırlı olması ve yönetmelikte sadece pansiyon işletmesinden bahsedilmesi nedeniyle ev pansiyonculuğu kavramının tanımlamasını yapmak zordur. Ev pansiyonculuğunun açık, kapsamlı ve anlamlı bir tanımını yapmak zordur. Bunun nedeni Türkiye'de konaklama işletmeleriyle ilgili bir sınıflandırmanın henüz açık bir şekilde ortaya konamayışı, turizm endüstrisi ve konaklama işletmeleri alanında elde yeterli ve gerçekçi dokümanların yalnızca turizm işletme belgeli işletmelerle sınırlı olması ve yönetmelikte sadece pansiyon işletmesinden bahsedilmesidir. Türkiye'de ev pansiyonlarından ilk olarak 05/02/1965 tarihindeki "Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği"nde ve 21/08/1979 tarihindeki "Turizm Müesseseleri ve Nitelikleri Yönetmeliği"nde konut pansiyonlarından bahsedilmiş olup daha sonraki yıllarda çıkartılan yönetmelikte sadece pansiyon işletmelerinden bahsedildiği görülmektedir. Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği'ne göre (1965) pansiyon, tamamı veya bir kısmı nispeten devamlı ikamete elverişli ve istenildiğinde iaşe ihtiyaını karşılayan konaklama tesislerini ifade etmektedir. Turizm talebinin yüksek olduğu bölgelerde ekonomik ve temiz ilave yatak kapasitesi oluşturabilme ve turistin gittikleri bölgenin yaşantısını tanımasını kolaylaştırmak amacıyla, bir evin birkaç odasının normal bir ev düzeni içinde kullanımı konut pansiyonu olarak tanımlanır. Bir apartman katının ya da evin dşeli şekilde kiralanması, bu tanım kapsamı dışındadır ("Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği 1979", 2021). Ev pansiyonculuğu kavramının literatür incelendiğinde aynı zamanda "*konut pansiyonu*" ya da "*aile pansiyonculuğu*" olarak da adlandırıldığı görülmektedir (Beyhan, 2005; çeken ve diğ., 2007). Bu nedenle pansiyonun bir çeşidi olarak ev pansiyonculuğu "pansiyonun" tanımı esas alınarak incelenecektir.

Türkiye'de pansiyonlar sahip oldukları belge türü açısından "turizm işletme belgeli" ve "belediye belgeli" diye iki gruba ayrılmaktadır. Turizm işletme belgeli pansiyonlar Turizm Bakanlığı'nın "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe" göre sınıflandırılan konaklama işletmeleridir (Kozak ve diğ., 2012, s.10). Bu yönetmeliğin 22. maddesine göre pansiyonlar; yönetimi basit, yemek ihtiyaının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı bulunan, en az beş odalı tesislerdir ("Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik", 1982). Turizm belgeli

konaklama tesisinde minimum oda sınır on oda olmasına rağmen; pansiyonlarda köy evi, çiftlik evi ve yayla evlerinde bu sınır beş odaya kadar düşebilmektedir (Batman, 2018, s.61).

Turizm Müesseseleri ve Nitelikleri Yönetmeliği'ne (1979) göre konut pansiyon olarak kullanılacak binanın odalarında, yataklarında, banyo, hela ve mutfağında bulunması gerekli konforu sağlayacak eşya ve tesisatın nitelikleri şunlardır:

1- Bir odada bulunması gerekli nitelikler:

- a) Yağlıboya, plastik veya kireç badana,
- b) Halı veya kilim (suni halı da olabilir),
- c) Güneşlik ve tül perdeler,
- d) Bir masa, iki sandalye,
- e) Komodin, sürahi, su bardağı,
- f) Gece lambası

2- Bir yatakta bulunması gereken nitelikler:

- a) 90x90 cm. ebadında somya,
- b) İçi pamuklu, dikişli ve fitilli bir yatak,
- c) Birisi ince, diğeri kalın içi pamuklu iki yastık,
- d) Pike ve battaniye,
- e) 6 adet beyaz desensiz çarşaf

3- Banyo ve tuvalette bulunması gereken nitelikler:

- a) Bir alafranga tuvalet ve tesisatı
- b) Bir fayans lavabo ve ankastre bataryalı tesisat,
- c) Duş takımı, duş teknesi (80x80 cm) ve perdesi,
- d) Banyo dairesinin 120 cm. yüksekliğinde fayans ile kaplanması,
- e) Cam ayna (40x50 cm),
- f) Etajer (50x100 cm),

g) Su ısıtıcısı (termosifon veya şofben),

4- Mutfakta bulunması gereken nitelikler:

- a) Bir buzdolabı (en az 10,5 ayak; sadece bir oda pansiyon kullanımına ayrılmış ise, buzdolabı 10,5 ayaktan küçük olabilir).
- b) Bütangaz ile çalışır, en az iki gözlü ocak,
- c) Küçük bir ecza dolabı.

Konut pansiyonları için Turizm Müessesesi Belgesi almak zorunludur. Bu belgenin sağlanması için aşağıdaki belge ve bilginin Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na gönderilmesi gereklidir:

- a) Pansiyon olarak işletilecek konut ve bölümlerini Belediye veya İl İmar Müdürlüğü'nce oranlı krokisi;
- b) Konut pansiyonun tapusu veya Noterlikçe onaylı kira sözleşmesi;
- c) Konut pansiyonun fiziki durumuna ve işleticisine ilişkin olarak Valilik Makamının görüşü.

2634 sayılı “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliği” ne göre pansiyonların taşınması gereken nitelikler asli konaklama tesisleri için aranan genel nitelikler ve şartlar dışında aşağıdaki gibidir (“Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”, 1982);

A. Giriş holü, emanet hizmeti,

- Oturma, yemek ve kahvaltı ihtiyacını karşılayabilecek, yazlık tesislerde kısmen açık da olabilen, yeterli kapasitede bir salon,
- Yemek ihtiyacının işletme tarafından verilmemesi durumunda pansiyon mutfaklarında ihtiyaca göre yeterli sayıda buzdolabı, pişirme ve ızgara donanımı, bulaşık yıkama, hazırlık ve malzeme istif yerleri, servis malzemesi dolapları,
- İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap.

Belediye belgeli pansiyonlar ise turizm işletme belgesine sahip olmayan ve yerel yönetimler tarafından sınıflandırılan, fiyatlandırılan, kontrol edilen ve denetlenen konaklama işletmeleri grubunda yer alırlar. Bu tür pansiyonlar çalışma ruhsatlarını

bulundukları yörenin belediyesinden alırlar. Belediye belgeli pansiyonlar 9207 sayılı “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde “üçüncü sınıf” olarak nitelendirilmektedirler (“İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik”, 2005). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın verileri incelendiğinde de belediye belgeli pansiyonların “nitelikli” ve “niteliksiz” olarak iki gruba ayrıldığı anlaşılmaktadır (“Belediye Belgeli Pansiyonlar”, 2003).

Yapılan sınıflandırmaya ortak hükümlere ilave olarak belediye belgeli pansiyonlarda aranan nitelikler aşağıdaki gibidir (Batman, 2018, s.91):

1. Isıtma odalar dâhil kalorifer veya soba ile yapılacaktır.
2. Zemin en az mozaik gibi malzeme ile kaplanacaktır.
3. Giriş ve salonlarda duvarlar alçı sıva, plastik veya yağlı boya ile kaplı olacaktır.
4. Müracaat yeri ve vestiyer bulunacaktır.
5. Dinlenme salonunda yeterli sayıda masa, sandalye ve televizyon bulunacaktır.
6. Dinlenme salonlarındaki koltuk, sehpa ve benzeri eşya iyi cins malzemeden yapılmış olacaktır.
7. Odalarda;
 - 7.1- En az %20’si banyolu ve tuvaletli olacaktır.
 - 7.2- Gardirop, ayna, sandalye ve sehpa bulunacaktır.
 - 7.3- Yatak ortopedik, yatak takımları iyi cins olacaktır.
8. Katlarda her 10 yatağa bir banyo ve tuvalet bulunacaktır.
9. Tuvalet ve banyolar kolay yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir nitelikte olacaktır.
10. Yemek verilmesi halinde üçüncü sınıf lokanta niteliğinde lokantası ve mutfağı bulunacaktır.
11. Odalarda yatak sayısı her beş metrekareye bir olmak üzere en fazla üç adet olacaktır.

Sezgin’e (2001) göre ise pansiyonlar niteliklerine göre “turistik pansiyonlar” ve “ev (aile) pansiyonculuğu” olmak üzere göre iki kısma ayrılır. Sezgin’in yaptığı ayırimda

turistik pansiyonların ve ev pansiyonculuğunun taşınması gereken nitelikler aşağıdaki gibidir;

1. Turistik Pansiyonlar

Turistik pansiyonların nitelik ve sınıfları, “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde aşağıdaki şekilde belirlenmiş bulunmaktadır:

- Binaya giriş ve antre ile sağlanacaktır. Giriş holünde pansiyon idare ünitesi ve emanet hizmetleri yer alacaktır.
- İhtiyaca yeterli oturma salonu olacaktır.
- Ayrı veya yemek salonu ile birlikte düzenlenmiş bir kahvaltı salonu olacaktır.
- Yatak odaları “Turizm Tesisleri Yönetmeliği”nde belirtilen şekilde tefriş edilecektir.
- Banyo ve WC bulunmayan yatak odaları için her 10 yatağa 1 duş veya küvetli banyo ve her katta 2 WC bulunmalıdır.

2. Ev (Aile) Pansiyonculuğu

Ev (aile) pansiyonculuğu, ekonomik ve ve temiz ilave yatak kapasitesi yaratabilme ve turistin toplumsal yapıyı tanımasını kolaylaştırmak amacıyla, bir ailenin sürekli oturmakta olduğu meskeninin bir kısmını turizm mevsimi boyunca normal bir ev düzeni içinde pansiyon haline dönüştürmesidir. Bu nedenler pansiyonlarda verilen hizmetlerin ev pansiyonlarında da verilmesi gerekmektedir.

Binanın ev pansiyonu olarak kullanıma ayrılacak odalarında, yataklarında, banyo, hela ve mutfağında bulunması gerekli konforu sağlayacak eşya ve tesisat aşağıda belirtilmiştir. Ev pansiyonunun oda ve apartlarında gerekli konforu sağlayacak eşya ve tesisatın nasıl olması gerektiği Sezgin’e (2001) göre aşağıda belirtilmiştir.

Bir odada bulunması gerekli nitelikler:

- Duvarların temiz ve boyalı veya kâğıt ile kaplanması,
- Kalın (güneşlik) ve ince (tül) perdeler,
- Dolap veya küçük bir gardırop (içerisinde asgari 6 adet elbise askısı ve bir çekmece olacak),
- Bir masa, iki sandalye,
- Komodin, sūrahi, su bardağı,
- Gece lambası.

Bir yatakta bulunması gereken nitelikler:

- Karyola veya yataklı divan,
- Sağlık koşullarına uygun bir yatak,
- Biri ince, diğeri kalın iki yastık,
- Pike ve battaniye.
- Altı adet çarşaf (çarşaflardan biri yatağa serilecek, diğeri pike veya battaniye kaplanacak, birer çift de yedekte bulundurulacaktır)

Evin tuvaletinde bulunması gereken nitelikler:

- Bir alafranga hela tesisatı (evlerinde alaturka hela taşı olanlar varsa, bu helyayı alafrangaya çevirecekler veya yarı bir alafranga tesisatı kuracaklardır)
- Bir fayans lavabo ve batarya tesisatı,
- Duş takımı, duş teknesi ve perdesi,
- Banyo dairesinin fayans ile kaplanması,
- Cam ayna,
- Etajer,
- Su ısıtıcısı (termosifon, şofben veya güneş enerjisi).

Evin mutfağında bulunması gereken nitelikler:

- Bir buzdolabı (en az 10.5 ayak)
- Bütan gazı ile çalışır en az iki gözlü ocak,
- Çamaşır makinesi (zorunlu değildir)

Pansiyonların dağınık olması yani az sayıdaki kapasiteleri ile geniş bir alanda faaliyet göstermesi denetim ve standartlar sorununu ortaya çıkarmaktadır. Turizm Bakanlığı çıkarmış olduğu evsaf yönetmeliği ile standartları düzenlemiştir. Bu standartlar genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Aycı, 2004, s.84):

Pansiyonlar:

- Temiz ve sağlık standartlarına uygun,
- Her odada iki yatağı bulunan,
- Yatakları tahta ve süngerden imal edilmiş,
- Güneş gören, rutubetsiz,
- Banyo ve tuvaletleri çok temiz,

- Mutfak malzemesi olarak, çay takımı, atal, kaşık, masa, buzdolabı, fırın, çamaşır makinesi, sıcak su ve gerekli malzemelere sahip olmalıdır.

Pansiyonların turizm işletme belgeli işletmeler içindeki yerine bakıldığında, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2020 yılı istatistiklerine gre²;

Tablo 2.3: Türlerine ve sınıflarına göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı (“Kültür ve Turizm Bakanlığı”, 2020).

TÜRÜ	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Otel	649	77 587	167 673	4 218	487 386	1 020 985
Motel	2	109	218	5	214	435
Tatil Köyü	25	6 032	14 531	78	26 464	58 324
Termal Otel	19	3 270	7 450	90	14 828	31 235
Termal Tatil Köyü	1	129	310			
Termal Müstakil Apart Otel				2	81	171
Pansiyon				135	1 561	3 146
Kamping	7	1 008	2 287	6	391	1 125
Oberj				3	456	970
Apart Otel	220	8 140	18 689	220	8 140	18 689
Özel Tesis	23	564	1 170	412	12 921	26 487
Müstakil Apart Otel				16	550	1 416
Golf Tesis	1	60	228	3	531	1 348
Turizm Kompleksi	4	3 043	6 442	4	3 043	6 442
Butik Otel	42	1 431	3 153	101	3 829	7 740
B Tipi Tatil Sitesi				2	42	236
Butik Tatil Villası				1	70	140
Dağ Evi	4	55	177	4	138	359
Çiftlik Evi / Köy Evi	1	41	82	12	112	225
Yayla Evi				2	30	90
Kırsal Turizm Tesis	1	6	12	4	61	120
Butik Termal Otel				2	65	124
Toplam	999	101 475	222 512	5322	560 913	1 179 807

Tablo 2.3 incelendiğinde Turizm işletme belgeli pansiyon sayısı 135 olup, 1561 oda ve 3146 yatak ile hizmet vermektedirler. Pansiyon sayısı diğer tesislerin sayısına oranlandığında çıkan sonucun %3 gibi bir oranda olduğu görülmektedir.

² Burada pansiyonlar başlığı altında verilen kapasite ev pansiyonlarını kapsamamaktadır.

Tablo 2.4: Türlerine ve sınıflarına göre belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı (“Belediye Belgeli Tesis Sayısı”, 2021).

TÜRÜ	Belediye Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak
Otel	4902	179 306	397408
Motel	204	3721	8569
Pansiyon	2565	37525	86821
Tatil Köyü	46	5864	16297
Kamping	66	2189	5837
Kaplıca	90	6488	19342
Kamu Misafirhanesi	736	18351	41408
Toplam	8609	253444	575682

Tablo 2.4. incelendiğinde Belediye Belgeli pansiyon sayısı 2565 olup, 37252 oda ve 86821 yatak ile hizmet verdikleri görülmektedir

Tablo 2.5’te Turizm Belgeli pansiyon işletmelerinin yıllar bazında sayıları verilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın verileri incelendiğinde 2020 yılı sonu itibariyle Türkiye’deki Bakanlıktan Belgeli toplam 135 adet turizm işletmesi belgeli pansiyonun olduğu anlaşılmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan pansiyon işletmeciliği amacına yönelik turizm işletme belgesi almış 135 tesisin yatak sayısı ise 2479’dur.

Tablo 2.6.’da Belediye Belgeli pansiyon işletmelerinin sayıları verilmiştir. Tablo 2.6. incelendiğinde 2020 yılı sonu itibariyle 2565 adet belediye belgeli pansiyonun olduğu anlaşılmaktadır. 86821 yatak kapasiteli 2565 tesis yerel idare tarafından belgelendirilmiştir. Ancak henüz bu pansiyon türlerinden kaçının ev pansiyonculuğu olarak işletildiğine dair bir veri yoktur.

Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama istatistiklerinden Tablo 2.7.’de görüldüğü üzere 2000-2020 yılları arasında rakamlara bakıldığında, Türkiye’de pansiyonlara gelen yabancı sayılarında düşüş gözlemlenirken, yerli sayısında ise pek fazla bir değişim olmadığı görülmektedir.

Tablo 2.5: Türkiye’deki turizm belgeli pansiyonların sayısı (“Turizm Belgeli Pansiyon Sayısı”, 2020).

YILLAR	TURİZM BELGELİ					
	Turizm Yatırımı Belgeli			Turizm İşletmesi Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2006	43	882	1760	75	1234	2433
2007	24	496	1000	67	1048	2080
2008	21	401	797	63	967	1926
2009	21	281	599	52	759	1484
2010	19	349	685	51	723	1422
2011	16	342	636	51	729	1435
2012	10	228	393	42	597	1185
2013	6	173	298	41	563	1135
2014	3	60	122	45	607	1225
2015	1	20	40	58	774	1 574
2016	1	20	40	96	1206	2423
2017	1	20	40	97	1 230	2 479
2018	1	50	100	108	1 344	2 717
2019				122	1 439	2 917
2020				135	1 561	3 146

Tablo 2.6: Türkiye’de belediye belgeli pansiyonların sayısı (“Belediye Belgeli Pansiyon Sayısı”, 2018).

YILLAR	BELEDİYE BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1997	2353	26604	61302
2000	2330	27286	62420
2001	2284	26665	60999
2002	2256	25791	59149
2003	2037	25800	56901
2006	2081	28063	67980
2007	2 085	28 103	68 079
2008	2 078	28 009	67 910
2009	2 108	28 590	69 222
2010	2 931	40 005	101 161
2011	2 818	38 485	97 522
2012	2 893	40 389	100 748
2013	3 024	43 549	104 206
2014	3 021	43 492	104 028
2015	3 021	43 504	104 035
2016	3 021	43 504	104 035
2017	2152	31668	76059
2018	2168	31269	74552
2019	2 376	33 601	80 090
2020	2 565	37 525	86 821

Tablo 2.7: Turizm işletme belgeli pansiyonlara geliş sayısı, geceleme, kalış süresi ve doluluk oranları (“Turizm İşletme Belgeli Pansiyonlara Geliş Sayısı, Geceleme, Kalış Süresi ve Doluluk Oranları”, 2021).

Tesise Geliş Sayısı				Geceleme Sayısı			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı%		
Yıllar	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yıllar	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yıllar	Yabancı	Yerli
2000	94567	94880	189447	320219	207244	527463	3,4	2,2	2,8	16,66	10,78	27,44
2001	71183	92953	164136	271788	175219	447007	3,8	1,9	2,7	23,91	15,42	39,33
2002	32202	67387	99589	169364	153671	323035	5,3	2,3	3,2	17,56	15,93	33,48
2003	25027	60224	85251	130574	129988	260562	5,2	2,2	3,1	16,91	16,83	33,74
2004	27438	53777	81215	138340	119843	258183	5,0	2,2	3,2	18,01	15,60	33,61
2005	19348	47207	66555	80513	102203	182716	4,2	2,2	2,7	14,06	17,85	31,91
2006	10696	44197	55166	56004	83709	139715	5,1	1,9	2,5	10,82	16,17	26,99
2007	13440	41127	54567	60127	83882	144009	4,5	2,0	2,6	12,41	17,32	29,73
2008	16559	37530	54089	68265	71657	139922	4,1	1,9	2,6	16,30	17,11	33,41
2009	6321	37703	44024	33656	74769	108425	5,3	2,0	2,5	9,50	21,11	30,62
2010	7269	32709	39978	33791	55939	89730	4,6	1,7	2,2	9,30	15,39	24,69
2011	7582	35502	43084	34125	63219	97344	4,5	1,8	2,3	10,23	18,95	29,18
2012	5533	25965	31498	21900	56987	78887	4,0	2,2	2,5	7,08	18,44	25,52
2013	7676	23333	31009	30116	47497	77613	3,9	2,0	2,5	9,85	15,53	25,37
2014	8355	30714	39069	20237	54473	74710	2,4	1,8	1,9	6,13	16,50	22,63
2015	9331	39511	48842	20664	64951	85615	2,2	1,6	1,8	5,71	17,96	23,67
2016	6949	40402	47351	18103	80715	98818	2,6	2,0	2,1	3,89	17,35	21,24
2017	6834	61252	68086	13175	118605	131780	1,93	1,94	1,94	2,79	25,09	27,88
2018	19625	66625	86250	40321	126008	166329	2,05	1,89	1,93	7,71	24,09	31,79
2019	34078	90260	124338	71244	165236	236480	2,09	1,83	1,90	11,10	25,74	36,85
2020	7752	68260	76 012	16 934	136128	153062	2,18	1,99	2,01	2,19	17,57	19,76

2.2. Kültürel Kimlik

Bu bölümde öncelikle kültür ve kimliğin tanımı yapılmakta daha sonra kültürel kimlik kavramı açıklanmaktadır. Sonrasında ise kültürel kimlik kavramının turizmdeki ifadesi ile ilişkisi açıklanmaya çalışılmaktadır. Bölümün en sonunda ise kültürel kimliğin boyutları hakkında bilgiler verilmektedir.

2.2.1. Kültürel kimlik kavramı

Kültürel kimlik, kimlik ve kültürün bileşkesini oluşturan, doğuştan elde edilenler ve sonra kazanılanlarla alakalıdır. Bu nedenle kültürel kimliği anlamak için öncesinde kültür ve kimliğin açılımını yapmak gerekmektedir.

Kültür kavramı Latince “colere” veya “cultura” fiilinden gelmektedir. Latince bu fiil *sürmek, ekip-biçmek*; Türkçe ’de ise “ekin” (Öter ve Özdoğan, 2005, s.127) karşılığında kullanılmaktaydı. Bu kavram 17. yüzyıla kadar aynı anlamda kullanılmış olup ilk kez 18. yüzyılın sonunda Voltaire tarafından insan zekâsının oluşumu, gelişimi ve geliştirilmesi anlamında kullanılmıştır. Daha sonra sözcük Almanca dil sözlüğüne geçmiş ve 1793 tarihli bir Alman dili sözlüğünde “cultur” biçiminde kullanılmış ve sonunda *kültür* biçimine dönüşmüştür. 1843’te Gustaw Klemn, *cultur* kelimesine, insan topluluklarının becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak değerlendirilen yaşama tarzı anlamını yüklemiştir. Sözcük ve kavram buradan, İspanyolca, İngilizce ve Slav dillerine geçmiştir. Kültür kavramı antropolojideki teknik tanımıyla İngilizcede ilk kez 1871 yılında Edward Tylor tarafından kullanılmış, sistematik olarak tanımlanmış ve yine Tylor tarafından temel bir kavram haline getirilmiştir (Güvenç, 2011). Tylor’a göre (1871) kültür; toplumun üyesi olarak, insanın öğrendiği, edindiği, bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bütündür. Kültür, öğrenilen, dilde saklanıp korunan, eğitimle yeni kuşaklara aktarılıp aşılana bir muhtevadır. Tylor’un bu tanımı, kültür kuramının öğrenilmesinde yol ve yön göstermiştir (aktaran Güvenç, 2007).

Kültür kavramının kapsamı oldukça geniştir. Kültür, genel anlamda insanlar için toplumsal hayatı anlamlı hale getiren ve davranışlarını yönlendiren tutumlar, inançlar ve alışkanlıklar bütünüdür (Barlı, 2007; Gökçe, 2020). Akay' a (2007) göre kültür, insanın düşüncelerinde oluşan bir olgudur. Sosyolojik olarak kültür; düşünce ve davranış biçimleri ve maddi öğelerle birlikte insanların yaşam biçimleridir. Kültür, ne düşündüğümüzü, nasıl davrandığımızı ve neye sahip olduğumuzu içermektedir. Hem geçmişle olan bağımız hem de gelecek için kılavuzumuzdur.

Kültür, toplum, insan, kültürel muhteva ve öğrenme gibi dört ana değişken arasındaki karşılıklı ilişki neticesinde oluşmaktadır. Bu değişkenler arasındaki karşılıklı ilişki, kültür toplumda ortak olan davranış kalıplarını içerir. Hofstede (1980) kültürü, bir grup insanı diğerlerinden ayıran zihinsel programlama olarak açıklamaktadır. Bireysel düzeyde zihinsel programlara ilişkin kaynaklar, kişinin yetiştiği ve yaşam deneyimlerini elde ettiği sosyal çevrelerde oluşmaktadır. Hofstede'e (1980) göre zihinsel programlama aileden başlamakta, okulda, arkadaş gruplarında, çalışma ortamında ve içinde yaşanılan topluluk içerisinde sürmektedir. Kültür, edinme sonunda oluşmakta, bir başka kişinin sosyal ortamında meydana gelmektedir (Duran, 2011). Güvenç (2007) kavram olarak kültürü, toplumun üyesi olarak kişilerin yaşamları boyunca eğitim süreciyle öğrendiklerinin tümü olarak tanımlamıştır. Kültür, düşünce biçimleri davranış biçimi ve maddi nesnelerle birlikte insanların yaşam biçimleridir. Kültür insanların ne düşündüğü (tavır, inanç, fikir ve değerler), nasıl davrandığı ve ne oluşturduğu (sanat eserleri, el sanatları, diğer kültürel ürünler) unsurları kapsamaktadır. Kültür, sadece ne yaptığımızı değil, aynı zamanda ne düşündüğümüzü ve nasıl hissettiğimizi de şekillendirmektedir. Bunlar bizim genelde yanlış da olsa insan doğası olarak tanımladığımız unsurlardır. Brezilya yağmur ormanlarındaki savaşçı Yanomamolar saldırganlığın doğal olduğunu düşünürken, dünyanın öbür ucundaki Malezya'da yaşayan Semailer oldukça barışçıl bir hayat sürdürmektedir. Hem ABD hem de Japon kültürü başarı ve çok çalışmaya vurgu yaparlar, ancak ABD toplumu bireyselliğe Japonlara oranla daha fazla önem verirken, Japonlar kolektif uyuma değer vermektedir. İnsanların hem geçmişle olan bağı hem de gelecek için kılavuzudur denilebilir (Taylor, Lobel ve McLeod, 1991). Kültür, toplum, insanoğlu, eğitim süreci ve kültürel muhteva gibi değişkenlerin ve bunlar arasındaki karmaşık ilişkilerin bir işlevidir.

Kimlik kavramı çok yönlü bir kavramdır ve sosyal bilimlerde bu kavram değişik açılardan ele alınıp değerlendirilmektedir. Kavram daha çok sosyoloji ve sosyal psikoloji ile ilgili olsa da artık diğer alanlarda da kimlikle ilgili değişimler gerçekleşmeye başlamıştır (Stryker ve Burke, 2000). Kimlik, bireysel ve toplumsal olguların birleştiği bir muhtevaya sahiptir. Toplumsal alanda, kişiyi diğerleriyle ve toplulukla ilişkisini gerçekleştiren ve devam ettiren bir olgudur. Kimlik, bireyler arası etkileşimi ve bu etkileşimi oluşturan sosyal gerçekliği hem gerçekleştirmekte hem de sosyal gerçeklikten beslenmektedir (Keleş, 2011, s.84). Kimlik en basit tanımıyla bireylerin, grupların veya toplulukların “Kimsiniz, kimlerdensiniz?” sorusuna verdikleri cevap veya cevaplardır (Güvenç, 2010; Palmer, 1999). Kişilerin kendisini nasıl algıladığı sorusunun yanıtı onun kimliği ya da kimliklerini oluşturur. Kimlik sadece bireyin kendisi tarafından oluşturulan bir olgu değildir, kimlik “ben ve öteki” olgusunda, etraftakilerin bireyi nasıl tanımladığına, tanınmanın ne şekilde gerçekleştiğiyle ilişkilidir. İçsel olarak yaratılan, üretilen bir kimlik diğer birey ve topluluklarla oluşturulan etkileşim sonunda son hali oluşmaktadır. Bu aşamada tanınmanın önemi, bireyin kendini tanımlayıp etrafındakiler tarafından nasıl tanındığı sorusuyla ortaya çıkmaktadır. İdeal kimlik, tanınmayı, içsel ve dışsal etkileşimler yoluyla sahip olmak durumundadır. Her birey kimliğin diğerleriyle etkileşimleri boyunca nasıl biçimlendirildiğinin ya da nasıl farklı taraflara çekildiğinin farkındadır (Keleş, 2011).

Kimlik ve kültürün birleşimi olan kültürel kimlik ise doğuştan elde edilenler ve sonra kazanılanlarla alakalıdır. Kültürel kimlik, ortak değerlerden, örf-âdetlerden, ahlak anlayışından, , topluma özgü geleneksel sanatlardan, edebiyat ve musikiden, konuşulan dilden, belirleyici ve farklılaştırıcı mimarilerden, mutfaktan, ulusal sembollerden, dini inanışın toplumda kendini bulan şeklinden, günlerin topluluklara göre ifade ettiği manadan, hissedilen duyguların paylaşılması ile ortaya çıkan çok kapsamlı bir olgudur. Oluşumu için tarih, din, dil gibi öğeler rol alırken yaşanan ortak acılar, sevinçler kültürel kimliği oluşturmakta ve geliştirmektedir (Tacoğlu, Arıkan ve Sağır, 2012, s.1947). Gökalp’a (2013) göre kültürel kimlik, insanları topluluk haline getiren ortak coğrafi, tarihi deneyimleri ve paylaşılan kültürel kuralları içermektedir. Kültürel kimlikler, tarihi ve coğrafi koşullar altında ve kültür ifadeleri içinde oluşan değişken özdeşim ya da birleşim noktaları olup bir özellik değil, tanımlamadırlar.

Kültürel kimlik kavramı, Biz kimiz? Ben kimim? sorularına verilen yanıttır. Kültürel kimlik, aynı ortak kültürü paylaşan insanların kimliğidir. Her kültürün diğer kültürlerden gelen bireylere yabancı gelebilecek olan kendi davranışları vardır. Bu farklılıkları inançlar, değerler, adetler ve gelenekler oluşturur. Bunları ait olduğu kültürün dışında anlamak mümkün değildir. Bu her kültürün kendine ait bir kimliği olduğunu gösterir. Bu durum kültürel kimliğin bireyi aşan, sosyal bir boyuta sahip olduğunu gösterir. Güvenç'e (2010) göre bireyin sosyal bir varlık olması ve aynı olmayan özellikleri ile bir araya gelmiş insan toplulukları içinde yaşayabilmesi, topluluğu bireyde temsil ettirir hale getirmiştir. Bu açıklama kültürel kimliğin doğuştan itibaren verili olmadığını, içerisinde yaşanan toplumsal yapıda kazanıldığını göstermektedir (Tacoğlu ve diğ., 2012).

Albayrak ve Özmen'e göre (2018) çeşitli öğelerin bir araya gelmesiyle üretilen, biçimlenen, değişen, dönüşen, yeniden üretilen kimliği oluşturan öğelerin başında din, ırk, dil, etnik köken, sınıf ve cinsiyet gibi öğeler bireylerin kimliklerini oluştururken genellikle bu unsurlar onlara kişiyi ve kişinin kimlik anlayışını belirtmektedir. Kültürel kimlik fikri böyle ortaya çıkmıştır.

Hall'a (1990) göre kültürel kimliğin değerlendirilmesinde en az iki farklı paradigma vardır. Bunlardan ilki daha yüzeysel ve yapay olan özcü yaklaşım, diğeri ise daha kapsayıcı ve açık olan tarihsel yaklaşımdır. Kültürel kimlik ilk yaklaşımda kolektif manada ortak tarihi ve kökene sahip insanların paylaştığı tamamlanmış bir olgu, oluşmuş benlikler manasında tanımlanmaktadır. Bu tanımlamaya göre kültürel kimlikler ortak tarihsel deneyimleri ve paylaşılan kültürel kuralları yansıtır. Bunlar kişilerin gerçek tarihinin değişen bölümleri ve iniş çıkışlarının etkisiyle sabit, değişmez ve sürekli algı dayanakları ve anlamları olan bir topluluğa dönüştürür. Diğer durumda ise üretilen, sürekli bu üretim süreci içinde yer alan, hiçbir zaman bütünüyle tamamlanmamış, gelişmeye ve değişmeye açık bir olgu olarak kabul edilmektedir. İkinci durumda kültürel kimlik bir olma sorunu olduğu kadar bir oluşma sorunudur.

Kültürel kimlik hem geçmişe ait hem de geleceğe aittir (Hall, 1990; Palmer, 1999). Kültürel kimlikler birdenbire oluşmaz; bir yerden gelir, başlangıçları, tarihleri, oluşum süreçleri vardır ve sürekli değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Mutlak ve sabit değildirler, tarihin sürekli oyununa, kültüre ve iktidara bağlıdırlar. Bulunmayı bekleyen

bir geçmişin keşfine bağlı, bulunduğu kendine ilişkin yaklaşımını sonsuza dek saklayacak bir şey olmaktan uzak bulunan kimlikler, alınan değişik konumlara verilen isimlerdir, insanları geçmişin hikâyeleri içinde yeniden konumlandırırlar (Hall, 1990). Dolayısıyla kültürel kimliklerin açık olmadığı ve belirli bir toprak parçasında var olup, ortak bir kültürü paylaşan kişilerin doğal eğilimleri olduğu söylenebilir. Söz konusu kimliğin tarihinde bazı evrelerin bulunduğu işaret edilebilir ama bu evrelerin birinden ötekine basitçe, mantıklı, tekdüze bir süreklilikle aktığına veya üretilen kültürel kimliğin hep aynı şeyleri anlattığına ya da belirli bir halkın veya ulusun çözülmüş bir kimlikle övüleceğine inanmak doğru değildir.

2.2.2. Turizm ve kültürel kimlik ilişkisi

Literatürde turizm ve kültürel kimlik ilişkisiyle ilgili çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu konuyla ilgili yapılan çalışmalar turizm ve kültürel kimlik arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve turistlerin destinasyon tercihlerinde kültürel kimlik öğelerinin etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Turizmin kültür ve kimliğe etkileri incelendiğinde ise, turizmin kültürel kimliğin tanıtılmasına etkisi olduğu görüşünü savunan çalışmaların yanında, turizmin kültürel kimliğin sürdürülebilmesi konusunda olumsuz etkiye sahip olduğunu savunan çalışmalar da mevcuttur. Şöyle ki uluslararası turizm kültürel kimliğin sürdürülebilirliği üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. (McIntosh ve diğ., 2002). Bununla beraber Mellengir (1994) ise, turizm ve kimlik ilişkisinin, turist tercihlerinde yerel kültür ve kimlik arayışlarının öne çıkmaya başlamasıyla ortaya çıktığını savunmaktadır (aktaran Albayrak ve Özmen, 2018). Turistler bozulmamış ve yozlaşmaya uğramamış bir yerli kültür ve kimlik öğelerine sahip yerlere seyahat etmek istemektedirler. Kültür ve kimlik, turizmde öne çıktığından dolayı bunları koruma eğilimi gösterilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de turizm ve kültürel kimlik arasındaki ilişkiye dair yapılan çalışmalara bakıldığında Duran (2011) ve Albayrak ve Özmen’in (2018) bu konuda çalışmaları olduğu görülmektedir. Duran (2011), Gökçeada’da yürüttüğü çalışmasında, turizm ile toplumsal ve kültürel kimliğin korunması arasındaki ilişkiye bakmıştır. Uzman kişilerle görüşmeler yapmış, yerel halktan ise gözlem yolu ile bilgi edinmeye çalışmıştır. Çalışmada maliyet sınırlılığı nedeniyle bölgenin aile yapısı, yaşam tarzları ve turizm ile ilgisi adına kapsamlı araştırma yapılamamıştır. Çalışma sonucunda yerel halkın bakış

açısında dair bulgulara doğrudan yer verilmemiştir, Gökçeada’da sürdürülebilir turizm gerçekleşmesi için yapılacaklar özetlenmiştir. Bir diğer çalışmada ise Alaçatı’da turizm gelişimi ve kültürel kimlik arasındaki ilişki incelenmiş ve yerel halkla birlikte turizm paydaşlarıyla görüşmeler yapılmıştır. Çalışma sonucunda, Alaçatı’da yaşayan halkın çoğunluğunun göç ettiği, onların yerine çok sayıda İstanbullu ailenin yerleştiği ve bölgede kültürel değişim yaşandığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda Alaçatı’da turizm gelişimi ile kültürel kimlik arasında güçlü bir ilişkinin olmadığı ifade edilmiştir (Çıkrık, 2018, s.57).

Turizm ve kültürel kimlik ilişkisi arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların sayısının henüz sınırlı sayıda olması nedeniyle bu ilişkiyi inceleyen araştırmaların literatürde daha çok *kültür turizmi*, *miras turizmi* (Palmer, 1999) *nostalji turizmi*, *tarih turizmi* ve *etnik turizm* kavramları içinde ele alındığı görülmektedir (Emekli, 2006; Palmer,1999; Smith, 2005). Bu yüzden bu kavramlar daha çok kültürel ve etnik kimlik boyutuyla incelenmiştir. Genel olarak birbirinin içinde olan bu kavramlar arasında sınırları oluşturmak zordur. Dolayısıyla turizm alanında kültürel kimliğin ele alınma yaklaşımları ile ilgili tartışmaların karmaşık ve zor anlaşılır olduğu söylenebilir.

Toplumu ve sosyal yapıyı etkileyen turizm, kültür ile yakından ilişkili olup (Emekli, 2006; Duran, 2009) toplum yapısını ve kültürü etkileyen, yayılmayı ve değişmeyi etkinleştiren ve kolaylaştıran unsurlardan biridir. Farklı bölgelerde farklı kültürlerin belirmesi yeni kültürleri tanıma ve görme isteğini gündeme getirmiş ve bu durum turizm ve kültür arasındaki ilişkiyi güçlendirmiştir. Bu yüzden Öter ve Özdoğan’ın (2005, s.129) belirttiği üzere kültür büyük insan kitlelerini kendine çekmektedir. Dinlenme-eğlenme dışında turistleri kendine çeken kültür faktörü, özellikle son yıllarda turistlerin seyahat tercihlerinde önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Zira iletişim ve ulaşımdaki gelişmeler ile küreselleşme bireylerin kendi kültürleri dışındaki kültürleri görme, özgün deneyimleri yaşama, öğrenme, tanıma merakını körüklemiş bu istek kültür turizmini doğurmuştur (Nuryanti, 1996, s.255; Öter ve Özdoğan, 2005). Kültür turizmi folklor, festival, sergi, tiyatro gibi sanat etkinliklerine katılmak, geçmiş ve yaşayan medeniyetler ile kültürel değerleri tanımak, tarihi yerleri ve toplumun yaşam şekillerini görmek amacıyla yapılan turizm çeşididir (Gökçe, 2020). Aynı zamanda kültür, içinde barındırdığı zengin tarihsel doku etnik miras ile turizm gelişiminde en büyük yenilenme aracıdır. Bununla birlikte destinasyonlar da sergiledikleri kültür

unsurlarını da barındırarak bir kimlik oluşturmaktadır. Destinasyon kimliği, turistik destinasyonun kültürüyle yakından ilişkili olup turist akımını çeken öğeler olarak görülmektedir (Albayrak ve Özmen, 2018, s.134).

Coğrafya, kültür ve turizm arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmada turizmin yerleri ve kültürü etkilediği aynı zamanda kültürden ve yerlerden etkilenecek tüm dünyada yayılan bir hareket olarak önem kazandığı belirtilmiştir (Emekli, 2006). Değişik mekânlarda değişik kültürlerin ortaya çıkması kültür ile coğrafya arasındaki ilişkiyi oluşturmuş ve turizmin gelişimini sağlamıştır. Geleneksel mimari, dinsel unsurlar, yerleşme yapısı, arazi kullanımı, kılık kıyafet tarzı, el sanatları, yemekler, müzik, güzel sanatlarla ilgili eserler hem kültürle, coğrafyanın bir parçası hem de kültür ve turizmin odağıdır. Kültürel bölge, ağırlama ve etkinlik bağlamında kültürel yoğunluğun en üst düzeyde hissedildiği kentlerden oluşan coğrafi bölgeler olarak tanımlanmaktadır. Kültür ve coğrafya üzerindeki turizm araştırmalarına göre mekân ve yerler artık fiziksel yerler olarak değil aynı zamanda sosyo-kültürel yapılar olarak da tanınmaya başlamıştır. Sosyo-kültürel dinamikler doğrultusunda turizm siteleri, çekicilikler, destinasyonlar ve manzaralar yeniden düzenlenmiş ve yapılandırılmıştır. Aynı süreçler aynı zamanda kültür, kimlik ve turistik yerler ve turistler arasındaki ilişkiyi de şekillendirmektedir. Bu yüzden turist akımının destinasyon tercihi kültür ve kimlikle yakından ilişkili olup onları çeken bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Beyhan ve Ünügür, 2005, s. 78). Kültürün ve kimliğin bozulmadan sürdürüldüğü bir bölge, turistik çekiciliğini koruyacağı düşünülmektedir.

Miras turizmi bir ulusun tarihi sembolleri gibi turistik çekiciliklere dayandığından bir ulusun kimliğinin oluşmasında ve devamında güçlü bir etki oluşturmaktadır. Doğal ve kültürel miras, tarih öncesi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla alakalı olan yer altı ve yer üstü ya da su altındaki tüm taşınır taşınmaz varlıklar olarak tanımlanmaktadır. Tarihe ait olan kaynaklar kültür turizmini doğurur, geliştirir. Miras turizmi konusunu miras niteliği kazanan dini ve tarihi mekân, varlık ve olaylardan alır. Ashworth (1994) mirasın ulusal kimliği belli başlı insanlar, yerler ve mitolojilerle tanımladığından dolayı güçlü bir pazarlama stratejisi olduğunu belirtmiştir (aktaran Palmer, 1999). Miras turizminin bu kadar popüler olması insanların kendilerine ait imajlarını tanımasını sağladığından kaynaklanmaktadır. Nostalji turizmi de insanların “Ben kimim?” “Kimlerdenim?” sorularını yanıtlamak için gerçekleştirdikleri turizm

çeşididir (Dann, 1996). Böylece turizm sektörünün ülkelerin ortak miras olarak değerlendirdiği imajları ve anlamları ortaya çıkardığı görülmektedir.

Richards (2001), turizm ve kültürün yakınlaşmasına yol açan süreçler iki grupta toplamaktadır (aktaran Öter ve Özdoğan, 2005). Birincisi; günlük yaşamda önceden ayrı olarak değerlendirilen sosyal ve kültürel alanların benzeşmesidir. İkincisi; turist deneyimleri kültürleşmekte ve kültürün yeni şekillerini oluşturmaktadır. Kültür turizminin gelişimi ve turizm merkezlerinin geliştirilmesinde kültürel sembollere daha fazla yer verilmesi bu süreçleri hızlandırmıştır.

Bir bölgede turizmin gelişmesine paralel olarak uluslararası kültürle etkileşime geçen o bölgenin kültüründe belirgin değişimin olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Turizm bir kültürel etkileşimdir denilebilir ve bu etkileşim hem olumsuz hem de olumlu olarak ortaya çıkabilmektedir (Ünlüönen ve Tayfun, 2003, s.137). Doğan (2004) turizmin kültür üzerinde yaptığı bazı etkileri şu şekilde sıralamıştır;

- Dinsel inanç ve davranışların değişmesi,
- Ahlaki değer ve davranışların değişmesi,
- Yabancıların yaşam biçiminin benimsenmesi,
- Yabancı sözcükleri yerel halkın dilindeki oranının artması,
- Yerel sanatın fonksiyonunun ve anlamının değişmesi,
- Turizmin, yerel halkın kendi kültürünün bir parçası olmasıdır.

Turizm yerli kültürler için birinci tehdit olarak algılanmaktadır. Bu düşünceye rağmen gelişmekte olan pek çok ülke yerli ekonomik gelişimleri için turizmi bir araç olarak kullanmaktadırlar. Yerli topluluklar için turizm geleneksel pratiklere ve değerlere yeniden anlamlar yüklemek için ekonomik güçlenme ve kültürel bağımsızlık aracı olarak doğru bir adım olarak görülmektedir. Kültürel kimlik gelenek, yaşam tarzı, değerler ve protokol üzerine kurulmuştur (McIntosh ve diğ., 2002). Kültürel kimliği anlamadan turistler kültürel değerlere duyarsızlık veya saygısızlık gösterebilir. Yerel değerlerin ve inanç sistemlerinin dışarıdan gelenler tarafından anlaşılması her zaman zordur.

Turizm çalışmalarında kültür turizmi bir turizm türü olarak adlandırılmakta, tarihsel-kültürel yerleri gezme olarak tanımlanmakta ve bu turizme konu olan yer adları sıralanarak araştırmalar yapılmaktadır. Herhangi bir bölgedeki kültür turizmini anlatan

alışmalar az sayıda olduğu gibi yöntemleri arasında da değişiklikler bulunmaktadır. Halbuki tüm dünyada kıyı turizmiyle ilgili çalışmaların sayısı fazladır. Kültür turizmin tarihi geçmişe dayanmakla birlikte; gelişimi ve bununla alakalı çalışmalar oldukça yenidir. Kültür turizmine yeterince ilgi gösterilmemesinin nedenleri kültür kavramının tam anlaşılamaması, ziyaretlerin müze ve ren yerleri ile kalması ve günübirlik turların olmasıdır. Yani kültürel ekicilikler tur yaratan çekiciliklerin ötesine geçememektedir. Konaklama oluşturmayan, destekleyici turistik çekicilik ve ürünlerle bir araya getirilemeyen, müze ve ren yeri ziyaretleri ile kalan destinasyonlarda hem halkın hem de araştırmacıların ilgisi turizme ekilememektedir. Kültür turizmi özel bir ilgi sonucunda yapılmakta, diğer turizm çeşitlerine göre daha yavaş gelişmekte ve buna dair çalışmalar da sınırlı kalmaktadır.

Turizmin kültür üzerindeki en bariz etkilerinden biri turizmin kendisinin kültürün bir öğesi olmasıdır. Turizm, bir ağdaşlaşma sembolü ve seçkinlerin uluslararası düzeyde bütünleşmesi fonksiyonunu yerine getirmektedir. Turizmin ağdaş yaşamı simgelemesi, en açık biçimiyle lüks otellerde fark edilmektedir. Bu tesisler, etraflarındaki yoksul bölgelerle çarpıcı bir karşıtlık oluşturmaktadırlar. Bu otellerde, zenginlerin ve seçkinlerin verdikleri partiler, düğün törenleri, şenlikler, toplantılar; ağdaş bir yaşam biçimini simgelemektedir. Bununla beraber turizm, varlıklı kesimler için yeni bir iş dışı zamanı değerlendirme yoludur. Turistik seyahatler, pek çok ülkede, seçkin toplumların paylaştığı bir iş dışı yaşam haline dönüşmüştür. Bu benzerlik, gelişmekte olan ülkelerin seçkin vatandaşlarını, gelişmiş ülkelerin seçkinlerini bir gereksinim olarak birleştirmekte ve bütünleştirmektedir.

2.2.3. Turizm ürünü olarak kültürel kimlik boyutları

Turizm bir bakıma ikamet edilen yerde karşılanamayan gereksinimlerden kaynağını alır. Bu gereksinimlerin, başka yerlerde karşılabılme olasılığı ve olanağı yer değiştirimi başlatır. Turist akımının belirli bir mekâna yönelmesi olayındaki etmene çekim gücü şeklinde ifade edilir. ekim gücü bu açıdan ikamet edilen yerde doyuma ulaştırılamayan ihtiyaçların karşıtıdır. Bir başka mekânın bunları karşılayacak özelliklere sahip olması, buraya yönelik bir talep oluşturur. ekim gücü taşıyanlar varlıklar yeryüzünde öznel ya da nesnel nitelikte ortaya çıkarlar veya her ikisinin bir karışımı olarak görülürler. Bu ekim gücü taşıyıcıları iklim, doğal güzellikler, güneş, flora ve fauna, kanyonlar, dağlar

vb. gibi doğal faktörler ile antik şehirler, heykeller, sanat galerileri, yaşam biçimi, gastronomi vb. gibi kültürel çekicilikler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Eralp, 1983).

Olalı (1990) ise çekim gücü taşıyıcılarını; olay çekiciliği ve yer çekiciliği olarak değerlendirmiştir. Yer çekiciliği, insanları bir bölgeye getirebilmek için harekete geçiren faktörlerdir. Bu nedenle turistin bir turistik faaliyete katılmasının en önemli sebebi çekim gücüne sahip yeri görme isteğidir. Yer çekiciliğine Pamukkale, Kapadokya, Datça, Mardin, İtalya-Pisa Kulesi veya Mısır piramitleri örnek gösterilebilir. Olay çekiciliği ise, oturulan yer dışında turisti bir mekâna yönelmesini sağlayan bir faaliyettir. Bu açıdan turist belli bir mekânda gerçekleşen aktiviteye katılmak ya da o olayı izlemek amacıyla o bölgeye seyahat etmektedir. Olay çekiciliği olarak değerlendirilebilecek aktivitelere kongre, fuar gibi etkinlikler örnek olarak gösterilebilir. Bununla birlikte hem yer çekiciliği hem de olay çekiciliği gibi çekim gücüne sahip yerler bulunmaktadır (Proshansky, Fabian ve Kaminoff, 1983).

Kültürel kimlik turizm varlığını oluşturan bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir turistik çekicilik olarak kültürel kimliği anlayabilmek için öncelikle yerel kültür tarafından paylaşılan ve değer verilen kimliğin boyutlarını ve bunların turistlere nasıl gösterildiğini anlamak gerekir. Proshansky (1978) tarafından tanımlanan yer-kimliği kavramı yerel topluluk tarafından değer verilen kültürel kimlik yönlerini ortaya çıkarmak için bir çerçeve oluşturmaktadır. Yer kimliği, bireysel veya toplu olarak oluşturulmuş tutumlar, değerler, tercihler, düşünceler, inançlar, anlamlar ve davranışlarla karakterize edilen bireyin fiziksel çevreyle ilişkili olarak kişisel kimliğini tanımlayan benliğin boyutları anlamına gelir. (Proshansky ve diğ., 1983). Bireyin sonraki nesillere aktarmaya çalıştığı kimlik ve aidiyet duygusudur.

İnsan çevre ilişkisini fenomenolojik olarak yorumlayan Relph (1976) fiziksel çevreden ziyade o çevrede yaşanan sosyal ilişkilere gönderme yapmıştır. Yere felsefi açıdan yaklaşır ve fenomenolojik bir bakış açısından yorumlar. Daha önce yer kavramı altında açıklanmaya çalışılan, yer ve mekân arasındaki anlamsal farklılığı ortaya koyar. Yani daha öncesine kadar yer kavramı fiziksel mekândan farklı bir kavram olarak fark edilmiş olmasına rağmen bu ayrım net ortaya koyulamamıştır (Buzlukçu, 2020, s. 14). Relph (1976) yerin üç temel bileşenini kavramsallaştırmıştır; statik fiziksel ortam (fiziksel özellikler veya görünüm), aktiviteler (gözlemlenebilir faaliyetler ve işlevler) ve

anlamlardır (veya semboller). Proshansky (1983) yer kimliği teorisi bu üç bileşen üzerine kurulmuştur. Bu üç bileşen yer-kimlik boyutlarını saptayabilmek için temel oluşturmaktadır. Yer kimliğini temelde o yerin kültürel kimliği belirler.

İnsanların doğduğu, büyüdüğü, şu anda yaşadığı ve deneyim ettiği yerlerle arasında bir ilişki ve bağ vardır. İnsanların oturdukları yer ile aralarındaki ilişkinin ve bağın anlaşılmasında yer duygusu (sense of place), yere bağlılık (place attachment) ve yer kimliği (place identity) gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu bağ hem kişisel hem de kültürel kimliğine bir kaynak oluşturur (Buzlukçu, 2020).

Sürdürülebilir turizme olan özel ilgi, çekim gücü olan yerlerin yer-kimliklerini somutlaştırır ve bu yol ile kültürel deneyim somut bir özellik kazanarak yerlerin belirli yönlerini temsili olabilir. Yerli topluluklarda turizm, ziyaretçi deneyiminin sürdürülebilirliği etrafında çeşitli konuları içerir. Bir çekim gücüne sahip yerlerde kültürel kimliğin genişletilmesi ve sunulması “çekicilik temelli kimlik” olarak adlandırılabilir. Proshansky (1983)’nin yer kimliğine dayanarak türetilen çekicilik temelli kimlik, bir kültürün üyelerinin kimliklerini ve değerlerini turistik bir ortamda tasvir etme girişimidir.

McIntosh ve diğ., (2002) yaptıkları çalışmada kültürel kimlik boyutları bir yerli topluluğun üç çekiciliğinde incelenmiştir. Bunlar Proshansky (1983) çalışmasına gönderme yaparak kültürel kimlik boyutlarını açıklar. Onlara göre Tablo 2.8.’de görüldüğü üzere çekiciliklerdeki kültürel kimlik boyutları üç şekildedir (Akyüz ve Batman, 2017c).

Bu unsurlar Maori yerli topluluğunun kültürünün temel yönlerini temsil eder. Maori’ye ait tüm çekicilik unsurları fiziksel, aktiviteler ve anlam boyutlarında incelenmiştir. Bu çalışma da esas alınarak kültürel kimlik unsurları üç boyutta incelenmiştir (Akyüz ve Batman, 2017d).

Tablo 2.8: Maori'nin üç çekiciliğinde sunulan kültürel kimlik boyutları

Yer Kimliğinin Boyutları	Çekicilik-Tabanlı Kimliğin Unsurları
Fiziksel	Dil
	Personel
	Taonga (el yapımı eşyalar/eserler)
	Marae (Geleneksel buluşma yeri)
Aktiviteler	Promosyonlar
	Otantiklik
	Toplumsal danışma (Community consultation)
	Kaynaklara erişebilirlik
	Kaitiakitanga (manevi vesayet)
	Yaşamın kalitesine odaklanma
	Kawa (protokol)
	Ziyaretçilerle iletişim
	Kültürün dinamizmine odaklanma
	Etkileşimli etkinlikler
	Duyusal ve duygusal bir deneyim
	Kültürel paylaşım
	Whanau (aile) çevresi
	Manaakitanga (konaklama/misafirperverlik)
Anlam	Aitlik ve kimlik
	Mana (güç ve otorite)
	Maneviyat ve mitoloji
	Tino Rangatiratanga (egemenlik)
	Whanau (aile)
	Kaupapa (kurallar)
	Matauranga (sözlü tarih) ve burs
	Whakapapa (soy)
	Manaakitanga (konaklama/misafirperverlik)
	Waharoa (geçit)
	Mauri (ruhsal yaşam gücü)

2.2.3.1. Doğal/estetik unsurlar

Doğal/estetik boyutu yerin fiziki özellikleri ve mimari eserleri oluşturmaktadır. Bir turistik destinasyonun dil, el sanatları, tabiat varlıkları, arkeolojik, anıt, kentsel ve doğal sitler, höyük, tümülüs, ören yeri, kilise, külliye, cami gibi maddesel kültür öğeleri doğal/estetik boyutu oluşturan unsurlardır ve bu unsurlar yasalarda korunması gereken yerler olarak belirtilmektedir.

2.2.3.2. Aktiviteler/semboller

Aktiviteler/semboller boyutu yemekler, içecekler, mutfak, ortak semboller, müzik, dans gibi kültürü oluşturan öğelerden oluşmakta ve kültürel kimliği tanımlayan unsurlar olarak ilgi çekmektedir.

2.2.3.3. Anlam/deneyim

Kültürel kimlik boyutları içerisinde anlam/deneyim boyutu diğer boyutlara göre anlaşılması en zor olanıdır ve aynı zamanda büyük bir öneme sahiptir. Anlam/deneyimler kültür ve kimliğin dışsal ifadesi veya yorumlanmasıdır. Bununla beraber deneyimler, ilişkiler, fikirler, tarih birliği, vatan olgusu, dini inanış ve ibadet, gelenek ve görenekler, folklorik değerler, yeme içme alışkanlıkları gibi birtakım öğeler anlam/deneyim boyutunun unsurlarını oluşturmaktadır.

Kültürel kimliği oluşturan öğeler sürekli yapılanmakta ve zamana, şartlara v etkileşim süreçlerine bağlı olarak bireylerin kendilerini yeniden tanımlama süreçlerini ve yeni pratiklerle birlikte yeniden oluşmaktadır.

BÖLÜM 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırma sorularına, araştırmanın sınırlılıklarına, evren, örneklem ve özelliklerine, veri toplama yöntemine ve verilerin analizine yer verilmektedir.

3.1. Araştırma Sorularının Belirlenmesi

Kapadokya Bölgesi'ne bağlı Nevşehir İli özelinde ev pansiyonculuğunun geliştirilmesinde kültürel kimliğin koruma stratejilerinin rolünün detaylı ve sistemli bir biçimde değerlendirilmesi ve analiz edilmesine imkân sağlayacak araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

1. Bölgede hizmet veren ev pansiyoncularının demografik ve kişisel yönlerden genel profili nedir?
2. Bölgede faaliyet gösteren ev pansiyonlarının genel nitelikleri nelerdir?
3. Bölge genelinde ev pansiyonculuğunu tercih eden turistlerin genel profili nedir? Turistlerin bölge turizmine ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgilerinin kaynağı nedir?
4. Bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısı nasıldır?
5. Bölgede faaliyet gösteren ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetler nelerdir?
6. Bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncuları ev pansiyonlarına yönelik ekonomik açıdan nasıl bir tutum sergilemektedir?
7. Bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncuları ev pansiyonlarına yönelik sosyal açıdan nasıl bir tutum sergilemektedir?
8. Bölgede ev pansiyonculuğunu tanıtmak, iyileştirmek ve teşvik etmek amacıyla ne tür faaliyetler yürütülebilir?

9. Bölge genelinde hizmet veren pansiyoncuların kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik genel bakış açısı nedir?
10. Bölge genelinde hizmet veren pansiyoncuların kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerinin etkililiğine yönelik algılamaları ne düzeydedir?
11. Bölge genelinde kültürel kimliği korumak ve sürdürmek amacıyla ev pansiyonculuğunu geliştirmek için ne tür faaliyetler, projeler vb. yürütülebilir?
12. Bölgede faaliyet gösteren ev pansiyonlarının kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği yönünden mevcut durumu nedir?

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada veriler nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı karma veri toplama yöntemi tercih edilmiştir. Nicel yöntem, örneklem üzerinde gerçekleştirilen uygulamanın değişkenler arasındaki farklılıkları ve bu farklılıklara sebebiyet veren neden sonuç ilişkisinin sayısal verilerle evrene genellenebilir hale getirilmesini sağlamaktadır (Glesne ve Peshkin, 1992; Gall ve diğ., 1996). Nitel yöntem ise, algı ve olayların doğal bir ortamda bütüncül bir şekilde gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleriyle incelendiği ve sözcükler biçiminde ifade edilen bir araştırma türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Gürbüz ve Şahin, 2018;).

Nitel verilerin analizi konusunda alan yazın, farklı kavramlar ve yaklaşımlar ortaya koymaktadır. Alan yazın farklı veri analiz yaklaşımları ortaya koysa da yapılan analizin derinliğine göre veri analizini betimsel analiz ve içerik analizi olmak üzere iki grupta incelemek mümkündür. Betimsel analiz, içerik analizine göre daha yüzeyseldir ve daha çok araştırmanın kavramsal yapısının önceden açık biçimde belirlendiği araştırmalarda kullanılır. İçerik analizi, toplanan verilerin derinlemesine analiz edilmesini gerektirir ve önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına olanak tanır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Bu çalışma kapsamında, turizm sektörü için cazip bir konaklama alternatifi haline gelerek, terminolojik bir kimlik kazanan “ev pansiyonculuğu” olgusu fenomenolojik bir yaklaşımla betimsel olarak incelenmiştir. Ev pansiyonculuğuna yönelik benimsenen

genel paradigma, yakın gelecekte kitle turizminin sunduğu toplu seyahatlerin bireysel seyahatlere dönüşeceği ve bu dönüşüm sürecinde ev pansiyonculuğunun giderek yaygınlaşacağı temeline dayanmaktadır. Aynı zamanda destinasyonların kültürel değerlerine yönelik son zamanlarda artan yoğun ilgi nedeniyle, kültürel değerleri tanıtmak amacıyla hizmet veren ev pansiyonlarının bu konudaki misyon ve değerlerini ön plana çıkarmak gerektiği düşünülmektedir.

3.2.1. Anket ve görüşme formlarının hazırlanması

Karma veri toplama yöntemi kullanılan bu çalışmada nicel veriler anket tekniği, nitel veriler ise yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

3.2.1.1. Anket formunun hazırlanması

Araştırma kapsamında ev pansiyoncularına yönelik uygulanan anket formu beş ayrı bölümden oluşmaktadır. Anket formu hazırlanırken, çalışma kapsamında belirlenen araştırma sorularının sistematik ve bilimsel bir süreç dahilinde çözümlenebilmesine olanak sağlayacak açık ve kapalı uçlu sorulardan/ifadelerden yararlanılmıştır.

Oluşturulan anket formunun birinci kısmında, katılımcıların demografik ve kişisel özelliklerinin belirlenmesine yönelik 12 adet kapalı ve açık uçlu sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ev pansiyonlarının genel nitelikleri ve ev pansiyonlarında konaklayan turistlerin profilini belirlemeye yönelik 24 adet ifadeye yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise 8 adet ifadeyle ev pansiyonlarında sunulan fiziksel imkân ve hizmetlerin değerlendirmeleri istenmiştir. Bu soruların belirlenmesi ve ölçeklendirilmesi sürecinde, araştırma kapsamında yapılan literatür taraması esas alınmıştır.

Anketin dördüncü bölümünde ise ev pansiyonculuğuna yönelik tutumu öğrenmek için ifadeler yer verilmiştir. Bu bölümde yer alan ifadeler Özgen (1992), Beyhan (2005), Çalışkan (2009), Uçar (2010) ve Akyol (2012) tarafından ev pansiyonculuğu konusunda yapılan çalışmalardan uyarlanmıştır. Katılımcıların tutumlarını ölçmeye yönelik hazırlanan bu ölçek 14 ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadeler katılımcılara 5’li likert ölçeği baz alınarak; 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum şeklinde yönlendirilmiştir.

Anket formunun beşinci bölümünde katılımcıların kültürel kimliğinin korunması ve sürdürülebilirliğine ilişkin algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Kültürel kimlik ölçeğini oluştururken Relph (1976), McIntosh ve diğ., (2002) tarafından geliştirilen ve Türkiye’de de Beyhan ve Ünügür (2005), Duran (2009) tarafından kullanılan kültürel kimlik ifadelerinden oluşan ölçeklerden yararlanarak uyarlanmıştır. 50 ifadeden oluşan bu ölçek McIntosh ve diğ., (2002) tarafından geliştirilen kültürel kimlik boyut modeli fiziksel, aktiviteler ve manalar olmak üzere üç boyut altında toplanmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini 5’li likert tipi ölçek (1= Hiç Etkili Değil, 2=Etkisiz, 3=Ne Etkili Ne Etkisiz, 4= Etkili, 5= Çok Etkili) üzerinde belirtmeleri istenmiştir. Kültürel kimliği koruma; Doğal yapıları kullanarak koruma (6 ifade), Aktiviteler düzenleyerek koruma (7 ifade), tarihi ve kültürel değerleri kullanarak koruma (5 ifade), Yöresel el sanatlarını ve işlemlerini kullanarak koruma (12 ifade), Yönetimsel ve hukuki stratejileri kullanarak koruma (17 ifade) alt boyutlarından oluşmaktadır.

3.2.1.2. Görüşme formunun hazırlanması

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin geçerliliğini artırmak ve belirlenen araştırma soruları dâhilinde katılımcıların görüş ve değerlendirmelerini tespit edebilmek için nitel tekniklerden yararlanılmıştır. Veriler, katılımcılardan görüşme ve gözlem tekniği ile toplanmıştır. Görüşme tekniği, görüşmecinin önceden hazırlanmış soruların sorulduğu ve görüşülen kişinin cevaplar verdiği amaçlı bir söyleşi olarak tanımlanmaktadır (Kuş, 2009, s.50). Bu teknik araştırılan konuda görüşülen kişilere derinlemesine soru sorulması, aynı grup soruların tutarlı bir şekilde uygulandığı, cevapların açıklayıcı bir niteliğe kavuşmaması durumunda istenilen niteliğe ulaşana kadar tekrar sorulmasına olanak vermesi bakımından oldukça önemlidir (Çepni, 2009).

Görüşmeler; araştırma konusu, görüşmenin yapıldığı kişiler, görüşmenin yapıldığı ortam gibi birçok değişkene göre farklı özellikler taşıyabilir. Bundan dolayı, görüşme formunun da farklı özellikler taşıması doğaldır. Bununla birlikte, görüşme formunun hazırlanmasında dikkate alınması gereken bazı ilkeler şöyle sıralanabilir: Kolay anlaşılabilir sorular yazma, soru sırasını ayrıntılı bir biçimde tanımlama, odaklı sorular hazırlama, yönlendirmekten kaçınma, açık uçlu sorular sorma, çok boyutlu soru

sormaktan kaçınma, alternatif sorular hazırlama, farklı türden sorular hazırlama, soruları geliştirme (Patton, 1990).

Bu araştırmada katılımcıların değerlendirme ve görüşlerine yönelik verilere ulaşabilmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu formun tercih edilmesinin nedeni görüşmecinin cevaplayıcı katılımını artırması, sorulara rehberlik etmesi, görüşülen kişinin yönelteceği soruları yanıtlaması ve cevapların anlamını açığa kavuşturmasıdır (Patton, 1990; Kuş, 2009). Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme formuyla verilere derinlemesine ulaşılması sağlanmakta, anketlerde rastlanan boş bırakma ya da kullanılmayacak verilerin oluşmasının önüne geçilmektedir (Gall ve diğ., 1996, s.330). Bu araştırmada hazırlanan görüşme formunun ilk bölümünde ev pansiyonculuğu uygulamalarındaki durumu tespit etmek ve çözüm potansiyellerinin neler olacağını belirlemek üzere üç soruya yer verilmiştir. Katılımcılara açık uçlu olarak yöneltilen bu sorular şunlardır:

- Ev pansiyonculuğunda karşılaştığınız güçlükler nelerdir?
- İyi bir ev pansiyonculuğunun/işletmenin üç temel özelliği sizce neler olabilir?
- Bölgede ev pansiyonculuğunun gelişmesi için ne tür teşvikler olması/hangi koşulların iyileştirilmesi gerekir?

İkinci bölümünde ise kültürel kimlik boyutları ve bu boyutların korunması ve sürdürülebilirliği açısından değerlendirilmesi ve nasıl geliştirileceğinin belirlemek üzere yedi soru mevcuttur. Yarı yapılandırılmış mülakat soruları ilgili araştırmaları kapsayan yazın taraması ve anketlerden elde edilen bulgular yardımıyla oluşturulmuştur. Kültürel kimlik boyutları ve bu boyutların korunması ve sürdürülebilirliğini değerlendirebilmek açısından katılımcılara yöneltilen yedi açık uçlu soru şunlardır:

- Kapadokya Bölgesi'nde kültürel kimliği oluşturan unsurlar nelerdir?
- Bu kültürel kimlik boyutları bölge açısından neden önemlidir? Ne tür faydalar sağlar?
- Kapadokya'ya gelen turistler sizce daha çok bölgenin hangi özelliklerine/çekiciliklerine ilgi duyuyor?

- İşletmenizde kullandığınız kültürel kimlik boyutları/unsurları nelerdir? /Gelen turistler üzerinde Kapadokya'nın kültürel kimlik boyutlarının anlaşılması için hangi stratejiler uygulamaktasınız?
- Kültürel kimliğin korunması için uygulanması gereken stratejiler/korunması için ne öngörürsünüz?
- Kapadokya'da turizm gelişimi ne yöndedir ve nasıl olmalıdır?
- Turizmin bölgesel ekonomiye/Kapadokya'ya katkıları nelerdir?

3.2.2. Evren ve örneklemin belirlenmesi

Araştırmanın evrenini Türkiye'de kültür turizminin merkezi olarak nitelendirilen Kapadokya Bölgesi'nde yaşayan ve hizmet veren ev pansiyoncuları oluşturmaktadır.

3.2.2.1. Evrenin temel özellikleri

Araştırma evreni olarak Kapadokya Bölgesi'nin seçilmesi çeşitli hususlara dayanmaktadır. İlk olarak, bölgenin mevcut turizm arz potansiyelinin yüksek oluşu, ulusal ve bölgesel ölçekte sosyokültürel, çevresel ve ekonomik yönleri ile daha önceki araştırmalara dayanarak bölgenin “kültürel kimlik” özgünlüğüyle öne çıkması, Türkiye'nin tarihi ve doğal turizm değerleri açısından önemli bir turizm destinasyonu olması Kapadokya'nın yakalamış olduğu istikrarlı gelişme eğilimidir nedeniyle kültür turizminin aktif olarak kullanılması ve Kapadokya'nın yakalamış olduğu istikrarlı gelişme eğilimidir. Dolayısıyla bu gibi hususlar; ev pansiyonculuğu ve kültürel kimlik gibi konularının araştırılması açısından ideal bir bölge olarak seçilmesinin de somut örneklerini oluşturmaktadır. Ayrıca, her geçen yıl bu bölgeye gelen yerli ve yabancı kişi sayısındaki artış Kapadokya için bu kapsamdaki çalışmaların çok daha fazla yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Kapadokya Bölgesi, Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerinin kapladığı ve volkanik özellikleriyle diğer bölgelerden ayrılan alandır. Daha dar bir alan olan kayalık Kapadokya Bölgesi ise Uçhisar, Göreme, Avanos, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinden oluşmaktadır (Nevşehir Valiliği Yayını, 2021). Kapadokya Bölgesi, İç Anadolu Bölgesinde yer alan, volkanik oluşumlara bağlı olarak

oluşmuş mimarlık ürünleri, vadileri, kırgıbayırlar ve peri bacaları gibi yeryüzü şekillerinin birbirini izlediği alanın bütünüdür.

Kapadokya Bölgesine ilişkin turizm literatürüne bakıldığında batılılar tarafından Fransız rahip Guillaume de Jerphanion Göreme Vadisi'ndeki kaya kiliseler hakkında yayınladığı yazıları ile üne kavuşmuştur. Doğa ve kültür turizmi açısından oldukça zengin olan bu coğrafyada, hâkim kayaçların doğal görünümünün yanında insanlar tarafından kolay oyulması sebebiyle dini merkezleri, yerleşim alanları, yer altı şehirleri (oda, mahzen, mezar, depo ve havalandırma delikleri) yapılmıştır (Doğaner, 1995, s.34). Kapadokya Bölgesi, 1950'li yılların başında dış turizme açılan ilk turizm destinasyonlarından birisidir. Bölge, 1980'ler itibariyle Türkiye kültür turizm gelişiminin ana merkezi konumu haline gelmiştir. Türkiye turizminin gelişmesi için bu yıllarda teşvik edilen yatırımlar özellikle Ürgüp, Göreme ve Avanos civarında yoğunlaşma göstermiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde yabancı turistlerin akın ettiği bir bölge haline gelmiştir. Turistler erken dönem Hristiyanlığın yayılıp gelişmesinde önemli role sahip kaya-oyma kiliseleri ve tarihi güzellikleri görmek için bu bölgeyi ziyaret etmektedirler.

Bu bölgede ilk turizm hareketleri, profesyonel bir işletmeciliğin kurulmasından ziyade Türk misafirperverliği ile gelişmiştir. İlk zamanlarda otellerin ve konaklama alanlarının olmaması nedeniyle bölge insanları gelenek ve görenekleri gereği turistleri evlerinde ağırlamışlardır. Yerel halkın bu sıcak ve samimi davranışı karşısında turistlerde aldıkları hizmet karşılığında para bırakmaya çalışmışlardır. Turizmin gelişmesine bağlı olarak yörede sosyo-kültürel değişimlerde yaşanmıştır. Turizmin ilk yıllarında misafirperverlik gereği turistleri taş evlerine alan aileler zamanla bu evleri pansiyona çevirmişlerdir.

3.2.2.2. Araştırmanın evren ve örnekleme

Katılımcı sayısının belirlenmesi nicel araştırmada olduğu gibi nitel araştırmada da önemlidir. Nitel araştırmalar da daha derinlemesine bilgi edinmek için daha az sayıda kişi sayısı tercih edilmektedir. Çünkü bazı durumlarda kişi sayısının artması bilginin derinliğini azaltabilmektedir. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü hesaplamada belli bir analiz ve kural yoktur. Fenomenolojik araştırmalarda örneklem oluşturma konusunda belli bir sayının olmadığı belirtilmektedir (Kırcı Tekeli, 2020). Araştırmanın

amacına ve sahip olunan olanaklara göre örneklemin sayısı kararlaştırılmaktadır. Aynı zamanda veri uygunluğu ve veri yeterliliği örneklem büyüklüğünü belirleyen iki önemli faktördür. Yani araştırma sahasından elde edilen bilgilerin tekrarlanmaya başlaması ile veri toplama aşamasının sonlandırılması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Creswell, 2018).

Bu araştırma, Kapadokya Bölgesi, Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Nevşehir ve ilçe belediyelerin kayıtlarında özel belgeli ya da pansiyon olarak faaliyet gösteren, literatürdeki ev pansiyonları hakkındaki nitelik ve niceliklere sahip, konaklama işletmelerinde ve araştırmanın amacına yönelik diğer meslek grubundaki kişilere uygulanmıştır. Kapadokya pansiyonları daha çok Nevşehir ilinde, yani Kapadokya'nın merkezinde yer almaktadır. Bu nedenle araştırma sürecinde yapılan saha çalışmalarının tümü Nevşehir İlinde gerçekleştirilmiştir. Kapadokya Bölgesi'nde 2021 yılı itibariyle Bakanlıktan Turizm İşletmesi belgeli ya da Belediye belgeli toplam 130 kayadan oyma özel belgeli, butik otel, pansiyon olarak nitelendirilen-ev pansiyonu-niteliklerini taşıyan konaklama işletmesi bulunmaktadır ("Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü", 2020). Araştırma evrenindeki konaklama işletmelerinin listesi Ek 2'de görülebilir. Bu evren eski evlerden konaklama işletmesine çevrilen işletmeleri kapsamaktadır. Araştırma kapsamına alınan bu işletmeler ev pansiyonculuğu statüsündeki turizm işletme belgeli özel konaklama tesisleri, pansiyonlar ve belediye belgeli konaklama işletmelerinden oluşmaktadır. Rakamsal olarak tespit edilen 130 ev pansiyoncusunun tamamına anket formunu doldurabilmek ve mülakatları gerçekleştirebilmek amacıyla ulaşılmıştır. Ancak, bu 130 pansiyon işletmecisinden 55'i görüşme talebini kabul etmiş, geri kalan 75 pansiyon işletmesi ise randevu talebini çeşitli mazeretler bildirerek (sağlık, zaman kısıtlılığı vb.) geri çevirmiştir.

Katılımcıların belirlenmesi için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemde belirli bir mekân veya zaman gözetilmemekte araştırma için verilerin toplanmaya çalışıldığı yer ve zamanda kolay ulaşılabilir herkese ulaşmaya çalışılmaktadır.

3.2.3. Verilerin elde edilmesi süreci

Karma araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada veriler anket tekniği ve görüşme formu aracılığıyla temin edilmiştir. Nitel çalışmalarda en sık kullanılan veri toplama yöntemleri gözlem, görüşme ve doküman inceleme tekniğidir. Fenomenolojik çalışmalarda ise görüşme temel veri toplama yöntemi olmasına karşın, görsel araçlar, yazılı materyaller, gözlem gibi birçok veri toplama araçlarından da yararlanmak mümkündür (Saban ve Ersoy, 2017).

Bu araştırma kapsamında veri toplama yöntemi olarak görüşme ve doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın hedefine yönelik oluşturulan sorular, doküman inceleme yoluyla elde edilmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle bu sorular katılımcılara uygulanmıştır. Dokümanlar, her türlü yazılı, görsel ve işitsel materyali ifade etmektedir. Doküman incelemesi, araştırılması amaçlanan olgu veya olgular hakkında veri içeren çeşitli materyallerin analizi olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008; Gürbüz ve Şahin, 2018). Görüşme tekniği ise görüşmeci ve katılımcının birlikte yer aldığı, araştırma yapılan alana yönelik hazırlanan soruların sözlü iletişim yoluyla elde edildiği bir yöntemidir (Yüksel ve Yüksel., 2007, Merriam, 2018). Görüşme çoğunlukla yüz yüze yapılsa da telefon aracılığıyla da olabilir. Görüşmede soruları soran ve görüşmeyi yürüten kişi görüşmeci, soruları cevaplayan ve böylelikle araştırma sorusu hakkında bilgi veren kişi de cevaplayıcı ya da görüşülen kişidir (Kuş, 2009; Gürbüz ve Şahin, 2018). Görüşmenin amacı, görüşülen kişinin bakış açısını öğrenmektir (Merriam, 2018). Görüşmeler üç şekilde tasarlanabilir. Yapılandırılmamış görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme ve yapılandırılmış görüşme olarak görüşmeler sınıflandırılmaktadır. Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşmede, araştırmacı görüşme öncesinde görüşülen kişiye yönelteceği belli başlı soruları hazırlar. Bu sorular araştırmacıya rehberlik etmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme araştırmacıya hem görüşme rehberi doğrultusunda ilerlemesine hem de yeni sorular sorma gereğini de hissederse onları sorabilmesine olanak sağlamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Fenomenolojik çalışmalarda ise bireysel görüşmeler yaygın olarak kullanılmasına karşın odak grup görüşmeleri de kullanılabilmektedir. Bu çalışmada bireysel görüşme tercih edilmiş olup, konuya ilişkin veriler bu yolla elde edilmiştir (Kırcı Tekeli, 2020).

Fenomenolojik çalışmalarda çoğunlukla yüz yüze görüşmeler hâkim olsa da telefon aracılığıyla da yapılmaktadır. Bu çalışmada tüm görüşmeler yüz yüze görüşme yöntemi ile gerçekleşmiştir. Görüşme yapılabilmesi için her bir görüşülecek kişiden önceden randevu alınmış ve görüşme yüz yüze yapılmıştır. Görüşme ve anketler eş zamanlı yürütülmüş olup anket sorularına geçerli ve güvenilir yanıtlar bulabilmek amacıyla düzenlenen anket formu yüz yüze görüşmeler esnasında katılımcılardan formun doldurulması istenmiştir.

Katılımcıların uzun zamandır sektörde ve bölgede çalışan ve araştırmaya gönüllü olan kişiler arasından seçilmesine özen gösterilmiştir. Böylelikle çalışma konusuna ilişkin daha detaylı bilgi alınması öngörülmüştür. Her bir görüşülen kişiye görüşmeye başlamadan önce araştırma konusuna ilişkin detaylı bilgi verilmiş, araştırma problemine ilişkin sorulara bu çerçevede cevap verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Sonrasında yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular cevaplayıcılara okunmuş ve yanıtları not edilmiştir. Görüşme verileri, 23.06.2016-27.12.2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Görüşmeler, cevaplayıcıların belirttiği yer ve zamanda gerçekleşmiş ve her bir görüşme 30-60 dakika arasında sürmüştür.

Görüşme ile elde edilen verilerin kaydetmeye yarayan üç yöntem vardır. Bu üç yoldan en elverişlisi cihaz ile kaydetmedir. İkinci yol, görüşme esnasında not almaktır. Üçüncü görüşme yöntemi ise görüşme bittikten sonra görüşmeci tarafından görüşme boyunca konuşulanların not alınmasıdır (Merriam, 2018). Yapılan çalışmada görüşmeler esnasında cevaplayıcıların izniyle kayıt cihazı kullanılmış olup, aynı zamanda cevaplayıcıların söylediklerine dair kısa notlar alınmıştır. Böylelikle, en elverişli iki yol tercih edilmiştir.

3.2.4. Araştırmada kullanılan analiz teknikleri

Bu bölümde sahadan elde edilen nicel ve nitel araştırma yöntemiyle elde edilen veriler ayrı ayrı analize tabi tutulmuştur. Yapılan bu araştırmada derinlemesine mülakatlar ile veriler toplanmıştır. Ayrıca araştırmacı sahada yaptığı gözlemler ile verileri güçlendirmiştir.

3.2.4.1. Nicel verilerin analizi

Bu araştırmada anket tekniği ile elde edilen nicel verilerin analizi “IBM SPSS Statistics 22” paket programıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle katılımcıların demografik ve kişisel özellikleri ile ev pansiyonlarının niteliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış ve tablolaştırılmıştır. Aynı zamanda anket formunda yer alan ölçeklere ilişkin genel ortalama, standart sapma ve mod değerleri de benzer biçimde tespit edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Normallik Testleri

Anket tekniği ile toplanan birincil veri kaynakları analiz edilmeden önce, farklılık testlerinde parametrik veya parametrik olmayan testlerden hangilerinin uygulanacağına karar vermek için normal dağılım testleri yapılmıştır. Normal dağılım, normal dağılım eğrisi ile kavramlaştırılan varsayımsal evren dağılımdır. “Gauss dağılımı” veya “Gauss eğrisi” olarak da bilinen normal dağılım eğrisi, sürekli ve olasılıklı bir fonksiyon eğrisidir. Dağılımın normalliğini inceleyebilmek için; aralık yöntemi, grafiksel yöntemler, Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri kullanılmaktadır (Altunışık ve diğ., 2012).

Veri setinin normal dağılıp dağılmadığı farklı şekillerde ölçülebilmektedir. Örneklemin 30’un üstünde olduğu durumlarda Kolmogorov-Smirnov testinin anlamlılığı göz önünde bulundurulmaktadır. Normal dağılımın sağlanabilmesi için bu testin güven aralığında anlamlı çıkmaması; bir diğer ifade ile p değerinin 0,05’in üstünde olması gerekmektedir.

Normal dağılımın tespit edilebilmesinde tercih edilen bir diğer yöntem ise basıklık ve çarpıklık değerlerinin kontrol edilmesidir. Çarpıklık, aritmetik ortalama, mod ve medyanın birbirine eşit olmaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Çarpıklığın artması durumunda mod ve aritmetik ortalama birbirinden uzaklaşmaktadır. Ortalamanın medyandan büyük olması durumunda sağa (pozitif); küçük olması durumunda ise sola (negatif) bir çarpıklık ortaya çıkmaktadır. Basıklık ise normal dağılım eğrisinin dik veya basık olduğunu göstermektedir. Tam bir çan eğrisinin basıklık katsayısı sıfırdır. Basıklık katsayısı pozitif ise eğri normale göre daha dik, negatif ise normale göre daha basıktır. Dağılımın %1 anlamlılık düzeyi için normallik varsayımında z değerinin +2,58 ile -2,58; %5 anlamlılık düzeyi için normallik varsayımında ise +1,96 ile -1,96 arasında

olması gerekmektedir. Bu araştırma kapsamında ise değişkenlere ilişkin çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayılarına bakılmış olup, bu katsayılara Tablo 3.1’de yer verilmiştir.

Tablo 3.1: Araştırma değişkenlerine ilişkin basıklık ve çarpıklık katsayıları ile kolmogorov-smirnov testi sonuçları

Ölçekler	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)	Kolmogorov-Smirnov
Tutum Ölçeği	-,893	-,43	,205**
Doğal yapıları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	-1,69	2,38	,291**
Aktiviteler yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	-,97	,18	,185**
Tarihi ve kültürel değerleri koruma yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	-1,22	,81	,196**
Yöresel el sanatları ve işlemlerini kullanarak kültürel kimliği devam ettirme stratejileri	-,37	-1,35	,228**
Yönetmelik ve hukuki boyutları kullanarak kültürel kimliğim korunması Stratejileri	-1,53	1,69	,242**

N: 55 / Basıklık Standart Hata: ,322 / Çarpıklık Standart Hata: ,634 (Tüm ölçekler için) **Sig. (P) 0,001 düzeyinde anlamlı

Tablo 3.1. incelendiğinde hem tutum ölçeği hem de kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri ölçeğinde veriler normal dağılım göstermemektedir. Tutum ölçeği ve kültürel kimliği oluşturan boyutlara ilişkin bazı ölçeklerin basıklık ve çarpıklık değerleri beklenen aralıklarda olmasına rağmen, Kolmogorov-Smirnov Testi sonuçları bütün değişkenlerde anlamlı çıkmıştır.

3.2.4.2. Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada ölçeklerin yapısal geçerliliğinin yanı sıra içsel tutarlılığını ölçmek için güvenilirlik testi yapılmıştır. Bu ölçüm için en çok tercih edilen yöntem Cronbach Alfa(α) İstatistiğidir. Bu test, ölçekte yer alan ifadelerin homojen bir yapıyı açıklamak için uygun olup olmadığını tespit etmektedir. Ölçeğin uygun olabilmesi için kabul edilen en küçük değer ise 0,70’tir (Nunnally ve Bernstein, 1994, s.265; Smith ve

Albaum, 2005, s.366; Kline, 2011, s.69). Tablo 3.2.'de araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik katsayılarına yer verilmiştir.

Tablo 3.2: Ölçeklere ilişkin güvenilirlik (Cronbach's Alpha) katsayıları

Ölçek	İfade Sayısı (N)	Cronbach's Alpha Katsayısı (α)
Tutum Ölçeği	14	0,87
Doğal yapıları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	6	0,87
Aktiviteler yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	7	0,85
Tarihi ve kültürel değerleri koruma yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	5	0,90
Yöresel el sanatları ve işlemelerini kullanarak kültürel kimliği devam ettirme stratejileri	12	0,91
Yönetmel ve hukuki boyutları kullanarak kültürel kimliğim korunması Stratejileri	15	0,93
Kültürel Kimliği Koruma ve Sürdürme Stratejileri (Toplam)	45	0,88

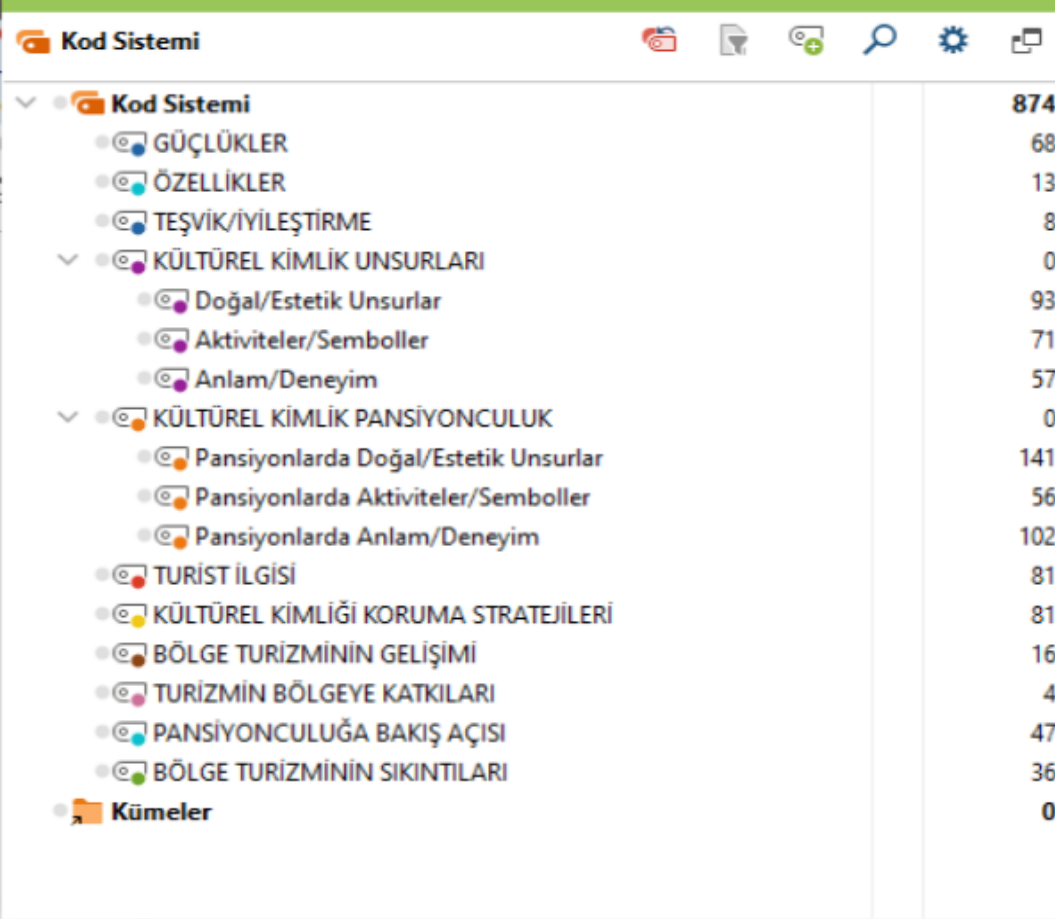
Tablo 3.2'ye göre Tutum Ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha= α) 0,87 olarak hesaplanmıştır. Kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine ilişkin ölçeğin güvenilirlik katsayısı ise 0,88 olarak tespit edilmiştir. Kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine ilişkin kullanılan ölçeğe ait boyutların her birinin güvenilirlik katsayıları 0,85 ile 0,93 arası Cronbach's Alpha kat sayılarına sahiptir. Elde edilen değerlerin tamamı 0,70'in üzerinde olduğu için uygulanan bütün ölçeklerin ve ölçeklere yönelik alt boyutların güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

3.2.4.3. Nitel verilerin analizi

Bu araştırmada nitel veri analiz programlarından Maxqda kullanılarak toplanan sözel veriler sistematik hale getirilmiş ve içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, toplanan veriler içerisinde verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere sistematik bir şekilde ulaşılmasını sağlayan bir araştırma yöntemidir (Stone, Dunphy ve Smith, 1966, s. 213, Yıldırım ve şimşek, 2008). Bu yöntem yardımıyla gazete, dergi, mektup, günlük, makale gibi kaynaklar taranarak veriler niceliksel olarak incelenebilmekte ve bu

veriler keşfedilebilir (Tavşancıl ve Aslan, 2001; Yüksel ve Yüksel, 2004). Bu çerçevede nitel veri analiz programının kullanılması sözel verilerin gelişi güzel ve rastgele değil, modern nitel araştırma desenleriyle analize tabi tutulması sağlanmıştır (Kırcı, 2020:117).

Verilerin analizi için ses kayıtları deşifre edilerek Word belgesi halinde bilgisayar ortamına aktarılmış ve sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Görüşmelerin sistematik analizini kolaylaştırmak için “MAXQDA 2020” nitel veri analiz programı kullanılmıştır. Kullanılan program araştırmacılara verileri kodlamada ve görselleştirmede önemli imkanlar sunmaktadır. Ayrıca bu tür programların nitel veri analizinde güvenilirliği arttırıcı yönde katkı sağladığı bilinmektedir (Kırcı Tekeli, 2020).



Kod Sistemi	Kod Sayısı
Kod Sistemi	874
GÜÇLÜKLER	68
ÖZELLİKLER	13
TEŞVİK/İVİLEŞTİRME	8
KÜLTÜREL KİMLİK UNSURLARI	0
Doğal/Estetik Unsurlar	93
Aktiviteler/Semboller	71
Anlam/Deneyim	57
KÜLTÜREL KİMLİK PANSİYONCULUK	0
Pansiyonlarda Doğal/Estetik Unsurlar	141
Pansiyonlarda Aktiviteler/Semboller	56
Pansiyonlarda Anlam/Deneyim	102
TURİST İLGİSİ	81
KÜLTÜREL KİMLİĞİ KORUMA STRATEJİLERİ	81
BÖLGE TURİZMİNİN GELİŞİMİ	16
TURİZMİN BÖLGEYE KATKILARI	4
PANSİYONCULUĞA BAKIŞ AÇISI	47
BÖLGE TURİZMİNİN SIKINTILARI	36
Kümeler	0

Şekil 3.1: Ana temalar, alt temalar ve kod sayısına ilişkin kod sistemi

Araştırmanın büyük bölümü nitel veri kaynakları yardımıyla gerçekleştirildiği için, gerçekleştirilen mülakatların analizinde kelime bulutu, kod-alt-kod bölümler modeli

gibi betimleyici analizlerden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, öncelikle araştırma sorularının çözülmesini kolaylaştıracak kodlar ve alt kodlar belirlenmiştir. Ardından MAXQDA 2020 nitel analiz programı aracılığıyla bir kod sistemi oluşturulmuştur. Araştırma soruları ile koordineli bir biçimde oluşturulan kod ve alt kodlara ilişkin açıklamalara Tablo 3.3'te yer verilmiş ve kod sistemi görünümü Şekil 3.1'deki gibi oluşturulmuştur.

Tablo 3.3: Ana tema ve alt temalara ilişkin açıklamalar

Ana Temalar	Alt Temalar	Açıklamalar
Güçlükler	Ev pansiyonlarının işletilmesinde karşılaşılan güçlüklerle yönelik ifadeleri içermektedir.	
Özellikler	Ev pansiyonlarının sahip oldukları genel nitelik ve özellikleri içermektedir.	
Teşvik/İyileştirme	Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi için önerilen teşvikler ve iyileştirme çalışmalarını kapsamaktadır.	
Kültürel Kimlik Unsurları	Doğal/Estetik Unsurlar	Bölgede yer alan ve kültürel kimliği oluşturan doğal-estetik unsurlardır.
	Aktiviteler/Semboller	Bölgede yer alan ve kültürel kimliği oluşturan aktivite ve sembol unsurlardır.
	Anlam/Deneyim	Bölgede yer alan ve kültürel kimliği oluşturan anlam ve deneyim unsurlarıdır.
Pansiyonlarda Kültürel Kimlik	Pansiyonlarda Doğal/Estetik Unsurlar	Pansiyonların sahip oldukları kültürel kimliği oluşturan doğal-estetik unsurlardır.
	Pansiyonlarda Aktiviteler/Semboller	Pansiyonların sahip oldukları kültürel kimliği oluşturan aktivite ve sembol unsurlardır.
	Pansiyonlarda Anlam/Deneyim	Pansiyonların sahip oldukları kültürel kimliği oluşturan anlam ve deneyim unsurlarıdır.
Turist İlgisi	Turistlerin ev pansiyonlarına yönelik ilgi düzeylerine yönelik ifadeleri kapsamaktadır.	
Kültürel Kimliği Koruma Stratejileri	Kültürel Kimliğin korunması ve sürdürülmesine ilişkin ifadeleri içermektedir.	
Bölge Turizminin Gelişimi	Bölge turizminin gelişimine yönelik mülakatçıların görüşlerini içeren ifadeler yer almaktadır.	
Turizmin Bölgeye Katkıları	Turizmin bölgeye sağladığı katkılara yönelik mülakatçıların görüşlerini içeren ifadeler yer almaktadır.	
Pansiyonculuğa Bakış Açısı	Mülakatçıların ev pansiyonculuğuna bakış açılarına yönelik ifadeler yer verilmiştir.	
Bölge Turizminin Sıkıntıları	Genel olarak bölge turizminin sorunları, sıkıntılarına ilişkin görüşleri kapsamaktadır.	

Yapılan derinlemesine mülakat sonucunda elde edilen verilerin analizini yapabilmek amacıyla oluşturulan kod sistemine toplamda 874 kod girilmiştir. Bu kodların büyük çoğunluğunu, araştırmanın konusu olan “kültürel kimlik unsurları” oluşturmaktadır.

Mülakatlarda en az “turizmin bölgeye katkıları” ve “ev pansiyonculuğunun teşvik ve iyileştirilmesi” ile ilgili konular görüşülmekle birlikte, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi ile ilgili kodlarda bu tarz ifadelerin yer aldığı görülmektedir.

3.2.5. Araştırmanın sınırlılıkları

Bu tez çalışmasının bazı katkıları olmakla birlikte araştırma bulguları yorumlanırken bazı sınırlılıklar dikkate alınmalıdır. Birincisi araştırma verileri sadece Kapadokya Bölgesi sınırları içinde bulunan Avanos, Ürgüp, Göreme, Uçhisar, Mustafapaşa, İbrahimpaşa ve Ortahisar turistik yerleşim merkezlerinde bulunan bakanlık ve belediye belgeli ev pansiyonları ile sınırlıdır. Bu bulguların tüm bölgeye genellenebilmesi için gelecekte daha fazla sayıda araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

İkincisi Kapadokya Bölgesi sınırları içinde bulunan Avanos, Ürgüp, Göreme, Uçhisar, Mustafapaşa, İbrahimpaşa ve Ortahisar turistik yerleşim merkezlerinde yaşayan ve çalışan katılımcılar ile sınırlıdır. Bu nedenle kültürel kimlik öğelerinin bu örneklem bazında değerlendirilmeli ve yorumlanmalıdır.

Üçüncü olarak, araştırma 2016-2017 turizm sezonu ile sınırlı ve belirli bir tarih dilimi içerisinde yapıldığı için o dönemlerde yeterli sayıda açık ev pansiyonculuğu bulmakta sıkıntı çekilmiştir. Yine ev pansiyonculuğu ve kültürel kimlik ölçekleri, Türkçe turizm yazınında ilk kullanılan çalışmalardan biridir. Bu araştırmanın yazın kısmı incelendiğinde uluslararası yazında da az sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Altıncısı, cevaplayıcıların bilgiyi paylaşma ve cevap vermede çekingen davranışları ve anketi cevaplandırmaya ve görüşmeye yeterli zaman ayırmamaları bir başka kısıt olabilir. Son olarak eksik doldurulan anket formları kapsam dışı bırakılmıştır.

BÖLÜM 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmanın bulguları tablolar ve grafik şekillerine yer verilerek ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular yöntem kısmında belirlenen araştırma soruları çerçevesinde tartışılmıştır.

4.1. Ev Pansiyoncularının Demografik ve Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Ev pansiyoncularının demografik ve kişisel özelliklerine ilişkin birinci araştırma sorusuna (Bölgede hizmet veren ev pansiyoncularının demografik ve kişisel yönlerden genel profili nedir?) cevap aranmış ve anket tekniği ile elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımları hesaplanmış ve tablolastırılmıştır. Tablo 4.1’de ev pansiyoncularının demografik özelliklerine ilişkin yüzde ve frekans dağılımları yer almaktadır.

Tablo 4.1: Ev pansiyoncularının demografik özelliklerine ilişkin değerler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yaş	18-30	9	16,4	16,4	16,4
	31-45	27	49,1	49,1	65,5
	46-60	15	27,3	27,3	92,7
	61 ve üstü	4	7,3	7,3	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Cinsiyet	Erkek	42	76,4	76,4	76,4
	Kadın	13	23,6	23,6	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Medeni Durum	Evli	36	65,5	65,5	65,5
	Bekar	19	34,5	34,5	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Eğitim Durumu	İlköğretim	5	9,1	9,1	9,1
	Lise	12	21,8	21,8	30,9
	Ön lisans	6	10,9	10,9	41,8
	Fakülte	28	50,9	50,9	92,7
	Lisansüstü	4	7,3	7,3	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında, en büyük yüzdelik dilim % 49,1 oran ile 31-45 yaş grubundan oluşurken en küçük yüzdelik dilim % 7,3 ile 61 yaş ve üstü yaş grubundan oluşmaktadır. Diğerleri ise sırasıyla % 27,3 oranla 46-60 yaş grubu ve %16,4 oranla 18-30 yaş grubudur. Bu bulgulardan yola çıkarak ev pansiyoncularının çoğunlukta % 80 gibi bir oran ile 31-60 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Bir başka deyişle ev pansiyonlarında orta yaş ve üstü nüfusu yoğunluktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu %76,4 oranla erkek, %23,6'sı ise kadındır. Bu da araştırmaya konu olan ev pansiyoncularının çoğunluğunun erkekler olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında %65,5'i evli, %34,5'i bekadır. Ev pansiyoncularının çoğunluğu evlidir.

Eğitim durumu açısından örneklem incelendiğinde ise ilk sırada %50,9 gibi bir oranla üniversite mezunları yer alırken ikinci sırada %21,8 oranla lise mezunları, üçüncü sırada %10,9 oranla ön lisans mezunları yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen bu bulguya göre ev pansiyoncularının büyük bir çoğunluğu üniversite mezunudur. Bir diğer bakış açısıyla ev pansiyoncularının yaklaşık %60'ı üniversite ve lisansüstü mezunlarından oluşmaktadır. Bu durumda ev pansiyonu sahip ve yöneticilerinde eğitim seviyesi oldukça yüksektir.

Tablo 4.2'de katılımcılarla ilgili kişisel bilgiler bulunmaktadır. Bunlar; turizm eğitimi alıp almadığı, iş deneyimleri, turizm sektöründeki deneyimleri, çalıştıkları pozisyon, yabancı dil bilip bilmemeleri ve biliyorsa hangi diller olduklarını gösteren bilgilerdir. Katılımcıların turizm eğitimi alma durumları incelendiğinde, %38,2'sinin turizm eğitimi aldığı, %61,8'inin de turizm eğitimi almadığı görülmektedir. Katılımcıların iş deneyimleri incelendiğinde, %3,6'sının 1 yıldan az, %5,5'inin 1-5 yıl arası, %16,4'ü 6-10 yıl arası ve %72,7'si ise 10 yıldan fazla iş deneyimine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %3,6'sının sektörde çalışma süresinin 1 yıldan az, %14,5'inin 1-5 yıl, %20'sinin 6-10 yıl ve %61,8'inin 10 yıldan fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre ev pansiyoncularının çoğunluğu sektörde 10 yıldan fazla süredir çalışmaktadır. Örneklemenin %69,1'inin ev pansiyonu sahiplerinden ve %30,9'unun ise yöneticilerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 4.2: Ev pansiyoncularının kişisel özelliklerine ilişkin değerler.

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Turizm Eğitimi Alma Durumu	Evet	21	38,2	38,2	38,2
	Hayır	34	61,8	61,8	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
İş Deneyimi	1 yıldan az	2	3,6	3,6	3,6
	1-5 yıl arası	4	7,27	5,5	9,1
	6-10 yıl arası	9	16,4	16,4	25,5
	10 yıl ve üzeri	40	72,7	72,7	98,2
	Toplam	1	1,8	1,8	100,0
Sektör Deneyimi	1 yıldan az	2	3,6	3,6	3,6
	1-5 yıl arası	8	14,5	14,5	18,2
	6-10 yıl arası	11	20,0	20,0	38,2
	10 yıl ve üzeri	34	61,8	60,0	98,2
	Toplam	55	100,0	100,0	
Çalışılan Pozisyon	Sahip	38	69,1	69,1	69,1
	Yönetici	17	30,9	30,9	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Yabancı Dil Bilme Durumu	Evet	48	87,3	87,3	87,3
	Hayır	7	12,7	12,7	100
	Toplam	55	100,0	100,0	100,0
Bilinen Yabancı Diller	İngilizce	46	64,8	64,8	64,8
	Almanca	3	4,2	4,2	12,7
	Fransızca	9	12,7	12,7	9,9
	İspanyolca	7	9,9	9,9	8,4
	İtalyanca	3	4,2	4,2	2,8
	Japonca	1	1,4	1,4	1,4
	Rusça	2	2,8	2,8	100
	Toplam	71	100	100	

Katılımcıların kişisel özellikleri kapsamında yabancı dil bilme durumlarına da yer verilmiştir. Katılımcılara yabancı dil konuşabilme durumları sorulmuş ve biliyorlarsa hangi yabancı dilleri konuşabildiklerini belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen verilere göre, ev pansiyoncularının %87,3'ünün (n: 47) yabancı dil bildiği ve sadece %12,7'lik kısmın (n: 8) bilmediği tespit edilmiştir. Yabancı dil bilen %87,3'lük dilimin büyük çoğunluğu İngilizce bilmektedir (n: 46). Bölgedeki ev pansiyoncularının İngilizceden sonra en çok konuşabildikleri yabancı diller sırasıyla Fransızca (n: 9), İspanyolca (n: 7),

Almanca (n: 3), İtalyanca (n: 3), Rusça (n: 2) ve Japonca (n: 1) şeklinde sıralanmıştır. Ev pansiyoncularının konuşabildikleri yabancı diller, pansiyonlarına kabul ettikleri yabancı turistlerin milliyetlerine ve konuştukları dillere göre değişiklik arz etmektedir. Konuklarla kurulan iletişimin sonucu olarak, çoğu ev pansiyoncusunun birden fazla yabancı dil bildikleri görülmüştür.

4.2. Ev Pansiyonlarının Genel Nitelikleri ve Turist Profili

Ev pansiyonlarının genel niteliklerini ve ev pansiyonlarında konaklayan turistlerin profillerini ortaya koyabilmek için ikinci ve üçüncü araştırma soruları (Bölgede faaliyet gösteren ev pansiyonlarının genel nitelikleri nelerdir? ve Bölge genelinde ev pansiyonculuğunu tercih eden turistlerin genel profili nedir? Turistlerin bölge turizmine ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgilerinin kaynağı nedir?) geliştirilmiştir. Bu bağlamda, öncelikle Tablo 4.3.'de ev pansiyonlarının genel niteliklerine, Tablo 4.4.'de turist profiline ilişkin anket tekniği ile elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımları verilmiştir. Şekil 4.1.'de turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kelime bulutu ve Şekil 4.2.'de ise turistlerin bölge turizmine ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgilerinin kaynağıyla ilgili katılımcıların görüşlerini gösteren kod-alt kod bölümler modeli yer almaktadır.

Araştırmada sektördeki faaliyet süresine verilen yanıtlarda, %21,8 ile 12 ev pansiyonu 1 yıldan az, %32,7 ile 18 ev pansiyonu 1-5 yıl arası, %16,4 ile 9 ev pansiyonu 6-10 yıl arası, %29,1 ile 16 ev pansiyonu 10 yıldan fazla süredir faaliyet gösterdiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlardan, araştırmaya katılan ev pansiyonlarının çoğu 5 yıldan fazla ev pansiyonculuğu yaptıkları anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgular ev pansiyonculuğunun giderek yaygınlaştığını göstermektedir. Ev pansiyonlarının çalıştırdıkları personel sayısı açısından %32,3'ünün 1-3 arası personel, %27,3'ünün 4-7 arası personel, %12,7'sinin 8-11 arası personel, %21,8'inin 11 ve daha fazla personel çalıştırdığı görülmektedir.

Ankete konu olan ev pansiyonlarının oda sayısı incelendiğinde %12,7'sinin 1-5 arası oda, %34,5'inin 6-10 arası oda, %21,8'inin 11-16 arası oda ve %30,9'unun 17 ve daha fazla oda sayısına sahip olduğu görülmektedir. Yine araştırmaya katılmış olan ev pansiyonlarının yatak sayısı incelendiğinde %7,3'ünün 10 ve daha az yatak kapasiteli,

%34,5'inin 11-20 arası yatak kapasiteli, %18,2'sinin 21-30 arası yatak kapasiteli, %40'ının 31 ve daha fazla yatak kapasiteli olduğu anlaşılmaktadır.

Ev pansiyonlarının %21,8 ile 12 işletme turizm belgesine ve %78,2 ile 43 işletme belediye belgesine sahiptir. Araştırma kapsamında olan deneklerin işletme türü açısından belediye belgeli statüsünde olan ev pansiyonlarının çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır. Yine bu ev pansiyonlarının %54,5'inin pansiyon, %20'sinin özel tesis, %14,5'inin butik otel ve %10,9'unun otel statüsünde faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Turizm belgeli olarak faaliyet gösteren 10 işletme özel tesis statüsünde hizmet vermektedir. Katılımcı ev pansiyonlarının %69,1'inin mülkiyeti ev pansiyonu sahibine ait, %30,9'unun mülkiyeti ise kiracıdır. Katılımcıların çoğunluğunun işletmelerin mülkiyeti kendilerindir.

Tablo 4.3'de araştırmaya katılan ev pansiyonlarının en yoğun olduğu aylara dair bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen verilere göre, ev pansiyoncularının %3,63'ünün (n:2) 1. ve 3. aylar arası, %50,90'ının (n:28) 4.-6. aylar arasında, %41,81'inin (n:23) 7. - 10. aylar arasında ve %3,63'ünün (n:2) ise yılın 11. ve 12. aylarında yoğun oldukları görülmüştür. Ev pansiyoncuları en yoğun aylarının Nisan ve Mayıs ayları olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmanın bir diğer sorusu olan 3 numaralı soruyu (bölge genelinde ev pansiyonculuğunu tercih eden turistlerin genel profili nedir?) yanıtlamak için anket formundan elde edilen veriler, kelime bulutu ve kod-alt kod-bölümler modeli kullanılmıştır. Bu doğrultuda turistlerin profiline ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış ve tablolaştırılmıştır. Tablo 4.4.'de turistlerin profiline ilişkin yüzde ve frekans dağılımları yer almaktadır. Şekil 4.1. ve Şekil 4.2.'de ise kelime bulutu ve kod-alt kod- bölümler modeli sırasıyla verilmektedir.

Tablo 4.3: Ev pansiyonlarının genel niteliklerine ilişkin değerler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Faaliyet Süresi	1 yıldan az	12	21,8	21,8	21,8
	1-5 yıl arası	18	32,7	32,7	54,5
	6-10 yıl arası	9	16,4	16,4	70,9
	10 yıl ve üzeri	16	29,1	29,1	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Çalışan Sayısı	1-3	21	38,2	38,2	38,2
	4-7	15	27,3	27,3	65,5
	8-11	7	12,7	12,7	78,2
	11 ve üstü	12	21,8	21,8	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Oda Sayısı	1-5	7	12,7	12,7	12,7
	6-10	19	34,5	34,5	47,3
	11-16	12	21,8	21,8	69,1
	17 ve üstü	17	30,9	30,9	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Yatak Sayısı	1-10	4	7,3	7,3	7,3
	11-20	19	34,5	34,5	41,8
	21-30	10	18,2	18,2	60,0
	31 ve üstü	22	40,0	40,0	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Kategori	Turizm Belgeli	12	21,8	21,8	21,8
	Belediye Belgeli	43	78,2	78,2	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
Mülkiyet Durumu	Şahıs	38	69,1	69,1	69,1
	Kiralık	17	30,9	30,9	100,0
	Toplam	55	100,0	100,0	
En Yoğun Olduğu Aylar	1-3 ay arası	2	3,63	3,63	3,63
	4-6 ay arası	28	50,90	47,27	50,9
	7-10 ay arası	23	41,81	41,81	92,71
	11. ve 12. aylar	2	3,63	3,63	96,34
	Toplam	55	100,0	100,0	

Tablo 4.4'te ev pansiyonlarında konaklayan turistlerin profiliyle ilgili veriler yer almaktadır. Tabloya bakılarak göze çarpan bazı durumlar vurgulanmaktadır. Ev pansiyonlarında %3,6'sında yerli turist, %20'sinde yabancı ve %76,4'ünde hem yerli hem yabancı turist konaklamıştır. Araştırma kapsamına alınan ev pansiyonlarında

turistlerin %87,3'ü 1-3 gün, %10,9'u 4-7 gün, %1,8'i 8-11 gün süre ile konaklamaktadır. Tüm ev pansiyonlarında turistlerin en az 1 gün süre ile konakladıkları görülmektedir.

Tablo 4.4: Ev pansiyonlarını tercih eden turistlerin profili

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Konaklayan Misafir Türü	Yerli	2	3,6	3,6
	Yabancı	11	20,0	20,0
	Her ikisi	42	76,4	76,4
	Toplam	55	100,0	100,0
Konaklama Süresi	1-3	48	87,3	87,3
	4-7	6	10,9	10,9
	8-11	1	1,8	1,8
	12 ve üstü	-	-	-
	Toplam	55	100,0	100,0
Geliş Biçimi	Tesadüfen	9	10,71	10,71
	Tavsiye ile	28	33,33	33,33
	İnternet Sayfaları	32	38,09	38,09
	Acenta	15	17,85	17,85
	Toplam	84	100,0	100,0
Ev Pansiyonlarında Aradığı Özellikler	Düşük Fiyat	5	5,81	5,81
	Temizlik/Hizmet	11	12,79	12,79
	Samimiyet ve Yakınlık	28	32,55	32,55
	Kültürel etkileşim	6	6,97	6,97
	Şehirdeki karmaşadan uzakta dinlenme	5	5,81	5,81
	Turistik merkezlere yakınlık	10	11,62	11,62
	Manzara	3	3,48	3,48
	Ulaşım	4	4,65	4,65
	Doğal Mekân Olması	7	8,13	8,13
	Otellerle ilgili yorumlar/Ödüller	6	6,97	6,97
	Küçük Olması	1	1,16	1,16
	Toplam	86	100,0	100,0

Araştırma kapsamına alınan ev pansiyoncularına gelen turistlerin hangi yolla ev pansiyonlarını buldukları incelendiğinde, turistlerin %38,9'unun (n:32) ev

pansiyonlarına internet sayfaları (booking, tripadvisor) aracılığıyla, %33,33'ünün (n: 28) tavsiye üzerine, %17,85'inin (n:15) acenta ile ve %10,71 (n:9) ise tesadüfen geldiklerini belirtmişlerdir.

Turistler ev pansiyonlarını %32,55 oranıyla samimiyet ve yakınlık olduğundan, %12,79 temiz ve hizmet kalitesinden, %11,62 oranı turistik merkezlere yakınlığından ve %8,13 doğal mekân olmasından dolayı tercih etmişlerdir. Bunun yanında turistlerin kültürel etkileşim (geleneksel değerleri tanıma, geleneksel ev yemekleri, yöresel farklılıkları görme) %6,97 ve ev pansiyonlarıyla ilgili yorumlar ve ödülleri %6,97, %5,81 oranında şehirdeki karmaşadan uzakta dinlenmek ve %3,48 oranında da manzara için ev pansiyonlarında konaklamaya karar vermişlerdir. Ayrıca ev pansiyonlarına kolay ulaşım olanakları %4,65 ve küçük olmaları %1,16 oranında önemli olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında belirlenen ikinci araştırma sorusunun devamında, bölgeye gelen turistlerin ev pansiyonculuğuna ve bölgeye yönelik ilgilerinin kaynakları sorulmuştur. Bu bağlamda turistlerin bölgeye yönelik ilgilerinin kaynakları, ev pansiyoncularına yönelik yapılan derinlemesine mülakat tekniği sonucunda kelime bulutu ve kod-alt-kod bölümler model ile betimleyici analizler sonucu incelenmiştir. Şekil 4.1.'de turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kelime bulutuna yer verilmiştir.

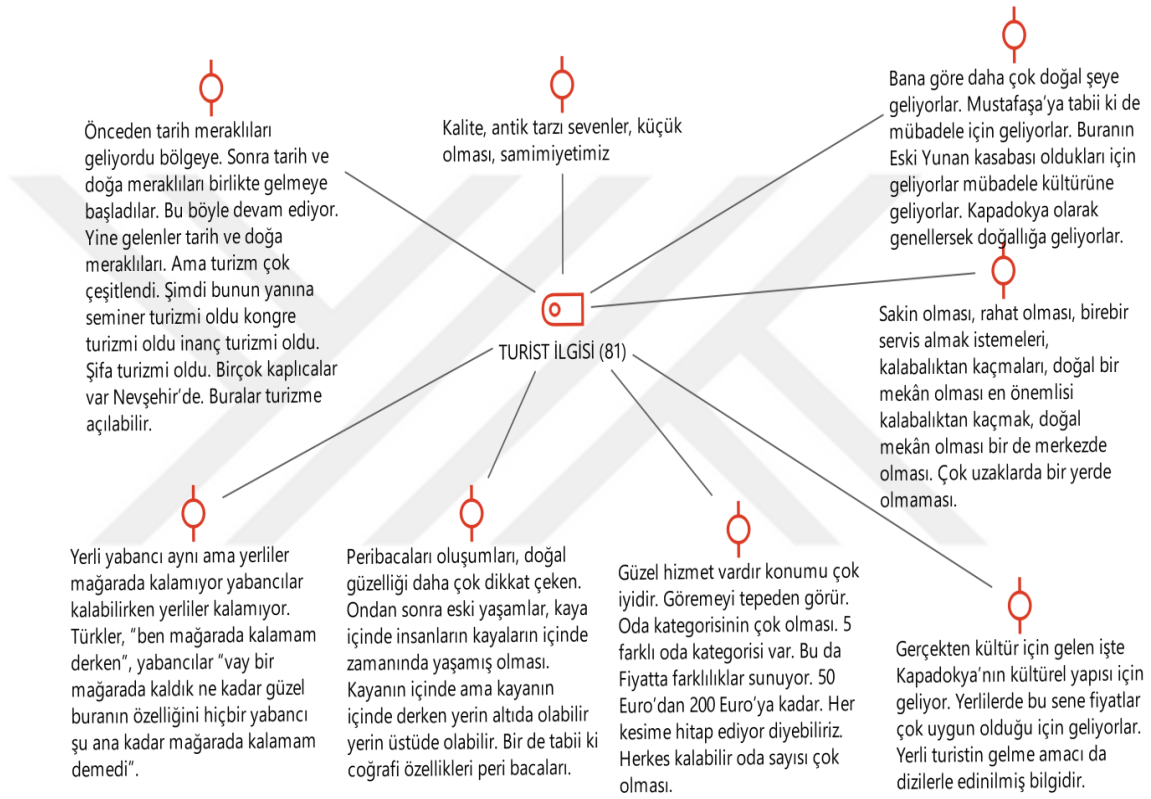


Şekil 4.1: Turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kelime bulutu-75 kelime

Şekil 4.1.'de kelime bulutunda göze çarpan ilk kelimeler “kaya, Kapadokya, balon, doğal” kelimeleridir. En fazla kullanılan kelimelerden oluşturulan kelime bulutuna bakıldığında; kaya, Kapadokya, balon, doğal kelimelerinin mülakata katılanların ortak görüşlerini ortaya koymak için ipuçları taşımaktadır. Örneğin; katılımcıların kaya kelimesinden çok fazla bahsetmiş oldukları kelime bulutundan anlaşılmaktadır. Bu da bölgenin kaya yapısından dolayı ilgi gördüğü sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Görüşmelerde “samimiyet ve yakınlık, kalite, fiyat, hizmet, temizlik, doğal, yerli, butik, sakin, aile, köy, sıcak, kültür, tarihi, seyahat, güzel ve oda kelimelerinin kullanılmış olması”, bölgedeki ev pansiyonları ile ilgili konuşulduğunu ve katılımcıların turistlerin ev pansiyonlarını seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin fikir beyan ettikleri izlenimini vermektedir. Bu da turistlerin ev pansiyonlarını tercih ederlerken daha çok ev pansiyonunun doğal yapısına, mimarisine, vadi, doğa gibi manzaraya sahip olup olmadığına, ev pansiyonlarının atmosferine-daha sakin, samimi ve sıcak ortama-baktıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca turistlerin fiyatı, kaliteyi, temizliği ve hizmeti de dikkate aldıklarını göstermektedir. Bunun yanında ev pansiyonlarının seçiminde ev pansiyonlarının verdikleri yeme-içme hizmetinin de önemli olduğu görülmektedir. Yani ev pansiyonlarının daha doğal ve yöresel yiyecek sundukları için turistlerin bu işletmeleri tercih ettikleri de düşünülebilir.

Kelime bulutunda “kaya, Kapadokya, doğa, peri bacası, İhlara, balon, mağara, Türk, Türkler, kültür, tarihi, insanlar, köy, evler” gibi kelimelerin olması katılımcıların turistlerin bölgeye yönelik ilgisiyle ilgili görüşler bildirdiklerini anlatmaktadır. Bu bağlamda kelime bulutu aracılığıyla yapılan veri görselleştirmesinin sonucunda öne çıkan kelimelerin konu ile uyumlu olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca bu kelimeler katılımcıların ortak görüşlerini ortaya koymak için ipuçları taşımaktadır. Bir turizm mekanının çekicilik-tarihi, coğrafi, kültürel vb.- unsurların turistlerin ziyaretleriyle doğrudan ilgisi bulunmaktadır. Kelime bulutunda en fazla kullanılan kelimelere bakıldığında Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu oluşumlar-peri bacaları, vadiler-tarihi ve kültürel zenginlikleri bölgeyi görülmesi gereken bir turizm destinasyonu haline getirmiştir. Ayrıca bölge açısından balon kelimesinin en fazla vuruşu alan kelime olması beklenen bir sonuçtur. Çünkü balon gibi aktivitelerinin bölgede olması turistleri Kapadokya'ya getiren en önemli unsurlardandır.

Kelime bulutu ile katılımcıların ifadelerine ilişkin en sık kullanılan kelimeler ve frekansları belirlenmiştir. Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak da alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin ifadelerine yer verilmiştir. Turistlerin bölge turizmine ve ev pansiyonculuğun yönelik ilgilerinin kaynağıyla ilgili katılımcıların görüşlerinin dağılımını gösteren kod-alt kod bölümler modeline Şekil 4.2.'de yer verilmiştir. Şekil 4.2. incelendiğinde turist ilgisi ana temasının 81 kez kodlandığı görülmektedir.



Şekil 4.2: Turistlerin bölgeye ve ev pansiyonculuğuna yönelik ilgisine ilişkin kod-alt kod bölümler modeli

Kapadokya bölgesindeki ev pansiyonları Kapadokya'nın tarihi, felsefi ve coğrafi zeminiyle uyumlu bir bütün oluşturmaktadırlar. Bölgedeki ev pansiyonları doğal, tarihi ve kültürel yapıların çevreye zarar vermeden, aslına uygun olarak onarılmasıyla oluşturulmuşlardır. Kapadokya bölgesinin sosyo-kültürel gelişimi, iklim ve topografya etkilerinden dolayı mimarisi şekillenen ev pansiyonları farklı tarzda döşenmiş odalarıyla, birebir servis imkanıyla ve sıcak, samimi ve geleneksel atmosferleriyle hizmet vermektedirler. Şekil 4.2.'deki ifadelere bakıldığında turistleri ev pansiyonlarını tercih etmelerindeki sebepler "Özgün bir mimariye sahip olması", "Bölgenin fiziki

yapısıyla uyumlu olması”, “Sakin ve rahat olması”, “Samimiyetin olması”, “Birebir servis sunulması”, “Temiz ve hijyenik olması”, “Doğal olması”, “Aile işletmesi olması” ve “Yöreyle has yiyecek ve içeceklerin sunulması” olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra yabancı turistlerin daha çok ev pansiyonlarını özgün mimarisi ve doğal yapısından dolayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

4.3. Ev Pansiyoncularının Bölge Turizmine Bakış Açısı

Bu bölümde ev pansiyoncularının bölge turizmine yönelik bakış açılarını ve ev pansiyoncularının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetleri değerlendirebilmek dördüncü ve beşinci araştırma soruları (Bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısı nasıldır? Bölgede faaliyet gösteren ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetler nelerdir?) geliştirilmiştir. Bu bağlamda derinlemesine mülakat tekniği sonucunda oluşturulan tablolar, kelime bulutu ve kod-alt-kod bölümler modelinden yararlanılmıştır. Ancak dördüncü araştırma sorusu için oluşturulan kod dizininde, kod sisteminde oluşturulan üç kod (Turizmin bölgeye katkıları, bölge turizminin sıkıntıları, bölge turizminin gelişimi kodları) ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açılarını ortaya koyabilmek için birleştirilmiştir.



Şekil 4.3: Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısına yönelik kelime bulutu

Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısı Şekil 4.3.'de kelime bulutu ve Şekil 4.4.'de ise kod-alt kod bölümler modeli, ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkan hizmetlere ilişkin kod-alt kod bölümler modeli Şekil 4.5.'de ve yüzde ve frekans dağılımları ise Tablo 4.5.'de gösterilmektedir.

Yapılan görüşmelerde en fazla kullanılan kelimelerden kelime bulutu oluşturulmuştur. Tek kelimelerden oluşturulan kelime bulutu Şekil 4.3.'te verilmektedir. Şekil 4.3.'te incelendiğinde dikkat çeken ilk kelimeler “Kapadokya, turizm, Kapadokya, Ürgüp, Göreme müzesi, Avanos, Çavuşin, para, Avrupa, kredi, Euro, vergi, gelir, alışveriş, butik, otel, tur, halı, dizi, bilgi, yemek” olduğu anlaşılmaktadır. Bu da katılımcıların bu destinasyon da yer alan turizmle alakalı sıkıntılar hakkında görüşler bildirdiklerini anlatmaktadır. Bu temada, ev pansiyoncularının görüşlerine göre bölge turizminin sıkıntıları; tanıtım ve pazarlama sorunları, eğitilmiş işgücü sorunu, ulaşım imkânlarının yetersizliği, fiyat seviyelerinin düşük oluşu, fiyat çeşitliliği sorunu, doğal kaynaklara ilişkin tutundurma çalışmalarının yetersizliği, konaklama tesislerinin sınıflandırma sorunu, ürün geliştirme sorunları, ürün çeşitlendirme sorunları, finansman sorunları, özel sektör yatırımı sorunları olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcılar “bölgenin yeteri kadar tanınmamasını”, “Türkiye’de, bölgenin ilk tercih edilen destinasyon olmamasını”, “geceleme sayısının az olmasını”, “bölgede aktivitelerinin yetersizliğini”, “yerel yönetimlerin turizmde birtakım hizmetlerinin az olmasını”, “devletin işletmecilere yeteri kadar destek olmamasını”, “vergilendirmenin yüksek oluşunu”, “havalimanı kapasitesinin yetersiz oluşunu”, “komisyon usulü turizm gerçekleşmesini”, “konaklama işletmelerinin kategorisinin tam olarak yapılamamasını”, “bölgenin kendine has bir yemeğinin olmaması” gibi temaları sıkıntı olarak algılamaktadırlar.

Ev pansiyoncularının turizmin bölgeye katkıları konusunda “turizm, kültür, kişi”, kelimelerini kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda katılımcılara göre turizm geliştikçe alt yapı çalışmaları hızlanmaktadır. Hızlanan ve iyileştirilen alt yapı çalışmalarından o yörenin insanları da yararlanabilmektedir. Bununla beraber ekonomik yönden fayda sağlar. İnsanları birbiriyle yakınlaştırıp, kaynaştırarak kişilerin kendilerini geliştirmesine yardımcı olur. Aynı zamanda bölgeye dair kültürel kimlik unsurların nesilden nesile aktarılmasını sağlar.

Son olarak “Kapadokya, turizm, turizme, kültürel, kültür, turist, turistler, vadi, vadileri, doğa, yöresel, yerli, konaklama, festival” kelimelerinin kullanılmış olması bölgenin turizm gelişimiyle ilgili konuşulduğu ve Kapadokya’daki turistik çekiciliklerle ilgili fikir beyan ettikleri izlenimini vermektedir. Buna göre bölgede yeni ürünlerin geliştirilmesi, festivallerin düzenlenmesi, vadi yürüyüşleri gibi aktivitelerin yapılarak turizm gelişiminin gerçekleşeceğini belirtmişlerdir.

Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak da alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin ifadelerine yer verilmiştir. Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısına yönelik katılımcıların görüşlerinin dağılımını gösteren kod-alt kod bölümler modeline Şekil 4.4.’de yer verilmiştir.

Katılımcıların, “turizmin bölgeye katkıları”, “bölge turizminin sıkıntıları”, “turizmin bölgeye katkıları” konusunda vermiş oldukları cevaplar Şekil 4.4.’te gösterilmiştir. Bölge turizmine bakış açısı ana temasına ait turizmin bölgeye katkıları 4 kez, turizmin bölge turizminin sıkıntıları 36 kez, bölge turizminin gelişimi 16 kez kodlandığı görülmektedir.

Katılımcılara, turizmin bölgeye katkılarının neler olduğu sorulmuş ve alınan yanıtlar, “Turizmin Bölgeye Katkıları” kodu altında toplanmıştır. Katılımcılar, turizmin kültürel kimlik unsurlarının nesilden nesile aktarılmasında fayda sağladığını, işletme sahiplerine gelir yaratıcı etkisiyle ekonomik faydasının olduğunu, ulaşım olanaklarını ve sosyal yaşamı geliştirdiğini dile getirmişlerdir. Bu bağlamda turizmin olumlu etkilerinin ev pansiyoncuları tarafından kavranıldığı görülmektedir. Turizmin gelişmeye başladığı bu bölgede turizmin katkılarının arttığı gözlemlenmektedir. Aynı zamanda katılımcılar bu faydalardan dolayı turizmin bölgeye hayat verdiğini düşünmektedirler.

Araştırmaya katılan ev pansiyoncularına turizmle ilgili yaşadığı sıkıntılar sorulmuştur ve alınan cevaplar, “Bölge Turizminin Sıkıntıları” kodu ile kodlanmıştır. Katılımcılar bölge turizminin sıkıntıları konusunda “Yeterli turizm desteği ve politikanın olmaması”, “Havalimanı kapasitesinin yetersiz olması”, “Turizm pazarlama sorunları”, “Turistik ürünü tanıtmada sorunları”, “Mevsimlik yoğunlaşma”, “Turizm eğitimi sorunları”, “Vergilendirme Sorunları”, “İşletmecilik ve genel yönetim sorunları”, “Ulaştırma sorunları”, “Yemek kültürünün olmayışı”, “Kültürel deformasyon” ve “Yanlış fiyatlandırma politikası” görüşlerinde birleşmektedirler. Bölgenin ilk tercih edilen

destinasyon olmadığından dolayı gelen turistlerin bölgede yeteri kadar harcama yapmadıklarını ve geceleme sayılarının az olduğunu dile getirmişlerdir. Bu sebepten ötürü bölgede görülmesi gereken yerlere ve yapılması gereken aktivitelere zaman kalmamaktadır.

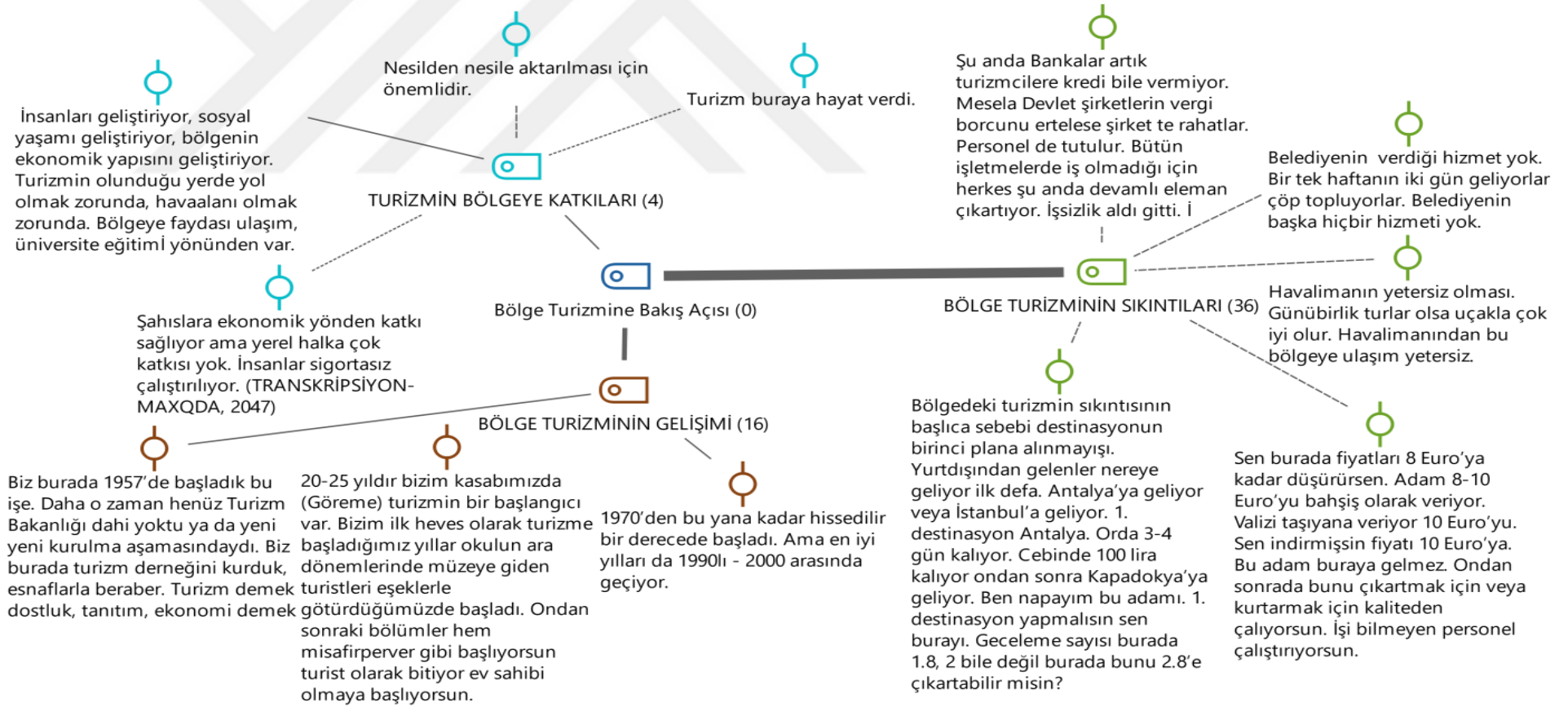
Katılımcılara göre bölgede kültür turizmi yanlış uygulanmaktadır. Turistlere daha çok harcatma politikası bölgenin kültürel öğelerinin geri plana itmektedir. Bu da bölgede kültür turizmden ziyade alışveriş turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bölgede fiyatların düşük olduğunu bu durumun da kaliteyi düşürdüğünü, bu yüzden bölgeye yeteri kadar turist gelmediğini belirten katılımcılar da olmuştur. Bununla birlikte katılımcılara göre, turistlerin harcamalarının düzensiz bir şekilde dağılması küçük işletmelerin turizm gelirlerinden daha az pay almalarına neden olmakta ve bu durumun acilen çözüme kavuşturulması gerekmektedir.

Yerel yönetimlerin birtakım hizmetlerinin, devlet destek ve teşvikin yetersiz olması belirtilen diğer sorunlar arasındadır. Katılımcılar bölge turizminin ekonomi, siyaset, uluslararası ilişkiler gibi durumlardan etkilendiği için zaman zaman ekonomik olarak zor dönemler yaşamaktadırlar. Bu dönemlerde devletin yeteri kadar destek olmadığına ve kredi çekmekte zorlandıklarına vurgu yapmışlardır. Aynı zamanda kendilerine uygulanan vergilerin yüksek olmasından dolayı gider kalemlerinin yüksek olduğunu ve bu yüzden sıkıntılı dönemlerde personeli işten çıkarmak zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Havalimanının kapasitesinin yetersiz oluşu ve bununla beraber havalimanından otellere ulaşımının sıkıntılı olması bölgenin alt yapıyla yaşadığı sorunlardır. Bunun yanı sıra işin ehli olmayan kişilerin ev pansiyonu açması ve işletmesi yani bu işi yapmakta bir kriterinin olmaması yaşanan başka bir sorundur. Bölgenin gizli kalmış tarihi içerisindeki unsurların yeteri kadar tanınmadığını bu yüzden bir yemek kültürünün oluşmadığını belirtmişlerdir. Katılımcılara göre bölgede turistlerin bölgeye has yemek yiyebilecekleri bir yer yoktur.

Kapadokya, dünyada eşine az rastlanır çekim gücüne sahip bir bölgedir. Ancak çekim gücü varlıklarının yoğun olduğu bu bölgede, birçok sorunun mevcut olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda bu sorunlar farklı destinasyonlarda turizm gelişimini engelleyen sorunlardır.

Katılımcıların turizmin gelişimi konusundaki fikirleri “Bölge Turizminin Gelişimi” kodu altında toplanmıştır. Bölge turizminin gelişimi alt temasına ilişkin ifadelerinde “Bölge turizminin tarihsel gelişimi”, “Bölgedeki turizm sektörünün gelişimi”, “Bölgedeki turist profili ve beklentileri”, “Kalkınma politikalarındaki değişim” konularına vurgu yapılmaktadırlar. Katılımcılar, turizm sektörünün Kapadokya’da gelişim sürecini tarihsel perspektifte ele almakta, kalkınma planlarının turizm uygulamalarını nasıl şekillendirdiğini değerlendirerek turizm sektörünün nasıl kullanılması gerektiğine dair görüşler bildirmektedirler. Buna göre bölgede turizm başlangıcı 1950’li yılların sonuna dayanmakla birlikte, 1970’ten itibaren hissedilir bir şekilde başlamış ve 1990-2000 yılları arasında en hızlı gelişim sürecini yaşamıştır. Turizmin bölgedeki ilk uygulamaları daha çok iletişime ve dostluğa dayalı şekilde gerçekleşmiştir. Ayrıca turizmin bölgede ilk gelişmeye başladığı yıllarda otel sayısının az olduğunun, hizmet kalitesinin daha yüksek olduğunu, kültür turizmine dayalı bir hareketliliğinin olduğunu vurgulamışlardır. Ancak artık mass turizme ve alışverişe dayalı bir turizm gelişimi yaşadıklarını ve turizm sektöründe bölgenin hızlı bir şekilde tekelleşmeye sahne olduğunu belirtmişlerdir. Bu bakımdan bölgede turizm gelişimi plansız, bilinçsiz, sancılı ve kontrolsüz olarak nitelendirilmiştir.



Şekil 4.4: Ev pansiyoncularının bölge turizmine bakış açısına yönelik kod-alt kod-bölümler modeli

Tablo 4.5'te araştırmaya katılan ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetlere dair bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 4.5: Ev pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetler

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Verilen Hizmetler	Kahvaltı	55	78,57	78,57
	Akşam Yemeği	13	18,57	18,57
	Diğer	2	2,85	2,85
	Toplam	70	100	100
Odasında Bulunan İmkânlar	Klima	14	12,17	12,17
	Mini bar	27	23,47	23,47
	TV	37	32,17	32,17
	Kettle	14	12,17	12,17
	Telefon	12	10,43	10,43
	Kasa	11	9,56	9,56
	Toplam	115	100	100
Banyosunda Bulunan İmkânlar	Küvet	14	17,5	17,5
	Duş Kabini	32	40	40
	Jakuzi	27	33,75	33,75
	Hamam	7	8,75	8,75
	Toplam	80	100	100

Araştırma kapsamına alınan ev pansiyonlarının %78,57'sin de kahvaltı verilmektedir. Ev pansiyonculuğunun yaygın olduğu bazı Avrupa ülkeleri ile Amerika'da ev pansiyonculuğu daha çok yatak ve kahvaltı işletmeciliği olarak algılanmaktadır. Warnick ve Klar JR (1991) Massachusetts Common Wealth'da araştırma kapsamına aldıkları yatak ve kahvaltı işletmelerinin sadece %8'inde kahvaltı servisi yapmadığını belirtmişlerdir. Çeşitli olanaklar sağlayarak turistleri rahat ettirmek ev pansiyonculuğunda profesyonel sayılabilecek bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Bölgedeki ev pansiyonlarında verilen kahvaltı hizmetinin ayırıcı özelliği bölgeye özgü yöresel ve el yapımı ürünlerden oluşmasıdır. Ev pansiyonu sahibinin annesi ya da kendisi tarafından kahvaltı hizmeti hazırlanmakta ve verilmektedir. Ev pansiyoncuları aynı zamanda kendi yetiştirdikleri domates, biber ya da bölgenin yöresel pazarından satın aldığı peyniri, balı, pekmezi de kahvaltıda sunmaktadırlar. Ev pansiyonlarının %18,57'si akşam yemeği vermektedir. Akşam yemeğini maliyetinden dolayı

veremediklerini eğer müşteri tarafından talep edilirse aynı zamanda ekstra ücretlendirmeye bu hizmetinde verildiği vurgulanmaktadır. Akşam yemeğinde ise 7-8 çeşit meze çeşidi, bölgenin yöresel çorbaları, güveçte ya da tandırda pişen yemekler servis edilmektedir. Ev pansiyonlarının %8,85'in de transfer ve tur satışları gibi hizmetler verilmektedir. Diğer hizmetler kısmında havalimanından ulaşım, balon, bölge gezisi gibi turların da ev pansiyonları içerisinde sağlandığı belirtilmektedir.

Ev pansiyonlarının odalarında sunulan imkânlar bakıldığında %12,17'sinin odasında klima, %23,47'sinde mini bar, %32,17'sinde televizyon, %12,17'sin de kettle, %10,43'ün de telefon ve %9,56'sında kasa bulunmaktadır. Bölgedeki ev pansiyonlarının odalarında bir odada olması gereken asgari her şeye sahip olduğu görülmektedir. Bölgede klima kullanımı yaygın değildir. Bu durum bölgenin kaya yapısından dolayı serin olmasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden katılımcılar klimanın gereklilik olmadığını savunmuşlardır. Bazı odalarında takmalarının sebebi ise kışın ısıtma sistemi olarak kullanılmasıdır. Bu işletmelerinde odalarında yarısının televizyonu ve uydusu yoktur. Ev pansiyonu işletmecilerinin veya sahiplerinin çoğunluğu ev pansiyonlarında televizyon bulundurmaktan yana olmayıp tatilin “kafa dinlemek” olduğunu bu yüzden karşı olduklarını beyan etmektedirler. Ayrıca televizyonun işletmenin, bölgenin konseptine uymadığı için koymadıklarını ifade edenlerde vardır. İnternet hizmeti yaygın olup internet hizmeti veren ev pansiyonlarının kablosuz internet erişimi vardır. Bu durum turizmin modernleştirici etkisinin bir örneğidir.

Banyolarında ise %17,5'in de küvet, %40'ın da duşa kabin, %33,75'in de jakuzi ve %8,75'in de ise hamam bulunmaktadır. Katılımcılar için jakuzi ve hamam bulunması estetik açısından oldukça önemlidir. Banyolarında hem otantikliği yakalamak hem de estetik görünüm için hamam tarzında yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu nedenle hamamla uyumlu peştamal, özel yapım sabun gibi ürünlerde bulundurmaktadırlar. Jakuziyi sağlıklı bulanların yanında estetik açıdan fark yarattığını bu yüzden banyolarını o şekilde dekore ettiklerini ifade edenlerde mevcuttur.



Şekil 4.5: Ev Pansiyonlarının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetlere ilişkin kod-alt kod-bölümler modeli

Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak da alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve katılımcıların alt temalara ilişkin ifadelerine yer verilmiştir. Ev pansiyoncularının turistlere sağladıkları imkân ve hizmetlere yönelik katılımcıların görüşlerinin dağılımını gösteren kod-alt kod bölümler modeline Şekil 4.5.'de yer verilmiştir. Şekil 4.5. incelendiğinde “Özellikler” ana temasının 13 kez kodlandığı görülmektedir.

Ev pansiyoncuları bölgenin coğrafi yapısıyla ve kültürüyle uyumlu ve mekânı zevkli yapacak unsurlarla, bütçeleri çerçevesinde turistlere hizmet ve olanak sağlamaktadırlar. Bölgede ev pansiyonlarının hizmetlerini estetik, fiziki ve sosyal yönden yöresel mimari ve geleneksel değerlerle iç içe verilmesi gerektiğini savunanlar çoğunluktadır. Bu yüzden ev pansiyonları aslında uygun şekilde tadilat ve tamirat yapılan evlerden oluşmaktadır.

İyi bir ev pansiyoncusunun iletişimi kuvvetli, işini seven ve işine sadakati olan, bilgili ve eğitilmiş olması gerektiğini dile getirmişlerdir. Ayrıca ev pansiyoncuları misafirlerini

daha iyi bilgilendirmek ve işlerini aksaksız yürütebilmek için ev pansiyonuyla ilgili her işten anladıklarını ve yaptıklarını belirtmişlerdir.

Ev pansiyonlarının bölgenin kültürünün verebilmeleri için ev pansiyonu sahiplerinin de aynı işletmede yaşaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Ancak bu şekilde başarılı bir ev pansiyonculuğu yapılabileceğini dile getirmişlerdir.

4.4. Katılımcıların Ev Pansiyonculuğuna Yönelik Tutumları

Katılımcıların ev pansiyonculuğuna yönelik tutumları, kullanılan ölçek dâhilinde ekonomik ve sosyal-yönetimsel tutumlar olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. Araştırma soruları kapsamında, ev pansiyoncularının ev pansiyonculuğuna yönelik tutumlarını değerlendirebilmek amacıyla 6 (bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncuları ev pansiyonlarına yönelik ekonomik açıdan nasıl bir tutum sergilemektedir?) ve 7 (bölge genelinde hizmet veren ev pansiyoncuları ev pansiyonlarına yönelik sosyal açıdan nasıl bir tutum sergilemektedir?) numaralı araştırma soruları geliştirilmiştir. Bu bağlamda, öncelikle Tablo 4.6’da ev pansiyoncularının ev pansiyonlarına yönelik ekonomik tutumlarına, Tablo 4.7’de ise sosyal ve yönetimsel tutumlarına ilişkin yöneltilen ifadelerle verdikleri cevapların ortalama, standart sapma ve mod değerleri verilmiştir. 5’li likert tipi ölçeklerle oluşturulan ifadelerle verilen yanıtların aritmetik ortalamaları 5’e yaklaştıkça, tutumların olumlu olma düzeyleri artmaktadır.

Tablo 4.6: Ev pansiyonculuğunun ekonomik boyutuna yönelik tutumlara ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.

İfadeler (n:55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Elde ettiğim gelir benim için yeterli.	4,38	1,38	5
Elde ettiğim gelir yaşam standartımı yükseltir.	4,09	1,49	5
Elde ettiğim gelir tasarruf yapmamı sağlar.	3,69	1,69	5
Elde ettiğim gelir gayrimenkul satın almamı sağlar.	3,81	1,65	5
Elde ettiğim gelir evin geçimini sağlar.	4,38	1,24	5
Elde ettiğim gelir farklı ilgi alanları için değerlendirmemi sağlar.	3,92	1,54	5
Elde ettiğim gelir turizm yatırımı için değerlendirmemi sağlar.	3,78	1,62	5
GENEL	4,01	1,20	5

Nicel ve nitel araştırmalara katılan ev pansiyoncularının ev pansiyonlarına yönelik ekonomik tutumlarına bakıldığında, ölçek en üst değerde olmasa da, 4 (katılıyorum) düzeyinin biraz üzerinde ($\bar{x}$: 4,01) bir genel aritmetik ortalama ile karşılaşmıştır. Katılımcılar en çok “elde ettiğim gelir benim için yeterli” ve “elde ettiğim gelir evin geçimini sağlar” ifadelerine yüksek ortalamalarda katılım göstermişlerdir ($\bar{x}$: 4,38). Bununla birlikte, ev pansiyoncuları için her ne kadar elde ettikleri gelir maddi problemler doğurmasa da “elde ettiğim gelir tasarruf yapmamı sağlar” ifadesine verilen yanıtların ortalama değerleri ($\bar{x}$: 3,69) ölçek orta değeri olan “orta düzeyde katılıyorum” seçeneğine yakın sonuçlar vermiştir. Dolayısıyla, bölgede ev pansiyonculuğunun sağladığı gelir yatırımcıların maddi beklentilerini karşılamakla birlikte, tasarruf yapma noktasında yüksek bir beklenti içerisinde olmamak gerektiği sonucuna ulaşılabilir.

Özellikle 2020 yılı başlarında patlak veren küresel pandemi döneminde yaşanan olumsuz ekonomik süreç, ev pansiyoncular dâhil olmak üzere bütün turizm işletmelerinde ciddi mali problemlere yol açmıştır. Ancak pandemi ile gelecekte kitle turizminin önemli ölçüde popülerliğini yitirebileceği öngörüsüyle hareket edilecek olunursa, butik tarzda işletmecilik yapan ev pansiyonculuğunun ekonomik yönden daha sağlam yatırımlar olabileceği söylenebilir.

Tablo 4.7: Ev pansiyonculuğunun sosyal ve yönetsel boyutuna yönelik tutumlara ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Ev pansiyonculuğu arkadaş edinme fırsatı verir.	4,93	0,26	5
Ev pansiyonculuğu planlama ve karar verme konusunda inisiyatif kullanmamı sağlar.	4,71	0,71	5
Ev pansiyonculuğunun ilgi çekici bir iş olduğunu düşünürüm.	4,85	0,45	5
Ev pansiyonculuğu yaptığım için sonuçları hakkında geri bildirim alırım	4,89	0,31	5
Ev pansiyonculuğu tatmin edici düzeyde sosyal fayda sağlar.	4,11	1,39	5
Ev pansiyonculuğu kendimi geliştirme imkânı tanır.	4,71	0,94	5
Ev pansiyonculuğu yeteneklerimi geliştirme fırsatı verir.	4,64	1,07	5
GENEL	4,69	0,52	5

Ev pansiyoncularının ev pansiyonlarının sosyal ve yönetsel fonksiyonlarına yönelik tutumları ekonomik tutumlarına oranla daha yüksek genel aritmetik ortalamaya sahiptir ($\bar{x}$: 4,69). Gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlarda da sürekli ev pansiyonculuğunu

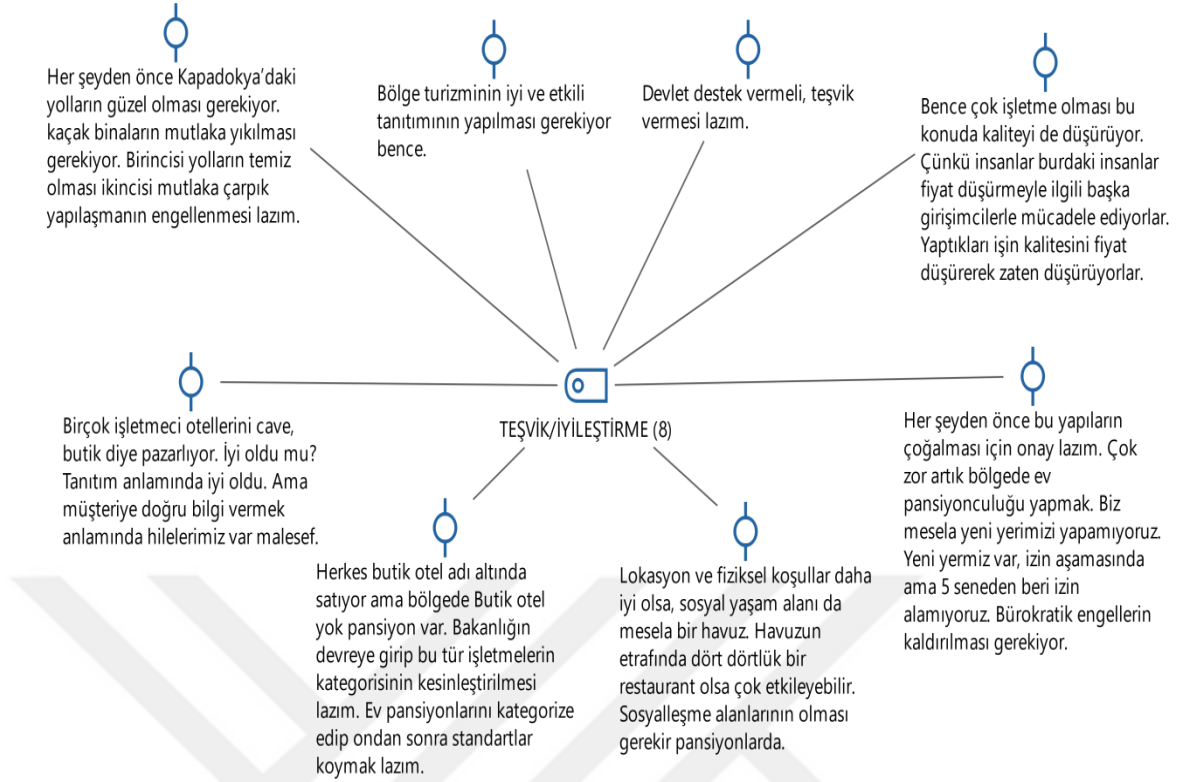
samimiyet, dostluk, misafirperverlik gibi kelimelerle bağdaştıran pansiyoncular, bu yatırımlarından yüksek düzeyde sosyal, kişisel ve yönetsel fayda elde ettiklerini belirtmektedirler. Bu bağlamda araştırmaya katılan ev pansiyoncularının neredeyse tamamı; “ev pansiyonculuğunun arkadaş edinme fırsatı verdiğini” ($\bar{x}$: 4,93), “ev pansiyonculuğunun ilgi çekici bir iş olduğunu” ($\bar{x}$: 4,85) ve “ev pansiyonculuğunun kendilerini geliştirme fırsatı sağladığını” ($\bar{x}$: 4,71) belirtmişlerdir.

Ev pansiyonlarının az odalı, küçük işletmeler olması, bu işletmelerde yönetim fonksiyonlarının (karar verme, planlama, yetenek gelişimi gibi) etkili ve sorunsuz bir biçimde yürütülmesini beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, ev pansiyoncularının büyük bir çoğunluğu, “ev pansiyonculuğunun planlama ve karar verme açısından rahatlıkla inisiyatif kullanmayı sağladığını” ($\bar{x}$: 4,71) ve “ev pansiyonculuğunun kendilerini geliştirme fırsatı verdiğini” ($\bar{x}$: 4,71) vurgulamışlardır.

4.5. Ev Pansiyonculuğunun Geliştirilmesine Yönelik Yürütülen Faaliyetler

Bu bölümde ev pansiyonculuğunun geliştirilmesine yönelik yürütülen faaliyetleri neler olduğuna dair sekizinci araştırma sorusu (Bölgede ev pansiyonculuğunu tanıtmak, iyileştirmek ve teşvik amacıyla ne tür faaliyetler yürütülebilir?) geliştirilmiştir. Bu bağlamda derinlemesine mülakat tekniği sonucunda oluşturulan kod-alt-kod bölümler modelinden yararlanılmıştır. Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesine yönelik yürütülen faaliyetlere yönelik katılımcıların görüşlerinin dağılımını gösteren kod-alt kod bölümler bölümüne Şekil 4.6.’da yer verilmiştir. Katılımcılara, bölgede ev pansiyonculuğunu tanıtmak, iyileştirmek ve teşvik etmek amacıyla ne tür faaliyetler yürütülmesi gerektiği sorulmuştur. Alınan cevaplar, “Teşvik/İyileştirme” kodu altında toplanmıştır. Şekil 4.6. incelendiğinde “Teşvik/İyileştirmek” ana temasının 8 kez kodlandığı görülmektedir.

Katılımcılar, Kapadokya bölgesinde ev pansiyonculuğunu tanıtmak, iyileştirmek ve teşvik etmek amacıyla hizmet kalitesi ve tanıtımın artırılması, ev pansiyonculuğunun otel sınıflandırılması içerisindeki yerinin belirlenip ev pansiyonculuğu yönetmeliğinin çıkarılması, doğru tanıtım ve pazarlama stratejilerinin uygulanması, devlet desteğinin ve denetimlerin artırılması ve bölgeyle ilgili fiziksel koşulların iyileştirilmesi gerektiğini düşünmektedirler.



Şekil 4.6: Bölgede ev pansiyonculuğunu geliştirmek için getirilen önerilere ilişkin kod-alt kod-bölümler modeli

Kapadokya’da ev pansiyonculuğu eski yıllardan beri süregelen bir gelenektir. Bölgedeki ev pansiyonları, Kapadokya için stratejik bir öneme sahiptir. Bu nedenle bölge için özel bir önem taşımaktadır. Alt yapı ve üst yapı sorunlarının öncelikle halledilmesi ve kaçak yapıların denetiminin yapılması ev pansiyonlarının gelişimi için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Öte yandan bölgede özellikle ev pansiyonculuğu alanında yasal düzenlemelerin yetersiz oluşunu, destek ve teşvikin az olmasını hatta ev pansiyonculuğunun bir yönetmeliğinin olmamasını ev pansiyonculuğundaki kötü yönlü gelişmeler olarak değerlendirilmişlerdir. Aynı zamanda ev pansiyoncuları yerel paydaşların ev pansiyonculuğunun gelişmesinde yeterince etkin olmadıklarını ifade etmişlerdir. Ev pansiyoncuları tanıtımın yetersiz olduğu konusunda da fikir birliği içerisindeyler. Ev pansiyonlarında düzenli personelin bulunmaması başka kötü yönlü bir gelişme olarak ifade edilmiştir. Bu yüzden ev pansiyonlarının iyi yönlü gelişiminin sağlanabilmesi için devletin yeteri kadar destek ve teşvik vermesi, imar sorunlarının halledilerek yolların düzeltilmesi, fiziksel olarak koşulların düzeltilerek ev pansiyonlarının daha fazla olanağa sahip olması ve düzenli işinin başında personel bulundurulması gerektiğini savunmuşlardır.

4.6. Kültürel Kimliği Oluşturan Unsurlara Yönelik Tespitler

Ev pansiyoncularının kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik tespitlerini ortaya koyabilmek amacıyla dokuzuncu araştırma sorusu (Bölge genelinde hizmet veren pansiyoncuların kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik genel bakış açısı nedir?) geliştirilmiştir. Bu kapsamda derinlemesine mülakat tekniği sonucunda oluşturulan kelime bulutu ve kod-alt-kod bölümler modelinden yararlanılmıştır. Ancak ev pansiyoncularının kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik tespitleri bölgede ve ev pansiyonlarında olmak üzere iki açıdan incelenmiştir. Ev pansiyoncularının bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik tespitleri Şekil 4.7’de kelime bulutu ve Şekil 4.8’de kod-alt kod bölümler modeli ve pansiyonlarda kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik tespitleri Şekil 4.9’da kelime bulutu ve Şekil 4.10’da kod-alt kod bölümler modeli olarak gösterilmektedir.

4.6.1. Kapadokya bölgesinde kültürel kimliği oluşturan unsurlar

Yapılan görüşmeler de en fazla kullanılan kelimelerden kelime bulutu oluşturulmuştur. Tek kelimelerden oluşturulan kelime bulutu Şekil 4.7.’de verilmektedir. Şekil 4.7.’de kelime bulutu en fazla vurgulanan 75 kelimeden oluşmaktadır. En fazla kullanılan kelimelerden oluşturulan kelime bulutuna bakıldığında; “Anadolu”, “kültür”, “Judas”, “tarihi”, “köy”, “çanak”, “at”, “Avanos”, “dini”, “kıyafet”, “yemekleri”, “yöresel”, “çömlek”, “taş”, “mutfak”, “pekmez”, “dolaz”, “doğal”, “kiliseleri”, “Hristiyanlık”, “Bizans”, “kütüphane”, “mitoloji”, “şalvar”, “Mustafapaşa”, “halı”, “Osmanlı”, “Selçuklu”, “taş”, “mağara”, “Rumlar”, “tabiat”, “tandırda”, “limon”, “güvercinlikler” gibi kelimeler en fazla vurgulanan kelimeler olarak göze çarpmaktadır. Katılımcıların bölgedeki kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik ifade ettikleri kelimeler aynı zamanda bölge kültürünün ve bölge turizm kimliğinin oluşmasında ve kaybolan kültürel öğelerin belirlenmesinde etkili olan unsurlardır. Şekil 4.7.’ye göre katılımcıların bölgenin doğal/estetik, aktiviteler/semboller ve anlam/mana kültürel kimlik unsurları hakkında konuştuklarını göstermektedir.



Şekil 4.7: Bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik görüşlere ilişkin kelime bulutu

Kültürel kimlik unsurları; doğal/estetik, aktiviteler/semboller ve anlam/mana üç boyutta ele alınmıştır. Doğal/estetik boyut ve aktiviteler/semboller boyutu Kapadokya bölgesinin kültürel faaliyetlerinin sergilenen ve katılımı olan kısımlarını ifade ederken, anlam/mana boyutu ise daha çok turistlere aktarılan kültürel kimliğin özünü ve önemini göstermektedir. Ev pansiyoncularının bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik tespitleri hakkında kelime bulutu ve kod-alt kod bölümler modeli oluşturulduğunda kültürel kimliğin 3 boyutuna ilişkin birtakım çıkarımlarda bulunulabilir. Tablo 4.8.’ de bu çıkarımlar özetlenmiştir.

Doğal/Estetik Unsurlar

Kültürel kimliğin ilk boyutu doğal/estetik unsurlardır. Kapadokya bölgesinin doğal/estetik kültürel kimlik unsurlarının insan/el yapımı eşyalar, sunum ve tanıtım üzerine kurulduğu görülmektedir. Katılımcıların, kültürel kimlik unsurlarına dair doğal/estetik algılarını “dil, güvercinlikler, evler, kaya kiliseleri, peri bacaları, kılık/kıyafet, çanak-çömlek, testi, onyx taşı ve halıcılık” oluşturmaktadır. Bölgenin doğal/estetik boyutuna dair kültürel kimlik unsurları daha çok bölgenin doğal yapısında kendini göstermektedir.

Tablo 4.8: Kapadokya bölgesinde kültürel kimlik unsurları

Kültürel Kimlik Boyutları	Açıklamalar
Doğal/Estetik	Dil
	Peri bacaları
	Yer altı şehirleri
	Kaya kiliseleri
	Göreme Açık Hava Müzesi
	Güvercinlikler
	Evler
	Kayadan Oyma Oteller
	El Sanatları (çömlekçilik, halı ve kilim dokumacılığı, kırkyama, el yapımı bebek üretimi, oniks taş işlemeciliği)
	Bağcılık
Aktiviteler/Semboller	Sıcak Hava Balon Turu
	İhlara Vadisi
	At turu
	Yürüyüş
	Atv
	Yemekler (testi kebabı, çömlekte kuru fasulye, aside, köftür, gendime, dolaz, Nevşehir tava)
	Filmler
	Bağcılık
Anlam/Deneyimler	Hristiyanlık
	Rumlar
	Mübadele
	Bölge Mimarisi (taş işlemeciliği, boyama sanatı)
	Hacı Bektaş-i Veli
	Eşekli Kütüphane
	Misafirperverlik
	İsim

Kapadokya bölgesinin kültürel kimliğinin bir ögesi dildir. Katılımcılar tarafından bölgenin şivesinin vurgulandığı görülmektedir. Kapadokya ve yöresi ağzı veya şivesi, aksan özellikleri bakımından çevresindeki bölgelerin konuşma dilleriyle hemen hemen aynıdır. Özellikle Aksaray, Kayseri ve Nevşehir illerinin şivesi kendine özgü benzer özellikler gösterir. Yöre insanın konuşmasında, bir taraftan Anadolu Türkçesi bir

tarafından Kapadokya Yunancası sezilir. Kapadokya Yunancası, Yunancanın bir temel lehçesi olup eskiden Kapadokya’da yaşayan Rumlar tarafından konuşulmaktaydı. Bölgede konuşulan lehçeye örnek olarak, *limon-ilimon*, *rakı-irakı*, *nasılsın-nörüyon*, *nörüm*, *ağzını yediğim* gösterilebilir.

Doğal/estetik boyutun bir unsuru olan peri bacalarını doğal bir oluşum olarak ifade edebiliriz. Peri bacaları ismi 18. yy. da bölgeye gelen ilk Fransız gezginler tarafından konulmuş bir isimdir. Bölgeyi dünyaya tanıtan ilk Fransız seyyahlar Paul Lucas (1664-1737) gördükleri karşısında hayrete düşmüş izlenimlerini 1712 yılında Paris’te yayınlamıştır. Bu tarihten sonra bölgeye gelen diğer seyyahlar konik şeklindeki monolitlerin (yekpare kaya parçası) içerisinde yaşayan (kovuklarda, mağaralarda) yaşayan halkın durumu karşısında bu yapılara peri bacası ismini vermişlerdir (Korat, 2003). Peribacası diye adlandırılan oluşumlar, rüzgârın, vadi yamaçlarından inen sel ve yağmur sularının tüflerden oluşan yapıyı aşındırmasıyla ortaya çıkmıştır. Sel sularının dik yamaçlarda kendine yol açması, sert kayaların çatlamasına ve kopmasına sebep olmuştur. Kapadokya bölgesi peribacalarının yanı sıra, peribacalarına oyulan yerleşim yerleri, yer altı şehirleri ve kaya kiliseleriyle birçok doğal/estetik unsura sahiptir.

Yer altı şehirlerinin büyük bir çoğunluğu bölge insanı tarafından yumuşak tüfün aşağıya doğru keski ve çekiçlerle oyulmasıyla inşa edilmişlerdir. Oyma esnasında yumuşak kaya yapısının çok kolay kazılabilmesi, ihtiyaca göre genişletmeye, yeni koridorlar ve merdivenlerle birbirine bağlanmasına imkân vermiştir. Bu mekânlar o dönemde daha çok savunma amaçlı kullanılmaktaydı. M.Ö. 1800’li yıllarda Hititler döneminde yapılmaya başlandığı tahmin edilmektedir. Kapadokya Bölgesi tarihi, ticaret yollarının ve orduların geçiş güzergahında olduğu için her zaman saldırılara maruz kalan bir noktada yer almaktadır. Yerel halk bu istilalardan ve saldırılardan korunmak için yer altı şehirlerini inşa etmeye başlamışlardır. Daha sonra bölgeye yerleşen ilk Hristiyanlar bu yer altı şehirlerini kullanmışlar ve büyütmüşlerdir. Toprak altında yaratılan bu yaşam alanlarında, mutfaklar, kilerler, ibadet yerleri, sıra haneler, ahırlar, su kuyuları ve havalandırma bacaları mevcuttu. Bölgedeki yer altı yerleşimleri 150-200 civarındadır. En çok bilinen yeraltı yerleşimleri Derinkuyu ve Kaymaklıdır (S. Kılıçkiran, kişisel görüşme, 14 Mayıs 2021).

Kaya oyma yapılar evin haricinde dini tapınaklar olarak da kullanılmaktadır. Tonozlu, apsisi, kubbeli kilise mimarisi kaya içlerine oyularak oluşturulmuştur. Genellikle bu kilise duvarlarında İsa'nın hayatına ve İncil'e dair kesitler resmedilmiştir. Hristiyanlık dini açısından önemli bir merkez olan Kapadokya'da Kayserili Büyük Basil, Nazianzos'lu Gregorios ve Nysa'lı Gregorios gibi din adamları yetişmiştir. Kayserili Basil ve Naziansoslu Gregorius yeni bir manastır hayatı sistemini Kapadokya'da başlatmıştır.

Kapadokya bölgesinde 40'ın üzerinde manastır bulunmakta olup, bunlardan günümüze en iyi şekilde korunarak gelen manastır Göreme /vadisinde bulunan ve müze olarak kullanılan manastırdır. Bu manastır birçok kayadan oyma kiliselerin, şapellerin, kızlar ve erkekler manastırının, yemekhanelerin, mutfakların, erzak depolarının bulunduğu bir komplekstir. Bu manastırda bulunan keşişler toplu şekilde dua eder, yemek yerler ve toplu şekilde çalışırlardı. Suriye ve Mısır'daki keşişler gibi vücutlarına eziyet etmeleri, tek başlarına yaşamaları yasaklanmıştı. Bu şekilde topluma faydalı bir insan olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir (S. Kılıçkiran, kişisel görüşme, 14 Mayıs 2021).

Bölge, volkanik hareketler, tektonik olaylar ve doğal aşınımalar ile şekillenen yüzey şekilleri bakımından doğal peyzaj görünümündedir. Bölgenin peribacaları, vadiler, yer altı ve yerüstü özellikleriyle kendine has karakteristik bir coğrafyası vardır. Bu coğrafya milyonlarca yıl içerisinde meydana gelen volkanik patlamalar sonucu yüzeyde biriken tüfün coğrafik olaylarla aşındırılması ile şeklini almıştır. Volkanik tüfün yumuşak yapısı sayesinde insanoğlu çok eski çağlardan beri buraları amacına uygun şekilde oyarak ihtiyacı doğrultusunda yaşam birimlerine dönüştürebilmiştir. İhtiyaçlar doğrultusunda oyulmuş mekanlar, başta sivil mimari (evler) olmak üzere, dini merkezler (manastırlar, kiliseler, camiler, mezarlar), savunma yapıları (kaleler) ve zirai yapılar (bezirhaneler, setenler, güvercinlikler, arılıklar, şarap işlikleri, depolar, ahırlar) olarak ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri olan güvercinlikler, bölgenin doğal/estetik unsurlarından biridir. Kapadokya bölgesinin özel coğrafyası güvercinlikler gibi yapı türlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Katılımcılara göre güvercinliklerin bu bölgede yapılış nedeni gübresinden yararlanmak içindir. Yöre çiftçileri tarafından nesilden nesile bağ ve tarımda verimi arttırmak için güvercin gübresi kullanılmış, bu nedenle çok sayıda güvercinlik inşa edilmiştir.

Tarih boyunca Kapadokya’da yaşayan yerel halk ponza taşına benzer verimsiz topraklarına tarım yapmaya elverişli hale getirmek için güvercin gübrelerinden faydalanmışlardır. Bu amaçla Kapadokya’da vadilerin üst kısımlarına yaptıkları güvercin evleriyle güvercin beslemiş ve yılda iki kere olmak kaydıyla gübrelerini toplamışlardır. Güvercin gübresi içeriğinde bulunan %2 nitrat ve %1 azot, %25 organik madde içeriğiyle en zengin doğal gübredir. Ve bu özelliklerinden dolayı 15. Yy. dan sonra Osmanlı İmparatorluğu barut ihtiyacını karşılamak için barut yapımında kullanılmıştır.

Kapadokya bölgesinde evler yamaçlara ya kayaların oyulması suretiyle ya da kesme taştan inşa edilmişlerdir. Bölgenin tek mimari malzemesi olan taşın ısıya karşı ciddi bir yalıtım sağlaması, yörenin volkanik yapısından dolayı ocaktan çıktığında işlenmesinin çok kolay olması kullanımını yaygınlaştırmıştır. Konut türleri, “yarı oyma-yarı yığma” ve “yığma” olarak çeşitlenir. Kapadokya evleri genellikle kaya oyma mekanlarının üzerine kesme taştan yapılan mimari yapılardan oluşur. Günlük hayatın büyük bir bölümü etrafı yüksek avlu duvarı ile çevrili hayat adı verilen avluda geçer. Evlerin diğer bölümleri kiler, ahır ve tandır odalarından oluşmaktadır. Bu mekânların hepsi avluya açılır.

Kayadan oyma mağara tipi oteller Kapadokya bölgesinde önemli bir kültürel kimlik ögesidir ve dolayısıyla sayıları hızla artmaktadır. Otantik yapılarıyla yerli ve yabancı turistlerin büyük ilgisini çekmektedir. Kapadokya bölgesinin temelini oluşturan kayaların oyulmasıyla oluşturulan bu konaklama işletmelerinin bazıları geçmişte aileler tarafından kullanılan tarihi evlerdir. Bölgede bu tür konaklama işletmeleri daha çok Göreme, Ürgüp ve Uçhisar’da bulunmaktadır.

Katılımcılara göre Kapadokya bölgesinde var olan el sanatları; halı ve kilim dokumacılığı, el yapımı bebek üretimi, çömlekçilik ve oniks taş işlemeciliğidir. Kapadokya bölgesinde dokumacılık, evlerde daha çok geleneksel yöntemlerle çalıştıkları bir el sanatı olarak başlamıştır. Bölgedeki dokumalarda genellikle kök boya kullanılmakta, bu kök boya dağlardan toplanan çeşitli otların kaynatılmasıyla elde edilmektedir. Dokuma türleri arasında halı, kilim, sedir örtüsü, yastık halısı, divan örtüsü ve seccade sayılabilir. Bölgenin halılarında Selçuklu motifleri ve leblebi modeli hakimdir.

Anadolu’ya halı trüklerle beraber Orta Asya’dan halı dokumacılığı gelmiştir. Halının Türk kültüründe çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Özellikle bekar/evlilik öncesi kızların dokuma tezgahlarında dokudukları halılar. Özellikle yün ipliklerin kökboyalarıyla boyanıp dokuma tezgahlarında dokunur. Avanos halısı, Bünyan halısı, Yahyalı halısı renk ve ilmik göre değişiklikler gösterirler.

Kapadokya’daki bir diğer dokuma türlerinden biri de kırk yamadır. Kırkyama, bir dönem yoksul kesimin giyim ihtiyacını karşılamak adına çeşitli bez parçalarının bir araya getirilerek ve değişik şekillerde desenler evirilerek dikilmesi sonucunda ihtiyaç için yapılan bir el sanatıdır. Aynı zamanda kırkyama masa, sehpa ve yatak örtüsü olarak da kullanılmaktadır (“Kırkyama”, 2021).

Kapadokya bölgesindeki bir diğer doğal/estetik unsuru çanak-çömlek imalatıdır. Kapadokya bölgesinde çömlekçilik Hititler döneminde çömlekçi çarkının kullanılmasıyla başlayan ve günümüze kadar süre gelen bir kültürel mirastır. Bölgede yaşayan medeniyetler tarafından çömlekçilik bugüne kadar sürdürülmüştür. Kızılırmak yatağında bulunan kırmızı killi toprağın işlenmesiyle elde edilen çanak, çömlek, sürahi ve diğer süs eşyaları yerel zanaatkarların elinde bir sanat eserine dönüşmüştür. Kapadokya bölgesinde çömlekçiliğin yapıldığı yer Avanos ilçesidir. Bölgede çanak-çömleğin yaygın olmasının nedeni ise bölgenin volkanik bir arazi üzerine kurulu olması ve çömleğin hammaddesi olan kil ve özellikle Kızılırmak kilinin sahip olduğu niteliklerdir. Kızılırmak kili çanak-çömlek ve seramik yapımı için özel bir yapıya sahiptir.

Volkanik bölgelerde birçok değerli ve yarı değerli taş bulunmaktadır. Kapadokya volkanik bölgesinde de çıkartılan değerli taşlar atölyelerde işlenip süs eşyası olarak kullanılmaktadır. Bu değerli taşlar altın, gümüş ve bakır gibi madenlerle birleştirilerek işlenir. Bölgede çıkartılan en önemli değerli taşlar arasında kaplan gözü, zultanit, akik, oniks bulunmaktadır. Taşlar mimari süslemeler dışında süs eşyası üretiminde de kullanılmaktadır. Dolayısıyla Kapadokya, taş işlemeciliğinin de yaygın olduğu bir bölgedir.

El sanatlarının bir ögesi olan el üretimi bebekler Soğanlı köyünde yapılmaktadır. Yöresel kıyafetleriyle Soğanlı bebekleri bölgede dikkat çeker.

Aktiviteler/Semboller

Kapadokya Bölgesi'nde Ihlara Vadisi bitki örtüsü, kiliseleri ve şapelleriyle doğa, tarih ve sanat olgusunu bir arada buluşturan önemli bir kültürel kimlik unsurudur. Ihlara vadisi içinden geçen Melendiz Çayı vadi boyunca menderes çizer. Bizans döneminde bu bölgede yaşayanlar, Ihlara vadisinin dik yamaçlarındaki, kolay yontulan tüfleri oyarak çok sayıda manastır ve kilise yapmışlardır.

Pers dilinde “Katpatuka” denilen ve bunun anlamı da “Güzel Atlar Ülkesi” olan Kapadokya'nın masalımsı doğasını atlarla gezip görmek, büyüleyici vadileri, eski kültürlerini halen yaşayan köyleri gezmek başka bir kültürel kimlik çekiciliğidir. Atlar, Kapadokya tarihinde binlerce yıldır farklı bir yere sahiptir. Aynı zamanda yerli bir Anadolu atıyla ya da Arap atı üzerinde Kapadokya'yı farklı yönüyle keşfedebilmek mümkündür.

Türkiye’de doğa yürüyüşlerinde en çok tercih edilen programlar arkeolojik ve kültürel konularla ilintili olanlardır. Arkeolojik ve kültürel birçok çekiciliği bünyesinde barındıran vadileriyle Kapadokya bölgesinde doğa yürüyüşleri yaygındır. Kapadokya’da sıklıkla kullanılan yürüyüş rotaları şu şekildedir: Zemi Vadisi, Bağlıdere Vadisi, Güvercinlik Vadisi, Kızılçukur Vadisi, Gomeda ve Üzengi Vadisi, Görkündere Vadisi, Güllüdere-1 ve Güllüdere-2 Vadileri, Meskendir Vadisi, Çat Vadisi, Balkandere Vadisi, Ihlara Vadisi, Manastır Vadisi (Vadiler, 2021).

ATV turları, Kapadokya bölgesine dair bir diğer aktiviteler/semboller unsurudur. Bu aktivite Kapadokya'yı gezmenin heyecan verici, eğlenceli ve farklı bir yoludur. ATV turları herkes için uygun bir aktivitedir. Kapadokya ATV turu öncesinde, profesyonel rehberler tarafından bir eğitim verilir ve ardından ATV’ler güvenli bir biçimde kullanılabilir hale gelir. ATV turları, turistlerin ailesiyle ya da arkadaşlarıyla birlikte katılabileceği, stresten ve kentsel yaşamdan uzak, doğayla iç içe, maceracı ve heyecan dolu anlar yaşanılabilirdiği bir etkinliktir. Ayrıca ATV turu sırasında tarihi önemi büyük olan kiliselerle, motif, figür ve resimlerle karşılaşma şansı olmaktadır.

Kapadokya bölgesinde mutfak kültürünün kökleri çok eski tarihe uzanmaktadır. Bu bölgedeki yemek kültüründe bölgede üretilen tarımsal ürünler, iklim şartları ve tarihsel geçmiş belirleyici faktörler olmuştur. Tarımın yaygın olmaması bakliyatlar ile hazırlanan yemekleri ön plana çıkarmıştır (Yorgancı, 2018, s.30). Karasal iklimin hâkim

olduğu bölgede yaz aylarında üretilen ürünler kış aylarına hazırlık yapılarak kaya ambarlarda saklanır. Sonbahar aylarında hazırlık dönemine girilir (Uğur, 2015, s. 66). Pekmez kaynatılır, “köftür” yapılır, üzümle kaya ambarlara asılır, üzümler kurutulur, buğday kaynatılır. Bunlardan bulgur, tarhana gibi benzeri kışlık yemek hazırlıkları yapılır. Kapadokya bölgesinde yemeklerin ham maddesi bu bölgede yetişen ürünlerdir. Bu ürünler arasında buğday, nohut, kuru fasulye, üzüm ve patates yer almaktadır. Kışlık yiyecekler de yazdan hazırlanır.

Kapadokya bölgesinin en önemli yemek yapma aracı ise tandırlardır, eski evlerin hepsinde bulunur. Tandırda pişen yemek isimlerinden kısaca bahsetmek gerekirse; tandır çorbası, bulgur çorbası, kuru fasulye gibi yemekler çömlek denen toprak kaplarda pişirilmektedir. Bölgenin yeme-içme kültürü yörede yetişen ürünler etrafında gelişmiştir. Yemek yapımında topraktan yapılmış çömlekler kullanılır ve tandır denilen ocaklarda pişirilir. Katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda vurgulanan bazı geleneksel Kapadokya yemekleri şu şekilde ifade edilebilir;

Testi Kebabı: Temel olarak kebabın bütün malzemesi karıştırılarak testi şeklinde üretilmiş, pişmiş topraktan bir kabın içine doldurularak ağzı hamurla kapatılır. Bir fırında ya da açık havada odun veya meşe kömürü ateşinde pişirilir. Yemeğe daha görsel bir hava katmak için garson elinde bir çekiç ya da bıçakla testinin boyun kısmını ustaca kırarak ve yemek sunumunu yapar.

Çömlekte Kuru Fasulye: Bu bölgede aslında kuru fasulyeye ağ pakla denilir. Kurutulmuş kemikler bir gün öncesinde akşamdan ıslatılır. Çömleğe kuru fasulye ve bir gün önceden ıslattığımız kemikler koyulur ve üzerine soğan doğranır ve su ilave edilerek tandıra gömülür. Pişene kadar tandırda bırakılıp piştikten sonra yağ ile salçadan oluşan sos ilave edilerek biraz daha kaynatılır (Uğur, 2015).

Aside: Bölgenin geleneksel tatlılarından. Un, yağ ve pekmezle yapılan bir tatlı çeşididir. Un yağ ile kavrulur sonra içine yavaş yavaş pekmez ilave edilir ve düz tabaklara alınır. İstenirse üzerine kızgın tereyağı gezdirilerek dövülmüş ceviz serpilebilir.

Köftür: Bakır bir kaba üzüm şırası konulup karıştırma karıştırma un ilave edilir. Daha sonra ateş ocağına koyularak koyulaşana kadar karıştırılarak pişirilir. Geniş bir tepsiye

boşaltılıp, soğuyuncaya kadar beklenilir. Soğuduktan sonra istenilen biçimde kesilerek güneşte kurutmaya bırakılır (Uğur, 2015; Yorgancı, 2018).

Gendime: Çömleğin içerisinde salça ve soğanla tereyağında kavrulur. Daha sonra içerisine akşamdan ayıklanan ve yıkanan yarma eklenilerek karıştırılır. Çömleğin altına kurutulan kemik konduktan sonra üzerine kavrulan yarma ve su eklenerek tandıra gömülür. Tandırda yaklaşık 4-5 saatte pişer. Piştiğinde bu buğday dağılır ve keşkeğe benzeyen bir şekil alır (Yorgancı, 2018).

Dolaz: Bir çeşit tatlı olan dolaz, yumurta, un ve su bulamaç haline getirilir ve ısıtılmış yağın içine karıştırılarak pembeleşene kadar pişirilir. Sonra tabaklara alınarak üzerine pekmez dökülerek yenilir.

Nevşehir Tava: Biberler doğranıp bir tepsiye alınır. Üzerine kuşbaşı et, onun da üzerine doğranmış domates ve sarımsak ilave edilir. En üste ise kuyruk yağı, tuz baharat ilave edilir. Odun ateşinde sebzeler ve et iyice pişene kadar pişirilir.

Kapadokya bölgesi coğrafyasının karakteristik özelliği ve sahip olduğu tarihsel miras açısından, film yapımcılarının da dikkatini çekmektedir. Kapadokya, gizemli ve fantastik görüntüsüyle adeta doğal bir film platosu gibi durmaktadır. Hem Kapadokya'nın hem de onun bir parçası olan Göreme Milli Parkı'nın Dünya Mirasları listesinde olması ve dolayısıyla buraların sit alanı ilan edilmiş birçok kısmının modern yapılaşmaya izin verilmiyor olması da bölgenin film yapımcıları için bir cazibe varlığı oluşturmaya yol açan etmenlerdendir (Kapadokya'da Çekilen Filmler, t.y.). Bu bölgede 359 tane çekilen filmlerinden bazıları yerli bazıları yabancı filmlerdir. Kimi filmlerin çok büyük bir bölümünün çekimleri bu bölgede gerçekleşmişken bazılarının sadece kısa birkaç sahnesi burada çekilmiştir. Katılımcılar tarafından vurgulanan bu bölgede çekilmiş bazı yerli ve yabancı filmler şunlardır; Paralı Askerler, Greendogs, Charge of The Life Brigade-Hafif Süvari Alayının Hücumu, Bu Vatanın Çocukları, Acı Zeytin ve Derviş Bey.

Kapadokya bölgesinde “bağcılık” çok eski tarihlere dayanmaktadır. Kapadokya bölgesinin yer altı şehirlerine bakıldığında üzüm çiğneme ve şarap üretme alanlarının var olduğu bölgede üzüm yetiştiriciliğinin ve şarabın MÖ. 3000’li yıllara (Hitit dönemi) kadar dayandığı düşünülmektedir. Kapadokya bölgesi, geçmiş yıllardan bu yana üzüm bağları ile Türkiye’de bağcılık ve üzüm yetiştiriciliğinde önemli bir konumda yer

almaktadır. Bölgede yetiştirilen üzümlerin kaliteli olmasının nedenleri ise Kapadokya bölgesinin etrafında yer alan Erciyes, Hasan Dağı, Göllüdağ ve Melendiz dörtlüsünün püskürttükleri lav kalıntılarının, yumuşak ve tüflü toprakların ve sert olmayan kayalıkların yer almasıdır. Bölgenin en önemli üzüm çeşidi Emir (buraya özgü) ve misket üzümüdür.

Anlam/Deneyim

Kapadokya bölgesinin anlam/deneyim boyutu doğal/estetik ve aktiviteler/semboller boyutlarına göre daha derin bir Kapadokya bölgesinin kimliğini oluşturmaktadır. Anlamlar/deneyim kültür ve kimliğin dışı dönük ifadesi ve yorumlanmasıdır. Kültürel anlam, çekiciliğe dayalı kimliğin soyut öğelerini içerir. Relph (1976), yer duygusunu tanımlayan boyutların doğal/estetik, aktiviteler/semboller ve anlam/deneyim boyutlarının birbiriyle ilişkili ve ayrılmaz olduğuna işaret eder. Maddi olmayan özellikler, Kapadokya'nın kimliğinin özünü aktarır ve o bölgenin doğal/estetik unsurlarıyla birleşirler.

İç Anadolu bölgesinde bilinen en eski halkı Hattiler'dir. Kafkaslardan geldiği düşünülen bu topluluklar kavimlerle kaynaşarak, Hitit İmparatorluğunu oluşturmuşlardır. Kafkaslardan geldiği düşünülen bu topluluklar Hattiler'den etkilenmiş Hitit İmparatorluğunu kurmuşlardır.

Hristiyanlık Hz. İsa'yla Kudüs'te doğmuştur ama Anadolu'da gelişmiş ve yayılmıştır. Kudüs'te Romanın zulmünden kaçan ilk Hristiyanlar Anadolu'nun çeşitli bölgelerine yayılmış ve bu bölgelerde ilk cemaatlerini oluşturmuşlardır. Kapadokya bölgesinde MS. 2 yy. dan sonra önemli bir Hristiyanlık cemaatine ev sahipliği yapmıştır. Bu bölgede kayadan oyma kiliseler, manastırlar inşa edip Kapadokya'nın saklı vadilerinde özgürce dinlerini yaşayıp ve bu bölgede yetişen keşişlere misyonerlik faaliyetleri yapması için Anadolu'nun çeşitli yerlerine göndermişlerdir.

Katılımcılar tarafından özellikle vurgulanan ve Kapadokya kiliselerinde resmedilen Son Akşam Yemeği ve bu yemekte İsa'yı ele veren Yahuda İskariot (Judas)'ın İsa'yı ele vermesi ve ihanetidir.12 havariden biri olan Judas Hz. İsa'ya ihanet edip 30 gün gümüş para karşılığında Hz. İsa'nın kim olduğunu Romalı askerlere söylemiştir. Yapılan anlaşmaya göre Judas Romalı askerlere yanına gidip öpeceğim kişi Hz. İsa'dır daha sonra yanına gidip onu öpüp Romalı askerlere teslim etmiştir.

Katılımcı görüşlerine göre toplanan veriler, Kapadokya'nın kültürel anlamının/ deneyiminin boyutlarını ortaya koymaktadır. Kapadokya bölgesi, tarihi ve kültürel değerleriyle insanlık tarihinin bazı dönemlerine tanıklık eden özellikler taşıdığı için ziyaretçiler açısından çok çekici görünmektedir. Hristiyanlık tarihine sahip olması çekim gücü varlıklarından bir tanesidir. Hz. İsa'nın Kudüs topraklarında üç yıl boyunca yaymaya çalıştığı Hristiyanlık, Havari Pavlus'un çalışmalarıyla ilk kez Antakya'da daha sonra ise Kapadokya'da I. Yüzyıldan itibaren görülmeye başlamıştır. Kapadokya'da I. yüzyılda bu dini kabul eden küçük guruplara rastlandığı, IV. yüzyıldan itibaren ise Kapadokyalı Babalar'ın etkisiyle de dine farklı yaklaşımların getirilmesiyle Hristiyanlık bölgede daha etkili olmaya başlamıştır (Sürme, 2019, s. 13).

Roma öncesi ilk Hristiyanlar, Roma ve Bizans gibi birçok medeniyete ait izleri taşımakta ve aynı zamanda üç semavi din açısından da kutsal sayılan mekanlara ev sahipliği yapmaktadır. Söz konusu medeniyetlerin bıraktıkları kültürel iz ve tarihi miraslar bölgeye hem evrensel bir nitelik kazandırmış hem de turist akımını çeken öğeler olmuşlardır. Özellikle inanç turizmi açısından önemli değerleri olan bölgede 1000'den fazla tarihi kilise bulunduğu ifade edilmektedir. Bunlar, mimari yapısı ve sanatsal düzenlemeleri, ikonografik özellikleriyle Hristiyanlık tarihi açısından önemli unsurlardır. Kapadokya'da kiliseler Hristiyanlık tarihine ışık tutan en önemli varlıklardır. Bölgenin vadilerinde de kilise ve manastırlara rastlanmaktadır.

Rum sözcüğü, Romalı anlamına gelen Yunanca Romios kelimesinden gelmiştir. Burada kastedilen Romalı, Doğu Roma İmparatorluğu, yani Bizans'tır. Bizans ülkesinin çoğunluğu Ortodoks kilisesine mensup ahalisi, etnik kökenleri ne olursa olsun Romalı olarak kabul edilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun Anadolu Rumları, yani Anadolu içlerinde yaşayanlar, Kapadokyalı olanlar ise "Karamanlılar" olarak anılırlardı (Göktürk, 2017, s.37). Anadolu'da yaşayan Türkler kendilerine Rumi denilmesinden rahatsız olmazlardı hatta Fatih Sultan Mehmet bile İstanbul'un fethinden sonra Kayser-i Rum unvanını kullanmaktan rahatsız olmamıştır. Konya Karaman'da yaşayan Hristiyan Türkler Rumlar olarak anılırlardı. Kapadokya'da eski köylerin mutlaka bir de Rumca adı vardır. Derinkuyu (Melagobia), Kaymaklı (Eneyi), Güzelyurt (Gelveri), Mustafapaşa (Sinassos), Ürgüp (Prokopi). 1924 yılına kadar buralarda yaşayan nüfusun bir kısmı Türk bir kısmı da Rumlardı (Göktürk, 2017).

Yetiş 'in (2015) ifade ettiği üzere “Kapadokya bölgesinde 1924 yılında gerçekleşen Mübadeleye kadar Karamanlı Rumlar ve Türkler bir arada yaşamışlardır. Karamanlı Rumlar ticaret ve havyar işi ile ilgilenirken; Türkler tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır. Bu dönemde kiliseden an sesleri ve cami minaresinden ezan seslerinin yükselmesi Kapadokya’da yüzlerce yıllık hoşgörü ve hümanizma felsefesinin nüfuz ettiği bir barış ortamını oluşturmuştur. Farklı dinlere mensup insanlar burada barış içerisinde yaşayarak bir ortak kültürü oluşturmayı başarmışlardır. 1924 yılında Türk-Rum Mübadelesi ile bölgede yaşayan Rumlar Yunanistan’a, Yunanistan’da yaşayan Türkler ise Anadolu’nun çeşitli yerleşkelerine gönderilmiştir. Muhacirlerin Yunanistan’dan getirdikleri gelenek ve görenekler ile yerli halkın sahip olduğu kültür bu beldede zengin bir mozaik oluşturmuştur “(s.14).

Kapadokya bölgesi doğanın, tarihin ve sanatın bir arada olduğu yerlerden biridir. Bu özelliği mimarisine de yansımıştır. Kapadokya bölgesinde mimari taş işlemeciliği, süsleme sanatı olarak ve kiliselerde boyama olarak görülebilir. Kapadokya bölgesinde taş işlemeciliği halkın yaşadığı evlerde, kervansaraylarda, medreselerde, camilerde, güvercinliklerde kullanılmaktadır. Kapadokya evleri, kayaların oyulmasıyla ya da kayadan kesme taşlarla inşa edilmiştir. Taşlar yumuşak olduğundan kolay işlenebilmektedir ve havayla temas ettiklerinde zaman ile sertleşerek dayanıklı hale gelmektedir. Evlerde kemerli kapılar ve pencere kenarlarına motifler şeklinde süslemeler yapılmaktadır. Kullanılan malzeme yöreye has ve bol olduğundan bölgede taş işçiliği gelişmiş mimari gelenek halini almıştır. Gerek avlu gerekse ev malzemesi ahşaptır. Kemerli olarak yapılmış kapıların üst kısmı stilize sarmaşık ya da rozet motifleriyle süslenmiştir.

İncil’de vaftiz edilen İsa’nın başına konan güvercinin Tanrı’nın Ruhu olduğundan bahsedilir. Bu nedenler Hristiyanlar güvercini kutsal ve uğurlu saydığı için avlayıp etini yememektedir ve onların barınmaları için güvercinlikler inşa etmektedirler. Kapadokya bölgesinde peri bacaları veya vadilerin üst kısımlarına inşa edilen güvercinlikler yazıtlarla ve süslemelerle bezenmektedir.

Kapadokya’da boyama sanatı daha çok kiliselerde görölmektedir. Kiliselerdeki fresklerde iki ayrı boyama tekniği kullanılmıştır. Bunlardan ilki, fon olarak kullanılan ana kaya üzerine alçı kullanmaksızın kırmızı aşı boyası ile yapılan boyama tekniğidir

(seko)fresko (yaş) (Aziz Basil, Elmalı Kilisesi ve Aziz Barbara Şapeli gibi). İkincisi, zeminin yaş olması lazım boyanın tutması alçı, kum ve saman karışımının yaşken duvara sıvanıp duvara boyanmasıdır. Ana kaya üzerine sıvanarak kurumadan, fresko tekniğiyle yapılan boyamadır. Bu boyada temalar İncil'den ve İsa peygamberin hayatındaki evrelerdir.

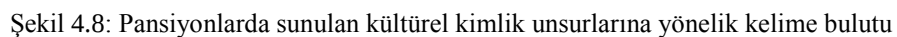
Kapadokya bölgesinde yer alan Hacı Bektaş Veli Türbesi sadece tarihsel bir yapı olarak değil, aynı zamanda etkisi günümüzde bile sürdüren Bektaşiliğin dünyaya yayılmaya başladığı merkez olma açısından da önem taşımaktadır. Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda ve Türklerin Anadolu'ya yayılımında büyük etkisi olan Hacı Bektaş veli, bölgeye 13. Yüzyılda Horasan'dan gelmiştir. 1071 Malazgirt Savaşı ile bölgede etkili olan Selçuklular Müslümanlığı yaymak için Hristiyanlık merkezi olan bölgeye Müslüman alimleri yerleştirmişlerdir. Bu Müslüman alimlerinden biri olan Hacı Bektaş Veli Kapadokya'nın kuzeybatısında öğretilerin merkezini oluşturmuştur. Yani dünyaya hoşgörü felsefesini yayan yer de aslında Kapadokya olmuştur. Selçuklulardan sonra Hristiyanlığın ve Müslümanlığın böylesine iç içe görüldüğü bir dönem de bir daha görülmemiştir (Hacı Bektaş-i Veli, 2021). Haydarilik ve Yesevilik mezheplerini benimseyen hacı Bektaş veli Bektaşî tarikatının kurucusudur. Batılı İslam Aleviliğin kolu olan Bektaşilik merkezine hoş görüyü, barışı, kardeşliği ve insan sevgisini odağına almıştır.

Eşekli Kütüphaneci, 1940'lı yıllarda Ürgüp'te kütüphanecilik yapmış, görevi sırasında yıllarca yedi katır ve üç atı ile 36 köye seyyar kütüphane hizmeti götürmüş kişidir. 1972 yılında emekli olan eşekli kütüphaneci, Türk kütüphaneciliğinde bir sembol olmuş ve yaşam öyküsü yazar Fakir Baykurt tarafından Eşekli Kütüphaneci adı ile romanlaştırılmıştır.

Kültürel kimliğin temel öğelerinden birini oluşturan misafirperverlik davranışı; ev sahibi ile diğerleri arasındaki gelişen ilişkilere dayanmaktadır. Kapadokya bölgesi, 1950'li yıllarda dış turizme açılan ilk turizm bölgelerinden birisidir. Kapadokya bölgesine yönelik ilk turizm hareketleri, geleneksel misafirperverliğin de ilk örneklerini içermektedir. Katılımcıların ifade ettiği üzere, turizmin ilk dönemlerinde bölgenin alt ve üst yapı eksikliklerine bağlı olarak da yerel halkın turistlere oldukça samimi bir ortam hazırladıkları, evlerine davet ettikleri, sofralarındaki yemeklerini paylaştıkları sonucuna

İnsanların yaşadıkları yer ile etkileşimleri ve deneyimleri sonucunda aralarında bir bağ oluşmaktadır. Bu bağın anlaşılmasında yer duygusu (sense of place), yere bağlılık (place attachment) ve yer kimliği (place identity) gibi kavramlar kullanılmaktadır (Yeşilyurt ve Koçak, 2020). Yer duygusu soyut öğeleri kapsar ve diğer boyutlarla ilişkili ve ayrılmazdır. Bunlardan biri olan *isim* Kapadokya bölgesindeki ev pansiyonlarının yer duygusunu tanımlar. Bu yüzden ki bölgedeki ev pansiyonlarıyla ilgili isimlendirmelerin, bölgenin tarihi ve coğrafyasıyla uyumlu olduğu görülmektedir. Bununla beraber mitoloji, yaşayan topluluklar, gelen turistler tarafından kolay anlaşılır olması belirleyici faktörler olmuştur.

Kapadokya Bölgesi’nde hizmet veren ev pansiyonları, bölgenin sahip olduğu somut ve soyut kültürel değerleri hem mimari yapılarıyla hem de verdikleri hizmetler vasıtasıyla konuklarına aktarmaktadırlar. Ev pansiyoncularıyla, bölgenin sahip olduğu kültürel kimlik unsurlarından hangilerini, ne şekilde işletmelerine yansıtabildiklerine ilişkin görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular kelime bulutu ve kod-alt-kod bölümler modeli olarak Şekil 4.8 ve Şekil 4.9’da belirtilmektedir.



Kapadokya'daki ev pansiyonları, önceleri eski çağlardan kalan kaya oyma mekanların restore edilmesiyle yapılmışlardır. Kaya oyma mekanlar, tarihi ve kültürel niteliği olan yerlerdir. Halen ev pansiyonculuğu olarak hizmet verecek kaya oyma mekanlar için yapılması gereken yasal uygulamalar bulunmaktadır. Kaya oyma mekanların butik otele dönüştürmeden önce, bölge Koruma Kurulu'na başvurulması zorunludur. Kurula bu mekânın değişiminin nasıl olacağı ve ne amaçla kullanılacağına dair mimari ve fiziki projeler sunulması gerekmektedir. Kurulun onayıyla kaya oyma tarihi mekanlar butik otele dönüştürülürler. Ancak, tüm bu işlemlerdeki amaç, tarihi niteliği olan mekanların bu özelliklerini yitirmeden koruma altına almak, işlevsellik kazandırmak ve daha çok insanın bu mekanlardan yararlanmasını sağlayarak ülkeye ve bölgeye ekonomik gelir elde etmektir.

Kapadokya bölgesinde ev pansiyonların genelde oda sayısı az olan, daha özgün ve doğal malzemelerle dekorasyonu tercih eden işletmelerdir. Bölgedeki ev pansiyonları doğal malzemelerle yapılmış, tarihi evlerden çevrilmiş ve köy ve kasaba gibi küçük yerleşim yerlerinde olan işletmelerdir. Ayrıca bu işletmeler vadi, bölgenin turistik çekiciliklerine ya da bahçe manzarasına sahiptirler. Ev pansiyonları, kaya oyma, doğal odalarda sağlıklı yiyecek içecek tüketerek kendilerine özel hizmet bekleyen, keyif yapmak isteyen konukların aradıkları mekanlardır.

Kapadokya bölgesi yüzlerce yıllık tarihin ve farklı medeniyetlerin kültürel izlerini taşımaktadır. Ev pansiyoncuları da bölgenin doğasına, tarihine, yerel kültürüne ve mimari dokusuna önem vererek mekanları ev pansiyonuna çevirmişlerdir. Katılımcılar bir nevi tarihi yeniden yorumlayarak misafirleriyle buluşturdıklarını belirtmişlerdir. Bu yüzden mekanları ev pansiyonlarına şu şekilde çevirmişlerdir;

- Ev pansiyonları eski taş binaların restorasyonu sonucu ortaya çıkmıştır.
- Kapadokya'nın doğal ve tarihi dokusunu hissettirecek yerlerde konumlanmışlardır.
- Bölgedeki tecrübeli taş, ahşap ve demir ustalarıyla çalışılmıştır.
- İnşaat sırasında bölgeye dair manastır yerleşkesine bağlı mağaralar, yer altı tünelleri, kilise, şıra hane, tandır ve mahzenler keşfedilmiş, keşfedilmiş tüm bu yapılar titiz bir çalışma ile gün ışığına çıkartılmıştır. Mekanların her köşesi

özenle, aslına sadık kalınarak restore edilmiş ve yaratıcı tasarım ile harmanlanarak yeniden hayat bulmuştur.

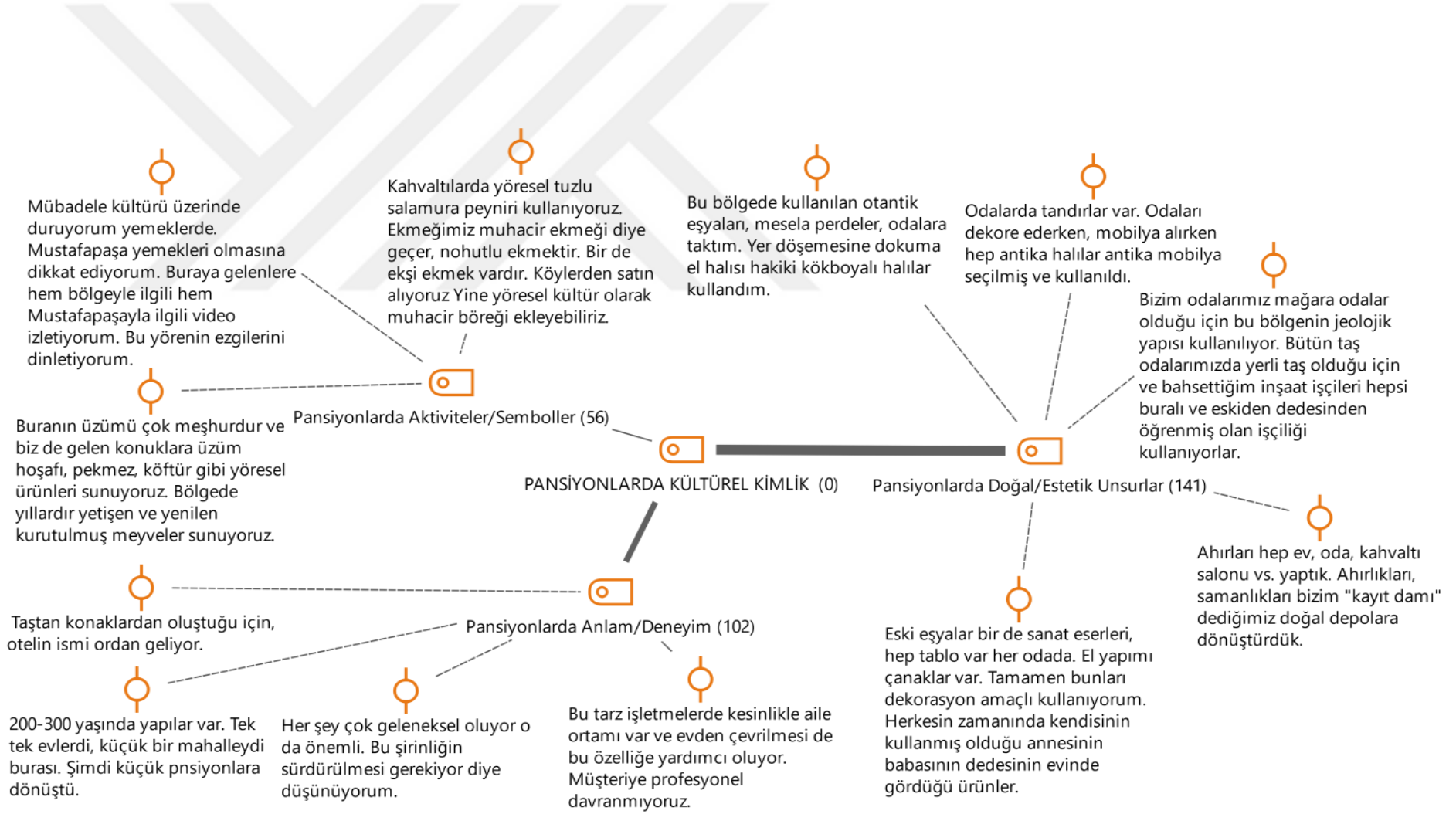
- Odaların orijinal yapıları korunarak farklı renk ve temalarda döşenmiştir.
- Bazı ev pansiyonlarında orijinalliği bozmamak adına dış cephesine hiç dokunulmamıştır.
- Odalar da taş zeminlere el işi kilimler serilmiş, antika ahşap kapılar, dolaplar, masalar, sandıklar, sehpalar ve onları süsleyen örtüler ve heybeler geleneksel mirası yaşatacak şekilde seçilmiştir.
- Taş oymalar, el işi dantel perdeler, örtüler ve halılar, antika komodin, sandık ve çalışma masaları, pirinç karyolalar gibi geleneksel mobilyalar kullanılmıştır.
- Antik evlerde bulunan gömülü tarihi üzüm cenderesi ve fermantasyon fıçısı gibi birçok detay da orijinal dokusu ile muhafaza edilmiştir.
- Bazı ev pansiyonlarında Kapadokya'nın kültürel mirasını yansıtan halen freskler yer almaktadır.
- Bazı ev pansiyonları modern banyolar şeklinde dizayn edilirken bazıları da Türk Hamamı şeklinde hizmet vermektedirler. Aynı zamanda hamam ürünleri de yer almaktadır.

Ev pansiyonlarında çoğunlukla kahvaltıda konuklara organik ürünler sunulmakta, sebze ve meyve genelde kendi bahçesinde yetişmiş olup, masaya servis yapılmaktadır. Ayrıca katılımcılar yumurtayı kendi beslediği tavuklardan taze temin edip, işletmecinin kendi elleriyle yemekler pişirdiklerini ifade etmektedirler. Ev pansiyonları genellikle Osmanlı, Selçuklu, Roma ve Hitit dönemlerine ait antika eşyalarla dekore edilmiştir. Geleneksel dokuyu koruyan ev pansiyoncularıyla birlikte modern ve minimalist bir üslupla dizayn edilmiş pansiyonlar da mevcuttur.

Kapadokya bölgesi ev pansiyonlarının tarihi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Bu tür kaya oyma mekanlarının ilk örneklerine, Hititler döneminde rastlanmaktadır. Ev pansiyonları aslında Hititler, Asurlular, Persler, Romalılar tarafından kolayca oyulan, oyulduktan sonra taşlaşarak son derece sağlam, doğal ve sağlıklı, mağara tarzı odalardan oluşan evlerdir. Bu odalara, evlere ve yerleşim yerlerine, sonraki dönemlerde bölgede varlık gösteren uygarlıklar- Selçuklu, Osmanlı- mağaraların dışına, doğal, volkanik taşlarla kemerli konaklar eklemiştir. Bugün mağaraların içinde ya da dışında yapılan bu odaların, evlerin ve konakların önemli kısmı onararak, yenilenerek

ev pansiyonları adı altında Kapadokya bölgesi konaklama işletmesi olarak hizmet vermektedirler.





Şekil 4.9: Pansiyonlarda sunulan kültürel kimlik unsurlarına yönelik kod-alt-kod bölümler modeli

Hristiyanlık döneminde, bölgenin nüfusu önemli ölçüde artarak yeni ibadet mekanlarına ihtiyaç doğmuştur. Hristiyanlar, önceki uygarlıklardan kalan kaya oyma mekanları kilise, şapel ya da manastırlara dönüştürerek, buralarda hem ibadet etmişler hem de içlerinde yaşamışlardır. Türkler-Selçuklu, Karamanlı ve Osmanlılar bölgedeki mekanlarını, ev, konut, cami, külliye, mescit gibi kayaların dışına yapsalar da bunun yanında önceki uygarlıklara ait kaya oyma mekanları da ihtiyaçları doğrultusunda kullanmışlardır. Dolayısıyla Kapadokya bölgesinin konaklama işletmelerinin tarihi çok eski dönemlere gitmektedir denilebilir. Ancak bu mekanlar, bölgenin ilk konaklama mekanları ya da işletmeleri olarak kabul edilse de bu mekanların günümüz konaklama işletmelerine dönüştürülerek turizm amaçlı olarak hizmet vermeleri oldukça yenidir.

Eski zamanlardan bugüne gelindiğinde Kapadokya bölgesinin modern anlamda turizm amaçlı konaklama işletmelerinin tarihi, 1950'li yılların ortalarından sonraya denk gelmektedir. 1950-1965 yılları arasında bölgede sadece küçük pansiyonlar, konaklama işletmeleri olarak hizmet vermekteydiler.

4.7. Katılımcıların Kültürel Kimliği Koruma ve Sürdürme Stratejilerinin Etkililiğine İlişkin Algılamalarına Dair Bulgular

Araştırmanın yöntem kısmında da belirtildiği gibi, Kapadokya Bölgesi'ne bağlı Nevşehir ilinde yatırım yapan ev pansiyoncularının kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesine yönelik görüşlerini anlamak amacıyla hem anket formu hem de derinlemesine mülakat tekniği birlikte uygulanmıştır. Bu karma yöntem, araştırma kapsamında belirlenen soruların yanıtlanması noktasında oldukça detaylı bilgiler elde edilmesini sağlamıştır. Bu bağlamda, ev pansiyoncularının bölge genelinde kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesine yönelik düşünceleri oluşturulan anket formundan yararlanarak elde edilmiş ve nicel tekniklerle analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, araştırma kapsamında geliştirilen 10 numaralı sorunun (bölge genelinde hizmet veren pansiyoncuların kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerinin etkililiğine yönelik algılamaları ne düzeydedir?) yanıtı niteliğindedir.

Ev pansiyoncularının bölge genelinde kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi stratejilerine yönelik görüşleri, ilgili literatürden yola çıkarak beş boyutta ele alınmıştır. Bu boyutlar, doğal yapıları kullanarak, çeşitli aktiviteler düzenleme yoluyla, tarihi ve

kültürel değerleri koruma yoluyla, yöresel el sanatları ve işlemlerini kullanarak ve yönetsel ve hukuki boyutları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileridir. Bu boyutlara ilişkin yöneltilen ifadelere yönelik pansiyoncuların katılım düzeyleri ölçek üst değer olan 5'e (Sıklıkla Uygulanmaktadır) yaklaştıkça stratejilerin bölge için etkili sonuçlar doğurduğu kanaatine varılabilir.

Tablo 4.9: Doğal yapıları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Doğal unsurların (peribacaları, vadi vs.) korunması	4,73	0,59	5
Yeraltı şehirlerinin korunması	4,76	0,58	5
Müzelerin korunması	4,78	0,50	5
Belli bir dine veya öğretiye sahip insanların geleneksel buluşma yerlerinin korunması	4,65	0,65	5
Kapadokya'da turistlerin tarihi evler ve köy evlerinde konaklaması	4,69	0,60	5
Mimari kimliğin korunarak, turistlerin büyük oteller yerine mimari kimliği koruyan ve yaşatan küçük pansiyonlara özendirilmesi	4,53	0,72	5
GENEL	4,69	0,48	5

Tablo 4.9'da katılımcıların bölgede doğal yapıları kullanarak kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi stratejilerine yönelik 6 ifadeye ilişkin genel ortalama, standart sapma ve mod değerlerine yer verilmiştir. Bölgede yer alan doğal yapıların korunması yoluyla kültürel kimliğin sürdürülebilirliğinin sağlanması yönünde stratejilerin etkililiğine yönelik ifadeler ev pansiyoncuları genel olarak yüksek düzeyde katılım göstermişlerdir. Ev pansiyoncuları, bölgede yer alan peri bacaları, vadiler ($\bar{x}$: 4,73), yer altı şehirleri ($\bar{x}$: 4,76), müzeler ($\bar{x}$: 4,78), dini yapılar ($\bar{x}$: 4,65) ve tarihi yapıların ($\bar{x}$: 4,69) korunması yönünde stratejilerin etkili bir biçimde uygulandığını belirtmektedirler.

Doğal yapıların korunmasının yanında, bölgeye gelen turistlerin büyük oteller yerine mimari kimliğini koruyan tesislere yönlendirilmesi noktasında verilen yanıtların

aritmetik ortalamaları genel ortalamaların yanında biraz düşük kalmıştır ($\bar{x}$: 4,53). Bölgenin sahip olduğu doğal yapıları korurken, aynı zamanda gelen turistlerin korunan yapılarda turistik deneyimler yaşaması, bu yapıların korunması gerekliliği yönünde daha yüksek bir motivasyonun ortaya çıkmasını sağlayabilecektir. Tablo 4.10'da kültürel yapıyı oluşturan unsurların çeşitli aktiviteler yoluyla korunması ve turistik deneyimlere dönüştürülmesine ilişkin geliştirilen 7 ifadeye yönelik katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamalarına yer verilmiştir. Elde edilen genel ortalamalara bakıldığında ($\bar{x}$: 4,37), doğal yapıların kullanılarak kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi boyutundan daha düşük ortalamalarla karşılaşılmaktadır.

Tablo 4.10: Çeşitli aktiviteler düzenleme yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Sahne sanatları (Türk Gecesi, Semazen Gösterisi, Türk Folkloru vs.) sunulması	4,04	1,12	5
Yöresel yemekler ve içeceklerin sunulması	4,55	0,72	5
Doğal şarap yapım üretiminin gösterilmesi ve müşteriye sunulması	4,47	0,90	5
Yerli halkın, geleneksel yaşam stillerini tanıtması	4,29	1,01	5
Festival ve etkinlikler düzenlenmesi	4,58	0,81	5
Dini törenler düzenleme	4,33	0,96	5
Kapadokya'da yerel olarak yetiştirilen ürünlerin turistlere sunulması	4,33	1,04	5
GENEL	4,37	0,69	5

Anket çalışmasına katılan ev pansiyoncularının büyük çoğunluğu Kapadokya Bölgesi'nde, sahne sanatları ($\bar{x}$: 4,04), yöresel yiyecek-içecek sunumu ($\bar{x}$: 4,55), bölgeye özgü şarapların tanıtımı ($\bar{x}$: 4,47), festival ve etkinlikler ($\bar{x}$: 4,58), dini törenler ($\bar{x}$: 4,33) gibi çeşitli aktiviteler yoluyla bölgenin kültürel kimliğinin tanıtıldığı, korunduğu ve sürdürüldüğünü belirtmişlerdir.

Bölge kültürünün temel bileşenlerinden tarihi ve kültürel değerlerin korunması da doğal yapılar ve turistik aktiviteler kadar önemli bir başka unsurdur. Tablo 4.11'de

katılımcıların tarihi ve kültürel değerlerin korunması yoluyla, bölgede kültürel değerlerin ne düzeyde korunduğu ve sürdürüldüğüne ilişkin yanıtlarına yer verilmiştir.

Ev pansiyoncuları, bölgede kültürel değerlerin korunması ve yaşatılmasında tarihi ve kültürel değerlerden sıklıkla yararlandığını ($\bar{x}$: 4,29) belirtmekle birlikte, bu boyut en düşük ortalama değerlere sahip boyut olarak göze çarpmaktadır. Kapadokya Bölgesi'nin tarihi geçmişinin mitolojiler, dini ritüeller, sözlü tarih uygulamaları vs. ile yaşatılması noktasında birtakım eksikliklerin olduğu, araştırma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlar sonucunda da elde edilmiş bir bilgidir. Tüm bunlara rağmen, “eski kültürlerin çekiciliğinin sunulması” ($\bar{x}$: 4,56) ve “turistlerde eski deneyimleri yaşama isteği uyandırılması” ($\bar{x}$: 4,36) noktasında gerçekleştirilen uygulamaların etkili olduğu kanaatine varıldığı görülmektedir.

Tablo 4.11: Tarihi ve kültürel değerleri koruma yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Mitolojinin yaşatılması	4,18	1,04	5
Maneviyat ve dini değerlerden yararlanma	4,15	1,12	5
Sözlü tarihten yararlanma	4,20	1,01	5
Eski kültürlerin çekiciliğinin sunulması	4,56	0,76	5
Turistlerde eski deneyim yaşam isteği uyandırma	4,36	0,95	5
GENEL	4,29	0,83	5

Kapadokya Bölgesi, sahip olduğu tarihsel ve kültürel geçmişi sayesinde birçok yöresel el sanatlarını bünyesinde bulunduran ve bu el sanatlarını turistik ürüne dönüştürme hususunda başarılı çalışmalar ortaya koyan bir bölgedir. Ev pansiyoncularına uygulanan anket çalışması ile, bölgedeki yöresel el sanatları ve işlemelerini kullanarak kültürel değerlerin ne düzeyde korunduğu ve sürdürülebildiği sorulmuştur. Bu kapsamda pansiyonculara toplam 12 ifade yöneltilmiş ve bu ifadelere ilişkin genel aritmetik ortalama düzeyi $\bar{x}$: 4,4 olarak tespit edilmiştir.

Ev pansiyoncuları “el sanatlarının turistik ürün olarak sunulması” konusunda bölgede başarılı stratejiler uygulandığını ($\bar{x}$: 4,49) belirtmektedir. Bununla birlikte özellikle taş işlemeciliği ($\bar{x}$: 4,49), çanak-çömlek yapımı ($\bar{x}$: 4,49), kilim ve halı dokumaları ($\bar{x}$: 4,55)

ve yöresel elbiseler ($\bar{x}$: 4,35) ile ilgili sanatların bölgede yoğun olarak uygulandığı ve başarılı sonuçlar alındığı görülmektedir.

Tablo 4.12: Yöresel el sanatları ve işlemelerini kullanarak kültürel kimliği devam ettirme stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değerleri.

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
El sanatlarının sunulması	4,49	0,74	5
Takı üretimi	4,35	0,89	5
Taş işlemeciliği	4,49	0,66	5
Çanak-Çömlek yapma geleneği, çanak-çömlek atölyelerinde turistlere öğretilmesi ve gösterilmesi,	4,49	0,72	5
Yerel motiflerin kullanıldığı ürünler	4,53	0,57	5
Turistlere sunulan belli tasarımların belirli şahsiyetler ile ilişkili olması	4,42	0,88	5
Turistlere sunulan belli tasarımların, belli uygarlıklar ilişkili olması	4,40	0,89	5
Hediyelik eşyaların dua ve dini hac temaları dikkate alınarak tasarlanması	4,25	1,02	5
Kilim ve halı dokumasının sunulması	4,55	0,72	5
Yöresel elbiselerin sunulması	4,33	0,86	5
Eski uygarlıkların kullandığı araç ve gereçlerin yaşatılması	4,29	0,79	5
Coğrafi işaretler üretilmesi	4,24	0,94	5
GENEL	4,40	0,59	5

Bir bölgenin sahip olduğu kültürel kimlik unsurlarının korunması ve sürdürülmesi için sadece bölgenin sahip olduğu somut kültürel değerlere sahip çıkılması ve bu değerlerin yaşatılması yeterli bir strateji değildir. Yukarıda belirtilen tüm bu stratejilerle birlikte kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması, etkili bir yönetim anlayışı ve hukuki düzenlemelerle başarıya ulaşabilecektir. Son yıllarda Kapadokya Bölgesi'nde alan yönetimi yasasının çıkarılması ve bu yasa dahilinde yerinden yönetim anlayışının uygulanmaya başlanması oldukça etkili sonuçlar vermiştir.

Tablo 4.13: Yönetmel ve hukuki boyutlarını/stratejilerini kullanarak kültürel kimliği koruma stratejilerine yönelik aritmetik ortalama, standart sapma ve mod değeri

İfadeler (n: 55)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	MOD
Merkezi yönetim görevlilerinin koruma ve tanıtma faaliyetleri	4,42	0,99	5
Yerel toplumların kültüre dayalı ürünler geliştirmesi	4,55	0,69	5
Yerel yönetimin, el sanatları endüstrisinin sürdürülebilirliğini sağlamak için fırsatlar sunması	4,49	0,77	5
Yerel yönetimin, modern yaşamda el sanatların uygun, değeri ve pazarlanabilir olmasını sağlamak için ürün inovasyonunu teşvik etmesi	4,44	0,86	5
Yerel yönetimin, ürün tasarımı ve pazarlamasında ve entelektüel mülkiyet haklarının korunmasında el sanatları üreticilerine eğitim ve destek hizmetleri sunması	4,38	0,93	5
Yerel yönetimin, üretime ilişkin kalite standartları belirlemesi	4,40	0,97	5
Yerel yönetimlerin koruma ve tanıtma faaliyetleri kültürel kimliğin korunmasına önemli bir role sahiptir.	4,55	0,77	5
Koruma gruplarının (UNESCO ve anıtlar ve sitler uluslararası komisyonlar) çıkardığı düzenlemeler	4,60	0,89	5
Eğitim faaliyetlerinin verilmesi	4,71	0,57	5
Tur operatörlerinin tanıtım faaliyetleri	4,75	0,48	5
Yatırımcıların faaliyetleri	4,82	0,43	5
İşletmecilerin faaliyetleri	4,73	0,65	5
İmar planlarının tespiti	4,78	0,60	5
Halkın davranışları	4,76	0,58	5
Devletin uyguladığı turizm politikaları	4,69	0,79	5
GENEL	4,60	0,54	5

Tablo 4.13'te görüldüğü üzere, katılımcılara kültürel kimliğin korunması ve yaşatılmasında yönetmel ve hukuki stratejilerin etkililiği ile ilgili 15 ifade yönetilmiştir. Söz konusu bu ifadelerin genel aritmetik ortalaması $\bar{x}$: 4,6 olarak belirlenmiştir. Bu ortalama değere bakıldığında, ev pansiyoncularının bölgede yürütülen yönetmel ve hukuki uygulamaların etkililiğine ilişkin görüşlerinin oldukça yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Ankete katılan ev pansiyoncularının yönetmel ve hukuki boyuta ilişkin değerlendirmelerine genel olarak bakıldığında, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi amacıyla merkezi yönetimin ($\bar{x}$: 42), yerel halkın ($\bar{x}$: 4,55), yerel

yönetimlerin ($\bar{x}$: 4,49), tur operatörlerinin ($\bar{x}$: 4,75), yatırımcıların ($\bar{x}$: 4,82), işletmelerin ($\bar{x}$: 4,73) üzerlerine düşen görevleri önemli ölçüde yaptıkları sonucuna ulaşılabilir. Aynı zamanda ev pansiyoncularına göre, UNESCO gibi koruma gruplarının yapmış oldukları düzenlemeler yeterli bulunmakta ($\bar{x}$: 4,60), imar planlarının tespiti doğru yapılmakta ($\bar{x}$: 4,78) ve devletin bölgeye yönelik uyguladıkları turizm politikaları olumlu karşılanmaktadır ($\bar{x}$: 4.69).

Sonuç olarak, kültürel kimlik unsurlarının korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik 5 boyutta geliştirilen farklı stratejilerin bölgedeki etkililiğine yönelik ev pansiyoncularının görüşleri oldukça olumludur. Bu noktada, ev pansiyoncularının kültürel kimliğin korunması ve yaşatılması amacıyla bölgede yürüttükleri faaliyetlere ve gerçekleştirdikleri uygulamalara değinmek faydalı olacaktır.

4.8. Katılımcıların Kültürel Kimliğin Korunması ve Sürdürülmesine İlişkin Görüşlerine Dair Bulgular

Bir bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurların korunması ve gelecek nesillere aktarılması, geçmişten gelen kültürel değerleri koruyan ve turizme kazandıran ev pansiyonları için hayati önem taşımaktadır. Ancak kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği, bölge turizmine hizmet veren bütün paydaşların koordineli bir biçimde hareket etmesi ile mümkündür. Bu doğrultuda, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik geliştirilen stratejilerin Kapadokya Bölgesi'nde ne derece etkili bir biçimde uygulandığı gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda istatistiksel olarak ortaya konulmuştur.

Ev pansiyoncularına yönelik gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlar sonucunda ise, anket çalışmasında önerilen stratejilere ek olarak, bölgede kültürel kimliğin korunabilmesi ve sürdürülebilmesi amacıyla çeşitli alternatif faaliyetlerin önerildiği tespit edilmiştir. Bu nedenle, araştırma kapsamında 11. araştırma sorusu olarak; “Bölge genelinde kültürel kimliği korumak ve sürdürmek amacıyla ev pansiyonculuğunu geliştirmek için ne tür faaliyetler, projeler vb. yürütülebilir?” sorusu geliştirilmiş ve betimleyici nitel analizler ile irdelenmiştir.

Şekil 4.10'da ev pansiyoncularının Kapadokya Bölgesi'nde kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik önerilerine ilişkin kelime bulutuna, Şekil

4.11’de ise yine bu konuda önerilen faaliyetlere ilişkin kod-alt kod-bölümler modeline yer verilmiştir.

Mülakata katılan ev pansiyoncuları, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması yoluyla ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi için en önemli enstrümanın “turizm” olduğu görüşünde birleşmişlerdir. Şekil 4.10’da oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği ile ilgili görüşmelerde en sık tekrarlanan kelimenin “turizm” olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, bölgede yıllardır süregelen turistik faaliyetlerin canlılığını devam ettirmesi ve çeşitlendirilmesi, özellikle kültür ve doğa turizmine yönelik aktivitelerin çoğaltılması hem kültürel değerlerin korunması hem de turistik bir arz potansiyeline dönüştürülmesi açısından önem arz etmektedir. Ev pansiyoncularına göre turizm, bölgeye sağladığı sosyal, kültürel ve ekonomik katkılar sayesinde, kültürel değerlerin gün yüzüne çıkması, değer kazanması ve korunması açısından önemli bir olgudur.

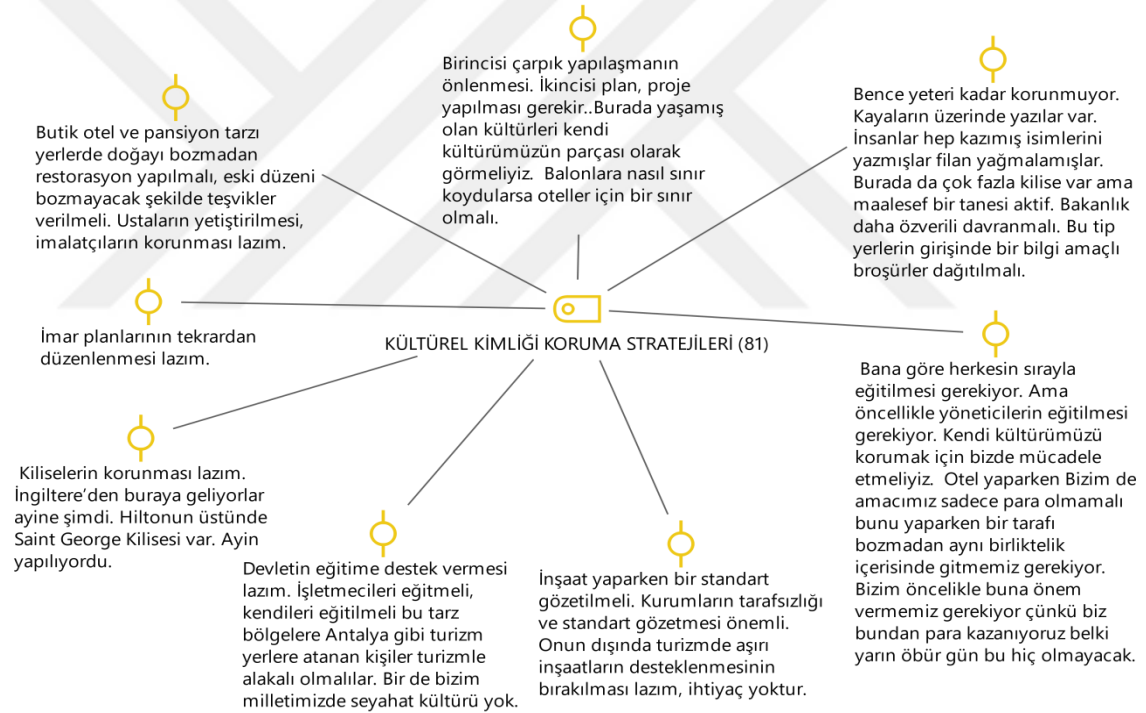


Şekil 4.10: Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik önerilere ilişkin kelime bulutu

Ev pansiyoncularının önemle üzerinde durdukları bir başka konu, bölgede kültürel kimliği oluşturan unsurlara yönelik yöre halkı ve paydaşların bilinçlendirilmesi ve eğitilmesidir. Kelime bulutunda “eğitim”, “bilinçlendirmek”, “eğitmek”, “iletişim” gibi kelimelerin sıklıkla yer aldığı görülmekte ve kültürel kimliği oluşturan unsurların nasıl korunacağına ve sürdürülebilirliğinin sağlanacağına ilişkin eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin sıklıkla gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Aksi halde yine kelime bulutundan anlaşılacağı üzere bölgenin kültürel değerlerini yok etme potansiyeline sahip olan, “tahribat”, “çarpık yapılaşma”, “imarlardan rant sağlama” gibi olumsuz tutumlarla karşılaşmanın önüne geçilemeyecektir.

Kültürel değerlerin korunması ve sürdürülmesinde merkezi ve yerel düzeyde kamu örgütlenmelerinin rolü göz ardı edilemez. Bu noktada, ev pansiyoncularının da önemle üzerinde durdukları bir başka husus, devlet yönetimlerinin kültürel değerleri ve ev pansiyonculuğunu “korumak”, “desteklemek” ve “teşvik” etmek yönünde politikalar geliştirmesi gerekliliğidir. Kapadokya Bölgesi’nde yakın geçmişte “Alan Yönetiminin” kurulması, sorunların ve beklentilerin tespit edilip, etkili plan ve projeler geliştirilmesi için önemli bir fırsattır. Bu fırsatı kültürel değerleri ve ev pansiyonculuğunu geliştirmek yönünde değerlendirmek, bölgenin turizm potansiyeline önemli katkılar sunacaktır.



Şekil 4.11: Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik önerilere ilişkin kod-alt-kod-bölümler modeli

Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik önerilere ilişkin bir başka betimleyici analiz olan kod-alt-kod-bölümler modeli incelendiğinde (Bkz: Şekil 4.10), kelime bulutunda yer alan kelimelerle aynı doğrultuda görüşlerin bildirildiği görülmektedir. Ev pansiyoncuları özellikle bölgenin doğal ve kültürel yapısına zarar vermeden, alanında uzman kişiler tarafından restorasyonların yapılması gerektiğini

vurgulamaktadırlar. Bununla birlikte, bölgede önemli bir sorun olarak göze çarpan çarpık yapılaşmaların önlenmesi, imar planlarının gözden geçirilmesi ve bu konuda etkili plan ve projelerin yürütülmesi gerektiğinin altını çizmektedirler. Ev pansiyoncularına göre, bölgede otel sayısına bir kısıtlama getirilmesi ve turizm amaçlı inşaatların desteklenmemesi gerekmektedir. Tüm bu olumsuzluklar ev pansiyonculuğunun geleceğini de tehdit edebilecek duruma gelmiştir.

Bölgenin doğal, tarihi ve kültürel dokusunu oluşturan somut unsurların tahrip edilerek zarar görmesi bölgede sıklıkla gündeme gelen bir diğer konudur. Ev pansiyoncularına göre, Vandalizm'in önüne geçilmesi, bireylerde kültür ve turizm bilincinin oluşması için kamu ve özel kuruluşlar tarafından eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin artırılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Kapadokya Bölgesi'nde kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi yoluyla ev pansiyonculuğunun geliştirilmesine yönelik, bölgedeki ev pansiyoncularının görüş, değerlendirme ve tespitleri nitel ve nicel analiz teknikleri vasıtasıyla detaylı olarak aktarılmıştır. Araştırmanın sonuç ve öneriler kısmında ise elde edilen veriler bir bütün olarak ele alınıp, ev pansiyonlarının kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği açısından mevcut durumu analiz edilerek 12. araştırma sorusuna yanıt aranacaktır.

4.9. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi ve Tartışılması

Ev pansiyonculuğunu kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği açısından sistematik bir biçimde değerlendirebilmek amacıyla geliştirilen 11 (on bir) araştırma sorusu, 55 ev pansiyoncusuyla yapılan görüşmeler neticesinde çözümlenmiştir. Belirlenen ilk 11 araştırma sorusuna verilen yanıtların genel bir değerlendirmesini ve sentezini yapmak amacıyla geliştirilen 12. ve son araştırma sorusunun yanıtına ise (Ev Pansiyonlarının Kültürel Kimliğin Korunması ve Sürdürülebilirliği Açısından Mevcut Durumu nedir?), bölgede hizmet veren ev pansiyoncularının aktardığı bilgilerden yola çıkarak bu kısımda yer verilecektir.

Araştırmaya katılan ev pansiyonlarının genel niteliklerine bakıldığında; yarısından fazlasının 1-5 yıl aralığında, 16 pansiyonun ise 10 yıl ve üzeri hizmet veren tesisler oldukları görülmektedir. Bu işletmelerin büyük çoğunluğu belediye belgelidir. Oda sayıları büyük oranda 1 ile 16 arasında ve ortalama yatak kapasiteleri 11-30 arasında

olduğundan az personelin çalıştığı butik konseptle hizmet veren işletmelerdir. Pansiyonlarının büyük çoğunluğunun mülkiyet durumu şahsa ait olup, 17'si kiralık olarak işletilmektedir.

Ev pansiyoncuları ile gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlar sonucunda elde edilen veriler baz alınarak, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi açısından hem bölgenin hem de ev pansiyonculuğunun güçlü olduğu yönleri şunlardır:

- Yılda ortalama 2 milyon ziyaretçi ağırlayan Kapadokya Bölgesi'nin dünya çapında güçlü bir imaja sahip olması.
- Sakin, nezih, rahat ve samimi yapısıyla Kapadokya Bölgesi'nin ev pansiyonları için ideal bir alan olması.
- Kültür turizmi ile sağlık turizmi, eko-turizm, inanç turizmi, kongre turizmi gibi birçok alternatif turizm türünün Bölgede giderek yaygınlaşıyor olması.
- Bölgede yerinden yönetim ve yönetişim anlayışı çerçevesinde "Kapadokya Alan Başkanlığı'nın" kurulmuş olması.
- Ev pansiyoncularının büyük çoğunluğunun 10 yıl ve üzeri iş deneyimine sahip olması (%72,7) ve en az bir yabancı dil bilmeleri (%87,3).
- Bölge'nin doğal yapısının bir sonucu olarak, pansiyonların kayadan oyma veya kendiliğinden oluşmuş mağara tipi odalara sahip olması.
- Ev pansiyonculuğunun, pansiyon sahipleri açısından ekonomik yönden yüksek düzeyde tatmin edici bir yatırım olduğunun belirtilmesi.
- Ev pansiyoncularının, yaptıkları işe yönelik sosyal ve yönetsel açıdan tutumlarının oldukça olumlu bir düzeyde olduğunun görülmesi.
- Ev pansiyoncularının hem bölge turizmine hem de ev pansiyonculuğuna yönelik katkı sunma motivasyonlarının yüksek olması.
- Tavsiye üzerine veya internet sayfalarındaki yorumları okuyarak ev pansiyonlarına gelen turist sayısının yüksek olması (toplam %71,4) ve bunun sonucu olarak gelen turistlerin pansiyonlardan memnun ayrıldığının görülmesi.

- Kültürel kimliği oluşturan unsurların hepsinin (doğal, estetik, aktivite, anlam gibi) Kapadokya Bölgesi'nde çokça bulunması ve turistik ürüne dönüştürülebilmesi,
- Turizmden ekonomik veya sosyal fayda sağlayan bölge halkının ve paydaşlarının ev pansiyonculuğuna ilişkin tutumlarının olumlu olduğunun belirtilmesi.
- Ev pansiyoncularının gelen ziyaretçilere, bölgenin sahip olduğu kültürel kimlik unsurlarının doğru aktarılması gerektiği yönündeki farkındalık ve eğilimleri.
- Ev pansiyoncularının bölgedeki doğal yapılar ile birlikte tarihi ve kültürel değerlerin korunması, çeşitli aktivitelerin düzenlenmesi, yöresel el sanatlarının kullanılması gibi yollarla kültürel değerleri koruma stratejilerinin etkili bir biçimde uygulandığını belirtmeleri.
- Ev pansiyoncularının kültürel değerlerin korunması ve sürdürülmesi amacıyla yürütülen hukuki ve yönetsel çalışmalardan memnun kalmaları.
- Ev pansiyoncularının bölgenin sahip olduğu kültürel kimlik unsurlarını (  mlekler, kapı tokmakları, yöresel halılar, kıyafetler, el sanatları vb.) pansiyon odalarına somut olarak yansıtmaları.

Araştırmaya katılan ev pansiyoncuları, tüm bu güçlü y nlerin dışında aynı zamanda ev pansiyonculuğunun bölge genelinde bazı zayıf yönlerini de vurgulamaktadırlar. Hem bölge turizmini hem de bölgedeki ev pansiyonculuğunu zayıflatana ve bir an önce önem alınması gereken hususlar şu şekilde sıralanabilir:

- Kapadokya Bölgesi'nin kendine has doğal ve estetik unsurlarını oluşturan peri bacaları, doğal mağaralar ve vadilerin kirletilmesi veya buralarda Vandalizm  rneklerinin sıklıkla görülmesi.
- Bölgenin doğal yapısına zarar veren kaçak yapıların ve bölgedeki çarpık yapılaşmaların önüne tam olarak geçilmemiş olması.
- Ev pansiyonlarının, kitle turizminin bir sonucu olarak bölgede etkili pazarlama stratejileri uygulayan büyük otellerin gölgesinde kalması.

- Büyük otellerin ve seyahat acentelerinin çok ucuza tur ve otel odası satmaları sonucu harcama yapmak istemeyen turist kitlesinin bölgeye akın etmesi.
- Seyahat acenteleri vasıtasıyla gelen turistlerin bölgedeki harcamalarından ev pansiyonlarına düşen payın oldukça düşük düzeyde olduğunun belirtilmesi ve turistik gelirin dağılımında oluşan adaletsiz yapının varlığı.
- Bölgeye gelen turistlerin çoğunluğunun günübirlikçilerden veya 1-3 gün arasında kısa süreliğine geceleleyen turistlerden oluşması.
- Ev pansiyonlarının mimari yapısının korunması için gerekli restorasyon çalışmalarının yürütülmesi amacıyla hem devlet teşviklerinin hem de banka kredilerinin arzu edilen düzeyde sağlanamadığının belirtilmesi.
- Yerel yönetimler tarafından sunulan alt yapı ve üst yapı hizmetlerinin ev pansiyoncularının beklentilerini karşılayamadığının belirtilmesi.
- Bölgede faaliyet gösteren havalimanının kapasite olarak yetersiz görülmesi ve günübirlik uçak seferlerinin yapılmıyor olması.
- Bölge genelinde yerel halkın ve paydaşların kültürel kimliğin bir unsuru olarak ev pansiyonculuğunun önemi ve değeri hakkında yeterli bilinç düzeyine sahip olmadıklarının belirtilmesi.
- Ev pansiyonlarında lokasyon ve fiziksel imkanların yetersizliği nedeniyle konuklar için sunulan sosyalleşme alanlarının (havuz, park, bar gibi) olmaması.
- Ev pansiyonculuğu yapmak için yeni yatırımlara verilen izinlerin diplomatik kanallara takıldığı ve zorlaştığının belirtilmesi.
- Butik konseptte hizmet veren işletmelerin niteliklerinin ilgili bakanlık tarafından net olarak kategorize edilip sınıflandırılmaması.
- Bölge turizmi için uluslararası arenada etkili tanıtım faaliyetlerinin yürütülmediğinin belirtilmesi. Özellikle uluslararası fuarlara katılım düzeyinin düşük olduğunun belirtilmesi.
- Ev pansiyoncularına göre bölgede otel yatırımlarının ve inşaatların aşırı düzeyde artması ve bu konuda herhangi bir kısıtlama veya standart getirilmemesi.

- Ev pansiyonlarının bir kısmında yapılan restorasyonların bölgenin doğal yapısına zarar veriyor olması.
- Bölgede açık hava müzeleri haricinde, yöresel kültürlerin korunduğu ve sergilendiği müzelerin çok az sayıda olması.

Kapadokya Bölgesi açısından ev pansiyonculuğunun daha fazla gelişmesinde ve tercih edilmesinde etkili olabilecek başlıca fırsatlar şu şekilde özetlenebilir:

- Gerekli maddi kaynaklar ve kamusal teşvikler sağlandığı takdirde bölgenin ev pansiyonculuğuna yönelik yeni yatırımlara açık, cazip bir alan olması.
- Bölgenin Hristiyanlık dininin doğduğu yerlerden biri olarak görülmesi ve bu anlamda düzenli olarak kiliselere ayın yapmak için gelen, kültürel ve dini değerlere saygılı turistlerin sayıca fazla olması.
- Kültürel kimlik unsurları açısından, doğal (peri bacaları, mağaralar, vadiler vb.) ve kültürel (ilk Hristiyan kiliseleri, Göreme Açık Hava müzesi, Rum evleri, yöresel yemekler vb.) unsurların oldukça fazla olması ve tüm dünyanın ilgisini çekiyor olması.
- Kültürel kimliği oluşturan yöresel el sanatları ve işlemeciliğinin (yöresel kıyafetler, çömlekçilik, halıcılık, taş işlemeciliği vb.) bölge turizmine önemli katkılar sağlıyor olması ve geliştirilebilir bir alan olması.
- Bölgede kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması amacıyla Türk Geceleri, Bağ Bozumu festivalleri, atlı yürüyüş, dini törenler gibi aktivitelerin sıklıkla uygulanıyor olması ve bu aktivitelerin çeşitlendirilebilmesi için gerekli koşulların varlığı.
- Bölgede yetişen yenilebilir endemik ürünlerin ve bölgeye has yöresel yemeklerin gastronomi turizmi açısından gelecek vaat eden bir envantere sahip olması.
- Kapadokya Alan Başkanlığı bünyesinde kültürel değerlerin keşfedilmesi, korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla 30.05.2021 tarihinde “Alan Planlama ve Uygulama Grup Başkanlığının” kurulması.

- Bölgede çekilen dizi ve filmlerin tüm dünyada geniş kitleler tarafından izleniyor olması ve bölgenin cazibesini arttırması.

Tüm bu fırsatların yanında hem bölge turizminin hem de ev pansiyonculuğunun geleceğini tehdit edebilecek birtakım unsurların varlığı da göze çarpmaktadır. Söz konusu bu tehdit unsurları şu şekilde sıralanabilir:

- Bölgenin turizm açısından gelişimini fırsata dönüştürmek isteyen büyük otel zincirlerinin, ev pansiyonculuğunu geri planda bırakması.
- Kitle turizmine hizmet eden büyük otellerin işleyişinden dolayı, turistlerin bölgeye has kültürel unsurları görmeden bölgeden ayrılabilceği yönündeki öngörüler.
- Bölge genelinde bozuk imar yapılarının ve çarpık yapılaşmasının gelecekte bölgenin doğal yapısına zarar verebilecek düzeye ulaşabileceği öngörüsü.
- Küresel ve ulusal düzeyde pandemi sonrası karşılaşılabilecek olası ekonomik krizlerin, küçük yatırımlar olan ev pansiyonculuğunu gelecekte olumsuz etkileyebilmesi.
- Hem bölge halkına hem de ziyaretçilere yönelik kültürel değerlerin önemini vurgulayan eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi halinde gelecekte bölgeye has doğal ve kültürel yapıların onarılamayacak düzeyde tahrip edilebileceği.
- Bölgeye has birtakım yöresel yemeklerin, içeceklerin ve el sanatlarının günümüzde uygulamaya ve turistik ürüne dönüştürülmemesi nedeniyle zaman içinde unutulmaya yüz tutabileceği.
- Seyahat ve konaklama fiyatlarının belirlenmesinde “düşük fiyat, fazla turist” politikasına devam edilmesi halinde, bölgenin “ucuz tatil” bölgesine dönüşmesi ve bu durumun her yönden kaliteyi düşürmesi.

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kapadokya Bölgesi, dünyada nadir görülen doğal yapısı ve eski çağlardan gelen tarih ve kültürel geçmişi ile yıllardır birçok yerli ve yabancı turistin seyahat rotasında yerini almıştır. Bölgeyi tercih eden turistlerin çoğunluğu kitle turizmi kapsamında acenteler aracılığıyla ziyaretlerini gerçekleştirirken, önemli bir kısmı da bireysel seyahat eden turistlerden oluşmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistler, bölgenin doğal yapısı ile kültürel kimliğini de yakından tanımak ve kültürel unsurları deneyimlemek istemektedirler. Bu noktada, bölgenin doğal ve kültürel yapısını yansıtan kayadan oyma mağara tipi odalarıyla, butik konsept dahilinde faaliyet gösteren ev pansiyonlarının turistlerin bu beklentilerini karşılayabilmek için hizmet verdikleri görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Kapadokya Bölgesi'nde turistik arz kaynakları açısından önemli bir konuma sahip olan ev pansiyonlarının mevcut durumu, kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilmesi açısından ele alınmıştır. Ev pansiyonculuğunun mevcut durumunu analiz edebilmek için, bölgede hizmet veren 55 ev pansiyoncusu ile hem bir anket çalışması hem de derinlemesine bir mülakat gerçekleştirilmiştir. Elde edilen nicel ve nitel veriler, Kapadokya'daki ev pansiyonlarının ve ev pansiyonculuğunun mevcut durumunu ve ev pansiyoncularının gelecek beklentilerini hedeflenen düzeyde ortaya koymaktadır.

Ev pansiyonlarının çoğu bölgeyi ziyaret eden hem yerli hem de yabancı turistleri ağırlamaktadır. Özellikle bölgenin doğal ve mimari dokusunu kayadan oyma mağara tipi odalarda konaklayarak deneyimlemek isteyen turistlerin uğrak noktası ev pansiyonları ve butik oteller olmuştur. Bölge genelinde turistlerin geceleme sayıları oldukça düşük düzeyde olup (ortalama 2-3 gece), bu durum ev pansiyonlarına da yansımaktadır. Geceleme sayılarındaki düşüşler, bölge genelinde gerçekleştirilen istişare toplantılarında ve çalıştaylarda ele alınarak ve bu soruna yönelik çözüm önerileri geliştirilebilir.

Ziyaretçilerin önemli bir kısmının ev pansiyonlarına ya tavsiye ya da internet sayfaları aracılığıyla geldikleri belirtilmiştir. Ev pansiyonlarını tercih etme nedenleri ise çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak samimiyet ve yakınlık, turistik merkezlere olan mesafe, bölgenin doğal yapısı, kültürel etkileşim, temizlik/hijyen, internet yorumları, düşük fiyat gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Kapadokya Bölgesi, peri bacaları, yer altı şehirleri, açık hava müzeleri, vadileri, tarihi, dini ve kültürel geçmişi ile yıllardır insanlarda görme isteği uyandıran bir bölgedir. Bu nedenle yılda en az 2 milyon turist bölgeyi ziyaret etmektedir. Bu noktada ev pansiyoncularının yapmaları gereken en önemli atılım, gelen turistleri cezbedecek alternatif deneyimler sunmaktır.

Bölgedeki ev pansiyonları kültürel kimlik unsurlarına odaklı konaklama işletmeleridir. Bu yüzden ekonomik kazançtan ziyade özgünlükleriyle, doğal yapılarıyla ve dekoruyla ön planda olmaları gerekmektedir. Bu nedenle Anıtlar Kurulunun çizdiği projelere göre inşa edilmelerine önem verilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte yine odaları dekore ederken özgünlük korunarak yapılandırılması gerekmektedir. Bu yüzden ev pansiyonların bir kurum çatısı altında toplanması bu işletmelerin restorasyon yaparken belli bir standardı yakalamalarında ve aralarında bir standart ve birliktelik oluşturma açısından son derece önemli görülmektedir.

Kapadokya Bölgesi'nde ev pansiyonlarının çoğu sezon dışında faaliyet göstermemektedir. Dolayısıyla bu işletmelerin 12 ay boyunca açık kalmaları için iç ve uluslararası tanıtımın yapılması gerekir. Bunun için de uluslararası fuarlara katılıp Turizm Bakanlığı bünyesinde bölgeye özgü ev pansiyonlarının tanıtılması gerekmektedir. Özellikle pandemi döneminde 2019 yılında Covidle birlikte bütün ülkelerin yeni turizm anlayışı çerçevesinde butik turizme yönelmesi, kitle turizminin biraz daha arka planda kalması rakip ülkeleri de bu yönde çalışmaya sevk edecektir. Bu yüzden butik tarzı ev pansiyonculuğu gibi bu tür kitleden ziyade kişisel, daha çok münferit turizme mesela özel ilgi turizmi gibi bu tür türlerin çeşitlerinin daha çok ön planda olacağı yönündedir.

Rakiplerle baş edebilmek için de uluslararası misyon değer zinciri oluşturmak gerekmektedir. Yani ev pansiyonculuğunun en büyük eksiği bu konuda bir misyonun bir vizyonunun olmamasıdır. Hem Türkiye genelinde hem de Kapadokya özelinde bir misyon ve vizyon geliştirilmemiştir. Bu eksikliklerin giderilmemesi kurumsal bir ev

pansiyonculuğunun oluşmasını engellemektedir. Turist gittiği yerde ya da kendi ülkesinde ev pansiyonculuğu tercih edeceği zaman daha kurumsal, sistemi daha iyi oturmuş fonksiyonel yapıları tercih edecektir. Bu nedenle bu konudaki yazılı eksiklikleri gidermek gerekmektedir.

Bölgedeki ev pansiyonları samimi atmosferi, misafirperver yapısı ve doğal mimarisiyle turistler için ilgi çekici bir deneyim fırsatı sunmaktadır ancak bölgenin kültürel dokusu ve imkanları daha fazla alternatif deneyimler sunmaya olanak tanımaktadır. Ev pansiyoncularının bu açıdan daha özgün ve yenilikçi çalışmalar yürütmelerinde fayda görülmektedir. Ev pansiyonlarının turistlere sunabilecekleri yeni deneyim ve hizmetler ise bölgenin sahip olduğu zengin kültürel kimlik unsurları sayesinde çeşitlendirilebilir. Bölgede mevcut el sanatları, çömlekçilik, yöresel kıyafetler ve yemekler, kültürel aktiviteler vs. hem bölgede ev pansiyonculuğunun daha fazla ilgi görmesi hem de kültürel değerlerin korunması ve sürdürülmesi açısından arzu edilen düzeyde beklentileri karşılayabilecektir. Aynı zamanda bölgenin sahip olduğu kültürel kimlik unsurları birtakım projelerle turistik arz kaynağına dönüştürülerek, geliştirilebilir. Bu yüzden bölgede turistlerin son yıllarda daha çok ilgi duyduğu alternatif ve özel ilgi turizmine ağırlık verilmesi gerekmektedir. Çünkü Kapadokya, kültür turizmi ile sağlık turizmi, eko-turizm, inanç turizmi, kongre turizmi gibi birçok alternatif turizm türleri açısından hizmet potansiyeli yüksek bir bölgedir. Bu potansiyelin bir an önce kullanılması gerekmektedir. Böylece Kapadokya'nın turistik çekim gücü arttırılabilir. Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu güçlü yönleri ön plana çıkararak turistik açıdan zayıf yanları olumluya çevirme çalışmalarıyla Kapadokya'nın her yıl daha çok sayıda turisti çekeceğinden kuşku yoktur.

Kapadokya Bölgesi'nin anlam/deneyim boyutuna ilişkin unsurları korumak için bunların aktarımı sağlanmalıdır. Bu aktarımı yaparken bölgede ev pansiyonlarından faydalanılmalıdır. Ev pansiyonları, barındırdıkları kültürel kimlik unsurlarıyla anlam/deneyim boyutunun aktarılmasında kaynak durumundadır. Bu yüzden bölgedeki ev pansiyonlarının kültürel kimliğin korunmasında büyük önemleri vardır.

Turizm ve kültür arasındaki ilişkinin sürdürülebilir olması için ise, ancak turizmin toplumun çıkarları ile uyum içinde geliştirilmesi ile mümkündür. Bu nedenle kültürel pratikler/uygulamaların hassasiyeti ve duyarlılığı için geleneksel kültürlerin korunması

gerekmektedir. Bu yüzden yerli halkın ürün geliştirme ve kültürel deneyimleri üzerinde sahiplik ve kontrol sağlamaları şarttır. Bu sürdürülebilirliği sağlamak için ise sunulan turistik çekiciliklerin hassasiyetle yönetilmesi gerekmektedir.

Bölgedeki sıkıntıların bir an önce bertaraf edilerek hem bölge turizmi hem de ev paydaşlar ile birtakım koordineli çalışmalar yürütülmesi gerekmektedir. Bölgede son yıllarda “Turizm Alan Yönetiminin” kurulmuş olması, yerinden yönetim anlayışı ile hızlı bir biçimde bölgenin ihtiyaçlarına çözüm getirilebilmesi açısından önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Alan Yönetimi kapsamında alınacak kararlar ve yürütülecek çalışmaların, bölgede ev pansiyonları gibi butik tarzda faaliyet gösteren işletmelerin beklentilerini karşılayabilmesi beklenmektedir. Yine bölgenin sahip olduğu kültürel değerlerin korunması, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla yürütülecek çalışmaların da artması ve etkili sonuçlar vermesi umut edilmektedir.

Yapılan görüşmeler ışığında genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, araştırmaya katılan ev pansiyoncularının büyük çoğunluğunun bölgede ev pansiyonculuğunun gelişmesi için yoğun çaba sarf ettikleri ve kültürel değerlerin bir koruyucusu olarak önemli bir misyon üstlendikleri kanaatine varılmıştır. Pansiyon sahipleri, ev pansiyonculuğunun hem ekonomik hem de sosyal yönden tatmin edici, geliştirici ve cazip bir yatırım olduğu görüşünde birleşmişlerdir. Ancak bölge turizmini ilgilendiren konularda olduğu kadar, ev pansiyonculuğunun da birtakım sorunlarla yüzleşmesi gerektiğinin özellikle altı çizilmektedir.

Kültürel kimliğin korunması ve sürdürülmesi açısından ev pansiyonculuğuna yönelik gelecekte yapılacak araştırmalar, öncelikle farklı coğrafi bölgeleri ve turistik destinasyonları kapsayacak şekilde yürütülebilir. Bununla birlikte, araştırmanın sonuç kısmında belirtilen ve bölgede ev pansiyonculuğunun gelişimini zayıflatan her bir unsurun tek tek ele alınarak akademik çalışmalar ve projeler yoluyla incelenmesi gerekmektedir.

Gelecek araştırmalarda, aynı zamanda Türkiye’nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren ev pansiyonlarının da mevcut sorunları ve beklentilerinin ele alınması faydalı olacaktır. Özellikle kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliği açısından ulusal çapta bütüncül faaliyetlerin neler olabileceği hususunda planlamalar yapan ve strateji geliştiren bilimsel çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Bu araştırma kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla ev pansiyonculuğunu, ev pansiyoncularının değerlendirmeleri üzerinden el alıp incelemiştir. Sonraki araştırmalarda, turistler başta olmak üzere yerel halkın, otel yöneticilerinin veya yerel paydaşların gözünden ev pansiyonculuğunun değerlendirmesini yapacak çalışmalar gerçekleştirilebilir. Bununla birlikte, turizm sektöründe söz sahibi olan farklı ülkelerde ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi, kültürel unsurların korunması ve sürdürülmesi amacıyla yapılan plan ve politikalar ile birlikte gerçekleştirilen uygulamaların incelenmesi ilgili literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.



KAYNAKLAR

- Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Kitabevi,
- Akay, R. (2007). Dil Değişiminin Dilsel ve Toplumsal Nedenler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1):1-9.
- Akbaba, A. (2013). Characteristics of Small Hospitality Businesses:A Study in an Urban Setting in Turkey. *Hospitality Review*. 30(2).
- Akgöz, E. (2013). *Düşünce Uygulamaya Otel İşletmeciliği*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akyol, C. (2012). Kırsal Turizmde Ev Pansiyonculuğu Modeli ve Karadeniz Örnekleme Artvin. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. Sayı. 2, s.79-83.
- Akyüz, M. (2010). *Butik Anlayışıyla Hizmet Sunan Küçük Otellerin Sorunları ve Performanslarına Etkileri*. (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Akyüz, M. ve Batman, O. (2017a). Ev Pansiyonculuğu Tanım Denemesi. *4th International Congress of Tourism and Management Researches*. KKTC, Mayıs 12-14.
- Akyüz, M ve Batman, O. (2017b). Ev Pansiyonculuğu Tanım Denemesi. *TURAN-SAM (TURAN Stratejik Araştırmalar Merkezi)*. 9(36), 203-207.
- Akyüz, M. ve Batman, O. (2017c). Turizm Ürünü Olarak Kültürel Kimlik Boyutları. *Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi*. Muğla, Ekim 4-8.
- Akyüz, M. ve Batman, O. (2017d). Turizm Ürünü Olarak Kültürel Kimlik Boyutları. *Avrasya Bilimler Akademisi Sosyal Bilimler Dergisi*. 281-295.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*. 32 (4):1056-1076.
- Aşan, K. ve Yılmazdoğan, C. (2012). Yerel Halkın Ev Pansiyonculuğuna Yönelik Girişimcilik Eğilimleri. *13. Ulusal Turizm Kongresi*. 703-717.

- Ardahan, F. (2003). *Turizmde Franchising ve Türk Evi Pansiyonları Franchisingi Model Önerisi ve Uygulaması*. (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avcıkurt, C. ve Hacıoğlu, N. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Aycı, A. (2004). *Türk Turizm Pazarının Genişletilmesinde İkinci Konut ve Ev Pansiyonculuğundan Yararlanılması Yollarının Araştırılması*. (Yüksek lisans tezi). Ankara Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Babacan Çengel, B. (2013). *Kapadokya Bölgesi'ndeki Butik Otellerde Konaklama Nedenlerine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Barlı, Ö. (2007). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Bizim Büro Basımevi Yayın-Dağıtım.
- Barutçugil, İ. S. (1984). *Turizm İşletmeciliği*. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.
- Bataillou, C. Ve Öter, Z. (2011). Kültürel Ötekilik, Kimlik ve Özgünlük Arayışı Bağlamında Türk Turizmi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8(3).
- Batman, O. (2018). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Bed and Breakfast Tanımı (t.y.). Erişim adresi: http://en.wikipedia.org/wiki/Bed_and_breakfast
- Belediye Belgeli Pansiyonlar. (2021). Erişim adresi: <https://www.ktb.gov.tr/>
- Belediye Belgeli Tesis Sayısı. (2019). Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201137/belediye-belgeli-tesis-istatistikleri.html>
- Berk, Ö. (1990). *Ev Pansiyonlarında Standart Oda Üretimi Araştırması ve Mustafapaşa (Sinassos) Örneği*. (Yüksek lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beyhan, Ş. G. (2005). Tarihi Burdur Evlerinin Ev Pansiyonculuğu Kapsamında Değerlendirilmesi ve Burdur Turizmine Katkıları. 1. *Burdur Sempozyumu*. s.1398-1403.
- Boarding House (t.y.). Erişim adresi: http://en.wikipedia.org/wiki/Boarding_house.
- Buzlukçu, C. (2020). Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi (Doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Calla, R. ve Lefebvre, C. (1997). Classification and Grading of UK Lodges : Do They Equate Managers and Customers Perceptions?. *Tourism Management*. Vol. 7, s. 417-424.
- Caribbean Tourism Organisation. (2002). Hotel Classification System. Erişim adresi: [http://www.onecaribbean.org/content/files/hotelclassification\(1\).pdf](http://www.onecaribbean.org/content/files/hotelclassification(1).pdf)
- Chang, T.C. (2010). Bungalows, Mansions and Shophouses: Encounters in Architourism. *Tourism Management*. Vol.41, s. 963-971.

- Cholkova, T. (2011). *Cultura-The Social, Urban, B&B Experience*. Corcoran College of Art Design, ABD.
- Creswell, J.W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cser, K. ve Ohouchi, A. (2008). World Practices of Hotel Classification Systems. *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, Vol.13, No. 4, s. 379-398.
- Çalışkan, S. (2009). *Tarihi Konut İşletmeciliği ve Kültür Turizmi İlişkisi* (Yüksek lisans tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1): 1-14.
- Çepni, S. (2009). *Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş*. Trabzon: Celepler Matbaacılık.
- Çıkrık, R. (2018). Türkiye'de Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Bakış Açısını Ortaya Koyan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (Yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Dann, G. (1996). *The Language of Tourism: A Socionlinguistic Perspective*. Wallingford CAB International.
- Dikmen, O., Barda, S., Ayverdi, F., Gürkök, Y. ve Gülersoy, Ç. (1965). *Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi*. İstanbul: İktisadi Araştırmalar Tesisi.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğaner, S. (1995). Peribacalarının turizm bakımından önemi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (30), 25-39.
- Döm, S. (2008). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Duran, E. (2009). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:10 Sayı:19
- Emekli, G. (2007). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(2006).
- Emir, G. (2018). *Amasra'da Ev Pansiyonculuğu Algısı ve Uygulama Sorunları*. (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Fidan, F. ve Nam, D. (2012). Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler-Taraklı Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 14 (23): 51-57.

- Firth, T. ve Hing, N. (1999). Backpacker Hostels and Their Guests: Attitudes and Behaviours Relating to Sustainable Tourism. *Tourism Management*, Vol. 20, s. 251-254.
- Gall, D. M., Borg, R. W. ve Gall, P. J. (1996). *Educational Research: An Introduction* (6th ed.). New York: Longman
- Glesne, C. ve Peshkin, A. (1992). *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction*. London: Longman.
- Getz, D. ve Carlsen, J. (1999). Characteristics and Goals of Family and Owner-Operated Business in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Tourism Management*, Vol. 21, s. 547-560.
- Gökçe, A. (2020). *Turizm Taksonomisi: Epistemolojik Bir Analiz*. (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gökalp, E. (2013). *Sosyolojiye Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Göktürk, G. (2017). Kapadokyalı Rumların Aydınlanma Çabasına Anadolu Gazetesi Üzerinden Bakmak. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12,3.
- Guest House Tanımı. (2020). Erişim adresi: http://en.wikipedia.org/wiki/Guest_house
- Guest House Tipi Konaklama İşletmeleri (t.y.). Erişim adresi: <https://www.firesafe.org.uk/?s=guest+house>
- Güçlü, İ. (1995). *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Pansiyon Turizmi ve Yasal Çerçevesi* (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güvenç, B. (2010). *Türk Kimliği Kültür Tarihinin Kaynakları*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Güvenç, B. (2011). *Kültürün abc'si*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Güvenç, B. (2011). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Güngör, E. (2011). *Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Hacı Bektaş-i Veli. (2021). Erişim adresi: <https://www.kapadokyadayim.com/haci-bektas-veli-turbesi-ve-muzesi/>
- Hall, P.D. (2001). Culture, tourism and Cultural Tourism: Boundaries and Frontiers in Performances of Balinese Music and Dance. *Journal of Intercultural Studies*, 22/2.
- Harris, C., McIntosh, A. ve Lewis, K. (2007), The Commercial Home Enterprise: Labour with Love. *Tourism Original Scientific Paper*, Vol.55, s.391-402.
- Hassanien, A. (2007). An Investigation of Hotel Property Renovation: The External Parties' View. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 25, s.209-224.
- Henning, R. (2007). *Effective Guest House Management*. Güney Afrika: Juta&Co Ltd.

- Holmes, J. (1997). Women, Language and Identity. *Journal of Sociolinguistics*, Vol. 1, issue 2, s. 195-223.
- Ingram, H. (1996). Classification and Grading of Smaller Hotels, Guesthouses and Bed and Breakfast Accomodation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 8, s. 30-34.
- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik. (2005). T.C. Resmi Gazete (25902, 10 Ağustos 2005).
- Jones, P. (2002). *Introduction to Hospitality Operations*. İngiltere:YHT Ltd.
- Kapadokya Bölgesi (t.y.). Erişim adresi: <https://kapadokyaalan.ktb.gov.tr/>
- Kapadokya’da Çekilen Filmler (t.y.). Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Kapadokya%27da_%C3%A7ekilen_filmler_listesi
- Kaya, A. (2007). *Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*, Ankara: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Keleş, A. (2011). *Yade Kara’nın Eserleri Örneğinde Kültürel Kimlik Sorunu* (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kırkyama (t.y.). Erişim Tarihi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/K%C4%B1rkyama>.
- Kılıçkiran, S. (14 Mayıs 2021). *Kapadokya Bölgesi*. Kişisel Görüşme.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structual Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.
- Korat, G. (2003). *Taş Kapıdan Taçkapiya Kapadokya*. İstanbul: İletişim yayınları.
- Kozak, N. (Ed.). (1998). *Otel İşletmeciliği*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. (Ed). (2012). *Otel İşletmeciliği*. Detay Yayıncılık, Ankara, 2012
- Kozak, M.A., Maviş, F., Nergis, H.G. ve Çiçek, D. (2013). *Otel İşletmelerinde Yönetim Fonksiyonel Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuş, E.(2003). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nitel Mi, Nicel Mi?*.Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Erişim adresi: <https://www.ktb.gov.tr>
- Kuveloğlu, D. (2004), Turizm@Gelecek.tr. Ankara: Elips Kitap,
- Lynch, P. (1999). Female Microentrepreneurs in the Host Family Sector: Key Motivations and Socio-Economic Variables. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 17, Issue (3): 319-342.
- Lynch, P. A. (2005). The Commercial Home Enterprise and Host: A United Kingdom Perspective. *Hospitality Management*, 24 (2005), 533-553.
- Mcintosh, A., J., T. H. ve Ingram, T. (2002). Cultural Identity and Tourism. *International Journal of Arts Management*, Vol. 4, No.2.

- Medlik, S. (1997). *Otel İşletmeciliği*. Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Merriam, S.B. (2018). *Nitel Araştırma*. (Çev. Selahattin Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Nunnally, J. C. ve Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. New Jersey: McGraw-Hill Inc
- Nuryanti, W. (1996). Haritage and Postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2).
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İstanbul.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2.
- Özel, Ç. H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42. Sayı.
- Özgen, Ö. (1992). *Ev Pansiyonculuğunun Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili* (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Palmer, C. (1999). Tourism and symbols of identity. *Tourism Management*, 20 (1999), 313-321.
- Pansiyonlara Geliş Sayısı, Geceleme, Kalış Süresi ve Doluluk Oranları (2000-2018). (2021). Erişim adresi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9857/isletme-belgelitesisler.html>
- Pansiyon. (2020, 13 Ekim). Erişim adresi: <https://sozce.com/>
- Pansiyon Kelime Kökeni. (2021). Erişim adresi: <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/pansiyon>
- Pansiyon İşletmecisi. (2021). Erişim adresi: <http://meslek.kamudunyasi.com/Pansiyon-Isletmecisi-Kendi-Isletmesinde-Calisanlar-1355i.cgi>
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation An Research Methods*. London: Sage Pub.
- Proshansky, H.M. (1978). The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, Vol.10.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. Ve Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical World Socialization of the Self. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 3.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. U.K.: Cab International.
- Saban, A. ve Ersoy, A. (2017). *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, Ankara: Devlet Planlama.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Sharma, J., Chrisman, J. ve Chua, H. (1997). Strategic Management of the Family Business: Past, Research and Future Challenges. *Pramodita Family Business Review*. Vol. 10, No.1.
- Sharpley, R. (2006). Travel and Tourism. Londra :Sage Publications.
- Smith, S. M. ve Albaum, G. S. (2005). *Fundamentals of Marketing Research*. London: Sage.
- Stone, P. J., Dunphy, D. C. ve Smith, M. S. (1966). *The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis*. Oxford, England: M.I.T. Press.
- Stryker, S. ve Burke, P. J. (2000). The Past, Present, and Future of an Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(4).
- Sürme, A. E. (2019). Nevşehir'deki Hristiyanlık Yapıları ve Azizleri (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Tacoğlu, P.T., Arıkan, G. Ve Sağır, A. (2012). Boşnak Göçmenlerde Göç ve Kültürel Kimlik İlişkisi: Fevziye Köyü Örneği. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7/1.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Taylor, H. C., Lobel, A. S. Ve McLeod, L. P. (1991). Effects of Ethnic Group Cultural Differences on Cooperative and Competitive Behavior on a Group Task. *Academy of Management Journal*, Vol.34, 4.
- TDK. (2019). Güncel Türkçe Sözlük. (Aranılan kelime “pansiyon”). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Toskay, T. (1990). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Turizm Belgeli Tesislerin Sayısı. (2018). Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati-.html>
- Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği. (2021). Erişim adresi: <https://gib.gov.tr/node/87874>
- Turizm Müesseselerine Ait Vasıflar Yönetmeliği 1965. *Resmi Gazete* (11962, 15 Şubat 1965).
- Turizm İstatistikleri. (2006). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- Turizm İstatistikleri. (2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik 1982. *Resmi Gazete* (25852, 21 Temmuz 2005).
- Turizm Teşvik Kanunu. (1982). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2634.pdf>

- Türk Turizminin Engelleri. (2020). Erişim adresi:
<https://www.turkiyeturizm.com/turad-turk-turizminin-engelleri-34373h.htm>
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013. (2021). Erişim adresi:
<https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- Uçar, N. (2010). *Turizmin Kırsal Alana Etkisi: Gökçeada Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uçar, N. (2012). Kırsal Alanda Turizmle Modernleşen Kadın. *Uluslar arası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, s.111-115.
- Uğur, A. (2015). Sürdürülebilir Turizm, Yerel Değerler ile Turist Tatmini Arasındaki Yapısal İlişkilerin İncelenmesi: Bütünleşik Bir Yaklaşım. (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi-SPSS 12. 0 For Windows. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, B. Ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*. 2, s. 30-49.
- Uygur, T. ve Turgut, H. (2012). *Son Değişikliklerle Turizm Mevzuatı*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ünlüöner, K. Ve Tayfun, A. (2003). Turistlerin Yerli Halkın Tüketim Davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10.
- Yang, Y., Wong, K.F. ve Wang, T. (2012). How do Hotels Choose Their Location? Evidence From Hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*, vol.31, s. 675-685.
- Yaygın Mesleki Turizm Yönergesi 2018. (2021). T.C. Resmi Gazete (30474, 10 Temmuz 2018).
- Yeşilyurt, H. Ve Koçak, N. (2020). Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algı ve Desteğinde Yer Kimliği ve Yer İmajının Rolü. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4).
- Yetiş, Ş. A. (2015). Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2. Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yolal, M. ve Yolal, M. (2012). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yorgancı, B. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması. (Yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi. Vadiler. (2021). Erişim adresi: <http://kaphib.org/>

EKLER

EK A: Görüşme Formu

EK B: Kapadokya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerini Tanıtıcı Bilgiler



EK A: Görüşme Formu

EV PANSİYONCULUĞUNUN GELİŞTİRİLMESİNDE KÜLTÜREL KİMLİĞİ KORUMA STRATEJİLERİNİ ROLÜ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Ev Pansiyonculuğunun Geliştirilmesinde Kültürel Kimliği Koruma Stratejilerinin Rolü”nü analiz etmeyi hedeflemektedir. Araştırma doktora tez çalışmasına veri toplamak için yapılmakta olup, araştırmanın amacına ulaşabilmesi, sizlerin değerli katkılarına bağlıdır. Araştırmaya yapacağınız katkılardan dolayı şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Prof. Dr. Orhan BATMAN
Sakarya Uygulamalı Bilimler
Üniversitesi

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER
Nevşehir Hacı Bektaş Veli
Üniversitesi

Meral AKYÜZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli
Üniversitesi

1. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK VE KİŞİSEL ÖZELLİKLERİ						
1.Yaşınız:	☐ 18-30 arası	☐ 31-45 arası	☐ 46-60 arası	☐ 61 ve üstü		
2.Cinsiyetiniz:	☐ Erkek	☐ Kadın				
3.Medeni durumunuz:	☐ Evli	☐ Bekâr				
4.Eğitim durumunuz:	☐ İlköğretim	☐ Lise	☐ Önlisans	☐ Fakülte	☐ Lisansüstü	
5.Turizm eğitimi alma durumunuz:	☐ Evet	☐ Hayır				
6.İş deneyiminiz:	☐ 1 yıldan daha az	☐ 1-5 yıl arası	☐ 6-10 yıl arası	☐ 10 yıl ve üzeri		
7.Turizm sektöründe çalışma süreniz:	☐ 1 yıldan daha az	☐ 1-5 yıl arası	☐ 6-10 yıl arası	☐ 10 yıl ve üzeri		
8.Turizm sektöründeki pozisyonunuz	☐ İşletme Sahibi	☐ İşgören	☐ Rehber	☐ Acente Sahibi	☐ Diğer	
9. Yabancı dil bilme durumu:	☐ Evet	☐ Hayır	☐ Cevabınız Evet ise hangi diller lütfen belirtiniz.			

2. EV PANSİYONLARININ GENEL NİTELİKLERİ VE MİSAFİR PROFİLİ				
1. İşletmenin ismi:				
2. İşletmenin ismi nereden gelmektedir:				
3. İşletmenin faaliyet süresi:	☐ 1 yıldan daha az	☐ 1-5 yıl arası	☐ 6-10 yıl arası	☐ 10 yıl ve üzeri
4. İşletmedeki çalışan sayısı:	☐ 1-3	☐ 4-7	☐ 8-11	☐ 11 ve üstü
5. İşletmedeki oda sayısı:	☐ 1-5	☐ 6-10	☐ 11-16	☐ 17 ve üstü
6. İşletmedeki yatak sayısı:	☐ 1-10	☐ 11-20	☐ 21-30	☐ 31 ve üstü
7. İşletmeniz hangi kategoriye girmektedir:	☐ Turizm Belgeli		☐ Belediye Belgeli	
8. İşletmenin mülkiyet durumu:	☐ Şahıs		☐ Kiralık	
9. Konaklayan misafir türü: ☐ Yerli ☐ Yabancı ☐ Her ikisi				
10. Turistlerin ortalama konaklama süresi:	☐ 1-3	☐ 4-7	☐ 8-11	☐ 12 ve üstü
11. Turistlerin geliş biçimi:	☐ Tesadüfen	☐ Tavsiye ile	☐ Internet sayfaları	☐ Acenta
12. Turistlerin ev pansiyonlarında aradığı özellikler:	☐ Düşük fiyat ☐ Şehirdeki karmaşadan uzakta dinlenme ☐ Turistik merkezlere yakınlık		☐ Temizlik ☐ Samimiyet ve yakınlık	☐ Kültürel etkileşim (geleneksel değerleri tanıma, geleneksel ev yemekleri, yöresel farklılıkları görme)
13. Ev pansiyonun tanıtımı için reklam verilme durumu:	☐ Evet	☐ Hayır	☐ Cevabınız Evet ise lütfen belirtiniz	
14. Kendisine ait internet sitesi olma durumu:	☐ Evet		☐ Hayır	
15. İşletmenin en yoğun olduğu aylar:	☐ 1-3 ay arası	☐ 4-6 ay arası	☐ 7-10 ay arası	☐ 11. ve 12. aylar

3.PANSİYONLARDA SUNULAN FİZİKSEL İMKÂN VE HİZMETLER						
1. İşletmede verilen hizmetler:	☐ Kahvaltı	☐ Akşam yemeği	☐ Diğer			
2. Ev pansiyonculuğuna dönüştürmek için yapılan değişiklikler:	☐ Ahır kapatıldı	☐ Oda eklendi	☐ Kat çıkıldı	☐ Kat genişletildi	☐ Ek bina yapıldı	☐ Diğer
3. Mimari unsur olarak neden etkilanilmiştir:						
5.Ev pansiyonun odasında bulunan imkanlar:	☐ Klima	☐ Mini bar	☐ TV	☐ Uydu		
6. Ev pansiyonunun banyosunda bulunan imkanlar:	☐ Küvet	☐ Duş teknesi	☐ Duş kabini	☐ Diğer		

4. Ev pansiyonculuğu işletmeciliği yapmanın etkilerine dair aşağıdaki görüşlere katılıp katılmama derecenizi belirtiniz:

Ev Pansiyonculuğuna Yönelik Tutumlar	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Elde ettiğim gelir benim için yeterli.	1	2	3	4	5
2. Elde ettiğim gelir yaşam standardımı yükseltir.	1	2	3	4	5
3. Elde ettiğim gelir tasarruf yapmamı sağlar.	1	2	3	4	5
4. Elde ettiğim gelir gayrimenkul satın almamı sağlar.	1	2	3	4	5
5. Elde ettiğim gelir evin geçimini sağlar.	1	2	3	4	5
6. Elde ettiğim gelir farklı ilgi alanları için değerlendirmemi sağlar.	1	2	3	4	5
7. Elde ettiğim gelir turizm yatırımı için değerlendirmemi sağlar.	1	2	3	4	5
8.Ev pansiyonculuğu arkadaş edinme fırsatı verir.	1	2	3	4	5
9. Ev pansiyonculuğu planlama ve karar verme konusunda inisiyatif kullanmamı sağlar.	1	2	3	4	5
10. Ev pansiyonculuğunun ilgi çekici bir iş olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
11. Ev pansiyonculuğu yaptığım için sonuçları hakkında geri bildirim alırım	1	2	3	4	5
12. Ev pansiyonculuğu tatmin edici düzeyde sosyal fayda sağlar.	1	2	3	4	5
13. Ev pansiyonculuğu kendimi geliştirme imkânı tanır.	1	2	3	4	5
14. Ev pansiyonculuğu yeteneklerimi geliştirme fırsatı verir.	1	2	3	4	5

5.Ev pansiyonculuğunun geliştirilmesinde kültürel kimliği korunması ile ilgili faktörlerin size göre ne derece etkili olduğunu ölçek üzerinde “X” işareti koyarak belirtiniz:

Doğal yapıları kullanarak kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri	Hiç Etkili Değil	Etkisiz	Ne etkili Ne Etkisiz	Etkili	Çok Etkili
1.Doğal unsurların (peribacaları, vadi vs.) korunması	1	2	3	4	5
2.Yeraltı şehirlerinin korunması	1	2	3	4	5
3. Müzelerin korunması	1	2	3	4	5
4.Belli bir dine veya öğretiye sahip insanların geleneksel buluşma yeri ve mekanlarının korunması	1	2	3	4	5
5.Kapadokya’da turistlerin tarihi evler ve köy evlerinde konaklaması	1	2	3	4	5
6.Mimari kimliğin korunarak, turistlerin büyük oteller yerine mimari kimliği koruyan ve yaşatan küçük pansiyonlara özendirilmesi	1	2	3	4	5
Çeşitli aktiviteler düzenleme yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri					
1. Sahne sanatları (Türk Gecesi, Semazen Gösterisi, Türk Oryantal Dansı, Türk Folkloru vs.) sunulması	1	2	3	4	5
2. Yöresel yemekler ve içeceklerin sunulması	1	2	3	4	5
3.Doğal şarap yapım üretiminin gösterilmesi ve müşteriye sunulması	1	2	3	4	5
4.Yerli halkın, geleneksel yaşam stillerini tanıtması	1	2	3	4	5
5.Festival ve etkinlikler düzenlenmesi	1	2	3	4	5
6.Dini törenler düzenleme	1	2	3	4	5
7.Kapadokya’da yerel olarak yetiştirilen ürünlerin turistlere sunulması	1	2	3	4	5
Tarihi ve kültürel değerleri koruma yoluyla kültürel kimliği koruma ve sürdürme stratejileri					
1.Mitolojinin yaşatılması	1	2	3	4	5
2.Maneviyat ve dini değerlerden yararlanma	1	2	3	4	5
3.Sözlü tarihten yararlanma	1	2	3	4	5
4.Eski kültürlerin çekiciliğinin sunulması	1	2	3	4	5
5.Turistlerde eski deneyim yaşam isteği uyandırma	1	2	3	4	5

Yöresel el sanatları ve işlemlerini kullanarak kültürel kimliği devam ettirme stratejileri	Hiç Etkili Değil	Etkisiz	Ne etkili Ne Etkisiz	Etkili	Çok Etkili
1.El sanatlarının sunulması	1	2	3	4	5
2.Takı üretimi	1	2	3	4	5
3.Taş işlemeciliği	1	2	3	4	5
4.Çanak-Çömlek yapma geleneği, çanak-çömlek atölyelerinde turistlere öğretilmesi ve gösterilmesi,	1	2	3	4	5
5.Yerel motiflerin kullanıldığı ürünler	1	2	3	4	5
6.Turistlere sunulan belli tasarımların, Şahsiyetler (Aziz George, Aziz Jorge, Hitit Kralı vs.) ile ilişkili olması	1	2	3	4	5
7.Turistlere sunulan belli tasarımların, belli uygarlıklar (Hititler, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar vs.) ilişkili olması	1	2	3	4	5
8.Hediyeelik eşyaların dua ve dini hac temaları dikkate alınarak tasarlanması	1	2	3	4	5
9.Kilim ve halı dokumasının sunulması	1	2	3	4	5
10.Yöresel elbiselerin sunulması	1	2	3	4	5
11.Eski uygarlıkların kullandığı araç ve gereçlerin yaşatılması	1	2	3	4	5
12.Coğrafi işaretler üretilmesi	1	2	3	4	5
Yönetsel ve hukuki boyutlarını/stratejilerini kullanarak kültürel kimliği koruma stratejileri					
1. Merkezi yönetim görevlilerinin koruma ve tanıma faaliyetleri	1	2	3	4	5
2.Yerel toplumların kültüre dayalı ürünler geliştirmesi	1	2	3	4	5
3.Yerel yönetimin, el sanatları endüstrisinin sürdürülebilirliğini sağlamak için fırsatlar sunması	1	2	3	4	5
4. Yerel yönetimin, modern yaşamda el sanatların uygun, değerli ve pazarlanabilir olmasını sağlamak için ürün inovasyonunu teşvik etmesi	1	2	3	4	5
5. Yerel yönetimin, ürün tasarımı ve pazarlamasında ve entelektüel mülkiyet haklarının korunmasında el sanatları üreticilerine eğitim ve destek hizmetleri sunması	1	2	3	4	5
6. Yerel yönetimin, üretime ilişkin kalite standartları belirlemesi	1	2	3	4	5
7. Yerel yönetimlerin koruma ve tanıma faaliyetleri kültürel kimliğin korunmasına önemli bir role sahiptir.	1	2	3	4	5
8. Koruma gruplarının (UNESCO ve anıtlar ve sitler uluslararası komisyonlar) çıkardığı düzenlemeler	1	2	3	4	5
9.Eğitim faaliyetlerinin verilmesi	1	2	3	4	5
10.Tur operatörlerinin tanıtım faaliyetleri	1	2	3	4	5
11. Yatırımcıların faaliyetleri	1	2	3	4	5
12. İşletmecilerin faaliyetleri	1	2	3	4	5
13. İmar planlarının tespiti	1	2	3	4	5
14. Halkın davranışları	1	2	3	4	5
15.Devletin uyguladığı turizm politikaları	1	2	3	4	5

6.Ev Pansiyonculuğu:

1. Ev pansiyonculuğunda karşılaştığınız güçlükler nelerdir:.....

.....
.....

2.İyi bir ev pansiyonculuğunun/işletmenin temel üç özelliği:.....

.....
.....

3. Bölgede ev pansiyonculuğunun gelişmesi için ne tür teşvikler olması/hangi koşulların iyileştirilmesi gerekir:

.....
.....

7. Kültürel Kimliği Kullanma (Ölçeği)

1.Kapadokya’da kültürel kimlik boyutları/unsurları nelerdir?

Doğal/Estetik/Fiziksel Boyut:.....

.....
Aktiviteler/Sembolik Boyut:

.....
Anlam/Deneyim:

.....
Bu kültürel kimlik boyutları neden önemlidir/nasıl fayda sağlar?

.....
.....
.....

3.Kapadokya'ya gelen turistler sizce daha çok bölgenin hangi özelliklerine/çekiciliklerine ilgi duyuyor?

.....

.....

4.İşletmenizde kullandığınız kültürel kimlik boyutları/unsurları nelerdir? /Gelen turistler üzerinde Kapadokya'nın kültürel kimlik boyutlarının anlaşılması için hangi stratejileri kullanıyorsunuz?

.....

.....

5.Kültürel kimliğin korunması için uygulanması gereken stratejiler/korunması için ne öngörüyorsunuz?

.....

.....

.....

6.Kapadokya'da turizm gelişimi ne yöndedir ve nasıl olmalıdır?

.....

.....

.....

7.Turizmin bölgesel ekonomiye/Kapadokya'ya katkıları nelerdir ?

EK B: Kapadokya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerini Tanıtıcı Bilgiler**1. Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama İşletmeleri**

Sıra No	Tesisin Adı	Yeri	Tesisin Türü	Tesis Sınıfı	Yıl	Oda	Yatak
1	Dedeman Oteli	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	1987	349	700
2	Altınöz Oteli	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	1988	120	248
3	Peri Tower Oteli	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	1989	125	270
4	Kapadokya Lodge	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	1987	146	291
5	Hotel Seven Brothers	Nevşehir	Otel	2 Yıldızlı	1987	24	48
6	Dinler Otel Nevşehir	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	2005	139	282
7	Grand Öztürk Otel	Nevşehir	Otel	4 Yıldızlı	2010	41	82
8	Kapadokya Hill Otel	Göre	Otel	3 Yıldızlı	2014	25	62
9	Yıltok Oteli	Avanos	Otel	4 Yıldızlı	1988	178	365
10	Avrasya Oteli	Avanos	Otel	3 Yıldızlı	1988	126	252
11	Double Tree By Hilton Avanos Cappadocia	Avanos	Otel	5 Yıldızlı	2011	122	252
12	Altınyazı Oteli	Avanos	Otel	4 Yıldızlı	1987	114	237
13	Kapadokya Organik	Avanos	Çiftlik Evi		2012-	5	10
14	Büyük Avanos Oteli	Avanos	Otel	3 Yıldızlı	2013	61	122
15	Postacı Hikmet Cingi Konağı Pansiyonu	Avanos	Pansiyon		2014	5	10
16	Fairyland Cave Hotel	Avanos	Özel K. T.		2014	9	18
17	Phocas Cave Suites	Avanos	Özel K. T.		2014	12	24
18	The Loop Kapadokya	Avanos	Pansiyon		2014	12	24
19	Miracle Cave Hotel	Avanos	Özel K. T.		2013	8	16
20	Crystal Kaymaklı Hotel & Spa	Kaymaklı	Otel	5 Yıldızlı	2002	272	545
21	Turist Hotel Cappadocia	Göreme	Otel	4 Yıldızlı	2008	79	164
22	Çiner Oteli	Göreme	Otel	3 Yıldızlı	1989	42	87
23	Miras Oteli	Göreme	Özel K. T.		2009	8	16
24	Cappadocia Cave Suites	Göreme	Özel K. T.		2011	33	65
25	Göreme Kaya Oteli	Göreme	Özel K. T.		2001	48	96
26	Osmanlı Manor	Göreme	Pansiyon		2014	12	24
27	Göreme Alaturca House	Göreme	Pansiyon		2014	7	14
28	Kemal's Guest House	Göreme	Pansiyon		2014	8	16
29	Comfort Göreme	Göreme	Pansiyon		2014	9	18
30	Diamond Of Cappadocia	Göreme	Pansiyon		2015	9	18
31	Göreme City Pansiyon	Göreme	Pansiyon		2015	13	25
32	Aydınlı Garden House	Göreme	Pansiyon		2015	8	16
33	Termalya Termal Oteli	Kozaklı	Termal Oteli	4 Yıldızlı	2005	128	332
34	Yapısel Oteli	Kozaklı	Termal Oteli	3 Yıldızlı	2001	58	120
35	Roza Resort Oteli	Kozaklı	Termal Oteli	5 Yıldızlı	2003	230	860
36	Dadak Termal Spa & Wellness Hotel	Kozaklı	Termal Oteli	4 Yıldızlı	2006	89	178
37	Museum Hotel	Uçhisar	Özel K. T.		2003	30	73
38	Ataman Uçhisar Kaya Oteli	Uçhisar	Özel K. T.		2006	72	145
39	Taşkonaklar	Uçhisar	Özel K. T.		2009	14	28
40	Karlık Evi Oteli	Uçhisar	Özel K. T.		2011	20	40

41	Ccr Cappadocia Cave Resort	Uçhisar	Özel K. T.		2012	72	158
42	Argos In Cappadocia	Uçhisar	Özel K. T.		2010	50	102
43	Otel Kral	Ürgüp	Özel K. T.		2000	30	60
44	Dinler Oteli	Ürgüp	Otel	5 Yıldızlı	1987	188	376
45	Perissia Hotel	Ürgüp	Otel	5 Yıldızlı	1985	352	700
46	Vera Hotel Taşsaray	Ürgüp	Otel	4 Yıldızlı	1986	189	378
47	Yunak Evleri Cappadocia Cave Hotel	Ürgüp	Özel K. T.		2004	40	90
48	Selçuklu Evi	Ürgüp	Özel K. T.		2004	20	46
49	Yusuf Yiğitoğlu Konağı	Ürgüp	Özel K. T.		2003	14	30
50	Cappadocia Castle Cave Hotel	Ürgüp	Özel K. T.		2011	7	14
51	Hotel Surban	Ürgüp	Özel K. T.		2008	31	62
52	Gamirasu Cave Hotel	Ürgüp	Özel K. T.		2012	30	68
53	Turban Ürgüp Tatil Köyü	Ürgüp	Tatil Köyü	4 Yıldızlı	2012	243	486
54	Floria Hotel	Ürgüp	Otel	4 Yıldızlı	2012	126	268
55	Fresco Konakları	Ürgüp	Özel K. T.		2013	12	24
56	Dere Suites	Ürgüp	Özel K. T.		2012	16	32
57	Hotel Cave Konak	Ürgüp	Özel K. T.		2014	12	36
58	Gomeda Oteli	M.Paşa	Otel	4 Yıldızlı	1990	136	270
59	Sinasos Gül Konakları	M.Paşa	Özel K. T.		2005	19	45
60	Cappadocia Estates	M.Paşa	Özel K. T.		2013	16	32
61	Osiana Pansiyon	M.Paşa	Pansiyon		2015	9	20
62	Vera Salaberina	Ortahisar	Özel K. T.		2009	6	12
63	Alkabris	Ortahisar	Özel K. T.		2005	5	12
64	Yeni Yükseller Otel	Ortahisar	Otel	4 Yıldızlı	1988	57	114
65	Burcu Kaya Oteli	Ortahisar	Otel	4 Yıldızlı	1987	82	166
66	Dilek Kaya Otel	Ortahisar	Özel K. T.		2010	73	146
Toplam	66					4.645	9.940

2. Turizm Yatırım Belgeli Konaklama İşletmeleri

Sıra No	Tesisin Adı	Yeri	Tesisin Türü	Yıl	Oda	Yatak
1	Gökçem Otel	Nevşehir	4 Yıldızlı	2013	160	302
2	Nevoro Otel	Nevşehir	5 Yıldızlı	2015	186	372
3	Suhan Kapadokya Otel	Avanos	5 Yıldızlı	2011	458	916
4	Stone Concept Hotel	Avanos	3 Yıldızlı	2013	99	198
5	Kormes-Hattı Lodge Oteli	Uçhisar	Özel Konaklama Tesis	2014	11	22
6	Sarıpınar Otel	Uçhisar	4 Yıldızlı	2012	99	198
7	Karlık Evi Cave Otel	Uçhisar	3 Yıldızlı	2014	17	34
8	Bestmahal Of Kapadokya	Ürgüp/Ortahisar	Butik Otel	2008	28	56
9	İncekara Konağı (Miras Konakları)	Ürgüp/Mustafapaşa	Butik Otel	2014	8	24
10	Eleves Taş Evler Otel	Ürgüp/Mustafapaşa	3 Yıldızlı	2013	34	76
11	Atacan Otel	Ürgüp	3 Yıldızlı	2013	30	60
12	Utopia Cave Hotel	Ürgüp	Butik Otel	2013	50	106
13	Cappadocia Park Hotel	Ürgüp	5 Yıldızlı	2014	130	260
14	Park Otel Ürgüp	Ürgüp	3 Yıldızlı	2014	101	197
15	Asuvarı Suites	Ürgüp	Butik Otel	2014	101	197
16	Anemon Kapadokya Otel	Ürgüp	3 Yıldızlı	2015	55	112
17	Kapadokya Yıldız Otel	Ürgüp	1 Yıldızlı	2015	10	20
18	Imperia Otel	İbrahimpasha/Ürgüp	Butik Otel	2013	60	120
19	5e Resorts Hotel	Kozaklı	5 Yıldızlı	2013	341	894
20	Kozaklı Çamlıbel Otel	Kozaklı	3 Yıldızlı	2007	24	48
21	Amazon Aretias Hotel	Kozaklı	3 Yıldızlı	2013	98	196
22	Kozza Hotel&Spa	Kozaklı	4 Yıldızlı	2014	106	264
23	Altınsu Otel	Kozaklı	3 Yıldızlı	2014	25	50
24	Divaisib Termal Resort Hotel	Kozaklı	5 Yıldızlı Termal Otel	2015	255	450
25	Pearl Cave Boutique	Göreme	Butik Otel	2015	10	20
Toplam	25				2405	5015

3. Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesisleri

Sıra No	Yeri	Tesis Adı	Türü	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1	Nevşehir	Otel İpek Palas	Otel	42	80
2	Nevşehir	Şems Otel	Otel	25	60
3	Nevşehir	Otel Safir	Otel	25	50
4	Nevşehir	Otel Nisa	Otel	36	80
5	Nevşehir	Business Hyatt	Otel	33	53
6	Nevşehir	Viva Cappadocia	Otel	48	105
7	Nevşehir	Zümrüt Otel	Otel	31	67
8	Göre	Kapadokya Hill Turizm Ltd. Şti.	Otel	25	29
9	Göreme	Peri Pansion		15	30
10	Göreme	Ufuk Pansion		15	30
11	Göreme	Paradise Pansion		15	30
12	Göreme	Anatolia Cave Pansion			
13	Göreme	Gerdiş Evi		7	14
14	Göreme	Emily's Cave House		5	10
15	Göreme	Nirvana Cave Hotel		11	22
16	Göreme	Cappadocia Stone Palace		11	22
17	Göreme	Local Cave House Hotel		10	20
18	Göreme	Yasin's Place Cave Hotel		12	24
19	Göreme	Anatolian Houses		33	66
20	Göreme	Terra Vista Hotel		10	20
21	Göreme	Göreme Historical Pansion			
22	Göreme	Blue Moon Hotel		11	22
23	Göreme	Mystic Cave House		9	18
24	Göreme	Osman Bey Cave House		9	18
25	Göreme	Hanzade Suites Hotel		7	14
26	Göreme	Tabiat Pansion		6	12
27	Göreme	Göreme House Hotel		13	26
28	Göreme	Dervish Cave House		23	46
29	Göreme	Arch Palace Hotel		11	22
30	Göreme	Caravanseraı Hotel		13	26
31	Göreme	View Cave Hotel		6	12
32	Göreme	Bedrock Cave Hotel			
33	Göreme	Gültekin Hotel		13	26
34	Göreme	Oriental Cave Suites		8	16
35	Göreme	Village House		11	22
36	Göreme	Sarıhan Cave Hotel		17	34
37	Göreme	Vezir Cave Suites		9	18
38	Göreme	Melek Cave Hotel		10	20
39	Göreme	Göreme Mansion Cave Hotel		4	8

40	Göreme	Cappadocia Cave Land Hotel		7	14
41	Göreme	Castle Cave House		8	16
42	Göreme	Gaferli Stone House			
43	Göreme	Panoramic Cave Hotel		11	22
44	Göreme	Kayataş Hotel		15	30
45	Göreme	Spelunca Cave Hotel		16	32
46	Göreme	Lalezar Hotel		11	22
47	Göreme	Sunset Hotel		8	16
48	Göreme	Cave Life Pansion		11	22
49	Göreme	Imperial Cave Hotel		8	16
50	Göreme	Anatolian Cave Hotel		33	66
51	Göreme	Arif Cave Hotel		10	20
52	Göreme	Nostalji Cave Hotel		10	20
53	Göreme	Natura Park Cave Hotel		25	50
54	Göreme	Rock Valley Pansion		16	32
55	Göreme	Walnut House		14	28
56	Göreme	Atak Otel		12	24
57	Göreme	El'ysee Pansion		18	36
58	Göreme	Door's Of Cappadocia		18	36
59	Göreme	Kemal's Guest House 2		12	24
60	Göreme	Sedir Cave Hotel		9	18
61	Göreme	Vineyard Cave Hotel		8	16
62	Göreme	Karadut Cave Hotel		8	16
63	Göreme	Cappadocia Inn Cave Hotel		15	30
64	Göreme	Valley Park Hotel		13	26
65	Göreme	Alaturca House		10	20
66	Göreme	Göreme Inn Hotel		15	30
67	Göreme	Flintstones Cave Hotel		21	42
68	Göreme	Guest House			
69	Göreme	Ali's Guest House		5	10
70	Göreme	Pilot Inn Pansion		6	12
71	Göreme	Old Town Stone House		9	18
72	Göreme	Harım Pansion		6	12
73	Göreme	Heybe Hotel		33	66
74	Göreme	Güven Cave Hotel		11	22
75	Göreme	Ishtar Cave Pansion		8	16
76	Göreme	Kemer Cave House		6	12
77	Göreme	Travel Inn Cave Hotel		12	24
78	Göreme	Elif Star Cave Hotel		8	16
79	Göreme	Gümüş Hotel		11	22
80	Göreme	S.O.S Cave Hotel		15	30
81	Göreme	Terrace House Hotel		11	22

82	Göreme	Göreme Palace Cave House		9	18
83	Göreme	Kookaburra Pansion		9	18
84	Göreme	Şato Cave Hotel		7	14
85	Göreme	Oddest Cave Suites		6	12
86	Göreme	Aydınlı Garden House		13	26
87	Göreme	King House		23	46
88	Göreme	Chelebi Cave House		11	22
89	Göreme	Aydınlı Cave Hotel		13	26
90	Göreme	Canyon View Hotel		6	12
91	Göreme	Terra Cave Hotel			
92	Göreme	Taşkonak Hotel		13	26
93	Göreme	Coco Cave Hotel			
94	Göreme	Sultan Cave Suites		8	16
95	Göreme	Mıthra Cave Hotel		36	72
96	Göreme	Vista Cave Hotel		11	22
97	Göreme	Maccan Cave Hotel		17	32
98	Göreme	Divan Cave House		8	16
99	Göreme	Traveller's Cave Hotel		9	18
100	Göreme	Hills Cave Hotel		10	20
101	Göreme	Turquaz Cave Hotel		4	8
102	Göreme	Fairy Chimney Inn		7	14
103	Göreme	Göreme Suites		8	16
104	Göreme	Koza Cave Hotel			
105	Göreme	Harman Cave Hotel		11	22
106	Göreme	Kelebek Cave Hotel		15	30
107	Göreme	Stone Cave Hotel		16	32
108	Göreme	Nomad Cave Hotel		11	22
109	Göreme	Roma Cave Suite		8	16
110	Göreme	Tekkaya Pansiyon		11	22
111	Göreme	Grand Cave Suites		8	16
112	Göreme	Star Cave Hotel		33	66
113	Göreme	Traveller's Cave Hotel		10	20
114	Göreme	Gedik Cave Hotel		10	20
115	Göreme	Hidden Cave Hotel		25	50
116	Göreme	The Dorm Cave Hotel		16	32
117	Göreme	King Cave Hotel		14	28
118	Göreme	Erenbey Cave Hotel		10	20
119	Göreme	Shoestring Cave House		12	24
120	Göreme	Traveller's Cave Pansion		18	36
121	Göreme	Saksağan Cave Hotel		18	36
122	Göreme	Safran Cave Hotel		12	24
123	Göreme	Dream Cave Hotel		9	18

124	Göreme	Kismet Cave Hotel		8	16
125	Göreme	Göreme Valley Cave House		8	16
126	Göreme	Ottoman Cave Suites		15	30
127	Göreme	Falcon Cave Suites		13	26
128	Göreme	Dora Cave Hotel		10	20
129	Göreme	Central Stone House		15	30
130	Göreme	Emre's Stone House		21	42
131	Göreme	Göreme City Pansiyon			
132	Göreme	Köse Pansion		5	10
133	Göreme	Family Cave Suites Hotel		6	12
134	Göreme	Our Hotel Matianasos		9	18
135	Göreme	Maron Stone House		6	12
136	Göreme	Nil Stone House		33	66
137	Göreme	Happydocia Pansion		11	22
138	Göreme	Göreme Country House		8	16
139	Göreme	Royal Stone House		6	12
140	Göreme	Dolunay Hotel		8	16
141	Göreme	Ses Hotel		11	22
142	Göreme	Feel Cappadocia Hostel		15	30
143	Kaymaklı	Manolya Pansiyon	Pansiyon	7	15
144	Uçhisar	Ahbap Konağı	Otel	17	34
145	Uçhisar	Anatolia Pansion	Pansiyon	13	26
146	Uçhisar	Buket Hotel & Pansion	Pansiyon	15	35
147	Uçhisar	Erciyes Pansiyon	Pansiyon	12	24
148	Uçhisar	Hotel Lale Saray	Otel	14	35
149	Uçhisar	Kale Konak Guest House	Pansiyon	15	38
150	Uçhisar	Kandil House	Pansiyon	10	20
151	Uçhisar	Kaya Pansion	Pansiyon	12	31
152	Uçhisar	Kilim Pansiyon	Pansiyon	10	30
153	Uçhisar	La Masion Du Cappadoce	Pansiyon	33	66
154	Uçhisar	Les Terrauses D'uçhisar	Pansiyon	13	14
155	Uçhisar	Capadocia Lodge Hotel	Otel	146	291
156	Uçhisar	Uçhisar Cave Pansion	Pansiyon	8	16
157	Uçhisar	Şıra Cappadocia	Pansiyon	12	27
158	Uçhisar	Taka Ev	Pansiyon	5	15
159	Uçhisar	Asmalı Cave House	Pansiyon	3	8
160	Uçhisar	Cappadocia Düşler Vadisi	Pansiyon	3	3
161	Uçhisar	Duven Otel	Otel	15	30
162	Uçhisar	Hotel 1001 Gece	Pansiyon	14	32
163	Uçhisar	Alibey Konak	Pansiyon	9	20
164	Uçhisar	Saklı Konak	Pansiyon	7	14
165	Uçhisar	Has Konak	Pansiyon	5	10

166	Uçhisar	Anatelein Botutique Ca	Pansiyon	7	14
167	Uçhisar	Aşk-I Derun	Butik Otel	9	12
168	Uçhisar	Garden Of Cappadocia	Pansiyon	9	26
169	Uçhisar	La Masion Du Reve	Pansiyon	5	12
170	Uçhisar	Ansi-A Pansiyon	Pansiyon	6	12
171	Uçhisar	Cozy Villa Cappadocia	Pansiyon	6	12
172	Uçhisar	Ariana Lodge (Kormes)	Pansiyon	11	22
173	Uçhisar	Kandil House (Şubesi)	Pansiyon	11	15
174	Uçhisar	Sarıpınar Tur. ve Otl. Ve San.Tic.A.Ş. (Uçhisar Tekelli Şube)	Pansiyon		
175	Uçhisar	Sarıpınar Tur. ve Otl.Ve San.Tic. A.Ş. (Uçhisar Şube)	Pansiyon		
176	Uçhisar	Harem Cappadocia	Pansiyon	17	34
177	Avanos	Canela Pansiyon		7	14
178	Avanos	Tokmak Pansiyon		14	30
179	Avanos	Kirkit Pansiyon		15	25
180	Avanos	Venessa Pansiyon		8	20
181	Avanos	Kavuncu Pansiyon		12	25
182	Avanos	The Village Cave		7	17
183	Avanos	Sofa Motel		25	50
184	Avanos	Zelve Otel		27	63
185	Avanos	Turbel Pansiyon		4	10
186	Avanos	Green Hotel		26	60
187	Avanos	Duru Motel		18	45
188	Avanos	In Pansiyon		15	30
189	Avanos	Panorama Pansion		7	12
190	Avanos	Anitta Cave Hotel		10	25
191	Avanos	İpekyolu Pansiyon		8	24
192	Avanos	Adanos Konuk Evi		5	10
193	Avanos	Suhan Otel		458	916
194	Avanos	Almira Pansiyon		9	18
195	Avanos	Aygün Hotel		18	47
196	Avanos	Stone Concept Otel		76	154
197	Avanos	Avanos Evi		6	12
198	Avanos	Shah Mat Boutique		5	12
199	Avanos	Hereni Butik Otel		6	11
200	Avanos	Rose Valley House		9	15
201	Avanos	Azure Cave Suites		6	12
202	Avanos	Ada Kamping			
203	Avanos	Akman Butik Otel		7	20
204	Ürgüp	Park Otel	Otel	16	30
205	Ürgüp	Yıldız Otel	Pansiyon	21	45
206	Ürgüp	Kilim Otel	Pansiyon	15	35

207	Ürgüp	Dede Pansiyon	Pansiyon	8	16
208	Ürgüp	Taşkın Otel	Otel	44	88
209	Ürgüp	Eren Otel	Otel	26	52
210	Ürgüp	Temenni Evi	Butik Otel	14	28
211	Ürgüp	İlhan Otel	Otel	30	70
212	Ürgüp	Elvan Otel	Pansiyon	20	50
213	Ürgüp	Has Cave Konak	Pansiyon	14	30
214	Ürgüp	Cappadocia House Hotel	Pansiyon	22	45
215	Ürgüp	Melis Otel	Otel	22	53
216	Ürgüp	Alfina Otel	Bel.Belgeli	30	60
217	Ürgüp	Surban Otel	Otel	31	69
218	Ürgüp	Konak Otel	Pansiyon	7	16
219	Ürgüp	Dedeli Hotel	Pansiyon	15	30
220	Ürgüp	Cappadocia Palace	Otel	18	35
221	Ürgüp	Elkep Evi	Butik Otel	21	50
222	Ürgüp	Kayadam	Butik Otel	6	15
223	Ürgüp	Hitit Otel	Pansiyon	15	35
224	Ürgüp	Kapadokay Taşotel	Otel	30	60
225	Ürgüp	Kapadokya Taş Otel	Otel	19	46
226	Ürgüp	Akuzun Otel	Otel	30	75
227	Ürgüp	Dedeli Konağı	Butik Otel	8	22
228	Ürgüp	4 Oda Pansiyon	Pansiyon	4	11
229	Ürgüp	Anatolia Otel	Pansiyon	7	14
230	Ürgüp	Born Otel	Pansiyon	10	25
231	Ürgüp	Asia Minor Hotel	Otel	22	40
232	Ürgüp	Heaven Cave House	Pansiyon	9	19
233	Ürgüp	Sun Pansiyon	Pansiyon	10	30
234	Ürgüp	Esbelli Evi	Butik Otel	10	20
235	Ürgüp	Üzümlü Evi	Pansiyon	3	6
236	Ürgüp	Ürgüp Evi	Butik Otel	12	27
237	Ürgüp	Otel Cappa	Otel	42	110
238	Ürgüp	Kemerli Ev	Butik Otel	10	20
239	Ürgüp	Yasemin Pansiyon	Pansiyon	4	8
240	Ürgüp	Ürgüp İnn Cave	Pansiyon	6	13
241	Ürgüp	Sarıhan Pansiyon	Pansiyon	4	11
242	Ürgüp	Fresco Pansiyon	Pansiyon	4	8
243	Ürgüp	Serinn Pansiyon	Pansiyon	5	10
244	Ürgüp	Assiana Pansiyon	Pansiyon	7	14
245	Ürgüp	Otel Mustafa	Bel.Belgeli	230	460
246	Ürgüp	Prokopi Otel	Otel	30	66
247	Ürgüp	Stone House Pansiyon	Pansiyon	6	12
248	Ürgüp	Meleklerevi Otel	Otel	7	19

249	Ürgüp	Golden Cave House	Otel	12	30
250	Ürgüp	Tur-İsta Antik Cave House	Pansiyon	7	14
251	Ürgüp	Premium Caves Cappadocia	Butik Otel	29	58
252	Ürgüp	Ayvansaray Pansiyon	Pansiyon	3	8
253	Ürgüp	Dedeli Hotel	Otel	17	45
254	Ürgüp	Ürgüp Konak Pansiyon	Pansiyon	4	10
255	Ürgüp	Manzara Kapadokya Pansiyon	Pansiyon	2	4
256	Ürgüp	Taşkonak Otel	Otel	12	20
257	Ürgüp	Cappadocia Castle Cave Hotel	Otel	8	17
258	Ürgüp	Naturel's Butik Otel	Belediye	4	10
259	Ürgüp	Kemerhan Cave Suites	Belediye	8	17
260	Ürgüp	Ayhan Mansion Hotel	Belediye	5	11
261	Ürgüp	Hotel Ayhan Mansiyon	Belediye	7	11
262	Ürgüp	Kapadokya Abraş House	Belediye	10	25
263	Ürgüp	Ürgüp Kaya Otel	Belediye	11	24
264	Ürgüp	Utopia Cave Hotel	Butik Otel	16	30
265	Ürgüp	Özsoy Apart Otel	Apart	36	80
266	Ürgüp	Uygulama Otel	Uygulama	69	140
267	Ürgüp	Alexander Cave Otel	Otel	4	10
268	Ürgüp	Sunak Otel	Otel	10	24
269	Ürgüp	Kardeşler Pans.	Pansiyon	6	12
270	Ürgüp	Sacret House	Otel	21	42
271	Ortahisar	Yakut Motel	Motel	24	60
272	Ortahisar	Hezen Cave Otel	2.Sınıf Butik Otel	10	20
273	Ortahisar	Hestia Filiz Pansiyon	Pansiyon	4	8
274	Ortahisar	Cave Delux Otel	2.Sınıf Butik Otel	36	80
275	Ortahisar	Castle Inn Otel	2.Sınıf Butik Otel	4	11
276	Ortahisar	Atılğan Otel	Pansiyon	28	56
277	Ortahisar	Gümüş Pansiyon	Pansiyon	20	50
278	Ortahisar	Özyel Otel	Pansiyon	18	45
279	Ortahisar	Sefa Pansiyon	Pansiyon	2	2
280	Ortahisar	Teras Ev Cafe	Pansiyon	5	13
281	Ortahisar	Tafoni Evleri (Ccb)	Butik Otel	13	26
282	Ortahisar	Antik House Butik Otel(Çöloğlu Tur.)	Butik Otel	11	23
283	Ortahisar	Türkish Cave Otel	Pansiyon	6	15
284	Ortahisar	Harga İnş. Tur. Butik Otel	2.Sınıf Butik Otel	14	28
285	Ortahisar	Balba Butik Otel	Pansiyon	7	18
286	Ortahisar	Best Hause Butik Otel	Pansiyon	8	16
287	Ortahisar	İris Butik Otel	Pansiyon	4	8
288	Ortahisar	Ortahisar Cave Otel(Tezcan Kıy. Mad. Ltd. Şti)	2.Sınıf Butik Otel	9	25
289	Ortahisar	Satrapia Butik Otel	2.Sınıf Butik Otel		

290	Ortahisar	Crayz Horse Cave Pansiyon	Pansiyon	5	15
291	Ortahisar	Cappadocia Egle Cave Otel	2. Sınıf Butik Otel	8	20
292	Ortahisar	Lamihan Otel	Pansiyon	4	12
293	Ortahisar	The House Hotel Cappadocia		29	58
294	Kozaklı	Grand Termal Otel	Otel	136	408
295	Kozaklı	Vural Termal Otel	Apart	36	108
296	Kozaklı	Güneş Termal Otel	Apart	34	122
297	Kozaklı	Altunsu Termal Otel	Otel ve Apart	60	180
298	Kozaklı	Çiftçiler Termal Otel	Apart	26	104
299	Kozaklı	Hacıveli Termal Otel	Apart	40	130
300	Kozaklı	Erdem Termal Otel	Apart	42	126
301	Kozaklı	Horasan Termal Otel	Apart	18	65
302	Kozaklı	Konak Termal Otel	Apart	53	206
303	Kozaklı	Diva İsib Termal Otel	Otel	219	657
304	Kozaklı	Yusuf Süper Termal Otel	Otel	28	112
305	Kozaklı	Kozaklı Termal Otel	Apart	12	48
306	Kozaklı	Gündüz Termal Otel	Apart	32	128
307	Gülşehir	Kartursaş Kartal Otel	Otel	86	180
308	Hacıbektaş	Cabbar Otel		14	38
309	Hacıbektaş	Evrin Otel (Bala Mah.)		14	40
310	Hacıbektaş	Evrin Otel (Savat Mah.)		51	102
311	Hacıbektaş	Belediye Oteli		14	40
312	Hacıbektaş	Belediye A. Küçükemre Pansiyonu		25	88
313	Hacıbektaş	Hünkar Pansiyon		14	30
314	Hacıbektaş	Fuatbaba Pansiyon		14	50
315	Hacıbektaş	Danacı Pansiyon		6	40
315	Derinkuyu	Ünfa Otel	Otel	17	42
316	Derinkuyu	Aydın Otel	Otel	12	29
317	Derinkuyu	Kaya Otel	Otel	8	20
Toplam	317			5587	12594