2nd International Congress of Tourism & Management Researches – 2015
01 – 03 Mayıs 2015, Kuşadası, Türkiye

Tarihi Kentler Ve Turizm: Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Safranbolu'da Turizm Gelişimine İlişkin Algıları

Mustafa BOZ[a*] , İsa UĞUR

[a]*Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye*

Öz

Son yıllarda turist tercihlerine bağlı olarak turizm türleri de hızlı bir değişim göstermektedir. Bilinen turizm hareketleri yanında, tarihi, kültürel ve çevresel öğelerin ön planda olduğu turizm türleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu konulara önem veren, tarihi ve kültürel dokuyu ön planda tutan destinasyonlar giderek daha fazla tanınmakta ve turizm endüstrisinde kendilerini daha fazla hissettirmektedirler. Bu çalışmada UNESCO Dünya Mirası listesinde bulunan Safranbolu tarihi kentinin sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal zenginliklerin daha iyi değerlendirilebilmesi için öneriler geliştirilmiştir. Bu amaçla, literatür taraması yapılarak konu ile ilgili çalışmalar incelenmiş, uygulama bölümünde konaklama işletmeleri yöneticilerine yüzyüze anket uygulanarak algıları, görüşleri ve önerileri öğrenilerek öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın giriş bölümünde, turizm endüstrisinde ortaya çıkan gelişmeler, tarihi kent ve destinasyon ilişkisi, tarihi bir kent olarak Safranbolu'nun turizm potansiyeli belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın özünü oluşturan ve alan araştırmasını içeren ikinci bölümde, Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yöneticileri ile yüz yüze görüşme yoluyla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anketin genel olarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Anketin sonuçlarının istatistiksel olarak değerlendirilmesinde, frekans dağılımlarından yararlanmanın yanı sıra, likert ölçekli sorularda ortalamalar arası anlamlı farklılıklar bağımsız iki grup arası farkların testi, varyans analizi (ANOVA) testleriyle ayrıca araştırılmıştır. Araştırma sonucunda Safranbolu'da ki turizm alt yapısının yetersiz olduğu, konaklama işletmelerinin düşük kapasite ile çalıştıkları, Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç bulunduğu, kentin turizminin gelişmesi için ürünlerin kalite düzeylerinin arttırılması gerektiği ortaya çıkan bulgulardan bazılarıdır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Destinasyonu, Tarihi Kentler, Kültür Turizmi, Safranbolu

Abstract

There has been a rapid change in the tourism types and tourist demands in the last two decades. Besides conventional tourism activities, new tourism activities that incorporated into cultural, historical and environmental elements have gained more importance in the world. The destinations give priority to these issues and give precedence historical and cultural texture over others are increasingly being more popular and can make its presence felt in tourism phenomenon.

In the introduction part of the study, developments in tourism industry, the relationship between historical city and destination is mentioned. In the second part of the study, which includes field research, a face to face interview has been realized among the managers of accomodation establishments in Safranbolu. In general, the reliability of the questionnaire was analyzed. In the statistical evaluation of the results of the survey, frequency distribution was utilized, in the Likert-scale questions, significant differences between means were analyzed by independent-samples t-tests, One- way ANOVA tests. In the last part of the study, statistical analysis were interpreted and some suggestions have been made.

Key Words: Tourism Destination, Historical Cities, Cultural Tourism, Safranbolu

Giriş

Dünyada ve ülkemizde turizm, çekicilik özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Turistlerin tercih ve talepleri her geçen gün çeşitlenmekte ve değişmektedir. Turizm pazarında yaşanan bu gelişmeler ve değişiklikler kentlerin turizm destinasyonu olarak gelişmesini de etkilemektedir. Turistlerin bir kenti veya şehri ziyaret etmesinin alış-veriş, arkadaş veya akraba ziyareti, merak, tarihi miras, sanat, kültür ve çevresel faktörler gibi pek çok nedeni bulunmaktadır. Günümüzde tarihi-turistik kent özelliğine sahip destinasyonlara yönelik talep giderek artmaktadır.

Tarihi miras özelliği ile başlı başına bir çekim unsuru olan kentler, aynı zamanda bölgede diğer pek çok unsurun pazarlanmasını da kolaylaştırmaktadır. Türkiye turizminin bir bütün olarak pazarlanmasının yanında kentlerin de turizm destinasyonu olarak geliştirilerek pazarlanması giderek önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle farklı tarihi ve kültürel varlıklara sahip olan kentler başlı başına önem kazanmaktadır. Tarihi-turistik kent kavramı olarak değerlendirildiğinde, tarihsel, kültürel ve çevresel özellikleri ile bilinen Safranbolu, gerek ulusal gerekse uluslar arası turizmde önemli bir potansiyele sahip bulunmaktadır. 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine alınması, Safranbolu'nun bilinirliliğini arttırmakta, bu durum her yıl artan yerli ve

yabancı turist sayısı ile kendisini göstermektedir. Kentin sahip olduğu tarihi ve doğal güzellikleriyle birlikte turizm destinasyonu olarak pazarlanmasında talep artışlarına hazırlıklı olabilmesi için gerekli iyileştirmelerin ve düzenlemelerin yapılması bölge turizminin gelişmesi için gereklidir. Ayrıca; bir kentteki turizm potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesi, daha etkili sunulabilmesi ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için, tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerin yanında, turistlerin beklentilerinin, istek ve ihtiyaçlarının karşılanması da büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, yukarıda belirtilen konular ışığında, Safranbolu'nun turizm açısından genel olarak değerlendirilmesi, sahip olduğu tarihi ve kültürel varlıklarının değerlendirilmesine yönelik algılamalar çerçevesinde bölgenin daha iyi bir turizm destinasyonu olarak geliştirilebilmesi için yapılması gerekenlerin belirlenmesi ve öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Turistler ile yakın ilişki içerisinde bulunan, turizm endüstrisinin önemli paydaşlarından konaklama işletmelerinin yöneticilerinin algı ve görüşlerinin önemli olduğu, bölge turizmin gelişmesi için alınacak önlem ve oluşturulacak program ve planların hazırlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Kentlerin Destinasyon Olarak Pazarlanması

Kentlerin destinasyon olarak pazarlanması kavramı, bazı gelişmiş ülkelerde eskiden beri kullanılsa da gelişmekte olan birçok ülke açısından popülerliğini yeni kazanan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Şehir pazarlaması, şehrin potansiyelinin ortaya konulması ve bu potansiyeli halkın etkin bir şekilde kullanabilmesi için önemli faydaları içerir (Deffner ve Liouris, 2005: 3). Kotler ve diğ., (1993:18) kent pazarlamasını "*hedef pazarların ihtiyaçlarını tatmin edecek şekilde kentin tasarlanması*" olarak ifade etmektedir. Kentlerin turistlere etkin bir destinasyon olarak pazarlanabilmesi için hedef kitleye uygun ürün ve hizmetler geliştirmek ve bunları etkili bir şekilde sunmak gerekmektedir. Bir kentin genel olarak turistlere sunabileceği ürünler ve hizmetler

aşağıda sıralandığı gibi dört grupta toplanabilir (Yıldırım ve Teberler, 2006:862; Koçak ve Tandoğan, 2008: 7):

- Kentlerdeki tiyatrolar, gösteriler, müzeler, konserler, spor faaliyetleri ve çeşitli etkinlikler
- Kentin canlılığı, yerel gelenekler, folklor, diller, güvenlik, yerel halkın yaşamı, kentin fiziksel ve sosyo-kültürel özellikleri
- Oteller, yeme içme işletmeleri, seyahat acenteleri, sahip olunan pazarlar ve alışveriş imkânları
- Kente ulaşılabilirlik, enformasyon ve bilgilendirme ofisleri ile otopark olanakları

Bu özelliklerin dışında kentlerin pazarlanmasındaki önemli bir nokta da yerel yöneticilerin ve otoritelerin bölge üzerindeki rolüdür. Yerel yönetim ve otoriteler, kentlerin destinasyon olarak pazarlanmasına çeşitli projeler geliştirerek, şehrin reklamını yaparak ve pazarlama sürecinde yönetime katılarak destek vermelidir (Metaksas, 2007: 409).

1.2. Tarihi Kentler ve Turizm

Tarihi kent deyimi, çeşitli özellikleriyle arkeolojik sit alanlarını ve ören yerlerini kapsayan çok geniş bir anlam içermektedir. Hiç kuşkusuz,‘‘Safranbolu’’, ‘‘Efes’’, “Beypazarı”, ‘‘Hattuşaş’’ gibi yerler tarihi kent örnekleri arasında gösterilebilir. Ayrıca tarihi kentler bir ulusun kimliğini ve karakterini ortaya çıkarmada yardımcı olan en önemli sergi alanlarıdır (Tarihi Kentler Birliği, 2004:312). UNESCO’nun (2014) ICOMOS (Uluslar arası Anıtlar ve Sitler Konseyi) Washington Sözleşmesi’nden aldığı tanıma göre “Tarihi kentsel alan irili ufaklı tarihî kentsel alanlar, şehirler, kasabalar, tarihî merkezler ve mahaller, doğal veya insan eliyle inşa edilen çevrelerdir. Bu alanlar, tarihî belge olmalarının ötesinde geleneksel kent kültürlerinin değerlerini içlerinde barındırmaktadırlar”. Tarihi ve kültürel çevrelerdeki kent kavramı geçmiş medeniyetlerden miras kalan, belirli bir dönemin mimari yapısının özelliklerini, mekân kullanımını, yaşam biçimlerini vb. durumları yansıtan yaşayan belgeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşam koşullarının teknoloji ile birlikte gelişen yapım tekniklerinin hızla değiştiği bir dünyada, kentsel tarihi yerler geçmişte nasıl bir çevre içinde yaşandığını gösteren açık hava müzeleri olarak da düşünülmektedir (Erdem,

2007: 8). Tarihi kentler ve çevreler, geçmişin en önemli tanıkları olup bugüne kalabilen nadide miraslardır. Tarihi ve kültürel kent yapıları, kentlerin geçmişine ait üslupları, yaşamlarını ve özgün kimliklerini ele verir. Tarihi çevreyi oluşturan yapıların bir kısmı günümüze kadar ayakta kalmayı başarabilmişken bir kısmı ise harap olup yok edilmiştir. Özellikle turizm amaçlı kullanılan tarihi yapıların bölge için önemi, günümüzün gelişen turizm olgusunda önemli bir paya sahip olabilmektedir (Anıl, 2007:28).

Şehir Plancıları Odası'na (2005:18) göre tarihi kentler, farklı kentsel kullanım alanlarının bir arada ve birbirleriyle ilişki içinde bulunduğu dokular olarak tanımlanmaktadır. Bu dokular tarihi kent içinde belli bir kültür birikimini barındıran, geçmişin üzerinde izler taşıyan ve bu izlerin oluşturduğu bir özelliği olan alanlardır. Ayrıca günümüze kadar ulaşmış olan tarihi kent merkezleri ticaretin yoğun olduğu ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkilerin geleneksel anlamda yaşandığı alanlar olmuştur.

Dünya Mirasları olarak adlandırılan tarihi ve kültürel çevreler kısa adı UNESCO (2009) olan Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu tarafından Doğal Miras, Kültürel Miras ile her ikisini de taşıyan Doğal ve Kültürel Miras olarak üç kategoride değerlendirilmektedir. Günümüzde tarihi mekanlara ve kültürel mirasa olan ilginin artmasıyla tarihi alanların sunduğu çeşitlilikler, kent turizminde yeni oluşumlar ortaya çıkarmıştır (Jansen-Verbeke ve Lievois, 1999: 82). Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC) (2006) tarafından yapılan bir araştırmaya göre; Avrupa'ya giden turistlerin %20'sinin ziyaret sebepleri kentin tarihi dokusuna ve kültürüne olan merak olarak belirtilmiştir. Özellikle Prag, Paris,Venedik gibi bazı kentler sahip oldukları tarihi ve kültürü ön plana çıkararak turizm destinasyonu olarak gelişmeyi başarabilmişlerdir. Fainstein (2007: 4)'a göre, kentlerin sahip oldukları özgün yapı ve dokular onların turizm için pazarlanmasında en önemli araçlardır. Bunun yanında kentlerin ekonomik, sosyal ve çevresel olarak da gelişmesine yönelik stratejiler olarak görülmektedir

1.3. Tarihi Bir Kent Olarak Safranbolu

Safranbolu, önemli tarihi mirasları ve kültürel çekicilikleri ile Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesinde, Karabük iline bağlı dünya çapında tarihi bir kent olarak tanınmaktadır. Tarihi yaklaşık 5000 yıl öncesine dayanan Safranbolu ilk olarak Gasgaslara ve sonrasında Hititler, Lidyalılar, Persler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılar gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Karabük Valiliği, 2012). Türklerin Anadolu'ya gelmesinden sonra, Safranbolu tarihi gelişmeye başlamıştır. Tarihi Bizanslıların ve Türklerin elinde şekillenen kent 18.yy'dan itibaren önce Zağfiranbolu adıyla anılırken 1940'lardan sonra Safranbolu adını almıştır (Gönenç, 1994:6).

1937 tarihinde Karabük Demir-Çelik fabrikasının kurulması ve lonca örgütlerinin kaldırılması ile Safranbolu'nun ekonomik yapısı bozulmuş ve bölge ekonomisi zarar görmeye başlamıştır. Ayrıca Safranbolu halkının fabrikada çalışmayı tercih etmesi bölgenin tarımsal üretimini de olumsuz yönde etkilenmiştir. Safranbolu'da turizmin yeni bir sektör olarak ön plana çıkması ve halkın hava kirliliği sebebi ile Safranbolu'ya göç etmesi bölgenin ekonomik yapısının yeniden canlanmasını sağlamıştır. Özellikle son yıllarda gelişme eğilimi gösteren turizm hem bölgenin hem de bölgedeki sektörlerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Safranbolu Kaymakamlığı, 1997: 12).

Osmanlı- Türk mimarisinin bozulmadan günümüze kadar korunduğu ve sahip olduğu birçok tarihi ve kültürel değeri ile Safranbolu 1994 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Listesine alınmıştır (Gürbüz, 2002: 50). Safranbolu günümüze kadar özgünlüğünü bozmadan ulaşan sanat ve mimarlık tarihi bakımından önemli birçok yapıya sahiptir. Safranbolu'nun sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler yanında doğal güzelliklerinin de olması bölgenin turizmini çeşitlendirmektedir. 1975 yılında Yüksek Anıtlar Kurulunun Safranbolu'yu "Kentsel Sit" ilan etmesiyle, akademik düzeyde başlayan kente olan ilgi zamanla tüm dünyaya yayılmıştır. O yıllarda gelen ziyaretçileri evlerinde misafir eden Safranbolu, bundan maddi bir kazanç sağlamadan turizm olgusu ile tanışmıştır. 90'lı yılların başından bu yana küçük ve orta ölçekli turistik tesis sınıfına giren işletmelerin açılması ile, nihayet turizm kent ekonomisinde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Safranbolu sahip olduğu kültürel mirası ve bu mirası korumadaki başarısı ile 1994 yılında UNESCO tarafından "Dünya Miras Kenti" unvanını almış, bu da Safranbolu'nun tüm dünyada daha çok ilgi çekmesini sağlamıştır (Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014). Gelen yerli

ve yabancı ziyaretçi sayısı ile turistik yatak kapasitesi her yıl artmaktadır (Türker, 2005:1). 2000 yılında 63.137 olan toplam turist sayısı, 2005 yılında 98.281 kişiye, 2010 yılında 160.740 kişiye, 2013 yılında da 239.466 kişiye ulaşmıştır (Safranbolu Turizm Danışma Bürosu, 2014).

Safranbolu tarihi kentinin turistik çekim noktaları aşağıdaki gibi özetlenebilir (Karabük İl Turizm Müdürlüğü, 2014; Safranbolu Turizm Danışma Bürosu, 2014):

Kentin turistik ve tarihi eserlerinin yoğunlaştığı bölge "Çarşı" kesimidir. Bu bölge kuzeydeki Kale ile güneydeki Hıdırlık Tepesinden izlenebilir. Daha güneyde kalan mezarlık ise en iyi görüntüyü verir. Kale ve çevresi ilk yerleşim alanıdır. Tepede bulunan Eski Hükümet Binası, Saat Kulesi, Cephane Binası, Eski Hapishane Binası bu bölgede görülmeye değer tarihi yapılardır. Üzerinde iki anıt mezar bulunan Hıdırlık Tepesi, eski zamanda açık hava namazgâhı olarak kullanılmıştır. Bu tepeden bakıldığında, Çarşı Bölgesindeki anıtsal değerleri bir arada görmek mümkündür. Kentteki 25'in üstündeki tarihi camiden özellikle Köprülü Mehmet Paşa Camii, İzzet Mehmet Paşa Camii, Kazdağlıoğlu Camii, Dağdelen Camii, Kaçak Camii, Mescit Camii ile Cinci Hanı ve Cinci Hamamı Ulu Camii (Ayestefenos Kilisesi), turistlerin ilgi gösterdikleri tarihi eserlerdir. Safranbolu'da üretim ve ticaret Lonca sistemi ile yürütülen çeşitli çarşılarda yapılmaktaydı. Bu gün halen üretimin sürdüğü Demirciler, Bakırcılar, Kalaycılar ve Semerciler Çarşıları kentteki el işçiliğinin devamını sağlamaktadır. Restore edildikten sonra el sanatlarının satıldığı merkez haline gelen Yemeniciler Arastası ve çevresindeki dükkanlar, kente gelen turistlerin Safranbolu'ya özgü hediyelik eşya bulabileceği yerler arasındadır. Safranbolu'yu ülkemizde ve dünyada üne kavuşturan Safranbolu Evleri, kentin Çarşı, Kıranköy ve Bağlar semtlerinde toplanmıştır. Her yıl yüzbinlerce turistin kente gelmesine neden olan Safranbolu Evleri 18. ve 19. yy. Türk Toplumunun geçmişini, kültürünü, ekonomisini, teknolojisini ve yaşama biçimini yansıtan bir mimarlık tarzı ile yapılmışlardır. Sayıları 5'e ulaşan özel gezi evleri (Kaymakamlar, Kileciler, Mümtazlar, Kara üzümler, Kavsalar) kente gelen turistlere Safranbolu Evi ve yaşamının tüm özellik ve güzelliklerini yansıtmaktadır. Safranbolu ve çevresindeki potansiyel turistik alanlardaki faaliyetler tablo 1'de gösterilmektedir (Gürbüz, 2002: 52):

Tablo 1. Turizm Türleri Bakımından Safranbolu ve Çevresindeki Potansiyel Turistik Alanlar

TURİZM ÇEŞİTLERİ	SAFRANBOLUDAKİ TURİSTİK ALANLAR
Kültür Turizmi	Tarihi Safranbolu Evleri Tarihi camiler Kent Müzeleri Yörük Köyü ve Yazı Köy'deki tarihi ve kültürel değerler St. Stefanos Kilisesi (Ulu Camii) Türbeler, Tekkeler Eskipazar'daki Hadrianapolis antik şehri Kaya Mezarları Tarihi çeşmeler, hamamlar, köprüler, su kemeri, han
Doğa Turizmi	Keltepe, Tokatlı, Düzce ve Sakaralan (Konarı) ve Şeker Kanyonları
Yayla Turizmi	Avdan Yaylası, Sorgun Yaylası, Dede Yaylası, Büyük Düz Yaylası, Küçük Düz Yaylası, Çakırören Yaylası, Küçük Yayla, Arıcak Yaylası, Sarıçiçek Yaylası, Ulu Yayla, Gök tepe Yaylası, Çetiören Mesire Alanı, Eğri OvaMesire Yeri, Dede Yaylası, Eflani Mesire Alanı, Boduroğlu Yaylası
Mağara Turizmi	Bulak (Mencilis) Mağarası, Hızar Mağarası

Kaynak: Gürbüz A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi,* Sayı; 1-2, 2002: 52.

Safranbolu'da 1975 yıllarında başlayan turizm hareketi ilerleyen yıllarda bazı sorunlarla karşılaşmıştır. Bu sorunları Türker (2005:9) ve Gürbüz (2009:13) şu şekilde ifade etmektedir:

- Safranbolu turizminin temel sorunlarından birisi turistlerin konaklama sürelerinin 1-2 gecelemeyi geçmemesidir. Bunun en önemli nedenlerinden biri turistik ürünün tek tip olması, ilçede turistik ürün çeşitlendirilmesine gidilememesi ve yeterli turistik aktivite yaratılamamasıdır.

- İşletme yöneticileri ve halk tarafından Safranbolu'daki turistik alt yapının yetersiz olduğu düşünülmektedir.

- Günümüzde kongre turizmi kapsamında yapılan şirket ve bilimsel toplantıların alternatif turizm destinasyonlarında yapıldığı ve toplantıların bir bölümünün Safranbolu'da yapılması

istenmesine rağmen, yeterli kapasitede ve ölçekte işletme olmaması nedeniyle talepler karşılanamamaktadır.

- Safranbolu'nun sahip olduğu turistik yerlerin ve ürünlerin yeterince tanıtılamaması ve pazarlanamaması sorun teşkil etmektedir.

- Turistik anlayış henüz sağlam temellere oturmamıştır. Önceleri turizm ev pansiyonculuğu şeklinde yeterli mesleki eğitimi olmayan kişiler tarafından yapılmaya başlanmıştır. Günümüzde de ilçede mesleki turizm eğitimi (turizm meslek liseleri ve meslek yüksek okulu) veren kurumlar bulunmasına rağmen bu eksiklik hala giderilememiştir.

1.4. Konu ile İlgili Literatür

Turistlerin diğer ülke ve yöre kültürlerini, geçmiş ve güncel yaşam tarzlarını merak etmeleri ve deneyimlemek istemeleri, kültür turizminin giderek önem kazanmasına, dolayısıyla tarihi kentlere ilginin artmasına yol açmıştır. Turizmin gelişmesi, tarihi kentleri de ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel açılardan olumlu ve olumsuz olarak etkilemektedir. Olumsuz etkileri en aza indirebilmek için tarihi kentlerde de sürdürülebilir toplum temelli turizm stratejilerinin izlenmesi kaçınılmazdır. Ülkemizde ve dünyada tarihi kentlerde turizmin gelişimini ve etkilerini farklı açılardan inceleyen çalışmalara ilgi gittikçe artmaktadır. Bunlardan bazı örnekler aşağıda sunulmuştur.

Parlett ve diğerleri (1995) eski Edinburg kenti üzerine yaptıkları çalışmada, sürdürülebilir turizm kaynaklı ekonomik gelişmeye ve sosyal canlılığa ulaşmak için tasarlanmış stratejiler üzerinde durmuşlar, turizmin eski kentteki ekonomik etkisini değerlendirmek için bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Çalışmanın en önemli bulgularından birisi olarak turizmin eski kent ekonomisinin temel ekonomik dinamosu olduğu sonucuna varmışlardır. Jansen-Verbeke (1998) yaptığı çalışmada, büyüyen bir pazar bölümü olarak kültürel turizmin tarihi kentlerin ekonomik bakımdan yeniden canlanması için yeni fırsatlar sunduğunu, ancak aynı zamanda turistikleşme sürecinde kültürel kaynakları standartlaştırmanın tehdit oluşturduğunu belirtmiştir.

Russo (2002) uygulamasını Venedik üzerine yaptığı çalışmasında, turizmin mekansal organizasyonu, tarihi şehirlerdeki turizm ürünlerinin kalitesi ve bölgesel ekonomilerin dinamikleri

arasındaki çok katmanlı ilişkileri araştırmış, sürdürülebilir turizm için etkili politikalar oluşturularak, kültürel kaynakların kalitesi ve erişilebilirliği gibi kısır döngünün beslediği kritik noktalara müdahale edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Vinuesa ve Torralba (2010) çalışmalarında eski şehirlerin, eski ve yeni fonksiyonlarının sürekli olarak gerginlik içinde, bir arada bulunduğunu, değişim gerginliğinin ve eski şehrin uzantılarının yeni ihtiyaçlara adapte edilirken şehir ve turizm planlamasında sorunlarla karşılaşıldığını vurgulamışlardır. Turistik talebin artmasıyla birlikte tarihi İspanya kentlerinde otel ve restoranların modernize edildiğini, ağırlama hizmetlerinin geliştiğini, şehir merkezlerinin daha uyumlu hale getirildiğini ve kültürel etkinliklerin çeşitliliğinin geliştiğini ortaya koymuşlardır. Snaith ve Haley (1999) yaptıkları çalışmada İngiltere'nin York kentinde turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve yerel halkın turizmin gelişmesini destekleme konusunda homojen davranmadıklarını ortaya koymuşlardır. Nitekim, yerel halkın turizm ve yönetimi konusundaki görüşlerinin sosyo-ekonomik ve demografik göstergeler genelinde önemli ölçüde farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Uslu ve Kiper (2006) özellikle kırsal bir yerleşmede yer alan, turizm aktivitelerinin yerel kimlik üzerine etkileri ve yerel halkın turizmin etkisi hakkındaki farkındalığını araştırdıkları çalışmalarında, doğal ve kültürel peyzaj özellikleri nedeni ile yoğun olarak turizm aktiviteleri görülen Beypazarı'nda yerel halkın turizmin etkileri hakkındaki görüşlerini değerlendirmişlerdir. Kara'da (2011) uygulamasını Beypazarı'nda gerçekleştirdiği çalışmasında turistik ticari halkbilimsel ürünleri (TTHÜ) inceleyerek, TTHÜ'lerin yaratım ve kullanım sürecindeki turizme bağlı değişmeleri ve TTHÜ'lerin yerel halk için anlam ve değerini belirlemeye çalışmıştır.

Gürbüz (2002) uygulamasını Safranbolu'da gerçekleştirdiği çalışmasında, turizmin sosyal çevre ve yaşam üzerine olası etkilerini araştırdığı çalışmasında şu sonuca ulaşmıştır. "Turist ile turist kabul eden yöre halkı arasında meydana gelebilecek olumsuz olayların sonuçlarını ortadan kaldırabilmek için öncelikle ev sahibi konumunda bulunan yöre halkının eğitimine önem vermek gerekmektedir."

Özdemir (2011) çalışmasında Türk kentsel tarihinin iyi korunmuş örneklerinden biri olan Safranbolu'nun, kültürel miras turizm merkezlerinden biri haline gelmesinin Beypazarı gibi bazı yerleşmelere de örnek oluşturduğunu, bu başarıda yöre halkı, yerel yönetim ve meslek

yüksekokulunun ortak çabalarının olduğunu vurgulamaktadır. Ancak, kültürel miras kaynaklarının kontrolsüz bir şekilde otel, motel ya da pansiyon gibi turizm tesislerine dönüştürülmesinin orijinalliğin kaybolmasına yol açarken, turizm konusunda birikimi olmayanların sektörde girişimciliğe yönelmesinin de, yöre turizminin önündeki bir diğer problem olduğunu belirtmiştir.

2. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yöneticilerinin, Safranbolu'da turizm gelişimine ilişkin algıları ve görüşlerinden yararlanılmıştır. İşletme yöneticilerine yönelik hazırlanan anketlerle elde edilen bilgiler sonucunda ortaya çıkan bulgular değerlendirilmiştir**.**

2.1. Araştırmanın amacı, Araştırmanın modeli, Evren ve örneklem, Kullanılan ölçme aracı

Safranbolu'nun turizm destinasyonu olarak daha fazla geliştirilebilmesi ve turizmin çeşitlendirilebilmesi için yapılması gerekenleri belirleyebilmek amacıyla tanımlayıcı araştırma yöntemi uygulanmıştır. Bu amaçla, ilk bölümde konu ile ilgili literatür incelenmiş, uygulama bölümünde konaklama işletmelerinin yöneticileri ile yüzyüze anket yöntemiyle görüşülmüştür. Bölgenin arz yönünü temsil eden unsurlardan, Safranbolu tarihi kentinde faaliyet gösteren belediye ve turizm işletme belgeli konaklama tesisleri araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Konaklama işletmelerinin tamamı örnekleme dahil edilerek tam sayım uygulanmıştır.

Safranbolu tarihi kentinde faaliyet gösteren konaklama tesisi yöneticilerinin bölgedeki turizmin gelişimine, turizmin sorunlarına yönelik algılarının belirlenmesi amacıyla veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Geliştirilen anket formları 1 Haziran 2011– 30 Temmuz 2011 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket formu, Chen ve Gürsoy (2001)'un "An Investigation of Tourists' Destination Loyalty and Preferences" başlıklı çalışması ile İrlanda Ulusal Turizm Geliştirme Otoritesi (National Tourism Development Authority) tarafından hazırlanan Historic Towns in Ireland (2010) başlıklı araştırma projesi'nden yararlanılarak

hazırlanmıştır. Anket formu önteste tabi tutulmuş, anlaşılır olduğu, gerekli geçerliliği sağladığı tespit edildikten sonra uygulanmıştır

Anket formu nicel ve nitel toplam 37 soru ve ifadeden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü işletmecilerin kentin turistik alt ve üst yapısı, (10 soru) genel turizm arzı (11 soru) ve tarihi turizm kenti imajını (10 soru) belirlemelerine yönelik 25 ifadeden meydana gelmiştir. Bu ifadelerin 5'li likert tip ölçek ile (1: kesinlikle katılmıyorum dan 5: kesinlikle katılıyorum olacak şekilde) cevaplandırılması istenmiştir. Anketin ikinci bölümü ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik tanımlayıcı sorulardan oluşturulmuştur.

2.2. Araştırmaya Katılan İşletme Yöneticilerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

İşletme yöneticilerine yönelik yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler bilgisayara yüklenmiştir. Tam sayım yöntemi uygulanmasına rağmen sayının az olması ve keşfe yönelik istatistiksel teknikler kullanılmadığından değişkenler arasında ilişkiler anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 2. İşletme Yöneticilerinin Frekans Analizi Sonuçları

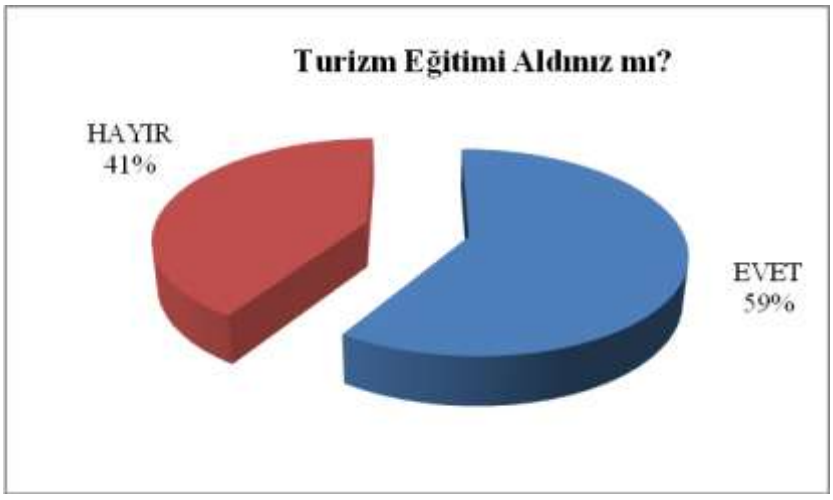
	Frekans	**%**		**Frekans**	**%**
Cinsiyet (N:66)					
Erkek	56	84,8	Kadın	10	15,2
Medeni hal (N:66)					
Evli	44	66,6	Bekar	22	33,4
Eğitim Durumu (N:66)					
İlköğretim	7	10,6	Üniversite	35	53,0
Lise	18	27,3	Yüksek Lisans ve Üstü	6	9,1
Yaş (N:66)					
30 ve altı	22	33,3	51 – 60 arası	9	13,6
31 – 40 arası	25	37,9	61 ve üzeri	4	6,1
41 – 50 arası	6	9,1			
Bölgedeki Yöneticilik Süresi (N:66)					
1 yıl	7	10,6	4 yıl	8	12,1
2 yıl	13	19,7	5 yıl ve üzeri	32	48,5
3 yıl	6	9,1			

Demografik özelliklere göre bölgede faaliyet gösteren ve araştırmamıza katılan 66 yöneticinin 56'sının erkek, 10'unun ise kadın olduğu dikkate alındığında bölgede yer alan kadın yönetici sayısının yetersiz olduğu görülmektedir. Ayrıca bu yöneticilerden 44' ünün evli, 22'sinin bekar

olduğu görülmektedir. Demografik özelliklerinden yaş gruplarındaki bulgular incelendiğinde bölgedeki işletme yöneticilerinin çoğunluğunun 40 yaş ve altı olduğu görülmektedir. Bu da bölgede faaliyet gösteren yöneticilerin genç olduklarının bir göstergesidir.

Yöneticilerin eğitim düzeyleri ile ilgili bulgulara bakıldığında 35 üniversite ve 18 lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu sayıları 7 ilköğretim, 6 yüksek lisans ve üstü takip etmektedir. Bölgedeki yöneticilerinin çoğunluğunun turizm eğitimi de almış olması dikkate alındığında yöneticilerin eğitim düzeylerinin yüksek olduğu ve bundan dolayı işletmelerin bölgedeki turizmin daha fazla gelişmesine katkıda bulunabileceği söylenebilir.

Bölgede faaliyet gösteren konaklama işletmesi yöneticilerinden 32' sinin 5 yıl ve üzeri çalıştıkları görülmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde 66 işletme yöneticisi ile yapılan görüşmede 7 işletme yöneticisi 1 yıldır; 13 işletme yöneticisi 2 yıldır; 6 işletme yöneticisi 3 yıldır ve 8 işletme yöneticisi ise 4 yıldır bölgede çalışmaktadır. Beş yıldan fazla çalışanların fazla olması bölgede yer alan işletmeler için gelişme olduğu gibi yönetici iş gören devir hızının da düşük olduğunun göstergesidir.



Şekil 1. Araştırmaya Katılan İşletme Yöneticilerinin Turizm Eğitimi Alıp Almamalarına İlişkin Grafik

Şekil 1'e göre bölgenin konaklama işletmelerinde yönetici olarak çalışan ve araştırmaya katılan 66 kişiden 39'u turizm eğitimi almış 27'si ise turizm eğitimi almamıştır. Bir önceki bilgiler incelendiğinde bölgede yönetici olarak çalışan kişilerin tecrübeli olması ve bu grafikte de turizm

eğitimine önem verilmesinin ortaya çıkması bölgede turizm sektörünün gelişimi için iyi bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

2.3. Konaklama İşletmelerine Yönelik Karşılaştırmalı Analiz Sonuçları

Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri ve Güvenilirlikleri tablo 3'teki gibidir. Bölgedeki turizm arzına yönelik soruların oluşturduğu ölçeğin güvenilirliği araştırılmış ve ölçek güvenilir bulunmuştur. Güvenilirliğin bir ölçüsü ya da iç tutarlılığın bir ölçüsü olarak Cronbach's Alpha istatistiği 0,706 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte bazı ters kodlu sorular olumlu hale getirilerek güvenilirlik hesaplanmıştır. Ölçekte yer alan sorulardan soru bütün korelasyonlarda negatif korelasyona ve ölçekten silindiğinde güvenilirliği yükselten herhangi bir soruya rastlanmamıştır. Ölçekte yer alan tüm soruların ortalaması (Grand Mean) 3,215±1,192 olarak hesaplanmıştır.

Anketin içerisinde bulunan üç farklı boyut ortalama skorlar üzerinde incelendiğinde, işletme yöneticilerinin kentin turizm gelişmesine yönelik algıları ortaya çıkmaktadır. Buna göre bölgenin turizm alt yapısının ve ulaşım olanaklarının yeterli olup olmamasına yönelik sorulara verilen cevapların katılmıyorum ve kararsızım şeklinde algılara yol açtığı gözlemlenmiştir. Ankete katılan otel yöneticileri "Safranbolu'da ki turizm alt yapısı yeterlidir" ifadesine 2,11 ± 1,040 ortalama puanı ile katılmadıklarını ve "Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir" ifadesi için 3,06 ± 1,288 ortalama puanı ile kararsız olduklarını belirtmişlerdir (Tablo 3).

Anketin bir diğer boyutunu oluşturan kentin turizm arzını genel değerlendirmeye yönelik sorulara verilen yanıtların ortalama skorları incelendiğinde işletmelerin bölgeye yönelik talebi yeterli bulmadıkları ve bu sebeple arz kapasitelerinin beklenenden düşük olduğu bulunmuştur. Bu algıyı anlamaya yönelik oluşturulan çapraz 3 ifade birbirlerini doğrulamaktadır. Buna göre "Safranbolu'daki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır" ifadesine katılmayarak düşük kapasite ile çalıştıklarını belirtmiş ve buna neden olarak ta Safranbolu kentini yeterli sayıda turistin ziyaret etmediğini belirtmişlerdir (2,61 ± 1,214 / 2,91 ± 1,249). Bu algıları destekleyen diğer bir veri ise turistlerin ziyaret sürelerine ilişkin sorulan "Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür" ifadesine verilen ortalama skorun yüksek şekilde katılıyorum

olarak bulunmuş olmasıdır (4,21±,775). Bu ifadenin yüksekliğinden yöneticilerin bölgeyi ziyaret eden turistlerin sayılırını yetersiz bulmalarının yanı sıra kalış sürelerinin de uzatılmasının mümkün olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır (Tablo 3).

İşletme yöneticilerine yönelik yapılan bu çalışmada kentteki turizm arzının önemli bir parçasının oluşturan yerel örgütlenmenin yeterliliği konusunda eksiklik olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ifadeyi destekleyen bir diğer sonuç ise "Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır" ifadesine verdikleri katılıyorum algısından da anlaşılmaktadır (4,26 ± ,829).

Yöneticilere sorulan bir diğer turizm arzına yönelik soru grubu ise kamu kuruluşlarının kentin turizm gelişmesine verdikleri katkıları değerlendirmeye yönelik ifadelerdir. Elde edilen ortalama skorlar açısından bakıldığında gerek turizm il müdürlüğünün gerekse belediyenin çalışmalarının turizm gelişmesinde yeterli desteği sağlayamadığı kanısı ortaya çıkmaktadır (1,94±1,065 / 2,03±1,136). Buna göre kentin turizm gelişmesinde aktif rol alması gereken kurumların çalışmalarının geliştirilmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Kentin genel turizm arzını oluşturan diğer ifadede ise kentin simgesini taşıyan turistik ürünlerin sayılarına ve kalitelerine yönelik algılamalardır. Buna göre yöneticilere sorulan "Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir" ve "Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir" ifadelerine verdikleri cevaplara göre işletmecilerin, sunulan turistik ürünlerin gerek sayılarından gerekse fiyatlarından memnmun olmadıkları verdikleri kısmen katılıyorum ve kısmen katılmıyorum eğilimli algı puanları ile ortaya çıkmaktadır (3,86±1,036 /2,71±1,225). Benzer bir sonuç bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin "Safranbolu'nun tarihi özelliğini taşıyan yerel motifler ve hediyelik eşyalar kalitelidir " ifadesine verdikleri kararsızım yanıtı ile ortaya çıkmaktadır (3,58±,942) (Boz ve Uğur, 2014). Buna göre hem yerli ve yabancı turistler tarafından hemde yöneticiler tarafından sunulan turistik ürünlerin kentin turizminin gelişmesi açısından kalite düzeylerinin arttırılması gerektiği saptanmıştır.

Araştırmaya katılan yöneticilere yönelik sorulan “Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını düşük buluyorum” ifadesine verilen cevapların skorlarına bakıldığında işletme yöneticilerinin gerek yeme-içme gerekse konaklama fiyatlarının uygun olduğu konusunda kararsız eğilimli bir algıya sahip oldukları gözlemlenmiştir (3,24 ±1,415). Bu verileri doğrulayan bir başka veri ise, yerli ve yabancı turistlere sorulan “Safranbolu’da ki yeme-içme fiyatları uygundur” ve “Safranbolu’da ki konaklama fiyatları uygundur” ifadelerine verilen yanıtlardan orataya çıkmaktadır (3,58±1,025 / 3,42±,976) (Boz ve Uğur, 2014). Buna göre turistlerin bu ifadelere verdikleri yanıtlar, fiyatların uygunluğu hakkında kararsız eğilimli bir algıya sahip olduklarını göstermektedir. Bir destinasyon için önemli çekicilik unsurlarından birisi olan fiyatların uygunluğu aynı zamanda destinasyonun gelişimi açısındanda önemli bir unsurdur. Bu açıdan hem arz hemde talep yönlü eğilimler bölgedeki fiyat politikasının gözden geçirilmesi gerektiğini göstermektedir.

İşletmelere yönelik sorulan kentin turizm imajını belirlemeye yönelik soru grubu ise kentin tarihsel yapı ve dokusunun turizm gelişmesine yönelik etkisini belirlemeyi hedeflemektedir. Buna göre kentteki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesi açısından yeterince faydalanılmadığını düşünen işletmeciler (3,23±1,298) bununla birlikte kentin tarihi yapılarının turistik tesis olarak kullanılmasının turistlerin ilgisini çektiğini ve turistik çekim gücü olarak kullanılmasının kentin turizm arzı adına kuvvetli bir unsur olduğunu belirtilmişlerdir (4,29±,674 / 4,12 ±,755).

Kentin turizm gelişmesine yönelik gerek işletmelerin gerekse yerli ve yabancı turistlerin yerel halkla ilgili görüşleri değerlendirilmiştir. Bu kapsamda işletmelere sorulan “Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır” ifadesine verilen cevaplara göre işletmecilerin verdikleri yanıtlar yerel halkın, turizmi kent açısından yeteri kadar önemli olarak görmediği yönündedir (3,35 ±1,209). Bununla birlikte yerel halkın turistlere karşı davranışları ve kentin turistik değerlerine sahip çıkmaları konuları “Safranbolu da yaşayan halkın turiste karşı davranışları oldukça konukseverdir” ve “Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir” ifadeleri ile turistlere sorulmuştur (Boz ve Uğur, 2014). Alınan cevaplar doğrultusunda yerel halkın konuksever ve tarihi turistik değerlere sahip çıkan bir yapıda olduğunu göstermektedir (4,20±,744 / 4,03±,833). İşletme yöneticilerine göre turizm farkındalığı az olarak

kabul edilen yerli halk, kenti ziyaret eden turistler tarafından ise bilinçli ve konuksever olarak gözlemlenmiştir.

Ölçekte yer alan ve kentin tarihi imajına yönelik algıların belirlendiği ifadeler arasında yer alan "Safranbolu Tarihi Kentine Uygun İyi Bir İmaj Geliştirilmesine İhtiyaç Vardır" ifadesi 1,91±1,092 ortalama skor ile ölçeğin en düşük ortalamaya sahip ifadesi olmuştur. Bu sonuca göre yöneticilerin çoğu bu ifadeye katılmayarak kentin iyi ve yeterli bir imajı olduğu görüşündedirler. Ölçekte yer alan en yüksek ortalamaya sahip ifade ise "Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine Üye Olması Turist Sayısını Artırmaktadır" ifadesi olmuştur (4,35±,920). Bu ifadeye verilen yüksek düzeyde katılıyorum yanıtları kentin UNESCO dünya miras listesinde olmasının, kentin turizm gelişmesinde ve turist sayısını arttırmasında çok önemli katkısının olduğu algısının bölgede yerleşmiş olduğunu ortaya çıkarmıştır. Aynı şekilde kentin tarihi imajına yönelik kentin turizm gelişmesinde olumlu algıların yer aldığı diğer bir ifade ise "Safranbolu dünya çapında tarihi kent dokusu ile turistik ziyaret bölgesi olarak ön plana çıkmaktadır" ifadesidir (4,12±,851). Buna göre sonuçlar tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri ve Güvenilirlikleri

Sorular	Ort.	Std. Sapma	Soru Bütün Korelasyon	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha	α
1.Safranbolu'da ki turizm alt yapısı yeterlidir.	2,11	1,040	,388	,687	0,706
2.Safranbolu'da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir.	2,71	1,092	,334	,691	
3.Safranbolu'da ki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır.	2,61	1,214	,180	,704	
4.Safranbolu kentini yeterli sayıda turist ziyaret ediyor.	2,91	1,249	,253	,698	
5.Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür.	4,21	,775	,301	,696	
6.Safranbolu'da ki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesinde yeterince faydalanılmaktadır.	3,23	1,298	,269	,696	
7.Safranbolu'nun tarihi dokusu turist çekim gücü olarak kullanılmaktadır.	4,12	,755	,334	,694	
8.Safranbolu da tarihi yapıların turistik	4,29	,674	,433	,690	

tesis olarak kullanılması turistin ilgisini çekmektedir.					
9.Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır.	3,11	1,254	,257	,697	
1**0.**Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır.	3,35	1,209	,512	,674	
11.Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	1,94	,892	,341	,692	
12.Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum.	1,94	1,065	,312	,693	
13.Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum.	2,03	1,136	,018	,716	
14.Sektör dışı işletmelerin desteği turizmin gelişmesi için gereklidir.	4,11	,947	,251	,698	
15.Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır.	1,91	1,092	,186	,703	
16.Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine üye olması turist sayısını artırmaktadır.	4,35	,920	,309	,694	
17.Safranbolu dünya çapında tarihi kent dokusu ile turistik ziyaret bölgesi olarak ön plana çıkmaktadır.	4,12	,851	,297	,695	
18.Yerel motifleri (Safranbolu evi, lokum vb.) yansıtan tanıtım kampanyalarına yoğunlaşlarak Safranbolu'ya daha fazla turist çekilebilir.	3,98	1,088	,228	,699	
19.Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	3,86	1,036	,098	,709	
20. Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir.	2,71	1,225	,170	,705	
21.Safranbolu'da ki işletmeler internet teknolojisinin olanaklarını kullanmaktadırlar.	2,62	1,322	,136	,709	
22.İşletmemiz müşterilerimiz hakkında etkin veri tabanı oluşturuyor.	3,59	1,189	,266	,696	
23.Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır.	4,26	,829	,140	,705	
24. Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını düşük buluyorum.	3,24	1,415	,234	,700	
25. Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir.	3,06	1,288	,219	,701	

Konaklama işletmelerinin yöneticilerine sorulan bölgenin turizm arzına yönelik ölçek temel olarak 3 boyuttan oluşmaktadır. Bu 3 boyuta ait ifadelerin doğru faktörler altında toplanıp toplanmadığına faktör analizi ile bakılmış fakat birim (konaklama işletmeleri) sayısı 66 olduğundan analizde istenilen sonuçlar alınamamıştır. Çok değişkenli analizlerinde istatistiklerin uygulanabilmesi için birim sayısının değişken sayısının yaklaşık 10 katı olması istenmektedir. Bu çalışmada ise birim sayısı değişken sayısının yaklaşık 2,64 katı olduğundan verilere faktör analizi uygulanmış ama istatistiksel olarak elde edilen faktör yapılarının kavramsal anlamlılığı açıklanamamıştır. Çalışmada böyle bir durumun olmasından dolayı sorular arasındaki karşılaştırmalar çalışmada planlı bir şekilde hazırlanan 3 boyut değişkenleri üzerinden her bir soru boyutunda yapılmıştır. Bu kapsamda**; İlk boyutta yer alan Safranbolu tarihi kentinin turizm alt ve üst yapısına ilişkin algılarının değerlendirilmesine ilişkin farklılıklar aşağıda verilmiştir:**

Konaklama işletme yöneticilerinin cinsiyete göre bölgenin turizm arzına yönelik alt ve üst yapıya ilişkin algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur. Tablo 4'e göre her iki cinsiyete göre de işletme yöneticileri turizme yönelik alt yapı sorununun var olduğunu düşünürken, kadın yöneticilerin "Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir" algılamaları erkek yöneticilere göre daha olumsuz bulunmuştur (2,20±1,086 / 1,60±,516). Dolayısıyla cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P=,011). İşletmecilerin üst yapıya ilişkin algılamalarına yönelik sorulan "Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir" ifadesine verdikleri cevaplardan anlaşılacağı üzere Safranbolu tarihi kentine ulaşım olanaklarının yetersiz olduğu ortaya çıkmış ve cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmamıştır (P=,672).

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Alt ve Üst Yapıya İlişkin Algılamaları Arasında Farklılık Testi

İfadeler	Cinsiyet	F	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir	Erkek	56	2,20	1,086	2,730	,011	**Fark var**
	Kadın	10	1,60	,516			
Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir.	Erkek	56	3,09	1,325	,426	,672	Fark yok
	Kadın	10	2,90	1,101			

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Turizm Eğitimi Alıp Almamalarına Göre Alt ve Üst Yapıya İlişkin Algılamaları Arasında Farklılık Testi

Sorular	Turizm eğitimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir	Evet	39	2,31	1,127	2,041	,045	**Fark var**
	Hayır	27	1,81	,834			
Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir.	Evet	39	3,13	1,281	,510	,612	Fark yok
	Hayır	27	2,96	1,315			

Konaklama işletmelerinin yöneticilerinin turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre Safranbolu kentinin turizm alt yapı ya da üst yapısının değerlendirilesi arasında istatistiksel olarak fark olup olmadığı araştırılmış ve sadece "Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P=,045) (Tablo 5). Buna göre Turizm eğitimi almayan işletme yöneticilerinin turizm eğitimi alanlara göre Safranbolu'daki turizm alt yapısının yeterli olmadığı konusunda daha olumsuz bir algıya sahip olduğu görülmektedir (2,31±1,127 / 1,81±,834). Araştırmaya katılan işletmecilerin algılarında üst yapıya ilişkin Safranbolu tarihi kentine ulaşım olanaklarının yeterli olmadığını belirtmişlerdir. Yöneticilerin turizm eğitimi alıp almamalarına göre de bu algı değişmemiştir (P= ,612).

Safranbolu tarihi kentinde konaklama işletmelerinin türlerine göre bölgenin turizm alt ya da üst yapıya ilişkin değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve sadece "Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur (P=,002). Hem işletme belgeli hem de turizm işletme belgeli konaklama tesisleri bölgedeki turizm alt yapısının yetersiz olduğunu düşünürken, belediye belgeli otellerin turizm alt yapısına yönelik algılamaları turizm işleme belgeli otellere göre daha olumsuz yönlüdür (1,70±,794/ 2,44±1,107). Bölgedeki ulaşım olanaklarının yeterliliği konusunda kararsızlığını belirten işletme belgeli ve turizm işletme belgeli konaklama tesisleri arasında statiksel olarak da anlamlı bir fark bulunmamıştır (P=,877) (Tablo 6).

Tablo 6. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmelerinin Türüne Göre Alt ve Üst Yapıya İlişkin Algılamaları Arasında Farklılık Testi

Sorular	İşletme türü	F	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir	Turizm işletme Belgeli	36	2,44	1,107	3,172	,002	**Fark var**
	Belediye Belgeli	30	1,70	,794			
Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir.	Turizm işletme Belgeli	36	3,08	1,156	,156	,877	Fark yok
	Belediye Belgeli	30	3,03	1,450			

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Bölgede Çalışma Sürelerine Göre Alt ve Üst Yapıya İlişkin Algılamaları Arasında Farklılık Testi

Sorular	Yıl	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P	Sonuç
Safranbolu'daki turizm alt yapısı yeterlidir	1-2 yıl	20	2,55	1,099	2,294	,087	Fark Yok
	3-5 yıl	17	1,94	,556			
	6-10 yıl	19	2,05	1,224			
	11+yıl	10	1,60	,966			
	Toplam	**66**	**2,11**	**1,040**			
Turistlerin Safranbolu'ya gelmesi için ulaşım olanakları yeterlidir.	1-2 yıl	20	2,85	1,387	,902	,445	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,82	1,286			
	6-10 yıl	19	3,42	1,170			
	11+yıl	10	3,20	1,317			
	Toplam	**66**	**3,06**	**1,288**			

Araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin bölgede çalışma sürelerine göre Safranbolu tarihi kentinin turizm alt ve üst yapısı ile ilgili algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve hiçbir ifadede istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmamıştır. Bölgede en az ve en fazla süreyle yönetici olarak çalışanların Safranbolu turizminin alt ve üst yapısına ilişkin algıları arasında bir fark bulunmamıştır (Tablo 7). Bununla birlikte bölgede 11+ yıl yönetici olarak çalışanların en düşük katılım skoruna sahip olduğu görülmektedir (1,60± ,966). Benzer bir sonuç da ulaşım olanaklarının yeterliliği algısında saptanmıştır.

Ortalama skorlar üzerinden yapılan değerlendirmeye göre, yöneticilerin ulaşım imkanları konusunda kararsız bir tutum sergiledikleri saptanmıştır. Yerli ve yabancı turistlere yönelik

yapılan diğer ankette yer alan “Safranbolu tarihi kentine şehirlerarası ulaşım olanakları yeterlidir” ifadesine verilen yanıtlara göre kentte gelmek için ulaşım olanaklarının yeterli olduğu saptanmıştır (P=3,56). Buna göre işletmecilere yapılan ankette ulaşım olanaklarını yeterli olmadığı ortaya çıkmışken turistlere yapılan ankette ise kente olan ulaşım olanaklarının yeterli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda yerli ve yabancı turistlerin bölgeye gelmekte sorun yaşamadığı saptanırken işletmeciler kentte olan ulaşılabilirliğin eksikliğini ortaya koymuştur. Aslında bir destinasyon için en önemli çekicilik unsurlarından birisi olan ulaşılabilirlik konusu, Safranbolu bölgesi için önemli bir konudur. Örneğin kentin yakınında herhangi bir havaalanı pisti bulunmamaktadır ve kente direkt uçuşlar en yakın Zonguldak ve Ankara iline yapılmaktadır.

Safranbolu tarihi kentine yönelik turizm alt ve üst yapısına ilişkin farklıklılar ortaya konulduktan sonra anket içerisindeki bir başka soru grubu olan kentin turizm arzının genel değerlendirilmesine ilişkin algılamalar arasında betimleyici özellikler açısından faklılıklar bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Buna göre aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır;

Tablo 8 de incelendiği gibi, araştırmaya katılan yöneticilerin cinsiyetlerine göre kentin turizm arzının genel değerlendirmesine yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve sadece “Safranbolu’da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir ifadesinde cinsiyete göre istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur (P=,000). Buna göre kadın yöneticilerin alt ve üst yapıya ilişkin algılamaları erkek yöneticilere göre daha olumsuz bulunmuştur (2,82±1,146/2,10±,316). Bu boyutta yer alan bir diğer sonuç ise Boyut içinde cinsiyete göre farklılık göstermeyen ve erkek yöneticilere göre en yüksek skora sahip olan “Safranbolu’nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır” ifadesine verilen yanıtlara göre işletme yöneticilerin kenttin daha iyi pazarlanabilmesi için kesinlikle öncü bir kuruluşa ihtiyaç olduğunun vermiş oldukları yüksek ortalama skorları ile belirtmişlerdir.

Tablo 8. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Kentin Turizm Arzının Genel Değerlendirilmesine İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir.	Erkek	56	2,82	1,146	3,945	,000	**Fark Var**
	Kadın	10	2,10	,316			
Safranbolu'da ki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır.	Erkek	56	2,64	1,227	,580	,564	Fark yok
	Kadın	10	2,40	1,174			
Safranbolu kentini yeterli sayıda turist ziyaret ediyor.	Erkek	56	2,89	1,275	-,248	,805	Fark yok
	Kadın	10	3,00	1,155			
Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür	Erkek	56	4,23	,809	,494	,623	Fark yok
	Kadın	10	4,10	,568			
Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır.	Erkek	56	3,05	1,285	-,910	,378	Fark yok
	Kadın	10	3,40	1,075			
Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır.	Erkek	56	3,43	1,189	1,280	,205	Fark yok
	Kadın	10	2,90	1,287			
Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	Erkek	56	2,00	,934	1,946	,065	Fark yok
	Kadın	10	1,60	,516			
Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum.	Erkek	56	1,96	1,111	,446	,657	Fark yok
	Kadın	10	1,80	,789			
Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum	Erkek	56	2,09	1,195	,998	,322	Fark yok
	Kadın	10	1,70	,675			
Sektör dışı işletmelerin desteği turizmin gelişmesi için gereklidir.	Erkek	56	4,14	,943	,745	,459	Fark yok
	Kadın	10	3,90	,994			
Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	Erkek	56	3,88	1,028	,209	,835	Fark yok
	Kadın	10	3,80	1,135			
Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir	Erkek	56	2,82	1,223	1,742	,086	Fark yok
	Kadın	10	2,10	1,101			
Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır	Erkek	56	4,29	,803	,650	,518	Fark yok
	Kadın	10	4,10	,994			
Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını yüksek buluyorum.	Erkek	56	3,27	1,421	,343	,733	Fark yok
	Kadın	10	3,10	1,449			

Tablo 9'da verildiği gibi, araştırmaya katılan yöneticilerin turizm eğitimi alıp almamalarına göre kentin turizm arzının genel değerlendirilmesine yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve "Safranbolu'da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P=,038). Genel olarak her iki grubun da yüksek bir skor ile katılmıyorum yönünde eğilim gösterdiği bu ifadede turizm eğitimi almayan yöneticilerin kentte faaliyet gösteren yerel

örgütlenmenin turizm çalışmalarına ilişkin algılarının turizm eğitim alan yöneticilere göre daha olumsuz olduğu bulunmuştur (2, 13±1,031 / 1,67±,555). Boyutta yer alan bu ifadenin dışında hiçbir ifadede yöneticilerin turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamıştır.

Tablo 9. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Turizm Eğitimi Alıp Almamalarına Göre Kentin Turizm Arzının Genel Değerlendirilmesine İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Turizm Eğitimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir.	Evet	39	2,92	1,085	1,925	,059	Fark yok
	Hayır	27	2,41	1,047			
Safranbolu'da ki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır.	Evet	39	2,74	1,163	1,108	,272	Fark yok
	Hayır	27	2,41	1,279			
Safranbolu kentini yeterli sayıda turist ziyaret ediyor.	Evet	39	3,08	1,222	1,319	,192	Fark yok
	Hayır	27	2,67	1,271			
Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür	Evet	39	4,23	,777	,233	,816	Fark yok
	Hayır	27	4,19	,786			
Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır.	Evet	39	2,87	1,260	-1,858	,068	Fark yok
	Hayır	27	3,44	1,188			
Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır.	Evet	39	3,13	1,239	-1,810	,075	Fark yok
	Hayır	27	3,67	1,109			
Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	Evet	39	2,13	1,031	2,121	,038	**Fark Var**
	Hayır	27	1,67	,555			
Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum.	Evet	39	2,08	1,156	1,266	,210	Fark yok
	Hayır	27	1,74	,903			
Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum	Evet	39	2,18	1,315	1,406	,165	Fark yok
	Hayır	27	1,81	,786			
Sektör dışı işletmelerin desteği turizmin gelişmesi için gereklidir.	Evet	39	3,95	,972	-1,675	,099	Fark yok
	Hayır	27	4,33	,877			
Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	Evet	39	3,79	1,005	-,645	,521	Fark yok
	Hayır	27	3,96	1,091			
Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir	Evet	39	2,85	1,226	1,070	,289	Fark yok
	Hayır	27	2,52	1,221			
Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır	Evet	39	4,15	,961	-1,227	,224	Fark yok
	Hayır	27	4,41	,572			
Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını yüksek buluyorum.	Evet	39	3,15	1,479	-,608	,545	Fark yok
	Hayır	27	3,37	1,334			

Tablo 10. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Çalışma Yılı Süresine Göre Kentin Turizm Arzının Genel Değerlendirilmesine İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Yıl	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P	Sonuç
Safranbolu'da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir.	1-2 yıl	20	2,60	1,095	1,565	,207	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,35	,931			
	6-10 yıl	19	3,11	1,100			
	11+yıl	10	2,80	1,229			
	Toplam	**66**	**2,71**	**1,092**			
Safranbolu'da ki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır.	1-2 yıl	20	2,75	1,333	,624	,602	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,82	1,237			
	6-10 yıl	19	2,42	1,170			
	11+yıl	10	2,30	1,059			
	Toplam	**66**	**2,61**	**1,214**			
Safranbolu kentini yeterli sayıda turist ziyaret ediyor.	1-2 yıl	20	3,00	1,214	,225	,799	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,88	1,453			
	6-10 yıl	19	2,79	1,134			
	11+yıl	10	3,00	1,333			
	Toplam	**66**	**2,91**	**1,249**			
Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür	1-2 yıl	20	4,25	,967	,177	,911	Fark Yok
	3-5 yıl	17	4,24	,831			
	6-10 yıl	19	4,11	,658			
	11+yıl	10	4,30	,483			
	Toplam	**66**	**4,21**	**,775**			
Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır.	1-2 yıl	20	3,05	1,191	2,784	,048	**Fark Var**
	3-5 yıl	17	2,65	1,115			
	6-10 yıl	19	3,74	,991			
	11+yıl	10	2,80	1,687			
	Toplam	**66**	**3,11**	**1,254**			
Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır.	1-2 yıl	20	3,15	1,348	,873	,460	Fark Yok
	3-5 yıl	17	3,12	,928			
	6-10 yıl	19	3,63	1,257			
	11+yıl	10	3,60	1,265			
	Toplam	**66**	**3,35**	**1,209**			
Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	1-2 yıl	20	1,95	,759	,650	,586	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,18	1,131			
	6-10 yıl	19	1,79	,976			
	11+yıl	10	1,80	,422			
	Toplam	**66**	**1,94**	**,892**			
Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum.	1-2 yıl	20	2,05	,945	1,222	,309	Fark Yok
	3-5 yıl	17	1,88	,993			
	6-10 yıl	19	2,16	1,385			
	11+yıl	10	1,40	,516			

	Toplam	**66**	**1,94**	**1,065**			
Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum	1-2 yıl	20	2,05	1,099	,473	,702	
	3-5 yıl	17	1,88	1,166			
	6-10 yıl	19	1,95	1,129			
	11+yıl	10	2,40	1,265			
	Toplam	**66**	**2,03**	**1,136**			
Sektör dışı işletmelerin desteği turizmin gelişmesi için gereklidir.	1-2 yıl	20	4,35	,988	,945	,424	Fark Yok
	3-5 yıl	17	3,82	,809			
	6-10 yıl	19	4,11	1,049			
	11+yıl	10	4,10	,876			
	Toplam	**66**	**4,11**	**,947**			
Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	1-2 yıl	20	4,05	,945	,546	,652	Fark Yok
	3-5 yıl	17	3,94	1,197			
	6-10 yıl	19	3,74	1,147			
	11+yıl	10	3,60	,699			
	Toplam	**66**	**3,86**	**1,036**			
Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir	1-2 yıl	20	2,70	1,031	1,099	,357	Fark Yok
	3-5 yıl	17	2,41	1,176			
	6-10 yıl	19	3,11	1,487			
	11+yıl	10	2,50	1,080			
	Toplam	**66**	**2,71**	**1,225**			
Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır	1-2 yıl	20	4,40	,754	1,304	,281	Fark Yok
	3-5 yıl	17	3,94	1,144			
	6-10 yıl	19	4,42	,607			
	11+yıl	10	4,20	,632			
	Toplam	**66**	**4,26**	**,829**			
Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını yüksek buluyorum.	1-2 yıl	20	2,95	1,504	,485	,694	Fark Yok
	3-5 yıl	17	3,24	1,300			
	6-10 yıl	19	3,42	1,575			
	11+yıl	10	3,50	1,179			
	Toplam	**66**	**3,24**	**1,415**			

Yöneticilerin kentteki çalışma süresine göre kentin turizm arzının genel değerlendirilmesine yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve "Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır" ifadesinde 3–5 yıl ile 6–10 yıl arasındaki çalışma yılına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P= ,048). Genel olarak her iki grubun da ortalama bir skor ile kararsızım yönünde eğilim gösterdiği bu ifadede 6-10 yıl arasında yöneticilik yapanların ev pansiyonculuğunun turizm gelişmesindeki katkısı konusunda daha olumlu bir algıya sahipken, 3-5 yıl arasında yöneticilik yapanlar ev pansiyonculuğunun turizm gelişmesindeki katkısı konusunda daha olumsuz bir algıya sahiptir

(3,74±,991/ 2,65±1,115).“Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum”, “Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum”, “ Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum” ifadeleri boyutta yer alan en düşük ortalama skorlu sorulardır (1,94±,892 /1,94±1,065 /2,03±1,136). Buna göre yöneticilerin kentte çalışma sürelerine göre fark göstermeksizin gerek kamu kurumlarının gerekse özel kuruluşların turizm gelişmesindeki eksikliği tablo 10’da ortaya çıkan düşük skorlarla açık bir şekilde saptanmıştır.

Tablo 11. İşletmelerin Türlerine Göre Turizm Arzının Genel Değerlendirilmesine İlişkin Farklılık Testi

Sorular	İsletmenizin Türü	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P	Sonuç
Safranbolu’da ki turistik tesisler ihtiyaca cevap vermektedir.	Turizm İşl. Bel.	36	2,78	1,098	,532	,597	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	2,63	1,098			
Safranbolu’da ki turistik işletmeler yüksek kapasite ile çalışmaktadır.	Turizm İşl. Bel.	36	2,67	1,069	,442	,660	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	2,53	1,383			
Safranbolu kentini yeterli sayıda turist ziyaret ediyor.	Turizm İşl. Bel.	36	2,83	1,183	-,537	,593	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	3,00	1,339			
Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür	Turizm İşl. Bel.	36	4,17	,811	-,519	,605	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	4,27	,740			
Safranbolu da ev pansiyonculuğu turizm gelişmesine katkıda bulunmaktadır.	Turizm İşl. Bel.	36	2,97	1,276	-,949	,346	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	3,27	1,230			
Yerel halk, turizmin Safranbolu için önemli olduğunun farkındadır.	Turizm İşl. Bel.	36	3,42	1,204	,499	,619	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	3,27	1,230			
Safranbolu da turizm sektöründe yerel örgütlenmenin yeterli olduğunu düşünüyorum.	Turizm İşl. Bel.	36	2,00	,862	,601	,550	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	1,87	,937			

Turizm il müdürlüğünün çalışmalarını yeterli buluyorum.	Turizm İşl. Bel.	36	2,14	1,125	1,690	,096	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	1,70	,952			
Belediyenin çalışmalarını Safranbolu turizminin gelişmesi açısından yeterli buluyorum	Turizm İşl. Bel.	36	2,03	1,183	-,020	,984	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	2,03	1,098			
Sektör dışı işletmelerin desteği turizmin gelişmesi için gereklidir.	Turizm İşl. Bel.	36	4,11	,667	,047	,963	Fark Yok
	Belediye Belgeli	30	4,10	1,213			
Safranbolu da turistin hizmetine sunulan turistik ürün sayısı yetersizdir.	Turizm İşl. Bel.	36	3,81	1,091	-,496	,622	Fark Yok
	Belediye belgeli	30	3,93	,980			
Safranbolu da turiste sunulan turistik ürünlerin kalite düzeyleri yüksektir	Turizm İşl. Bel.	36	2,69	1,064	-,127	,899	Fark Yok
	Belediye belgeli	30	2,73	1,413			
Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır	Turizm İşl. Bel.	36	4,00	,862	-2,987	,004	**Fark Var**
	Belediye Belgeli	30	4,57	,679			
Safranbolu da sunulan hizmet ve ürünlerin fiyatlarını yüksek buluyorum.	Turizm İşl. Bel.	36	3,39	1,315	,920	,361	Fark Yok
	Belediye belgeli	30	3,07	1,530			

Araştırmaya katılan işletmelerin türlerine göre kentin turizm arzının genel değerlendirilmesine yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve "Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç vardır" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P=,004). Buna göre her iki belge türüne göre de öncü bir kuruluşa duyulan ihtiyaç yüksek bir katılım skoru ile ifade edilmesine karşın belediye belgeli konaklama işletmelerinin bu öncü kuruluşa duydukları ihtiyaç turizm işletme belgeli konaklama işletmelerine göre daha fazladır (4,57±,679 / 4,00±,862) Tablo 11).

Son boyut ise; kentin turizmine yönelik tarihi imajına ilişkin algılamaları arasındaki farklılıklardır. Buna göre aşağıdaki farklılık bulgularına ulaşılmıştır:

Tablo 12. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Kentin Tarihi Turizm İmajına İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'da ki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesinde yeterince faydalanılmaktadır.	Erkek	56	3,27	1,300	,598	,552	Fark Yok
	Kadın	10	3,00	1,333			
Safranbolu'nun tarihi dokusu turist çekim gücü olarak kullanılmaktadır.	Erkek	56	4,14	,796	,548	,585	Fark Yok
	Kadın	10	4,00	,471			
Safranbolu da tarihi yapıların turistik tesis olarak kullanılması turistin ilgisini çekmektedir.	Erkek	56	4,34	,640	1,480	,144	Fark Yok
	Kadın	10	4,00	,816			
Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır.	Erkek	56	1,98	1,152	1,293	,201	Fark Yok
	Kadın	10	1,50	,527			
Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine üye olması turist sayısını artırmaktadır	Erkek	56	4,34	,959	-,191	,849	Fark Yok
	Kadın	10	4,40	,699			
Safranbolu dünya çapında tarihi kent dokusu ile turistik ziyaret bölgesi olarak ön plana çıkmaktadır	Erkek	56	4,14	,841	,486	,628	Fark Yok
	Kadın	10	4,00	,943			
Yerel motifleri (Safranbolu evi, lokum vb.) yansıtan tanıtım kampanyalarına yoğunlaşılarak Safranbolu'ya daha fazla turist çekilebilir	Erkek	56	4,04	1,061	,897	,373	Fark Yok
	Kadın	10	3,70	1,252			

Araştırmaya katılan yöneticilerin cinsiyetlerine göre kentin tarihi turizm imajına yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve boyutta yer alan hiçbir ifadede istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamıştır (Tablo 12). Her iki cinsiyete göre aynı sonucun elde edildiği ve boyut için de en düşük ortalama skora sahip olan "Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır" İfadesine verilen yanıtlara göre kentin tarihi kent imajının turizm gelişmesi için yeterli olduğu ve yeni bir imaja ihtiyaç olmadığı saptanmıştır.

Tablo 13. Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Turizm Eğitimi Alıp Almamalarına Göre Kentin Tarihi Turizm İmajına İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Turizm Eğitimi	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P	Sonuç
Safranbolu'da ki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesinde yeterince faydalanılmaktadır.	Evet	39	3,08	1,306	-1,133	,261	Fark yok
	Hayır	27	3,44	1,281			
Safranbolu'nun tarihi dokusu turist çekim gücü olarak kullanılmaktadır.	Evet	39	4,13	,833	,090	,929	Fark Yok
	Hayır	27	4,11	,641			

Safranbolu da tarihi yapıların turistik tesis olarak kullanılması turistin ilgisini çekmektedir.	Evet	39	4,28	,759	-,084	,934	Fark Yok
	Hayır	27	4,30	,542			
Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır.	Evet	39	2,15	1,182	2,395	,020	**Fark Var**
	Hayır	27	1,56	,847			
Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine üye olması turist sayısını artırmaktadır	Evet	39	4,41	,910	,653	,516	Fark Yok
	Hayır	27	4,26	,944			
Safranbolu dünya çapında tarihi kent dokusu ile turistik ziyaret bölgesi olarak ön plana çıkmaktadır	Evet	39	4,10	,968	-,212	,832	Fark Yok
	Hayır	27	4,15	,662			
Yerel motifleri (Safranbolu evi, lokum vb.) yansıtan tanıtım kampanyalarına yoğunlaşılarak Safranbolu'ya daha fazla turist çekilebilir	Evet	39	4,08	1,061	,824	,413	Fark Yok
	Hayır	27	3,85	1,134			

Araştırmaya katılan yöneticilerin turizm eğitimi alıp almama durumlarına göre kentin tarihi turizm imajına yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve sadece "Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna göre Safranbolu tarihi kentine yönelik yeni bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç olmadığı konusunda turizm eğitim almayan yöneticiler turizm eğitim alan yöneticiler göre daha kararlı olduğu saptanmıştır (1,56±,847/2,15±1,182) (Tablo 13).

Araştırmaya katılan yöneticilerin eğitim durumlarına göre kentin tarihi turizm imajına yönelik algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı araştırılmış ve "Safranbolu'da ki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesinde yeterince faydalanılmaktadır" ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (P=,049). Buna göre her eğitim seviyesine göre tarihi yapılardan yeterince faydalanılmadığı konusunda kararsızlık algısı ifade edilmesi ile birlikte yöneticilerin eğitim durumlarından yüksek lisans ve üzeri olanlar Safranbolu'da ki tarihi yapı ve dokulardan turizm gelişmesi için yeterince faydalanılmadığı algısı eğitim durumu ilköğretim olan yöneticilere göre daha fazladır (2,17±,938 / 4,14±1,069) (Tablo 14).

Tablo 14. Araştırmaya Katılan İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Kentin Tarihi Turizm İmajına İlişkin Farklılık Testi

Sorular	Eğitim	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P	Sonuç
Safranbolu'da ki tarihsel yapılardan turizmin gelişmesinde yeterince faydalanılmaktadır.	İlköğretim	7	4,14	1,069	2,764	,049	**Fark Var**
	Lise	18	3,33	1,188			
	Üniversite	35	3,17	1,339			
	Y. L. ve Üzeri	6	2,17	,983			
	Toplam	**66**	**3,23**	**1,298**			
Safranbolu'nun tarihi dokusu turist çekim gücü olarak kullanılmaktadır.	İlköğretim	7	4,57	,787	1,503	,222	Fark Yok
	Lise	18	4,17	,514			
	Üniversite	35	3,97	,857			
	Y. L. ve Üzeri	6	4,33	,516			
	Toplam	**66**	**4,12**	**,755**			
Safranbolu da tarihi yapıların turistik tesis olarak kullanılması turistin ilgisini çekmektedir.	İlköğretim	7	4,71	,488	1,379	,257	Fark Yok
	Lise	18	4,11	,758			
	Üniversite	35	4,29	,667			
	Y. L. ve Üzeri	6	4,33	,516			
	Toplam	**66**	**4,29**	**,674**			
Safranbolu Tarihi Kentine uygun iyi bir imaj geliştirilmesine ihtiyaç vardır.	İlköğretim	7	2,14	1,676	,482	,696	Fark Yok
	Lise	18	1,67	,594			
	Üniversite	35	2,00	1,163			
	Y. L. ve Üzeri	6	1,83	1,169			
	Toplam	**66**	**1,91**	**1,092**			
Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesine üye olması turist sayısını artırmaktadır	İlköğretim	7	4,57	,535	2,258	,090	Fark Yok
	Lise	18	3,89	1,132			
	Üniversite	35	4,49	,853			
	Y. L. ve Üzeri	6	4,67	,516			
	Toplam	**66**	**4,35**	**,920**			
Safranbolu dünya çapında tarihi kent dokusu ile turistik ziyaret bölgesi olarak ön plana çıkmaktadır	İlköğretim	7	4,57	,787	,810	,493	Fark Yok
	Lise	18	4,00	,594			
	Üniversite	35	4,11	,932			
	Y. L. ve Üzeri	6	4,00	1,095			
	Toplam	**66**	**4,12**	**,851**			
Yerel motifleri (Safranbolu evi, lokum vb.) yansıtan tanıtım kampanyalarına yoğunlaşılarak Safranbolu'ya daha fazla turist çekilebilir	İlköğretim	7	4,57	,535	1,366	,261	Fark Yok
	Lise	18	3,78	1,114			
	Üniversite	35	4,06	1,027			
	Y. L. ve Üzeri	6	3,50	1,643			
	Toplam	**66**	**3,98**	**1,088**			

Araştırmaya Katılan Yöneticilerin "Safranbolu'da Turizmin Gelişmesine Yönelik Görüşleriniz Nelerdir" sorusuna ilişkin ortak sonuç ve öneriler aşağıdaki gibidir:

1- Turistlere yönelik yapılan anket sonucunda ortaya çıkan konaklama sürelerinin azlığını yöneticiler de belirtilmiştir. Buna göre bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin kalış serelerini uzatmak için alternatif turizm yatırımlarının ortaya çıkartılması gerektiğini düşünmektedirler. Turizm çeşitlendirilmesine örnek olarak ;

- Mağara turizmi kapsamında Bulak Mencilis Mağara'sının turizm işlevinin geliştirilmesi
- Kanyonların varlığı ile yayla turizmin geliştirilmesi
- Yamaç paraşütüne uygun arazinin yapısı ile doğa turizminin yapılması
- Antik şehirler ve çeşitli tarihsel kalıntılar

2- Yine başka bir öneri olarak yöneticiler turizmin daha fazla gelişmesi için profesyonel yerel yöneticilerin ve yerel öncü bir kuruluşun bölgede ön plana çıkartılması gerektiği düşünmektedirler.

3- Yöneticilerin ortak değerlendirmeleri sonucunda, yerel yönetimlerin (Belediye, İl Turizm Müdürlüğü, Kaymakamlık) turizmde daha etkin rol oynaması gerektiğini düşünmektedirler. Örneğin turistik tesislerin farklı fiyat politikalarının izlemesinin önüne geçilmesi için denetim ve yaptırımların artırılması gerektiğini düşünmektedirler.

4- Yöneticilerin diğer bir ortak algısı ise bölgede faaliyet gösteren turistik işletmelerdeki personelin turizmi benimseyerek ve profesyonelce yapması gerektiği düşünmektedirler. Bunun için bölgede var olan Karabük Üniversitesi bünyesindeki Safranbolu Meslek Yüksek Okuluna ve turizm liselerine gerekli önemin verilemesi gerektiğini önerisinde bulunmaktadırlar.

5- Bu sonuç ve önerilerin haricinde; eski çarşı olarak adlandırılan Safranbolu'nun tarihi bölgesindeki otopark ihtiyacının giderilmesi, halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi ve kamu-özel işbirliği ile bölge turizmi için daha fazla tanıtımın yapılması gibi önerileri de ankette yer almaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Değişen turist tercihleri ve destinasyonlar arasında artan rekabete bağlı olarak farklı turizm türleri ortaya çıkmakta ve yaygınlaşmaktadır. Kültür turizmi günümüzde gittikçe gelişen ve talebi her geçen gün artan turizm türlerinin başında gelmektedir. Tarihi kentler de gerek, tarihi yapıları, kendilerine özgü mimarileri, geçmişten günümüze gelen somut ve soyut tarihi mirasları ile kültür turizminin en önemli ve zengin öğelerini bünyelerinde barındırmaktadır. Safranbolu'da tarihi geçmişini ve mimari görümünü koruyan ülkemizin en önemli tarihi kentlerinden birisidir.

Konaklama işletmeleri yöneticileri ile yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Safranbolu'da ki turizm alt yapısı yetersiz bulunmaktadır. Turistik işletmeler düşük kapasite ile çalışmaktadır. Safranbolu'yu ziyaret eden turist sayısı ve geceleme süresi yeterli değildir. Turistlerin Safranbolu da kalış sürelerini uzatmak mümkündür. Gerek turizm il müdürlüğünün gerekse belediyenin çalışmalarının turizm gelişmesine yeterli desteği sağlayamadığı kanısı ortaya çıkmaktadır. Hem yerli ve yabancı turistler tarafından hemde yöneticiler tarafından, sunulan turistik ürünlerin kalite düzeylerinin arttırılması gerektiği düşünülmektedir. Hem arz hemde talep yönlü eğilimler bölgedeki fiyat politikasının gözden geçirilmesi gerektiğini göstermektedir. Kentin tarihi yapılarının turistik tesis olarak kullanılmasının turistlerin ilgisini çektiğini ve turistik çekim gücü olarak kullanılmasının kentin turizm arzı adına kuvvetli bir unsur olduğu belirlenmiştir. Yerel halkın konuksever ve tarihi turistik değerlere sahip çıkan bir yapıda olduğunu göstermektedir. UNESCO dünya miras listesinde olmasının, kentin turizm gelişmesinde ve turist sayısını arttırmasında çok önemli katkısının olduğu algısının bölgede yerleşmiş olduğu görülmektedir. Safranbolu tarihi kentine ulaşım olanaklarının yeterli olmadığı ifade edilmektedir.

Safranbolu Tarihi Kentinin turizmden daha fazla pay alabilmesi için konaklama işletmesi yöneticilerinin yukarıda verilen önerilerine, literatürden de yararlanılarak aşağıdaki öneriler de eklenebilir.

- Yerli ve yabancı turistlerin Safranbolu'da konaklama süreleri ağırlıklı olarak 1 veya 2 gecedir. Bu durumda Safranbolu da ortalama kalış süresinin düşük olduğunu söylemek mümkündür.

Analizler sonucunda karşımıza çıkan konaklama süresinin azlığının giderilmesi, bölgedeki turizm çeşitliliklerinin artırılması ve bölgeye uygun uzun vadeli bir destinasyon pazarlama stratejisi ile mümkün olacaktır. Ayrıca yörenin sadece hafta sonu ziyaretçileri değil, hafta içi ve uzun kalışlar sağlanarak pazarlanabilmesi için yerli ve yabancı seyahat acenteleri ile işbirliğine gidilmelidir.

- Safranbolu ve çevresi eko turizm olanakları açısından oldukça zengin bir bölge olmasına rağmen bölgedeki günlük turizm aktiviteleri yeterli bulunmamıştır. Bu yüzden bölgedeki Kanyonlar, Yenice Ormanları, Pınarbaşı Kanyonları, Eflâni Göletleri ve Eskipazar Hadrianapolis Antik Kenti eko turizm açısından değerlendirildiğinde bölgede hem turistik ürün çeşitliliği yaratılmış olacak hem de turistlerin konaklama süreleri uzatılabilecektir.
- Safranbolu'nun daha etkin pazarlanabilmesi için yerel öncü bir kuruluşa ihtiyaç olduğu görülmektedir. Bölgedeki paydaşların içerişinde yer alacağı, üst kurul olarak hareket edecek, stratejik kararlar alacak, yönlendirici bir rol oynayacak destinasyon yönetim örgütü gibi bir oluşumun varlığı bölge turizminin gelişmesinde ve sürdürülebilir olmasında önemli bir rol oynayabilir.

Zaman ve bütçe kısıtlılığı nedeniyle, araştırma sadece konaklama işletmelerinin yöneticileri ile gerçekleştirilebilmiştir. Diğer turizm işletmeleri, kamu kurumları ve halk ile de çalışmalar yapılarak daha fazla ve farklı veri toplanabilir. Elde edilen verilerin turizm paydaşları tarafından değerlendirilerek uygulamaya geçirilmesinin Safranbolu turizminin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Anıl M. (2007). Tarihsel Alanlarda Turizm Olgusunun Tasarım – Koruma İlişkisi Üzerinde Etkileri: Bodrum Örneği, *(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).* Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC) (2006). Culture the Key to Urban Tourism. 24 Haziran 2011 tarihinde http://tourismintelligence.ca/2006/05/09/culture-the-key-to-urban-tourism/ adresinden erişildi.

Boz, M. ve Uğur, İ. (2014). Tarihi Kentlerin Turizm Destinasyonu Olarak Geliştirilmesi: Safranbolu Örneği. 9th International Conference: New Perspectives In Tourism and Hospitality. 25-27 Eylül, 2014, Burhaniye, Balıkesir.

Chen, J.S. ve Gürsoy, D. (2001). An Investigation of Tourists' Destination Loyalty and Preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* . Vol.13, 79–85.

Deffner, A. ve Liouris, C. (2005). City Marketing: A Significant Planning Tool for Urban Development in a Globalized Economy. *45th Congress Of The European Regional Science Association*, 23-27 Ağustos, 2005, 1-21.

Erdem B. (2007). Sivas Kenti Doğal ve Kültürel Değerlerinin Peyzaj Mimarlığı Açısından Değerlendirilmesi, *(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Fainstein, S. S. (2007). Tourism and the Commodification of Urban Culture. *The Urban Reinventors, Vol:* 2, Kasım, 2007, 1-17.

Gönenç, G. (1994). *Safranbolu*, Ceyma Matbaası, İstanbul.

Graham Parlett, G.; Fletcher, F. ve Chris Cooper (1995). The impact of tourism on the Old Town of Edinburgh. *Tourism Management.* Vol. 16, No. 5, pp. 355-360.

Gürbüz A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi*, Sayı; 1-2, 2002,49- 59.

Gürbüz, A. (2009). *2023 Karabük Turizm Vizyonu*.

Kara, Ç. (2011). Turistik Ticari Halkbilimsel Ürünler Ve Beypazarı. *Millî Folklor*, Yıl 23, Sayı. 89.

Karabük İl Turizm Müdürlüğü (2014). Safranbolu'da Turizm. 24 Kasım 2014 tarihinde http://www.karabukkulturturizm.gov.tr/TR,63747/safranboluda-turizm.html adresinden erişildi.

Karabük Valiliği (2012). *Karabük Safranbolu Gezi Rehberi.* ISBN. 978-605-359-530-4.

Kotler, P.; Rein I. ve Haider H.D. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, Regions and Nations*, New York, The Free Press.

Koçak, N. ve Karakaş Tandoğan, G. (2008). Kent Turizmi Kapsamında Fuar ve Sergilerin İzmir Turizmine Olası Etkileri: EXPO Örneği. *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Yıl:5, Sayı:2, 2008, 6-15.

Jansen-Verbeke, M. (1998). Tourismification of Historical Cities. *Annals of Tourism Research*. Vol. 25, No. 4, pp. 739_000.

Jansen-Verbeke, M. ve Lievois, E. (1999). *Analysing Heritage Resources for Urban Tourism in European Cities, in: Contemporary Issues in Tourism Development: Analysis and Applications*, Routledge London & New York, 81-100.

Metaxas, T. (2007). City Marketing and City Competitiveness: An Effort Of Reviewing The Last 25 Years. *Discussion Paper Series*, Vol:13, No:8, 2007,401-422.

National Tourism Development Authority (2010). Historic Towns in Ireland - Maximising Your Tourism Potential. 15 Kasım 2011 tarihinde http://www.heritagecouncil.ie/fileadmin/user_upload/Publications/miscellaneous/Historic-Towns-Failte_Ireland_2010.pdf adresinden erişildi.

Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. Doğu Coğrafya Dergisi. Cilt 16, Sayı 26.

Russo, A. P. (2002). The "Vicious Circle" Of Tourism Development In Heritage Cities. *Annals Of Tourism Research.* Vol. 29, No. 1, pp. 165-182.

Safranbolu, Kaymakamlığı. *Safranbolu Brifing Raporu*, Safranbolu, 1997.

Safranbolu Turizm Danışma Bürosu (2014). Safranbolu İlçesinde Konaklama Tesislerinde Konaklama Yapan Turist İstatistiği Verileri. 18 Kasım 2014 tarihinde http://safranboluturizm.gov.tr/sayfa.asp?ctg=22 adresinden erişildi.

Snaith, T. ve Haley, A. (1999). Residents' Opinions Of Tourism Development in The Historic City Of York, England. *Tourism Management.* 20 (1999), pp. 595-603.

Şehir Plancıları Odası (2005). *Tarihi Kent Merkezlerinde Yenileme: Beklentiler, Sorunlar, Uygulamalar,* İstanbul, 2005

Tarihi Kentler Birliği Yayın Organı (2004). *Yerel Kimlik Dergisi,* 2004, 309-319.

Türker, N. (2005). Safranbolu'da Turizm: Turizmin Gelişmesi, Turistik Talebin Yapısı, Sorunlar, Çözüm Önerileri ve Gelecekten Beklentiler Üzerine Bir Çalışma. Z.K.Ü. Safranbolu Meslek Yüksekokulu, Eylül 2005, 1-39.

UNESCO (2009). *Türkiye'nin Dünya Miras Alanları (Koruma ve Yönetimde Güncel Durum)*, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu, Türkiye Milli Komisyonu, Ankara.

UNESCO (2014). Tarihî Kentsel Peyzaja İlişkin Tavsiye Kararı. 25 Kasım 2014 tarihinde http://www.unesco.org.tr/resimler/PeyzajTavsiyeKarari.pdf adresinden erişildi.

Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 2006 3 (3).

Vinuesa, M. A. ve Torralba, L. T. (2010). Historic Cities and Tourism: Functional Dynamics and Urban Policy. *The Open Urban Studies Journal.* 2010, *3*, 47-57.

Yıldırım, C.; Metin T. (2006). Şehirlerde Düzenlenen Uluslar arası Etkinliklerin Şehirlerin Pazarlanmasındaki Önemi. *II. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, 25-28 Mayıs, 2006, 857-870, Çanakkale.

* *Corresponding author. Tel. + 90-(532)-293-5542* ** *Email address: m.b.istanbul@gmail.com*