



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**KÜLTÜR TURİZMİ VE YERLİ TURİSTLERİN BUNA İLİŞKİN ALGILARI  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Seda GÖÇEN AYGÜN

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Prof. Dr. Osman ÇEVİK

KARAMAN – 2020





T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**KÜLTÜR TURİZMİ VE YERLİ TURİSTLERİN BUNA İLİŞKİN ALGILARI  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Seda GÖÇEN AYGÜN

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Prof. Dr. Osman ÇEVİK

KARAMAN – 2020

	<b>TEZ ONAY SAYFASI FORMU</b>	Doküman No	FR-285
		İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa No	1/1

## KÜLTÜR TURİZMİ VE YERLİ TURİSTLERİN BUNA İLİŞKİN ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 13 / 08 / 2020

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

İmzası

Başkan: Prof. Dr. Osman ÇEVİK

Üye: Doç. Dr. Murat ÖZ

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Elif YAZGAN

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 24/07/2020 tarih ve 32/418 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. İdris Nebi UYSAL

Mühür  
İmza

**Hazırlayan**

**Kalite Sistem Onayı**

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca derslerimden faydalandığım ve danışmanlığımı üstlenen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, bütün problemlerimi hoşgörü ve sabırla dinleyip elinden geleni yapan ve öğrencisi olmaktan onur duyduğum çok kıymetli hocam Sayın Prof. Dr. Osman ÇEVİK'e katkılarından dolayı sonsuz saygı ve şükranlarımı sunarım.

Hayatımın her anında olduğu gibi çalışmam boyunca da bana güç veren, cesaretlendiren, destekleyen ve sabırlarını esirgemeyerek bu günlere gelmemi sağlayan, sevgili annem, Cemile GÖÇEN ve sevgili babam, Doğan GÖÇEN'e minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum. Yüksek lisans eğitimi ve tez çalışması döneminde, her an yanımda olan, ilgi ve yardımlarını eksik etmeyen kardeşlerim Şeyma GÖÇEN ve Eda GÖKDEMİR'e, enişteme, manevi ablam olan Neslihan AYGÜN'e, ikinci ailem olan eşimin ailesine ve değerli arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Akademik hayata başlayış sürecimden itibaren beni her daim destekleyen, çıktığım bu yolda beni gayretlendiren, tez sürecim boyunca beni hep yüreklendiren, bilgi ve fikirleri ile desteğini hiç eksik etmeyen, sabırlı ve fedakâr biricik eşim Emin AYGÜN'e en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Ve son olarak; çalışmamı canım yeğenim Nisa Leyla GÖKDEMİR'e ithaf ediyorum.

## ÖZET

Günümüzde turizm sektörünün gelişmesi ve değişmesi ile beraber turizm destinasyonları arasında rekabet de her geçen gün giderek artmaktadır. Bu yoğun rekabet ortamında yaşanan değişikliklere uyum sağlayabilmek ve turizmden daha fazla pay elde edebilmek için ülkeler turizmde yeni ürün ve pazar arayışlarına girmeye başlamıştır. Ayrıca teknolojik, ekonomik ve siyasal alanlardaki yaşanan gelişmelerle birlikte kişilerin turizm tercihleri de zamanla değişmeye başlamıştır. Bu değişimler sonucunda insanlar sadece deniz-kum-güneş üçlüsünü tercih etmeyip bazı alternatif turizm alanlarına da ilgi göstermeye başlamışlardır. Alternatif turizm alanları içerisinde yer alan kültürel amaçlı seyahatler insanların turizme katılma nedenleri arasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda önemli bir alternatif turizm türü olan kültür turizminin geliştirilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Buradan hareketle yapılan bu çalışmanın amacı da Safranbolu’da kültür turizminin mevcut durumunu incelemek ve Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu’ya yönelik algılarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket formu Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistler içerisinde kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 400 kişiye uygulanmış ve elde edilen veriler; frekans-yüzde tabloları, Ki-Kare, t testi ve Tek Yönlü Varyans analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu’ya yönelik algılarının genel olarak olumlu olduğu, Safranbolu’nun bugünkü halini iyi olarak değerlendirdikleri ve seyahatlerinden memnun kaldıkları tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kültür Turizmi, Safranbolu.

## ABSTRACT

Competition among tourism destinations is increasing day by day with the development and change of the tourism sector in today's world. Countries have started to look for new products and markets in tourism in order to adapt to the changes in this intensely competitive environment and to gain more shares from tourism. Also, the tourism preferences of the people started to change over time with the developments in the technological, economic and political fields. As a result of these changes, people don't only prefer the sea-sand-sun trio but they also started to show interest in some alternative tourism areas. Cultural travels, which are among the alternative tourism areas, play an important role among the reasons why people involve in touristic activities. In this regard, it is very significant to develop cultural tourism which is an important alternative tourism type. This study aims to examine the current state of culture tourism in Safranbolu and determine the perceptions of local tourists visiting there towards Safranbolu as a cultural destination. The questionnaire form was given to 400 people who were selected among the local tourists visiting Safranbolu by using simple sampling method. The data obtained were analyzed with the help of frequency-percentage tables, Chi-Square, t Test and One-Way ANOVA. As a result of the analyzes, it has been determined that the perceptions of local tourists towards Safranbolu as a cultural destination are generally positive, they evaluate the state of Safranbolu well and are satisfied with their travels.

**Keywords:** Tourism, Cultural Tourism, Safranbolu.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	i
ÖZET .....	ii
ABSTRACT .....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	x
RESİMLER LİSTESİ .....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvii
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ GENEL KAVRAMLAR.....	3
1.1. Turizm Kavramı.....	3
1.2. Turist Kavramı .....	4
1.3. Turizmin Önemi.....	6
1.4. Turizmin Özellikleri .....	7
1.5. Dünyada Turizmin Gelişimi .....	8
1.6. Türkiye’de Turizmin Gelişimi .....	10
1.7. Turizm Türleri.....	16
1.7.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm .....	16
1.7.1.1. İç Turizm .....	16
1.7.1.2. Dış Turizm.....	17
1.7.2. Katılanların Sayısına Göre Turizm .....	17



1.7.2.1. Bireysel Turizm .....	17
1.7.2.2. Kitle Turizmi .....	18
1.7.2.3. Grup Turizmi .....	18
1.7.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm.....	19
1.7.3.1. Gençlik Turizmi.....	19
1.7.3.2. Orta Yaş Turizmi.....	19
1.7.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi.....	19
1.7.4. Katılanların Gelir Düzeylerine Göre Turizm .....	20
1.7.4.1. Sosyal Turizm.....	20
1.7.4.2. Lüks Turizm .....	21
1.7.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm .....	21
1.7.5.1. Kongre Turizmi .....	21
1.7.5.2. Deniz Turizmi.....	22
1.7.5.3. Sağlık ve Termal Turizmi.....	22
1.7.5.4. Spor Turizmi.....	23
1.7.5.5. Av Turizmi .....	24
1.7.5.6. Kış Turizmi.....	24
1.7.5.7. Yayla Turizmi.....	25
1.7.5.8. Gastronomi Turizmi .....	25
1.7.5.9. İnanç Turizmi .....	26
1.7.5.10. Kültür Turizmi.....	26

1.8. Turizm Sektörünün Etkileri .....	27
1.8.1. Turizmin Ekonomik Etkileri .....	27
1.8.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	30
1.8.3. Turizmin Çevresel Etkileri .....	30
1.9. Turistik Destinasyon ve Destinasyonu Oluşturan Unsurlar.....	31
1.9.1. Turistik Destinasyon Kavramı .....	32
1.9.2. Turizm Ürünü Olarak Turistik Destinasyonu Oluşturan Etmenler .....	32
1.9.2.1. Çekicilikler .....	33
1.9.2.2. Ulaşılabilirlik .....	33
1.9.2.3. Turizm İşletmeleri .....	34
1.9.2.4. Etkinlikler .....	34
1.9.2.5. İmaj.....	34
1.9.3. Turizm ve Destinasyon Arasındaki İlişki.....	35

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>2. KÜLTÜR VE KÜLTÜR TURİZMİ .....</b>	<b>36</b>
2.1. Kültür Kavramı .....	36
2.2. Kültürel Miras Kavramı.....	37
2.2.1. Somut Kültürel Miras.....	37
2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras .....	38
2.3. Kültür Turizmi Kavramı .....	39
2.4. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi .....	40

2.5. Kùltür Turizminin Özellikleri .....	41
2.6. Kùltür Turizminin Sınıflandırılması .....	42
2.7. Kùltür Turizmi Kaynakları .....	43
2.8. Kùltür Turisti Kavramı .....	45
2.8.1. Kùltür Turisti Çeşitleri .....	46
2.8.2. Kùltür Turizmine Katılma Nedenleri .....	46
2.9. Dünyada Kùltür Turizmi.....	47
2.10. Türkiye’de Kùltür Turizmi .....	49

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>3. KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK SAFRANBOLU.....</b>	<b>54</b>
3.1. Safranbolu ile İlgili Genel Bilgiler .....	54
3.1.1. Tarihi Safranbolu’nun Tanıtımı .....	54
3.1.2. Safranbolu’nun Coğrafi Konumu.....	55
3.1.3. Safranbolu’nun Tarihçesi .....	56
3.1.4. Safranbolu’nun Sosyo-Ekonomik Yapısı.....	57
3.1.5. Safranbolu’nun Nüfusu .....	57
3.2. Safranbolu’nun Tarihi ve Kültürel Değerleri.....	58
3.2.1. Tarihi Safranbolu Evleri.....	58
3.2.2. Tarihi Çarşılar .....	61
3.2.3. Tarihi Camiler .....	63
3.2.4. Tarihi Han ve Hamamlar.....	69

3.2.5. Müzeler.....	72
3.2.6. Safranbolu'daki Diğer Tarihi ve Kültürel Yapılar .....	79
3.2.7. Festival ve Şenlikler .....	81
3.2.8. Geleneksel El Sanatları .....	84
3.2.9. Geleneksel Safranbolu Mutfağı.....	85
3.3. Safranbolu'nun Turistik Doğal Değerleri .....	86
3.3.1. Mağaralar .....	86
3.3.2. Kanyonlar .....	88
3.4. Safranbolu'nun Turizm Potansiyeli .....	89

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **4.YERLİ TURİSTLERİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARI KAPSAMINDA SAFRANBOLU'YU DEĞERLENDİRMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ..... 91**

4.1. Literatür Taraması.....	91
4.2. Araştırmanın Amacı.....	95
4.3. Araştırmanın Önemi .....	95
4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları.....	95
4.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	96
4.6. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Yöntemi.....	96
4.7. Araştırmanın Hipotezleri .....	97
4.8. Güvenilirlik Analizi .....	101
4.9. İfadelere Verilen Cevapların Normal Dağılıma Uygunluk Testleri .....	101

4.10. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi.....	102
4.10.1. Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri, Seyahat Özellikleri ve Diğer Özelliklerine Yönelik Araştırma Bulguları.....	102
4.10.2. Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algılarına İlişkin Araştırma Bulguları.....	113
4.10.3. Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu Destinasyonunu Değerlendirmelerine Yönelik Araştırma Bulguları.....	116
4.10.4. Ki-Kare Analizleri.....	119
4.10.5. Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algılarını Değerlendirmeye İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizleri .....	130
4.10.6. Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmelerine İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizleri.....	138
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>147</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>155</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>178</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Uluslararası Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri .....	10
<b>Tablo 2:</b> Planlı Dönem Öncesinde Türkiye'de Turizm (1950-1962) .....	11
<b>Tablo 3:</b> Planlı Dönemde Türkiye'de Turizm (1963-1982) .....	13
<b>Tablo 4:</b> Türkiye’de Turizm (1983-2003) .....	14
<b>Tablo 5:</b> Türkiye’de Turizm (2004-2019) .....	15
<b>Tablo 6:</b> Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı (2000-2019) .....	29
<b>Tablo 7:</b> Somut Kültürel Miraslar .....	38
<b>Tablo 8:</b> Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi .....	40
<b>Tablo 9:</b> Kültür Turizmi Kategorileri .....	43
<b>Tablo 10:</b> Kültür Turisti Çeşitleri .....	46
<b>Tablo 11:</b> 2013-2019 Yılları Arasında Türkiye’den Çıkış Yapan Ziyaretçilerin Gelişim Amaçları .....	52
<b>Tablo 12:</b> Türkiye’de Müze ve Ören Yerlerinin 2003-2018 Yıllarına Ait Ziyaretçi Sayıları .....	53
<b>Tablo 13:</b> 2007-2019 Yılları Arasında Safranbolu’nun Nüfus Durumu.....	58
<b>Tablo 14:</b> 2015-2019 Yılları Arası Safranbolu’ya Gelen Turist Sayıları .....	90
<b>Tablo 15:</b> Ölçeklerin Cronbach’s Alpha Katsayıları .....	101
<b>Tablo 16:</b> Yerli Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı .....	103
<b>Tablo 17:</b> Yerli Turistlerin Yaşadıkları Şehirlere Göre Dağılımı.....	105
<b>Tablo 18:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya İlk Kez Gelme Durumlarına Göre Dağılımı ..	106
<b>Tablo 19:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya Gelişim Biçimlerine Göre Dağılımı.....	106
<b>Tablo 20:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’da Kalış Sürelerine Göre Dağılımı .....	107

<b>Tablo 21:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’da Konakladıkları Yere Göre Dağılımı .....	107
<b>Tablo 22:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Bilgi Kaynaklarına Göre Dağılımı .....	108
<b>Tablo 23:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı.....	109
<b>Tablo 24:</b> Tarihi ve Kültürel Varlıkların Yerli Turistlerin İlgilerini Çekme Durumu.....	109
<b>Tablo 25:</b> Yerli Turistlerin Farklı Kültürlerden İnsanlar Tanımanın Hoşlarına Gitme Durumuna Göre Dağılımı.....	110
<b>Tablo 26:</b> Yerli Turistlerin Kültürel Varlıkları Ziyaretlerinde Bilgi Araştırması Yapma Durumlarına Göre Dağılımı .....	110
<b>Tablo 27:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’dan Memnun Olma Durumlarına Göre Dağılımı	111
<b>Tablo 28:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’yu Arkadaş ve Akrabalarına Tavsiye Etme Durumuna Göre Dağılımı.....	111
<b>Tablo 29:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’yu Tekrar Ziyaret Etme Durumuna Göre Dağılımı .....	112
<b>Tablo 30:</b> Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu ile İlgili İfadelere Katılım Durumlarına Göre Dağılımı .....	113
<b>Tablo 31:</b> Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu Destinasyonunu Değerlendirmelerine Yönelik Araştırma Bulguları .....	117
<b>Tablo 32:</b> Yerli Turistlerin Cinsiyetleri ile Safranbolu’ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	119
<b>Tablo 33:</b> Yerli Turistlerin Medeni Durumları ile Safranbolu’ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	120
<b>Tablo 34:</b> Yerli Turistlerin Yaşları ile Safranbolu’ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	121

<b>Tablo 35:</b> Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu’ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	122
<b>Tablo 36:</b> Yerli Turistlerin Medeni Durumları ile Safranbolu’da Kalış Sürelerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	123
<b>Tablo 37:</b> Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu’da Kalış Sürelerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	124
<b>Tablo 38:</b> Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu’da Konakladıkları Yere İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	125
<b>Tablo 39:</b> Yerli Turistlerin Cinsiyetleri ile Safranbolu’ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Danıştıkları Bilgi Kaynaklarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	126
<b>Tablo 40:</b> Yerli Turistlerin İlk Kez Gelme Durumu ile Safranbolu’ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Danıştıkları Bilgi Kaynaklarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu.....	127
<b>Tablo 41:</b> Yerli Turistlerin Eğitim Durumları ile Kültürel Varlıkları Ziyaretlerinde Bilgi Araştırması Yapma Durumlarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	128
<b>Tablo 42:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya İlk Kez Gelip Gelmeme Durumları ile Tekrar Ziyaret Edip Etmeme Durumlarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu .....	129
<b>Tablo 43:</b> Yerli Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması .....	130
<b>Tablo 44:</b> Yerli Turistlerin Tarihi ve Kültürel Varlıkların İlgilerini Çekip Çekmeme Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları “ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	131
<b>Tablo 45:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’dan Memnun Olup Olmama Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	132



<b>Tablo 46:</b> Yerli Turistlerin Kültürel Varlıklarla İlgili Bilgi Araştırması Yapıp Yapmama Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	133
<b>Tablo 47:</b> Yerli Turistlerin Medeni Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	134
<b>Tablo 48:</b> Yerli Turistlerin Yaşlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması .....	134
<b>Tablo 49:</b> Yerli Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	135
<b>Tablo 50:</b> Yerli Turistlerin Gelir Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	136
<b>Tablo 51:</b> Yerli Turistlerin Mesleklerine Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması .....	137
<b>Tablo 52:</b> Yerli Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması.....	138
<b>Tablo 53:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’ya İlk Kez Gelip Gelmeme Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması.....	139
<b>Tablo 54:</b> Yerli Turistlerin Safranbolu’dan Memnun Olup Olmama Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması.....	139
<b>Tablo 55:</b> Yerli Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması .....	140
<b>Tablo 56:</b> Yerli Turistlerin Yaşlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması.....	141

<b>Tablo 57:</b> Yerli Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması .....	141
<b>Tablo 58:</b> Yerli Turistlerin Gelir Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması .....	142
<b>Tablo 59:</b> Yerli Turistlerin Mesleklerine Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması.....	143
<b>Tablo 60:</b> Hipotezlerin Kabul/Red Durumları .....	144

## RESİMLER LİSTESİ

<b>Resim 1:</b> Tarihi Safranbolu'dan Genel Bir Görünüş .....	54
<b>Resim 2:</b> Safranbolu'nun Coğrafi Konumu.....	55
<b>Resim 3:</b> Tarihi Safranbolu Evi .....	60
<b>Resim 4:</b> Tarihi Safranbolu Evinin İçinden Bir Görüntü.....	60
<b>Resim 5:</b> Safranbolu Eski Çarşıdan Bir Görüntü.....	61
<b>Resim 6:</b> Yemeniciler Arastası .....	62
<b>Resim 7:</b> Demirciler Çarşısı.....	63
<b>Resim 8:</b> Köprülü Mehmet Paşa Camii .....	64
<b>Resim 9:</b> Güneş Saati .....	65
<b>Resim 10:</b> Ulu Camii .....	65
<b>Resim 11:</b> İzzet Mehmet Paşa Camii .....	66
<b>Resim 12:</b> Kazdağlıoğlu Camii.....	67
<b>Resim 13:</b> Eski Camii .....	68
<b>Resim 14:</b> Lütfiye (Kaçak) Camii.....	69
<b>Resim 15:</b> Cinci Han.....	70
<b>Resim 16:</b> Cinci Hamamı (Yeni Hamam).....	71
<b>Resim 17:</b> Eski Hamam .....	72
<b>Resim 18:</b> Kaymakamlar Gezi Evi .....	73
<b>Resim 19:</b> Evin Selamlık Odası .....	74
<b>Resim 20:</b> Dönme Dolap.....	75
<b>Resim 21:</b> Gelin Odası .....	75
<b>Resim 22:</b> Kent Tarihi Müzesi.....	76
<b>Resim 23:</b> Kent Tarihi Müzesi Zemin Kat.....	77

<b>Resim 24:</b> Kent Tarihi Müzesi Birinci Kat.....	78
<b>Resim 25:</b> Kent Tarihi Müzesi İkinci Kat.....	78
<b>Resim 26:</b> Saat Kulesi.....	79
<b>Resim 27:</b> İncekaya Su Kemerini.....	80
<b>Resim 28:</b> Hıdırlık Tepesi.....	81
<b>Resim 29:</b> Safran Bitkisi .....	83
<b>Resim 30:</b> Çavuş Üzümü .....	84
<b>Resim 31:</b> Geleneksel Safranlı Lokum .....	86
<b>Resim 32:</b> Bulak (Mencilis) Mağarası .....	87
<b>Resim 33:</b> Düzce (Kirpe) Kanyonu.....	88
<b>Resim 34:</b> Tokatlı Kanyonu ve Kristal Cam Teras .....	89

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1:</b> Turizm Faaliyetlerinin Sınıflandırılması .....	16
<b>Şekil 2:</b> Kültür Turizmi Kaynakları .....	44

## GİRİŞ

Doğal çevre, kişilerin hayatlarını devam ettirebilmek için farklı sebeplerle kullandıkları kültürel ve doğal unsurlar ile karşılıklı etkileşimlerden oluşan bir ortamdır. Bu ortama en çok ihtiyaç duyanlardan biri de turizm sektörüdür. Turizm, kişilerin ikamet ettikleri yerler dışında yaptıkları ziyaret ve gittikleri yerlerde geçici süreliğine yaptıkları konaklamalardan doğan gereksinimlerin karşılanmasını içeren faaliyetlerdir. Bacasız sanayi olarak bilinen turizm sektörü; dünyada ekonominin gelişmesine, ülkelerin doğal ve tarihi unsurlarına değer katan, sosyal ve kültürel açıdan birbirlerini tanımalarını sağlayan, toplumların modernleşmesine ve ilerlemesine katkı sunan, geçmiş dönemlere göre son zamanlarda çok fazla büyüyen ve çok büyük iş alanı sağlayan önemli bir sektör haline gelmiştir.

Günümüzde teknolojik, ekonomik ve siyasal alanlardaki değişimler ile birlikte kişilerin turizm tercihleri de değişmeye başlamıştır. Bu değişimler sonucunda insanlar sadece deniz-kum-güneş üçlüsünü tercih etmeyip bazı alternatif turizm alanlarına da ilgi göstermeye başlamışlardır. Alternatif turizm alanları içerisinde yer alan kültürel amaçlı seyahatler insanların turizme katılma nedenleri arasında önemli bir rol oynamaktadır. Kültür turizmi olarak isimlendirilen bu seyahatlerde kişiler, kültürel ihtiyaçlarını karşılamak, tecrübe elde etmek ve yeni bilgiler öğrenmek için kültürel çekiciliklere sahip olan yerleri ziyaret etmektedirler.

Coğrafi açıdan zengin bir arka plana sahip olan Türkiye, doğal güzelliklerinin yanı sıra eski çağlardan günümüze kadar ulaşan tarihi ve kültürel değerleriyle kültür turizmi bakımından önemli yerlere sahiptir. Tarihi M.Ö. 3000’li yıllara kadar uzanan ve kültürel miras açısından zengin değerlere sahip olan Safranbolu bunlardan biridir. Birçok sadrazam

ve devlet adamının ikamet ettiği ve Osmanlı Sarayının arka bahçesi olarak nitelendirilen Safranbolu, geleneksel Türk toplum yaşantısının bütün özelliklerini günümüze kadar taşıması ve kendini zamana karşı saklamış olması nedeniyle “Korumanın Başkenti” ünvanını kazanmıştır. Özellikle geleneksel tarihi evleri ile bilinen Safranbolu, tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerini koruması nedeniyle UNESCO tarafından 17 Aralık 1994 yılında Dünya Miras Listesi’ne alınmıştır.

Tarihi ve kültürel bakımdan bu derece önemli bir yere sahip olan Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistlerin Safranbolu’ya ilişkin algılarının değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; turizm ve turizm ile ilgili temel kavramlar, turizm türleri, turizm sektörünün etkileri, turistik destinasyon ve destinasyonu oluşturan unsurlar ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde; kültür, kültürel miras ve kültür turizmi ile ilgili genel kavramlar ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde; Safranbolu ile ilgili genel bilgilere yer verilmiş ve daha sonra Safranbolu’nun tarihi ve kültürel değerleri, Safranbolu’nun doğal değerleri ve Safranbolu’nun turizm potansiyeli ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise, Safranbolu’da kültür turizminin mevcut durumunun incelenmesi, Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistlerin, Safranbolu ve Safranbolu’da kültür turizmine ilişkin görüşlerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan anket çalışmasının sonuçları değerlendirilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **1. TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ GENEL KAVRAMLAR**

Turizm tarihi ile ilgili belirli dönemlere ve çağlara odaklanan çeşitli çalışmalar mevcuttur. Hem ulusal hem de uluslararası anlamda tarihçiler, genel olarak kitle turizmin gelişimini öğrenmeye odaklanmışlardır. Fakat kitle turizmi ile beraber diğer turizm türlerinin tarihsel gelişimi de aynı derecede önemlidir. Çünkü seyahat ve tatil terimlerinin çoğu o zamanlardan beri kullanıla gelmektedir (Page, 2009: 38). İzleyen kısımda turizm ve turizm ile ilgili temel kavramlara yer verilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

#### **1.1. Turizm Kavramı**

İnsan hareketi kadar eski olan turizm, Antik dönemden başlayarak her zaman ve her yerde farklı koşullara göre çeşitli aşamalardan geçmiştir (Chaney, 2000: 5). Turizm kavramı köken olarak incelendiğinde; Latince’de “tornus” sözcüğünden geldiği, dönme hareketi anlamına gelen bu sözcüğün İngilizce’de “tour” ve “tourism” kelimelerine de köken oluşturduğu görülmektedir. “Tour” kelimesi, dairesel hareket, yörelerin ziyareti, eğlence ve iş sebebiyle yapılan yer değiştirme anlamlarına gelmektedir. “Touring” ise eğlence, eğitim ve kültür için yapılan seyahatleri kapsamaktadır (Akat, 1997: 3).

Turizmin tanımlarının çoğu, boş zaman ve rekreasyon kavramlarının altında yatmaktadır. Turizm öncelikle eğlence amaçlı seyahat eden kişilerin geçici yolculukları ve yolculuktan kaynaklanan ilişkiler olarak tanımlanmaktadır (Swarbrooke vd., 2003: 5).

Dünya Turizm Örgütü (1991) turizmi; “kişilerin yaşadıkları yer dışında çeşitli amaçlar için seyahat ettikleri yerlere yerleşmeden ve bir ticari olayda bulunmadan, sadece



eğlenme, dinlenme vb. amaçlar için gitmelerinden doğan olayların bütünü” olarak açıklamıştır (Holden, 2008: 3).

Uluslararası Turizm Sözlüğüne göre turizm; kişilerin zevk için seyahat ettikleri faaliyetlerin tümüdür (Bezirgân, 2008: 6).

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği tanımına göre turizm; yabancıların devamlı ya da geçici olarak yaptıkları, kar elde etmek amacı taşımayan gittikleri yerlere yerleşmemek şartıyla konaklama yapmalarınıdır (Kasap, 2018: 6).

Genel anlamıyla turizm; kişilerin sürekli kaldıkları yer dışında gittikleri yerlere yerleşmemek koşuluyla serbest bir ortam içinde dinlenme, eğlenme, spor, deneyim kazanma, kültür, din, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle bireysel veya toplu olarak yaptıkları sosyal bir olay, hizmet ve kültür endüstrisidir (Ünüvar, 2006: 181).

## **1.2. Turist Kavramı**

“Turist” ve “turistik” kelimelerinin geçmişine bakıldığında ilk defa İngilizler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Turizm kavramı, turist kavramından sonra 1800 yılında kullanıldığı görülmektedir. Türkçe’de seyyah sözcüğü turist anlamına gelir ve seyahat sözcüğü ise turizm anlamına gelmektedir (Aydın, 2012: 91).

Türkiye Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’ne göre turist; maddi kazanç sağlamak amacı taşımayan, dinlenmek, eğlenmek, spor, dini, kültürel vb. nedenlerle devamlı yaşadıkları yerlerden geçici bir süreliğine ayrılarak gittikleri yerlerde konaklama yapan kişiler olarak ifade edilmiştir (Kasap, 2018: 7).

Bir başka tanıma göre turist; seyahat ettiği bölgede 24 saatten fazla vakit geçiren ve konaklayan, bireysel amacına uygun eylemler gerçekleştiren bireylere denir (Doğan vd.,

2010: 81). Kişiler, başka bir bölgeyi ziyaret etmek için buldukları yerleri gönüllü olarak terk ettiklerinde turist haline gelirler (Camilleri, 2018: 2).

En geniş tanımıyla turist; bir zamanca sahip, boş vakti olan ve bu boş vakti turizm etkinlikleri ile geçirmek amacıyla sürekli kaldığı yerden başka bir yere yolculuk eden ve konaklama yapan ekonomik anlamda tüketici, sosyolojik anlamda ise yabancı anlamına gelen birey veya gruplar olarak ifade edilmektedir (Bozkurt, 2017: 11-12).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre turistlerin taşıdıkları özellikleri şöyle sıralamak mümkündür (Kılıçbey, 2017: 9-10);

- Turistler, macera ve eğlence dolu aktivitelere katılmayı isterler,
- Turistler, seyahat ettikleri yerlerde kültürel ve tarihi değerler hakkında bilgiler edinmeyi ve doğal yaşamı keşfetmeyi hedeflerler,
- Turistler, fiziksel etkinliklere katılmaya isteklidirler,
- Turistler, dini amaçlı ziyaret etme eğilimindedirler,
- Turistler ilgi duydukları alanlara yönelmektedirler,
- Turistlerin yeni yerler keşfetme isteği, destinasyonların gelişmesine ve farklılaşmasına neden olmaktadır,
- Turistler, sağlık alanında yapılan ziyaretlere isteklidirler,
- Turistler, ziyaretleri sırasında doğanın korunmasına önem vermektedirler.

### 1.3. Turizmin Önemi

Sürekli büyüyen ve yaygınlaşan yapısı ile turizm, katılan birey sayısı ve yarattığı katma değer açısından, dünya ekonomisinde sürekli payının artması ile oldukça önemli ve vazgeçilmesi mümkün olmayan bir sektör haline gelmiştir. 70'li yıllarda kişisel ve gruplar halinde eğlence amaçlı ziyaretlerin artması ile turizm canlılığı, 20. yüzyılın en önemli sosyo-ekonomik unsuru olmuştur. Bu nedenle büyüyen ve gelişen turizm unsuru, ekonomik, kültürel ve sosyal etkileri ile oldukça önemli bir yere sahiptir. Turizm, ziyaretçilerin çeşitli dil, kültür ve tarihi yapıya sahip olduğu evrensel bir olaydır. Bu sebeple konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence, vb. gibi farklı iş alanlarının bir araya geldiği işletme ve sektörler ile bağlantılı, ekonomiyi ve istihdamı olumlu yönde etkileyen önemli bir sektördür. Günümüzde ekonomi içerisinde önemli bir paya sahip olan turizm, bir milyardan üstünde kişinin katıldığı ve diğer sektörlerle beraber trilyon dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaşmış bir endüstridir. Bacasız sanayi olarak ifade edilen turizm, sağladığı katma değer ile hem bölgesel hem de ülke bazında kalkınmanın en önemli anahtarlarından biri konumundadır. Bu nedenle turizm potansiyeline sahip her ülke ya da bölge, kalkınma, ekonomik gelişme ve büyüme için potansiyelini en etkili ve verimli şekilde kullanarak dünya turizm pastasından en büyük pay oranına sahip olmayı hedeflemektedir (Aydın, 2017: 5).

Kısacası küresel ekonomi bakımından oldukça büyük öneme sahip olan turizm sektörü; değişik kültürlerdeki bireyler ve ülkeler arasındaki ilişkilerin gelişmesine imkân sağlaması, istihdam ve bölgesel kalkınmaya olumlu etkileri, döviz girdileri ile dış ödemeler ve dış ticaret dengelerini düzeltici etkilerinden dolayı ülkeler için vazgeçilmeyen bir öneme sahip olmuştur.

#### 1.4. Turizmin Özellikleri

Bir bölgede turizm etkinliklerinin yapılabilmesi için turistlerin o bölgeye seyahat etmeleri gerekmektedir. Ancak bir bölgede yapılan her seyahat turizm faaliyetinin içerisinde değerlendirilmeye alınmaması gerekmektedir. Bunun nedeni ise turizm faaliyetinin kendine has özellikleri içinde barındırmasıdır. Turizm faaliyetlerinin yürütülebilmesi için gereken şartların dışında sektörel olarak belirli özellikleri içermesi gerekmektedir. Turizm sektörünün genel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Araboğa, 2018: 6);

- Turizm, kişilerin para kazanma ve çalışma görevi dışında turistik ziyaretler ile ilgilidir.
- Bir faaliyetin turizm olarak kabul görülebilmesi için ziyaret edilen yerde minimum 24 saat, yurt içinde maksimum 6 ay, yurt dışında ise maksimum bir yıl süreli olması gerekmektedir.
- Turizm sosyal, psikolojik, sosyolojik, politik ve ekonomik özellikleri kapsar.
- Turistler, turizm faaliyeti boyunca turistik ürün ve hizmetlerden faydalanırlar. Turizm turistik bölgelere gelir kaynağı sağlar.
- Turizm, diğer ekonomik sektörlerle bağlantı içerisinde olduğu için bu sektörlerin gelişimine fayda sağlar.
- Turizm, seyahat edilen yerdeki alt yapı sorunlarının giderilmesine fayda sağlar.
- Turizm, turistlere fizyolojik, zihinsel ve psikolojik yönüyle yenilik katar. (Örneğin spor etkinlikleri fizyolojik yönüyle turistlere güç sağlar.)

- Turizm etkinliklerine katılan turistlerin farklı ihtiyaçlarının ortaya çıkması ürün çeşitliliğini sağlar.
- Turizm, boş vakti değerlendirme faaliyetidir.
- Turizm etkinlikleri sırasında meydana gelen tüketim, mevsimlik bir durum gösterir.
- Turizm hizmetlerinin çoğunluğu bireyler tarafından sağlanır. Bu nitelik, turizmin emek açısından yoğun bir faaliyet olduğunu gösterir.

### **1.5. Dünyada Turizmin Gelişimi**

İnsanoğlu tarihsel süreç içinde geçmişten günümüze kadar birçok keşifler yapmış ve seyahatler gerçekleştirmiştir. İlk çağlarda avcı ve toplayıcı olan insanlar, yaşamlarını sürdürebilmek ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmek için sürekli hareket halinde olmuşlardır. Zamanla yerleşik hayata geçen insanlar ticaret amaçlı seyahatler gerçekleştirmiş ve dünya keşfine başlamışlardır (Göktaş, 2016: 3).

Turizmin başlangıcı yazıyı ve tekerleği icat eden Sümerler'e yani M.Ö. 4000'li yıllara dayanmaktadır. İlk gezginlerin de Finikeliler olduğu söylenmektedir. M.Ö. 3000'li yıllarda tapınaklar ve piramitler nedeni ile Mısır, gezginlerin dikkatini en çok çeken ülkelerin başında gelmiştir. Babil Krallığı ve Eski Mısır'da, gezginler için yollarda güvenlik önlemlerinin alındığı, dinlenme ve konaklama yapılması için evlerin ve bahçelerin kurulduğu görülmektedir. Geçmiş dönemlerde ülkelerin ticaret yapmak için başka ülkelere seyahat etmeleri de bir turizm faaliyeti olarak değerlendirilmiştir. O dönemlerde karayollarının düzensiz ve yetersiz sayıda olmalarından dolayı uzun seyahatlerin yapılması insanların deniz yolu ile ulaşım yapmalarına neden olmuştur. Ayrıca Yunanlılarda

olimpiyatların yapılması, seyahatin ortaya ımasını sağlamış ve gittikleri yerde konaklama yaparak turizmin öncüleri olmuşlardır (Yıldız, 2011: 56).

Turizm, ilk zamanlarda çoğunlukla din ve ticaret nedeni ile bir yerden başka bir yere gitme olarak yaygınlaşmıştır. Hıristiyanlığın ortaya çıkmaya başladığı zamanlarda, Roma İmparatorluğu'nun dini Pagandı ve Roma İmparatorluğu zamanında Hıristiyanlığa baskı gösterilmesine rağmen "havariler" dini nedeni gizli seyahatler yapmışlardır. Hıristiyanlık dinini yaymak amacıyla yapılan bu seyahatler, günümüzdeki turizm kavramıyla tam olarak bağdaşmasa da turizm olarak adlandırılmaktadır (Languar, 1991: 10).

İstanbul'un fethinden sonra Bizans'taki bilginler Roma'ya sığınmışlardır. Orada Romalılara Yunanca dilini öğretip antik kùltüre olan sempatinin ve Roma'daki antik eserlere karşı ilginin artmasını sağlamışlardır. Bu durum da seyahatlerin artmasını sağlamıştır. Böylece ekonomi, kùltür, inanç ve spor turizmine adımlar atılmıştır. 1492 yılında Portekizli Vasco de Gama'nın gemi ile Hindistan'a gitmesi, Macellan'ın 1519 yılında başlayan seyahatleri vb. insanların bilmedikleri yerleri ziyaret etmek, tanımak ve merak etmesi nedeni ile yapmış oldukları yolculukların temelini oluşturmuşlardır (Göktaş, 2016: 4).

Yeni aė'da turizm faaliyetleri; sanat, kùltür, bilim ve tekniğin gelişmesi ile hareketlenmiştir. 17. Yüzyılda buharlı gemilerin kullanılması ve otomobil sanayisindeki hızlı gelişmeler, insanların turizm aktivitelerine katılabilmesini sağlamıştır. 1841 yılında İngiltere'de Thomas Cook 750 kişilik bir kafikeyi trenle bir şehirden başka bir şehre götürmüş ve böylece ilk toplu seyahatlerin temeli atılmıştır. Böylece Thomas Cook, ilk tur operatörlüğünü başlatan insan olarak tarihe geçmiştir (şahiner, 2012: 9).

İkinci Dünya Savaşından günümüze kadar dünyada turizm faaliyetlerinin gelişimi aşağıda Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1:** Uluslararası Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyar \$)	Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyar \$)
1950	25,3	2	2012	1040	1146
1960	69,3	7	2013	1088	1241
1970	166	18	2014	1134	1309
1980	278	102	2015	1189	1196
1990	435	271	2016	1241	1220
2000	674	495	2017	1329	1346
2010	950	966	2018	1401	1451
2011	994	1104			

Kaynak: Doru, 2017: 32; UNWTO 2018.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 1950 yılında turizm faaliyetlerine 25,3 milyon turist katılırken bu sayı 2000 yılında 674 milyona, 2018 yılında ise 1 milyar 401 milyona ulaşmıştır.

### 1.6. Türkiye’de Turizmin Gelişimi

Türkiye’de turizmin tarihsel gelişimine bakıldığında, planlı dönem öncesi (1923-1962) ve planlı dönem (1963 ve sonrası) olarak iki kısma ayrıldığı görülmektedir. Planlı dönem öncesi, turizm ile ilgili yapılan ilk faaliyet Raşit Saffet Atabinen ve bir grup kişinin “Türk Seyyahin Cemiyeti’ni” kurmasıdır. Bu cemiyetin ismi sonra “Türkiye Turing Kulübü”, daha sonra da “Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü” olarak değiştirilmiştir. İşletmenin çalışmaları sonucunda Türkiye’nin ilk tanıtım broşürü ve afişleri ile karayolu haritaları basılmıştır. İlk rehberlik, tercüman sınavları ve ilk turizm ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Kalkınma Bakanlığı’nın 2014 yılı rapor incelemelerine göre; 1961 yılında ülkemizi 129 bin turist ziyaret etmiş ve toplam 7,5 milyon dolar bırakmışlardır. Aynı yıl

ortalama harcama 60 dolar ve konaklama ise ortalama dört gün olarak belirtilmiştir (Bozkurt, 2017: 9-10).

**Tablo 2:** Planlı Dönem Öncesinde Türkiye'de Turizm (1950-1962)

Yıllar	Gelen Turist		Çıkan Turist		Yatak Sayısı
	Gelen Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	
1950	28.625	6	-	23	3.300
1952	38.837	7	-	29	6.219
1955	76.559	3	34.043	10	9.000
1959	126.690	5,4	49.357	12,6	12.326
1960	94.077	6	28.211	8,3	14.200
1962	198.228	8,3	47.535	18	22.050

**Kaynak:** Doru, 2017: 37.

Tablo 2 incelendiğinde, 1950 yılında 28.625 turist ziyarete gelmiş, 1962 yılında ise bu rakam 198.228 olmuş ve turizm gelirleri 6 milyon dolardan 8,3 milyon dolara ulaşmıştır. 1955 yılında Türkiye'den çıkan vatandaş sayısı ise 34.043 birey iken 1962 yılında bu sayı 47.535 olmuştur. Turizm giderleri ise 1950 yılında 23 milyon dolar iken 1962 yılında bu tutar 18 milyon dolara düşmüştür.

Planlı kalkınma dönemi olarak adlandırılan 1963 yılında turizmin geliştirilebilmesi için Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulması Türkiye'de turizm açısından dönüm noktası olmuştur. 1963 yılında ilk defa Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı yürürlüğe konulmuştur (Bozkurt, 2017: 10). Turizm ile ilgili yürürlüğe konulan Beş Yıllık Kalkınma Planında amaçlar şu şekildedir (Dinçer ve Çetin, 2015: 4-5);

- Ödemeler bilançosuna ve ülke ekonomisine katkı sağlamak amacıyla, turizm kaynaklarını en iyi bir şekilde değerlendirmek,
- Turist sayısını arttırmak,



- Turistlerin harcamalarını ve kalış sürelerini arttırmak,
- Kişilerin turizm faaliyetlerini arttırmak,
- Turizm yatırımlarına gereken desteği sağlamak,
- Turizm kaynaklarının nasıl kullanıldığını dikkate alarak incelemek,
- Turizmin gelişimini sağlamak için yasa ve yönetmenliklerin düzenlenmesi,
- Turizm ile ilgili yeni kurum ve kuruluşların kurulması, mevcut kurumlar arasında iş birliğinin sağlanması,
- Ulaştırma ile ilgili olanak sağlanması ve geliştirilmesi,
- Mal ve hizmet kalitesini çoğaltmak.

1980 yılından itibaren Türkiye turizm sektörü hızlı büyüme eğilimine girmiş ve Türkiye ekonomisinde turizm çok önemli bir konuma gelmiştir. 1980 sonrası turizm, Türkiye ekonomisinin genç ve dinamik sektörlerinden biri haline gelmiş, hatta ekonominin lokomotif sektörlerinden biri olmuştur (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 352).

**Tablo 3: Planlı Dönemde Türkiye'de Turizm (1963-1982)**

Yıllar	Gelen Turist			Çıkan Turist		
	Gelen Turist Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)
1963	199	7,7	38,7	51	19,3	377,7
1964	229	8,3	36,2	59	21,8	368,2
1965	362	13,8	38,1	98	24,3	249,0
1966	440	12,1	27,5	81	26,3	323,5
1967	574	13,2	23,0	68	26,8	393,5
1968	603	24,1	40,0	98	33,4	342,2
1969	694	36,6	52,7	142	42,2	298,0
1970	724	51,6	71,2	270	47,7	176,6
1971	926	62,9	67,9	377	42,2	112,0
1972	1035	103,7	100,2	474	59,3	125,2
1973	1342	171,5	127,8	526	93,0	176,8
1974	1110	193,7	174,5	621	151,8	244,4
1975	1540	200,9	130,5	732	155,0	211,9
1976	1676	180,5	107,7	739	207,9	281,2
1977	1661	204,9	123,3	809	268,5	331,8
1978	1644	230,4	140,1	784	102,5	130,7
1979	1524	280,7	184,2	804	95,1	118,4
1980	1288	326,7	253,6	940	114,7	122,1
1981	1405	381,3	271,3	934	103,3	110,6
1982	1392	370,3	266,1	994	108,9	109,5

**Kaynak:** Doru, 2017: 37.

Tablo 3 incelendiğinde, 1963 yılında Türkiye'ye 199 bin turist ziyarete gelmiş, 7,7 milyon dolar turizm geliri sağlanmış ve 38,7 dolar turist başına harcama tutarı gerçekleşmiştir. 1982 yılında hem ziyarete gelen turist sayısında hem de turizm gelirlerinde artış gerçekleşmiştir. 1982 yılında 1 milyon 392 bin turist ziyarete gelirken aynı zamanda turizm gelirleri 370,3 milyon dolara ve turist başına düşen harcama tutarı 266,1 dolara yükselmiştir. Türkiye'den 1963 yılında 51 bin vatandaş çıkarken bu sayı 1982 yılında 994 bin kişiye yükselmiştir. Aynı şekilde 1963 yılında turizm gideri 19,3 milyon dolar ve turist başına düşen harcama 377,7 dolar iken turizm gideri 1982 yılında 108,9 milyon dolara yükselmiş ve turist başına düşen harcama 109,5 milyon dolar olmuştur.

**Tablo 4:** Türkiye’de Turizm (1983-2003)

Yıllar	Gelen Turist			Giden Turist		
	Gelen Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)
1983	1625,1	411,1	253,0	1046,0	127,3	121,7
1984	2117,1	840,0	396,8	1084,3	276,8	255,3
1985	2614,9	1482,0	566,8	945,5	323,6	342,3
1986	2391,1	1215,0	508,1	849,2	313,6	369,3
1987	3058,7	1721,1	562,7	1006,0	447,7	445,0
1988	4150,3	2355,3	567,5	1107,1	358,0	323,4
1989	4482,8	2556,5	570,3	1290,1	565,0	438,0
1990	5190,7	3225,0	621,3	1527,1	520,0	340,5
1991	5106,8	2654,0	519,7	1450,5	592,0	408,1
1992	6827,4	3639,0	533,0	1569,1	776,0	494,6
1993	5925,8	3959,0	668,1	1733,5	934,0	538,8
1994	6411,0	4321,0	674,0	1804,3	866,0	480,0
1995	7247,1	4957,0	684,0	2084,3	912,0	437,6
1996	7970,7	5962,1	748,0	2230,5	1265,0	567,1
1997	9233,5	8088,5	876,0	2425,3	1716,0	707,5
1998	8878,8	7808,9	879,5	2408,8	1753,9	728,1
1999	7069,3	5203,0	736,0	2490,9	1471,0	590,5
2000	9990,8	7636,0	764,3	2766,3	1711,0	618,5
2001	13450,1	10450,7	777,0	2542,2	1738,0	683,7
2002	15221,2	12420,5	816,0	2686,1	1880,0	699,9
2003	16299,8	13854,9	850,0	3415,2	2424,8	710,0

**Kaynak:** Doru, 2017: 37.

Tablo 4 incelendiğinde, Türkiye’ye 1983 yılında 1 milyon 625,1 bin turist ziyarete gelmiş, 411,1 milyon dolar turizm geliri sağlanmış ve 253 dolar turist başına harcama tutarı gerçekleşmiştir. 2003 yılında hem ziyarete gelen turist sayısında hem de turizm gelirlerinde artışlar gerçekleşmiştir. Türkiye’ye 2003 yılında 16 milyon 299,8 bin turist ziyarete gelirken aynı zamanda turizm gelirleri 13 milyar 854,9 milyon dolara ve turist başına düşen harcama tutarı 850 dolara yükselmiştir. Türkiye’den 1983 yılında 1 milyon 46 bin vatandaş çıkarken bu sayı 2003 yılında 3 milyon 415,2 bin kişiye ulaşmıştır. Aynı şekilde 1983 yılında turizm gideri 127,3 milyon dolar ve turist başına düşen harcama 121,7 iken

turizm gideri 2003 yılında 2 milyar 424,8 milyon dolara yükselmiş ve turist başına düşen harcama 710 dolar olmuştur.

**Tablo 5:** Türkiye’de Turizm (2004-2019)

Yıllar	Gelen Turist			Çıkan Turist		
	Gelen Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Düşen Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Düşen Harcama (Dolar)
2004	20.263	17.076,6	842,8	3.845	2.954,5	768,5
2005	24.125	20.322,1	842,4	4.125	3.395,0	823,1
2006	23.149	18.593,9	803,2	4.063	3.271,1	805,1
2007	27.215	20.942,5	769,5	4.956	4.043,3	815,8
2008	30.980	25.415,1	820,4	4.893	4.266,2	872,0
2009	32.006	25.064,5	783,1	5.561	5.090,4	915,3
2010	33.028	24.931,0	754,8	6.557	5.874,5	895,9
2011	36.151	28.115,7	777,7	6.282	5.531,5	880,5
2012	36.464	29.007,0	795,5	5.803	4.593,4	791,6
2013	39.226	32.310,4	823,7	7.526	5.253,6	698,1
2014	41.415	34.305,9	828,3	7.982	5.470,5	685,3
2015	41.618	31.464,8	756,0	8.751	5.698,4	651,2
2016	31.365	22.107,4	704,8	8.062	5.049,8	640,1
2017	38.620	26.283,6	681	8.886	5.137,2	578
2018	45.628	29.512,9	647	8.383	4.896,3	584
2019	51.860	34.520,3	666	9.650	4.403,6	456

**Kaynak:** tuik.gov.tr; tursab.org.tr, 2020.

Tablo 5 incelendiğinde, 2004 yılında Türkiye’ye 20 milyon 263 bin turist ziyarete gelirken bu sayı 2019 yılında 51 milyon 860 bine ulaşmıştır. Turizm gelirlerine bakıldığında ise, 2004 yılında yaklaşık 17,1 milyar dolar gelir ve turist başına düşen harcama tutarı 842,8 dolar elde edilirken, 2019 yılında 34,5 milyar dolar turist geliri ve turist başına düşen harcama tutarı 666 dolar olmuştur. Aynı dönemde ülkeden çıkan vatandaş sayısı ve turizm giderlerine bakıldığında; 2004 yılında 3 milyon 845 bin turist çıkmış ve 2 milyar 954,5 milyon dolar turizm harcamasında bulunulmuştur. 2019 yılına bakıldığında ise, 9 milyon 650 bin turist çıkmış ve 4 milyar 400,6 milyon dolar turizm harcaması yapıldığı görülmektedir.

## 1.7. Turizm Türleri

Kişilerin turizm aktivitelerine katılma nedenleri birbirlerinden farklıdır. Turistlerin, seyahatlere katılma nedenleri birbirlerinden farklı olduğu için hangi amaçla seyahate karar vermiş olduklarını da belirlemek oldukça güçtür. Turizm türleri konusunda çeşitli kaynaklarda birbirinden farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bunun sebebi turizm çeşitlerinin kesin çizgilerle ayrılmamalarıdır. Turizm çeşitleri, ziyaret edilen yere, katılanların sayısına, yaşlarına, gelir düzeylerine ve amaçlarına göre beş başlık altında toplanmıştır (Araboğa, 2018: 8). Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.



**Kaynak:** Kozak, 2012: 20.

**Şekil 1:** Turizm Faaliyetlerinin Sınıflandırılması

### 1.7.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm

Ziyaret edilen yere göre turizm, turistlerin seyahat ettiği bölgelere göre iç turizm ve dış turizm olarak iki farklı gruba ayrılmaktadır (Akın, 2017: 11).

#### 1.7.1.1. İç Turizm

İç turizm, bir ülke vatandaşının kendi ülke sınırları içinde yapmış olduğu ziyaret ve konaklamalara ve bunları karşılamak için yapılan hizmetlerin tümüne denilmektedir. İç turizm, vize, pasaport, döviz ve yabancı dil bilgisi gerektirmediği için ekonomiye döviz

getirici etkisi bulunmamaktadır (Ekber ve Mirzaeva, 2017: 2). İç turizm, bireylerin ülkesinin kültürel ve doğal değerleri hakkında bilgi sahibi olmaları, iş hayatlarında verimliliği yükselten ve sosyal yararı olan bir turizm türüdür (Kervankıran ve Çuhadar, 2017: 2).

### **1.7.1.2. Dış Turizm**

Dış turizm, yabancı turistlerin bir ülkeye ziyaretleri ve ülke vatandaşlarının da yabancı bir ülkeyi ziyaret etmeleri anlamını taşımaktadır. Dış turizmi iç turizmden farklı kılan neden; döviz, pasaport ve vize işlemlerinin olmasıdır. Dış turizm, aktif ve pasif olmak üzere iki gruba ayrılır. Dış aktif turizm, ekonomiye döviz kazandırır ve ihracatı yükseltir. Dış pasif turizm ise, bir ülke vatandaşının yabancı bir ülkeye ziyaret etmesi anlamı taşımaktadır. Ekonomi üzerinde döviz çıkışı veya ithalat etkisi yaratır. Dış turizmin ülkeler arasında barış ortamı oluşturması ve farklı kültürlerin tanınması gibi olumlu toplumsal etkileri vardır (Kozak vd., 2014: 13-14).

Kısaca dış turizm faaliyetleri makroekonomik denge açısından büyük bir öneme sahiptir. Yabancı turistlerin gittikleri yerde yaptığı harcamalar ihracat etkisi oluştururken, yerli turistlerin yurtdışında yaptıkları harcamalar ise ithalat etkisi oluşturmaktadır (Çelik Uğuz vd., 2010: 874).

### **1.7.2. Katılanların Sayısına Göre Turizm**

Katılanların sayısı göz önüne alınarak yapılan sınıflandırmada, turizm etkinliklerine katılım gösteren bireylerin sayıları önemsenmektedir. Katılanların sayısına göre turizm, bireysel, kitle ve grup olarak 3 alana ayrılmaktadır (Akın, 2017: 10).

#### **1.7.2.1. Bireysel Turizm**

Bireysel turizm, ziyaret eden kişilerin bir turizm ağına bağlı olmadan, kendi özgür iradesiyle gerçekleştirdiği turizm türüdür (Barut ve Yıldız, 2013: 30). Bireysel turizme

katılanlar genellikle gelir seviyesi yüksek olan gençler, öğrenciler ve yeni mezun olanlar oluşturmaktadır. Bireysel turizmi tercih eden kişilerin çoğunlukla yeni yerler keşfetme ya da macera aramak için turizm faaliyetlerine katıldıkları görülmektedir (Kozak vd., 2014: 11).

### **1.7.2.2. Kitle Turizmi**

Kişilerin turizme büyük kitleler ile katılım gösterdikleri turizm etkinliklerine kitle turizmi denir (Kozak vd., 2014: 12). Turizm sektöründe bir başlangıç olarak görülen XX. yüzyılın ortasında başlayan kitle turizmi, 1960 yılından sonra çalışan ve orta gelir seviyesi kişilerin önderlik ettiği bir turizm türü olmuştur. Kitle turizmi, gelir seviyesindeki artış ve boş vakitlerini değerlendirme ile kitlelerin seyahat yapmasına ve maliyetlerin düşmesine imkan sağlamış ve kendine has bir pazar ve organizasyon ortaya çıkarmıştır (Kısa Ovalı, 2007: 66). Kitle turizminin en önemli niteliği kişilerin genellikle paket turları tercih etmesi ve sürekliliği olmasıdır (Göktaş, 2016: 6).

### **1.7.2.3. Grup Turizmi**

Birbirlerini tanıyan kişilerin birliktelik oluşturarak planladığı ya da bir seyahat grubu ile bir araya gelerek gerçekleştirilen seyahate grup turizmi denilmektedir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1576). Öğrenci grupları, meslek mensuplarının katılımı ve dernek üyelerinin oluşturduğu bu turizm türünde katılımcı sayısı 11 ile 16 arasındadır. Katılan bireylerin sınırlı sayıda olması ve grupların süreklilik göstermemesi nedeniyle, kitle turizminden farklıdır (Kozak vd., 2014: 12).

### **1.7.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm**

Turizm etkinliklerine katılan bireylerin yaş ya da yaş gruplarına göre yapılan turizm sınıflandırmalarıdır. Katılanların yaşlarına göre turizm; gençlik, orta yaş ve üçüncü yaş turizmi olarak sınıflandırılmaktadır (Aydın, 2017: 18).

#### **1.7.3.1. Gençlik Turizmi**

Anne, baba ve diğer aile fertleri olmadan 15-24 yaş arasındaki kişilerin turizm faaliyetlerine katılmalarıdır. Gençlik turizmi bu yaş grubundaki kişilerin, eğlence, spor, kültürel ve sosyal faaliyetlere katılmak maksadıyla yapmış oldukları konaklamaları ve ziyaretleri kapsamaktadır. Araştırmalar sonucu gençlerin, turistik etkinliklere katılma oranlarının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Gençlerin turistik etkinliklere katılma oranlarının yüksek olmasının nedeni psikolojik özelliklere dayanmaktadır. Gençler psikolojik özelliklerinden dolayı macera ve değişime daha açıktırlar (Bahar, 2016: 47-48).

#### **1.7.3.2. Orta Yaş Turizmi**

25-60 yaş arasında kişilerin katıldıkları turizm faaliyetlerine orta yaş turizmi denilmektedir. Ekonomik imkânları yeterli olanların ve genellikle ailelerin oluşturduğu bir turizm türüdür. Turizm faaliyetlerine katılan kişilerin genellikle aile olması nedeniyle diğer yaş gruplarına göre farklılık göstermektedirler. Orta yaş turizmi, aile bireylerinin okul ve çalışma zamanları dışında çoğunlukla yaz aylarında gerçekleştirdikleri turizm etkinlikleridir (Göktaş, 2016: 8).

#### **1.7.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi**

50 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin kaldıkları, çalıştıkları ve sürekli ihtiyaçlarını karşıladıkları yerler dışında ziyaret ettikleri ve bu ziyaret süresince turizm işletmelerin



ürettiği ürün ve hizmetlerden faydalanarak, geçici süreliğine konaklamalardan kaynaklanan ilişkiler üçüncü yaş turizmi olarak adlandırılmaktadır. Yaşlı kişilerin bakımı için kurulan yerlerin ve ziyaretlerin artmasıyla beraber üçüncü yaş turizmi, turizm sektörü içinde yer almaya başlamıştır. Üçüncü yaş turizmi, büyüyen bir pazar olması nedeniyle önemli bir pazar bölümünü oluşturmaktadır (Aydemir ve Kılıç, 2017: 2).

#### **1.7.4. Katılanların Gelir Düzeylerine Göre Turizm**

Turizm etkinlikleri katılımına sebep olan bir diğer unsur da kişilerin sahip oldukları toplumsal konum, refah düzey ve ekonomik durumlarıdır. Katılanların gelir düzeylerine göre turizm, sosyal ve lüks turizmi olarak iki başlık altında açıklanmaktadır (Göktaş, 2016: 8).

##### **1.7.4.1. Sosyal Turizm**

Ekonomik gücü zayıf olan kişilerin bazı kolaylaştırıcı yollar ile turizm faaliyetlerine katılmaları sosyal turizm olarak ifade edilmektedir. Sosyal turizmin ilk özelliği ekonomik gücü zayıf olan kişileri kapsamasıdır. Diğer bir özelliği ise, kişilerin turizme katılmaları zor olmasından dolayı bu katılmaya özel tedbir ve tesisler gibi bazı kolaylaştırıcı yolların sağlamış olmasıdır. Sosyal turizmin amacı, ekonomik durumu zayıf olan kişilerin turistik aktivitelere katılarak zihinsel ve bedensel yorgunluklarını azaltmak ve gelişmelerine katkıda bulunmaktır (Bıçkıcı vd., 2013: 51-55). Sosyal turizmde, çalışanların stresli ve yoğun dönemlerinde bakış açılarının değişmesi, sosyal beraberliğin sağlanması ve her bölgeden turizme katılımının desteklenmesi amaçlanmaktadır (Kızılırmak ve Mugan Ertuğral, 2012: 35). Uluslararası Çalışma Örgütü 1936 yılında ücretli izinlerin getirilmesi ile sosyal turizm daha önemli bir konuma sahip olmuştur. Sosyal turizmin en önemli özelliği kâr amacının olmamasıdır (Göktaş, 2016: 9).

#### **1.7.4.2. Lüks Turizm**

Lüks turizm, yüksek gelir düzeyine sahip bireylere yönelik olan bir turizm türüdür. Ekonomik gelir düzeyi yüksek olan ve toplumda büyük saygı gören kesimlerin oluşturdukları turistik faaliyetlerdir. Bireyler pahalı konaklama mekânlarını tercih etmekte ve her çeşit konforu bulunan büyük yolcu gemileri ile yolculuk ettikleri bilinmektedir (Akın, 2017: 13).

#### **1.7.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm**

Kişilerin turizm faaliyetlerine katılımını sağlayan birçok neden vardır. Turistlerin amaçları birbirleri ile ilişkili olduğundan dolayı turistlerin hangi amaç ile seyahate karar vermiş olduklarını belirlemek oldukça zordur. Bununla birlikte ziyaret ve konaklama boyunca kurulan ilişkilerin ve faaliyetlerin hangi yönde ilerlediğine bakılarak esas amaç tespit edilmektedir (Göktaş, 2016: 9). Katılanların amaçlarına göre turizm türleri aşağıda kısaca açıklanmıştır.

##### **1.7.5.1. Kongre Turizmi**

Globalleşen dünyada uluslararası ve ulusal işletmelerin sayısı ve toplantı yapma gereksinimlerinin artması, teknolojik, bilimsel ve mesleki gelişmelerle beraber meydana gelen bilgi alma ihtiyacı kongre turizminin gelişmesini sağlamıştır (Koçan ve Çorbacı, 2012: 32). Aynı ya da farklı meslek mensubiyetine sahip bireylerin kısa ve kısıtlandırılmış bir program dâhilinde belirli bir bilimsel konuda bilgi alışverişinde bulunmak nedeniyle devamlı çalıştıkları ve ikamet ettikleri yerler dışında yapmış oldukları ziyaret ve konaklamalar kongre turizmi olarak tanımlanmaktadır (Kaya ve Batman, 2016: 81).

Kongre turizmi, çok yönlü bir turizm türü olup, sadece bilgi alışverişi ve toplantı amaçlı değil, kongre dışında kalan boş vakitlerinde eğlence, yemek, gezi, alışveriş gibi etkinliklerin de ortaya çıktığı bir turizm türüdür (Gök ve Ünüvar, 2012: 42).

### **1.7.5.2. Deniz Turizmi**

Kişilerin kaldıkları yerden uzak bir yere ziyaret etmelerini kapsayan, ayrıca gittikleri yerlerde deniz çevresi olan dinlenme ve eğlenme etkinliklerinin tümüne deniz turizmi denilmektedir (Kozan vd., 2014: 116). Yat işletmeciliği, kruvaziyer turizmi, yat limanı, tekne turları, su üstü ve su altı etkinlikleri ve dalış sporları deniz turizmi faaliyetleridir (İncekara vd., 2015: 2).

Deniz turizmi, her zaman en çekici turizm türlerinin başında gelmektedir. Turizm denilince akla ilk gelen şey deniz, kum ve güneş üçlüsü olması, deniz turizminin önemini ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde diğer turizm türlerine ilgi artsa da deniz turizmi hala büyük bir çekici güce sahiptir. Birçok ülkede, turistik yerleri ziyaret eden kişiler deniz turizmi aracılığıyla seyahatlerini gerçekleştirmektedirler. Ülkelerin turizm gelir kaynaklarının büyük bir kısmı deniz turizminden elde edilmektedir. Türkiye’de turizm gelirlerinin %20’lik kısmını deniz turizmi oluşturmaktadır. Deniz turizmi, talep yoğunluğunun en yüksek olduğu turizm türlerinden biridir (Kozan vd., 2014: 116-117).

### **1.7.5.3. Sağlık ve Termal Turizmi**

Küreselleşen dünyada seyahatlerin özgür hale gelmesi ve imkânların çoğalması, ulaşımda olanakların iyileştirilmesi ve sağlık hizmetleri kalitesinin gelişmesi dünyada sağlık turizminin önemini arttırmıştır (Bozça vd., 2017: 158).

Fiziksel ve zihinsel sağlığın tedavi edilmesi veya korunması nedeniyle yapılan seyahat ve konaklamalara sağlık turizmi denilmektedir (Çimen, 2018: 104). Sağlık turizmi,

bireylerin fiziksel veya zihinsel olarak dinlenme amaçlı seyahat ettikleri bir tatil türüdür. Seyahatlerin tasarlanması, gerçekleşmesi, konaklama, sağlık hizmetlerinin sunulması, hasta olan kişinin sağlık hizmeti yapıldıktan sonra ülkesine geri gitmesi ve gerekli olduğu zamanlarda kontrol edilmesi sağlık turizminin içerisinde yer almaktadır (Dikmetaş Yardan vd., 2014: 30).

Termal turizm, sağlık turizminin içerisinde değerlendirilmektedir. Doğal yollar ile yeryüzüne çıkan, belirli bir sıcaklık seviyesi olan ve sağlığa yararlı mineraller barındıran, şifalı suları kullanmak amaçlı yapılan seyahatlere termal turizm denilmektedir. Termal turizm, sağlığa iyi geldiği için ilgi odağı haline gelen bir turizm türüdür. Şifalı suların cilt hastalıklarına, solunum hastalıklarına ve kalp hastalıklarına iyi geldiği söylenmektedir (Zengin ve Eker, 2016: 167).

#### **1.7.5.4. Spor Turizmi**

Spor turizmi, turizm türleri arasında yer edinmiş ve gün geçtikçe artan öneme sahip olan bir etkinlik durumuna gelmiştir. Bireylerin eğlenmek için ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak, spor etkinliklerini seyretmek ya da bu etkinliklere katılım göstermek amacıyla yaptıkları ziyarete spor turizmi denilmektedir (Salici ve Özdaşlı, 2016: 37).

Spor turizmi etkinlikleri, kişilerin farklı yerleri ve değişik kültürleri tanınmasına katkı sağlayan sosyal bir faaliyettir. Kişiler ziyaret ettikleri yerleri etkilemekte ve ziyaret ettikleri yerlerden etkilenmektedirler. Bu sayede farklı kültürler ve toplumlar arasında kuvvetli bağlar oluşmaktadır. Kişilerin birbirleriyle kaynaşması için spor oyunları, panayırılar, fuarlar, karnavallar ve festivaller düzenlenerek kişileri şehirleri tanımaya ve seyahat etmeye teşvik etmektedirler. Spor etkinlikleri, kişileri seyahate yönlendirerek doğrudan turizme yarar sağlamaktadır (Tezcan Kardeş ve Sadık, 2018: 30).

#### **1.7.5.5. Av Turizmi**

Yaban hayatı kaynaklarının gözetim altında yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını sağlayan ve bu kaynakların da turistik faaliyet açısından değerlendirilerek ulusal ve uluslararası ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan faaliyetler av turizmi olarak tanımlanmaktadır. Av turizmi, kişilerin çeşitli ihtiyaçlarına cevap veren bir turizm türüdür. Av turizmi, doğaya özlem duyan kişileri günlük yaşamlarından uzaklaştırarak farklı ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Şafak, 2003: 135).

Av turizmi etkinlikleri ile avcılar hayvanların diş, boynuz ve post gibi değer taşıyan kısımlarına sahip olmakla beraber değişik yerleri tanıma imkânı da elde etmektedirler. Av turizmi faaliyetlerinde çeşitlilik yaratılarak ülke ekonomisine katkı sağlanmaktadır (Ukav, 2012: 4).

#### **1.7.5.6. Kış Turizmi**

Kış turizmi, yüksek dağların yoğun kar alan bölgelerinde oluşan bir turizm türüdür. Kış turizmi, kayak yapmaya elverişli, eğim şartlarının uygun olduğu yerlerde yapılan yeme-içme, eğlenme, konaklama gibi etkinliklerden oluşan ve yılın belirli zamanlarında yapılan aktivitelerin tümünü kapsayan bir turizm türüdür. Kış turizminin gelişmesindeki en önemli faaliyetlerinden biri kayak sporudur (Altaş vd., 2015: 346).

Kış turizmi, dağlık alanların oluşumu ve bölgelerarası dengesizliklerin giderilebilmesi amacı taşıyan önemli bir faaliyettir. Kış turizminin olumsuz yönü ise, bu alanlarda alt yapı sorunu nedeniyle çok fazla yatırıma gereksinim duyulmasıdır. Fakat dağlık alanlar iyi bir şekilde değerlendirilir ve yatırımlar ile destek sağlanırsa ülke ekonomisine önemli faydalar sağlayabilmektedir (Akkuş, 2019: 2).

### **1.7.5.7. Yayla Turizmi**

Kişilerin sürekli kaldıkları yerlerden ayrılarak yazın aşırı sıcak havalarda yaylalara gitmesi ve gittikleri yerlerde konaklama yaparak gereksinimlerini karşılayabilmeleri yayla turizmini ortaya çıkarmıştır. Yayla turizmi, sürekli çalışma durumunda olan bireylerin iş hayatındaki aşırı stres ve kalabalık ortamlardan uzaklaşma isteğine bağlı olarak meydana gelen kişilerin doğayla iç içe kalması ve farklı iklim şartlarında yaşamasına imkân sağlayan bir turizm çeşididir. Yayla turizmi, yüksek olan alanlarda yapılan bir turizm çeşididir (Bilici ve Işık, 2018: 7).

Son dönemlerde doğaya duyulan özlem, yeni yerler görme isteği ve doğal ortamı koruma anlayışıyla beraber yayla turizmi evrensel olarak görülmeye başlanmıştır. Yayla turizmi, zarara uğramamış doğal ortam, kültürel değerleri, klasik yaşam tarzı, her bölgeye ait farklı yaşam yerleri, temiz ve serin havası ile sağladığı faydalar sayesinde oldukça popüler hale gelmiştir (Gülpınar Sekban vd., 2018: 350).

### **1.7.5.8. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi, birçok bilim alanına kılavuzluk eden yenilik etkisi ile aşçıların yaratıcı teknikleriyle yiyecekler hazırlaması, yenilebilecek böcekler vb. hammaddelerin herkes tarafından bilinmesi ve küresel gıda sorunlarının çözülmesine kadar birçok konuyu içeren bir kavramdır. Gastronomi, özel yemek hazırlama, yemek tatma sanatını inceleyen ve sağlıklı bir beslenme ile kişilerin korunmasını düşünen bir bilim dalıdır (Çavuş vd., 2018: 3045).

Kişilerin, özel bir yemek türünü tatmak, bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla restoranlara veya özel yerleri ziyaret etmelerine gastronomi turizmi denilmektedir.

Gastronomi turizmi, yeme-içme olaylarına özel ilgi gösteren kişilere hitap etmektedir (Hazar, 2016: 81).

#### **1.7.5.9. İnanç Turizmi**

İnanç turizmi, eski çağlardan beri kişilerin manevi ihtiyaçlarının ve beklentilerinin giderilebilmesi sebebiyle kutsal yerlere seyahat etmesiyle ortaya çıkmıştır. Teknoloji ve ulaşımın gelişmediği zamanlarda, yollarda emniyet, hastalık ve beslenme gibi sorunlarla karşılaşacaklarını bildikleri halde kişiler, inançlarından dolayı kutsal gördükleri yerlere seyahat etmek için uzun sürecek yolculuklar yapmışlardır. Diğer turizm türlerinden farkı, kişilerin inançları gereği dini vazifelerini yapmaları için önemli dini yerlere seyahat etmeleridir (Akbulut Özpay, 2017: 938).

İnanç turizmi, üç yüz milyon civarında ziyaretçiye hizmet sunan ve ekonomik açıdan hızla büyüyen bir turizm türüdür. İnanç turizmi, konaklama ve seyahat işletmelerinin bütün alanlarını etkisi altına almaktadır. Otobüs işletmeleri, gemi işletmeleri, oteller ve turizm danışmanlıkları, kazandıkları gelirler ile hızla büyüyen bu sektörde öne çıkan isimler olmuşlardır. Turizm ile din arasındaki bağı önemini kavrayabilmek için din etkeninin turizm üzerindeki sosyolojik ve ekonomik etkisini bilmek gerekir. Kişileri inanç turizmine yönlendiren sebepler özetle şu şekildedir; ruhsal anlamda rahatlamak, din ile ilişkili bireylerle tanışmak, dini görevlerini yerine getirmek, günahlarından temizlenmek ve Allah'a dileklerini iletme (Rızazade vd., 2018: 428-429).

#### **1.7.5.10. Kültür Turizmi**

Kültür turizmi, turistik bir etkinlik olarak, ziyaretçilerin öncelikli olarak gezmek ve eğlence amaçlı yaptıkları fakat bu sırada kültürel değerlerin de farkına varmalarını sağlayan bir turizm türüdür. Kişilerin kültürel motivasyon sağlamaları için yaptıkları kültür

turları, festivaller, sahne sanatları ve tarihi yerlere yaptıkları ziyaretleri kapsayan faaliyetlerdir. Kültür turizmi, tarihi yerleri ve mimariyi, festivallere katılmak, yöresel yemekleri tecrübe etmek, dini ziyaretlerde bulunmak gibi amaçları içermektedir. Kısaca kişilerin kültürel ihtiyaçlarını karşılamak, tecrübe elde etmek ve yeni bilgiler öğrenmek için kültürel çekiciliklere sahip olan yerleri ziyaret etme durumudur (Bandeoğlu, 2015: 157-158).

Kültür değerlerinin ziyarete açık olması, turizm ve kültür arasındaki ilişkinin artmasına ve kültür turizminin gelişmesine neden olmuştur. Bundan dolayı kültürel kaynaklara verilen değer özen ve bakımın artmasına imkân sağlarken, bir yandan da turizmin gelişmesine ve ekonominin hareketlenmesine olanak sağlamaktadır. Kültür turizmi, her ulusun kendine özgü kültürel özelliklerine bağlı olarak, kişilerin kendi kültür değerleriyle birlikte diğer yörelerinde kültürlerine açık olan bir turizm etkinliğidir (Sezer, 2017: 38).

## **1.8. Turizm Sektörünün Etkileri**

Turizm etkinlikleri, geçmişten günümüze gittikçe büyüyen ve gelişen dünyanın en büyük sektörlerinden biri haline gelmiştir. Turizm sektörü, turistik etkinliklere katılan bireylerin konaklama, eğlenme ve yeme-içme gibi ihtiyaçlarını sağlamak adına hizmet üreten ve pazarlayan kuruluşlara denilmektedir. İç ve dış ticaretin hareketlenmesi, bölgeler ve ülkeler arasında kültür ilişkilerinin sağlanması gibi turizm sektörünün ortaya çıkardığı etkilerden biri olmuştur. Bölgenin iklim şartları, tarihi yapıları, festivaller, siyasi kararlılık ve güvence, turizmi doğrudan etkileyen unsurlardır (Uspanova, 2017: 9).

### **1.8.1. Turizmin Ekonomik Etkileri**

XX. yüzyıldan itibaren turizm dünya ekonomisinde en hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerden biri olmuştur. Turizm sektörü, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler açısından önemli bir faaliyettir. Az gelişmiş ülkeler, turizmi ekonomik gelişme açısından güç olarak



görürken, gelişmiş ülkeler ise ekonomik dengeyi sağlamak için turizmi, dengeleyici bir etken olarak görmekte-dirler. Turizm sektörünün önemini kavrayan ülkeler, büyük yatırımlar yapmakta ve bu sektörün ilerlemesi için önemli stratejiler oluşturmaktadırlar (Akın ve diğerleri, 2012: 64-65). Turizm, döviz girdisini yükseltici ve iş olanağını arttırması özellikleriyle ekonomiye katkı sağlayan bir sektördür. Turizm sektörü ekonomi, enflasyona ve işsizliğe çözüm arayan hükümetlerin önem verdiği bir konudur (Çımat ve Bahar, 2003: 2).

Turizm sanayi, tarım, ulaşım ve inşaat gibi sektörlerle de ilişkilidir. Turizm, bahsedilen bu sektörleri destekleyerek ülkede ekonomik hareketlilik sağlamaktadır (Araboğa, 2018: 17).

Turizmin ödemeler dengesi üzerinde de olumlu etkisi bulunmaktadır. Çünkü, ihracat ile birlikte turist kabul eden ülkeler döviz gelirlerini arttırırken, ithalat ile birlikte başka ülkeye gönderilen turistler de döviz giderlerini arttırmaktadır (Doru, 2017: 49).

**Tablo 6:** Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı (2000-2019)

Yıl	İhracat (Milyon Dolar)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (Yüzde)	İthalat (Milyon Dolar)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turizm Giderlerinin İthalata Oranı (Yüzde)
2000	27.774,9	7.636,0	27,5%	54.502,8	1.711,0	3,14%
2001	31.334,2	10.450,7	33,4%	41.399,1	1.738,0	4,20%
2002	36.059,1	12.420,5	34,4%	51.553,8	1.880,0	3,65%
2003	47.252,8	13.854,9	29,3%	69.339,7	2.424,8	3,50%
2004	63.167,2	17.076,6	27,0%	97.539,8	2.954,5	3,03%
2005	73.476,4	20.322,1	27,7%	116.774,2	3.395,0	2,91%
2006	85.534,7	18.593,9	21,7%	139.576,2	3.271,1	2,34%
2007	107.271,7	20.942,5	19,5%	170.062,7	4.043,3	2,38%
2008	132.027,2	25.415,1	19,2%	201.963,6	4.266,2	2,11%
2009	102.142,6	25.064,5	24,5%	140.928,4	5.090,4	3,61%
2010	113.883,2	24.931,0	21,9%	185.544,3	5.874,5	3,17%
2011	134.906,9	28.115,7	20,8%	240.841,7	5.531,5	2,30%
2012	152.461,7	29.007,0	19,0%	236.545,1	4.593,4	1,94%
2013	151.802,6	32.310,4	21,3%	251.661,3	5.253,6	2,09%
2014	157.610,2	34.305,9	21,8%	242.177,1	5.470,5	2,26%
2015	143.838,9	31.464,8	21,9%	207.234,4	5.698,4	2,75%
2016	142.606,2	22.107,4	15,5%	198.601,9	5.049,8	2,5%
2017	156.992,9	26.283,6	16,7%	233.799,6	5.137,2	2,2%
2018	167.967,2	29.512,9	17,5%	223.046,4	4.896,3	2,2%
2019	171.531,0	34.520,3	20,1%	202.705,0	4.403,0	2,1%

**Kaynak:** tursab.org.tr, 2020.

Tablo 6 incelendiğinde, 2000 yılında turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı %27,5 iken 2019 yılında bu oran %20,1 olmuştur. Turizm giderlerinin ithalata oranı ise 2000 yılında %3,14 iken 2019 yılında bu oran %2,1 olmuştur.

Turizm sektörünün ekonomiye olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlar özetle (Araboğa, 2018: 18);

- Enflasyonu yükseltme,
- Ekonomik çalışmalarda yapı değişikliklerinin meydana gelmesi,
- Turizme yatırım yapılmasından dolayı ortaya çıkan maliyetler,

- Üretimin mevsime göre yapılması,
- Arazi değerlerinin yükselmesi,
- Yapılan yatırımlarda geri dönüşün düşük olması,
- Turistik gereksinimlerin sağlanmasında ortaya çıkan dış alımların artması

şeklinde sıralanabilir.

### **1.8.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri**

Turizm, kişilerin yaşamlarına bağlı bir olay olarak görülebileceği gibi, kişilerin toplum içerisinde beraber yaşamaları da sosyal bir olay olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple konaklama ve ziyaretler sırasında kurulan etkileşim, farklı sosyal ve kültürel özelliklere sahip kişilerin, gelenek ve kültür yapılarında değişikliklere sebep olmaktadır. Turizm faktörü yalnızca ekonomik bir olay değil, aynı zamanda coğrafi, sosyal ve kültürel özellikleri de etkisi altına alan uluslararası bir faaliyettir. Turizmin sektörel etkileri değerlendirilirken sadece gelir kazandıran ekonomik özellikleri değil, sosyal ve kültürel etkisinin de incelenmesi gerekmektedir (Civelek, 2010: 332).

Turizmin toplumun sosyal ve kültürel yapısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bölgede hoşgörü ortamının sağlanması, insan hakları konusunda gelişmeler, boş vakti iyi değerlendirme, kültürel varlıkları korumak gibi toplumsal beraberliğin ve huzurun sağlanması olumlu etkiler arasına girmektedir. Yabancı turistlere karşı düşmanlık duygusu beslenmesi, yabancı kelimelerin artması, ahlaki ve kültürel değerlerin kaybedilmesi olumsuz sosyal-kültürel etkileri arasına girmektedir (Özel, 2014: 58).

### **1.8.3. Turizmin Çevresel Etkileri**

Turizm sektörü, büyüme gösterdikçe çevreye yaptığı olumlu veya olumsuz etkileri de artış göstermektedir. Turizm sektörünün gelişimi hızlı olan durumlarda alt yapı

çalışmalarında önlemlerin alınması konusunda bazı sorunlar yaşanabilmektedir. Gelişme hızına yetişememe neticesinde çevre sorunları ortaya çıkmaktadır. Turizm, planlı ve bilinçli bir şekilde yapıldığında çevreyi güzelleştirmek ve korumak gibi katkılar sağlamaktadır. Bu sebeple turizm planlı bir şekilde yapıldığında çevrenin, tarihi eserlerin ve kültürel değerlerin korunması sağlanacaktır. Turizm doğada zarara yol açarsa, kendi varlığını da tehlikeye atmış olur. Turizm çevreye katkı sağlarsa, büyüme ve gelişme açısından da önemli bir adım atmış olur (Uspanova, 2017: 11-12).

Turizm sektörünün çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Doğal ortamların korunması, tarihi ve kültürel değerlerin korunması, doğaya duyarlılığın artması, çevre kalitesinin artması, altyapının geliştirilmesi turizmin olumlu etkilerinden bazılarıdır. Turizm sektörü çevreye katkı sağlamasına rağmen olumsuz etkilere de sebep olabilmektedir. Gerekli tedbirler uygulanmadığında; çevrenin zarara uğramasına, tarihi alanların, havanın ve denizin zarar görmesine neden olmaktadır. Bunun için doğal kaynakların dengeli kullanımı, atık maddelerin azaltılması, doğal, sosyal ve kültürel değerlerin korunması, toplumdan destek alınması gibi önlemler alınmalıdır (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43-44).

### **1.9. Turistik Destinasyon ve Destinasyonu Oluşturan Unsurlar**

Turizm destinasyonu, elde ettiği turistik verileri ile bölgelere turist çeken, turist seyahatlerine ev sahipliği sağlayan ve birçok işletmelerin sağladığı hizmetlerin tümünden oluşan karmaşık bir üründür. Kültürel ve ekonomik yönüyle bölgeye sunduğu hizmetlerden dolayı iyi bir biçimde pazarlanması ve yönetilmesi amacıyla destinasyonları oluşturan unsurlar arasındaki ilişkileri kavramak önem teşkil etmektedir (Öztürk, 2012: 43).

### **1.9.1. Turistik Destinasyon Kavramı**

Destinasyon kavramı, turizm hareketliliği sürecinde bireylerin seyahatlerinde ulaşmayı hedefledikleri veya gitmeyi amaçladıkları yer olarak tanımlanmaktadır (Akdemir ve Kırmızıgül, 2015: 224).

Turizm destinasyonu, ülke içerisindeki birçok şehirden büyük, kişilerin zihninde önemli bir imaj edinmiş ulusal alanda marka haline gelmiş, turistik olarak çekiciliklere sahip, karnavallar, festivaller gibi türlü aktivitelere, ulaşım ağı gelişmiş bölgede kurulmuş, gelişim kapasitesine, bölgeler arası ulaşım olanaklarına ve turistik mekânların gelişmesi için yeterli alana sahip bir bölge olarak ifade edilmektedir. Turizm destinasyonundan bahsedebilmek için aynı iklim şartlarına, kültürel ve doğal zenginliklere sahip, turistlere özel etkinlikler geliştirmek, konaklama, yeme-içme ve ulaşım imkânlarına sahip, resmi hizmetlerin sağlandığı turist çekim bölgelerinden oluşan, belirli bir imajı ve markası olan coğrafik alan olması gerekmektedir (Ersun ve Arslan, 2011: 231-232).

Turistik destinasyon, doğal çekicilikleri ile turistlere güzel gelen ve farklı unsurlara sahip olan bir bölge olarak ifade edilmektedir. Turizm etkinliklerinin temelini oluşturan destinasyonlar, turizm canlılığının etkin olarak yaşandığı bölgelerdir. Turistik destinasyonlar ilgi çekici özellikleri ile turistleri kendilerine çekmeyi başarmaktadırlar. Turistik destinasyon, kapsadığı değişik turizm kaynaklarıyla turistleri kendisine yönlendiren bir unsurdur. Bu sebeple destinasyonlar, turizmin en temel bileşenlerinden oluşmaktadır (Kasap, 2018: 9).

### **1.9.2. Turizm Ürünü Olarak Turistik Destinasyonu Oluşturan Etmenler**

Turistlerin destinasyonda geçirdikleri vakit içerisinde, buldukları yerlerden satın aldıkları ya da faydalandıkları mal ve hizmetlerin birleşimi turistik ürünleri ortaya

koymaktadır. Turistler vardıkları yerlerde doğal çekicilikleri fark eder, çeşitli ilişkiler kurar, yeme-içme gereksinimlerini giderir, hediyelik eşya satın alır ve sağlanan tüm hizmetlerden faydalanırlar. Turistlerin seyahatleri boyunca kullandıkları ve yararlandıkları bütün bu olaylar turistik ürünleri ortaya çıkarmaktadır. Turizm ürünlerinin kendine özgü bazı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler; kullanım, yarar, değişim, talebin fazla olması, stoklanmama, uyumlu olması, birbirini tamamlama olanağı, mekân ve zaman içerisinde uyumlaşma, çok boyutlu olması ve ulaştırmanın önemli olması gibi özellikleri bulunmaktadır (Kasap, 2018: 9).

Turistik destinasyonu oluşturan turistik ürün unsurlarına bakıldığında, turistleri kendisine çeken ve destinasyonların birden fazla sayıda sahip olması gereken temel unsurlar bulunmaktadır. Turistik ürünü oluşturan etmenler beş aşamada açıklanmaktadır. Bunlar; çekicilikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, etkinlikler ve imajdır (Kasap, 2018: 10).

### **1.9.2.1. Çekicilikler**

Turistlerin ziyaret etmek istedikleri bir bölgeyi, başka bir bölgeye tercih etmesini etkileyen unsurlar çekicilik olarak açıklanmaktadır. Çekicilik unsuru ulusal nitelikte olduğu gibi uluslararası özelliklerde de olabilmektedir. Turizm işletmelerinin çekim faktörlerinin en önemli kaynakları insan ve doğal çekiciliklerdir. Turizm sektörünü geliştirmek ve ülkenin turizm talebini arttırmak için çekicilik unsurunu kullanmak gerekmektedir. Bir destinasyonun çekicilik unsurlarını doğal faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve ekonomik faktörler oluşturmaktadır (Öztürk, 2012: 51).

### **1.9.2.2. Ulaşılabilirlik**

Ulaşılabilirlik, turizm ürününü oluşturan en önemli unsurlarından biridir. Ulaşılabilirlik, turizm bölgelerine ve turizm işletmelerine kolay ulaşılabilmesi açısından alt

yapı imkânlarının sağlanmasıdır. Düşük maliyetli ve rahat ulaşılabilme olanağına sahip destinasyonlarda ulaşılabilirlikten söz edilebilmektedir (Kasap, 2018: 12).

### **1.9.2.3. Turizm İşletmeleri**

Turizm, turizm işletmelerinin ürettiği ürün ve hizmetleri de kapsayan bir sektör durumundadır. Turizmde faaliyet gösteren işletmeler; ulaştırma, yiyecek-içecek, konaklama, seyahat, hediyelik eşya satan ve rekreasyon işletmeleridir. Turizm işletmeleri, turizm etkinliklerine katılan kişilerin ihtiyaçlarını karşılayan birimlerdir (Kozak vd., 2014: 43-44).

### **1.9.2.4. Etkinlikler**

Turizm ürününü meydana getiren etkinlikler kapsamında; kongre, kış ve yaz olimpiyatları, festival, karnaval, spor organizasyonları gibi faaliyetler yer almaktadır. Etkinlikler yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenmektedir. Dünya genelinde en dikkat çeken ve turizm talebini arttıran etkinliklerin başında spor organizasyonları, festivaller, fuar ve kongreler gelmektedir (Kozak vd., 2014: 44).

### **1.9.2.5. İmaj**

Kişiler tatile gitmeden önce seyahat edecekleri yerlere karar vermede çeşitli araştırmalar yapmaktadırlar. Turizm işletmeleri veya seyahat edecekleri destinasyon ile ilgili bilgi almaya çalışmaktadırlar. Kişilere sağlanan hizmetin imajı ve kalitesi seçim aşamasında kolaylıklar sağlamaktadır. İşletmeler iyi bir imaj sergilerse rakiplerine karşı üstünlük oluşturacaklardır. Ziyaretçilerin destinasyonu seçmelerine neden olan destinasyon imajı, çeşitli faktörlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. İmaj; bilişsel, duygu ve eylem ile ilgili olmak üzere üç faktörden oluşmaktadır. Bilişsel faktörler; fikir ve gerçek bilgilerden oluşurken, duygu ile ilgili olan faktörler destinasyon yönünden hisleri kapsamaktadır. Bu iki

faktörlere bağılı olarak destinasyon ile ilgili etkinlikler ise eylem faktörünü oluşturmaktadır (Kasap, 2018: 14).

### **1.9.3. Turizm ve Destinasyon Arasındaki İlişki**

Turizm, destinasyonların değişimini ve gelişimini etkileyen en önemli sosyal ve ekonomik faktörlerden biridir. Günümüzde rekabetin hızla yükselişre geçtiği ve tüketici beklentilerinin de artış gösterdiği turizm sektörü kendini büyük bir baskı altında hissetmektedir. Turizmin ulusal ve uluslararası anlamda değerini fark eden yönetimler ülke, bölge veya kent turizm etkinliklerini çeşitlendirmeye uğraşmakta ve yeniden düzenlemeye çalışmaktadırlar (Özdemir, 2014: 9).

Her dönem, birçok kişi eğlenmek, dinlenmek, gezmek, görmek gibi farklı nedenlerle ziyaret gerçekleştirmek amacıyla sürekli yaşadıkları yerleri bir süreliğine terk edip, kendi ülkelerinde ya da yurtdışına ziyarette bulunmakta ve konaklamaktadırlar. Bu bir süreliğine yer değiştirme, ulusal ve uluslararası alanda özellikle sosyo-ekonomik anlamda büyük ve olumlu etkiler yansıtmaktadır (Öztürk, 2012: 46).

Bir destinasyonda turizm sektörünün hâkim olması iki önemli sonucu ortaya çıkarmaktadır. Birincisi; turizmin destinasyonda meydana getireceği olumlu ve olumsuz etkileri, ikincisi ise; turizmin baskın olduğu destinasyonun gelişmelerine ve değişimlerine yön vermesidir. Turizmin ağırlıklı olduğu destinasyonun gelişimi ve değişimi yine turizm kapsamında gelişirken, turizmin az belirgin olduğu bir destinasyonun birçok gelişim stratejileri seçeneği bulunmaktadır. Bununla beraber aynı destinasyon alanları çeşitli amaçlarla turistlerin dışına halk tarafından da kullanılmaktadır. Örneğin turizmin yapısı destinasyon tarafından şekillendiği gibi, o destinasyonun yapısı da turizm tarafından şekillenmektedir (Özdemir, 2014: 9).



## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KÜLTÜR VE KÜLTÜR TURİZMİ

Bu bölümde kültür, kültürel miras ve kültür turizmi ile ilgili genel kavramlar ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

#### 2.1. Kültür Kavramı

Kültür kavramı köken olarak incelendiğinde; Latince’de “colere” veya “cultura” sözcüğünden gelmektedir. Latince ‘de bu kelime “yetiştirmek” veya “bakmak” anlamını taşımaktadır (Aktan ve Tutar, 2007: 1).

Kültür kavramı ile ilgili birçok tanım yapılmaktadır. Kültür, bir toplumun yaşamını sürdürebilmesi ve sorunlarını çözebilmesi için kullandığı her türlü maddi ve manevi unsurlara denir. Kültürü yaşam tarzı, maddi ve manevi değerler oluşturmaktadır (Bahar, 2011: 94). Kültür, bir insanın değerlerini, tutumlarını, inançlarını ve düşüncelerini şekillendiren sosyal bir sistemdir (Lake, 2009: 14).

Kültür kavramı ilk kez Edward Burnett Taylor tarafından tanımlanmıştır. Taylor kültürü, “insanların kazandığı bilgi, beceri, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve görenekleri içeren bir kavram” olarak tanımlamıştır (Csapó, 2012: 201).

Hofstede’ye göre kültür, “bir toplumu diğer toplum ve gruplardan ayıran gelenek, görenek, davranış biçimi ve fikirler bütünüdür” (Altınbaşak vd., 2008: 124).

Türk Dil Kurumu kültür kavramını “Tarihi bir bakış açısıyla bir toplumun gelişim sürecinde ortaya çıkan, tüm maddi ve manevi değerlerin oluşmasında, kendisinden sonraki kuşaklara aktarımında ve kişinin doğal ve sosyal alana egemenlik kurmasında etkili olan karmaşık bir bütündür” şeklinde tanımlamıştır (tdk.gov.tr, 2019).

Kısaca ifade edilirse kültür, insanların hayat tarzlarını, temel haklarını, değerlerini, inançlarını, örf ve adetlerini içeren bir kavramdır (Hayta, 2016: 168-169).

## **2.2. Kültürel Miras Kavramı**

Miras kavramı, bir kuşağın kendisinden sonra gelen kuşağa bıraktığı doğal ve kültürel değerlerdir (Çapar ve Yenipınar, 2016: 103). Kültürel miras, bir toplumun tarihi ile ilgili olan, onu tanımlayan ve hayati bir süreklilikle günümüze kadar ulaşan uluslararası değer niteliğine sahip maddi ve maddi olmayan varlıklar olarak tanımlanmaktadır. Kültürel miras, geleneklerin devamlılığını sağlamak ve tarih boyunca önceki nesillerin deneyimlerinden yararlanarak geleceğe doğru adımlar atmak açısından önem taşır (Erdoğan ve Atak Çobanoğlu, 2019: 36).

Geçmişten bugüne kadar ulaşan ve evrensel niteliğe sahip olan kültürel miras, bireylerin devamlı değişime uğrayan inançlarının, geleneklerinin, bilgilerinin ve değerlerinin yansıması olarak ortaya çıkan bir kaynak grubudur (Negiz, 2017: 164).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından kültürel miras, somut ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere iki guruba ayrılmıştır (Gürdoğan Bayır ve Çengelci Köse, 2018: 1829). İzleyen başlıklarda bu kültürel miras türleri kısaca açıklanmıştır.

### **2.2.1. Somut Kültürel Miras**

Somut kültürel miras, tarihi mekanları, mimari yapıtları, sit alanları ve anıtları içine alan ve gelecek kuşaklara aktarmak için korunması gereken önemli eserler olarak tanımlanmaktadır (Can, 2009: 3). Somut kültürel miras, Tablo 7’de görüldüğü üzere iki başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar; taşınır ve taşınmaz somut kültürel miraslardır (Aslan ve Ardemagni, 2006: 9).

**Tablo 7: Somut Kültürel Miraslar**

<b>Somut Kültürel Miraslar</b>	
<b>Taşınmaz Kültürel Miras</b>	<b>Taşınır Kültürel Miras</b>
Anıtlar	Eski Paralar
Mimari Yapılar	Arkeolojik Eserler
Sit Alanları	Arşivler
Tarihi yerler	Resimler
Tarihi Binalar	El Sanatları
Kültürel Çekicilikler	Takı ve Süs Eşyaları
Tarihi Parklar ve Bahçeler	Heykeller
Türbe ve Mezarlar	Müzik Aletleri
Doğal Oluşumlar	Günlük Kullanılan Eşyalar vb.
Yel ve Su Değirmenleri	

**Kaynak:** Aslan ve Ardemagni, 2006: 9.

### 2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras; toplumların veya kişilerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları faaliyetler, anlatımlar, temsiller, düşünceler, yetenekler ve bunlara yönelik araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar olarak tanımlanmaktadır (Karabaşa, 2014: 102).

Somut olmayan kültürel miras, gözle görülemeyen, elle tutulamayan fakat bir milleti oluşturan değerler bütünüdür. Bu değerler; müzik, şarkılar, halk dansları, tiyatro, hikayeler, tekerlemeler, şiirler, dil, inanış, gelenek ve görenekler gibi unsurlardır (Can, 2009: 1).

### 2.3. Kültür Turizmi Kavramı

Turizmin ilk başlangıcı görülmeyeni görme, bilinmeyi bilme ve öğrenme isteği ile gerçekleşen kültürel nedenli seyahatler olmuştur (Yıldırım Saçılık ve Toptaş, 2017: 109). Kültür turizmi, tarihi ve kültürel değerleri, sanatsal faaliyetleri, bazı sosyal ve ekonomik unsurları içinde barındıran bir turizm türüdür (Pekin, 2011: 151).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm rgt'ne göre kültür turizmi; kişilerin ikamet ettikleri yerler dışında kültürel beklentilerini karşılamak, yeni fikir ve deneyimlere sahip olmak amacıyla sahne sanatları, festival ve diğer kültürel etkinliklere katılmaları, tarihi ve doğal varlıkları gezmeleri şeklinde tanımlanmaktadır (Cros ve McKercher, 2015: 4).

Silberberg'e göre kültür turizmi; bir ülkenin veya bir bölgenin sahip olduğu tarihi, sanatı, bilimi, yaşam tarzı ve kültürel varlıkları sebebiyle kişilerin yaşadıkları yer dışında yapmış oldukları seyahatleri kapsayan bir kavramdır (Silberberg, 1995: 361).

McIntosh ve Goeldner'e göre kültür turizmi; kişilerin, başka milletlerin tarihini, mirasını, yaşam tarzını ve düşünce biçimlerini öğrenmeleri amacıyla yapmış oldukları seyahatlerdir (Richards, 1996: 23).

Mehrhoff'a göre kültür turizmi; kişilerin seyahat ettikleri yerlerdeki mimari yapıyı ve bir toplumun sahip olduğu kültürel değerleri görmesi ve hissetmesi olayıdır (ztrk ve Yazıcıoğlu, 2002: 188).

Kısaca ifade edilirse kültür turizmi; tiyatro, halk oyunları, festival gibi sanat aktivitelerine katılmak, kültürel değerleri, tarihi yerleri ve bir milletin yaşam tarzını öğrenmek ve görmek amacı ile kişilerin yapmış oldukları seyahatlerdir (Kodaş ve S Erz, 2012: 171).

Günümüzde kültürel turizm, ekonomik açıdan ülkelerin önde gelen stratejilerinden biri haline gelmiştir. Kültür turizmi, kültürel varlıkların gelişmesi ve ekonomiye katkıda bulunması açısından önemli bir unsurdur (Uysal ve Özden, 2011: 389).

#### 2.4. Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

Kültür turizminin tarihsel gelişimi dönemler itibariyle Tablo 8’de gösterilmiştir.

**Tablo 8:** Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

<b>Roma İmparatorluğu Dönemi</b>	Roma İmparatorluğu zamanında (M.Ö. 27'den M.S. 476'ya kadar) insanlar askeri, ticari, siyasi ve merkezi hükümetten uzak bölgelere mesajların iletilmesi gibi çeşitli nedenler ile seyahat etmişlerdir. Seyahatler aynı zamanda, büyük saray ve mezarları tasarlamak ve inşa etmek açısından önem taşımaktaydı. Değişik kültürlerden yararlanmak amacıyla seyahat ediyorlardı.
<b>Orta Çağ Dönemi</b>	Orta Çağ döneminde (M.S. 500 ile 1400 arası), dini sebeplerden dolayı bir seyahat artışı yaşanmıştır. Bunun nedeni Müslüman ve Hıristiyanların kutsal topraklarını ziyaret etmeleridir.
<b>16. Yüzyıl Dönemi</b>	16. yüzyılda, İngiltere'nin ticaret alanında büyüme göstermesi yeni bir turist türünün doğmasına yol açtı ve bu turistler kendi deneyim ve bilgilerini genişletmek için seyahat ettiler.
<b>17. Yüzyıl Dönemi</b>	17. yüzyılda, İngiliz aristokrasininin oğulları ve kızları farklı kültürleri tanımak ve bilgilerini geliştirmek için Avrupa'yı (İtalya, Almanya ve Fransa gibi) genellikle 2 veya 3 yıl boyunca dolaştılar. Bu seyahatler gelecekteki yöneticiler ve siyasi liderlerin eğitiminin gerekli bir parçası haline gelmiştir.
<b>Sanayi Devrimi Dönemi</b>	Sanayi Devrimi (M.S. 1750'den 1850'ye kadar) Avrupa'da kitle turizminin temelini oluşturmuştur. Bu dönemde, insanların çoğu tarımdan uzaklaşarak kentlere yerleşmişlerdir. Sonuç olarak, orta sınıfın zenginlik ve eğitim düzeyinde hızlı bir büyüme gerçekleşmiş ve turizm faaliyetlerine olan talep de artış göstermiştir.

<b>Modern Çağ</b>	19. yüzyılda ortaya çıkan bu dönem, toplumsal ve teknolojik gelişmeler ile turizm alanında büyük bir etki sağlamıştır. Bilim ve teknolojideki hızlı büyümeler güvenli ve ucuz ulaşım imkân sağlamıştır. 19. yüzyılda demir yolu ve 20. yüzyılda yolcu uçağı icat edilmiştir. İkinci dünya savaşından sonra ulaşım ve iletişim alanındaki hızlı gelişmeler turizm faaliyetlerine kolaylık sağlamıştır. İnsanlar, farklı turizm türlerine ilgi göstermeye başlamışlardır. Bunların başında kültür turizmi gelmektedir. Başka milletlerin kültürleri hakkında bilgi edinmek amacıyla yapılan bu seyahatler kültür turizmini ortaya çıkarmıştır.
-------------------	--

**Kaynak:** Wan, 2013: 15-17.

## 2.5. Kültür Turizminin Özellikleri

Kültür turizminin genel özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Pekin, 2011: 152-153; Emekli, 2006: 55);

- Kültür turizmi, ekonomik açıdan az bulunan turistik bir üründür. Bu sebeple kültür turizmi, ekonomide “mukayeseli üstünlükler” özelliğini taşımaktadır. Bu mukayeseli üstünlük, bir bölgenin sahip olduğu kendine özgü kültürel zenginlik, tarihi yapı, doğal ve kültürel miras gibi değerlerin benzerlerine göre daha üstün olmasıdır.
- Kültür turizmi, en fazla talep gören turizm türüdür.
- Kültür turizmine katılım gösteren turistlerin sosyal statüsü diğer turizm türlerine katılan kişilere göre daha yüksektir.
- Kültür turizmine katılan turistler eğitim seviyesi yüksek olan, ilgili, meraklı, aceleci olmayan, gittikleri bölgede devamlı para harcayabilen, sanatsal ve

kültürel faaliyetlere daha hassas, gittiklerin bölgenin kültürünü ve insanını tanımaya daha istekli kişilerdir.

- Kültür turizmi, doğaya, tarihi yapılara ve kültürel değerlere karşı daha duyarlıdır.
- Maddi ve manevi değerler kültür turizmi sayesinde ekonomik bir değer kazanır.
- Kültür turizmi talep yaratmada ve turistik ürün çeşitlendirmede önemli bir yere sahiptir.
- Kültür turizminin mevsimsellik durumu yoktur. Kültür etkinliklerine istedikleri zaman katılabilmektedirler.
- Kültür turizmi, iyi bir planlama ve tanıtım gerektirir.
- Kültür turizmi, iyi yönetilmediği takdirde kültürel varlıkların tükenmesine, yıpranmasına ve değer kaybetmesine yol açmaktadır.

## **2.6. Kültür Turizminin Sınıflandırılması**

Kültür turizmi, içeriği oldukça geniş olan bir turizm türüdür. Kültür turizmine katılım gösteren kişiler, tarihi ve mimari yerleri, müzeleri, heykelleri, festivalleri, sahne sanatlarını, dini gösterileri görmek ve bu faaliyetlerin içinde yer almak amacıyla seyahat etmektedirler (Richards, 2001: 23).

Kültür turizminin içeriğine göre birtakım sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bu sınıflandırma Tablo 9'da gösterilmiştir.

**Tablo 9: Kùltür Turizmi Kategorileri**

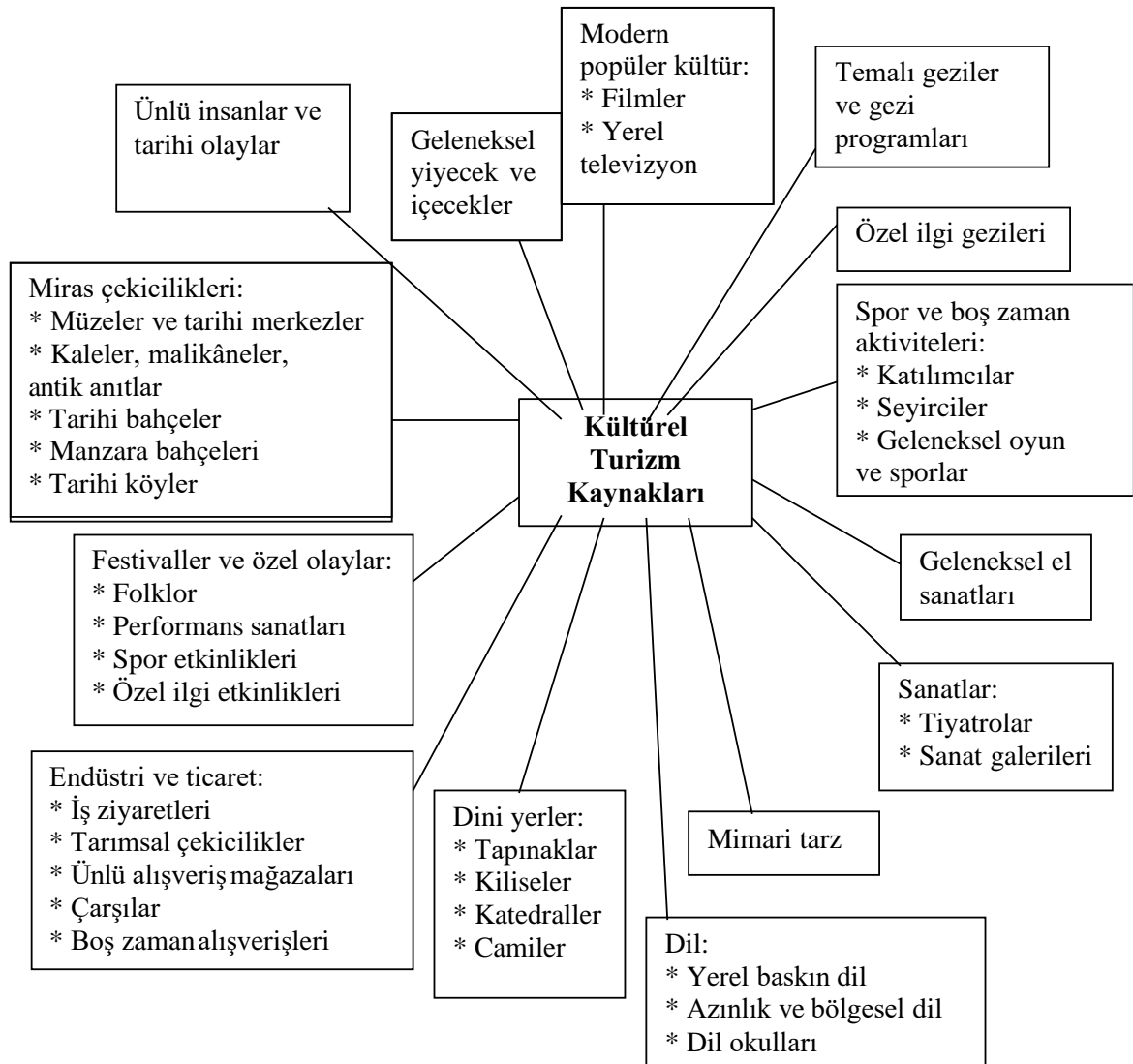
<b>Kategori</b>	<b>Örnekler</b>
<b>Yüksek, Kurumsallaşmış Kùltür</b>	Müzeler, sergiler, görsel sanatlar, tarihi yerler, tiyatro, sahne sanatları, edebiyat, bilim ve teknoloji merkezleri
<b>Halk, Popüler Kùltür</b>	Film, eğlence, spor, kitle iletişim araçları, alışveriş, etkinlikler, yemek, üretim, el sanatları, gelenekler ve görenekler
<b>Etnik Semboller</b>	Dil, eğitim, ulaşım, din, giyim, süsleme, lehçe

**Kaynak:** Fagence, 2003: 57.

## 2.7. Kùltür Turizmi Kaynakları

Kùltür turizmi kaynakları; tarihi yerler, miras çekicilikleri, festivaller, dini yerler, dil, mimari yapı, sanatlar, geleneksel el sanatları, spor ve boş zaman aktiviteleri, kültürel gezi programları, modern kùltür, geleneksel yiyecek ve içeceklerden oluşmaktadır (Meydan Uygur ve Balkan, 2007: 35). Kùltür turizmin kaynaklarını oluşturan unsurlar aşağıdaki Şekil 2’de detaylı olarak gösterilmiştir.





**Kaynak:** Swarbrooke, 1999: 306.

## Şekil 2: Kültür Turizmi Kaynakları

Bir bölgede bulunan ve turistlerin ziyaret ettikleri kaynaklar, turizmin gelişmesi açısından önem taşımaktadır. Kültürel turizm kaynakları, bir yörenin kültürel değerleri hakkında bilgi sağlamaktadır. Bu nedenle kültürel turizm kaynaklarının korunması ve değerinin kaybedilmemesi gerekmektedir (Patin, 1999: 35).

## 2.8. Kültür Turisti Kavramı

Kültür turisti, kültürel etkinliklere katılmak ve farklı deneyimler kazanmak amacıyla seyahat eden en aktif kişilerdir (Ayaz vd., 2016: 86). Kişilerin farklı kültürleri, değişik yerleri ve kültürel değerleri tanıma, görme ve öğrenme isteği insanları kültür turizmine katılmaya teşvik etmiştir (Richards, 2001: 25).

Uluslararası Kültürel turist (Bayramoğlu ve Şahin, 2010: 32);

- Konser ve tiyatro gibi sanat etkinliklerine katılan,
- Geleneksel el sanatları galerilerini ziyaret eden,
- Festival ve kültürel etkinliklere katılan,
- Dini, tarihi ve mimari yapıları ziyaret eden kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Silberg'e göre kültür turistleri (Çakıcı ve zdamar, 2014: 291);

- Genellikle orta yaşı ve üzeri olan,
- Gelir seviyesi yüksek olan,
- Seyahatleri boyunca sürekli para harcayan,
- Seyahat ettikleri bölgede daha fazla zaman harcayan,
- Eğitim seviyesi yüksek olan,
- Diğer kişilere göre daha fazla alışveriş yapan,
- Otellerde konaklamayı tercih eden kişilerdir.

### 2.8.1. Kültür Turisti Çeşitleri

Kişilerin, kültür turizmi faaliyetlerine katılma amaçlarına göre birtakım sınıflandırmalar yapılmıştır. Kişilerin kültür turizmine katılma sebepleri değişiklik gösterebilmektedir. Bazı kişiler seyahatleri boyunca kültürel tecrübe edinmeyi amaçlarken bazıları da görülmeye değer yerleri gezmeyi amaçlamaktadır. Kültür turizmine katılan kişiler amaçları bakımında beş farklı türde sınıflandırılmaktadır (Meydan Uygur ve Balkan, 2007: 40). Kültürel turist çeşitleri ve amaçları aşağıdaki Tablo 10'da gösterilmiştir.

**Tablo 10: Kültür Turisti Çeşitleri**

<b>Kültür Turisti Çeşitleri</b>	<b>Amaçları</b>
<b>Amaçlı Kültür Turisti</b>	Bir yeri ziyaret etmedeki en temel amaç, o yörenin kültürü hakkında bilgi edinmektir. Kültürel tecrübelerine sahip olan kişilerden oluşmaktadır.
<b>Çevresini Görmekle Yetinen Kültür Turisti</b>	Turistlerin asıl amacı o yörenin kültürü hakkında bilgi edinmektir. Ancak bu tür kişilerin deneyimi daha azdır. Genellikle bu tür kişiler eğlence amaçlı seyahat ederler.
<b>Kazara Kültür Turisti</b>	Bu tür kişiler kültürel amaçlı seyahat yapmazlar, fakat gezileri sırasında deneyimler edinerek turizm etkinliklerine katılmış olurlar.
<b>Kültüre İlgisi Düşük Olan Turist</b>	Gezilerinde kültüre ilgisi çok düşük olan kişilerdir. Bu nedenle kültürel deneyimleri oldukça düşüktür.
<b>Rastlantısal Kültürel Turist</b>	Bu tür kişiler, bazı kültürel etkinliklere katılmakta ve çok az kültürel deneyime sahip olmaktadır.

**Kaynak:** Bayramoğlu ve Şahin, 2010: 383-384.

### 2.8.2. Kültür Turizmine Katılma Nedenleri

Kişilerin kültür turizmine katılma nedenlerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Meydan Uygur ve Balkan, 2007: 39);

- Turistler, kültür turizmine eğitim almak amacıyla katılmaktadırlar. Dil öğrenmek, çizim yapmak ve fotoğraf çekmek amacıyla yapılan seyahatler buna örnek olarak verilebilir.
- Turistler festivalleri, sahne gösterilerini ve sanat etkinliklerini izlemek ve katılmak amacıyla seyahat etmektedirler.
- Turistler, kültürel deneyim kazanmak ve farklı kültürleri tanımak amacıyla seyahat etmektedirler.
- Kişiler, iş gezileri nedeniyle kültürel etkinliklere katılmaktadırlar.

## 2.9. Dünyada Kültür Turizmi

Geçmişten günümüze kadar ulaşan ve evrensel niteliğe sahip olan kültürel varlıklar, kültür turizminin gelişmesinde temel rol oynamaktadır. Kişiler, başka toplumların kültürel varlıklarını görmek ve tanımak için başka bölgelere seyahat etmektedirler. Bu nedenle bu kültürel varlıklar, turizmde önemli bir yere sahip olmuştur (Gögebakan, 2015: 63).

Kültürel varlıkların tanıtımı ve korunması bakımından uluslararası düzeyde kurulan en değerli kuruluş UNESCO ve içinde barındırdığı Dünya Miras Listesi'dir. Tüm insanların ortak mirası olarak gördükleri doğal ve kültürel varlıkları dünyaya tanıtmak, ortak mirasa sahip çıkmak ve farklı nedenlerle tükenen, yıpranan doğal ve kültürel değerlerin korunması amacıyla UNESCO 16 Kasım 1972'de Paris'te gerçekleştirilen Genel Konferans toplantısında "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşmeyi" kabul etmiştir (Somuncu ve Yiğit, 2010: 2).

Evrensel niteliğe sahip ve korunmaya değer doğal varlıklar, anıtlar ve sitler "Dünya Mirası" statüsünde yer almaktadır (Gögebakan, 2015: 64). Dünya Miras Listesi'nde

2019 yılı itibariyle kayıtlı 1171 tane doğal ve kültürel varlıklar bulunmaktadır. Bu varlıkların 213 tanesi doğal, 869 tanesi kültürel ve 39 tanesi de karmadır (whc.unesco.org, 2019).

Dünya Miras Listesi'nde yer alan bazı ülkeler ve eserleri şu şekilde sıralanmaktadır (Göğebakan, 2015: 64-65);

- Fransa her yıl dünyada en fazla turist ağırlayan bir ülkedir. Fransa'nın Dünya Miras Listesi'nde 37 tane kültürel, 3 tane doğal ve 1 tane karma varlıkları bulunmaktadır. Mont-Saint Michel ve Körfezi, Chartres Katedrali, Versay Sarayı ve Parkı, Kilise ve Tepesi, Prehistorik Yer ve Vézère Vadisi Dekore Mağaraları, Roma Anıtları, Roma Tiyatrosu ve Fontenay Manastır Abbey bu listede yer alan bazı önemli eserlerdir.
- Amerika Birleşik Devletleri, her yıl dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında 2. sıradadır. ABD'nin Dünya Miras Listesi'nde 11 tane doğal, 10 tane kültürel ve bir tane karma eseri bulunmaktadır. Cahokia Eyalet Tarihi Sit, Mesa Verde Ulusal Park, Özgürlük Heykeli bu listede yer alan bazı önemli eserlerdir.
- Çin, her yıl dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında 3. sıradadır. Çin'in Dünya Miras Listesi'nde 34 adet kültürel, 10 adet doğal ve 4 adet karma eseri bulunmaktadır. Çin Seddi, Mogao Mağaraları, İlk Qin İmparatoru Türbesi, Pekin ve Shenyang Ming ve Qing Hanedanları İmparatorluk Sarayları bu listede yer alan bazı önemli kültürel eserlerdir.
- İspanya, her yıl dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında 4. sıradadır. İspanya'nın Dünya Miras Listesi'nde 39 tane kültürel, 3 tane doğal ve 2 tane karma eseri bulunmaktadır. Manastırı ve Escorial Site, Cordoba Tarihi

Merkezi, Burgos Katedrali, Vizcaya Köprüsü, Tarraco Arkeoloji Topluluğu, Madrid, Elhamra Sarayı, Atapuerca Arkeoloji Alanı bu listede yer alan bazı önemli kültürel eserlerdir.

- İtalya, her yıl dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında 5. sıradadır. İtalya'nın Dünya Mirası Listesi'nde 47 tane kültürel, 4 tane doğal eserleri bulunmaktadır. Leonardo da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" Santa Maria delle Grazie Kilisesi ve Manastırı, Valcamonica Kaya Çizimleri, Floransa Tarihi Merkez, Venedik, Piazza del Duomo listede yer alan bazı önemli kültürel eserlerdir.

## 2.10. Türkiye'de Kültür Turizmi

Ülkemizde kültür turizmi son derece önemli bir yere ve değere sahiptir. Sümerler, Hititler, Urartular, Lidyalılar, Likyalılar, İyonlar, Frikyalılar, Bizanslılar, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlı Devleti gibi uygarlıklar topraklarımızda dünyada eşi benzeri olmayan birçok kalıntı ve iz bırakarak, ülkemizi turizm potansiyeli açısından önemli bir yer haline getirmiştir (Emekli, 2005: 103).

Türkiye'nin Dünya Miras Listesi'nde 16 tane kültürel 2 tane karma olmak üzere toplam 18 tane varlığı bulunmaktadır. Bunlar (Özbey ve Saban, 2019: 303);

1. Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas) 1985
2. Göreme Millî Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) 1985 (Karma)
3. İstanbul'un Tarihi Alanları (İstanbul) 1985
4. Hattuşa: Hitit Başkenti (Çorum) 1986
5. Nemrut Dağı (Adıyaman) 1987

6. Hieropolis-Pamukkale (Denizli) 1988 (Karma)
7. Xsantos-Letoon (Antalya-Muğla) 1988
8. Safranbolu Şehri (Karabük) 1994
9. Truva Arkeolojik Alanı (Çanakkale) 1998
10. Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne) 2011
11. Çatalhöyük Neolitik Alanı (Konya) 2012
12. Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu (Bursa) 2014
13. Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir) 2014
14. Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı (Diyarbakır) 2015
15. Efes (İzmir) 2015
16. Ani Arkeolojik Alanı (Kars) 2016
17. Aphrodisias (Aydın) 2017
18. Göbekli Tepe (Şanlıurfa) 2018

Türkiye'nin somut olmayan Dünya miras listesinde 16 tane kültürel mirası bulunmaktadır. Bunlar (unesco.org.tr, 2019);

1. Meddahlık Hikayeleri,
2. Mevlevi Sema Gösterileri,
3. Nevruz,
4. Aşıklık Geleneği,
5. Karagöz,

6. Geleneksel Sohbet Toplantıları,
7. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali,
8. Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah,
9. Mesir Macunu Festivali,
10. Geleneksel Tören Keşkeği,
11. Türk Kahvesi ve Geleneği,
12. Ebru Sanatı,
13. Çini Sanatı,
14. İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü,
15. Hıdırellez Bayramı,
16. Dede Korkut Efsaneleri.

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin 2013-2019 yılları arasında ülkemize geliş nedenlerine göre turist sayısı aşağıdaki Tablo 11' de yer verilmiştir.



**Tablo 11:** 2013-2019 Yılları Arasında Türkiye’den Çıkış Yapan Ziyaretçilerin Geliş Amaçları

Geliş Amaçları	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler	21.680.347	23.904.039	24.215.399	15.287.344	19.389.968	25.355.412	29.965.670
Akraba ve arkadaş ziyareti	5.757.757	5.979.016	6.403.696	7.031.921	8.436.850	8.050.784	8.712.806
Eğitim, Staj	190.272	176.324	144.093	101.142	104.904	114.036	135.930
Sağlık	267.461	414.658	360.180	377.384	433.292	551.748	662.087
Dini	59.076	83.180	75.908	47.329	27.005	29.072	80.643
Alışveriş	952.204	1.058.365	1.149.973	1.237.627	1.505.756	1.433.776	1.632.818
Transit	36.429	38.698	43.535	29.529	20.591	55.154	94.272
İş amaçlı	2.133.144	2.315.225	2.212.327	1.810.536	1.780.820	1.902.089	1.850.208
Diğer	1.154.085	1.061.792	1.239.374	1.231.626	1.337.588	1.218.028	1.074.452
Berberinde Giden	6.795.452	6.383.774	5.773.046	4.210.892	5.583.572	6.918.575	7.651.157
TOPLAM	39.226.226	41.415.070	41.617.530	31.365.330	38.620.346	45.628.673	51.860.042

**Kaynak:** tursab.org.tr, 2020.

Tablo 11 incelendiğinde, ülkemize 2013 yılında gezi, eğlence, sportif ve kültürel nedenli 21.680.347 ziyaretçi gelirken bu sayı 2019 yılında 29.965.670 kişiye ulaşmıştır.

Ülkemizde kültürel turizm faaliyetleri daha çok müze ve ören yeri (kalıntı) ziyaretlerinden oluşmaktadır. Türkiye’de müze ve ören yerlerinin 2003-2018 yıllarına ait ziyaretçi sayıları aşağıdaki Tablo 12’de gösterilmiştir.

**Tablo 12:** Türkiye’de Müze ve Ören Yerlerinin 2003-2018 Yıllarına Ait Ziyaretçi Sayıları

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı	Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
2003	13.987.747	2011	28.462.893
2004	13.015.486	2012	28.781.308
2005	18.384.865	2013	29.481.005
2006	16.086.050	2014	29.774.390
2007	18.048.674	2015	28.454.284
2008	22.662.590	2016	17.521.316
2009	21.193.627	2017	20.509.746
2010	25.854.341	2018	28.145.550

**Kaynak:** kvmgm.ktb.gov.tr, 2019.

Tablo 12 incelendiğinde, 2003 yılında müze ve ören yerlerine 13.987.747 ziyaretçi gelirken bu sayı 2014 yılında 29.774.390 kişiye ulaşmıştır. 2018 yılına kadar turist sayısında dalgalanmalar olmakta ve dengeli bir artış yaşanmamaktadır. En fazla turist 2014 yılında gelmiştir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. KÜLTÜREL BİR DESTİNASYON OLARAK SAFRANBOLU

#### 3.1. Safranbolu ile İlgili Genel Bilgiler

Bu başlık altında öncelikle Tarihi Safranbolu'nun tanıtımı yapılmıştır. Daha sonra Safranbolu'nun coğrafi yapısı, tarihçesi, sosyo-ekonomik durumu ve nüfusu hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir.

##### 3.1.1. Tarihi Safranbolu'nun Tanıtımı

Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesinde yer alan ve Karabük'ün ilçesi olan tarihi Safranbolu, içinde bulundurduğu zengin tarihi, kültürel ve doğal değerleri dünyaya tanıtan ve sunan turistik bir yerleşim yeridir. Safranbolu'nun kökeni çok öncelere dayanan farklı medeniyetlerin egemenlik sürdürdükleri bir bölgedir (Gürbüz, 2002: 32).

Geleneksel tarihi evleri ile bilinen Safranbolu, Türk toplumunun geleneklerine dayanan ve bunu sürdüren, tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerini koruması nedeniyle UNESCO tarafından 17 Aralık 1994 yılında Dünya Miras Listesi'ne alınmıştır (tanitma.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 1:** Tarihi Safranbolu'dan Genel Bir Görünüş



**Kaynak:** safranboluturizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2020.

### 3.1.2. Safranbolu'nun Coğrafi Konumu

Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesinde bulunan Safranbolu, Karabük iline 8,5 km uzaklıktadır. Safranbolu'ya Eflani, Ovacık, Ulus (Bartın), Araç (Kastamonu) ilçeleri komşu olmaktadır. Safranbolu'nun yüzölçümü 1013 km<sup>2</sup>'dir. Topoğrafı bakımından ise engebeli yapıya sahiptir. Safranbolu, İç Anadolu ve Karadeniz bölgesi ikliminin geçiş kuşağında bulunan bir sahadır. Dolayısıyla her iki bölgenin de iklim özellikleri görülmektedir. Yazları sıcak, kışları soğuk, ilkbahar ve sonbahar ise ılıman ve serin geçmektedir (Gönenç, 2005: 14).

Safranbolu'ya karayolu ile üç farklı yerden ulaşım sağlanabilmektedir. Ankara-İstanbul karayolunun Gerede ayırımından çıkarak 82 km sonra Karabük' e gelmektedir. Karabük'ten devam ederek 8,5 km sonra Safranbolu ilçesine ulaşmaktadır (Apaydın, 2014: 75).

Safranbolu ilçesi, üç farklı bölgeden oluşmaktadır. Bu bölgeler; “Eski Çarşı, Kıranköy ve Bağlar” dır. Eski Çarşının bulunduğu bölgede Tarihi Safranbolu evleri ve kültürel değerler yer almaktadır (Çamlıca Şendemir, 2019: 49).

**Resim 2:** Safranbolu'nun Coğrafi Konumu



**Kaynak:** google.com/maps/place/Safranbolu, 2020.

### 3.1.3. Safranbolu'nun Tarihçesi

Geçmiş M.Ö. 3 bin yılına kadar dayanan Safranbolu, Anadolu'nun kuzeybatı bölgesinde bulunmaktadır. Bölgenin geçmişteki eski ismi Pafloganya'dır. Safranbolu, ismini yörede yetişen safran çiçeğinden almıştır. Safranbolu, tarihsel süreç içinde birçok medeniyete ev sahipliğinde bulunmuştur. Roma, Selçuklu, Bizans ve Osmanlı Devleti bu medeniyetlerin bazılarıdır. Safranbolu'nun 1196 yılında Türkler tarafından alındığı kabul edilmektedir. 17. yüzyıl Osmanlı dönemi zamanında İstanbul ve Sinop kervan yolu üzerinde konaklama kenti olmasıyla bölge kültürel ve ekonomik anlamda en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Bu durum şehirdeki ticaretin gelişimine imkân sağlayarak bölgeyi hızla geliştirmiştir. Aynı dönemde İstanbul ve Kastamonu ile bağlantı kurarak, Osmanlı sarayı ve devlet adamları şehre önemli değerler katmışlardır (tanitma.ktb.gov.tr, 2020).

Safranbolu, 1927 yılında Zonguldak iline bağlı bir ilçe iken, 1945 yılında Ulus beldesi, 1953 yılında ise Karabük ve Eflani beldeleri Safranbolu'dan ayrılarak bir ilçe haline gelmiştir. 1937 yılında Demir-Çelik işletmesinin kurulmasıyla birlikte hızlı bir büyüme yaşayan Karabük, 1995 yılında il statüsüne girmiş ve Safranbolu Karabük'ün bir ilçesi olmuştur (safranboluturizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2020).

Safranbolu'nun 1994 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne alınmasıyla yeni bir dönem başlamıştır. Osmanlı dönemi zamanında yerleşme yeri olan ve şimdiki adıyla eski çarşı olarak bilinen Tarihi Safranbolu, UNESCO tarafından koruma altına alınan bir ilçe olmuştur (Oral, 2019: 599). Safranbolu'nun 1300 adet koruma altında olan tarihi ve kültürel değerleri bulunmaktadır. Günümüzde en iyi korunan bölge olmuş ve bunun sonucunda "Korumanın Başkenti" unvanına sahip olmuştur (Hacıbebekoğlu vd., 2014: 47).

### 3.1.4. Safranbolu'nun Sosyo-Ekonomik Yapısı

Osmanlı yönetimi öncesi Safranbolu'nun en önemli geçim kaynağı tarım ve hayvancılık iken, Osmanlı yönetimiyle beraber el sanatları, dericilik ve ticaret ön planda yer almıştır. Anadolu'da ortaya çıkan ve yayılan Ahilik, Safranbolu'da faaliyete geçirilmeye başlanmış ve çarşıda meslek grupları farklı farklı sokaklarda kurulmuştur. Safranbolu'nun İpek yolu üzerine kurulması şehir için önemli bir ticaret noktası olmuştur (Pamuk, 2010: 18).

Safranbolu, ekonomik bakımdan en iyi dönemini 19.yy'da yaşamıştır. Safranbolu'ya gelir kaynağı sağlayan ekonomik grup tarım faaliyetleridir. Şehrin gelir kaynağı, özel şartlarda yetişen safran bitkisidir (Pamuk, 2010: 18). Safranbolu'nun ekonomi açısından bir diğer kaynağı da Safranbolu lokumudur (Gönenç, 2005: 17).

Karabük'e Demir-Çelik fabrikasının kurulmasıyla, Safranbolu ekonomik açıdan düşüş yaşamış ve insanların sanayiye yönelmesi ile tarım ve hayvancılık alanına olumsuz etkisi olmuştur. Safranbolu, ekonomik bakımdan 1970 yılından sonra turizm ile tekrar canlılık göstermiştir (Hacıbebekoğlu vd., 2014: 52).

### 3.1.5. Safranbolu'nun Nüfusu

Safranbolu nüfusunun 2019 yılı verilerine bakıldığında 68.440 olduğu görülmektedir. Bu nüfusun %50,43'ü yani 34.511'ini erkek, %49,57'sini yani 33.929'unu kadınlar oluşturmaktadır. Aşağıdaki tabloda 2007 yılı ile 2019 yılları arasındaki nüfus durumu verilmiştir.

**Tablo 13:** 2007-2019 Yılları Arasında Safranbolu'nun Nüfus Durumu

Yıl	Safranbolu Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2007	49.821	25.312	24.509
2008	48.814	23.990	24.824
2009	51.088	26.099	24.989
2010	60.358	34.884	25.474
2011	53.201	27.322	25.879
2012	55.170	27.468	27.702
2013	58.373	29.710	28.663
2014	58.295	28.981	29.314
2015	59.800	28.940	30.860
2016	63.965	32.700	31.265
2017	65.350	33.430	31.920
2018	67.042	34.561	32.481
2019	68.440	34.511	33.929

Kaynak: nufusu.com, 2020.

### 3.2. Safranbolu'nun Tarihi ve Kültürel Değerleri

Safranbolu, tarihsel süreç içinde birçok kültür ve uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu sebeple, tarihi ve kültürel değerler açısından çok zengin bir ilçedir. Bu başlık altında sırasıyla Tarihi Safranbolu Evleri, Tarihi çarşılar, Tarihi Camiler, Tarihi Han ve Hamamlar, Müzeler, Festival ve Şenlikler, Geleneksel El Sanatları, Geleneksel Yiyecek ve İçecekler ve son olarak Safranbolu'daki Diğer Tarihi ve Kültürel yapılara yer verilmiştir.

#### 3.2.1. Tarihi Safranbolu Evleri

Ülkemizde ve Dünyada, Safranbolu kentini üstün gösteren en önemli sebep eşi benzeri olmayan geleneksel tarihi evleridir (Ceylan ve Somuncu, 2016: 55). Geçmişten günümüze kadar varlığını sürdüren ve mimarisi ile dikkat çeken Safranbolu evleri, Türk kültürünün en önemli tarihi değerlerindedir (Pamuk, 2010: 21).

Şehirde, yaklaşık olarak iki bin tane Tarihi Safranbolu evi yer almaktadır. Bu tarihi evlerin sekiz yüz tanesi devlet tarafından koruma altına alınmıştır. Tarihi Safranbolu evleri, iki farklı bölgede yer almaktadır. Birinci bölge çarşı olarak bilinen ve kişilerin kış

mevsiminde konakladıkları yerdir. Bu bölge, olumsuz iklim şartlarından korunmak için iki vadi arasına kurulmuştur. İkinci bölge ise Bağlar olarak bilinen ve kişilerin yaz mevsiminde konakladıkları yerdir. Safranbolu evleri kamu dairelerine, dini yapılara ve anıtlara dönük bir şekilde tasarlanmıştır. Safranbolu evlerinin hangisinden bakılırsa bakılsın manzara kapanmamaktadır. Çarşıdaki sokaklar, yollar ve avluların tamamı taş ile kaplanmıştır. Bu taş kaplamanın özelliği nem derecesini düşüren, su baskınlarına karşı dayanıklı ve ağaç kökünün ihtiyacı kadar su almasına uygun yapıda dizayn edilmesidir. Safranbolu evleri, kişilerin ihtiyaçlarına göre genellikle üç katlı, altı veya sekiz odalı şekilde inşa edilmiştir. Safranbolu evlerinin inşa edilmesinde malzeme olarak çamur ve samandan yapılmış tuğla (kerpiç), taş, alaturka kiremit ve ahşap kullanılmıştır. Safranbolu evleri, İslam dinine ve geleneklerine uygun olarak tasarlanmıştır. Bundan dolayı evlerin içi dışarıya gösterilmez, bahçeler yüksek duvarlar ile kaplanmış ve pencereler kafesli bir şekilde tasarlanmıştır (safranbolurizmadanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020).

Safranbolu evlerinin biçimini ve boyutunu belirleyen bazı önemli faktörler bulunmaktadır. Bunlar; geniş aile yapısı, yağmurlu iklim şartları, kültürel ve maddi zenginliklerdir (Koçoğlu ve Boztepe, 2017: 47).

Evlerin ilk giriş katında “hayat” olarak adlandırılan bir alan yer almaktadır. Eğer bu alan taş ile yapıldıysa “taşlık” ismini almaktadır. Bu alanda ambar, büyük ocak ve ahır gibi üretim malzemeleri bulunur. İnsanların günlük yaşamını sürdürdüğü bölüm birinci kattır. Birinci kat basık olduğu için soğuk havalarda daha çabuk ısınmaktadır. Evin en gösterişli bölümü ikinci kattır. Bütün odalarda ahşap dolap, sedir, ocak ve gusülhane (yıkama yeri) bulunmaktadır. Evin pencereleri ahşap kanatlı, uzun ve dar bir şekilde tasarlanmıştır. Evlerin ısınması ocak ile sağlanmaktadır. Evi aydınlatmak için de gaz lambası kullanılmaktadır (Azcan, 2013: 67).



**Resim 3:** Tarihi Safranbolu Evi



**Kaynak:** Özdemir, 2011: 136.

**Resim 4:** Tarihi Safranbolu Evinin İçinden Bir Görüntü



**Kaynak:** kasimsipahiogluKonagi.com, 2020.

### 3.2.2. Tarihi arşılar

Safranbolu'nun Eski arşısı, Akçasu ve Gümüş derelerinin birleşmesi ile oluşan ve iki vadi arasında yer alan bir bölgedir (Özdemir, 2011: 137).

Safranbolu'da eski arşı, ekonomik açıdan önemli bir yere sahiptir. Eski arşı, üretim ve satışın yoğun olduğu bölge ve etrafını saran tarihi evlerden oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte birçok tarihi değer de bu bölgede yer almaktadır (Ecemiş Kılıç ve Türkoğlu, 2015: 44).

Eğimli bir arazi yapısına sahip olan bu çarşıda meslek dalları farklı sokaklara kurulmuşlardır. Bu düzen "lonca" teşkilatının bir etkisidir. Eğimli arazi yapısına sahip olan bu çarşının en önemli özelliklerinden biri de yukarıdan aşağıya doğru gidildikçe bazı meslek gruplarının yerine iş gereği daha zorlayıcı ve kirliliği barındıran mesleklerin geçmesidir. Örneğin arşının yukarı kesiminde kuyumcular, şekerciler, saatçiler, terziler, berberler, aşağı kesiminde demirciler, bakırcılar, kunduracılar, semerciler ve en alt kısmında ise tabakhaneler bulunmaktadır (Tunçözgür, 2012: 170).

**Resim 5:** Safranbolu Eski arşıdan Bir Görüntü



**Kaynak:** blog.biletbayi.com, 2020.

Safranbolu Eski Çarşı'da tarihi öneme sahip olan çarşılar; Demirciler ve Yemenciler Arasta Çarşısı'dır (Apaydın, 2014: 107). Bu çarşılar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Yemenciler Arastası:** Safranbolu'da yemeni (ayakkabı) üretimi, tarihi bir öneme sahiptir. Yemenciler arastası, Köprülü Mehmet Paşa tarafından 1661 yılında yaptırılmıştır. Köprülü Mehmet Paşa Camisinin yanında bulunan bu çarşıda 48 ahşap dükkân bulunmaktadır. Kurtuluş Savaşı zamanında askerlerin ayakkabı ihtiyacının bir bölümünün bu çarşıdan karşılandığı bilinmektedir. Günümüzde ise bu çarşı daha çok turistlere yönelik hediyelik eşya satan bir yer haline gelmiştir. (Özdemir ve Çelik, 2013: 539; Azcan, 2013: 73). Bu çarşı asma dalları ile kaplanmıştır. Asma dalları ile kaplanması sıcak havalarda çarşıya serinlik vermektedir (Ulukavak, 2007: 125).

**Resim 6:** Yemenciler Arastası



**Kaynak:** safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020.

**Demirciler Çarşısı:** Demirciler çarşısı, İzzet Mehmet Paşa Camisinin altından akan Akçasu deresinin iki kenarında bulunmaktadır. Bu çarşı soğuk ve sıcak demir işlemeciliğinin yapıldığı ve “Lonca” geleneğinin yaşatıldığı önemli bir yerdir. Ayrıca bu

çarşıda bakırcılar ve kalaycılar da yer almaktadır (safranbolurizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 7:** Demirciler Çarşısı



**Kaynak:** babahankonaklari.com, 2020.

### 3.2.3. Tarihi Camiler

Safranbolu'da mimarisiyle ve tarihiyle önemli değere sahip olan camiler, görüntüsüyle kente ayrı bir çekicilik katmaktadırlar. Safranbolu'da tarihi öneme sahip bazı camiler; Köprülü Mehmet Paşa Camii, Ulu Camii, İzzet Mehmet Paşa Camii, Eski Camii, Lütfiye (Kaçak) Camii ve Kazdağlıoğlu Camii'dir (Tunçözgür, 2012: 64). Bu camilere aşağıda kısaca değinilmiştir.

**Köprülü Mehmet Paşa Camii:** Safranbolu'nun çarşı kesiminde bulunan bu camii Köprülü Mehmet Paşa tarafından 1658-1661 yılları arasında inşa ettirilmiştir. (Gürsoy vd., 2018: 11). Camii hakkında bilgilendirilme amaçlı yazılan bir yazıt bulunmamaktadır, fakat Köprülü Mehmet Paşa tarafından gönderilmiş olan el yazması Kuran'ı Kerim'den 1661-1662 yılında hizmete sunulduğu bilgisine ulaşılmaktadır (Apaydın, 2014: 79).

Köprülü Mehmet Paşa Camii'sinin avlusuna kemerli bir kapıdan giriş yapılmaktadır. Bu caminin ibadet edilen bölümü kare şeklinde inşa edilmiştir. Caminin avlu kısmında ise şadırvan, kütüphane, muvakkithane (namaz saatlerini haber veren insanın bulunduğu bina) ve güneş saati yer almaktadır (Gürsoy vd., 2017: 97).

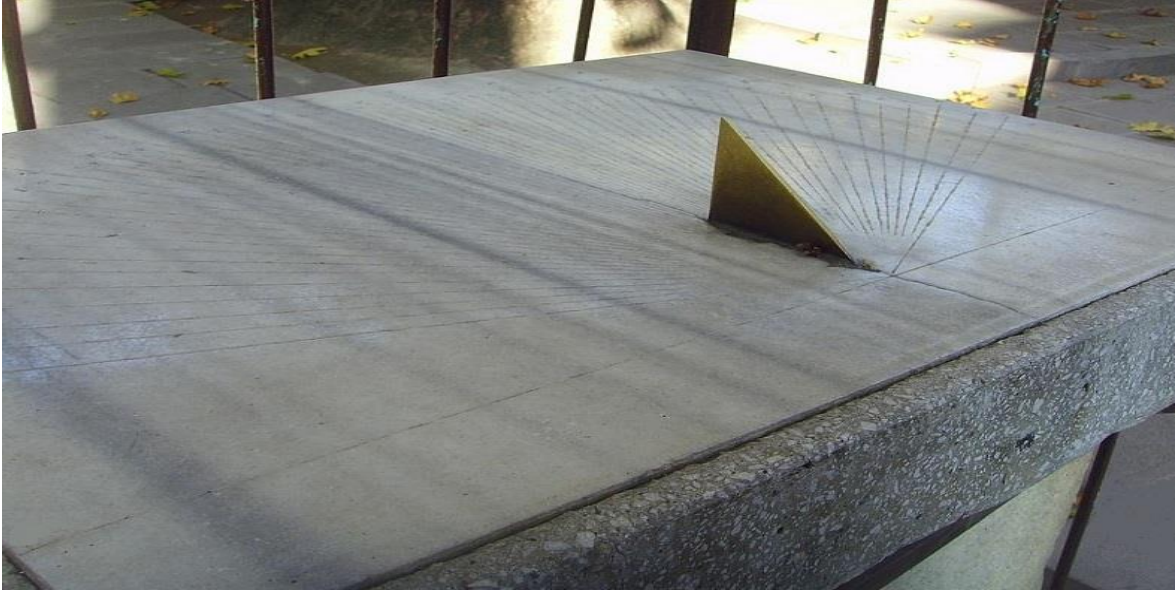
Cami'nin avlusunda yer alan güneş saati, üçgen biçimindeki metal bir parçanın yansımasına göre 06:40-17:20 saatleri arasındaki zaman dilimini göstermektedir. Güneş saati, mermerin üzerine kazınan çizgilerin metal parçanın gölgesinin yansımasına göre zamanı gösteren bir araçtır. Mermerin üzerine kazınan bu çizgilerin aralıkları 10'ar dakikadan oluşmaktadır (karabuk.ktb.gov.tr, 2020).

### **Resim 8:** Köprülü Mehmet Paşa Camii



**Kaynak:** batikaradeniz.net, 2020.

**Resim 9: Güneş Saati**



**Kaynak:** altuntop.org, 2020.

**Ulu Camii (Aya Stefanos Kilisesi):** Safranbolu ilçesinin, Kıranköy bölgesinde yer alan Ulu Camii, Rumlardan kalan önemli bir tarihi değerdir. Safranbolu'ya yerleşen Rumlar 1872 yılında Aya Stefanos isimli bir kilise yaptırmışlardır. Bu kilise onarımlar geçirerek 1956 yılında camiye çevrilmiştir (Apaydın, 2014: 81).

**Resim 10: Ulu Camii**



**Kaynak:** haber.sat7turk.com, 2020.

**İzzet Mehmet Paşa Camii:** Eski çarşıda bulunan bu camii, 3. Selim döneminde Sadrazam olan İzzet Mehmet Paşa tarafından inşa ettirilmiştir. İzzet Mehmet Paşa camisinin giriş kapısı üzerinde bulunan yazıta göre bu camii 1796 yılında yaptırılmıştır. 18. yüzyıldan kalan ve dikkat çekici yapıya sahip olan bu caminin tamamı kesme taştan yapılmıştır. İzzet Mehmet Paşa camisi fevkani (altında bodrum veya dükkân bulunan cami) camiler grubunun özelliklerini içinde barındırmaktadır (Gönenç, 2005: 37).

İnce mimari yapısı, iç tasarımı ve çinkoyla kaplanmış kubbesi ile İstanbul'da bulunan Nuru Osmaniye camisine benzetilmektedir. Akçasu deresi İzzet Mehmet Paşa camisinin altından geçmektedir. Bu camii, dereninin üzerine kemer yardımı ile oturtularak yapılmıştır. Caminin içerisinde; iki adet çeşme, kütüphane, vakıf dükkanları ve abdest alınan bir bölüm bulunmaktadır. Camii, 1902-1903 ve 1990 yıllarında eski yapısı bozulmadan restore edilmiştir (safranbolurizizmdanismaniburosu.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 11:** İzzet Mehmet Paşa Camii



**Kaynak:** Apaydın, 2014: 70.

**Kazdağlıoğlu Camii:** Kazdağlıoğlu Camii, Eski arşı meydanında yer almaktadır. Caminin giriş kapısı üzerinde bulunan kitabeye göre bu camii 1779 yılında yaptırılmıştır. Kazdağlıoğlu olarak bilinen Mehmet Ağa tarafından yaptırıldığı bilinmektedir (Gürsoy ve diğerleri, 2017: 95). Camii, kiremitten yapılmış kubbesiyle ve çok köşeli olmasıyla ilgi çekmektedir. İçinde bulunduğu meydan ismini camiden almıştır (safranbolurizizmdanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020).

Tuğla ve taştan almaşık duvar tekniğinde inşa edilen bu camii, tek kubbeden oluşmaktadır. Bu kubbeye geçiş ise tromplar ile sağlanmaktadır (karabuk.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 12:** Kazdağlıoğlu Camii



**Kaynak:** gezilecekyerler.gen.tr, 2020.

**Eski Camii:** Bizanslılar döneminde kilise olarak inşa edilen bu yapı, Türklerin Safranbolu'yu fethinden sonra camiye çevrilmiştir. Rivayetlere göre Gazi Süleyman Paşa tarafından kiliseden camiye çevrilmiştir (Tunçözgür, 2012: 70). Eski arşı'nın Camikebir mahallesinde bulunan bu caminin kitabesi bulunmamaktadır. Bundan dolayı bu caminin ne



zaman yapıldığına dair kesin bir bilgi yoktur. Moloz taş ile yapılan bu camii, kare şeklinde planlanmıştır. Caminin içinde yer alan minare, mihrap ve minber ahşaptan yapılmıştır (Gönenç, 2005: 36).

**Resim 13:** Eski Camii



**Kaynak:** gulevisafranbolu.wordpress.com, 2020.

**Lütfiye (Kaçak) Camii:** Eski Çarşı'nın Akçasu mahallesinde yer alan bu camii, Hacı Hüseyin Hüsnü tarafından inşa ettirilmiştir. Lütfiye Cami'nin giriş kapısı üzerinde bulunan yazıta göre 1878/1879 yılında ibadete açıldığı bilgisine ulaşılmaktadır (Gürsoy vd., 2017: 99).

Lütfiye Camisi, Akçasu deresinin üzerine kemer ile oturtularak inşa edilmiştir. Dış görünümü sade olan bu caminin yapımında moloz taşı kullanılmıştır. Camii, dikdörtgen şekilde inşa edilmiştir. Ahşaptan yapılmış minaresi ve örtüsü ile çevresinde yer alan başka yapılara uyum sağladığı görülmektedir (Gönenç, 2005: 37-38).

**Resim 14:** Lütfiye (Kaçak) Camii



**Kaynak:** fotografturk.com, 2020.

### 3.2.4. Tarihi Han ve Hamamlar

Safranbolu'nun kervan yolu üzerinde olması Osmanlı Dönemi'nde şehir için önemli bir ticaret noktası olmuştur. Safranbolu'nun ticari açıdan önemli olması nedeniyle Osmanlı Dönemi'nde han ve hamamlar inşa edilmiştir. Han, tüccarların hayvanları ile yol üzerinde konaklayabilecekleri yerdir (safranboluevleri.net, 2020).

Safranbolu'da tarihi ve mimari değere sahip olan ve dikkat çeken han ve hamamların en çok bilinenleri şunlardır; Cinci Han, Cinci Hamam ve Eski Hamam'dır (Apaydın, 2014: 89). Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Cinci Han:** Safranbolu'da 17. yüzyıla ait olan Cinci Han, Eski Çarşı'nın ortasında bulunmaktadır. Sultan İbrahim Dönemi'nde kazasker olan Hüseyin Efendi tarafından inşa ettirilmiştir. Kazasker Hüseyin Efendi Cinci Hoca olarak da bilindiği için hamamın ismi buradan gelmektedir (safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020).

Cinci Han'ın kitabesi bulunmadığı için ne zaman yapıldığına dair kesin bir bilgi yoktur, fakat yaklaşık olarak 1640-1648 yılları arasında inşa ettirildiği düşünülmektedir (islamansiklopedisi.org.tr, 2020).

İki kattan oluşan Cinci Han'ın yapımında moloz ve kesme taş kullanılmıştır. Han'ın bodrum katında iki tane mahzen, girişinde yani zemin katında 26 tane oda, şadırvan, ortak tuvaletler, at ahır ve avlu bulunmaktadır. Birinci katta 37 tane oda, yemek salonu ve ortak tuvaletler bulunmaktadır. İkinci katta Han ağasının odası ve üst kısımda ise çarşığı gözetlemek için kule bulunmaktadır (Azcan, 2013: 72). Odaların önünde revak bölümleri bulunmaktadır. Avlunun orta kısmında bulunan havuz günümüzde hala görüntüsünü korumaya devam etmektedir. Cinci Han restore edilerek otel, cafe, restoran olarak kullanılmaya başlanmıştır (kulturportali.gov.tr, 2020).

**Resim 15:** Cinci Han



**Kaynak:** etstur.com, 2020.

**Cinci Hamamı (Yeni Hamam):** Safranbolu'nun eski çarşı bölgesinde yer alan Cinci Hamamı, Cinci Hoca tarafından 1645 yılında inşa ettirilmiştir. Tuğla ve taştan yapılan bu hamam, erkekler ve kadınlara özel iki ayrı bölümden oluşmaktadır (Ağaoğlu vd., 2015: 91). Bu iki bölümünde mimarisi aynı şekilde tasarlanmış ve üstleri kubbe ile örtülmüştür. Bu hamamın en göze çarpan özelliği, kadın ve erkekler bölümüne ayrı sokaklardan giriş yapılmasıdır. Onarım gören bu hamam, günümüzde hala hizmet vermektedir (karabuk.ktb.gov.tr, 2020). Halk arasında Yeni Hamam olarak da bilinmektedir. Bunun nedeni ise Eski Hamam'dan sonra yapılmasıdır (Kuş, 2013: 76).

**Resim 16:** Cinci Hamamı (Yeni Hamam)



**Kaynak:** hotel.karabuk.edu.tr, 2020.

**Eski Hamam:** Bizans dönemi zamanı yapılan Eski Hamam, Safranbolu'nun Eski Çarşı bölgesinde bulunmaktadır. 1326 yılında Gazi Süleyman Paşa tarafından inşa ettirilmiştir. Moloz ve kesme taştan yapılan bu hamamın, kadınlar ve erkekler bölümü ayrıdır

(Azcan, 2013: 73). Bu tarihi hamam, günümüzde artık hizmet vermemektedir (Apaydın, 2014: 89).

**Resim 17:** Eski Hamam



**Kaynak:** flickr.com, 2020.

### 3.2.5. Müzeler

Müzeler, kültür turizmi açısından önem taşıyan faktörlerden biridir. Turizm aracılığıyla müzelerde bulunan koleksiyonlar daha hızlı tanınmaktadır. Ayrıca müzeler buldukları bölgenin ekonomisine gelir sağlamaktadır (Kervankıran, 2014: 348).

Safranbolu'nun kültür turizmi açısından önem taşıyan müzeleri; Kaymakamlar Gezi Evi ve Kent Tarihi Müzesi'dir (safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020). Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Kaymakamlar Gezi Evi:** 19. yüzyılın başlarına doğru yapılan bu ev, Safranbolu'nun çarşı bölgesinde bulunmaktadır. Türklerin tarihi geçmişini, yaşam tarzını, kültürünü ve teknolojisini günümüze kadar yaşatan örnek bir evdir. Kaymakamlar evini yaptıran kişi Hacı Mehmet Efendi'dir. Hacı Mehmet Efendi, yarbay rütbesinde olduğu için halk arasında ailesiyle birlikte "kaymakamlar" ismiyle anılmıştır. Dolayısıyla evleri de "Kaymakamlar Evi" olarak adlandırılmıştır. Kaymakamlar Evi, 1979 yılında restore edilerek kamusallaştırılmıştır. Ev, 1981 yılında eğitim yeri olarak hizmete açılmış ve ayrıca ziyaret edenlerin konaklama ihtiyaçlarını da karşılamıştır. Son zamanlarda Safranbolu'da konaklama işletmelerinin artış göstermesinden dolayı bu ev müze olarak kullanılmaya başlanmıştır (safranbolurizmdanismanbuosu.ktb.gov.tr, 2020).

#### **Resim 18:** Kaymakamlar Gezi Evi



**Kaynak:** arkeolojikh Haber.com, 2020.

Kaymakamlar Evi, üç kattan oluşmaktadır. Evin harem ve selamlık bölümleri de bulunmaktadır. Ayrıca müzede günlük kullanılan eşyalar, geleneksel giysiler ve bindallı elbiseler de sergilenmiştir (Çelebilik ve Çengel, 2018: 175).

Evin ilk giriş katında “hayat” olarak adlandırılan taşla kaplı bir bölüm yer almaktadır. Ayrıca bu bölümde ahır ve depolama alanı da bulunmaktadır. Evin ilk giriş bölümüne çift kanatlı bir kapıdan giriş yapılmaktadır. İkinci kat selamlık bölümüdür. Bu katta haremlik ve selamlıktan dolayı yemek servisi yapmak için dönen bir dolap bulunmaktadır. İkinci katta yemek servisinin yapıldığı odadan merdiven ile üçüncü kata çıkılmaktadır. Üçüncü kat, haremlik bölümüdür. Bu katta gelin odası da bulunmaktadır (Tokol, 2014: 18-19). İki katın da odalarında sedir, yer yatağı, yer sofrası ve yatak, yorgan konulan yüklük bulunmaktadır. Ayrıca bu yüklükler banyo yeri olarak da kullanılmaktadır. Evin tavan süslemelerinde malzeme olarak çam ve ceviz kerestesi kullanılmıştır. (safranboluturizmdanismanburosu.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 19:** Evin Selamlık Odası



**Kaynak:** ntv.com.tr, 2020.

**Resim 20: Dönme Dolap**

**Kaynak:** karabukogrenci.com, 2020.

**Resim 21: Gelin Odası**

**Kaynak:** karabukogrenci.com, 2020.



**Kent Tarihi Müzesi (Hükümet Konağı):** Safranbolu'nun Çarşı kesiminde yer alan ve Eski Kale'nin bulunduğu yere yapılan bu tarihi bina, Hükümet Konağı olarak inşa edilmiştir. Giriş kapısı üzerinde yer alan kitabeye göre bu tarihi bina, 1904 yılında yaptırılmıştır. Güzel bir taş işçiliğine sahip olan bu bina 1976 yılında çıkan yangın sonucunda kullanılamaz hale gelmiştir. Kültür Bakanlığı tarafından onarım gören bu bina 2007 yılında Kent Tarihi Müzesi olarak ziyaretçilerin hizmetine sunulmuştur (Tunçözgür, 2012: 83-84).

**Resim 22:** Kent Tarihi Müzesi



**Kaynak:** kulturportali.gov.tr, 2020.

Safranbolu kentinin toplumsal yaşantısını, kültürünü, tarihi zenginliklerini ve birikimlerini tanıtmak amacı ile kurulmuş bir müzedir. Kent Tarihi Müzesi, içinde barındırdığı bilgileri, belgeleri, eşyaları ve görsel malzemeleri ziyaretçilerin hizmetine sunmaktadır (Kütükçüoğlu, 2014: 40).

Müze, zemin ile birlikte üç katlıdır. Müzenin ilk girişinde yani zemin katında bölgenin geleneksel el sanatlarını ve ticari hayatını anlatan fotoğraflar yer almaktadır. Ayrıca Safranbolu’da bulunan değerli esnaf ve zanaatkarların iş ortamları canlandırılarak tanıtılmaya çalışılmıştır. Birinci katında, müzenin ve Safranbolu kentinin tarihsel gelişimi, haritası, kültür ile ilgili yayınları, sergi ve konferans bölümleri yer almaktadır. İkinci katın giriş bölümünde Cumhuriyet zamanında kullanılan elbiseler sunulmakta ve Osmanlı’dan Cumhuriyet’e kadar uzanan bölgenin tarihsel bilgileri fotoğraflar ile anlatılmaktadır. Ayrıca Bizans, Roma, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi zamanında kullanılan madeni paralar ve diğer malzemelerde yer almaktadır (safranboluturizmdanismanburosu.ktb.gov.tr, 2020).

**Resim 23:** Kent Tarihi Müzesi Zemin Kat



**Kaynak:** batikaradenizekspresgazetesi.com.tr, 2020.

**Resim 24:** Kent Tarihi Müzesi Birinci Kat



**Kaynak:** batikaradeniz.gov.tr, 2020.

**Resim 25:** Kent Tarihi Müzesi İkinci Kat



**Kaynak:** arkeolojikhaber.com, 2020.

### 3.2.6. Safranbolu'daki Diğer Tarihi ve Kültürel Yapılar

Safranbolu'da diğer tarihi ve kültürel yapıların bazıları şunlardır; Saat Kulesi, İnce Kaya Su Kemerli ve Hıdırlık Tepesi'dir (Apaydın, 2014: 116). Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Saat Kulesi:** Eski Hükümet Konağı'nın arka tarafında yer alan saat kulesi, 3. Selim zamanında Sadrazam olan İzzet Mehmet Paşa tarafından inşa ettirilmiştir. Safranbolu saat kulesi, 1797 yılında Anadolu'da inşa edilen ilk saat kulesidir. 20 metre yükseklikte bulunan bu saat kulesi, kare şeklinde planlanmıştır. Günümüzde hala işlevini devam ettiren saat, Londra'dan getirtilmiştir (Azcan, 2013: 75). Haftada bir kurulan saat zembereksizdir ve çan sesi çok uzaklardan duyulabilmektedir. 1999 yılında restorasyon geçiren bu saat kulesi, haftanın belirli günlerinde ziyaretçilere açık durumdadır (Apaydın, 2014: 119).

**Resim 26:** Saat Kulesi



**Kaynak:** yapı.com.tr, 2020.

**İncekaya Su Kemer:** Safranbolu ilçesine 7,5 km uzaklıkta olan İncekaya Su Kemer, Sadrazam İzzet Mehmet Paşa tarafından 1796-1798 yılları arasında inşa ettirilmiş bir köprüdür. Altı kemerden oluşan ve yerden 60 metre yükseklikte olan bu köprü, Tokatlı kanyonu üzerine yapılmıştır (Apaydın, 2014: 118). İncekaya Su Kemer, kent merkezine su taşımak amacıyla inşa edilmiştir. Bu su, “Paşa Suyu” olarak adlandırılmaktadır (Diker vd., 2016: 341).

**Resim 27:** İncekaya Su Kemer



**Kaynak:** seyyahdefteri.com, 2020.

**Hıdırlık Tepesi:** Hıdırlık tepesi, Safranbolu şehrine gelen Türklerin ilk konuşlandıkları yer olarak bilinmektedir. Önceden Hıdırellez kutlamalarının ve yağmur duasının yapıldığı bu tepede, Hızır Paşa'nın mezarı, Kurtuluş Savaşı kahramanlarından Dr. Ali Yaver Ataman'ın anıt mezarı, Köstendil Kaymakamı Hasan Paşa'nın türbesi ve iki tane açık namazgah yeri bulunmaktadır. Tarihi Safranbolu'nun manzarasını yüksek bir yerden izlemek isteyenler için tercih edilen bir tepedir (Azcan, 2013: 81-82).

**Resim 28: Hıdırlık Tepesi**

**Kaynak:** [rekreatifhaber.com](http://rekreatifhaber.com), 2020.

### 3.2.7. Festival ve Şenlikler

Festival ve şenlikler, bir bölgenin kültürünü ve geleneğini yaşatmak, toplumun birlikteliğini sağlamak, insanlar arasındaki bağı güçlendirmek amacıyla yapılan etkinliklerdir (Yılmaz ve Ön Esen, 2017: 565). Safranbolu’da yapılan festival ve şenlikler hakkında aşağıda bilgi verilmiştir.

**Altın Safran Belgesel Film Festivali:** Altın Safran Belgesel Film Festivalinin temel amacı; Safranbolu ilçesinin kültürel değerlerini tüm dünyaya tanıtabilmek, korumacılığın devamlılığını sağlayabilmek ve bu değerleri belgesel film aracılığıyla gelecekteki kuşaklara aktarabilmektir. Altın Safran Belgesel Film Festivali ilk olarak 2000 yılında gerçekleşmiştir. 2004 yılında ise evrensel boyuta taşınarak bütün insanların katılabileceği bir etkinlik olmuştur ([altinsafran.org](http://altinsafran.org), 2020).

Safranbolu ilçesinin korunmasına ve ün kazanmasına en büyük katkı sağlayan kişi “Safranbolu’da Zaman” belgeselinin yönetmeni Süha Arın’dır.

Her yıl düzenlenen festivalin ana konusunu kültürel miras ve korumacılık oluşturmaktadır. Festival kapsamı içerisinde; belirlenen bir konu üzerinde panel ve konferanslar yapmak, uluslararası fotoğraf ve belgesel yarışmaları, sergiler, konserler, geziler, gösterimler, en iyi restorasyon edilen yapıya veya korunan eve plaket ödülü vermek gibi işlevler yer almaktadır. Bu etkinlikler aracılığıyla, Safranbolu ilçesinin tanıtımı yapılıyor, aynı zamanda belgesel film gelecekteki nesillere de miras olarak bırakılıyor. Altın Safran Belgesel Film Festivali'ni diğer film festivallerinden farklı kılan özelliği belgesel olarak yapılıyor olmasıdır (Polat vd., 2013: 78-80).

**Safran Hasat Şenliği:** Safranbolu ilçesine ismini veren safran bitkisi, geçmişi çok öncelere dayanan ve ekonomik değeri yüksek olan soğanlı bir bitki türüdür. Çiğdem bitkisine benzetilen safran boya, gıda ve baharat gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Kullanıldığı ürünlere sarı rengini vermektedir. Ağustos ve Eylül aylarında soğan olarak ekilen safran bitkisi, Ekim ayında mor renkli çiçekler açmaya başlar. Çiçeklerin ortasında bulunan kırmızı ve turuncu tepecikler elle toplanıp kurutulmaya bırakılır. Yaklaşık olarak 10 gram safran elde edebilmek için 1430 tane tepecik gerekmektedir. Çok zahmetli bir iş olmasından dolayı fiyatı yüksek olan bir üründür (Tunçözgür, 2012: 157). Şifalı bir bitki olan safran birçok hastalığa da iyi gelmektedir (Çınar ve Önder, 2019: 82).

Türkiye'de sadece Safranbolu ilçesinde yetiştirilen safran bitkisi, Türk Patent Enstitüsü tarafından 2010 yılında menşe coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir (safranbolu.gov.tr, 2020).

Safran bitkisi, çavuş üzümü ve lokum Safranbolu ilçesinin eşsiz üç güzelliklerindedir. Safran bitkisinin, değerini ve önemini anlayan Safranbolu Kaymakamlığı, her yıl "Safran Hasat Şenliği" düzenlemekte ve üretimin sürekliliğinin

sağlanmasında da etkili olmaktadır. Safran Hasat Şenliği, üreticileri safran bitkisi yetiştirme konusunda isteklendirmiş ve gelirlerinin artış göstermesiyle birlikte Safranbolu ilçesi ulusal ve uluslararası alanda ismini duyurmayı başarmıştır. Safranbolu adının akıllarda daha kalıcı olabilmesi için her yıl değişik safranlı ürünler (safranlı pilav, zerde tatlısı, safran çayı vb.) yapılmaktadır (Azcan, 2013: 87).

**Resim 29:** Safran Bitkisi



**Kaynak:** milliyet.com.tr, 2020.

**Bağ Bozum Şenliği:** Rivayete göre, üzümün çavuş olarak adlandırılmasında bölgede iki farklı düşünce yer almaktadır. Bu düşüncelerden ilki; Çavuş rütbesine sahip olan kişinin o yöreye üzümü tanıtmış olması ve aşı kalemlerini göndermiş olmasıdır. İkincisi ise; diğer ürünlere göre daha kaliteli ve üst derecede olmasından dolayı “Üzümlerin Çavuşu” olarak adlandırılmıştır (Safranbolu Kaymakamlığı, 2011: 58).

Safranbolu'nun üç güzellerinden biri olan çavuş üzümü, sarımsı yeşil renkli, az çekirdekli, ince kabuklu ve şekli oval olan sofralık bir üzüm çeşididir. Çavuş üzümü, eylül ayının ortasında olgunlaşma göstermektedir. Safranbolu ilçesine has olan bu çavuş üzümünün tanıtılmasını, yaygınlaşmasını ve sürekliliğini sağlamak amacıyla her yıl “Bağ



Bozum Şenlikleri” yapılmaktadır. Ayrıca insanları teşvik etmek amacıyla müsabakalar düzenlenmektedir. Bağ Bozum Şenlikleri, her yıl eylül ayında ve farklı bir mekânda yapılmaktadır. Şenlik kapsamı içerisinde, üzüm yarışmaları düzenlenmekte ve üzüm çeşitlerinin tanıtımı yapılmaktadır. Şenlik meydanında üzümden yapılan ürünler, bağcılık ve geleneksel etkinlikler temsili olarak canlandırılır (bakkakutuphane.org, 2020).

**Resim 30: Çavuş Üzümü**



**Kaynak:** halkinsesi.com.tr, 2020.

### 3.2.8. Geleneksel El Sanatları

Safranbolu’da geçmişten günümüze kadar ulaşan ve hala yapılmaya devam eden el sanatları; semercilik, yemenicilik, demircilik, deri işlemeciliği, bakır işlemeciliği ve ağaç oymacılığıdır. Usta-çırak ilişkisine dayanan bu meslek grupları, teknolojinin gelişmesiyle birlikte yerini artık teknolojik aletlere bırakmaya başlamışlardır. Safranbolu’da yapılan geleneksel ürünlerden bir diğeri de bez dokumalarıdır. Dar tezgahlarda yapılan yöreye özgü bu dokumalar halkın günlük giysilerinde kullanılmaktadır. Safranbolu, iğne oyası ve delik işi (beyaz iş) ile yapılan el işlemleriyle meşhurdur (karabuk.ktb.gov.tr, 2020).

Bu geleneksel ürünler yörede hediyelik eşya olarak da üretilmektedir. Bu hediyelik eşyalardan bazıları; maketten yapılmış Safranbolu evleri, ahşap ürünler, el işlemleri, cam üfleme ve bakır ürünlerdir (bakkakutuphane.org, 2020).

### **3.2.9. Geleneksel Safranbolu Mutfağı**

Safranbolu, zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Safranbolu'nun en meşhur yöresel yemekleri; perohi, et yemeği, uzun fasulye, yayım (ev makarnası), kuyu kebabı, yaprak dolması, Safranbolu bükmesi, göbü, sini çöreği ve kuru çörektir (karabuk.ktb.gov.tr, 2020).

Safranbolu mutfağında yer alan bazı tatlılar; safranlı zerde, Safranbolu ev baklavası, çingen baklavası, delioğlan sarığı, hoşmerim, safranlı aşure, haluşka, helva, yaprak helvası ve Safranbolu lokumudur (safranbolu.bel.tr, 2020).

Safranbolu lokumu, kültürel açıdan önemli bir değere sahiptir. Safranbolu lokumu, kent ekonomisine katkı sağlamaktadır. Safranbolu'yu görmeye gelen ziyaretçilerin hediyelik olarak satın aldıkları bir üründür (Diker vd., 2017: 342). Safranbolu lokumu diğer lokum çeşitlerine göre daha hafiftir. Ayrıca Safranbolu lokumunu farklı yapan özelliği doğal şeker kullanılması ve şehrin suyunun sertlik derecesidir. Safranbolu'da üretilen lokum çeşitleri; safranlı fıstıklı lokum, Hindistan cevizli fındıklı lokum, çifte kavrulmuş, güllü ve damla sakızlı lokumdur (Kara ve Gürbüz, 2017: 3). Safranbolu'ya özgü olan Safranbolu lokumu, Türk Patent Enstitüsü tarafından 2006 yılında coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir (turkpatent.gov.tr, 2020).

**Resim 31:** Geleneksel Safranlı Lokum



**Kaynak:** safranbolulezzetleri.com, 2020.

### 3.3. Safranbolu'nun Turistik Doğal Değerleri

Geleneksel Türk evleriyle ve tarihi değerleriyle tanınan Safranbolu, doğal güzellikleri ile de dikkat çekmektedir (Apaydın, 2014: 135). Bu başlık altında sırasıyla mağaralara ve kanyonlara yer verilmiştir.

#### 3.3.1. Mağaralar

Mağaraların içinde doğal yollarla oluşan görsel zenginlikler turizm açısından önem taşımaktadır (Atsan ve Çetinsöz, 2019: 262). Safranbolu'da Dünya mağara

literatürüne girmiş iki tane mağara bulunmaktadır. Bunlar; Bulak (Mencilis) mağarası ve Hızır mağarasıdır (Apaydın, 2014: 136). Bu mağaralar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Bulak (Mencilis) Mağarası:** Safranbolu'ya yaklaşık 8 km uzaklıkta olan Bulak (Mencilis) mağarası, Türkiye'nin dördüncü büyük mağarasıdır (safranboluturizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2020). Birbirine bağlantılı 3 kattan oluşan mağara, 6050 metrelik uzunluğa sahiptir. Mağaranın zemin katında, yeraltı nehri ve birkaç metre sonra sifon yer almaktadır. Turizm amaçlı düzenlenen orta kat, mağaranın en güzel bölümüdür. Bu bölümde; dikit, sarkıt, sütün, damlataşları yer almaktadır. Mağaranın en alt kısmında ise Safranbolu ilçesinin içme suyunu karşılayan kaynak yer almaktadır. Mağaranın girişinde, insanların eskiden barınak olarak kullandıklarına dair izler taşıyan arkeolojik kalıntılar bulunmaktadır. 2003 yılında ziyarete açılan Bulak mağarası, gelecek kuşaklara taşınması ve korunması gereken önemli doğal değerlerimizden biridir (Haner vd., 2010: 2019; Ferudun vd., 2010: 46).

**Resim 32:** Bulak (Mencilis) Mağarası



**Kaynak:** mynet.com, 2020.

**Hızır Mağarası:** Safranbolu’da yer alan Hızır mağarası, yatay gelişen fosil bir mağaradır. Büyük bir girişe sahip olan mağara, bir ana koridor ve yan koridordan oluşmuştur (Gürbüz, 2002: 42). Mağaranın içinde bulunan yeraltı suyunun kireçtaşlarını çözmesi sonucunda dikit ve sarkıt gibi farklı karstik şekiller oluşmuştur. Tam anlamıyla keşfedilmeyen bu mağara, henüz turizme açılmamıştır (Diker vd., 2016: 343).

### 3.3.2. Kanyonlar

Safranbolu ilçesinde yer alan kanyonlar, kireçtaşı katmanlarının derin bir şekilde yarılmasıyla ortaya çıkmıştır. Safranbolu bölgesinde bulunan arazileri görüntüleriyle daha çekici kılan bazı kanyonlar; Düzce (Kirpe) Kanyonu ve Tokatlı Kanyonu’dur (safranboluturizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2020). Bu kanyonlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

**Düzce (Kirpe) Kanyonu:** Safranbolu ilçesine 13 km mesafede olan Düzce (Kirpe) Kanyonu, foto safari ve yaban yaşamı koruma sahası olarak düzenlenmiş bir turizm yeridir (Azcan, 2013: 76). Kanyonun içerisinden akan Kirpe deresi, Eflani deresiyle birleşerek Araç çayına katılmaktadır (Diker vd., 2016: 341).

**Resim 33:** Düzce (Kirpe) Kanyonu



**Kaynak:** haber7.com, 2020.

**Tokatlı Kanyonu:** Tokatlı Kanyonu, Hızar Çayı yatağında bulunan kireçtaşı katmanlarının zamanla aşınması sonucu ortaya çıkmıştır. Safranbolu’da en dikkat çeken kanyondur. Kent turizmine katkı sağlamak amacıyla Tokatlı Kanyonu üzerine kristal teras (cam teras) inşa edilmiştir. Yerden 80 m yüksekliğe yapılan bu teras, 75 ton ağırlığı taşıyabilme özelliğine sahiptir. Cam teras sayesinde turistler Tokatlı Kanyonu’nun manzarasını da seyredebilmektedirler (Azcan, 2013: 76).

**Resim 34:** Tokatlı Kanyonu ve Kristal Cam Teras



**Kaynak:** gezicini.com, 2020.

### 3.4. Safranbolu’nun Turizm Potansiyeli

Safranbolu’nun UNESCO tarafından 1994 yılında Dünya Miras Listesi’ne alınması, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmiş ve bu da Safranbolu’da turizmin gelişmesini sağlamıştır (Gürbüz, 2002: 40).

Safranbolu’yu 2015-2019 yılları arasında ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin sayısı Tablo 14’te gösterilmiştir.

**Tablo 14:** 2015-2019 Yılları Arası Safranbolu'ya Gelen Turist Sayıları

<b>Yıl</b>	<b>Yerli Turist Sayısı</b>	<b>Yabancı Turist Sayısı</b>	<b>Toplam</b>
2015	190.111	53.996	244.107
2016	173.075	32.069	205.144
2017	217.842	57.917	275.759
2018	218.584	97.258	315.842
2019	231.496	87.370	318.866

**Kaynak:** safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr, 2020.

Tablo 14'te görüldüğü gibi 2015 yılında Safranbolu'yu ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı 244.107 iken bu sayı 2019 yılında 318.866'ya yükselmiştir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4.YERLİ TURİSTLERİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARI KAPSAMINDA SAFRANBOLU'YU DEĞERLENDİRMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 4.1. Literatür Taraması

Genel olarak kültür turizmi ile ilgili yurt içi ve yurt dışı kaynaklardan yapılan literatür araştırması sonucunda aşağıda sunulan çalışmalara ulaşılmıştır;

Çakıcı ve Özdamar (2013) tarafından, Şanlıurfa'ya kültür turları kapsamında gelen yerli turistlerin profili, geliş nedenleri, ziyaretleri sırasında karşılaştıkları sorunlar ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla Şanlıurfa il merkezindeki konaklama tesislerinde konaklayan ve Balıklı Göl çevresini gezmekte olan 875 yerli turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; yerli turistlerin, Şanlıurfa'ya geliş nedenleri; kültürel nedenler, bilinirlik ve ulaşım kolaylığı faktörlerinden oluştuğu, Şanlıurfa'da karşılaştıkları sorunların ise alt yapı sorunları, hizmet yetersizliği sorunları ve turistik ürün sorunları adı altında üç faktörde toplandığı belirlenmiştir.

Bostancı (2019) tarafından, Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e yönelik algılarının belirlenmesi, yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Gaziantep'i nasıl değerlendirdikleri ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla Gaziantep'i ziyaret eden 852 yerli turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Gaziantep'e ilişkin algılarının genel olarak yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu algılarının cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir durumlarına göre farklılık gösterdiği, medeni durumlarına göre ise farklılık göstermediği saptanmıştır. Yine yerli turistler seyahat deneyimlerine göre Gaziantep'i genel olarak iyi şekilde değerlendirdikleri, ayrıca



memnuniyet düzeylerinin de yüksek olduğu ve memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Avan (2010) tarafından, Konya'yı kültürel amaçlarla ziyaret eden yabancı turistlerin satın alma karar sürecine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla Kirazlıbahçe dinlenme tesislerini ziyaret eden 409 yabancı turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; turistlerin satın alma karar sürecine ilişkin görüşleri demografik ve seyahat özelliklerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, turistlerin satın alma karar sürecinin ihtiyacın ortaya çıkması ve alım sonrası davranışlar aşamalarına ilişkin ifadelerle ilgili görüşleri de olumlu olarak tespit edilmiştir.

Uca Özer (2010) tarafından, İstanbul'u belirli bir zaman diliminde ziyaret eden yabancı turistlerin genel profillerini, eğilimlerini ve İstanbul'a bakış açılarını ortaya koymak amacıyla, İstanbul Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanları'ndan çıkış yapan 516 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; yabancı ziyaretçilerin kültürel çekicilikleri ziyaret etmek amacıyla geldikleri, seyahatlerinden memnun kaldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca turistlerin İstanbul'u tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonu ve dünyadaki diğer kültürel şehirlerden çok farklı ve özgün bir kültürel destinasyon olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Üsküdar (2012) tarafından, Eskişehir'i ziyaret eden yerli turistlerin demografik özelliklerini, seyahat amaçlarını, hangi etkinlikleri tercih ettiklerini ve Eskişehir'in kültür turizm potansiyeliyle ilgili ne kadar bilgi sahibi olduklarını ve yararlandıklarını, şehirle ilgili algılarını değerlendirmek amacıyla 387 yerli turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; kente gelen yerli turistlerin ziyaret amaçları arasında en fazla kültürel nedenler yer almakta ve katıldıkları etkinlikler içerisinde tarihi mekânlar ön

plana çıkmıştır. Ayrıca yerli turistlerin Eskişehir’i başka kültür turizmi destinasyonlarıyla rekabet edebilecek potansiyelde ve tam manasıyla bir kültür turizmi şehri olarak gördükleri belirlenmiştir.

Ayaz vd. (2016) tarafından, Safranbolu ilçesindeki otel yöneticilerinin kültür turizmi ve kültürel turistlerin gereksinimleri konusundaki bilgi düzeylerinin ölçülmesi amacıyla turizm işletme belgeli ve belediye işletme belgeli 150 konak yöneticisine anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; yöneticilerin kültür turizmiyle ilgili orta düzeyde bilgili oldukları görülmüş ve turistlerin kalış süreleri kısa olması sebebiyle yöneticilerin turistlerin özellikleri hakkında yeterince bilgi sahibi olamadıkları tespit edilmiştir.

Köz (2014) tarafından, İstanbul’u ziyaret eden turistlerin sürdürülebilir kültür turizmine yönelik algılarının belirlenmesi ve bu algının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla Sultanahmet bölgesinde 398 yerli ve yabancı kültür turistine anket uygulanmıştır. Araştırma sonucundan elde edilen bulgulara göre; turistlerin İstanbul’u tercih etme öncelik sıralamasında “tarih/kültür”ün ilk sırada yer aldığı, sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere ve cinsiyete göre farklılık göstermediği ancak milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Ayrıca memnuniyet düzeyi ile tekrar ziyaret niyeti arasında pozitif bir ilişkinin olduğu da tespit edilmiştir.

Uspanova (2017) tarafından, Kazakistan’da kültür turizminin potansiyelini araştırmak amacıyla SWOT analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında Kazakistan eyalet valiliklerinde, seyahat acentelerinde ve 5 yıldızlı otellerde çalışan toplam 1076 kişinin bu konudaki algılarını belirlemek amacıyla anket uygulanmıştır. Kazakistan turizminin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri değerlendirilmiş, anketlerden elde edilen bulgulara

göre katılımcıların görüşlerinde demografik özelliklerine, çalıştıkları işletmelere ve çalışma süreçlerine göre farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Akkuş ve Güneş (2016) tarafından, Mersin'in Aydincık ilçesinde ve çevresinde kültür turizmi potansiyelini ve kültür turizminin bölgede gelişebilmesi için yapılması gerekenleri belirlemek amacıyla yerel halk, esnaf, akademisyenler, turizm sektörü temsilcileri, yerel yönetim temsilcileri ve diğer kamu kurumlarının temsilcilerinden oluşan 21 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerden elde edilen bilgilerin yardımıyla SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; Aydincık ilçesinin kültür turizmi potansiyeline sahip olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için bazı öneriler sunularak, kültürel dokuyu koruma amacıyla tedbirler alınması gerektiği belirtilmiştir.

Woyo ve Woyo (2018) tarafından, Kuzey Zimbabwe'deki kültürel turizm sektörünün gelişme potansiyelini araştırmak amacıyla Zimbabwe'yi ziyaret eden 430 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; Kuzey Zimbabwe'de kültürel turizmi geliştirme potansiyeli olduğu, kültürel turizm için belirli bir talep olduğu ve bölgede kültürel turizmin geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Kuo ve Wu (2013) tarafından, Tainan şehrindeki kültürel miras turizmi potansiyelini araştırmak amacıyla çoğunluğunun yerel halkın oluşturduğu 1156 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Tainan şehrinin zengin bir kültüre sahip olduğu ve tarihi yerlerin muhafazasında orijinal görünümü korumak için farklı koruma önlemlerinin dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmada, Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistlerin demografik özellikleri, seyahat özellikleri, amaçları, memnuniyet durumları ve aynı zamanda yerli turistlerin Safranbolu'ya ilişkin görüşleri, Safranbolu'nun kültür turizm potansiyelinden ne ölçüde haberdar oldukları ve Safranbolu'ya ilişkin algılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca yapılan bu araştırma ile kültür turizminin öneminin anlaşılmasına ve gelişmesine katkıda bulunulması amaçlanmıştır.

#### **4.3. Araştırmanın Önemi**

Bu araştırmanın Safranbolu'da kültür turizmi ile ilgili yapılacak akademik çalışmalarda ve devlet ya da özel sektörün alacağı kararlarda yol gösterici olabileceği sebebiyle çalışmadan faydalanılarak şehrin büyümesi ve kalkınması adına fayda sağlayacağı dolayısıyla da bölgenin ekonomik büyümesine, sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Konuya ilişkin ulusal literatürde yapılmış çalışma sayısının oldukça sınırlı olması sebebiyle yapılan bu çalışma ile literatüre ve şehrin kültürel tanıtımına katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

#### **4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları**

Yapılan bu çalışmada Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistlerin, Safranbolu'yu değerlendirebilecek kadar bilgiye ve deneyime sahip oldukları varsayılmıştır. Yine Safranbolu'ya gelen turistlerin, anket sorularını cevaplarken objektif davrandıkları kabul edilmiştir.

Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistlerin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet gibi nedenlerden dolayı mümkün olmadığından, araştırma 2019 yılı Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında, Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistler arasından seçilen örneklem ile

sınırlandırılmıştır. Yapılan anketlerin isteksiz doldurulmaya bağlı olarak gerçeği yansıtmama ihtimali de bir diğer kısıt olarak görülmektedir.

#### **4.5. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Araştırmanın evrenini Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Safranbolu Turizm Danışma Bürosu web sitesinden elde edilen bilgiye göre, Safranbolu'yu 2019 yılında 318.866 turist ziyaret etmiştir. Bu turistlerden 231.496'sını yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırmada zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik sebeplerinden dolayı evrenin tamamına ulaşmak yerine örnekleme yoluna gidilmiştir. Örnekleme türü olarak, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bir araştırmada evreni temsil eden örneklem sayısının 0,95 güvenirlilik ve 0,05 örnekleme hatası için 100 000 ve üzerindeki ana kütle mevcudu için 384 birimlik örneklemin istatistiksel olarak yeterli olacağından (Coşkun vd., 2017: 144) hareketle örneklem mevcudu 450 olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında, 2019 yılında Safranbolu'yu ziyaret eden 450 yerli turiste, Safranbolu'nun çeşitli gezi noktalarında anket formları dağıtılarak bu anketleri doldurmaları sağlanmıştır. Elde edilen 450 anketten 50 tanesi eksik bilgi nedeniyle değerlendirme dışı tutulmuştur. Geçerli olan 400 anket formu analize dahil edilmiştir.

#### **4.6. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada birincil kaynaklı verilerden faydalanılmıştır. Birincil kaynaklı veriler araştırma için yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilerden oluşmaktadır. Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan anket formu Ek 1'de sunulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında Uca Özer'in (2010) "Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u

Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma”, Üsküdar’ın (2012) “Eskişehir’in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma” ve Uğur’un (2012) “Tarihi Kentlerin Turizm Destinasyonu Olarak Geliştirilmesi: Safranbolu Örneği” adlı çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmış ve katılımcılar tarafından kolay anlaşılabilir şekilde hazırlanmasına dikkat edilmiştir.

Ankete son halini vermeden önce 20 kişilik bir pilot çalışma yapılarak anket uygulamasının anlaşılabilirliği test edilmiştir. Pilot çalışma sonucunda gerekli düzenleme ve değişiklikler yapılarak anket ölçeğine son şekli verilmiştir.

Anket Formu üç bölümden ve toplam 60 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümü, katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri, seyahat özellikleri, kültürel durumları ve memnuniyet durumlarını ortaya koymayı amaçlayan 19 sorudan oluşmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde, kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algılarını değerlendirmeye yönelik 5’li Likert ölçeğine (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) uygun 20 ifade bulunmaktadır.

Anketin son bölümünde ise Safranbolu’yu seyahat deneyimlerine göre 5’li Likert tipi ölçekle (1: Çok kötü, 2: Kötü, 3: Orta, 4: İyi, 5: Çok iyi) değerlendirdikleri 21 kriter bulunmaktadır.

#### **4.7. Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırmada, değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek üzere farklı hipotezler oluşturulmuştur. Bu hipotezler;

**H<sub>1</sub>:** Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>2</sub>:** Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>3</sub>:** Yerli turistlerin yaşları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>4</sub>:** Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>5</sub>:** Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>6</sub>:** Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>7</sub>:** Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'da konakladıkları yer arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>8</sub>:** Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>9</sub>:** Yerli turistlerin ilk kez gelip gelmeme durumları ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>10</sub>:** Yerli turistlerin eğitim durumları ile kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

- H<sub>11</sub>:** Yerli turistlerin Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumları ile tekrar ziyaret etmek isteme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>12</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>13</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekip çekmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>14</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri Safranbolu'dan memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>15</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri kültürel varlıklarla ilgili bilgi araştırması yapıp yapmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>16</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>17</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>18</sub>:** Yerli turistlerin "kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları" ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.



- H19:** Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H20:** Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.
- H21:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.
- H22:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu’ya ilk kez gelip gelmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H23:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu’den memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H24:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H25:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- H26:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H27:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- H28:** Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.

#### 4.8. Güvenilirlik Analizi

Bu kısımda kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's Alfa güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır

Cronbach's Alfa katsayısının 0-1 arasında değiştiği, değerlendirme kriterlerine göre; "0,00- 0,40 arasında ise ölçek güvenilir değil, 0,40- 0,60 arasında ise ölçek düşük güvenilirlikte, 0,60 – 0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenilir ve 0,80- 1.00 arasında ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçek" olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir (Akgül ve Çevik, 2005: 435-436).

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ikinci bölüm olan yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'ya yönelik algılarını belirlemek amacıyla kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,770 olarak bulunmuştur. Buna göre ölçek oldukça güvenilir. Anketin üçüncü bölümünü oluşturan yerli turistlerin Safranbolu'yu seyahat deneyimlerine göre değerlendirdikleri ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,922 olarak bulunmuştur. Buna göre bu ölçeğin güvenilirliği çok yüksektir.

**Tablo 15: Ölçeklerin Cronbach's Alpha Katsayıları**

Ölçekler	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	0,770	20
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu Destinasyonunu Değerlendirmeleri	0,922	21

#### 4.9. İfadelere Verilen Cevapların Normal Dağılıma Uygunluk Testleri

İfadelere yönelik analiz tekniğinin belirlenmesinde verilerin dağılımı incelenmiştir. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadıklarını belirlemek amacıyla çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık

değerlerinin -2 ve +2 arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir (Özgüner, 2019: 169). Buna göre anketin ikinci bölümünü oluşturan yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'ya yönelik algılarını belirlemek amacıyla kullanılan ölçeğin çarpıklık değeri (-1,045), basıklık değeri ise (1,468) olarak bulunmuştur. Anketin üçüncü bölümünü oluşturan yerli turistlerin Safranbolu'yu seyahat deneyimlerine göre değerlendirdikleri ölçeğin çarpıklık değeri (0,001), basıklık değeri ise (-0,166) olarak bulunmuştur. Verilere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin istenilen aralıklarda olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, yaklaşık normal dağılıma sahip olan bu verilerde parametrik analiz tekniklerinin uygulanabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada test tekniklerinden ki kare testi, t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

#### **4.10. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi**

Çalışmanın bu kısmında, katılımcılardan toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

##### **4.10.1. Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri, Seyahat Özellikleri ve Diğer Özelliklerine Yönelik Araştırma Bulguları**

Ankete katılan yerli turistlerin demografik özellikleri aşağıda Tablo 16'da sunulmuştur.

**Tablo 16: Yerli Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı**

<b>Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri</b>		<b>n</b>	<b>%</b>
Cinsiyet	Kadın	174	43,5
	Erkek	226	56,5
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
Medeni Durum	Evli	174	43,5
	Bekar	205	51,2
	Boşanmış/Dul	21	5,3
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
Yaş	25 yaş ve altı	147	36,8
	26-31 yaş arası	97	24,3
	32-37 yaş arası	62	15,5
	38-43 yaş arası	40	10,0
	44-49 yaş arası	30	7,5
	50 yaş ve üzeri	24	6,0
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
Eğitim Durumu	İlkokul	13	3,3
	Ortaokul	23	5,8
	Lise	92	23,0
	Ön Lisans	82	20,5
	Lisans	162	40,5
	Yüksek Lisans	25	6,3
	Doktora	3	0,8
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
Gelir Durumu	2020 TL ve altı	159	39,8
	2021-3000 TL	82	20,5
	3001-4000 TL	58	14,5
	4001-5000 TL	55	13,8
	5001 ve üstü	46	11,5
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>
Meslek	İşsiz	59	14,8
	Ev Hanımı	45	11,3
	Emekli	12	3,0
	İşçi	94	23,5
	Çiftçi	5	1,3
	Memur	92	23,0
	Serbest Meslek	43	10,8
	Esnaf/Zanaatkâr	16	4,0
	Tüccar/Sanayici	4	1,0
	Diğer	30	7,5
	<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 16 incelendiğinde; ankete katılan turistlerin %43,5'inin kadın, %56,5'inin erkek, %43,5'inin evli, %51,2'sinin bekar ve %5,3'ünün ise boşanmış/dul olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısının bekâr olduğu görülmektedir.

Ankete katılan turistlerin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %36,8'inin 25 yaş ve altı, %24,3'ünün 26-31 yaş arası, %15,5'inin 32-37 yaş arası, %10'unun 38-43 yaş arası, %7,5'inin 44-49 yaş arası ve %6'sının 50 yaş ve üzeri grupta olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğu 31 veya daha küçük yaşta olan genç turistlerden oluşmaktadır.

Ankete katılan turistlerin eğitim durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %3,3'ünün ilkokul, %5,8'inin ortaokul, %23'ünün lise, %20,5'inin ön lisans, %40,5'inin lisans, %6,3'ünün yüksek lisans ve %0,8'inin ise doktora eğitilmiş olduğu görülmektedir. Buradan hareketle katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %39,8'inin 2020 TL ve altı, %20,5'inin 2021-3000 TL arasında, %14,5'inin 3001-4000 TL arasında, %13,8'inin 4001-5000 TL arasında ve %11,5'inin ise 5001 ve üstü gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

Ankete katılan turistlerin meslek gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %14,8'i işsiz iken, %11,3'ü ev hanımı, %3'ü emekli, %23,5'i işçi, %1,3'ü çiftçi, %23'ü memur, %10,8'i serbest meslek, %4'ü Esnaf/Zanaatkâr, %1'i Tüccar/Sanayici ve geriye kalan %7,5'i de farklı bir meslek grubunda yer aldığı görülmüştür.

Ankete katılan yerli turistlerin yaşadıkları şehirlere göre dağılımı Tablo 17'de sunulmuştur.

**Tablo 17:** Yerli Turistlerin Yaşadıkları Şehirlere Göre Dağılımı

Yaşadıkları Şehir	n	%	Yaşadıkları Şehir	n	%
Ankara	77	19,3	Kütahya	3	0,8
İstanbul	74	18,5	Manisa	3	0,8
Bartın	18	4,5	Sinop	3	0,8
Zonguldak	16	4,0	Yozgat	3	0,8
Bolu	15	3,8	Çorum	2	0,5
Kırıkkale	12	3,0	Diyarbakır	2	0,5
Amasya	11	2,8	Giresun	2	0,5
İzmir	11	2,8	Isparta	2	0,5
Kastamonu	10	2,5	Mersin	2	0,5
Adana	9	2,3	Kırşehir	2	0,5
Afyon	7	1,8	Kahramanmaraş	2	0,5
Çankırı	7	1,8	Niğde	2	0,5
Balıkesir	7	1,8	Aksaray	2	0,5
Konya	7	1,8	Yalova	2	0,5
Tekirdağ	7	1,8	Adıyaman	1	0,3
Eskişehir	7	1,8	Aydın	1	0,3
Antalya	6	1,5	Denizli	1	0,3
Samsun	6	1,5	Elâzığ	1	0,3
Trabzon	6	1,5	Erzurum	1	0,3
Düzce	6	1,5	Kars	1	0,3
Gaziantep	5	1,3	Mardin	1	0,3
Kayseri	5	1,3	Muş	1	0,3
Kırklareli	5	1,3	Ordu	1	0,3
Bursa	4	1,0	Tokat	1	0,3
Hatay	4	1,0	Uşak	1	0,3
Kocaeli	4	1,0	Bayburt	1	0,3
Malatya	4	1,0	Şırnak	1	0,3
Muğla	4	1,0	Kilis	1	0,3

Tablo 17’de yer alan, ankete katılan turistlerin yaşadıkları şehirlere göre dağılımı incelendiğinde, toplam 56 şehirden turist geldiği görülmektedir. Katılımın en çok sağlandığı ilk on şehre bakıldığında; yerli turistlerin %19,3’ünün Ankara’da, %18,5’inin İstanbul’da, %4,5’inin Bartın’da, %4’ünün Zonguldak’ta, %3,8’inin Bolu’da, %3’ünün Kırıkkale’de, %2,8’inin Amasya’da, %2,8’inin İzmir’de, %2,5’inin Kastamonu’da, %2,3’ünün Adana’da ikamet ettikleri görülmektedir. Yerli turistlerin %36,5’i ise diğer şehirlerde (Afyon, Çankırı, Balıkesir, Konya, Tekirdağ, Eskişehir, Antalya, Samsun, Trabzon, Düzce, Gaziantep, Kayseri, Kırklareli, Bursa, Hatay, Kocaeli, Malatya, Muğla, Kütahya, Manisa, Sinop,

Yozgat, Çorum, Diyarbakır, Giresun, Isparta, Mersin, Kırşehir, Kahramanmaraş, Niğde, Aksaray, Yalova, Adıyaman, Aydın, Denizli, Elâzığ, Erzurum, Kars, Mardin, Muş, Ordu, Tokat, Uşak, Bayburt, Şırnak ve Kilis) ikamet etmektedirler.

Ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu'ya ilk kez gelme durumlarına göre dağılımı Tablo 18'de sunulmuştur.

**Tablo 18:** Yerli Turistlerin Safranbolu'ya İlk Kez Gelme Durumlarına Göre Dağılımı

<b>İlk Kez Gelme Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	175	43,8
Hayır	225	56,2
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 18 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %43,8'i Safranbolu'ya ilk kez geldiklerini belirtirken, %56,2'si ise Safranbolu'yu daha önce ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir.

Ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu'ya geliş biçimlerine göre dağılımı aşağıda Tablo 19'da sunulmuştur.

**Tablo 19:** Yerli Turistlerin Safranbolu'ya Geliş Biçimlerine Göre Dağılımı

<b>Geliş Biçimi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Bireysel	355	88,8
Tur Organizasyonu ile	45	11,2
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 19 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %88,8'inin bireysel, %11,2'sinin ise tur organizasyonu ile Safranbolu'yu ziyaret ettikleri görülmektedir. Buradan hareketle yerli turistlerin çoğunluğu bireysel gelmeyi tercih etmişlerdir.

Ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu’da kalış sürelerine göre dağılımı aşağıda Tablo 20’de sunulmuştur.

**Tablo 20:** Yerli Turistlerin Safranbolu’da Kalış Sürelerine Göre Dağılımı

<b>Kalış Süreleri</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
1 gün	139	34,8
2-3 gün	112	28,0
4-5 gün	39	9,8
6-7 gün	21	5,3
8 gün ve üzeri	89	22,3
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 20 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %34,8’inin 1 gün, %28’inin 2-3 gün, %22,3’ünün ise 8 gün ve üzeri, %9,8’inin 4-5 gün, %5,3’ünün ise 6-7 gün konakladıkları görülmektedir. Buradan hareketle yerli turistlerin çoğunluğu 1 gün ve 2-3 gün konaklamayı tercih etmişlerdir.

Ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu’da konakladıkları yere göre dağılımı aşağıda Tablo 21’de sunulmuştur.

**Tablo 21:** Yerli Turistlerin Safranbolu’da Konakladıkları Yere Göre Dağılımı

<b>Konaklama Türü</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Otel	67	16,8
Pansiyon	41	10,3
Konak (Geleneksel Safranbolu Evleri)	73	18,3
Apart, Kiralık Ev	30	7,5
Misafirhane	20	5,0
Akraba/Arkadaş Yanında	169	42,3
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>



Tablo 21 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin konaklama türü olarak %42,3'ü akraba/arkadaş yanını, %18,3'ü konağı (Geleneksel Safranbolu Evleri), %16,8'i oteli, %10,3'ü pansiyonu, %7,5'i apart- kiralık evi, %5'i ise misafirhaneyi tercih etmişlerdir. Görüldüğü üzere yerli turistlerin çoğunluğu akraba/arkadaş yanında konaklamaktadırlar.

Ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımı aşağıda Tablo 22'de sunulmuştur.

**Tablo 22:** Yerli Turistlerin Safranbolu'ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Bilgi Kaynaklarına Göre Dağılımı

Bilgi Kaynakları	Frekans	Yüzde (%)
Önceki Ziyaretler	70	17,5
Gazete, Dergi, Seyahat Kitapları	14	3,5
İnternet	147	36,8
Seyahat Acentesi	21	5,3
TV/Radyo	3	0,8
Arkadaş, Meslektaş, Akrabalar	145	36,3
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 22 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin Safranbolu'ya gelmeden önce %36,8'i internet, %36,3'ü arkadaş, meslektaş, akrabalar, %17,5'i önceki ziyaretler, %5,3'ü seyahat acentesi, %3,5'i gazete, dergi, seyahat kitapları, %0,8'i ise TV/Radyo kaynaklarından bilgi edinmiştir. Yerli turistlerin çoğunluğunun internet ve arkadaş-meslektaş-akrabalardan bilgi edindikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Safranbolu'ya geliş amaçlarına göre dağılımı aşağıda Tablo 23'te sunulmuştur.

**Tablo 23:** Yerli Turistlerin Safranbolu'ya Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı

Geliş Amaçları	Frekans	Yüzde (%)
Tatil	146	36,5
Akraba/Arkadaş Ziyareti	87	21,8
İş	8	2,0
Toplantı/Konferans	1	0,3
Alışveriş	7	1,8
Spor Etkinliği	5	1,3
Kültürel Nedenler	123	30,8
Diğer	23	5,8
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 23 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %36,5'i tatil, %30,8'i kültürel nedenler, %21,8'i akraba/arkadaş ziyareti, %5,8'i diğer (eğitim, sağlık), %2'si iş, %1,8'i alışveriş, %1,3'ü spor etkinliği, %0,3'ü ise toplantı/konferans amacıyla Safranbolu'yu ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır. Tabloda da belirtildiği gibi yerli turistlerin Safranbolu'ya geliş amaçlarını çoğunlukla tatil ve kültürel nedenler oluşturmuştur. Araştırmanın amacı açısından Safranbolu'yu ziyaret eden yerli turistlerin geliş amaçları büyük önem taşımaktadır.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekme durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 24'te sunulmuştur.

**Tablo 24:** Tarihi ve Kültürel Varlıkların Yerli Turistlerin İlgilerini Çekme Durumu

Tarihi ve Kültürel Varlıkların İlgi Çekme Durumu	Frekans	Yüzde (%)
Evet	390	97,5
Hayır	10	2,5
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 24'e göre, ankete katılan yerli turistlerin %97,5'inin tarihi ve kültürel varlıklar ilgilerini çekmektedir. Geriye kalan %2,5'inin ise tarihi ve kültürel varlıklar ilgisini çekmemektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin farklı kültürlerden insanlar tanımının hoşlarına gitme durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 25'te sunulmuştur.

**Tablo 25:** Yerli Turistlerin Farklı Kültürlerden İnsanlar Tanımının Hoşlarına Gitme Durumuna Göre Dağılımı

<b>Farklı Kültürlerden İnsanlar Tanımak</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	394	98,5
Hayır	6	1,5
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 25 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %98,5'inin farklı kültürlerden insanları tanımaları hoşlarına gitmektedir. Geriye kalan %1,5'inin ise farklı kültürlerden insanları tanımaları hoşlarına gitmemektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel varlıkları ziyaretinde bilgi araştırması yapma durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 26'da sunulmuştur.

**Tablo 26:** Yerli Turistlerin Kültürel Varlıkları Ziyaretlerinde Bilgi Araştırması Yapma Durumlarına Göre Dağılımı

<b>Bilgi Araştırması Yapma Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	288	72,0
Hayır	112	28,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 26 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %72'si kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yaparken, %28'i ise bilgi araştırması yapmamaktadır.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Safranbolu seyahatinden memnun olma durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 27'de sunulmuştur.

**Tablo 27:** Yerli Turistlerin Safranbolu'dan Memnun Olma Durumlarına Göre Dağılımı

<b>Memnun Olma Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	390	97,5
Hayır	10	2,5
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 27 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %97,5'inin Safranbolu ziyaretinden memnun kaldıkları, %2,5'inin ise memnun kalmadıkları görülmektedir. Yerli turistlerin büyük çoğunluğunun Safranbolu seyahatlerinden memnun kaldıkları görülmektedir. Bu sonuç, Safranbolu'nun araştırma kapsamındaki yerli ziyaretçilerin beklentilerini karşıladığının önemli bir göstergesidir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarına tavsiye etme durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 28'de sunulmuştur.

**Tablo 28:** Yerli Turistlerin Safranbolu'yu Arkadaş ve Akrabalarına Tavsiye Etme Durumuna Göre Dağılımı

<b>Tavsiye Etme Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	390	97,5
Hayır	10	2,5
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 28 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %97,5'i Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarına tavsiye edeceklerini belirtirken, %2,5'i ise tavsiye etmeyeceklerini belirtmiştir. Sonuçlardan da görüldüğü üzere, yerli turistlerin tamamına yakını Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarına tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Bu durumun Safranbolu'nun tanıtımı açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Safranbolu'yu tekrar ziyaret etmek isteme durumuna göre dağılımı aşağıda Tablo 29'da sunulmuştur.

**Tablo 29: Yerli Turistlerin Safranbolu'yu Tekrar Ziyaret Etme Durumuna Göre Dağılımı**

<b>Tekrar Ziyaret Etme Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	385	96,3
Hayır	15	3,8
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Tablo 29 incelendiğinde; ankete katılan yerli turistlerin %96,3'ü Safranbolu'yu tekrar ziyaret etmeyi düşünürken, %3,8'i ise tekrar ziyaret etmeyi düşünmediklerini belirtmişlerdir. Sonuçlardan da görüldüğü üzere, yerli turistlerin büyük bir çoğunluğu Safranbolu'yu gelecekte tekrar ziyaret etmeyi düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu durumun Safranbolu'nun turistik geleceği açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

#### 4.10.2. Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algularına İlişkin Araştırma Bulguları

Araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu ile ilgili ifadelere katılım durumlarına göre dağılımı aşağıda Tablo 30’da sunulmuştur.

**Tablo 30:** Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu ile İlgili İfadelere Katılım Durumlarına Göre Dağılımı

İFADELER	%					Ortalama	Std. Sapma
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Safranbolu’nun sahip olduğu kültürel varlıklar şehri ziyaretimde önemli rol oynadı.	3,3	1,5	5,8	45,0	44,5	4,26	0,888
Safranbolu’yu tanıtım faaliyetleri şehri ziyaretimde önemli rol oynadı.	4,8	10,3	17,8	44,0	23,3	3,70	1,079
Safranbolu’nun (Tarihi ve kültürel zenginlik bakımından) imajı, seyahatimde burasını tercih etmemi sağladı.	2,8	3,0	8,8	53,3	32,3	4,09	0,877
Kültürel varlıklarla ilgili deneyimlerim kültür amaçlı ziyaretimde Safranbolu’yu seçmemde etkin rol oynadı.	3,3	4,3	15,5	49,3	27,8	3,94	0,945
Safranbolu tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur (Doğal ve yapay güzellikleriyle turistik çekiciliği olan bir bölge).	2,3	1,5	6,5	43,5	46,3	4,30	0,837
Safranbolu, dünyadaki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.	1,5	3,5	21,3	40,8	33,0	4,00	0,905
Safranbolu seyahatim tamamen kültürel amaçlıdır.	9,8	25,0	15,3	31,5	18,5	3,24	1,281
Safranbolu’nun kültürel kaynaklarının dışındaki diğer turizm olanakları (eğlence, alışveriş, iş vb.) destinasyon seçimimde etkili oldu.	6,8	22,8	24,0	35,5	11,0	3,21	1,118
Safranbolu’yu tercih etmemdeki en önemli faktör arkadaş veya akrabalarımın kişisel tavsiyeleridir.	8,8	23,3	13,0	36,8	19,0	3,35	1,248

**Tablo 30:** (Devamı) Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu ile İlgili İfadelere Katılım Durumlarına Göre Dağılımı

İFADELER	%					Ortalama	Std. Sapma
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Şehirdeki turistik destekleyici hizmetler (danışma büroları, park imkanları, işaretler, haritalar vb.) oldukça yeterlidir.	9,3	12,8	33,5	34,3	10,3	3,23	1,094
Alışveriş yaparken esnafların çok ısrarcı tavrı rahatsız edicidir.	13,3	33,3	18,0	24,0	11,5	2,87	1,245
Safranbolu'daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.	12,5	39,5	25,0	16,0	7,0	2,65	0,104
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Safranbolu'nun tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.	6,8	16,5	20,8	41,8	14,2	3,40	1,124
Safranbolu'daki tarihi ve kültürel yapıları gezmek, bölgenin tarihi geçmişinin anlaşılmasını sağlamaktadır.	0,8	5,3	8,3	58,3	27,5	4,06	0,795
Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	2,3	7,2	24,0	48,3	18,3	3,73	0,918
Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras listesinde yer alması kent için kazanımdır.	1,5	1,3	3,3	33,5	60,5	4,50	0,755
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu'nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.	1,5	0,8	3,0	35,3	59,5	4,50	0,732
Safranbolu'da turistik amaçlı kullanılacak mekanların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.	1,0	3,0	11,3	44,8	40,0	4,19	0,827
Safranbolu ziyaretim genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı.	1,0	1,5	12,0	59,3	26,3	4,08	0,725
Safranbolu'ya ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.	2,0	1,3	3,5	57,5	35,8	4,23	0,753
<b>Tüm ölçeğin genel ortalaması</b>						<b>3,77</b>	<b>0,422</b>

Tablo 30'daki yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların ortalamalarına bakıldığında; "Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras listesinde yer alması kent için kazanımdır" ( $\bar{X}=4,50$ ), ifadesi ile "Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu'nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır" ( $\bar{X}=4,50$ ) ifadesine yüksek düzeyde katıldıkları, "Safranbolu'nun sahip olduğu kültürel varlıklar şehri ziyaretimde önemli rol oynadı" ( $\bar{X}=4,26$ ), "Safranbolu'yu tanıtım faaliyetleri şehri ziyaretimde önemli rol oynadı" ( $\bar{X}=3,70$ ), "Safranbolu'nun (tarihi ve kültürel zenginlik bakımından) imajı, seyahatimde burasını tercih etmemi sağladı" ( $\bar{X}=4,09$ ), "Kültürel varlıklarla ilgili deneyimlerim kültür amaçlı ziyaretimde Safranbolu'yu seçmemde etkin rol oynadı" ( $\bar{X}=3,94$ ), "Safranbolu tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur (Doğal ve yapay güzellikleriyle turistik çekiciliği olan bir bölge)" ( $\bar{X}=4,30$ ), "Safranbolu, dünyadaki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir" ( $\bar{X}=4,00$ ), "Safranbolu'daki tarihi ve kültürel yapıları görmek, bölgenin tarihi geçmişinin anlaşılmasını sağlamaktadır" ( $\bar{X}=4,06$ ), "Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir" ( $\bar{X}=3,73$ ), "Safranbolu'da turistik amaçlı kullanılacak mekanların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir" ( $\bar{X}=4,19$ ), "Safranbolu ziyaretim genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı" ( $\bar{X}=4,08$ ), "Safranbolu'ya ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu" ( $\bar{X}=4,23$ ) ifadelerine katıldıkları, "Safranbolu seyahatim tamamen kültürel amaçlıdır" ( $\bar{X}=3,27$ ), "Safranbolu'nun kültürel kaynaklarının dışındaki diğer turizm olanakları (eğlence, alışveriş, iş vb.) destinasyon seçimimde etkili oldu" ( $\bar{X}=3,21$ ), "Safranbolu'yu tercih etmemdeki en önemli faktör arkadaş veya akrabalarımın kişisel tavsiyeleridir" ( $\bar{X}=3,35$ ), "Şehirdeki turistik destekleyici hizmetler (danışma büroları, park imkanları, işaretler, haritalar vb.) oldukça yeterlidir" ( $\bar{X}=3,23$ ), "Kültürel bir şehir destinasyonu olarak



Safranbolu'nun tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır” ( $\bar{X}=3,40$ ) ifadelerine orta düzeyde katıldıkları, “Alışveriş yaparken esnafların çok ısrarcı tavrı rahatsız edicidir” ( $\bar{X}=2,87$ ) ve “Safranbolu'daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum” ( $\bar{X}=2,65$ ) ifadelerine de katılmadıkları görülmektedir.

Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'ya yönelik algılarının olumlu olup olmadığını incelemek amacıyla tüm ölçeğin genel ortalamasına bakıldığında, bu ortalamanın ( $\bar{X}=3,77$ ) olduğu ve buradan da Safranbolu'ya yönelik algılarının olumlu olduğu söylenebilir.

#### **4.10.3. Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu Destinasyonunu Değerlendirmelerine Yönelik Araştırma Bulguları**

Araştırmaya katılan yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Safranbolu destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik araştırma bulguları aşağıda Tablo 31'de sunulmuştur.

**Tablo 31:** Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu Destinasyonunu Değerlendirmelerine Yönelik Araştırma Bulguları

KRİTERLER	%					Ortalama	Std. Sapma
	ÇokKötü	Kötü	Orta	İyi	Çokİyi		
Manzara/doğal çekicilikler	0,3	0,0	0,7	38,3	54,5	4,46	0,648
Tarihi çekicilikler	0,0	0,0	0,7	39,5	53,5	4,46	0,624
Kültürel çekicilikler	0,0	0,5	11,3	41,0	47,3	4,35	0,695
Yiyecek ve içecek hizmetleri	1,8	6,5	34,5	36,3	21,0	3,68	0,934
Konaklama tesislerinin kalitesi	1,0	4,8	36,3	40,0	18,0	3,69	0,854
Yöresel yemekler	1,0	4,0	23,0	43,8	28,2	3,94	0,872
Eğlence ve gece yaşamı	8,8	22,5	37,5	23,0	8,3	2,99	1,066
Yerel festivallerin varlığı/imkanı	8,0	15,0	39,8	26,5	10,8	3,17	1,067
Turistik çekiciliklerin çeşitliliği	2,0	3,0	28,5	47,0	19,5	3,79	0,858
Kültürel miras	0,0	0,5	7,2	46,3	46,0	4,37	0,641
Kültürel etkinliklerin çeşitliliği	1,5	5,5	34,5	36,5	22,0	3,72	0,918
Trafik alt yapısı	14,0	23,0	32,8	22,3	8,0	2,87	1,148
Can ve mal güvenliği	1,5	2,8	25,8	49,8	20,3	3,84	0,826
Sağlık hizmetleri	1,5	6,5	37,3	44,5	10,3	3,55	0,820
Temizlik ve hijyen	1,8	4,8	31,3	48,3	14,0	3,68	0,836
Alışveriş imkanları	3,5	10,0	32,0	38,3	16,3	3,53	0,993
Genel fiyat seviyesi	6,5	19,8	44,3	22,3	7,2	3,04	0,985
Yerel turlar/geziler	3,0	8,8	30,5	44,0	13,8	3,56	0,936
Yerel halkın konukseverliği	2,3	2,0	16,0	46,5	33,3	4,06	0,879
Hediyelik eşya ve el sanatları	0,5	2,0	9,0	42,5	46,0	4,31	0,759
Rehberlik hizmetleri	3,8	7,2	31,8	41,5	15,8	3,58	0,964
<b>Tüm Kriterlerin Genel Ortalaması</b>						<b>3,74</b>	<b>0,552</b>

Tablo 31’de yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Safranbolu destinasyonunu değerlendirmelerine verdikleri cevapların ortalamalarına bakıldığında; “Manzara/doğal çekicilikler” ( $\bar{X}=4,46$ ), “Tarihi çekicilikler” ( $\bar{X}=4,46$ ), “Kültürel miras” ( $\bar{X}=4,37$ ), “Kültürel çekicilikler” ( $\bar{X}=4,35$ ), “Hediyelik eşya ve el sanatları” ( $\bar{X}=4,31$ ) kriterlerini ağırlıklı olarak “çok iyi” şeklinde değerlendirmişlerdir.

“Yerel halkın konukseverliği” ( $\bar{X}=4,06$ ), “Yöresel yemekler” ( $\bar{X}=3,94$ ), “Can ve mal güvenliği” ( $\bar{X}=3,84$ ), “Turistik çekiciliklerin çeşitliliği” ( $\bar{X}=3,79$ ), “Kültürel etkinliklerin çeşitliliği” ( $\bar{X}=3,72$ ), “Konaklama tesislerinin kalitesi” ( $\bar{X}=3,69$ ), “Yiyecek ve içecek hizmetleri” ( $\bar{X}=3,68$ ), “Temizlik ve hijyen” ( $\bar{X}=3,68$ ), “Rehberlik hizmetleri” ( $\bar{X}=3,58$ ), “Yerel turlar/geziler” ( $\bar{X}=3,56$ ), “Sağlık hizmetleri” ( $\bar{X}=3,55$ ), “Alışveriş imkanları” ( $\bar{X}=3,53$ ) kriterlerini ağırlıklı olarak “iyi” şeklinde değerlendirmişlerdir.

“Yerel festivallerin varlığı/imbânı” ( $\bar{X}=3,17$ ), “Genel fiyat seviyesi” ( $\bar{X}=3,04$ ) kriterlerini ağırlıklı olarak “orta” şeklinde değerlendirmişlerdir. “Eğlence ve gece yaşamı” ( $\bar{X}=2,99$ ), “Trafik alt yapısı” ( $\bar{X}=2,87$ ) kriterlerini yönelik yapılan değerlendirmelerin ortalamaları dikkate alındığında, katılımcıların “kötü” ve “orta” arasında bir değerlendirme yaptıkları, ancak bu değerlendirmelerin “orta” ya daha yakın olduğu görülmektedir.

Son olarak tüm kriterlerin genel ortalamasına ( $\bar{X}=3,74$ ) bakıldığında yerli turistlerin, yüksek oranda Safranbolu’yu “iyi” şeklinde değerlendirdiği görülmektedir.

#### 4.10.4. Ki-Kare Analizleri

Bu kısımda katılımcıların demografik özellikleri ile diğer sorulara verdikleri cevaplar arasındaki çapraz ilişkiler Ki-Kare testi yardımıyla değerlendirilmiştir. Ayrıca daha önce verilen ve Ki-Kare ile test edilebilecek hipotezlerin (1-11 arasındaki hipotezler) testleri ve yorumlamaları yapılmıştır.

*H<sub>1</sub>: Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

**Tablo 32:** Yerli Turistlerin Cinsiyetleri ile Safranbolu'ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Cinsiyet		Geliş Biçimleri		Toplam
		Bireysel	Tur Organizasyonu	
Kadın	n	147	27	174
	%	84,5	15,5	100,0
Erkek	n	208	18	226
	%	92,0	8,0	100,0
Toplam	n	355	45	400
	%	88,8	11,2	100,0
<b><math>\chi^2=5,617; P=0,018&lt;0,05</math></b>				

Tablo 32'de yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=5,617; P<0,05$ ). Dolayısıyla H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre; kadınlarda bireysel gelenlerin oranı (%84,5) erkeklerin bireysel geliş oranından (%92) daha düşüktür. Dolayısıyla kadınlarda tur organizasyonu ile gelenlerin oranı (%15), erkeklerin tur organizasyonu ile gelenlerin oranından (%8) daha yüksektir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların çoğunluğu bireysel gelmeyi tercih etmişlerdir.

*H<sub>2</sub>: Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

**Tablo 33:** Yerli Turistlerin Medeni Durumları ile Safranbolu'ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Medeni Durum		Geliş Biçimleri		Toplam
		Bireysel	Tur Organizasyonu	
Evli	n	153	21	174
	%	87,9	12,1	100,0
Bekar	n	189	16	205
	%	92,2	7,8	100,0
Boşanmış/Dul	n	13	8	21
	%	61,9	38,1	100,0
Toplam	n	355	45	400
	%	88,8	11,2	100,0

$\chi^2=17,711$ ;  $P=0,000<0,05$

Tablo 33'te yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=17,711$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla H<sub>2</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; bireysel gelenlerin oranı bekarlarda %92,2 iken bu oran evlilerde %87,9, boşanmış/dul bireylerde ise %61,9 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla tur organizasyonu ile gelen boşanmış/dul bireylerin oranı %38,1, olurken bu oran evlilerde %12,1, bekarlarda ise %7,8 olarak görülmüştür. Bu da bekar ve evlilerin daha çok bireysel gelmeyi tercih ettiklerini, boşanmış/dul olanların ise bekar ve evliler kadar yüksek oranda bireysel gelmeyi tercih etmediklerini göstermektedir.

***H<sub>3</sub>: Yerli turistlerin yaşları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 34:** Yerli Turistlerin Yaşları ile Safranbolu'ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Yaş		Geliş Biçimleri		Toplam
		Bireysel	Tur Organizasyonu	
25 yaş ve altı	n	139	8	147
	%	94,6	5,4	100,0
26-31 yaş arası	n	88	9	97
	%	90,7	9,3	100,0
32-37 yaş arası	n	49	13	62
	%	79,0	21,0	100,0
38-43 yaş arası	n	34	6	40
	%	85,0	15,0	100,0
44 yaş ve üstü	n	45	9	54
	%	83,3	16,7	100,0
Toplam	n	355	45	400
	%	88,8	11,2	100,0

**$\chi^2=13,358$ ;  $P=0,010<0,05$**

Tablo 34'te yerli turistlerin yaşları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, Yerli turistlerin yaşları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=13,358$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; bireysel gelenlerin oranı 25 yaş ve altı olanlarda %94,6, 26-31 yaş arasında olanlarda %90,7, 32-37 yaş arasında olanlarda %79, 38-43 yaş arasında olanlarda %85, 44 yaş ve üstü olanlarda ise %83,3'tür. Tur organizasyonu ile gelenlerin oranı 25 yaş ve altı olanlarda %5,4, 26-31 yaş arasında olanlarda %9,3, 32-37 yaş arasında olanlarda %21, 38-43 yaş arasında olanlarda %15, 44 yaş ve üstü olanlarda ise %16,7'dir. Genel olarak bakıldığında yaş ilerledikçe tur organizasyonunu tercih etme eğilimi olduğu görülmektedir.

***H<sub>4</sub>: Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 35:** Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu'ya Geliş Biçimlerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Gelir Durumu		Geliş Biçimleri		Toplam
		Bireysel	Tur Organizasyonu	
2020 TL ve altı	n	141	18	159
	%	88,7	11,3	100,0
2021-3000 TL	n	72	10	82
	%	87,8	12,2	100,0
3001-4000 TL	n	49	9	58
	%	84,5	15,5	100,0
4001-5000 TL	n	51	4	55
	%	92,7	7,3	100,0
5001 ve üstü	n	42	4	46
	%	91,3	8,7	100,0
Toplam	n	355	45	400
	%	88,8	11,2	100,0

**$\chi^2=2,304$ ;  $P=0,680>0,05$**

Tablo 35'te yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $\chi^2=2,304$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_4$  hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>5</sub>: Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

**Tablo 36:** Yerli Turistlerin Medeni Durumları ile Safranbolu’da Kalış Sürelerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Medeni Durum		Konaklama Süreleri					Toplam
		1 gün	2-3 gün	4-5 gün	6-7 gün	8 gün ve üzeri	
Evli	n	73	52	19	7	23	174
	%	42,0	29,9	10,9	4,0	13,2	100,0
Bekar	n	57	53	18	13	64	205
	%	27,8	25,9	8,8	6,3	31,2	100,0
Boşanmış/Dul	n	9	7	2	1	2	21
	%	42,9	33,3	9,5	4,8	9,5	100,0
Toplam	n	139	112	39	21	89	400
	%	34,8	28,0	9,8	5,2	22,2	100,0

**$\chi^2=23,349$ ;  $P=0,003<0,05$**

Tablo 36’da yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=23,349$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla H<sub>5</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; evli olanların %42’sinin 1 gün, %29,9’unun 2-3 gün, %10,9’unun 4-5 gün, %4’ünün 6-7 gün, %13,2’sinin ise 8 gün ve üzeri konakladıkları görülmektedir. Bekar olanların %27,8’inin 1 gün, %25,9’unun 2-3 gün, %8,8’inin 4-5 gün, %6,3’ünün 6-7 gün, %31,2’sinin ise 8 gün ve üzeri konakladıkları görülmektedir. Boşanmış/dul olanların %42,9’unun 1 gün, %33,3’ünün 2-3 gün, %9,5’inin 4-5 gün, %4,8’inin 6-7 gün, %9,5’inin 8 gün ve üzeri konakladıkları görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu Safranbolu’da 1 gün konaklamayı tercih etmişlerdir. Ayrıca evli olanlarla boşanmış/dul olanların çoğunluğu 1



gün konaklamayı tercih ederken, bekar olanların çoğunluğu 8 gün ve üzeri konaklamayı tercih etmişlerdir.

***H<sub>6</sub>: Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 37:** Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu’da Kalış Sürelerine İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Gelir Durumu		Konaklama Süreleri					Toplam
		1 gün	2-3 gün	4-5 gün	6-7 gün	8 gün ve üzeri	
2020 TL ve altı	n	52	46	13	6	42	159
	%	32,7	28,9	8,2	3,8	26,4	100,0
2021-3000 TL	n	33	17	11	3	18	82
	%	40,2	20,7	13,4	3,7	22,0	100,0
3001-4000 TL	n	17	20	4	4	13	58
	%	29,3	34,5	6,9	6,9	22,4	100,0
4001-5000 TL	n	17	17	8	5	8	55
	%	30,9	30,9	14,5	9,1	14,5	100,0
5001 ve üstü	n	20	12	3	3	8	46
	%	43,5	26,1	6,5	6,5	17,4	100,0
Toplam	n	139	112	39	21	89	400
	%	34,8	28,0	9,8	5,2	22,2	100,0

**$\chi^2=15,381$ ;  $P=0,497>0,05$**

Tablo 37’de yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $\chi^2=15,381$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_6$  hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>7</sub>: Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da konakladıkları yer arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

**Tablo 38:** Yerli Turistlerin Gelir Durumları ile Safranbolu’da Konakladıkları Yere İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Gelir Durumu		Konakladıkları Yer						Toplam
		Otel	Pansiyon	Konak (Geleneksel Safranbolu Evi)	Apart, Kiralık Ev	Misafirhane	Akraba, Arkadaş Yanında	
2020 ve altı	n	17	19	21	16	8	78	159
	%	10,7	11,9	13,2	10,1	5,0	49,1	100,0
2021-3000	n	14	7	14	8	1	38	82
	%	17,1	8,5	17,1	9,8	1,2	46,3	100,0
3001-4000	n	14	8	14	2	3	17	58
	%	24,1	13,8	24,1	3,4	5,2	29,3	100,0
4001 ve üstü	n	22	7	24	4	8	36	101
	%	21,8	6,9	23,8	4,0	7,9	35,6	100,0
Toplam	n	67	41	73	30	20	169	400
	%	16,8	10,2	18,2	7,5	5,0	42,2	100,0

$\chi^2=28,833$ ;  $P=0,017<0,05$

Tablo 38’de yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da konakladıkları yer arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu’da konakladıkları yer arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=28,833$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla H<sub>7</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; 2020 TL ve altı gelire sahip olanların %10,7’si otel, %11,9’u pansiyon, %13,2’si konak, %10,1’i apart, kiralık ev, %5’i misafirhane, %49,1’i ise akraba/arkadaş yanında konaklamayı tercih etmişlerdir. 2021-3000 TL arası gelire sahip olanların %17,1’i otel, %8,5’i pansiyon, %17,1’i konak, %9,8’i apart, kiralık ev, %1,2’si misafirhane, %46,3’ü ise akraba/arkadaş yanında konaklamayı tercih etmişlerdir. 3001-4000 TL arası gelire sahip olanların %24,1’i otel, %13,8’i pansiyon, %24,1’i konak, %3,4’ü apart,

kiralık ev, %5,2'si misafirhane, %29,3 ise akraba/arkadaş yanında konaklamayı tercih etmişlerdir. 4001 TL ve üstü gelire sahip olanların %21,8'i otel, %6,9'u pansiyon, %23,8'i konak, %4'ü apart, kiralık ev, %7,9'u misafirhane, %35,6'sı ise akraba/arkadaş yanında konaklamayı tercih etmişlerdir. Genel olarak gelir düzeyi yükseldikçe otelde konaklama artarken akraba/arkadaş yanında kalma azalmaktadır.

***H<sub>8</sub>: Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 39:** Yerli Turistlerin Cinsiyetleri ile Safranbolu'ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Danıştıkları Bilgi Kaynaklarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Cinsiyet		Bilgi Kaynakları						Toplam
		Önceki Ziyaretler	Gazete, Dergi, Seyahat Kitapları	İnternet	Seyahat Acentesi	TV/Radyo	Arkadaş, Meslektaş, Akrabalar	
Kadın	n	31	4	54	14	0	71	174
	%	17,8	2,3	31,0	8,0	0,0	40,8	100,0
Erkek	n	39	10	93	7	3	74	226
	%	17,3	4,4	41,2	3,1	1,3	32,7	100,0
Toplam	n	70	14	147	21	3	145	400
	%	17,5	3,5	36,8	5,2	0,8	36,2	100,0

$\chi^2=12,682$ ;  $P=0,027<0,05$

Tablo 39'da yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=12,682$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_8$  hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; kadınların Safranbolu'ya gelmeden önce %17,8'i önceki ziyaretler, %2,3'ü gazete, dergi, seyahat kitapları, %31'i internet, %8'i seyahat acentesi, %40,8'i ise

arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edinmiştir. Erkeklerin Safranbolu'ya gelmeden önce %17,3'ü önceki ziyaretler, %4,4'ü gazete, dergi, seyahat kitapları, %41,2'si internet, %3,1'i seyahat acentesi, %1,3'ü TV/Radyo, %32,7'si ise arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edinmiştir. Genel olarak kadınların büyük bir çoğunluğu arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edinirken, erkekler ise internet kaynağından bilgi edinmişlerdir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun internetten ve arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edindikleri görülmektedir.

***H<sub>9</sub>: Yerli turistlerin ilk kez gelip gelmeme durumu ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 40:** Yerli Turistlerin İlk Kez Gelme Durumu ile Safranbolu'ya Gelmeden Önce Bölge ile İlgili Danıştıkları Bilgi Kaynaklarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

İlk Kez Gelme Durumu		Bilgi Kaynakları						Toplam
		Önceki Ziyaretler	Gazete, Dergi, Seyahat Kitapları	İnternet	Seyahat Acentesi	TV/Radyo	Arkadaş, Meslektaş, Akrabalar	
Evet	n	7	8	87	16	0	57	175
	%	4,0	4,6	49,7	9,1	0,0	32,6	100,0
Hayır	n	63	6	60	5	3	88	225
	%	28,0	2,7	26,7	2,2	1,3	39,1	100,0
Toplam	n	70	14	147	21	3	145	400
	%	17,5	3,5	36,8	5,2	0,8	36,2	100,0

**$\chi^2=60,124$ ;  $P=0,000<0,05$**

Tablo 40'ta yerli turistlerin ilk kez gelme durumu ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin ilk kez gelme durumu ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları

bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=60,124$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; Safranbolu'ya ilk kez gelenler gelmeden önce bölge ile ilgili %4'ü önceki ziyaretler, %4,6'sı gazete, dergi, seyahat kitapları, %49,7'si internet, %9,1'i seyahat acentesi, %32,6'sı arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edinmiştir. Safranbolu'ya daha önce gelenler ise gelmeden önce bölge ile ilgili %28'i önceki ziyaretler, %2,7'si gazete, dergi, seyahat kitapları, %26,7'si internet, %2,2'si seyahat acentesi, %1,3'ü TV/radyo, %39,1'i arkadaş, meslektaş, akrabalarından bilgi edinmiştir. Safranbolu'ya ilk kez gelenlerin çoğunluğu internet kaynağından bilgi edinirken, daha önce gelenler ise arkadaş, meslektaş, akrabalarından ve önceki ziyaretlerden bilgi edinmişlerdir.

***H<sub>10</sub>: Yerli turistlerin eğitim durumları ile kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 41:** Yerli Turistlerin Eğitim Durumları ile Kültürel Varlıkları Ziyaretlerinde Bilgi Araştırması Yapma Durumlarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

Eğitim Durumu		Bilgi Araştırması Yapma Durumu		Toplam
		Evet	Hayır	
İlkokul	n	5	8	13
	%	38,5	61,5	100,0
Ortaokul	n	15	8	23
	%	62,2	34,8	100,0
Lise	n	65	27	92
	%	70,7	29,3	100,0
ÖnLisans	n	58	24	92
	%	70,7	29,3	100,0
Lisans	n	120	42	162
	%	74,1	25,9	100,0
Lisansüstü	n	25	3	28
	%	89,3	10,7	100,0
Toplam	n	288	112	400
	%	72,0	28,0	100,0

$\chi^2=12,422$ ;  $P=0,029<0,05$

Tablo 41’de yerli turistlerin eğitim durumları ile kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin eğitim durumları ile kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $\chi^2=12,422$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{10}$  hipotezi kabul edilmiştir.

Buna göre; ilkokul mezunlarının %38,5’i, ortaokul mezunlarının %62,2’si, lise mezunlarının %70,7’si, ön lisans mezunlarının %70,7’si, lisans mezunlarının %74,1’i, lisansüstü mezunlarının ise %89,3’ü kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yaptıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların eğitim durumları yükseldikçe bilgi araştırması yapma durumları da artmaktadır.

***H<sub>11</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu’ya ilk kez gelip gelmeme durumları ile tekrar ziyaret etmek isteme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.***

**Tablo 42:** Yerli Turistlerin Safranbolu’ya İlk Kez Gelip Gelmeme Durumları ile Tekrar Ziyaret Edip Etmeme Durumlarına İlişkin Çapraz Eşleştirme Tablosu

İlk Kez Gelme Durumu		Tekrar Ziyaret Etmek İsteme Durumu		Toplam
		Evet	Hayır	
Evet	n	169	6	175
	%	96,6	3,4	100,0
Hayır	n	216	9	225
	%	96,0	4,0	100,0
Toplam	n	385	15	400
	%	96,2	3,8	100,0
$\chi^2=0,089$ ; $P=0,765>0,05$				

Tablo 42’de Yerli turistlerin ilk kez gelip gelmeme durumları ile tekrar ziyaret etmek isteme durumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Yapılan Ki-Kare testi sonucunda, yerli turistlerin ilk kez gelip gelmeme durumları ile tekrar ziyaret etmek isteme durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $\chi^2=0,089$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{11}$  hipotezi kabul edilmemiştir. Yani Safranbolu’ya hem ilk kez gelenler hem de daha önce gelenler benzer ve büyük oranda tekrar ziyaret etmek istemektedirler.

#### 4.10.5. Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algılarını Değerlendirmeye İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizleri

Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin demografik ve bazı diğer özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediklerini incelemek amacıyla “Bağımsız Örneklem t Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi” yapılmış ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

***H<sub>12</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 43:** Yerli Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	Kadın	174	3,81	0,378	1,354	<b>0,176</b>
	Erkek	226	3,75	0,453		

Tablo 43’te yerli turistlerin cinsiyetlerine göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın

anlamli olup olmadigini tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelere katılım düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $t=1,354$ ;  $P>0,05$ ). Diğer bir ifade ile kadın ve erkeklerin genel olarak “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri benzerdir denilebilir. Dolayısıyla  $H_{12}$  hipotezi kabul edilmemiştir.

***H<sub>13</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekip çekmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 44:** Yerli Turistlerin Tarihi ve Kültürel Varlıkların İlgilerini Çekip Çekmeme Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları “ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	<b>İlgi Çekme Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	Evet	390	3,79	0,411	3,650	<b>0,000*</b>
	Hayır	10	3,30	0,579		

Tablo 44’te yerli turistlerin tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekip çekmeme durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekip çekmeme durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t=3,650$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{13}$  hipotezi kabul edilmiştir. Tarihi ve kültürel varlıklar ilgisini çekenlerin ifadelere katılım düzeyleri ( $\bar{X}=3,79$ ), tarihi ve kültürel varlıklar ilgisini çekmeyenlere göre ( $\bar{X}=3,30$ ) daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür.



*H<sub>14</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri Safranbolu’den memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 45:** Yerli Turistlerin Safranbolu’den Memnun Olup Olmama Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	<b>Memnun Olma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	Evet	390	3,80	0,401	6,304	<b>0,000*</b>
	Hayır	10	2,98	0,497		

Tablo 45’te yerli turistlerin Safranbolu’den memnun olup olmama durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri Safranbolu’den memnun olup olmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t=6,304$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{14}$  hipotezi kabul edilmiştir. Safranbolu’den memnun kalanların ifadelerle katılım düzeyleri ( $\bar{X}=3,80$ ), memnun kalmayanlara göre ( $\bar{X}=2,98$ ) daha yüksektir.

*H<sub>15</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri kültürel varlıklarla ilgili bilgi araştırması yapıp yapmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 46:** Yerli Turistlerin Kültürel Varlıklarla İlgili Bilgi Araştırması Yapıp Yapmama Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelere Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	<b>Bilgi Araştırması Yapma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	Evet	288	3,84	0,416	5,331	<b>0,000*</b>
	Hayır	112	3,60	0,388		

Tablo 46’da yerli turistlerin kültürel varlıklarla ilgili bilgi araştırması yapıp yapmama durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri kültürel varlıklarla ilgili bilgi araştırması yapıp yapmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t=5,331$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{15}$  hipotezi kabul edilmiştir. Kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapanların ifadelerle katılım düzeyleri ( $\bar{X}=3,84$ ), bilgi araştırması yapmayanlara göre ( $\bar{X}=3,60$ ) daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak her iki grubun da ifadelerle katılma yönünde cevaplar verdiği görülmektedir.

*H<sub>16</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 47:** Yerli Turistlerin Medeni Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	Evli	174	3,74	0,431	2,165	<b>0,116</b>
	Bekar	205	3,81	0,417		
	Boşanmış/Dul	21	3,66	0,377		

Tablo 47’de yerli turistlerin medeni durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir (F=2,165; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>16</sub> hipotezi kabul edilmemiştir. Ancak her üç gruptaki kişiler genel olarak ifadelerle katılma yönünde cevaplar vermişlerdir.

*H<sub>17</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 48:** Yerli Turistlerin Yaşlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	25 yaş ve altı	147	3,76	0,452	0,639	<b>0,670</b>
	26-31 yaş arası	97	3,81	0,370		
	32-37 yaş arası	62	3,77	0,469		
	38-43 yaş arası	40	3,81	0,401		
	44-49 yaş arası	30	3,78	0,258		
	50 yaş ve üzeri	24	3,66	0,515		

Tablo 48’de yerli turistlerin yaşlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $F=0,639$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{17}$  hipotezi kabul edilmemiştir.

***H<sub>18</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 49:** Yerli Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>F</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	İlkokul	13	3,65	0,345	1,151	<b>0,332</b>
	Ortaokul	23	3,98	0,251		
	Lise	92	3,77	0,548		
	Ön Lisans	82	3,77	0,440		
	Lisans	162	3,76	0,363		
	Yüksek Lisans	25	3,79	0,339		
	Doktora	3	3,85	0,312		

Tablo 49’da yerli turistlerin eğitim durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $F=1,151$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{18}$  hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>19</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 50:** Yerli Turistlerin Gelir Durumlarına Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Gelir Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	2020 TL ve altı	159	3,75	0,446	0,754	<b>0,556</b>
	2021-3000 TL	82	3,79	0,455		
	3001-4000 TL	58	3,85	0,483		
	4001-5000 TL	55	3,75	0,302		
	5001 ve üstü	46	3,78	0,305		

Tablo 50’de yerli turistlerin gelir durumlarına göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin gelir durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir (F=0,754; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>19</sub> hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>20</sub>: Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 51:** Yerli Turistlerin Mesleklerine Göre “Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları” ile İlgili İfadelerle Katılım Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Meslek Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları	İşsiz	59	3,84	0,381	0,771	<b>0,644</b>
	Ev Hanımı	45	3,72	0,458		
	Emekli	12	3,58	0,637		
	İşçi	94	3,78	0,501		
	Çiftçi	5	3,61	0,224		
	Memur	92	3,77	0,332		
	Serbest Meslek	43	3,83	0,397		
	Esnaf/Zanaatkar	16	3,83	0,434		
	Tüccar/Sanayici	4	3,71	0,216		
	Diğer	30	3,74	0,402		

Tablo 51’de yerli turistlerin mesleklerine göre “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeylerinin mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir (F=0,771; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>20</sub> hipotezi kabul edilmemiştir.

#### 4.10.6. Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmelerine İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizleri

Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Safranbolu'yu Değerlendirmelerinin demografik ve bazı diğer özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediklerini incelemek amacıyla “Bağımsız Örneklem t Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi” yapılmış ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

*H<sub>21</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 52:** Yerli Turistlerin Cinsiyetlerine Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmeleri	Kadın	174	3,77	0,557	0,957	<b>0,339</b>
	Erkek	226	3,72	0,548		

Tablo 52'de yerli turistlerin cinsiyetlerine göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (t=0,957; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>21</sub> hipotezi kabul edilmemiştir. Yani hem kadınlar hem de erkekler Safranbolu ziyaretlerini benzer oranda olumlu değerlendirmişlerdir.

*H<sub>22</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 53:** Yerli Turistlerin Safranbolu'ya İlk Kez Gelip Gelmeme Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	<b>İlk Kez Gelme Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmeleri	Evet	175	3,78	0,502	1,177	<b>0,240</b>
	Hayır	225	3,71	0,587		

Tablo 53'te yerli turistlerin Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (t=1,177; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>22</sub> hipotezi kabul edilmemiştir. Yani hem ilk kez gelenler hem de daha önce gelenler benzer oranda olumlu değerlendirmişlerdir.

*H<sub>23</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu'dan memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 54:** Yerli Turistlerin Safranbolu'dan Memnun Olup Olmama Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	<b>Memnun Olma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Safranbolu'yu Seyahat Deneyimlerine Göre Değerlendirmeleri	Evet	390	3,76	0,542	4,174	<b>0,000*</b>
	Hayır	10	3,04	0,497		



Tablo 54’te yerli turistlerin Safranbolu’ndan memnun olup olmama durumlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri, Safranbolu’ndan memnun olup olmama durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t=4,174$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{23}$  hipotezi kabul edilmiştir. Safranbolu’ndan memnun kalanların Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ( $\bar{X}=3,76$ ) memnun kalmayanlara göre ( $\bar{X}=3,04$ ) daha olumlu olduğu görülmüştür.

***H<sub>24</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 55:** Yerli Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>	<b>F</b>	<b>P</b>
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu’yu Değerlendirmeleri	Evli	174	3,72	0,524	1,164	<b>0,313</b>
	Bekar	205	3,78	0,576		
	Boşanmış/Dul	21	3,61	0,529		

Tablo 55’te yerli turistlerin medeni durumlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $F=1,164$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{24}$  hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>25</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 56:** Yerli Turistlerin Yaşlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmeleri	25 yaş ve altı	147	3,80	0,563	0,830	<b>0,529</b>
	26-31 yaş arası	97	3,70	0,540		
	32-37 yaş arası	62	3,78	0,570		
	38-43 yaş arası	40	3,67	0,579		
	44-49 yaş arası	30	3,68	0,484		
	50 yaş ve üzeri	24	3,67	0,522		

Tablo 56'da yerli turistlerin yaşlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (F=0,830; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>25</sub> hipotezi kabul edilmemiştir.

*H<sub>26</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.*

**Tablo 57:** Yerli Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Eğitim Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmeleri	İlkokul	13	3,65	0,600	1,828	<b>0,092</b>
	Ortaokul	23	4,01	0,508		
	Lise	92	3,83	0,579		
	Ön Lisans	82	3,72	0,547		
	Lisans	162	3,69	0,544		
	Yüksek Lisans	25	3,66	0,475		
	Doktora	3	3,60	0,405		

Tablo 57’de yerli turistlerin eğitim durumlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $F=1,828$ ;  $P>0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{26}$  hipotezi kabul edilmemiştir. Ancak ortaokul mezunlarının diğer eğitim gruplarına göre daha olumlu değerlendirmelerde bulunduğu da gözlemlenmektedir.

***H<sub>27</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 58:** Yerli Turistlerin Gelir Durumlarına Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Gelir Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P	Scheffe
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu’yu Değerlendirmeleri	2020 TL ve altı	159	3,84	0,576	3,910	<b>0,004*</b>	<b>1-2</b>
	2021-3000 TL	82	3,64	0,538			<b>1-4</b>
	3001-4000 TL	58	3,85	0,589			<b>1-5</b>
	4001-5000 TL	55	3,62	0,492			<b>3-2</b>
	5001 ve üstü	46	3,61	0,426			<b>3-4</b>
							<b>3-5</b>

Tablo 58’de yerli turistlerin gelir durumlarına göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ( $F=3,910$ ;  $P<0,05$ ). Dolayısıyla  $H_{27}$  hipotezi kabul edilmiştir.

Anlamlı farklılık bulunan durumlarda farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Post Hoc (Scheffe) Testine göre; aylık geliri 2020 TL ve altı

ile 3001-4000 TL olan yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri, 2021-3000 TL, 4001-5000 TL ve 5001 ve üstü gelire sahip olanlardan daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.

***H<sub>28</sub>: Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.***

**Tablo 59:** Yerli Turistlerin Mesleklerine Göre Safranbolu ile İlgili Değerlendirmelerinin Karşılaştırılması

	Meslek Durumu	n	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Yerli Turistlerin Seyahat Deneyimlerine Göre Safranbolu'yu Değerlendirmeleri	İşsiz	59	3,92	0,493	1,215	<b>0,284</b>
	Ev Hanımı	45	3,78	0,512		
	Emekli	12	3,51	0,483		
	İşçi	94	3,77	0,523		
	Çiftçi	5	3,66	0,293		
	Memur	92	3,69	0,515		
	Serbest Meslek	43	3,70	0,683		
	Esnaf/Zanaatkar	16	3,64	0,667		
	Tüccar/Sanayici	4	3,57	0,496		
	Diğer	30	3,69	0,670		

Tablo 59'da yerli turistlerin mesleklerine göre Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (F=1,215; P>0,05). Dolayısıyla H<sub>28</sub> hipotezi kabul edilmemiştir.

Test edilen hipotezlerin Kabul/Red durumları aşağıdaki Tablo 60'ta özetlenmiştir.

**Tablo 60:** Hipotezlerin Kabul/Red Durumları

<b>Hipotezler</b>	<b>Kabul Durumu</b>
<b>H<sub>1</sub>:</b> Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>2</sub>:</b> Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>3</sub>:</b> Yerli turistlerin yaşları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>4</sub>:</b> Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'ya geliş biçimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
<b>H<sub>5</sub>:</b> Yerli turistlerin medeni durumları ile Safranbolu'da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>6</sub>:</b> Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'da kalış süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
<b>H<sub>7</sub>:</b> Yerli turistlerin gelir durumları ile Safranbolu'da konakladıkları yer arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>8</sub>:</b> Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>9</sub>:</b> Yerli turistlerin ilk kez gelip gelmeme durumları ile Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili danıştıkları bilgi kaynakları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>10</sub>:</b> Yerli turistlerin eğitim durumları ile kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
<b>H<sub>11</sub>:</b> Yerli turistlerin Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumları ile tekrar ziyaret etmek isteme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED

<b>H<sub>12</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>13</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekip çekmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
<b>H<sub>14</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri Safranbolu’dan memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
<b>H<sub>15</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri kültürel varlıklarla ilgili bilgi araştırması yapıp yapmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
<b>H<sub>16</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>17</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>18</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>19</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>20</sub>:</b> Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadelerle katılım düzeyleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H<sub>21</sub>:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	RED

<b>H22:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu'ya ilk kez gelip gelmeme durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H23:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri Safranbolu'dan memnun olup olmama durumlarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
<b>H24:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H25:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H26:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	RED
<b>H27:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.	KABUL
<b>H28:</b> Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmeleri mesleklerine göre farklılık göstermektedir.	RED

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Safranbolu’da kültür turizminin mevcut durumunun incelenmesi, Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistlerin, Safranbolu’ya ve Safranbolu’da kültür turizmine ilişkin görüşlerinin ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, katılımcılardan toplanan verilerinin analizleri sonucunda elde edilen bulgular aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin çoğunluğunun bekar, 31 veya daha küçük yaş grubunda olan lisans mezunu gençlerden oluştuğu görülmüştür. Yine katılımcıların çoğunluğunun Ankara ve İstanbul’dan gelen, 2020 TL ve altında gelire sahip işçi veya memur grubundan olan kişilerden oluştuğu anlaşılmıştır. Görülen bu sonuçlar, Silberg (1995), Uca Özer (2010) ve Bostancıeri’nin (2019) çalışmalarında elde ettikleri “kültür turizmine katılan turistlerin eğitim ve gelir düzeyleri yüksek olan kişiler oldukları” sonuçlarından sadece eğitim seviyesi ile örtüşmekte, ancak gelir durumu açısından ayrılmaktadır. Genellikle geliri düşük kişilerin Safranbolu’yu tercih etme sebebi düşük maliyetli ve kolay ulaşılabilme imkânına sahip olması, çevre illere yakın olması (Ankara, Bartın, Zonguldak vb.) ve günübirlik gezilebilecek bir yer olmasından kaynaklanabileceğini akla getirmektedir. Bu durum da Safranbolu’nun daha çok orta gelir düzeyindeki yerli turistlere hitap eden bir yer olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir.

Safranbolu’ya gelen yerli turistlerin yarıdan fazlasının daha önce burayı ziyaret ettiği, çok büyük bir kısmının tur organizasyonu ile gelmeyi tercih etmeyip kendilerinin geldiği, gelenlerin yarıya yakınının akraba ve arkadaş yanında konakladığı, konaklama süresi olarak 1-3 gün arasında yoğunluk olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar Silberg’in (1995) araştırmasında elde ettiği “kültür turizmine katılan turistlerin, konaklama



süreleri uzun olan ve otellerde konaklamayı tercih eden kişiler oldukları” sonucu ile örtüşmemektedir. Safranbolu’yu ziyaret eden yerli turistlerin konaklama süresinin düşük olmasının en önemli nedeninin ilçede yeterli turistik aktivitenin olmaması ve turistik ürün çeşitlendirilmesine gidilememesi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca anket yapılması esnasında edinilen bilgilere göre; Safranbolu’ya gelen yerli turistlerin çoğunluğunun akraba yanında konaklamalarının en önemli sebebi olarak, cevaplayıcıların birçoğunun daha önce burada ikamet ettiği, fakat birtakım nedenlerle başka şehirlere (özellikle Ankara, İstanbul gibi büyük şehirlere) göç ettikleri, bir sebeple tekrar geldiklerinde burada bulunan akrabalarının yanında kaldıkları anlaşılmaktadır. Öte yandan Safranbolu’da okuyan öğrencilerin arkadaşları buraya geldiklerinde arkadaşlarının yanında konaklamaktadırlar.

Yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili bilgileri önemli oranda internetten edindikleri anlaşılmaktadır. Bu nedenle Safranbolu’nun tanıtımını yapan gerek Türkçe gerek yabancı dil/dillerde internet sayfalarında tarihi ve kültürel yapı, festival tarih ve içerikleri, düzenlenen turların zaman ve kapsamı, tanıtıcı broşür bilgileri uygun şekilde yayınlanmalıdır.

Gelenlerin büyük çoğunluğu tatil ve kültürel amaçla Safranbolu’yu ziyaret ettiklerini ifade etmelerine rağmen gelen yerli turistlerin tamamına yakını buradaki tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çektiğini ve burada farklı kültürlerden insanlar tanımının hoşlarına gittiğini bildirmektedirler.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin tamamına yakını Safranbolu seyahatinden memnun kaldıklarını, Safranbolu’yu arkadaş ve akrabalarına tavsiye edeceklerini ve Safranbolu’yu tekrar ziyaret etmek istediklerini belirtmişlerdir. Bu da Safranbolu’nun yerli turistlerin beklentilerini karşıladığının önemli bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Ayrıca

arkadaş ve akraba tavsiyesinin en önemli bilgi kaynaklarından biri olduğu göz önüne alındığında, bu memnuniyetin Safranbolu'nun tanıtımı ve turistik geleceği açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'ya yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan ölçekten elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların Safranbolu'ya yönelik algılarının olumlu olduğu, Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras listesinde yer alması kent için kazanım olduğu, kültürel amaçlı seyahat beklentilerini karşıladığı, kültür ile ilgili hoş deneyimlerinin olduğu, şehrin diğer kültür şehirleriyle rekabet edecek potansiyele sahip ve tam anlamıyla bir kültür turizmi destinasyonu olarak algılandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca kişilerin burayı tercih etmelerindeki en önemli sebebinin şehrin sahip olduğu kültürel ve tarihi kaynakların olduğu, eğlence, alışveriş, iş vb. sebepler ise kısmi bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Yine Safranbolu'nun etkili bir şekilde tanıtımının yapılmadığı, kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olmadığı, alışveriş yaparken esnafların çok ısrarcı olduğu ancak bu tavrın rahatsız edici olmadığı, şehrin turistik geleceği açısından kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi, turistik amaçlı kullanılacak mekanların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerektiği katılımcıların genel düşünceleri arasında yer almaktadır.

Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Safranbolu destinasyonunu değerlendirmelerine yönelik ölçekten elde edilen sonuçlara göre katılımcılar Safranbolu'daki seyahat deneyimlerini; manzara ve doğal çekicilikler, tarihi çekicilikler, kültürel miras, kültürel çekicilikler, hediyelik eşya ve el sanatları, yerel halkın konukseverliği, yöresel yemekler, can ve mal güvenliği, turistik çekiciliklerin çeşitliliği, kültürel etkinliklerin çeşitliliği, konaklama tesislerinin kalitesi, yiyecek ve içecek hizmetleri,

temizlik ve hijyen, rehberlik hizmetleri, yerel turlar ve geziler, sağlık hizmetleri, alışveriş imkanları açısından iyi ve çok iyi olarak değerlendirerek bir anlamda bu hizmetlerden memnun kaldıklarını belirtmişlerdir. Yerel festivallerin varlığı/ımkânı, genel fiyat seviyesi, eğlence ve gece yaşamı ile trafik alt yapısına yönelik olarak ise orta düzeye yakın olarak değerlendirerek bu hizmetlerle ilgili birtakım sıkıntıların olduğunu belirtmeye çalışmışlardır.

Yapılan hipotez testleri sonuçlarına göre; Safranbolu'ya geliş biçimi konusunda erkeklerin daha çok bireysel olarak, tur organizasyonu ile de kadınların daha fazla geldikleri, yine bekar ve evliler daha çok bireysel gelmeyi tercih ederken, tur organizasyonu ile de boşanmış/dul olanların diğer gruplara göre daha fazla olduğu, 25 yaş ve altında olanlar daha çok bireysel gelmeyi tercih ederken, 32-37 yaş grubunda olanların diğer yaş gruplarına göre tur organizasyonu ile gelme oranlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öte yandan Safranbolu'ya gelen evli ve boşanmış/dul olanların çoğunluğu 1 gün konaklamayı tercih ederken, bekar olanların çoğunluğu 8 gün ve üzeri konaklamayı tercih etmektedirler. Ayrıca gelir düzeyi yükseldikçe otelde konaklama artarken akraba ve arkadaş yanında kalma azalmaktadır. Safranbolu'ya gelmeden önce bölge ile ilgili bilgi alma/danışma konusunda genellikle kadınlar arkadaş, meslektaş ve akrabalarından bilgi edinirken, erkekler daha çok internet kaynağından bilgi edinmekte, Safranbolu'ya ilk kez gelenlerin çoğunluğu internet kaynağından bilgi edinirken eğitim düzeyi yükseldikçe de gelmeden önce araştırma yapma oranları da yükselmektedir.

Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadeler katılımlarının demografik ve bazı diğer özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediklerinin analizi neticesinde; yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon

olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadeler katılımlar düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu sonuç, yerli turistlerin algılarının birbirlerine benzer olduğunu göstermektedir. Yerli turistlerin “kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu algıları” ile ilgili ifadeler katılımlar düzeylerinin tarihi ve kültürel varlıkların ilgilerini çekme durumlarına, memnun olma durumlarına ve bilgi araştırması yapma durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tarihi ve kültürel varlıklar ilgisini çekenlerin, Safranbolu’dan memnun kalanların ve kültürel varlıkları ziyaretlerinde bilgi araştırması yapanların ifadeler katılımlar düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yerli turistlerin seyahat deneyimlerine göre Safranbolu’yu değerlendirmelerinin demografik ve bazı diğer özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediklerinin analizi sonucunda; yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, eğitim durumu ve ilk kez gelme durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği, Safranbolu’dan memnun olma durumuna ve gelir durumlarına göre ise anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Safranbolu’dan memnun kalanların ve aylık geliri 2020 TL ve altı ile 3001-4000 TL olan yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili değerlendirmelerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin verdikleri cevaplar her ne kadar Safranbolu’nun kültürel bir şehir destinasyonu olduğu sonucunu ortaya koyuyor gibi gözükse de gelen yerli turistlerin gelir düzeylerinin düşük olması, konaklama sürelerinin az olması, akraba ve arkadaş yanında konaklamaları, Safranbolu ziyaretlerinin birçoğunun yol güzergahında olmasından dolayı yapılması vb. gibi sebepler aslında Safranbolu’ya gelen turistlerin tam olarak kültür

turizmine katılan turistlerin özelliklerine uymadıkları, Safranbolu'nun da tam anlamıyla bir kültürel destinasyon olarak değerlendirilemeyeceğini göstermektedir.

Yukarıda yapılan değerlendirmelerden hareketle Safranbolu'nun tam olarak kültürel bir destinasyon olarak ortaya çıkarılabilmesi için bazı öneriler sunulabilir;

- Safranbolu'da ortalama konaklama süresi göz önüne alındığında, bu sürenin genel olarak düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu kalış süresini uzatmak için bölgedeki turizm çeşitliliğinin artırılması faydalı olabilir.
- Safranbolu'yu gelir düzeyi yüksek turistlerin tercih etmesi için turizmle ilgili politika ve stratejilerin geliştirilmesi ve yeni turistik ürünlerin oluşturulup bunların ön plana çıkartılması gerekmektedir.
- Safranbolu'da kültür turizminin geliştirilebilmesi için kitle iletişim araçları, gazete, dergi, seyahat kitapları, broşürler, internet ve seyahat acenteleri yoluyla ulusal ve uluslararası alanda Safranbolu kültürünü tanıtmaya yönelik çalışmalar hazırlanmalıdır.
- Safranbolu'yu ziyaret eden turistlere tanıtım amaçlı seyahat rehberi kitabı ve Safranbolu'nun tarihi, kültürel ve doğal değerleri ile ilgili alternatif tanıtıcı yazılı ve görsel materyaller farklı dillerde hazırlanmalıdır.
- Yerel festivallerin yapılması, yaygınlaştırılması, geliştirilmesi ve teşvik edilmesi konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığının desteği sağlanmalıdır. Festivallerin daha etkin bir şekilde ziyaretçilere tanıtımının yapılması sağlanmalıdır. Bunun için de profesyonel tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir. Festival programı Belediye web sayfasından ve de diğer sosyal medya platformlarıyla her ne kadar

- duyuruluyorsa da hem yurt içi hem yurtdışındaki dernekler ve yazılı-görsel basın aracılığıyla da daha geniş kitlelere duyurulması sağlanmalıdır.
- Turistik bölgelerde genel fiyat seviyesi konusunda yaşanan en büyük sorunlardan biri, aynı ya da benzer ürünlerin fiyatlarında görülen istikrarsızlıktır. Genel olarak fiyat seviyesi konusunda yaşanan sıkıntılar yerel yönetimler veya maliye görevlileri tarafından turistik bölgelerdeki alışveriş merkezlerinin etkin şekilde denetlemesi gerekmektedir. Ayrıca turistlerin esnaflar tarafından rahatsız edilmeleri engellenmelidir.
  - Tarihi çarşı bölgesinde trafik alt yapısıyla ilgili belediye tarafından gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Ayrıca çarşı bölgesinde trafik yoğunluğunu gidermek amaçlı uygun yerlere otoparklar yapılmalıdır.
  - Tarihi çarşı bölgesinde dinlenme ve eğlenme amaçlı mekanlarının oluşturulması gerekmektedir.
  - Safranbolu’da kültür turizmi potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesi için kenti ziyaret eden turist sayısı, bu turistlerin özellikleri, ziyaret ettikleri mekânlar, konakladıkları yerler, konaklama süreleri gibi konularda istatistiksel verilerin elde edilmesi ve bunların yıllık olarak değerlendirmelerinin yapılarak bu yönde planlamalar yapılması ve gerekli önlemlerin alınması önem taşımaktadır. Bunun için Karabük Valiliği ve Safranbolu Kaymakamlığı başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlar bu verilerin düzenli bir şekilde elde edilmesi ve bunlara yönelik analizlerin yapılarak uygun önerilerin oluşturulması hususunda gerekli hassasiyeti göstermelidirler.

Bu araştırma yılın belirli bir zamanında gerçekleştirilmiş ve yerli turistlerle sınırlı tutulmuştur. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda yabancı turistler de dâhil edilerek ve yılın tamamına yayılarak yapılması daha faydalı olabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, S., Alça, N., Atmaca, A.E., Bilici, N., Çoşkun, M., Çanakçı P., Çelikbaş, E., Efe, A., Kaptanoğlu, E., Kılavuz, B.N., Korkmaz, Z., Kundakçı, M., Öz, E., Tunçözgür, Ü., Susoy, Ş., Şahin, İ., Tek, R., Yücer, H.M. (2015). *81 İilde Kültür ve Şehir Karabük*. İstanbul: Acar Basım.
- Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Motif Matbaası.
- Akbulut Özpay, G. (2017). Türkiye’de İnanç Turizmine Yeni Bir Örnek: Kutsal Balıklı Göl (Malatya). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 937-951.
- Akdemir, B., Kırmızıgül, B. (2015). Turistlerin Geldikleri Ülkelere Göre Destinasyon Algıları Arasındaki Farklılığı Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 221-242.
- Akgül, A., Çevik O. (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri -SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*. Ankara: Emek Ofset Ltd. ğti.
- Akın, A. (2017). *Akdeniz Ülkelerinde Turizm Potansiyellerinin ve Gelirlerinin Makroekonomi Üzerindeki Etkileri*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.
- Akın, A., Şimşek, M.Y., Akın, A. (2012). Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7), 63-81.
- Akkuş, G. (2019). Ilgaz Dağında Kış Turizm Talebi ve Gelişimi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-26.



- Akkuş, O., Güneş, G. (2016). Mersin-Aydıncık ilçesi ve çevresinin kültür turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 73-98.
- Akpınar, E., Bulut, Y. (2010). *Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizmi Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları*. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi 20-22 Mayıs 2010, IV, s: 1575-1594.
- Aktan, C.C., Tutar, H. (2007). Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Altaş, N.T., Çavuş, A., Zaman, N. (2015). Türkiye'nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizm Merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 31, 345-365.
- Altınbaşak, İ., Akyol, A., Alkibay, S., Arslan, F.M., Burnaz, Ş., Cengiz, E., Erdil, S., Gegez, A.E., Günay, N., Madran C., Şeker kaya, A., Uydacı, M., Ünüsan, Ç., Yalçın, F.A., Yolaç, G. (2008). *Küresel Pazarlama Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Apaydın, B.B. (2014). *Tarihi ve Doğal Değerlerin Turistik Marka Şehir Olmaya Etkisi: Safranbolu Örneği*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Araboğa, Y. (2018). *Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Aslan, Z., Ardemagni, M. (2006). *Introducing Young People To The Protection Of Heritage Sites And Historic Cities*. UNESCO- ICCROM.

- Atsan, M., Çetinsöz, B.C. (2019). Mağara Turizmini Tercih Eden Turistleri Motive Eden Faktörler. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 261-272.
- Avan, A. (2010). *Konya'yı Kültürel Amaçlarla Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Satın Alma Karar Sürecinin Değerlendirilmesi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ayaz, N., Apak, C., Batı, T. (2016). Yöneticilerin Kültür Turizmi Algısı: Safranbolu Destinasyonu Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 84-96.
- Aydemir, B., Kılıç, S.N. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 1-11.
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 91-96.
- Aydın, Ö. (2017). *Turistlerin Sinop İlinin Alternatif Turizm Potansiyeline Yönelik Algılamalarının İncelenmesi*. İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Azcan, G. (2013). *Kültür Turizmi Açısından Köylere Hizmet Götürme Birliği Faaliyetleri: Safranbolu Örneği*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bahar, E. (2016). Gençlik Turizminin Sorunları, Gelişmesine Yönelik Çözüm Önerileri. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 45-58.
- Bahar, H.İ. (2011). *Sosyoloji*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

- Bandeoğlu, Z. (2015). Türkiye’de Kültür Turizmi Potansiyeli zerine Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Stc İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 155-168.
- Barut, C., Yıldız, Z. (2013). Sosyo-Ekonomik Kalkınma Açısından Bitlis İli Turizm Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *BEU SBE Dergisi*, 2(1), 25-50.
- Bayramoğlu, G., şahin, M. (2010). *Kültür Turizmi ve Hitit Medeniyetinin Başkenti Çorum’un Kültür Potansiyelinin İncelenmesi* (ss.380-393). I. Disiplinler Arası Turizm Araştırmaları Kongresi Nevşehir.
- Bezirgân, M. (2008). *Türk Turizminde İtici Bir Gc Olarak İç Turizm ve Altınoluk Yöresinde İ Turizme Katılanlara Yönelik Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bıkı, D., Ak, D., Özgökçeler, S. (2013). Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 49-73.
- Bilici, N., Işık, Z. (2018). Bölgesel Kalkınmada Yayla Turizmi: Rize İli rneği. *A Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 1-21.
- Bostancıeri, B. (2019). *Gaziantep’te Kültür Turizmi: Yerli Turistlerin Algılarının Değerlendirilmesi*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bozça, R., ifti Kıra, F., Kıra, R. (2017). Sağlık Turizmi SWOT Analizi: Erzincan. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 157-163.

- Bozkurt, E. (2017). *Pazarlanabilirlik Açısından Tokat İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Camilleri, M.A. (2018). The Tourism Industry: An Overview. *In Travel Marketing, Tourism Economic sandthe Airline Product* (Chapter 1, pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Can, M. (2009). *Kültürel Miras ve Müzecilik*. Hospitality Management & Tourism Including Cultural Heritage And Museum Operation, Çalışma Raporu, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ceylan, S., Somuncu, M. (2016). Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 53-64.
- Chaney, E. (2000). *The evolution of the grand tour: Anglo-Italian cultural relations since the Renaissance*. Portland OR: Routledge, p. 5.
- Civelek, A. (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Csapó, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *University of Pécs, Institute of Geography Hungary*, 201-232.
- Çakıcı, A.C., Özdamar M. (2013). Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Gelen Yerli Turistlerin Profili, Şanlıurfa'yı Tercih Nedenleri ve Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(2), 43-52.

- Çakıcı, A.C., Özdamar, M. (2014). Şanlıurfa’da Kültür Turlarına Katılan Yerli Turistlerin Anlık Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 287-305.
- Çamlıca Şendemir, N. (2019). *Tarihsel Kentlerin Çevre Sorunları Çözüm Önerileri ve Halkın Görüşleri: Safranbolu Örneği*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Çapar, G., Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 100-115.
- Çavuş, A., Işık, M.F., Yalçın, C. (2018). Gastronomi Turizmi Çekiciliği Açısından Zigana Yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 3043-3057.
- Çelebilik, G., Çengel, A. (2018). Karabük İli Safranbolu İlçesi Kaymakamlar Müze Evi’nde Bulunan Bindallı Elbiseler. *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 11(21), 171-209.
- Çelik Uğuz, S., Topbaş, F., Kaya, İ. (2010). *Uluslararası Ticaret ve Dış Turizm İlişkisi*. 11. Ulusal Turizm Kongresi Kuşadası.
- Çımat, A., Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18.
- Çınar, A.S., Önder, A. (2019). Anadolu’nun Kültürel Mirası: *Crocus sativus L.* (Safran). *FABAD J. Pharm. Sci.*, 44(1), 79-88.

- Çimen, H. (2018). Türk Dünyasında Sağlık Turizmi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 40, 101-110.
- Çoşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Diker, O., Deniz, T., Çetinkaya, A. (2016). Jeoturizm Kapsamında Safranbolu'da Coğrafi Kaynakların Değerlendirilmesi ve Safranbolu Jeoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 334-348.
- Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., Kaya, F.B. (2017). Geleneksel Türk Tatlısı Olarak Lokum ve Safranbolu Lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 333-344.
- Dikmetaş Yardan, E., Dikmetaş, H., Coşkun Us, N., Yabana, B. (2014). Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 8 (2), 27-42.
- Diñer, M.Z., Çetin, G. (2015). Kalkınma Planlarında Turizm, Küçükaltan, D., Çeken, H., Mercan, Ş.O., (Eds). *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*, (ss. 171-192), Ankara: Detay.
- Doğan, H., Üngüren, E., Yelgen, E. (2010). Alanya Turist Profiline Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 79-100.
- Doru, Ö. (2017). *Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Talebinin Ekonometrik Modeller ile Analizi*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi.

- Ecemiş Kılıç, S., Türkoğlu, G. (2015). Geleneksel Yapılarda Konaklama Amaçlı Fonksiyon Değişiklikleri: Safranbolu Eski Çarşı Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(1), 39-56.
- Ekber, Ş., Mirzaeva, G. (2017). Azerbaycan'da İç Turizmin Yerel Turistler Tarafından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Erdoğan, M., Atak Çobanoğlu, Ş. (2019). Sustainable Cultural Heritage Management: Example Of Troy Archaeological Site. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(1), 35-58.
- Ersun, N., Arslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 31(2), 229-248.
- Fagence, M. (2003). *Tourism Destination Communities*. (Edited By S. Singh, D. J. Timothy And R. K. Dowling), Cambridge: Cabi Publishing.
- Ferudun, D., Poyraz, M., Nazik, L., Tuncer, K. (2010). *Türkiye'de Mağara Turizminin Unsurları ve Mencilis Mağarası (Safranbolu-Karabük) Örneği*. Ulusal Jeomorfoloji Sempozyumu.
- Gögebakan, Y. (2015). Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme ve Ekonomiye Katkısı. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 48-71.

- Gök, G., Ünüvar, Ş. (2012). Türkiye’de Kongre Turizminden Elde Edilen Gelirlerin Turizm Gelirleri İçindeki Payı. *Journal of Current Researches on Social Scienses*, 2(1), 39-55.
- Göktaş, L.S. (2016). *Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından İki İlin Karşılaştırılması*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Gönenç, G. (2005). *Safranbolu*. İstanbul: Ceyma Matbaacılık.
- Gülpınar Sekban, D.Ü., Bekar, M., Acar, C. (2018). Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden İncelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 349-361.
- Gürbüz, A. (2002). Yerel Kalkınma Stratejisi İçinde Turizm ve Safranbolu. *Bilig*, 22, 29-48.
- Gürdoğan Bayır, Ö., Çengelci Köse, T. (2018). Kültürel Miras ve Korunmasına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(4), 1827-1840.
- Gürsoy, Ş., Yılmaz, A., Cengiz, B. (2017). Tarihi Safranbolu Camilerinin Yapısal ve Mekânsal Özelliklerinin İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Mühendislik ve Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 5(2), 89-102.
- Gürsoy, Ş., Yılmaz, A., Cengiz, B. (2018). Köprülü Mehmet Paşa Camii’nin Bakım, Onarım, Güçlendirme ve Restorasyon Çalışmalarının İrdelenmesi. *Bartın Üniversitesi Mühendislik ve Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 6(1), 8-15.



- Hacıbebekoğlu, A., Oğuz Yiğitbaşı, G., Kaynar, T., Ergin, ., Beyazıt, E. (2014). *Safranbolu Esnaf ve Sanatkârlar Odası Kadın İş Gücü Sorunlar ve Çözümler Araştırması Projesi Raporu*. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı.
- Haner, B., Yılmaz, A., Kürkçüoğlu, M.E., Karadem, A. (2010). Mencilis (Bulak) Mağarasında Radon Seviyesi Ölçümleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 218-224.
- Hayta, Y. (2016). “Kent Kültürü ve Değişen Kent Kavramı”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 165-184.
- Hazar, A. (2016). *Çağdaş Değişimler ve Yenilenen Mevzuatlar Çerçevesinde Genel Turizm*. Ankara: Nobel Yayın.
- Holden, A. (2008). *Environment and Tourism, Second Edition*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- İncekara, B., Dördüncü, H., Özer, K.O. (2015). Turizm Ulaştırmasının Denizyolu Ulaştırıcılığı Yönünden Gelişimi. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-16.
- Kara, G., Gürbüz, A. (2017). Safranbolu’ya Gelen Turistlerin Yöresel Gıda Algısı ve Talep Durumu. *ANKA e- Dergi*, 2(2), 1-9.
- Karabaşa, S. (2014). Uygulamaları Açısından Somut Olmayan Kültürel Miras ve Folklor. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 20(80), 99-105.
- Kasap, M. (2018). *Yerli ve Yabancı Turistlerin Trabzon ve Rize Destinasyonlarına İlişkin Memnuniyet Durumlarının Belirlenmesi*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Kaya, M.C., Batman, O. (2016). Sakarya'nın Kongre Turizmi Pazarı Arz Analizi: Yerel Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 4(1), 79-97.
- Kervankıran, İ. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 345-369.
- Kervankıran, İ., Çuhadar, M. (2017). Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 1-18.
- Kılıçbey, M. (2017). *Genel Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması. *YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi*, 2(2), 64-79.
- Kızılgöl, Ö., Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-360.
- Kızılırmak, İ., Mugan Ertuğral, S. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 33-53.
- Koçan, N., Çorbacı, Ö.L. (2012). Tarihi Çevreleri Koruma Sürecinde Yeni Yaklaşımlar: Kongre Turizmi, Safranbolu Çarşı Örneğinde Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 31-36.
- Koçoğlu, C.M., Boztepe, B.Ö. (2017). Yerli Turistlerin Seyahat Davranışları Açısından Safranbolu'nun Kültürel Turizm Algısının İncelenmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 44-54.

- Kodaş, D., Sü Eröz, S. (2012). Kırsal Turizm ile Kültürel Turizmin Bütünleşmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 169-174.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozan, G.Y., Özdemir, S.S., Günlü, E. (2014). Turizm Yazınında “Deniz Turizminin” Olgusal Gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), 115-129.
- Köz, E.N. (2014). *Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Kuo, H.P., Wu, K. L. (2013). The Potential of Cultural Heritage Tourism to Promote Sustainable Urban Development: The Case of Tainan City. *Applied Mechanics and Materials*, 316-317: 446-450.
- Kuş, A. (2013). Safranbolu’da Zaman ve Yaşam. *Toraks Bülteni*, 76-78.
- Kütükçüoğlu, M. (2014). *Safranbolu Gezi Rehberi*. İstanbul: Altan Basım.
- Lake, L. (2009). *Consumer Behaviour for Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Languar, R. (1991). *Turizm – Seyahat Sosyolojisi*. (Çev. Gülser Öztunalı Kayır), İstanbul: İletişim Yayınları.
- McKercher, B., DuCros, H. (2015). *Cultural Tourism*. New York: Routledge.

- Meydan Uygur, S., Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar zerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Negiz, N. (2017). Kentlerin Tarihsel Sürdürülebilirliğinde Kültürel Miras: nemi ve Değeri zerine Düşünmek. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 159-172.
- Oral, B. (2019). Geleneksel Mimariye yknme Bağlamında Günümüz Safranbolu Sivil Mimarisi. *İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi*, 6(21), 597-631.
- zbey, V., Saban, D. (2019). Unesco Dünya Miras Listesi'ne Doğru Anavarza Antik Kenti. *Art-Sanat Dergisi*, 11, 299-324.
- zdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- zdemir, M., elik, D. (2013). Safranbolu İlçesinde Yemeni Yapımı. *Turkish Studies*, 8(6), 537-549.
- zdemir, . (2011) "Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (26), 129-141.
- Özel, .H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya ıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris rneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 57-68.
- Özgüner, Z. (2019). *retim İşletmelerinin Lojistik Faaliyetlerinde Süreçsel Etkinliğin Başarı Dinamikleri*. İstanbul: Hiperyayın.

- Öztürk, Y. (2012). *Turizmde Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Araştırma: Beypazarı Örneği*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 2.
- Page, S.J. (2009). *Tourism Management Managingfor Changethird Edition*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Pamuk, F. (2010). *Safranbolu Evlerinde Ahşap ve Metal Süslemeler*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Geleneksel Türk El Sanatları Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Patın, V. (1999). *Will Market ForcesRule?*. Unesco The Courier, 35- 36.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Polat, S., Aktaş Polat, S., Halis, M. (2013). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1), 69-85.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions And European Tourism*. New York: Cabı Publishing.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Rızazade, H., Guzel, Ö., Ehtiyar, R. (2018). Azerbaycan'da İnanç Turizminin Mevcut Durumunun Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Journal Of Awareness*, 3(5), 427-446.

- Safranbolu Kaymakamlığı, (2011). *Safranbolu Doğal Yürüyüş Parkurları*. İstanbul: Hizmet Birliği Kültür Yayınları.
- Salici, O., Özdaşlı, K. (2016). Türkiye Spor Turizminde Masa Tenisinin Yeri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 36-46.
- Sezer, İ. (2017). Kültür Turizmi Olanaklarının Değerlendirilmesi: Şebinkarahisar İlçesi Örneği. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 59, 37-60.
- Silberg, T. (1995). Cultural Tourism And Business Opportunities For Museums And Heritage Sites. *Tourism Management*, (16), 361-365.
- Somuncu, M., Yiğit, T. (2010). World Heritage Sites in Turkey: Current Status and Problems of Conservation and Management. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-26.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: Cabı Publishing.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism The new frontier*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2, 133-148.
- Şahiner, T. (2012). *İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Tezcan Kardeş, N., Sadık, R. (2018). Spor Turizmine Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Spor Eğitim Dergisi*, 2(2), 29-36

- Tokol, T. (2014). Geleneksel Türk Evinde Yalınlık” Safranbolu Kaymakamlar Evi Örneğinde İç Mekân Donatıları. *Sanat-Tasarım Dergisi*, 15-24.
- Tunçözgür, Ü. (2012). *Dünden Bugüne Safranbolu*. Safranbolu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Uca Özer, S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul’u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Uğur, İ. (2012). *Tarihi Kentlerin Turizm Destinasyonu Olarak Geliştirilmesi: Safranbolu Örneği*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ukav, İ. (2012). *Adıyaman’da Av Turizmi*. II. Disiplinler arası Turizm Araştırmaları Kongresi: 3-18, Antalya.
- Ulukavak, K. (2007). *Bir Safranbolulunun Penceresinden Safranbolu*. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Uspanova B. (2017). *Kazakistan’ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kültür Turizminin İncelenmesi*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Uysal, Ü.E., Özden, P. (2011). Cultural Tourism As A Tool For Urban Regeneration İn İstanbul. *WIT Transactions on Ecology and The Enviroment*, Vol 167, 389-400.
- Ünüvar, Ş. (2006). Pazarlama Aracı Olarak Konaklama İşletmelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 179-198.

- Üsküdar, Ş. (2012). *Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Wan, C. (2013). *'Tourism And Hospitality Studies'*. Introduction To Tourism.
- Woyo, E., Woyo, E. (2018). Towards the development of cultural tourism as an alternative for tourism growth in Northern Zimbabwe. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(1), 74-92.
- Yıldırım Saçılık, M., Toptaş A. (2017). Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 107-119.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yıldız, Z., Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, 35, 43-45.
- Yılmaz, E., Ön Esen, F. (2017). Muğla'da Şenlik Var: Geleneksel Yörük-Türkmen Şenliği Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 47, 564-582.
- Zengin, B., Eker, N. (2016). Sakarya İli Termal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 165-181.



## İnternet Kaynakları

[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072), Erişim Tarihi: 11.06.2020.

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri>, Erişim Tarihi: 11.06.2020.

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri>, Erişim Tarihi: 11.06.2020.

<http://tdk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 15.11.2019.

<http://whc.unesco.org/en/list>, Erişim Tarihi: 03.12.2019.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, Erişim Tarihi: 10.06.2020.

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/yabanci-ziyaretcilerin-profil>, Erişim Tarihi: 16.06.2020.

<https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 06.12.2019.

<http://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-Kültürel-Mirası-Temsili-Listesi>, Erişim Tarihi: 06.12.2019.

<https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22666/safranbolu.html>, Erişim Tarihi; 02.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR155851/safranbolu.html%2012.12.2018>, Erişim Tarihi; 02.01.2020.

<https://www.google.com/maps/place/Safranbolu>, Erişim Tarihi: 03.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-158335/tarih-icinde-safranbolu.html>  
Erişim Tarihi: 03.01.2020.

[https://www.nufusu.com/ilce/safranbolu\\_karabuk-nufusu](https://www.nufusu.com/ilce/safranbolu_karabuk-nufusu), Erişim Tarihi: 06.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156229/safranbolu-evleri.html>,

Erişim Tarihi: 11.01.2020.

[http://www.kasimsipahiogluKonagi.com/default.asp?page=gallerydetails&gallery\\_id=](http://www.kasimsipahiogluKonagi.com/default.asp?page=gallerydetails&gallery_id=)

37, Erişim Tarihi: 11.01.2020.

<https://blog.biletbayi.com/safranbolunun-tarihi-yerleri.html>, Erişim Tarihi: 13.01.2020.

[https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-166064/yemeniciler-ve-demirciler-](https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-166064/yemeniciler-ve-demirciler-arastalari.html)

arastalari.html, Erişim Tarihi: 15.01.2020.

<https://www.babahankonaklari.com/gezilecek-yerler>, Erişim Tarihi: 16.01.2020.

<https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-63697/onemli-tarihi-yapilar.html>, Erişim Tarihi: 17.01.2020.

<http://www.altuntop.org/islamvebilim/GunesSaatleri.asp>, Erişim Tarihi: 17.01.2020.

<https://www.batikaradeniz.net/358-yillik-tarihi-cami-restore-edildi/> Erişim Tarihi:

17.01.2020.

[https://haber.sat7turk.com/wp-content/uploads/2015/01/safranbolu-ulu-cami-ayestefenos-](https://haber.sat7turk.com/wp-content/uploads/2015/01/safranbolu-ulu-cami-ayestefenos-kilisesi.jpg)

kilisesi.jpg, Erişim Tarihi: 17.01.2020.

[https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/Eklenti/44621,safranbolu-rehberi-](https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/Eklenti/44621,safranbolu-rehberi-trpdf.pdf?0)

trpdf.pdf?0, Erişim Tarihi: 18.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156240/tarihi-camiiler.html>, Erişim

Tarihi: 19.01.2020.

[https://gulevisafiranbolu.wordpress.com/2013/02/19/eskicami-gazi-suleyman-pasa-camisi-](https://gulevisafiranbolu.wordpress.com/2013/02/19/eskicami-gazi-suleyman-pasa-camisi-safranbolu/)

safranbolu/, Erişim Tarihi: 19.01.2020.

<https://www.fotografturk.com/kacaklutfiye-camii-p68775>, Erişim Tarihi: 19.01.2020.

<https://www.gezilecekyerler.gen.tr/wp-content/uploads/2012/11/safranbolu-kazdağlıoğlu-cami.jpg>, Erişim Tarihi: 19.01.2020.

<https://www.safranboluevleri.net/safranboluda-han-hamamlar/>, Erişim Tarihi: 21.01.2020.

<https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-63697/onemli-tarihi-yapilar.html>, Erişim Tarihi: 21.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156237/tarihi-cinci-hani-ve-hamami.html>, Erişim Tarihi: 21.01.2020.

<https://islamansiklopedisi.org.tr/cinci-hani>, Erişim Tarihi: 21.01.2020.

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/gezilecekyer/cinci-hani>, Erişim Tarihi: 22.01.2020.

<https://www.etstur.com/Cinci-Han-Hotel>, Erişim Tarihi: 22.01.2020.

<https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-63697/onemli-tarihi-yapilar.html>, Erişim Tarihi: 24.01.2020.

<http://hotel.karabuk.edu.tr/cincihan.html>, Erişim Tarihi: 24.01.2020.

<https://www.flickr.com/photos/23416461@N03/4413895234/>, Erişim Tarihi: 24.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-155856/muzeler.html>, Erişim Tarihi: 28.01.2020.

<https://www.arkeolojikhaber.com/haber-muze-ev-olarak-kullanilan-kaymakamlar-evi-restorasyona-alinacak-19714/>, Erişim Tarihi: 28.01.2020.

<https://karabukogrenci.com/rehber/item/kaymakamlar-gezi-evi-safranbolu/>, Erişim Tarihi: 28.01.2020.

<https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/osmanlinin-yasama-bicimini-yansitan-konak-kaymakamlarevi,8ZW6zZT8UECEhKxCHUdhYg/ykrb9A4OWUKRKOiLEAvxhg>, Erişim Tarihi: 28.01.2020.

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/gezilecekyer/safranbolu-kent-tarih-muzesi>, Erişim Tarihi: 29.01.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156232/kent-tarihi-muzesi.html>, Erişim Tarihi: 29.01.2020.

<http://www.batikaradenizekspresgazetesi.com.tr/safranboluda-zamanda-yolculuk/11542/>, Erişim Tarihi: 30.01.2020.

<http://batikaradeniz.gov.tr/?p=3540>, Erişim Tarihi: 30.01.2020.

<https://www.arkeolojikhaber.com/haber-safranbolu-kent-tarihi-muzesi-10-yasinda-2458/>, Erişim Tarihi: 30.01.2020.

<https://altinsafran.org/tr/>, Erişim Tarihi: 02.02.2020.

<http://www.safranbolu.gov.tr/safran-bitkisi>, Erişim Tarihi: 04.02.2020.

<https://www.milliyet.com.tr/pembenar/uzman-diyetisyen-emel-yilmaz/safran-crocus-sativus-l-2721309>, Erişim Tarihi: 06.02.2020.

<http://www.halkinsesi.com.tr/m/?id=4898&t=makale>, Erişim Tarihi: 07.02.2020.

<https://bakkakutuphane.org/upload/flippage/bulten7/HTML/files/assets/common/downloads/publication.pdf>, Erişim Tarihi: 07.02.2020.

[http://www.yapi.com.tr/haberler/safranboluya-tarihi-saat-kulesi-gorunumlu-ust-gecit\\_132356.html](http://www.yapi.com.tr/haberler/safranboluya-tarihi-saat-kulesi-gorunumlu-ust-gecit_132356.html), Erişim Tarihi: 09.02.2020.

<https://seyyahdefteri.com/safranboluda-gezip-gorulecek-10-yer/>, Erişim Tarihi: 10.02.2020.

<http://rekreatifhaber.com/turizm/ulkemizin-gozde-kentlerinden-safranbolu>, Erişim Tarihi:  
12.02.2020.

<https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-63742/geleneksel-sanatlar---zanaatlar.html>, Erişim Tarihi:  
14.02.2020.

<http://bakkakutuphane.org/upload/dokumandosya/safranbolu.pdf>, Erişim Tarihi:  
14.02.2020.

<https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-63744/yiyecek-icecek.html>, Erişim Tarihi: 15.02.2020.

<http://safranbolu.bel.tr/kesfet/safranbolu-tatlari>, Erişim Tarihi: 15.02.2020.

<https://www.safranbolulezzetleri.com/Luks-Karisik-Lokum-Safrantat-46>, Erişim Tarihi:  
16.02.2020.

[https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/2B53C6F9-3539-4000-  
B0DD-E623155F98AD.pdf](https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/2B53C6F9-3539-4000-B0DD-E623155F98AD.pdf), Erişim Tarihi: 16.02.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-158369/dogal-guzellikler.html>,  
Erişim Tarihi: 17.02.2020.

<https://www.mynet.com/safranbolu-da-3-milyon-yillik-magara-110104300216#9915269>,  
Erişim Tarihi: 17.02.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-158369/dogal-guzellikler.html>,  
Erişim Tarihi: 18.02.2020.

[http://www.haber7.com/seyahat/haber/2902241-turkiyedeki-kanyonlar-bas-donduruyor-  
manzarasi-muazzam-11-kanyon/?detay=1](http://www.haber7.com/seyahat/haber/2902241-turkiyedeki-kanyonlar-bas-donduruyor-manzarasi-muazzam-11-kanyon/?detay=1), Erişim Tarihi: 21.02.2020.

<https://gezicini.com/kristal-cam-teras-safranbolu/>, Erişim Tarihi: 23.02.2020.

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231191/turist-istatistik-verileri.html>,

Erişim Tarihi: 23.02.2020.

## EKLER

### ANKET FORMU

Sayın Katılımcı; Bu anket 'Kültür Turizmi' ile ilgili yapılan bir yüksek lisans çalışması için hazırlanmıştır. Anketten elde edilecek veriler ve sonuçlar sadece bilimsel çalışma amaçlı kullanılacaktır. Dolayısıyla vereceğiniz tutarlı ve sağlıklı cevaplar çalışmanın güvenilirliğini ve doğru sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Anket formunu doldurmayı kabul ettiğiniz ve zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Seda GÖÇEN

KMÜ SBE Y. Lisans Öğrencisi

1. **Cinsiyetiniz:**             Kadın     Erkek
2. **Medeni Haliniz:**         Evli     Bekar     Boşanmış/Dul
3. **Yaşınız:**                 25 yaş ve altı     26-31 yaş arası     32-37 yaş arası  
 38-43 yaş arası     44-49 yaş arası     50 yaş ve üzeri
4. **Eğitim Durumunuz:**     İlkokul     Ortaokul             Lise     Ön Lisans  
 Lisans     Yüksek Lisans     Doktora
5. **Gelir Durumunuz:**     2020 TL ve altı     2021-3000 TL     3001-4000 TL  
 4001-5000 TL     5001 ve üstü
6. **Mesleğiniz:**             İşsiz     Ev Hanımı     Emekli     İşçi     Çiftçi  
 Memur     Serbest Meslek     Esnaf/Zanaatkâr  
 Tüccar/Sanayici     Diğer (belirtiniz).....
7. **Hangi İlden Geliyorsunuz? (Lütfen il plakasını yazınız) .....**
8. **Safranbolu'ya ilk kez mi geliyorsunuz?**  
 Evet     Hayır
9. **Safranbolu'ya nasıl geldiniz?**  
 Bireysel     Tur Organizasyonu ile

**10. Safranbolu'daki toplam kalış süreniz:**

- 1 gün       2-3 gün       4-5 gün  
 6-7 gün       8 gün ve üzeri

**11. Safranbolu seyahatinizde nerede konaklıyorsunuz?**

- Otel     Pansiyon     Konak (Geleneksel Safranbolu Evi)  
 Apart, kiralık ev     Misafirhane     Akraba/arkadaş yanında

**12. Safranbolu'ya gelmeden önce bölgeyle ilgili olarak hangi kaynaklardan bilgi elde ettiniz?**

- Önceki ziyaretler     Gazete, dergi, seyahat kitapları     İnternet  
 Seyahat acentesi     TV/Radyo     Arkadaş, meslektaş, akrabalar

**13. Safranbolu'yu ziyaret etmenizin temel amacı nedir? (Lütfen tek bir seçenek işaretleyiniz.)**

- Tatil     Akraba/arkadaş ziyareti     İş     Toplantı/Konferans  
 Alışveriş     Spor etkinliği     Kültürel nedenler  
 Diğer (belirtiniz).....

**14. Tarihi ve kültürel varlıklar ilginizi çeker mi?**

- Evet                       Hayır

**15. Farklı kültürlerden insanlar tanımak hoşunuza gider mi?**

- Evet                       Hayır

**16. Kültürel varlıkları ziyaretinizde kapsamlı bilgi araştırması yapar mısınız?**

- Evet                       Hayır

**17. Safranbolu seyahatinizden memnun musunuz?**

- Evet                       Hayır



**18. Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?**

Evet  Hayır

**19. Safranbolu'yu tekrar ziyaret etmek ister misiniz?**

Evet  Hayır

No	İFADELER (Lütfen aşağıdaki Safranbolu ile ilgili ifadelere katılma durumunuzu gösteren sütuna (X) işareti koyunuz)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Safranbolu'nun sahip olduğu kültürel varlıklar şehri ziyaretimde önemli rol oynadı.					
2	Safranbolu'yu tanıtım faaliyetleri şehri ziyaretimde önemli rol oynadı.					
3	Safranbolu'nun (tarihi ve kültürel zenginlik bakımından) imajı, seyahatimde burasını tercih etmemi sağladı.					
4	Kültürel varlıklarla ilgili deneyimlerim kültür amaçlı ziyaretimde Safranbolu'yu seçmemde etkin rol oynadı.					
5	Safranbolu tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur <i>(Doğal ve yapay güzellikleriyle turistik çekiciliği olan bir bölge)</i> .					
6	Safranbolu, dünyadaki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.					
7	Safranbolu seyahatim tamamen kültürel amaçlıdır.					
8	Safranbolu'nun kültürel kaynaklarının dışındaki diğer turizm olanakları (eğlence, alışveriş, iş vb.) destinasyon seçimimde etkili oldu.					
9	Safranbolu'yu tercih etmemdeki en önemli faktör arkadaş veya akrabalarımın kişisel tavsiyeleridir.					
10	Şehirdeki turistik destekleyici hizmetler (danışma büroları, park imkanları, işaretler, haritalar vb.) oldukça yeterlidir.					
11	Alışveriş yaparken esnafın çok ısrarcı tavrı rahatsız edicidir.					
12	Safranbolu'daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.					
13	Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Safranbolu'nun tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.					
14	Safranbolu'daki tarihi ve kültürel yapıları gezmek, bölgenin tarihi geçmişinin anlaşılmasını sağlamaktadır.					
15	Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.					
16	Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras listesinde yer alması kent için kazanımdır.					

17	Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu'nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.					
18	Safranbolu'da turistik amaçlı kullanılabilir mekanların sayısının artırılması ve kültür altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.					
19	Safranbolu ziyaretim genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı.					
20	Safranbolu'ya ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.					

<b>Lütfen, Safranbolu'yu Aşağıdaki Kriterlere Göre Değerlendiriniz.</b>						
<b>No</b>	<b>KRİTERLER</b>	<b>Çok Kötü</b>	<b>Kötü</b>	<b>Orta</b>	<b>İyi</b>	<b>Çok İyi</b>
	<b>Safranbolu'da;</b>					
1	Manzara/doğal çekicilikler					
2	Tarihi çekicilikler					
3	Kültürel çekicilikler					
4	Yiyecek ve içecek hizmetleri					
5	Konaklama tesislerinin kalitesi					
6	Yöresel yemekler					
7	Eğlence ve gece yaşamı					
8	Yerel festivallerin varlığı/imkânı					
9	Turistik çekiciliklerin çeşitliliği					
10	Kültürel miras					
11	Kültürel etkinliklerin çeşitliliği					
12	Trafik alt yapısı					
13	Can ve mal güvenliği					
14	Sağlık hizmetleri					
15	Temizlik ve hijyen					
16	Alışveriş imkanları					
17	Genel fiyat seviyesi					
18	Yerel turlar/geziler					
19	Yerel halkın konukseverliği					
20	Hediyelik eşya ve el sanatları					
21	Rehberlik hizmetleri					