



## Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Turist Taleplerinin Belirlenmesi: Safranbolu Örneği

*Gamze KARA*

*Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Karabük.*

**Email: gkaya2006@hotmail.com**

**Öz:** Turizm, ülkenin kalkınmasında, gelişmesinde, uluslararası rekabette, ekonomik üstünlük kazandırmasında doğrudan etkili stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye jeopolitik konumu ve kültürel mirası ile dünyanın her yerinden turistlerin ilgisini çekmektedir. Safranbolu dünya kültürel miras merkezlerinden birisidir. Bu çalışmada, kültürel ve doğal mirasının korunması ve destinasyon imajının algılanması üzerine etkilerini tarih ve kültür zenginliği ile eşine az rastlanır dünya mirası Safranbolu örneği ile vurgulamaktır. Çalışmanın temel amacı, Safranbolu'nun 1994 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne yer almasının sahip olduğu kültüre turizm destinasyon imajı üzerine etkileri ve Safranbolu'yu ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin yıllara göre talebi incelendi.

**Anahtar Kelimeler:** Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması, destinasyon İmajı, Safranbolu.

### **Determination of Tourist Claims of Cultural Heritage Using Tourism Purposes: Case of Centre of Safranbolu District**

#### **Abstract**

Tourism has a direct and strategic influence in the development, international competitiveness and economic superiority of countries. Turkey attracts tourists from all over the world thanks to its geopolitical position and cultural heritage. Safranbolu is one of the world's cultural heritage centers. In this study, the effects of preserving cultural and natural heritage and their impact on perception of destination image are addressed with a case study on Safranbolu, which is rarely seen example of world heritage with a rich history and culture. The main purpose of the study is to examine the effect of protection of Safranbolu within the scope of the World

Cultural on its destination image since 1994 as well as evaluating the year-by-year demand of domestic and foreign tourists who visited Safranbolu.

**Key word:** Protection of World Cultural and Natural Heritage, Destination Image, Safranbolu.

## 1.GİRİŞ

Gün geçtikçe sosyal ve ekonomik şartların değişmesiyle kültürel ve doğal mirasın geleneksel yapısının bozulmadan korunması giderek zorlaşmaktadır. Gittikçe artan bir şekilde doğal çürüme ve tahrip olgusuyla kültürel ve doğal mirası yok etmeye devam etmektedir. Kültürel ve Doğal mirasın tahrip olması ya da yok olması, sadece bölgede yaşayan insanların değil tüm dünya milletlerinin mirasında geri dönülmez zararlara yol açmaktadır. Kültürel ve Doğal mirasın ulusal düzeyde korunmasında ekonomik, bilimsel ve teknik kaynakların yetersiz kalması nedeniyle uluslararası düzeyde muhafaza edilmesini ve korunmasını sağlamak zorunludur. Kültürel ve doğal varlıkların uluslararası sözleşmeler ile korunması ve muhafaza edilmesinin gerektiğini bu varlıkların tüm dünya hakları için önemli olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Turizm bölgesinin kültürel ve doğal miras varlıklarına sahip olması bölgenin rekabetçi avantajlı, iyi bir destinasyon imajına sahip olmasını sağlar. Bu ayrıcalık bölge destinasyon imajını geçerliliğine, inandırıcılığına, çekiciliğine sahip olmasına sağlarken turistlerin davranış ve eğilimlerini olumlu etkiler (Yükselen & Güler, 2009:23).

Osmanlı ve Türk mimari özelliklerine sahip varlıklarıyla 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınan Müze kent Safranbolu'yu sahip olduğu destinasyon imajı ile Safranbolu'yu ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin algılarının belirlenmesi bölge turizminin gelişimi için önemlidir. Çalışma bulgularıyla, Safranbolu'nun destinasyon imajına olan etkilerinin belirlenmesini sağladığından bölgeye olan ilginin artmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

## 2. KÜLTÜREL VE DOĞAL MİRASIN KORUNMASI

Ülkeler, sahip olduğu kültürel ve doğal mirasını korumak, yaşatarak gelecek nesillere aktarabilmek için ulusal ve uluslararası alanda ziyaretçilerine tanıtılabilmek için çaba harcamaktadır. Ekonomik boyutu ile düşünüldüğünde küresel turizmden azami pay alma isteğidir. Miras turizmi olarak adlandırılan bu alan, küresel boyutta giderek önem kazanmaktadır (Shafer & Inglis, 2000:73). Kültürel ve doğal mirasın korunması ve yaşatılmasında uluslararası örgütlerin katkıları büyük önem arz etmektedir. Bu alanda Birleşmiş Milletlerin (BM) alt kuruluşu olan Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından kültürel ve doğal mirasın korunması faaliyetleri uluslararası alanda etkilidir. Günümüzde 192 devlet tarafından onaylanan sözleşme, 16 Kasım 1972'de UNESCO tarafından kabul edilen Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme ile kurulmuştur (Phillips, 1962:1). Bu sözleşme ile Kültürel mirasın uluslararası anlamda bir çatı altında toplanması sağlanmıştır (Dinçer, 2013:67). Bu sayede, insanlığın ortak mirası olarak kabul edilen kültürel ve doğal sitleri dünyaya tanıtmak, bu konuda toplumsal bilincin oluşturulması ile çeşitli sebeplerle bozulan veya yok olan kültürel ve doğal değerlerin yaşatılması için gerekli işbirliğini sağlamıştır (Karpuz, 2009:10).

Kültür ve doğal varlıklar bulunduğu bölgenin milli yargısından ve mülkiyet haklarından bağılı olmaksızın tüm insanlığın ortak mirasını oluşturmaktadır. Bu nedenle devletler arasındaki kültür ve doğal varlıklar ziyaretleri geliştirilmeli ve özellikle bulunduğu ülkelerde yeterli koruma ve muhafaza tedbirlerinin alınması için destek verilmelidir.

UNESCO'nun kültür ve doğal varlıklar korunmasına yönelik sözleşme ve tavsiye kararları bazıları şunlardır (Özer, 2010:2);

- ❖ Silahlı Çatışma Durumunda Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ve Protokolü (14 Mayıs 1954),
- ❖ Arkeolojik Kazılara İlişkin Uluslararası Prensipler Tavsiye Kararı (5 Aralık 1956)
- ❖ Doğal Güzellik ve Sit Alanlarının Korunmasına İlişkin Tavsiye Kararı (11 Aralık 1962)
- ❖ Sahiplenilmesi Yasak Olan Tarihi Eserlerin İhracat, İthalat ve Transferinin Yasaklanması ve Önlenmesi İçin Alınacak Önlemlere İlişkin Tavsiye Kararı (19 Ekim 1964)
- ❖ Toplu veya Özel Çalışmalar Tarafından Tehlike Altında Olan Kültürel Varlıkların Korunmasına İlişkin Tavsiye Kararı (19 Ekim 1968)
- ❖ Kültürel ve Doğal Mirasın Ulusal Zeminde Korunmasına İlişkin Tavsiye Kararı (16 Ekim 1972)
- ❖ Tarihi Mekanların Günümüzdeki Yerine İlişkin Tavsiye Kararı (26 Ekim 1976)
- ❖ Kültürel Varlıkların Uluslararası Değişimine İlişkin Tavsiye Kararı (26 Ekim 1976)
- ❖ Taşınabilir Kültürel Varlıkların Korunmasına İlişkin Tavsiye Kararı (28 Ekim 1978).

UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması sözleşmesi Türkiye'de 1982 yılında onaylanmış; 1983 yılında Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (Kejanlı, 2007:19). Ülkemizde Dünya Miras Listesi'nde 759 kültürel, 193 doğal, 29 karma (hem kültürel hem de doğal) olmak üzere toplam 981 adet varlık yer almaktadır (Köz, 2014:8). Bu kapsamda, Safranbolu (Listeye alınma tarihi 17.12.1994, Kültürel nitelikli) koruma altına alınmıştır.

İnsanların eski medeniyetlerini ya da kültürlerinin izlerini görme isteği alternatif turizm türlerinden doğal ve kültür turizminin doğmasını sağlamıştır (Emekli, 2006: 54). Doğal ve kültür yapısını görmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler, turistik faaliyet yeni boyutlar kazanarak günümüzde yoğun talep gören seyahat aktiviteleri oluşturmuştur (Spielberg, 1995: 363, Toker, 2011:8). Bu alanda doğal ve kültür turizminin yükselen yıldız Safranbolu'dur.

### **3. SAFRANBOLU DESTİNASYONUNA GENEL BİR BAKIŞ**

Destinasyon; doğal çekicilikleriyle, geçekçi ve inandırıcılığı özelliğe sahip turizm sektörünün en önemli bileşenlerinden birisidir (Kotler vd., 1993; Jenkins, 1999:2; İlban vd., 2008:108). Turizm pazarında rekabetçi olabilmek için sahip olduğu destinasyon özelliklerin korunması önemlidir (Doolin, 2002:557, Stamboulis & Skayannis, 2003:35-43; Stepchenkova & Morrison, 2006:943-956). Safranbolu sahip olduğu eşsiz destinasyon özellikleri ile ülkemizin turizm alanında dünya sahnesinde temsil eden nadide bir kentidir.

Müze kent Safranbolu, Batı Karadeniz Bölgesinde, Karabük iline bağlı sivil ve Osmanlı saraylarının esintilerini barından, geleneksel Türk toplum yaşantısının bütün özelliklerini taşıyan sahip olduğu bu zengin kültürel mirası ve doğal turistik değerlerini yerli ve yabancı ziyaretçilere sunan bir ilçedir.

Safranbolu'nun, bilinen tarihi M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzanmaktadır. M.Ö. 3000 ve 4000 tarihlerine dayanan Tümülüsler, Safranbolu'nun uzun bir tarihi olduğunu göstermektedir (Gürbüz, 2002:50). Theodoropolis, Flaviopolis, Dadibra, Hadrianapolis ve Germia gibi antik kasabalara ev sahipliği yapmıştır (Tunçözgür, 1997:7).

Safranbolu bölgesinde kurulduğu bilinen ilk medeniyetler, Zalparlar ve Gaspalardır. Bölgede sırası ile Frigler, Hititler, dolaylı yollardan Persler, Lidyalılar, Helenistik Krallıklar (Pondlar), Selçuklular, Romalılar, Candaroğulları, Çobanoğulları ve Osmanlılar egemenlik kurmuşlardır (Yücel, 1980:32). Malazgirt Savaşından sonra Safranbolu ve civarına da göçebe Türkler yavaş yavaş yerleştirilmeye başlanmıştır (Akman; 2004:28). Hristiyan halkın yaşadığı dönemde adı “Dadybra” olan Safranbolu Türklerin yerleşmesiyle adı “Zalifre” olarak değişmiştir (Akman; 2004:28).

Safranbolu tarih boyunca çeşitli uygarlıklar arasında el değiştirdiği gibi Türklerle Bizanslılar arasında ve hatta Türk Beylikleri ile Osmanlılar arasında da el değiştirmelere konu olmuştur (İnce, 1976:25). Safranbolu 1927 yılında Zonguldak iline bağlanmıştır. 1945 te Ulus Bucağı, 1953 de Eflani ve Karabük Bucakları Safranbolu'dan ayrılarak ilçe haline getirilmişlerdir (Tunçözgür, 1997:7). 1938 yılında Demir-Çelik endüstrisinin Karabük bölgesinde kuruldu. Karabük, 1995 yılında il statüsüne kavuştuktan sonra Safranbolu ilçesi Karabük iline bağlanmıştır (Gölenç, 1994:5).

Sahip olduğu doğal ve çevre dokusu, tarihi ve kültürel zenginliği ile korunmakta olan Safranbolu çeşmeleri, hanları, hamamları, konakları, camileriyle binlerce esere sahiptir (Gürbüz, 2002:50). Safranbolu'nun en önemli tarihi eserleri arasında yer alan bazıları; Köprülü İzzet Mehmet Paşa Camii, Mehmet Paşa Camii, Lütfiye Camii, Ulu Camii, Hamidiye (Zülmiye) Camii, Saat Kulesi, Cinci Hanı, Eski Hükümet Konağı (günümüzde Safranbolu Kent Tarihi Müzesi olarak kullanılmaktadır), İncekaya Su Kemerli ve Köyiçi Kız Meslek Lisesidir (Özdemir, 2011:131).

#### **4. SAFRANBOLU'NUN TURİSTİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Müze kent Safranbolu sahip olduğu eşsiz destinasyonu yerli ve yabancı ziyaretçilerden büyük ilgi görmeye devam etmektedir. Tarihini yansıtan evlerinin yanı sıra doğal güzellikleri ile büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Özellikle gününbirlik ziyaretçilerin yoğun olarak görüldüğü Safranbolu son zamanlarda 1-2 günlük hafta sonu seyahat eden turistik hareketler de görülmektedir.

Safranbolu'ya gelen ziyaretçiler genellikle butik otel konaklamasını tercih etmektedir. Safranbolu evlerinin geleneksel yapısını yansıtan butik otellere ziyaretçiler yakın ilgi göstermektedir. Butik otellerin sayısı ve kalitesinin artmasıyla gelen ziyaretçilerin konaklama isteğini oluşturmaktadır. Bu durum bölgenin doğal ve kültürel kaynaklarının korunması ve geliştirilmesine etkisi bulunmaktadır. Ayrıca bölgeye yapılan yatırımların artmasına alt yapı ve üst yapının gelişmesini sağlamaktadır.

Rekreasyon, insanların herhangi bir baskı olmaksızın, boş zamanlarında yıpranan ruh ve vücutları eski zindeliğine kavuşturmak üzere, kendi isteği ile yaptığı, para ve ödül kazanma amaçlarından uzak, kişisel veya toplumsal aktivitelerdir (Gürbüz, 2002:22). Safranbolu rekreasyonu ile turizm potansiyeli artırmış sahip olduğu tarihini günümüze kadar başarı ile korumuş ve hala korumaya devam etmesiyle 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınmıştır. Bunun doğal sonucu olarak bölgeye yerli ve yabancı turistlerin ilgisi giderek artmıştır. UNESCO'nun Safranbolu'yu Dünya Kültürel ve Doğa Mirası listesine almasına neden olan tarihi dokunun bozulmaması ve tarihi Safranbolu evlerini görmek ve incelemektir(Gürbüz, 2002:22). Bu sonuç Safranbolu'nun yerel ve dünya sahnesinde tanınmasına yol açmıştır.

Safranbolu destinasyonuna yönelik yapılan turizm araştırmaları şöyle özetlenebilir:

Gürbüz (2002), turizmin sosyal çevre ve yaşam üzerine olan etkilerini daha belirgin kılmak amacıyla Safranbolu halkıyla yapılmıştır. Çalışmada incelendiğinde insanların çoğunun turizmsosyal çevreyi olumlu etkilediği görülmüştür.

Gürbüz (2009), turistlerin demografik özelliklerine göre kendilerine sunulan turistik ürünleri algılamaları incelenmiş turistik donanım ve hizmetler, eğlence hizmetleri, tarih, kültür ve sanatsal hizmetler, ulaşım ve rehberlik hizmetleri, sosyal çevre, fiyatlar, temizlik hizmetleri, altyapı ve ticari yatırımlar, nüfus ve trafik yoğunluğu, şehrin turistik çekiciliği, yiyecekiçeceklerin çeşitliliği ve kalitesi, halkın tutum ve davranışları incelemiştir.

Çakmak ve Kök (2012), yerli ve yabancı turistlerin imaj algısı ve memnuniyet derecelerini ölçmeye yönelik araştırmada algılamayı etkileyen faktörler incelenmiştir. Çalışmada ziyaretçilerin demografik özelliklere incelenmiş olup yabancı turistlerin Japonya ve Güney Kore'den geldiği ve ziyaret sonrası memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Sevim (2013), Safranbolu destinasyonu tavsiye etme davranışı incelenmiştir. Çalışma sonucunda “huzurlu ortam”, “tarihi doku ve çevre” ve “altyapı” etkili olduğu anlaşılmıştır.

Ceylan (2016), Safranbolu da kültür turizmi alanlarında turizmin çeşitlendirilmesinin incelenmek amacıyla Safranbolu'ya gelen turistler ile yapılmıştır. Çalışma sonucunda kültür turizmi alanlarında turizmin çeşitlendirilmesinin Safranbolu'ya gelen ziyaretçi yoğunluğunu daha da artıracak ve sınırlı imkanlar nedeniyle artan taleplere cevap veremeyeceği sonucuna varılmıştır.

## **5.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ**

### **5.2. Anket Aracı**

Bu çalışmanın amacı 1994 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne yer almasının sahip olduğu kültüre turizm destinasyon imajı üzerine etkileri ve ilçesine gelen yerli ve yabancı turistlerin yıllara göre talebini etkileyen verilerin analizidir. Bu çalışma ile Safranbolu ilçesine gelen turistlerin yıllara göre taleplerini belirlenmeye çalışıldı.

Araştırmada kullanılacak verilerin toplanması için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aylık gelir, işi gibi kişisel bilgi formundan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise destinasyon özelliklerinin Safranbolu'yu ziyaret eden turistler üzerindeki etkileri araştırıldı. Bu olguyu incelemek amacıyla hipotezler önerilmektedir.

Anket, bölgenin algılanan değeri, genel tatmin, turist davranış niyeti ve katılımcıların, demografik bilgilerini içermektedir. Ankette yer alan sorular, literatür ve çalışmada hedeflenen özelliklerin incelenmesine dayanmaktadır.

Araştırma kapsamında, anket yoluyla toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Veri tabanına ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Büyüköztürk (2007), verilerin faktör analizi için uygunluğunda KMO'nun 0,60'dan yüksek ve Bartlett Sphericity testinin anlamlı çıkması halinde yapılabileceğini belirtmektedir.

Çalışma için gerekli veriler Safranbolu ilçesinde en popüler turistik mekan olan arasta çarşısını ziyaret eden yerli-yabancı turistlere yüz yüze görüşme tekniğiyle anket uygulanarak elde edilmiştir. 250 katılımcı ile yapılan anketteki veriler kullanılarak kısıtlanmıştır.

### **5.3. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular**

Tablo 1. Katılımcıların profili

Cinsiyet	Freakans	Yüzde
Kadın	178	71
Erkek	72	29
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	92	37
Bekar	158	63
<b>Yaş</b>		
18-22 yaş	98	39,2
23-27 yaş	47	18,8
33-37 yaş	39	15,6
38-43 yaş	25	15
44 ve üzeri	41	16,4
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlköğretim	27	10,8
Lise	59	23,6
Önlisans	37	14,8
Lisans	98	39,2
Lisans Üstü	29	11,6

Katılımcıların demografik profili (Tablo 1) erkeklere (% 29) göre daha az kadın (% 71) olduğunu göstermektedir. Ankete katılanların % 50'sinden fazlası genç ve orta yaşta ve % 16,4'ü 44 yaşının üstündedir. Ankete katılanların çoğunluğu yüksek eğitilmiş (bazı üniversite veya yüksek lisans eğitimi ile % 65,6) ve evli (%37) dir.

Bölgenin sahip olduğu özellikler, turistik tercihleri ve gelecekteki davranışsal niyetleri etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmiştir (Chen and Tsai, 2010). Bölgenin sahip olduğu değerler, turistlerin başkalarına öneriler de dahil olmak üzere gelecekteki davranışları etkilemektedir. Bu sonuç seyahat etmeden önce turistler üzerinde olumlu algılar oluşturmuştur (Chen and Tsai, 2007).

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Tutum ve Davranışlar	Ortalama	Standart Sapma
Safranbolu esnafı konukseverdi.	4,104	0,8038
Safranbolu halkı nazikti.	4,023	0,9232
Safranbolu'da sunulan hizmetler kaliteliydi.	4,222	0,3829
Safranbolu'da ücretleri uygundu.	4,076	0,9245
<b>İmajı</b>		
İlçede yiyecek-içecek hizmetlerinde yöresel ürünlere sahiptir.	4,388	0,6683
İlçe restoranlarında sunulan yiyecek ve içecekler hijyenik ve güzeldir.	4,119	0,792
İlçe ilginç doğal varlıklara sahiptir.	4,342	0,6184
<b>İmkânları</b>		

İlçe gerekli tüm ulaşım imkânları sahipti.	4,176	0,9311
İlçedeki tüm hizmetlere ulaşmak kolaydı.	4,280	0,9017
Acil ihtiyaçlara (hastane vb. hizmetlere) ulaşmak mümkündü.	4,486	0,7990
İlçede kişisel güvenlik sağlanmıştı.	4,028	0,9255
İlçe yeterli bir altyapı sistemi vardı.	4,101	0,8023
<b>Toplam Katılım</b>		250

Tablo 3. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Faktör	Ortalama	Standart Sapma	Tutum ve Davranışlar	İmajı	İmkânları
Tutum ve Davranışlar	4,106	0,8416	1		
İmajı	4,283	0,9195	0,03	1	
İmkânları	4,214	0,9623	0,197**	0,034	1
Faktör Eigen Değerleri	4,201	0,9078	0,903**	0,354	0,729
Faktörlere Ait Açıklayıcı Varyans Değeri (%)			1,24	1,003	0,854
Alfa $\alpha$			0,723	0,708	0,716
Açıklayıcı Toplam Varyans			71,2		
KMO Örneklem Yeterliliği Ölçümü			0,69		
Toplam Crohbach Alfa			0,705		
Barlette Yüzeysel Testi		Kikare=1000,51		Anlamlılık=0,000	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kültürel mirasın Safranbolu'da turizm amaçlı kullanılmasında turistlerin talep algısı kapsamında, 12 yargıya ait güvenilirlik katsayısı (Toplam Cronbach Alpha); 0,705 olarak hesaplanmıştır. Yargıların faktör analizine uygunluğu kapsamında KMO katsayısı; 0,69, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyleri  $p=0,00$  olup varyans açıklama oranı 0,712 olarak

hesaplanmıştır. Faktör analizi sonuçları öngörülen tüm koşulların sağlandığını ve ölçümün güvenilir olduğunu göstermektedir.

Safranbolu'yu ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin kültürel mirasın turist algısı ve taleplerin belirlemek amacıyla parametrik testler kapsamında araştırmada şu hipotezlere cevap aranmıştır:

**Hipotez 1 (H<sub>1</sub>):** Safranbolu'yu ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin demografik özellikleri ile şehir rekreasyon alanlarının görsel kalite algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

**Hipotez2 (H<sub>2</sub>):** Safranbolunun, Dünya Kültürel ve Doğa Mirası listesinde olması turistlerin ziyaret etme algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

**Hipotez 3 (H<sub>3</sub>):** Destinasyon özellikleri turistlerin başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Tablo 4.Önerilen hipotezler

	Hiç katılmıyorum		Az katılıyorum		Orta düzeyde katılıyorum		Çok katılıyorum		Tamamen katılıyorum		X	Ss	p
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
<b>H<sub>1</sub></b>	40	16	55	22	45	18	60	24	50	20	3,06	0,61	*0.01
<b>H<sub>2</sub></b>	3,5	1,4	6,5	2,6	30	12	54	21,7	156	62,3	4,41	0,38	*0.02
<b>H<sub>3</sub></b>	20	8	25	10	30	12	77,5	31	97,5	39	3,83	0,54	*0.00

\*p< $\alpha$  ( burada  $\alpha=0.05$ ).

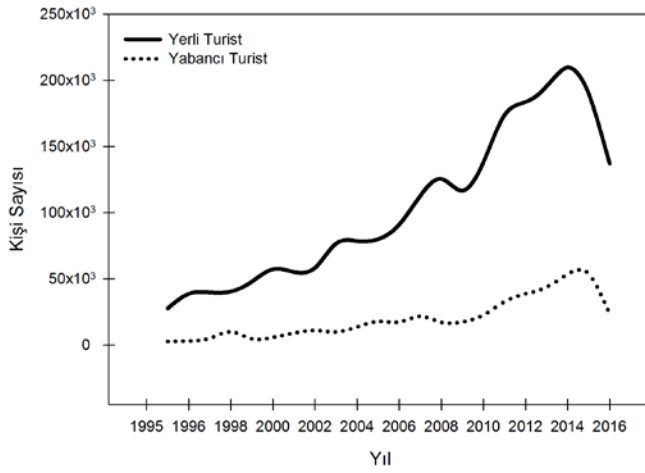
Tablo 4'de önerilen hipotezler (H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>) için likert tipi anket sonuçlarına göre elde edilen frekans (f), yüzde dağılım (%), ortalama (X) ve standart sapma (Ss) değerlerini göstermektedir. Önerilen hipotezlerin tamamı kabul edilebilir olmakla beraber H<sub>2</sub> hipotezi ortalaması en yüksektir. Literatürde yapılan çalışmalarda algılanan değer, müşteri memnuniyeti ve gelecekteki davranışsal niyetler için önemli bir öncülük olarak kabul edilmektedir (Oh, 2000; Petrick, 2004; Chen and Chen, 2010). H<sub>3</sub> hipotezinin yüksek oranda kabul edilmiş olması literatürle uyumlu olduğunu göstermektedir.

Significance (Sig.) değeri= 0.01 olduğundan 0,01<0.050 ; H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilir. Yani Safranbolu'yu ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin demografik özellikleri ile şehir imajı algısı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Significance (Sig.) değeri= 0.02



olduğundan  $0,02 < 0,050$  ;  $H_2$  hipotezi kabul edilir. Yani Safranbolunun, Dünya Kültürel ve Doğa Mirası listesinde olması turistlerin ziyaret etme niyetine göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.  $H_3$ : Katılımcıların destinasyon özellikleri turistlerin başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme niyetini göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Dünya Kültürel ve Doğa Mirası etkisinin algısı ortalaması (4.41) olarak yüksek memnuniyet oluşturarak, destinasyon özellikleri turistlerin başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme algısı ortalaması (3,83) olarak olumlu olduğu görülmüştür. Yerli-yabancı turistlerin demografik özellikleri ile şehir rekreasyon alanlarının görsel kalite algısı ortalaması 3,06 oldukça düşüktür. Bu durum, Safranbolu rekreasyon alanlarının görsel kalitesinin gözden geçirilmesi ve yükseltilmesinin gerekliliği şeklinde yorumlanabilir.



Şekil 1. 1995 - 2016 yılları arasında Safranbolu bölgesini ziyaret eden yerli-yabancı turist sayısını göstermektedir (Safranbolu Turizm Danışma Bürosu, 2017).

Şekil 1’de 1995 - 2016 yılları arasında Safranbolu bölgesini ziyaret eden yerli-yabancı turist sayıları görülmektedir. Safranbolu 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi’ne alınması ile yerli-yabancı turist sayısında her artma eğimindedir. Toplam turist sayısı yıllara göre değişiklik göstermekle birlikte incelenen yıllar arasında ortalama % 11.7 artmıştır. Toplam turist sayısındaki en fazla artış % 27.5 oranında Safranbolu UNESCO Dünya Miras Listesi’ne alınması ile birlikte 1995-1996 yılları arasında görülmüştür. 2008 – 2009 yılları arasında toplam turist % 6 oranında bir azalma görülmüştür. Toplam turist sayısındaki azalma en fazla % 34 oranında 2015 – 2016 yılları arasında görülmüştür. Azalmanın görüldüğü yıllarda ülkemizde yaşanan siyasal ve ekonomik sorunlar etkili olduğu düşünülmektedir.

Safranbolu’yu ziyaret eden yerli-yabancı turist sayısı aylara göre değişiklik göstermektedir. Ülkemizde deniz turizm yaz aylarında yoğun ilgi görmesi nedeniyle Safranbolu’ya ziyaretçiler ilkbahar ayları ve sonbahar aylarında genellikle hafta sonlarında yoğun ilgi göstermektedir.

Safranbolu’da turizm etkinlikleri geniş bir yelpaze göstermektedir. Kültürel turizm dışında, jeolojik oluşumu nedeniyle kanyonlar, derin mağaralara sahiptir. Bölgede doğa ve mağara turizm oldukça ilgi çekmektedir. Ayrıca bölgenin yayla turizmi ve yüksek bölgeleri kış sporları için de elverişlidir.

## 6. SONUÇLAR

Bu çalışma ile turistik bir destinasyonu ile yoğun talep gören Safranbolu'nun özellikle UNESCO tarafından Dünya Miras Listesine alındıktan sonra ziyaretçiler tarafından ilgi ve talep durumuna etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde, Karabük iline bağlı Safranbolu dünya sahnesinde tanınan, sahip olduğu kültür turizm potansiyeli ile ön plana çıkan her geçen gün daha çok ilgi çekmeye devam etmekte olan tarihi bir kenttir. Safranbolu sahip olduğu coğrafya-kültür-turizm arasındaki ilişkiye UNESCO kültürel ve doğal mirasın korunması kararı, Türkiye'de ve dünya sahnesinde tanınmasına büyük katkı sağlamış, ziyaretçilerin ilgisi artarak devam etmekte yerli-yabancı turistler için önemli çekim merkezi haline gelmiştir.

Kendisini dünya sahnesinde Osmanlı mimarisi ile yapılmış evleri ile tanıtmış olan yaşayan tarih kenti Safranbolu kültürel turizm dışında doğa turizmi, yayla turizmi ve kış turizm ile de adını duyurmaya başlamıştır. Yıllara göre değişiklik göstermekle birlikte artma eğilimindeki yerli-yabancı turist sayısı ile bölgenin ve ülkemizin ekonomik kazancına katkı sağlamış ve sağlamaya devam etmektedir. Turistlerin Safranbolu'ya taleplerinin yıllara göre değişimlerine bakıldığında ülkemizde yaşanan siyasal ve ekonomik sorunlardan etkilenen bir yapıya sahip olduğu görülmüştür.

Safranbolu, artan turizm faaliyetleriyle yerel ve dünya milletleri arasında sahip olduğu kültürel kimlik üzerini olumlu etkilemiştir. Bölge bu avantajları değerlendirerek turistik değerlerini turizm hizmetinde etkili ve verimli kullanılarak ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlayacağı aşikârdır.

## 6.KAYNAKÇA

- Büyüköztürk, Ş. (2007). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, 7. baskı, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Gürbüz, A. (2002). Yerel Kalkınma Stratejisi İçinde Turizm Ve Safranbolu. *Bilgi-Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 29-48.
- Gürbüz, A. (2009). Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10, 217-234.
- Dinçer, İ. ve Akın, O., 1994, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kapsamında Koruma Planı ve İdari Yapısı, 2. Kentsel Koruma Yenileme ve Uygulama Kollokyumu, İstanbul, 127-131.
- Doolin, B., Burgess, L. & Cooper, J. (2002). Evaluating The Use Of The Web For Tourism Marketing: A Case Study From New Zealand, *Tourism Management*, 23, 557-561.
- Çakmak, A. Ç. ve Kök, İ. T. (2012). Destinasyon pazarlaması ve Safranbolu'nun destinasyon İmajının ölçülmesi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 80-101.
- 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.
- Chen C. F., Tsai D. C. (2007). How Destination Image And Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 28, 175-187.
- Chen C. F., Chen F. S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction And Behavioral

Intentions For Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 29-35.

İlban, M. O., Köroğlu, A., Bozok, D. (2008). Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 105-129.

Jenkins, O. H. (1999). Understanding And Measuring Tourist Destination Images. *International Journal Of Tourism Research*, 1(1), 1-15.

Karpuz, Hayri (2009). Koruma Alanlarında Alan Yönetimi Kapsamında Tarihi Yarımada. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kejanlı, D. T., Akın, C. T., & Yılmaz, Ö. G. A. (2007). Türkiye’de Koruma Yasalarının Tarihsel Gelişimi Üzerine Bir İnceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19,179-196.

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry And Tourism To Cities, States And Nations*. New York: Free Press.

Köz, E. N. (2014). Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Phillips, W. R. (1962). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Mont. L. Rev.* 24, 31.

Shaffer, C.S., Inglis, G.J. (2000). Influence Of Social, Biophysical, And Managerial Conditions On Tourism Experiences Within The Great Barrier Reef World Heritage Area. *Environmental Management*, 26 (1), 73–87.

Som, A., Shirazi, S., Marzuki, A., & Jusoh, J. (2011). A Critical Analysis Of Tourist Satisfaction And Destination Loyalty. *Journal of Global Management*, 2(1), 178-183.

Stamboulis, Y. & Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies And Technology For Experience- Based Tourism, *Tourism Management*, 24, 35–43.

Stepchenkova, S. ve Morrison, A. M. (2006). The Destination Image Of Russia: From The Online Induced Perspective, *Tourism Management*, 27, 943–956.

Sabler, M. J. (1988). The Image Of Destination Regions: Theoretical And Empirical Aspects. In B. Goodall, G. Ashworth (Ed.), *Marketing In Tourism Industry: The Promotion Of Destination Regions*, New York: Croom Helm, 133-161.

Yükselen, C., & Güler, G. E. (2009). Antakya Marka Kent. Ankara: Detay Yayıncılık.

İl Kültür Turizm Müdürlüğü Safranbolu (2017). Yıllık İstatistikler. 25.05.2017, <http://www.karabukkulturturizm.gov.tr/>

Oh H. (2000). Diners’ Perceptions Of Quality, Value And Satisfaction. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 41(3), 58-66.

Petrick, J. F. (2004). The Roles Of Quality, Value, And Satisfaction In Predicting Cruise Passengers’ Behavioral Intentions. *Journal Of Travel Research*, 42(4), 397-407.