



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2021, 5(2): 111-126.

DOI: [10.29226/TR1001.2020.253](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.253)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



KAVRAMSAL MAKALE

Yaratıcı Turizm: Kapadokya Bölgesine Yönelik Durum Değerlendirmesi ve Öneriler

Dr. Öğr. Üyesi Günay EROL, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu, e-posta: gunayerol@nevsehir.edu.tr

ORCID ID: [0000-0001-8288-998X](https://orcid.org/0000-0001-8288-998X)

Öz

Yaratıcı turizm, insanların tatil ve seyahat ihtiyaçlarını karşılamanın yanında onlara destinasyonda yer alan çekiciliklerle birlikte kendi potansiyellerinin farkına varma ve yeteneklerini geliştirme fırsatı da sunmaktadır. Turizm hareketliliğini, alışlagelmiş bir seyahatten ya da bir destinasyona ait kültürü tanımaktan ziyade çok daha derin değişkenleri olan bir boyuta taşımaktadır. Yaratıcı turizm hareketliliğinde geleneksel seyahatten farklı olarak; aktif katılım, öğrenme, kişisel gelişim, kültürel etkileşim, destinasyona ait kültürü ve çekicilikleri yaşayarak deneyimleme gibi değişkenler yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı yaratıcı turizm kavramına değinerek, yaratıcı turizmin Kapadokya bölgesindeki durumunu değerlendirmektir. Ayrıca çalışmada bölgenin potansiyeline yönelik yaratıcı turizm faaliyetleri geliştirilmiştir. Kapadokya bölgesinde turizm hareketliliği içerisinde yaratıcı bazı etkinliklerin yapıldığı, bölgenin yaratıcı turizm açısından oldukça fazla potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Çalışmada ayrıca Kapadokya'da yaratıcı turizm etkinliklerine yönelik öneriler geliştirilerek, destinasyon açısından sağlayabileceği faydalar ele alınmıştır.

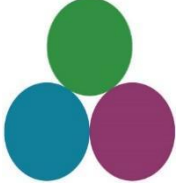
Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Turizm, Kültür, Seyahat, Kapadokya

Makale Gönderme Tarihi: 12.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.03.2021

Önerilen Atıf: Erol, G. (2021). Yaratıcı Turizm: Kapadokya Bölgesine Yönelik Durum Değerlendirmesi ve Öneriler, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(2),111-126.

© 2020 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2021, 5(2): 111-126

DOI: [10.29226/TR1001.2020.253](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.253)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



CONCEPTUAL PAPER

Creative Tourism: Assessment and Suggestions for Cappadocia

Assistant Prof. Dr. Günay EROL, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebahat and Erol Toksöz Vocational School, Nevşehir, e-mail: gunayerol@nevsehir.edu.tr
ORCID ID: [0000-0001-8288-998X](https://orcid.org/0000-0001-8288-998X)

Abstract

Creative tourism not only meets people's holiday and travel needs, but also offers them the opportunity to realize their potential and develop their skills through the attractions in the destination. Creative tourism carries tourism mobility to a dimension with deeper variables rather than traditional travel or recognizing the culture of a tourism destination. Different from traditional travel, creative tourism mobility includes variables such as active participation, learning, personal development, cultural interaction and experiencing the culture and attractions of the destination by living. The aim of this study is to discuss the concept of creative tourism and to evaluate the situation of creative tourism in the Cappadocia region. In addition, creative tourism activities have been developed for the potential of the region in the study. It is seen that some activities are held within the scope of creative tourism in Cappadocia and the region has a lot of potential for creative tourism. In the study, suggestions for creative tourism activities in Cappadocia are developed and the benefits of creative tourism for the destination are discussed.

Keywords: Creative Tourism, Culture, Travel, Cappadocia

Received: 12.02.2021

Accepted: 01.03.2021

Suggested Citation: Erol, G. (2021). Creative Tourism: Assessment and Suggestions for Cappadocia, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 5(2), 111-126

© 2020 Journal of Management, Economic and Marketing Research
