



**KÜLTÜR TURİZMİ-YEREL EKONOMİK KALKINMA İLİŞKİSİ,
BEYPAZARI VE SAFRANBOLU ÖRNEKLERİ**

Ahmet Sencer KAHRAMAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA ANA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

AĞUSTOS 2019

Ahmet Sencer KAHRAMAN tarafından hazırlanan “KÜLTÜR TURİZMİ-YEREL EKONOMİK KALKINMA İLİŞKİSİ, BEYPAZARI VE SAFRANBOLU ÖRNEKLERİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL

Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

Başkan: Prof. Dr. Nihan ÖZDEMİR SÖNMEZ

Gayrimenkul ve Varlık Ekonomisi ve Değerleme Ana Bilim Dalı, Ankara Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

Üye: Prof. Dr. Ebru Vesile ÖCALIR AKÜNAL

Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

.....

Tez Savunma Tarihi: 05/08/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu çalışmanın Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum

.....

Prof. Dr. Sena YAŞYERLİ
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Ahmet Sencer KAHRAMAN
05/08/2019

KÜLTÜR TURİZMİ-YEREL EKONOMİK KALKINMA İLİŞKİSİ, BEYPAZARI VE SAFRANBOLU ÖRNEKLERİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Ahmet Sencer KAHRAMAN

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Ağustos 2019

ÖZET

Turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli gelir kaynaklarından biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler sahip oldukları tarihi, kültürel ve doğal varlıklarını cazibe merkezlerine dönüştürmek suretiyle yeni turizm alanları ortaya koymaktadır. Özellikle geleneksel dokunun korunduğu, tarihi ve kültürel çevreye sahip Beypazarı ve Safranbolu örnekleri bu cazibe merkezlerinin başında gelmektedir. Bu çalışma kültür turizminde benzer gelişim gösteren, özellikle yerel unsurların ön planda tutulduğu, geleneksel dokunun korunmasına dayalı bir turizm anlayışı olan yerleşim yerlerinde kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkisinin araştırılmasını amaçlamaktadır. Beypazarı’nda ilk olarak Kültür Bakanlığı 1995 yılında tarihi evlerin bulunduğu Alaaddin Sokak’da 13 evin cephesinin yenilenmesini içeren ‘Sokak Sağlıklaştırma Projesi’ başlatılmıştır. İkinci adım olarak 1999 yılında göreve gelen Belediye Başkanı “Beypazarı evlerinin korunarak kültürünün yaşatılması” temel vizyonu olarak görmüş ve buna göre adımlar atmıştır. Bu vizyon çerçevesinde kısa bir süre içinde tarihsel ve kültürel özelliklerin korunması ile kent kimliğinin vurgulanması ve turizmin geliştirilmesine yönelik girişimler başlatılmış, yerel ekonomi de turizm sektörünün gelişmesine ciddi gelişmeler görülmeye başlanmıştır. Safranbolu’da ise Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu’nun kenti 1975 yılında kentsel sit alanı ilan etmesi ile başlayan turizm hareketliliği, UNESCO tarafından 17 Aralık 1994’de Dünya Miras Listesi’ne dâhil edilmesi ile yerel ekonomiye katkısı artmıştır. Buna bağlı olarak; yerel ekonomi Beypazarı ve Safranbolu’da turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak canlanmıştır. Bu çalışmada turizm gelişiminin yerel ekonomiye olan etkileri istatistiki veriler, çeşitli kurum ve kuruluşlar ile yapılan görüşmeler ve ziyaretçi/işletmeci anketleri ile değerlendirilmektedir. Sonuç olarak Beypazarı ve Safranbolu örneklerinden yola çıkarak, turizm ile yerel ekonomik kalkınmanın sağlanmasında öne etkenlerin değerlendirilmesi yapılacaktır.

Bilim Kodu : 80208
Anahtar Kelimeler : Kültür Turizmi, Yerel Ekonomik Kalkınma, Beypazarı, Safranbolu
Sayfa Adedi : 139
Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL

CULTURE TOURISM-LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT, BEYPAZARI AND
SAFRANBOLU EXAMPLES

(M. Sc. Thesis)

Ahmet Sencer KAHRAMAN

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

August 2019

ABSTRACT

Tourism is one of the most important sources of income in developed and developing countries. They have history in developing countries such as Turkey, cultural and natural assets by converting to the new tourism attraction centers reveals areas. Especially Beypazari and Safranbolu cases, where the traditional texture is preserved and which have a historical and cultural environment, are among the main attraction centers. The aim of this study is to investigate the effects of cultural tourism on local economic development in settlements which show similar development in cultural tourism, especially with local elements in the foreground and a tourism approach based on the protection of traditional texture. Firstly Ministry of Culture in Beypazari was initiated in 1995, a street sanitation project covering the renovation of 13 houses on Alaaddin Street where historical houses are located. As the second step, the Mayor, who took office in 1999, regarded Beypazari houses as the main vision of preserving and preserving the culture, and steps were taken accordingly. Within the framework of this vision, initiatives have been started to protect the historical and cultural characteristics and to emphasize the identity of the city and to develop tourism in a short period of time, and serious developments have started to be seen in the development of the tourism sector in the local economy. In Safranbolu, tourism mobility started when the High Council for the Protection of Cultural and Natural Heritage declared the city as an urban protected area in 1975, and its contribution to the local economy increased with the inclusion of UNESCO in the World Heritage List on 17 December 1994. In this study, the effects of tourism development on local economy are evaluated with statistical data, interviews with various institutions and organizations and visitor / operator surveys. As a result, leading factors will be evaluated in terms of tourism and local economic development based on Beypazari and Safranbolu cases.

Science Code : 80208

Key Words : Culture Tourism, Local Economic Development, Beypazari, Safranbolu

Page Number : 139

Supervisor : Asst. Prof. Dr. Demet EROL

TEŞEKKÜR

Bu yüksek lisans tezinde değerli aileme bu süreçte her zaman yanımda oldukları için teşekkür ediyorum. Ayrıca, tez çalışmamın her aşamasında beni yönlendiren, sabrı ve anlayışı ile bana destek olan değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL'a teşekkür etmeyi bir borç biliyorum.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.	v
TEŞEKKÜR.	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xiii
RESİMLERİN LİSTESİ.....	xiv
HARİTALARIN LİSTESİ	xv
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xvi
1. GİRİŞ	1
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	5
2.1. Araştırma Sorusu	6
2.2. Araştırmanın Yöntemi.....	7
2.2.1. Anket sorularının hazırlanması	7
2.2.2. Araştırma alanı ve örneklem seçimi.....	7
3. YEREL VE EKONOMİK KALKINMA VE TURİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE TEORİK ÇERÇEVE	9
3.1. Yerel Kavramı	9
3.2. Yerel Ekonomik Kalkınma Kavramı	10
3.2.1. Yerel ekonomik kalkınma politikaları.....	12
3.2.2. Yerel ekonomik kalkınmada başarılı örnekler Dünya Bankası yaklaşımları	14
3.3. Turizm ve Yerel Ekonomik Kalkınmanın İlişkisi	16

Sayfa

3.3.1. Turizmin yerel ekonomiye katkısı	19
3.3.2. Turizmin yerel ekonomik kalkınmaya yarattığı başarılı örnekler	21
3.4. Turizm Talebine Etki Eden Faktörler	23
3.5. Turizmin Yerleşimler Üzerine Etkisi.....	25
4. YEREL EKONOMİK KALKINMA VE KÜLTÜR TURİZMİ	27
4.1. Turizmin Tanımları ve Türleri.....	27
4.2. Kültür ve Kültür Turizmi	29
4.2.1. Kültür turizmi	30
4.2.2. Kültürel turistler	35
5. BEYPAZARI VE SAFRANBOLU’NUN TURİZM İKLİMİ VE YEREL POTANSİYELLERİ.....	37
5.1. Beypazarı ve Safranbolu’nun Turizmin Gelişmesi.....	37
5.1.1. Beypazarı’nda turizmin gelişmesi.....	37
5.1.2. Safranbolu’da turizmin gelişmesi	47
5.1.3. Beypazarı ve Safranbolu’nun kültürel turizmindeki karşılıklı üstünlükleri	62
5.1.4. Beypazarı ve Safranbolu’da kültür turizmin sürdürülebilirliğinin sosyal ve ekonomik sonuçlarının değerlendirilmesi	64
5.2. Beypazarı Ve Safranbolu’da Kültür Turizminin Alan Çalışması.....	65
5.2.1. Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçilerin temel nitelikleri ve turizmi bakış açıları	72
5.2.2. Turizm işletmeci ve işletmelerin temel nitelikleri	82
5.2.3. Turizm işletmecilerin turizm deneyimleme süreçleri	91
5.2.4. Turizm işletmecilerin turizmin gelişme eğilimleri hakkındaki düşünceleri.....	93
5.2.5. Turizm işletmecilerin iş geliştirme potansiyelleri.....	97

Sayfa

5.2.6. Turizm işletmecilerinin fiziki çevre avantajları.....	98
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	115
KAYNAKLAR	123
EKLER	129
EK-1. Anket formu	130
ÖZGEÇMİŞ.....	139



ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 3.1. Yerel ekonomik kalkınmanın üç dalgası.....	12
Çizelge 3.2. YEK girişimleri	15
Çizelge 3.3. Turizmin destinasyonlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri	26
Çizelge 4.1. Turizm çeşitleri	27
Çizelge 4.2. İlgedeki yazında kültür turizmi tanımları	35
Çizelge 5.1. Beypazarı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine (ADNKS) göre nüfusu (2007-2018)	38
Çizelge 5.2. Beypazarı ilçesinde alınan ve verilen göç, 2016-2012	38
Çizelge 5.3. Beypazarı'na gelen toplam ziyaretçi sayıları	39
Çizelge 5.4. Beypazarı, turizm belgeli işletmelerdeki, tesislere geliş, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı(2007-2017).....	39
Çizelge 5.5. Beypazarı'nda belediye belgeli konaklama istatistikleri; yerli ve yabancı konaklayan kişi, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (2008-2016)	40
Çizelge 5.6. Safranbolu adrese dayalı nüfus kayıt sistemi'ne (ADNKS) göre nüfusu (2007-2018)	49
Çizelge 5.7. Safranbolu, turizm belgeli işletmelerdeki tesislere geliş, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı(1996-2017)	49
Çizelge 5.8. Safranbolu'da belediye belgeli konaklama istatistikleri; yerli ve yabancı konaklayan kişi, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (2002-2017)	50
Çizelge 5.9. Safranbolu'ya gelen yerli ve yabancı turist sayıları	51
Çizelge 5.10. Konaklama tesisleri belge türü ve kapasite sınıflandırması.....	52
Çizelge 5.11. Beypazarı ve Safranbolu'nun turizminin niceliksel verilerle karşılaştırılması	62
Çizelge 5.12. Beypazarı ve Safranbolu'nun turizminin niteliksel verilerle karşılaştırılması	63

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.13. Anket yapılan işletme	68
Çizelge 5.14. Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin demografik özellikleri	72
Çizelge 5.15. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin yüzdesi	75
Çizelge 5.16. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin ziyaretçi profili	76
Çizelge 5.17. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin tercihleri.....	76
Çizelge 5.18. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin kültür turizmini değerlendirmesi	78
Çizelge 5.19. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin turizme bakışları.....	79
Çizelge 5.20. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin özellikleri	82
Çizelge 5.21. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (geçici-sürekli)	83
Çizelge 5.22. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin özellikleri.....	84
Çizelge 5.23. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeciler özellikleri	86
Çizelge 5.24. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin finansal durumları	90
Çizelge 5.25. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin yerellikleri.....	91
Çizelge 5.26. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerde çalışanların ne kadarı Beypazarı doğumlu	92
Çizelge 5.27. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin beklentileri	93
Çizelge 5.28. Beypazarı ve Safranbolu'da turizmin kent üzerine etkilerinin işletmeciler tarafından değerlendirilmesi	93
Çizelge 5.29. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeciler için eğitimin gerekliliği	95
Çizelge 5.30. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeciler için turizmin gelişmesi önündeki engeller	96
Çizelge 5.31. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilere göre işletmelerin rekabet gücünü arttırmanın önündeki engeller	96
Çizelge 5.32. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin ihtiyaçları yerel kaynaklardan karşılama durumu	97

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.33. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin ihtiyaçlarını nereden temin ettikleri.....	97
Çizelge 5.34. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin bulunduğu yerden memnuniyeti.....	98
Çizelge 5.35. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmenin büyümesinde/başarısında konumun önemi.....	98
Çizelge 5.36. Beypazarı ve Safranbolu’da ilk aşamada işletmecilerin karşılaştığı sorunlar	99
Çizelge 5.37. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerde bilgisayar kullanım amaçları.....	100
Çizelge 5.38. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin müşteriye ulaşma yöntemleri (yerli ve yabancı turist için)	101
Çizelge 5.39. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin tanıtım ve bilinirliği artırmak için gösterilen çaba ve yöntem.....	101
Çizelge 5.40. Beypazarı ve Safranbolu’da şirketlerin herhangi bir ulusal veya uluslararası sertifika programlarının olması	102
Çizelge 5.41. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin herhangi bir birlik, dernek, oda veya organizasyona ile bağlantıları	102
Çizelge 5.42. Beypazarı ve Safranbolu’da diğer işletmelerle bağlantılı çalışma durumu	103
Çizelge 5.43. Beypazarı ve Safranbolu’da işletme kurma aşamasında bilgi ve destek alma durumları	103
Çizelge 5.44. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin işletme kurmadan önce bu fikri paylaştığı, yol gösteren kişiler/kuruluşlar olup olmaması	104
Çizelge 5.45. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin işe başlamadan önce/sonra bir kursa gitme durumları	104
Çizelge 5.46. Beypazarı ve Safranbolu’da turizmin gelişmesinde yerel yönetimlerin katkıları	105
Çizelge 5.47.GFTZ.....	107

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 3.1. Turizm destiyosyonu tedarik sistemi	25



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 5.1. Beypazarı sağlıklaştırma çalışmalarından öncesi rnek	69
Resim 5.2. Beypazarı sağlıklaştırma çalışmalarından sonrası rnek	69
Resim 5.3. Safranbolu’da restorasyon çalışmaları ncesi	70
Resim 5.4. Safranbolu’da restorasyon çalışmaları sonrası rnekleri	71



HARİTALARIN LİSTESİ

Harita	Sayfa
Harita 5.1. Beypazarı'nın konumu	37
Harita 5.2. Safranbolu'nun konumu	48
Harita 5.3. Beypazarı Kentsel Sit Alanı ve anket tekniği uygulanan yerler	66
Harita 5.4. Safranbolu Sit alanları ve anket tekniği uygulanan yerler	67



SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler

Açıklamalar

m²

Metrekare

Kısaltmalar

Açıklamalar

BM

Birleşmiş Milletler

DTÖ

Dünya Turizm Örgütü

GSYİH

Gayri Safi Yurt İçi Hasılat

KOBİ

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

STK

Sivil Toplum Kuruluşları

UNESCO

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

YEK

Yerel Ekonomik Kalkınma

YEKA

Yerel Ekonomik Kalkınma Ajans

1. GİRİŞ

Bugün turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli gelir kaynaklarından biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler sahip oldukları tarihi, kültürel ve doğal varlıklarını cazibe merkezlerine dönüştürmek suretiyle dünya turizm pazarından daha çok pay alma mücadelesi vermektedir. Ülke ekonomisine (işçi ve işveren bazında) iş hayatına en yüksek katılım sağlayan sektör olarak tarihi ve kültürel çevre, sürdürülebilirlik ve ekopolitik süreçlerde en önemli ekonomik girdi kalemi olarak dikkat çekmektedir.

Tarihin her döneminde yaşam alanları insanların hep ilgisini çekmiş ve çeşitli gerekçelerle kendine ziyaretçi çekmiştir. Bu ziyaretler günümüzde turizm aktivitesi olarak nitelendirilmektedir. XX. Yüzyılda ulaşım ve iletişimde görülen büyük çaplı değişim, insanların mekân algısına çok boyutlu bir bakış getirmiştir. Turizm aktivitesini insanın yer değiştirmesi yani hareketine dayanan çok yönlü, çok boyutlu etkiye sahip bir olgu olarak niteleyebiliriz. Bu aktivite, doğru planlama ve uygulamalarla şekillenen ve de arz ve taleple konumlandırılmış ekonomik girdisi bütün sektörleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen sonuçları itibarıyla tarihe, kültüre, yaşama ve bireylere dokunan bir sektördür.

Türk dil kurumu sözlüğünde kültür, “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tarif edilmiştir(Büyük Türkçe Sözlük, TDK). Kültürel çevre, insanın içinde bulunduğu sosyal ve fiziki çevre ile maddi manevi olarak kurmuş olduğu ilişkiler bütününden doğan dil, din, inanç, yaşam tarzı, duyuş ve düşünüş ve sanatsal beğeni gibi gelenekleşen alışkanlıklar bütünüdür.

Kültürel çevre ile sosyal hayatın yaşanılan fiziki mekânlar arasında sınıksız bağlar kurulduğu ve bu bağlar sayesinde yaşam alanları olarak küçük, büyük kentler ortaya çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda kent kültürü için olamazsa olamazlardan dini veya tarihi yönden kimi değerli mekanların yaratılması ve onların sonraki nesiller tarafından kutsanması ve ziyaret edilmesi durumu insanın çevreyle kurmuş olduğu en değerli ilişki olarak nitelenebilir. Fakat bu ziyaret edilebilecek yerlerin tarihselliği, ilginçliği, yalınlığı, doğallığı

görölmeye değer yaratımlardır. Bu ziyaretlerin kimi inançsal, kimi sanatsal, kimi de ekonomik gerekçelerle yapıldığı varsayılmaktadır.

Költür, insanlığın tarihsel ve toplumsal gelişim süreci içinde yaratılan her türlü değerler bütünü ile bunları kullanıp sonraki kuşaklara aktarılan, insanın doğal ve toplumsal çevresini gösteren dil, din, inanç, yaşam tarzı, gelenek ve alışkanlıklar bütünü olarak nitelendirilebilir.

Günümüzde yerellik, ekonomik kalkınma için daha avantajlı sosyoekonomik koşullar sunan yerel/bölgesel kalkınmanın itici gücü olarak kabul edilmektedir. Bütün çalışmalarda yerel kalkınma ile İl gelişme planları kısa, orta ve uzun vadede gelişmeye yön verecek en önemli iki değer olarak ortaya akmaktadır (İldırar, 2004). İl geliştirme planlarının hedefleri, yerelliğin öne çıkarılması, yerel kaynakların harekete geçirmesi, kaynakların güçlendirilmesi yeni ve farklı ürün geliştirilmesi olarak sıralanabilir.

Yerel ekonomik kalkınma (YEK) kavramı; yerel dinamikleri harekete geçirerek, bölgenin yerel yönetimini, bölge insanını, bölgenin oda ve birlikleri, işletmeleri gibi kuruluşları ile sivil toplum örgütlerini de kapsayan kamu ve özel sektörün birlikte uyumlun çalıştığı bölge için vizyon, politika ve uygulama projeleri oluşturulması olarak tanımlanabilir. Burada esas olan yerelin sahip olduğu potansiyele ve kaynaklara uygun sektörel gelişim planları oluşturulması gerekmektedir. Ülke genelinde yerel alanların farklı imkânlarla sahip olması, sektörel tercihlerle mekansal analizin birlikte ele alındığı yeni bir planlama yaklaşımını zorunlu kılmaktadır(Yücel ve Ata,2006). Bu kapsamda turizm, sektörel bazda istihdam ve ekonomik aktivite bakımından en önemli ve ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Çünkü yerelde turizmin sektörel gelişim potansiyeli, ketlerin tarihi dokusu korunarak költürel mekânların yaratılması ve yaşatılması hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda hem Beypazarı hem de Safranbolu tarihi donunun korunarak költürel değer yaratılması yönünden önemli birer örnek teşkil etmektedir. Bu iki kentin költürel çevre ile uyumlu, tarihi mekanların onarım ve ihyasıyla zenginleştirilmiş, içinde yereli koruyan zengin bir çeşitlilik barındırması turistlere/ziyaretçilerine farklı deneyimler, tatlar ve izlenimler sunmaktadır. Son zamanlarda turizm sektörünün bu faktörlerle etkileşimine yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmada amaç, hem költürel çevre ile yerel kalkınma arasındaki bağa dikkat çekmek, hem de tarihi dokunun korunarak Safranbolu'da safran üretimine bağlı kolonya ve evizli tatlıların üretilmesi gibi, Beypazarı'nda gümüş işçiliği gibi el sanatları ve yerel tatlarla(Beypazarı kurusu gibi) zenginleştirilmiş cazibe merkezleri üzerinde bir

değerlendirme yapmaktır. Ayrıca kültürel çevrenin yerel kalkınma ve sürdürülebilirlik üzerinde etkisi de ayrıntılı bir şekilde durulacaktır.

Dünya ve Türkiye örneklerinden hareketle yerel ölçekte kendi potansiyellerini kullanarak gelişmeyi sağlayacak girişimlerin başlatılabileceğine dair örnekler ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir. 1990’larda küçük tarımsal ve tarihi bir kent olan Beypazarı’nda Osmanlı döneminden kalma hali hazırda içinde yaşamın devam ettiği ahşap evlerin restorasyonu ile toplumsal uzlaş ve ortaklık konusunda Türkiye’de az görülen bir girişim başlatmışlardır. Bunun sonucunda kentte ekonomik canlılık görülmeye başlanmış, turizm sektöründe etkin tanıtım çalışmaları yapılarak önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve kent bunlara paralel olarak fiziksel bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Beypazarı elinde bulundurduğu doğal ve kültürel kaynakları kültür ve turizm sektöründe, yerel otoritelerin de desteği ile etkin ve verimli kullanarak yerel ekonomik kalkınma sürecinde kayda değer ilerlemeler göstermiştir.

Beypazarı binlerce yıllık geçmişi olan, kültürel ve doğal güzelliklere sahip ve tarihi “İpek Yolu” yolu üzerinde yer alan bir ilçedir. İlçe ekonomisine Osmanlı döneminden günümüze kadar gelmiş 3000 adet tarihi ev, arkeolojik sit alanı, doğal sit alanı, verimli tarım toprakları, trona madeni, kaplıca suları, yerel ürünleri gibi katkısı olan değerlere sahiptir. Özellikle 2000 yılından sonra bu değerlerin etkin ve yararlı bir şekilde kullanılmasına yönelik yapılan çalışmalar sonucunda kentteki tarihi evler, sit alanları ve yerel ürünlerin tanıtımı yapılarak kültürel bir cazibe merkezi oluşturulmuştur.

Büyük bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olan Safranbolu’nun ilk turizmle tanışması, yerel yöneticilerin çabalarıyla 1974 yılında olmuştur. Türkiye ve dünya turizmindeki gelişmeler, kültür turizminin ve yerelliğin ön planda olduğu kentlere doğru ilginin artmasıyla Safranbolu’da turizmin olumlu izleri görülmeye başlanmıştır. Özellikle son yıllarda, turizm arzı ve talebinde çok büyük olumlu gelişmeler meydana gelmiştir.

Sahip olduğu kültürel ve tarihi mirasın değerini bilerek, 1994 yılında farklı kurum ve şahısların öncülüğünde yürütmüş olduğu koruma ve tanıtma faaliyetlerinin sonucunda UNESCO tarafından “Dünya Miras Listesi”ne alınmıştır. Safranbolu bu ödülü tarihten günümüze sahip olduğu eserlerin 1008’ini taşımış olmasından dolayı kazanmıştır. Özellikle bu eserlerden 835’ini oluşturan geleneksel Türk mimarisi tarzındaki Safranbolu Evleri, ülkedeki tüm örneklerinden daha iyi korunup, çevresel bütünlüğü içinde bugüne kadar

varlığını sürdürmesiyle ün kazanmıştır. Safranbolu, ünü ülke sınırları dışına taşan evleri sayesinde, bugüne kadar yerli yabancı pek çok turisti konuk etmiştir. Tez çalışmasında Beypazarı ve Safranbolu'nun sahip olduğu kültürel potansiyelin yerel ekonomik kalkınmaya günümüzde de hala etkili bir şekilde devam ettiği sorgulanmaktadır.



2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tez çalışmasında Beypazarı ve Safranbolu'nun kültür turizminin yerel kalkınma ilişkisi saptamak için ilk olarak iki ilçenin tarihi, kültürel, demografik ve turizm ile ilgili özellikleri ikincil kaynaklar ve istatistik veriler ile değerlendirilmiştir. İkincil olarak, kültür turizminde yerel destinasyon olarak öne çıkan Beypazarı ve Safranbolu'da alan araştırması yapılmıştır. Sözü edilen bu alanlarda faaliyet gösteren turizm işletmeleri olarak nitelendirilen otel, restoran ve kafe gibi konaklama ve yeme-içme birimlerinin sahipleriyle anket ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bunlardan başka yerel yönetimler, turizm müdürlükleri, üniversiteler ve sivil toplum örgütlerinden elde edilen veriler ışığında kültürel etki, yerellik faktörü ve türü, ziyaretçilerin ve işletmecilerin demografik dağılımı ve davranışsal özellikleri hakkında veri toplanmıştır.

Yapılan araştırmaların değerlendirilmesinde GFTZ analizi kullanılmıştır. GFTZ analizi dört temel değerlendirme kriterinin baş harflarından oluşmaktadır. Uluslararası literatürde SWOT analizi olan yaklaşımda anahtar sözcüklerin karşılığı “Strengths; Güçlü yönler; Weaknesses; Zayıf yönler, Opportunities; Fırsatlar, Threats; Tehditler” dir. GFTZ analizi, 1960'lar-1970'ler Stanford Üniversitesi'nde Albert Humphrey tarafından geliştirilmiştir. Albert Humphrey'in metodunda ABD'deki en büyük 500 şirket (Fortune 500) ve amacı analiz edilmiş ve bir dizi başlık altında başarı ölçütleri saptanmıştır. Ancak bu modelde kullanılan ana başlıklar “Satisfactory, Opportunity, Fault and Threat (SOFT)” olduğu için SOFT analizi olarak adlandırılmıştır. 1964 yılında Urick ve Orr “F” ve “W” harflerini değiştirerek SWOT analizi olarak literatüre yerleştirmişlerdir (Jacop ve Pramod, 2013).

GFTZ analizi, bir projeye dahil olan Güçlü Yönleri, Zayıf Yönleri / Sınırlamaları, Fırsatları ve Tehditleri değerlendirmek için kullanılan stratejik bir planlama yöntemidir. Projenin amacını belirlemeyi ve bu hedefe ulaşmak için elverişli ve elverişsiz olan iç ve dış faktörleri tanımlamayı içerir (Habimana, Mutambuka, Habinshuti, 2018).

Araştırmanın aşamaları:

a. Kavramsal Çerçeve

- İlk olarak kütüphane araştırması ve internet yoluyla ilgili literatür taramasının yapılması ve kavramsal çerçevenin belirlenmesi

- Yerel ve Yerel Ekonomik Kalkınma, , YEK ve Turizm arasındaki ilişki, Kültür ve Kültür Turizmi

b. Alan Araştırmasının Tasarlanması

- Alan araştırmasının yöntem ve stratejilerinin belirlenmesi
- Araştırmaya katılacak kişilerin belirlenmesi ki, bunlar turizm işletmecileri, kamu görevlileri, ziyaretçiler ve sivil toplum örgütlerinden oluşmaktadır.
- Anket ve görüşme sorularının hazırlanması
- İlgili kamu kurum ve kuruluşlarından verilerin elde edilmesi
- Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Turizm Bakanlığı, Belediyeler, Turizm Müdürlükleri, Beypazarı ve Safranbolu Ticaret Odaları
- Önceden belirlenen kurumlarla ve işletmecilerle görüşmeler yapılması

c. Verilerin Değerlendirilmesi

- Literatür taraması, anket uygulaması ve yüz yüze görüşme tekniğiyle elde edilen verilerin SPSS programı ortamına girilmesi,

d. Sonuçların Değerlendirilmesi

- İlgili literatürde yer alan kuramsal çalışmalar ile örnek alan çalışmalarına ilişkin bulguların değerlendirilmesi,
- Sonuçların analizler kapsamında değerlendirilmesi
- Görüş ve Öneriler
- Beypazarı ve Safranbolu'daki kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkisine ilişkin öneri ve politikaların belirlenmesi

2.1. Araştırma Sorusu

Kültür turizmi ve yerelliğin temel bileşenlerini oluşturan işletmeci nitelikleri, işletme özellikleri ve sosyal, ekonomik ve coğrafyayı kapsayan yerel işletme turizmin gelişimine etkisinin araştırılması hem turizmin gelişimine hem de hedeflenen yerel kalkınmaya ulaşılması önemli bir etkidir. Bu kapsamda tezin varsayımı “yere özgü değerlere bağlı

gelişen kültür turizmi, yerel kalkınmayı sağlayabilecek temel fonksiyondur” olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede tez çalışmasının araştırma soruları;

- Kültür turizminin yerel kalkınma sürecinde etkili olup olmadığı,
- Yere özgü özelliklerin kültür turizmini gelişmesinde etkili olup olmadığı,
- Kültür turizmi diğer sektörler ile ilişkili gelişip gelişmediği,
- Kent kimliğinin, Beypazarı ve Safranbolu ziyaretçilerde etkili olup olmadığı, literatür taraması ve niteliksel ve niceliksel araştırma yapılarak yorumlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yönteminin tartışılacağı bu bölümde öncelikle anket sorularının hazırlanması ve çalışma alanının belirlenmesi ile örneklem seçimi açıklanacaktır.

2.2.1. Anket sorularının hazırlanması

Çalışma kapsamında kültür turizmi bağlamında Beypazarı ve Safranbolu’da yerel potansiyellerin test edilmesi için; yerel kimliğin ziyaretçiler tarafından algılanışı ve ziyaretçilerin demografik özellikleri, turizm işletmeci özelliklerinin kültür turizmine dayalı yerel ekonomik kalkınmaya etkisi için; işletme ve işletmeci özellikleri, turizm işletmecilerinin turizm deneyimleme süreçleri, iş geliştirme potansiyelleri, fiziki çevre avantajları, yönetimlerin işletmeler üzerindeki etkileri ve yerel kimliği oluşturan toplumsal yaklaşımlar üzerine sorular belirlenmiştir.

2.2.2. Araştırma alanı ve örneklem seçimi

Kültür turizmine dayalı tarihi kentlere olan ilginin artmasıyla beraber, Türkiye’de de geleneksel dokunun korunduğu tarihi ve kültürel turizm alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Bu merkezler günümüzde cazibe merkezleri haline gelmektedir. Ayrıca bu kentler kültür turizminde yerel kimliği ön plana çıkararak hem kültürel hem de yerel kalkınmayı sağlamaktadırlar. Bu bağlamda tarihi ve kültürel dokusunu yaşatan ve kültür turizmine iyi örnek olabilecek Beypazarı ve Safranbolu kentleri seçilmiştir. Bu her iki araştırma alanında turizm işletmelerine ve ziyaretçilere anket uygulaması yapılmış olup çalışma sırasında

ziyaretçilere Beypazarı'nda 66, Safranbolu'da 78 anket uygulanması ve işletmecilere Safranbolu'da 61, Beypazarı'nda 50 anket uygulanması yapılmıştır.



3. YEREL VE EKONOMİK KALKINMA VE TURİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE TEORİK ÇERÇEVE

3.1. Yerel Kavramı

Türk Dil Kurumu'na göre yerel kavramı yöresel olarak tanımlanmaktadır. YEK tanımında yer alan “yerel” ifadesinin hangi kriterler dâhilinde hangi alanlar için kabul edileceği Dünya Bankası'nın yaptığı tanımlamada şu şekilde ifade edilmiştir. “Yerel olarak değerlendirilecek alanlar; metropol olmayan kentsel alanlar, kırsal niteliği ağır basan kentsel alanlar, kasabalar ve köylerdir”. Gelişmekte olan ülkelerde nüfusun büyük bir çoğunluğu kırsal alanlarda yaşamaktadır. Bu nedenle “yerel” tanımının bu alanların demografik özelliklerinden dolayı öncelikli olarak kırsal alanlar için kullanılması önem taşımaktadır.

Dünyada ulus devlet tanımlaması 1970'lerde değişime uğrayarak, ulus devletlerin geçmiş dönemdeki bazı işlevlerine son vermeleri ile yeni bir aşamaya geçilmiştir. II. Dünya Savaşı sonrası başlayan ve 1970'lere kadar süren farklı mekansal birimlerdeki düzenlemelerden ve özellikle az gelişmiş bölgelere kaynak aktarımından sorumlu olan ulus devletlerin bu çabalarını azaltma girişimleri bölgeleri önemli ölçüde etkilemiştir. İlk önce, bölgeler yeni oluşan küresel düzende ulus devlete göre değil, uluslararası sistem içindeki konumları ile tanımlanmaya başlamışlardır. İkincisi, ulus devletin sınırlamaları ve desteği ortadan kalkınca bazı bölgeler sıçrama yaparken, diğerlerinin geçmişteki gelişmişlik düzeylerini bile korumada zorlandıkları görülmüştür. Bu durum bölgesel ve yerel düzlemlerde müdahale biçiminin ne olması gerektiği tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Özellikle 1980'li yıllardan başlayarak “bölge” kavramının ulus devlete referansla değil, küresel ekonomik sistemin bir alt birimi şeklinde tanımlandığı ve kimi zaman “yerel” kavramı ile eş anlamlı olarak kullanıldığı gözlenmektedir (Eraydın, 2002). “Bölgesel kalkınmada yaşanan gelişmeler eski endüstriyel bölgelerine ilginin azalmasına neden olduğu gibi, Kuzey İtalya, Güneybatı Almanya, Batı Danimarka, Güneybatı Norveç gibi yeni dinamik bölgeleri ortaya çıkarmıştır” (Aktakas, 2006). Bu bölgelerin başarısının altında yatan gerçek, kalkınma sürecinin tamamen bölge içindeki dinamiklerle başlatılmasıdır (Aktakas, 2006).

3.2. Yerel Ekonomik Kalkınma Kavramı

Alan yazında evrensel bir Yerel Ekonomik Kalkınma tanımı yoktur. Akademisyenler ve çeşitli uluslararası kuruluşlar, YEK'in planlamasının ulusal alandan bölgesel ve yerel gelişim alanlarına kaydığı ekonomik kalkınma için bir strateji olarak sunmaktadır. Yerel paydaşlar, yerel ekonomi için rekabet avantajı yaratmak için yerel becerilerin ve fırsatların belirlenmesinde ve kullanılmasında hayati bir rol oynamaktadır. Başka bir deyişle, asıl amacın planlama ve uygulama için iş geliştirme, yerel bir ortam oluşturma/geliştirme ve çeşitli paydaşları dahil ederek elverişli bir ortam yaratmaktır (Rogerson ve Nel, 2016).

Genelde yerel ekonomik kalkınma terimi, tartışmalı bir anlamı olan güncel ve popüler bir kavramdır. Genel olarak konuşursak, yerel ekonomik gelişme, yerel kentsel kurumlar tarafından ekonomik kalkınma üzerinde uygulanan artan kontrol seviyesi ile ilgilidir. Buna yerel işletme, yerel yönetim, toplum kuruluşları ve sivil toplum örgütleri de dahildir. Yerel ekonomik kalkınmayı içeren tek bir strateji veya eylem yoktur; bunun yerine, yerel düzeyde kalkınma ihtiyaçlarına cevap veren ve tanımlayan bir terimdir (Stohr, 1990).

Kalkınma alanındaki araştırmacılar ve kuruluşlar, YEK'i farklı şekillerde tanımlamaktadır, ancak ortak özellikler, aşağıda verilen tanımlarda gösterildiği gibi çeşitlik gösterir:

Zaaijer ve Sara (1993), YEK'i, yerel paydaşların ve hükümetin bir araya geldiği, kaynakları planladığı, yerelde iş imkanları sunarak ekonomik aktiviteleri artıracak amaçları olan, özel sektör gibi uygun paydaşları kaynaştırmayı sağlayacak bir yol olarak tanımlamaktadır.

Benzer şekilde, Hristova ve Tast'e (2015) göre “Yerel Ekonomik Kalkınma, ekonomik gelişme ve işsizliğin azalması için daha uygun bir ortam yaratmak amacıyla yerel makamların kamu sektörü, iş dünyası ve STK'larla işbirliği yaptığı” bir süreç olup amacı, “yerel topluluklarda sürdürülebilir yüksek büyümeyi teşvik edecek yatırımları teşvik etmektir.” şeklinde tanımlamaktadır. Rogerson (2014), YEK'i küresel ve ulusal ortamlardan korumak, aynı zamanda bu ortamlar tarafından sağlanan fırsatları en üst düzeye çıkarmak amacıyla bir bölgeye özgü ekonomik planlama olarak tanımlamaktadır. Dünya Bankası (2017) “işsizlik ve gelişmemiş ekonomik koşullar gibi yerel zorluklara çözüm bulmak için çeşitli sektörlerin, kamu, özel ve sivil toplumun birlikte çalıştığı devam eden bir süreç” olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanımında, Dünya Bankası (2017), YEK'in amacının

“yerel ekonomiyi büyütmek ve herkese daha iyi bir yaşam sağlamak amacıyla bir bölgenin ekonomik kapasitesini arttırmak için harekete geçmek” olarak açıklamaktadır.

Dünya Bankası, ayrıca yerel ekonomik gelişmeyi şu şekilde tarif eder: Yerel ekonomik kalkınmanın (YEK) amacı, yerel bir bölgenin ekonomik geleceğini ve herkes için yaşam kalitesini iyileştirmek için ekonomik kapasitesini geliştirmektir. Kamu, iş dünyası ve sivil toplum sektörü ortaklarının ekonomik büyüme ve istihdam yaratmak için daha iyi koşullar sunmak üzere toplu olarak çalıştıkları bir süreçtir (Dünya Bankası, 2010).

Yerel ekonomik kalkınma, ekonomik kalkınmanın daha geniş anlamda kalkınmayı başlatmak için bir mekanizma olarak hareket edebileceği fikrine dayanmaktadır. Bu, yerel ekonomik kalkınmanın istikrarlı bir yerel ekonomiye ulaşmada, çeşitli ekonomik model ve istihdam alanı yaratmadaki rolüne odaklanan Blakely (1989) 'da dahil olmak üzere diğer araştırmacılar da “yerel ekonomik kalkınmayı destekleme” olarak açıklamaktadır. Blakely ve Leigh (2010), güncellenmiş tanımlamasında saf büyümenin sürdürülmesinin yeterli olmadığını kabul etmekte, bunun yerine odağın gelişim ve yaşam kalitesi üzerinde olması gerektiğini kabul etmektedir. Son tanımlar ışığında yerel ekonomik kalkınmanın; bir yaşam standardı, toplulukları, eşitlik ve sürdürülebilirlik ilkelerine dayanan bir insan ve fiziksel gelişim süreci ile korunup arttırıldığında elde edilebilir bir sonuç olarak niteleyebiliriz. Çeşitli tanımlardan çıkan temel düşüncenin yerel ekonomik kalkınmanın ekonomik büyümeye odaklanmanın ötesine geçen bir kavram olduğu yönündedir. Yani vatandaşların yaşam kalitesini arttıran, bölge içinde gelişme yaratmakla ilgilidir. Bunun asıl gerekli bileşeninin istihdam sağlanmak ve gelir yaratmak olduğundan hareketle alanın istenilen düzeyde iyileştirilmiş ve geliştirilmiş gerekli tesislerin hizmetleri ve altyapıyı karşılayabileceği kabul edilir.

Belirli bir yerel alanı tanımak, anlamak ve çalışmak yerel ekonomik kalkınmanın bütüncül tanımlayıcı bir özelliğidir. Conroy (1975) “göç, başka yerlerden daha düşük ücretli yeni iş gücü getirirse, ortalama gelir seviyesinde artış olmadan kentsel ve bölgesel ekonomilerin çok hızlı oranda üretim, istihdam ve nüfus bakımından büyüyebileceğini” belirtmektedir. Bu bize saf ekonomik büyümenin, büyüme kalitesindeki iyileşmelerle eş anlamlı olmadığı fikrini vurgulamaktadır. Geleneksel ekonomik büyüme teorisi, kurumların ekonomik kalkınmada oynayabileceği rolü dikkate almamaktadır (Rodriguez-Pose, 2010). Modern ekonomik coğrafyalar yeni endüstrilerin teknoloji, yaratıcılık ve yenileşmeye (inovasyona)

dayalı etkilerini ve eğitimin ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini dikkate almakta ve bu nedenle ekonomik kalkınma toplulukların yaşam kalitesine doğrudan etki etmektedir.

Güney Afrika Yerel Yönetim Ağı (2017), Alman Kalkınma Örgütü, Uluslararası Çalışma Örgütü ve BM Habitat gibi çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından oluşturulan tanımları kullanılmaktadır. Bu kuruluşların tanımları ortak olarak aşağıdaki özelliklere sahiptir: Amaç temellidir, paydaş katılımının önemini vurgular ve sonuçta gelişmiş ekonomik kalkınma elde etmektir.

Yukarıdaki tanımlara baktığımızda, YEK'in yerelliğin benzersizliğini kabul ettiği, paydaş ilişkilerinin önemini vurguladığı ve ekonomik kalkınmayı sağlamak için yerel kaynakların harekete geçirilmesi ve maksimize edilmesinin altını çizdiği sonucuna varılabilir.

3.2.1. Yerel ekonomik kalkınma politikaları

1960'lardan bu yana, YEK üç geniş aşamadan veya “gelişme dalgalarından” geçmiştir. Bu dalgaların her birinde YEK uygulayıcıları başarılı ve başarısız programların daha iyi anlaşılmasını sağladılar. Bugün YEK 'üçüncü dalgasında'. Çizelge 3.1.'de, şehirlerin gelişmişlik seviyesine ulaşmak için kullandıkları her bir dalgaanın ana odağını ve unsurlarını göstermektedir (Dünya Bankası, 2001).

Çizelge 3.1. Yerel ekonomik kalkınmanın üç dalgası (Dünya Bankası, 2001)

Dalga	Hedef	Araçlar
1. 1960-1980 öncesi	İlk dalga boyunca odak; *Üretken (sanayi gibi) alanlarına yatırım, dış yatırımın çekiciliği, yabancı yatırımların cazibesi ve çekilmesi *Teknik altyapı yatırımları	*Büyük hibeler Sübvansiyon edilen krediler ile genellikle *İçer yatırım yapan üreticileri hedefleme Vergi indirimleri *Sübvansiyon edilmiş teknik altyapı yatırımı
2. 1980-1990 ortaları	İkinci dalga boyunca, odak: *Mevcut yerel işletmelerin devamlılığı ve büyütülmesi *Hala yerel yatırımlara vurgu yapmakla birlikte, belirli sektörlerle veya belirli coğrafi alanlara yönelimin başlaması.	*Bireysel işletmelere doğrudan ödemeler *İşletmeler için kuvözler, çalışma ortamları *Küçük ve orta ölçekli şirketler için danışmanlık ve eğitim *Teknik Destek *İş kurma desteği *Sosyal ve teknik alt yapı yatırımları

Çizelge 3.1. (devamı) Yerel ekonomik kalkınmanın üç dalgası (Dünya Bankası, 2001)

3. 1990'ların sonlarından itibaren	Odağın; bireysel firma destekleri yerine tüm iş çevresini desteklemeye doğru değişmesi: *İnsan kaynaklarına ve düzenlemelerine yatırım yapmak *Kamu Özel Sektör Ortaklıkları *Kamusal alanlara özel sektör yatırımlarının güçlendirilmesi ve ağ oluşturma *Yerel alanların rekabet avantajına katkı sağlayacak yatırım cazibesi yaratmak	*Yerel firmaları büyümeye yönelik bütünsel bir strateji geliştirmek *Rekabetçi bir yerel yatırım ortamı sağlaması *Ağ oluşturma ve işbirliğini desteklemek ve teşvik edilmesi *İş kümelerinin gelişmesini teşvik edilmesi *İşgücü gelişimi ve eğitimi teşvik edilmesi *Kümelenme büyümesini desteklemek için iç yatırımları yakından hedeflemesi *Yaşam kalitesi iyileştirmelerin desteklemesi
---	---	---

Çizelge 3.1.'i incelersek eğer, son dalgada (1990'lardan itibaren) YEK paydaşlarının iki ana hedefe odaklandığı görülmektedir. Birincisi, özel sektör ile kamu sektörü arasındaki ortaklıkların geliştirilmesi, ikincisi ise yüksek hedefli yatırımların çekiciliğine rağmen rekabet avantajı yaratma gerekliliğidir. Şehirlerin üretim üssünün (esas olarak KOBİ'ler) dönüşümünün ardından, son on yılda YEK hedefleri ile önceki hedefler arasında tam bir zıtlık bulunduğundan bu gerçek çok önemlidir. Üçüncü dalgada, şehirler “ekonomik imajlarını”, bilgi yayılımına (Bretschger 1999) ve eğitime araç olarak kullanmakta, ancak ilk kez yaşam kalitesi, kültür ve şehirlerin cazibesi gibi. “yumuşak ekonomik faktörlere” de kesin bir yönelişin olması da çok önemlidir.

Yerel ekonomik kalkınmanın daha detaylı hedeflerinden söz etmek gerekirse:

1. Yerel ya da bölgesel ekonominin, insan ve doğal kaynak gizil gücünü daha iyi kullanarak, göreceli ekonomik üstünlüğünü ve rekabet gücünü artırmak;
2. Yerel olarak üretilen kendine özgü ürünlerin ve kaynakların daha iyi pazarlanmasını sağlayarak yeni fırsatlar yakalamak ve yerel-bölgesel ekonomiye dışarıdan daha fazla kaynak girmesini sağlamak;
3. Yerel halka daha fazla istihdam olanakları sunmak ve uzun dönemli kariyer fırsatları yaratmak;
4. Dışlanmış grupların yerel ekonomiye katılımını desteklemek ve yerel ekonomik kalkınma getirilerinden yararlanmada adaleti gözetmek;
5. İşletmelerin daha verimli çalışabilmelerini sağlamak ve yeni işletmeleri çekebilmek için kentin altyapısını iyileştirmek ve kentte yaşam kalitesini yükseltmek (Gül,2004).

YEK'in yukarıdaki tüm yanıtları ekonomik olarak kendi kendine sürdürülebilir bir ortam yaratmayı ve böylece toplumun kalkınmaya yönelik dış yardımlara olan güvenini azaltmayı amaçlamaktadır.

3.2.2. Yerel ekonomik kalkınmada başarılı örnekler Dünya Bankası yaklaşımları

Bennett ve Krebs'e göre (1991) 'Yerel Ekonomik Kalkınma, yerel ekonomilerin büyümesini ve gelişmesini destekleyen ve güçlendiren geniş çaplı çeşitli faktörlerle ilgilidir. Aynı zamanda, yerel kalkınmaya katkıda bulunmak, daha rekabetçi olmak ve finansal ve üretimsel faaliyetlerini genişletmek için mevcut yerel işletmelerin motivasyonu ile kentin yerinin iç ortamında gerçekleşen eylemlerle ilgilidir (Bennett ve Krebs, 1991).

Dünya Bankası'na atıfta bulunarak (2001) Yerel Ekonomik Kalkınma, toplumdaki herkes için ekonomik faydalar ve yaşam kalitesi iyileştirmeleri getiren sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlamak için birlikte çalışan yerel halkla ilgilidir. "Topluluk" burada bir şehir, kasaba, büyükşehir bölgesi veya alt ulusal bölge olarak tanımlanmaktadır.

Ayrıca, yerel ekonomik gelişme (YEK), yerel yönetime, özel sektöre, kar amacı gütmeyen sektörlerle ve yerel topluluğa, yerel ekonomiyi geliştirmek için birlikte çalışma fırsatı sunarak rekabet edebilirliği arttırmaya ve sürdürülebilir büyümeye odaklanma ve ayrıca büyümenin kapsayıcı olmasını sağlamaktadır.

Yerel topluluklar YEK gereksinimlerine birçok yönden cevap vermektedir; burada çok çeşitli YEK girişimleri mevcuttur:

- Yerel yatırım ortamının yerel işletmeler için işlevsel olmasını sağlamak,
- Küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemek (KOBİ'ler),
- Yeni girişimleri teşvik etmek,
- Başka yerlerden (ülke içi ve dışından) yatırım çekmek,
- Fiziksel (zor) altyapıya yatırım yapmak
- Yumuşak altyapıya yatırım yapmak (insan kaynakları gelişimi, kurumsal destek sistemleri ve yasal konular vb.)
- Belirli alanlarda kümelenmenin artmasını desteklemek

- Kentin belirli bölgelerini yenilenme veya büyüme için hedefleme (mekânsal hedefleme)
- Hayatta kalma (çoğunlukla kayıt dışı küçük) işletmeleri desteklemek
- Belirli dezavantajlı grupları desteklemek

Bu yerel ekonomik kalkınma, işletmelerin her birinin sürdürülebilirlik seviyesini ve şehirlerin / bölgelerin rekabet derecesini arttırmayı amaçlamaktadır. Bu işletmelerin her biri, şehirlerin / bölgelerin güçlü ve zayıf yanlarını incelemek ve değerlendirmek ve daha sonra ana vizyonu ve birincil kentlerin gelişimini sağlayan uygun kalkınma planlarını yapmak ve uygulamak için belirli şehirlerin / bölgelerin sektörlerine odaklanır. Aşağıda Çizelge 3.2. uluslararası düzeyde bazı YEK girişimlerini sunmaktadır. Ana nokta, aşağıdaki işletmelerin, incelenen her bir alanın özellikleri ve ihtiyaçlarına odaklanan yerel bir düzeyde gerçekleşmesi veya gerçekleştirilmesi gerektiğidir.

Çizelge 3.2. YEK girişimleri (Discussion Paper Series, 2004)

YEK Girişimleri	Şehir ve Bölgeler	Referanslar
Kapsamlı YEKA'ya genel bakış ve yerel işletme büyümesini teşvik etme	Bosna-Hersek (Cebeda), Fransa (Lille)	Dünya Bankası (2001)
Alan hedefleme ve yenilenme stratejileri	Yunanistan (Thessalonica)	Dünya Bankası (2001)
Kentsel politikalar ve yenilenme stratejileri	Kuzey İrlanda (Belfast ve Londonderry)	Ellis ve Mc Kay (2000)
Yerel ekonomik yenilenmeye kentsel tasarım katkısı	İngiltere (Birmingham)	Hubbard (1995)
İşletme yenilenmesi ve yerel ortaklıklar	İngiltere (Sheffield)	Strange (1997)
Kentsel dönüşüm ve şehir merkezinde sürdürülebilir pazarlar	İngiltere (Glasgow)	Jones ve Watkins (1996)
Yerel istihdam, yerel altyapı ve yeni kooperatif işletmeleri	İsveç (Jamtland)	Lorendahl (1996)

Çizelge 3.2. (devamı) YEK girişimleri (Discussion Paper Series, 2004)

Yerel işletme şirketleri tarafından işletme ve eğitim programları için provizyon ve destek - LEC	İngiltere (Scotland)	McQuaid (1997)
Yer pazarlaması, şehir merkezi yönetimi ve kentsel canlandırma	İngiltere bölgeleri	Page ve Hardyman (1996)
Avrupa şehirlerinde bilgi ve iletişim teknolojisi politikaları	Hague, Eindhoven, Helsinki ve Manchester	Van den Berg ve Van Winden (2002)
Yerel ekonomik kalkınmanın kültürel politikalarına odaklanmak	ABD Kentucky (Lexington)	McCann (2002)
Rejenerasyon için kentin belirli bölgelerini hedefleme (mekansal hedefleme)	Güney Afrika (Johannesburg)	Bremner (2000)
Özel şeylerin (yöneticiler ve profesyoneller) başka yerlerden çekilmesi	Almanya (Weser-Ems bölgesi)	Roth ve Zanker (2001)
Ulaştırma yatırımları, kentsel dönüşüm ve işletme	İngiltere (Sheffield)	Dabinett vd., (1999)
Yerel işletme büyümesini ve sert altyapı yatırımlarını teşvik etmek	Güney Afrika (Johannesburg)	Dünya Bankası (2001)

3.3. Turizm ve Yerel Ekonomik Kalkınmanın İlişkisi

Turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki sınıksız birbirine bağlıdır. Ekonomik büyüme ile sonuçlanan turizm, gelişimi mi yoksa ekonomik gelişme turizmin büyümesini mi artırıyor? Küresel-yerel bağlamında turizm çalışmasında ilişki, Milne ve Alteljecic (2011), turizmi ve yerel ekonomik gelişme sürecini birbirine bağlayan ilgili noktaları teorik olarak birleştirdiği görülür. Turizmin, çok uluslu kuruluşların öncelikleri tarafından yönlendirilen ve jeopolitik güçler ve daha geniş ekonomik değişim güçleri gibi küresel faaliyetlerden etkilenen küresel bir fenomen olduğuna inanılmaktadır (Milne ve Alteljecic, 2011).

Rogerson'a (2013) göre, küreselleşmenin getirdiği zorluklara cevap olarak, pek çok ülke yönetimi, özellikle Latin Amerika ve Sahra Altı Afrika'daki gibi fakir ya da az gelişmiş olan ülkelerde, YEK politikalarını ve girişimlerini ekonomik bir kalkınma stratejisi olarak görmüştür. Geleneksel olarak, Güney Afrika'da, YEK faaliyetleri sanayi, madencilik ve

tarım gibi sektörlere yoğunlaştığı görülür. Ancak son zamanlarda su ürünleri yetiştiriciliği, tarımsal ürün işleme, teknoloji ve turizm gibi ikincil sektörlerde kayda değer bir değişim olmuştur (Rogerson, 2013; Rogerson ve Nel, 2016). Dünya genelinde turizmin yukarıda vurgulandığı gibi öncelikli bir ekonomik sektöre yükseltme güdüsü, Güney Afrika'da turizmin küresel ve yerel olarak ekonomik büyüme için hayati önem taşıyan bir araç olduğu görüşüne dayanmaktadır (Phiri, 2016).

Turizmin bir bölgede yoksulluğu azaltmada oynayabileceği rol, istihdam ve eğitim olanakları, turizm değer zincirlerinden elde edilen sonuçlar ve küçük işletme gelişimi için elverişli bir ortamın yaratılmasıyla ölçülebilir (Milne ve Alteljecic, 2011). Shaaban ve arkadaşları (2013), turizmi en az gelişmiş ülkelere için çekici kılan niteliğinin emek yoğun olduğu, çeşitliliği ve turizmin önde gelen bir ihracat sektörü olduğu konusunda hemfikirdir. Bu kısım başarılı turizm alanlarının nedenini ve etkisini, turizmin ekonomik faydalarını sorgulayacaktır.

Başarılı turizm alanları için ön koşullar

Rogerson (2002), yerel alanların turizm alanı olarak ortaya çıktığı üç yol önermektedir: birincisi, özel geliştiriciler tarafından iş olanakları olarak tanımlanan sahil şeridi tatil yerleri; ikincisi, yeni turizm deneyimlerine olan talep nedeniyle varsayılan olarak yerelliğe vurgu ve üçüncüsü, iş yaratma ve yerel ekonomiyi yeniden canlandırmaya yönelik yeni bir ekonomik faaliyet olarak geleneksel endüstrilerin gerilemesi veya durgunluğudur (Rogerson, 2002). Bunlar tamamen turizm arzına dayanmaktadır, ancak yerel alanlar turizm talebine dayanabilir.

Rogerson (2002)'e göre, yerel alanların kullanımında, üretim yerlerinden ziyade tüketim yerlerine geçiş konusunda hem uluslararası hem de yerel olarak bir kayma görülmektedir. Phiri (2016), bir tüketim sektörü olarak turizme ilişkin olumlu nitelikler sunmaktadır. Turizm tüketiminin havacılık, konaklama, gıda, teknoloji gibi sektörlerin gelişmesi ve genişlemesi ve finans, lojistik, konferans ve eğlence gibi üçüncül hizmetlerin geliştirilmesi ile doğrudan bağlantılı olduğunu iddia etmektedir.

Uzmanlara göre, Rogerson (2002) ve Brida ve Pulina (2010), bir bölgenin başarılı bir turizm merkezi olarak kabul edilmesi için yapılması gereken bazı ön koşullar vardır. Ziyaretçilerin

ilgisini çekmek için bir turizm ürünü veya bir ürün koleksiyonu olması gerekir ve daha sonra mevcut ürünleri geliştirmek için hizmetler gerekir. Bir bölgede sunulan turizm ürün ve hizmetleri ne kadar çeşitli olursa, bölge o kadar çekici hale gelir (Rogerson, 2002).

Turistler genellikle kırsal bir ortamda doğal güzelliklerin hedeflerine çekilmekte ve bu nedenle turizm sanayileşmemiş kırsal ortamlarda bazı tarımsal değerleri geliştirici itici güç olabilir (Rogerson, 2002; Brida ve Pulina, 2010). Turizm alanları uygun şekilde pazarlanırsa, iyi korunursa ve kaliteli bir ortam varsa, turizm teşvik edilebilir (Meyer ve Meyer, 2015). Etkili pazarlamanın, gelişmiş ağ bağlantısının ve genel verimliliğin önemini göstermeye çalışan Hyytia ve Kola (2013) Finlandiya'da her iki durumu araştırmıştır. Bu vakalar, etkili pazarlama girişimlerini destekleyen, ağ oluşturma ve genel olarak geliştirilmiş verimliliği destekleyen bir turizm politikası simülasyonu gerçekleştirilmiş ve sonuçta turizm için yüksek talep yaratılmıştır. Hedeflerin çekiciliğini artıracak şekilde paketlenmesi ve pazarlanması zorunludur (Rogerson, 2002).

Turizmde pazarlamanın önemini kabul eden Visser ve Hoogendoorn (2012), Güney Afrika'daki turistler, özellikle de uluslararası turistler tarafından ziyaret edilen destinasyonların Güney Afrika Turizmi'nin pazarlama stratejisini yansıttığına dikkat çekmektedir. Araştırmalarında Güney Afrika'daki Düzensiz Turizm Gelişimi: devam eden bir mücadele, Güney Afrika Turizmi'nin yatırımları yaymak ve bu yatırımların faydalarına erişim sağlamak için ülke genelinde turistlerin bölgesel dağılımını iyileştirme görevi olduğunu açıklanmaktadır. Ayrıca, bu görevin yerine getirilmesinde SAT'ın, gelen turizmin Güney Afrika'ya temel dayanak olduğu tespit edilen uluslararası pazarları geliştirmek için sınırlı kaynaklara dayanan yine sınırlı imkanların olduğunu kanıtladılar.

Turizmin başarılı olması için, ürün teklifleri bakımından yerel halk tarafından karşılanması gereken bazı ön koşullar vardır (Rogerson, 2002; Rogerson, 2013). Bu ön koşullar arasında ziyaretçileri çekmek için bir ürün portföyü, varış yerlerinde etkin planlama ve yönetim, varış yerinin pazarlanması ve son olarak ilgili paydaşlarla ortaklıklar oluşturulması yer almaktadır. Bu argümanı destekleyen Hyytia ve Kola (2013), Finlandiya'nın turistik mekanlar açısından doğru ürün kompozisyonuna sahip olmasına rağmen, beceri kapasitesindeki zayıflıklar, müşteri hizmetleri ve zayıf pazarlama girişimleri açısından turizmin olumlu görünümüne ters düştüğü belirtmektedir. Destinasyonların, ziyaretçileri bölgelerine çekecek, eğlendirecek, geri gelmeleri için motive edecek ve turizmi etkin bir

şekilde planlamak ve yönetmek için desteklenen kulaktan kulağa, arkadaşlarına ve ailelerine pazarlamak için motive edecek turizm ürünleri kompozisyonuna sahip olmaları gerekmektedir (Rogerson, 2013).

Bir bölgede turizme olan talep, ulaşım ağı olarak yollar, elektrik, su temini ve güvenlik önlemleri gibi bir dizi hizmetlerin sunumu için de iyi bir neden olabilir. Turistler bir varış yerini ziyaret ettiklerinde, sadece konaklama, restoran ve müzeler gibi turizm ürünlerine para harcamazlar. Bunların dışında benzin istasyonları, bankalar, nakliye hizmetleri ve diğer servis istasyonları gibi diğer ilgili hizmetlerden de faydalanırlar (Rivett-Carnac, 2009). Bu, turizmin bir bölgeye anlamlı bir ekonomik değer üretme ve katkı sağlayabilme gücünün en görünür kanıtıdır.

3.3.1. Turizmin yerel ekonomiye katkısı

Turizme bağlı yerel ekonomik kalkınma, yerel ekonomiye çok yönlü faydalar sağlar ve yoksulluğun azaltılmasında önemli bir mesafe kat edebilir. Bu sözü edilen faydalar arasında turizm tarafından yaratılan işlerden kazanılan ücretler, eğitim sonucunda elde edilen beceriler, turizmle bağlantılı dolaylı sektörlerden kazançlar ve küçük işletmelerin turizmden elde ettiği gelirler yer almaktadır (Meyer ve Meyer 2015). Turizmin tarım, inşaat ve ulaşım gibi temel sektörlerle paylaştığı bağlantı, turizmin değer yaratma zincirinin önemini bir kat daha arttırmaktadır (Shaaban ve ark 2013). Osmankoviç, Zrnic ve Kenjiç (2010) turizm ve yerel ekonomik kalkınma perspektifini destekleyen bölgesel ve yerel kalkınma turizminin kilit öneme sahip olduğu fikrini iddia etmektedir. Ayrıca yerel ve bölgesel kalkınmanın asıl yaratıcısı olan Turizm, Bosna-Hersek'in Doğu Avrupa'daki durumunu araştırmış ve turizmin yerel ve bölgesel kalkınmanın başarılmasının ilk yolu olduğu varsayılmaktadırlar. Turizmin evrensel etkisinin, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH), ihracattaki artış ve genel olarak ekonomik faaliyetlerin istihdam oranlarındaki artışla daha fazla bağlantılı olan turist varışlarındaki artışın doğrudan bir sonucu olması, yerel ve bölgesel ekonomilere katkıda bulunma kabiliyetine sahip olduğu belirtilmektedir (Osmankoviç ve diğerleri, 2010). Bu uzmanlar, turizm ve YEK arasındaki pozitif ilişki için ikna edici bir argüman oluştururken, turizmin gelişiminde zorlukların olduğunu not etmek önemlidir.

Turizmin yerel ekonomik kalkınmanın kurtarıcısı olduğu görüşüne karşı olan Rogerson (2013), turistleri çekme potansiyeli olmayan destinasyonlarda turizmin tanıtımını sorgulayan Stobart ve Ball'a (1998) işaret etmektedir. Bu, Binns ve Nel (2002); Rogerson (2002), ayrıca Brida ve Pulina (2010), turizmin başarılı olması için yerine getirilmesi gereken bazı ön şartlar bulunduğunu belirtmişlerdir.

Rogerson ve Nel (2016), Güney Afrika'nın sıkıntılı bölgelerinde YEK planlaması konusundaki araştırmalarında politika ve planlama ile ilgili bulgular sunmaktadır. Araştırmaları, özellikle yerel ekonomik kalkınma stratejisi olarak turizmle ilgili aşağıdaki bulguları vurgulamaktadır. Çalışılan 161 ilçe ve yerel belediyeden% 85'i stratejik planlamalarını ve karar vermelerini turizme odakladı ve yerel ekonomik gelişimlerini yönlendiren en iyi araç olarak turizm konusunda karar verdiler. 2015 yılında ekonomide turizmin tarıma karşı gösterdiği performans dikkate alındığında, bunun bilinçli bir hamle olduğu kabul edilebilir. Rogerson ve Nel (2016), çalışılan alanların turizm profilini uluslararası turizm yerine iç turizmde merkezileşmiş olarak sunmaktadır ve temel olarak VFR (arkadaş ve aileyi ziyaret eden) ikincil aktivite olarak boş zaman turizmiyle yapılan faaliyetler ile karakterize edilir (Rogerson ve Nel, 2016) .

Coğrafi varyasyonlarla ilgili bulgular, Doğu Pelerin eyaletinin, tarım için aynı ölçüde YEK için bir numaralı itici güç olarak turizme öncelik verildiğini göstermektedir. Joe Gqabi Bölge Belediyesi ve Maletswai Yerel Belediyesi, incelenen 161 sıkıntılı belediye arasındaydı. Aliwal North bu iki belediyeye ele alıp inceliyor.

Sıkıntılı bölgeleri ülkenin geri kalanıyla karşılaştırırken, turizm her iki senaryoda da YEK için tercih edilen strateji olarak üst sıralara çıkarken, sıkıntılı alanlar% 85,5, Güney Afrika ise% 87,1 olarak gerçekleşmiştir (Rogerson ve Nel, 2016). Bu rakamlar turizmin popülerliğini bir seçenek olarak kanıtlıyor, ancak uygulamalarını doğru şekilde yansıtmıyor. Nel ve Rogerson (2016), tanımlanan ve tercih edilen YEK faaliyetlerinin ne ölçüde desteklendiğini ve uygulandığını ölçmenin zor olduğunu belirtmiştir. YEK için seçilen stratejilere ilişkin veriler hem düzensiz hem de uyumsuzluk göstermektedir. Bir ekonomik faaliyet alanı ve ilgi noktası olarak turizm için fonlamanın sözü edilen bu belediyelerde göz ardı edilmediğini gösterir. Ayrıca turizm etkinliklerini yürütmek için mevcut operasyonel bütçelerin kullanılması varsayılmıştır (Rogerson ve Nel, 2016).

3.3.2. Turizmin yerel ekonomik kalkınmaya yarattığı başarılı örnekler

İngiltere: Kuzey Doğu İngiltere Turizm Stratejisi 2005-2010

İngiltere'nin kuzey doğusu, 4 milyon nüfuslu bir bölge ve turizm ile kültürel aktiviteler için çeşitli etkinlik yapma temeli olan bir bölgedir. Bu bölge son yıllarda önemli yeniden ekonomik yapılanmaya maruz kalmış ve kendisini yenilemeye ve ekonomik tabanını modernize etmeye çalışmıştır. Bu alanda turizm, bölge ekonomisinin içinde üretilen işlerin% 10'undan fazlasını destekleyen temel bir bileşenler konumuna sahiptir. Kuzeydoğu Bölgesel Ekonomik Stratejisi, turizm sektörünün refahı arttırmada oynayabileceği kilit rolü vurgulamaktadır. Kuzeydoğudaki turizm ekonomisinin farklı unsurları (kültürel mirastan misafirperverliğe kadar değişen) arasındaki ilişkiler göz önüne alındığında, bölge liderleri, sektörü güçlendirmek için özel sektörün ve kamu sektörlerinin birlikte çok yakın çalışması gerektiğini kabul etmiştir.

Bu çabalara rehberlik edecek strateji ve eylem planları da bölgeye önemli sosyal faydalar getirmeyi amaçlamıştır. Küresel bağlamda mantıklı düşünme, bölgesel beğeni ve gururu iyileştirmenin yanı sıra daha fazla iş, aş ve servetin olduğu savunulur. Çevre, sağlık, istihdam, eğitim ve sosyal uyum için daha iyi rehberlik, yüksek beklentiler getirecek, bu da yerleşik nüfus için daha iyi bir yaşam kalitesi sağlayacaktır.

Bu bölge, İngiltere'deki turizm harcamalarının% 4'ünden daha azını alırken, beklenen kişi başına gelir seviyelerinin oldukça altında kalmıştır. Bu sebeple bölgesel yoğunlaşma için turizmi geliştirme stratejisi doğrultusunda belirlenen hedefler ve amaçlar aşağıda gösterilmiştir:

1. Daha fazla yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmek,
2. Ziyaretçilerin 'ortalama harcama tutarını arttırıp günlük ziyaretçi sayısını arttırmak,
3. Sadece ana tatil sezonunda değil, yıl boyunca ziyaretleri arttırmak,
4. Turizmde ve turizmle ilgili işletmelerde istihdamı arttırmak,
5. Bölgesel turizm ekonomisinin verimliliğini arttırmak,
6. Turizm ürününe yatırım oranını arttırmak,

7. Turizm ürününün kalitesini artırmak,
8. Turizm işgücünün becerisini geliştirmek,
9. Kuzeydoğudaki ziyaretçi memnuniyeti seviyesini iyileştirmek,
10. Bölgenin doğal miras ve kültürel varlıklarını geliştirmek ve korumaktır.

Bu hedeflerin her birine yönelik ilerlemenin ölçülmesi, bir değerlendirme prensibi çerçevesinde belirlenmiştir. Hedef 1 - 6 doğrudan turizmin ekonomik etkileriyle ilgilidir. Hedef 7 - 10 fiziksel ürün, beceri ve çevre olmak üzere ziyaretçi deneyiminin niteliğiyle ilgilidir. Burada çerçeve programın hedefleri arasındaki bağlantı, ziyaretçi deneyiminin kalitesini yükseltmek, yeni ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve verimliliği arttırmak önemli rol oynayacaktır.

Bu kurulan yapıda, konaklama için doluluk oranlarını, ziyaretçi başına harcama artışını, ilgi çekici yerlerin kalitesini ve konaklama standardını, nitelikli eğitime ulaşmayı, turizmle ilgili istihdamı arttırmayı içeren ana hedefler ve alt hedefler izlenmiştir. Çerçeveyi uygulamak ve anketlerden ve diğer kaynaklardan kanıt toplamak için sorumluluklar sağlamak için ortaklar arasında bir eylem planı kabul edilmiş ve kararlaştırılan raporlama tarihlerinde uygulaması yapılmıştır.

İskoçya: Beş Turizm Stratejisi 2007-2015

İskoçya için turizm stratejisi, “İskoç Turizmi - Gelecek On Yıl - Değişim İçin Bir Turizm Çerçevesi”, 2015 yılına kadar İskoç turizminin değerini% 50 oranında artırmanın zorunlu hedeflerini belirlemiştir.

İskoçya içindeki alt bölgeler bu genel strateji dâhilinde büyümeye ve ulusal ve uluslararası alanda doğal rekabet avantajlarına dayanmaya çalışır. Fife, doğal çevresine, özellikle de sahil şeridinde hitap eden ve golf turizmine ev sahipliği yapan StAndrews gibi bazı dünya standartlarında yerleri olan başarılı bir turizm merkezidir. Turizm istihdamı, işgücünün bölge için önemli ve büyüyen bir sektör olduğunu gösteren veriler istihdamın neredeyse% 9'unu temsil etmektedir.

Büyümeye ve gelişmeye devam etmek için bölge, turizm sektörünün bölgenin gerçek kilit güçlerine daha sıkıca odaklanmaya, mevcut ve potansiyel turizm güçlerinin ekonomik faydalarını sağlamak için sanayi ve kamu sektörü faaliyetlerini pekiştirmeye ihtiyacı olduğunu kabul etmiştir. Fife stratejisi, aşağıdakiler de dahil olmak üzere ele alınması gereken bir dizi zorluğu işaret eder:

- 1.Çevresel Endişeler
2. Düşen İç Piyasa
- 3.Başlıca Şehir Etkisi
- 4.Değişimi Kucaklamak için Direnç
- 5.Zayıf iletişim
- 6.Çoğaltma / Koordinasyon
- 7.Sürdürülebilir Turizmi Geliştirme
- 8.Sektörler Arası Bağlantılar
- 9.Yenilik

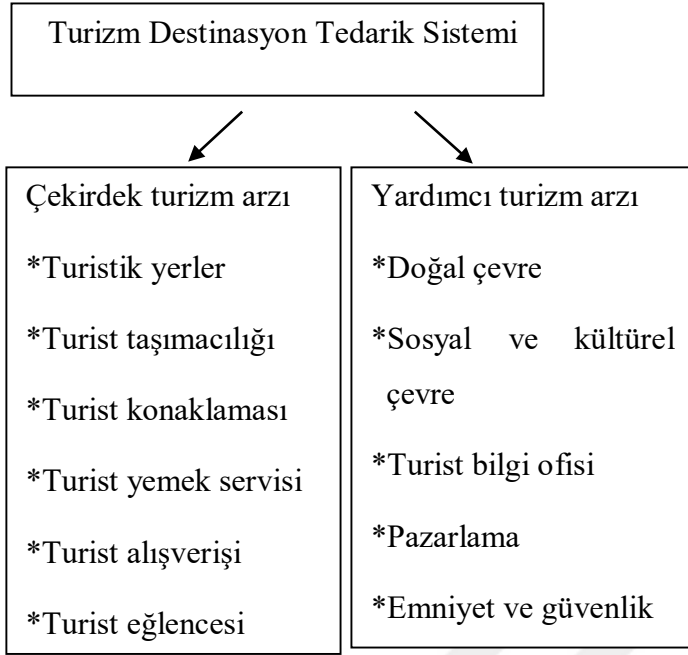
Bölgedeki aktörler, yakın çalışma ilişkileri ve bölgesel turizm sunumu için net bir vizyon gerektirdiğini ortaya koymuştur. Sonuç olarak, bir dizi bölgesel atölye çalışması ve tartışmaları, büyümeyi ve refahı artırmak için bir dizi tema ve yeni girişimler üretmiştir. Bu, bölgeyi tanıtmanın yanı sıra yerel manzara, sahil, tarihi mekanlar, dini öneme sahip yerler ve yerel yemek ve prestijli restoranlarla ilgili mutfak becerileri dahil olmak üzere güçlü ticaretin yanı sıra, bölgeyi tanıtmanın yeni ve yenilikçi yollarına çeşitliliğini de içermektedir. Bu temaları geliştirmek, yeni koordine edilen yatırımlar etrafında net bir eylemler ve promosyonlar dizisinin yanı sıra, mevcut ve planlanmış girişimlerde bütçelerle desteklenmesini gerektiriyordu.

3.4. Turizm Talebine Etki Eden Faktörler

Turizm taleplerine etki eden faktörler değerlendirilirken Gunn ve Leiper'in ortaya koyduğu öneriler bulunmaktadır. Çinli bilgin Wu ise içerik ve sistem olarak bu talepleri daha da geliştirmiştir.

1972'de Gunn, pazar talebinden ve hedef arzdan oluştuğunu belirten turizm sistemi modelini önerdi. Tedarik sistemi kategorisi ulaştırma, bilgi, tanıtım, ilgi çekici yerler, servis ve diğer alt sistemlere ayrılabilir. Leiper uzay turizmi sisteminin nispeten olgun ve eksiksiz bir modelini önerdi ve model iki bölümden oluşuyor: iç alt sistem ve dış makro çevre. İç sistem turistleri, turizmi, turist kaynaklarını, turist kanallarını ve destinasyonları içerir. Dış makro çevre ekonomi, toplum, kültür, doğa ve diğer faktörleri içerir. Sistem, coğrafi mekansal yapıyı ve turist sisteminin arz ve talebinin işlevsel yapısını vurgulamaktadır.

Çinli bilgin Wu, Gunn ve Leiper modellerine dayanan ve aynı zamanda turizm destek politikasını ele alan bir turizm arz ve talep sistemi modeli oluşturuldu. Bu model çerçeve dört bölümden oluşmaktadır: turizm pazarı sistemi, ulaşım sistemi, varış sistemi ve destek sistemi. Bu bölgeler arasında, varış yeri sistemi turistik yerler, turistik tesisler, turizm hizmetleri, turizm taşımacılığı ve turizm ortamından oluşmaktadır. Özellikle, çekirdek turizm arzı ve yardımcı turizm arzı olarak ayrılabilir (Şekil 3.1.). Ulaştırma, konaklama, yeme içme, turlar, eğlence ve alışveriş gibi turizm endüstrisinin altı unsuru, varış turizminin gelişmesinin ana kaynağıdır. Varış yerlerinin doğal çevresi, sosyal ve kültürel çevre, turist bilgi ofisleri, pazarlama, emniyet ve güvenlik hedef turizm gelişiminin yardımcı kaynaklarıdır.



Şekil 3.1. Turizm destinasyonu tedarik sistemi (Sustainability, 2017)

3.5. Turizmin Yerleşimler Üzerine Etkisi

Bir turizm destinasyonunun potansiyeli, sadece coğrafi özellikler ile açıklanamamaktadır. Yer ve yere özgü potansiyellerin korunması, yerel yönetim ve yerel politikalar için öncelik olmalıdır. Bu nedenle, yerel potansiyel politikalarının sürdürülebilirliği, sadece yerel ekonomiyi değil, aynı zamanda yerel doğal ve sosyo-kültürel ortamı da ele alması gerekmektedir. Daha önce gösterildiği gibi, bölge ve turizm arasındaki ilişki güçlü olmalıdır.

Ancak, bu ilişki turizm gelişiminin farklı aşamalarına göre farklıdır. Turizm Alanı Yaşam Döngüsünün Ardından (Ejarque, 2003); Yerel altyapı ve işletmelerin organize edilmediği bir keşif aşaması var. İkincisi, turizmin yerel ekonomik kalkınma kaynağı olarak tanınmaya başladığı katılım aşaması. Üçüncüsü, kitle turizminin ve varış yerinin organizasyonunun iyi yapılandırılmaya başlandığı ve turizm politikalarını tanımlayan kurumların da bulunduğu uyumlaştırma aşaması vardır.

Bu ilk yaşam döngüsünden sonra iki sonuç olabilir. Birincisi, özellikle sürdürülebilir politikaların olduğu ve varış yerinin stratejilerinde bir değişikliğin olduğu durumlarda (örneğin varış yerinin tamamlayıcı bir turizmi olarak termal turizm) bir yenilenmedir. İkinci sonuç hedefin düşüşü olabilir. Turizmde, bölge varış yerinin arzı olur. Bu nedenle, bölge

kullanımı, bir varış noktasında turizmin sürdürülebilir bir bakış açısına sahip olmalıdır. Turizmin bir destinasyon üzerinde farklı etkileri vardır. Çizelge 3.3'te turizmin varış noktası üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri vardır.

Olumlu etkiler açıkça nüfusun ekonomik yerel gelişimi ile bağlantılı. Gelir ve istihdamdaki artış, turizmin belli bir alandaki en önemli olumlu etkisidir. İkinci önemli etki, endüstrilerin olduğu ve bölgeden ayrıldıkları bölgelerin değerlendirilmesiyle ilgilidir. Bu tür bir alanda işsizliğin yüksek olması ve bölgenin gerilemesiyle bağlantılı riskler olabilir. Doğal parklar turistleri çekebilir ve bu nedenle doğal kaynakların korunması için paraya sahip olabilir. Bununla birlikte, olumsuz etkiler de olabilir. Birincisi kirlilik ve çevrenin bozulması. Doğal, sosyal ve kültürel çevre, özellikle kitlesel turistlerin geldiği gelişim aşamasında, turizm kullanımıyla bozulabilir.

Çizelge 3.3. Turizmin destinasyonlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri (Regional Science Inquiry Journal, 2013)

Olumlu etkiler	Olumsuz etkiler
•Reddedilen alanların ekonomik ve sosyal bakış açısına göre geri kazanılması ve değerlendirilmesi •Doğal, sosyal ve kültürel mirasın korunması ve muhafazası •Yerel toplulukların geliştirilmesi •Yerel halk için istihdam ve gelir yaratma •Sosyal ve eğitimsel işlev •Hedef ülkelere döviz •Altyapıların geliştirilmesi ve iyileştirilmesine teşvik •Doğal, sanatsal ve kültürel kaynakların değerlendirilmesi	•Enerji ve su tüketimi •Kirlilik •Yerel çöp yönetimi sistemine etkisi •Biyolojik çeşitliliğin kaybı •Ulaştırma ve hareketlilikte ihtiyaçlar •Gelirin olduğu yer, turizmin tadını çıkardığı yer değil

4. YEREL EKONOMİK KALKINMA VE KÜLTÜR TURİZMİ

4.1. Turizmin Tanımları ve Türleri

Turizm çok eski bir olgudur. Önceleri insanlar geçim kaynaklarına ulaşma ve büyük başarı arayışına girdiklerinde hareket kaçınılmaz bir ihtiyaçtı. Daha sonra insanlar için bu hareket hobi olur ve eğlence, dinlence için seyahat etmeye başlar. Eski dönemlerde yüksek hızlı araçlar ve sorunsuz taşıma tesisleri yoktu. Ancak şimdi ulaşım olanakları turistler için çok hızlı ve rahat hale gelmiştir. Günümüzde küreselleşme kavramı gerçek halini alırken turizmin önemi daha da artırmış durumdadır. Bugün turizm, çeşitli insanları yüz yüze getirerek uluslararası ortak anlayış için bir araç olabilir. Turizm, dostluğu ve iyi niyeti büyük ölçüde zenginleştirip teşvik edebilir. Turizm aynı zamanda önyargı engellerini ve milletler arasında var olan şüpheleri de ortadan kaldırabilir.

Çizelge 4.1. Turizm çeşitleri (www. wikipedia.com)

Turizm Çeşitleri	Tanım
Kültür Turizm	Kültür turizmi, milletin çeşitliliğini ve karakterini yansıtan yerlerin, geleneklerin, sanat eserlerinin, milleti ve halkını betimleyen kutlamalar ve deneyimlerin mozaigine dayanır.
Miras Turizmi	Miras turizmi, geçmişin hikayelerini ve insanların otantik temsil eden yerleri, eserleri ve etkinlikleri deneyimlemek için seyahat etmektir ve miras turizmi kültürel, tarihi ve doğal kaynakları içermektedir.
Tarihsel Turizm	Bazı turistler sadece eski yerleri, kaleleri, müzeleri görmeye gider. Diğer turistik yerlere ilgi göstermeyebilirler. Bu insanlar arkeolog, tarihçi veya araştırmacılar olabilir. Ankara Kalesi, Dolmabahçe Sarayı, Topkapı Camii'ni ziyaret etmek, tarihi turizm örnekleridir.
Sağlık Turizmi	Sağlık turizmi iki dönem sağlık ve turizmden oluşmakta ve sağlık ve turizm kaynaklarının bir kombinasyonunu içermektedir.

Çizelge 4.1. (devamı) Turizm çeşitleri (www. wikipedia.com)

Dini Turizmi	Ulusal güven, kültürel miras turizmini, geçmiş ve şimdiki hikayeleri ve insanları gerçek anlamda temsil eden yerleri, eserleri ve etkinlikleri deneyimlemek için seyahat etmek olarak tanımlar. Kültürel, tarihi ve doğal kaynakları içerir.
Eğitim Turizmi	Bu tür bir turizmde, turistler topraklar, insanlar, coğrafya, kültür, hava durumu, eko sistem, ekonomi, demografi veya yabancı bir ülkenin genel yaşam koşulları hakkında kendilerini eğitmeye giderler. Bir seyahat programında iki veya daha fazla ülkeyi ziyaret edebilirler. Öğrencilerin değil, turist oldukları için bu ülkelerin akademik kurumlarında eğitim dersleri almazlar. Bu tür turistik faaliyetler, ikamet ettiği ülkedeki bir turist tarafından da yapılabilir. Bu turizmin arkasındaki baş yönlendirici güç meraktır.
Kırsal Turizm	Kırsal turizm, yerel çevreye entegrasyon, yerel ürünlerin kullanılması ve yerel faaliyetlere katılım üzerine kuruludur. Kırsal turizm için, turistler yeni düzenlenmiş (yapılandırılmış) alanlara değil, çok doğal olan kırsal alanlara götürülür.
Tarım Turizmi	Bu tür bir turizm faaliyeti, tarım, çiftlik yönetimi ve hayvancılıkla ilgilenen turistler için gerçekleştirilmektedir.
Çiftlik Turizmi	Bu tür turizm çeşitleri turistleri cezbeder ve mal sahipleri kar elde eder ve çalışanlar da kazanmaya devam eder.
Politik Turizm	Bu seyahat şekli, büyük siyasi etkinliklere ve önemli ulusal kutlamalara katılım anlamına gelir.
Tatil Turizmi	Tatil turizminin amacı tatilini evinden uzakta geçirmek isteyenler için düzenlenir.
Vahşi Doğa Turizmi	Turistler, vahşi doğanın turizm deneyimi için, insan yerleşimlerinden uzakta olan uzak bölgelere götürülür.

Turizm tanımları kavramsal veya teknik olabilir. Kavramsal tanımlar, turizmin ne olduğunu tanımlar. Teknik tanımlar, bunun yerine ölçülebilen turizmin hacmine ve değerine odaklanır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO 2013), Turizmi şu şekilde tanımlamaktadır: “Turizm, insanların kişisel veya ticari / profesyonel amaçlar için olağan ortamlarının dışındaki

ülkelere veya yerlere taşınmasını gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur. Bu insanlara ziyaretçi veya turist denir. Turizmin bir kısmı turizm harcaması anlamına gelen ekonomik faaliyetler ile ilgilidir.

4.2. Kültür ve Kültür Turizmi

Kültür turizmini anlamak için kültürün kendisinin tanımlanması gerekir. Kültür geniş bir yapı olduğundan ve farklı bakış açıları, düşünce ve amaçlara bağlı olarak kültürün birçok tanımı yapılmaktadır. Rasky'a (1998) göre “Kültür bir dereceye kadar kendini tanınmaz hale getirmiştir, çünkü abartılı ve şişirilmiş bir kavram olarak ölçülemez boyutlar üstlendiği söylenebilir.” Denilebilir ki insanların sayısı kadar kültürün de tanımı vardır. Peki kültür nedir? Bu soruya tek bir cevap verilemeyeceğinden en yaygın görüşlere bakarak ‘bir süreç olarak kültür ve bir ürün olarak kültür’ tanımı yapmak mümkündür.

Richards (1996), kültürü “esas olarak belirli bir sosyal gruba gömülü davranış kuralları” olarak tanımlayan bir süreç olarak tanımlar. Dolayısıyla kültür, nesilden nesile aktarılan bir yaşam biçimidir. Bu durumda kültür, “dil, din, mutfak, sosyal alışkanlıklar, müzik ve sanattan oluşan her şeyle tanımlanan belirli bir insan grubunun özellikleri” olabilir (Livescience, 2012). Başka bir deyişle, “Kültür, aklın/davranışların ortak programlanmasıdır. Bir toplumun üyelerini diğerlerinden ayıran ”(Hofstede Centre, 2013) aklın/davranışların programlamasını öğrenerek gerçekleşir (Pazarlama Öğretmeni 2013).

Kültürü veya kültürel kimliği öğrenme ihtiyacı grup istikrarı, grubun hayatta kalması için hayati önem taşıdığı için grup istikrarını korumaktır. Bu nedenle, bir grubun üyelerinin grubun değerlerine, bilgilerine, inançlarına, davranışlarına, ahlaki normuna, tarihine vb. uyum sağlaması gereklidir (Ivanovic, 2008). Grup kültürü, iki sosyal gruba bölünebilen sosyal kontrol tarafından sağlanır. Pozitif (bireyleri teşvik ve ödüllendiren) veya negatif (bir bireyi bastırma ve cezalandıran) gruplar şeklinde olabilir. Bu kurumlar örneğin hükümet, hukuk, müzik ve sanat, kamuoyu, inançlar, gelenekler, tabular ve eğitim olabilir (Bogardus, 1920).

“Herhangi bir grubun kültürü uzun bir süre boyunca nispeten istikrarlı kalırsa, gelenek olarak bilinen grubun kültürel bütünlüğü ve uyumu ortaya çıkar” (Ivanovic, 2008). Gelenek, dil, bilgi ve adetler olarak adlandırılır ve sürekliliği ve tutarlılığı kapsamaktadır. Buna ek

olarak, gelenek, kültürel turizmin önemli unsurlarından biri olan kültürel kimliği ve kültürel beğeni ve gururu yükseltir (Ivanoviç, 2008).

Kültürü bir ürün olarak görmek daha net olabilir. Kültür bir ürün olarak görülürse, “belirli anlamların eklendiği bireysel veya grup faaliyetlerinin ürünü olarak yaşam biçiminin ve davranışlarının sonuçları olarak kabul edilebiliriz (Richards, 1996). Bu görüş daha çok kültürün somut unsurlarına odaklanmaktadır.

Littrell (1997) bu farklı görüşleri birleştirmekte ve kültürü üç bölüme ayırmaktadır. İlk bölüm, insanların fikirlerini, tutumlarını ve inançlarını içeren “insanların ne düşündüğü”dür. İkinci bölüm “insanların yaptıklarını” yani insanların yaptığı eylemleri ifade eder. Üçüncü bölüm, sanat, estetik ve mimari yapı gibi kültürel ürünler “insanların yaptıkları”ndan oluşmaktadır. Bu sebeple kültür “insanların fikirleri ve yaşam biçimleri ile bu süreçlerin ürünleri olan binalar, eserler, sanat ve geleneklerden oluşur” (Littrell, 1997). Turizmin temel amacı ziyaretçileri çekebilmek için kültürün bütün öğelerini kullanılabilir bir ilgi çekici ve cazibe merkezi olarak kullanmayı hedeflemektir.

4.2.1. Kültür turizmi

Kültür turizmi, ilgili yazında zaman zaman miras turizmi ve tarih turizmi ile birlikte kullanılmaktadır.

Kültür turizmi; Kültür turizmi, milletin çeşitliliğini ve karakterini yansıtan yerlerin, geleneklerin, sanat eserlerinin, milleti ve halkını betimleyen kutlamalar ve deneyimlerin bütününe dayanır. Her ülkenin gururu kültürel yapısına dayanmakta ve kaleler, müze, tiyatrolar, sanat galerileri, müzik, akademiler ve kütüphanelerin kalıntıları kültürün referanslarıdır. İnsanlar hakkında ve kendi kültürleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için üstlenilir. Kültür turizmi, geçmiş uygarlığından dolayı Türkiye’de özel bir yere sahiptir. Ülkeye dağılmış binlerce tarihi ve arkeolojik anıt, antik tarih ve kültür hakkında bilgi edinme fırsatı sunar. Türkiye’deki zengin kültürel miras nedeniyle, yerli ve yabancı ziyaretçiler, yerin büyüklüğünü ve popülerliğini anlamak amacıyla bu çekici yerleri ziyaret etmeyi planlamaktadır.

Miras Turizmi; Ulusal güven, kültürel miras turizmini, geçmiş ve şimdiki hikayeleri ve insanları gerçek anlamda temsil eden yerleri, eserleri ve etkinlikleri deneyimlemek için seyahat etmek olarak tanımlar. Bu kültürel, tarihi ve doğal kaynakları içermektedir.

Türkiye'nin görkemli tarihi geçmişi, şimdiki ve sonraki nesillerin gurur duyacağı pek çok tarihi ve kültürel mirasa sahip olmalarını sağlamıştır. Türkiye'de zengin miras, her köşesinde saçılan kalıntılar, saraylar, tapınaklar ve anıtlar ile hala nefes alan tüm kokusu ve rengi ile canlı olarak yaşamaktadır.

Tarihsel Turizm; Bazı turistler sadece eski yerleri, kaleleri, müzeleri görmeye gider. Diğer turistik yerlere ilgi göstermeyebilirler. Bu insanlar arkeolog, tarihçi veya araştırmacılar olabilir. Ankara Kalesi, Dolmabahçe Sarayı, Topkapı Camii'ni ziyaret etmek, tarihi turizm örnekleridir.

Kültür, farklı yorumlara açık olan karmaşık bir kavramdır. Jenks (1993), "baskın Avrupa dilsel konvansiyonu" kültürü "büyük ölçüde" medeniyet "fikrine eşittir. Burns'e (1999) göre, kültür, dinden, mitlere, değerlere, ideolojilere, eğitime, dile, yasal ve politik çerçevelere, ekonomi, teknoloji ve maddi kültür ve sosyal örgütler ve akrabalıklara kadar bir dizi bileşeni vardır. Shaw ve Williams (2004), kültürün "yüksek" ve "düşük" kültür olarak görülebileceğini eklemektedir. Yüksek kültür, belli bir toplumun politik, sosyal, ekonomik ve entelektüel seçkinleri tarafından en çok takdir edilen şeyleri ifade ederken (Gray ve McGuigan, 1993), düşük kültür kitlesel ve popüler kültürü içerir (Shaw ve Williams, 2004). Kültürün yüksek veya popüler olarak sınıflandırılması, farklı ziyaretçi gruplarının farklı bir motivasyona sahip olduklarından ve onları ziyaret ettikten sonra anlamalarından dolayı önemlidir. Yüksek veya elit kültürü sanat müzesi, klasik senfoni, bale ve dans şirketleri, opera, sanat galerileri ve canlı tiyatro olarak tanımlamaktadır. Bu tür bir kültür genellikle yüksek eğitilmiş ve sosyal olarak "kitleler" den farklı kişiler tarafından tüketilir. Öte yandan popüler kültürü, farklı yaş, ırk ve sosyoekonomik arka plan da dahil olmak üzere geniş bir kitle tarafından tüketilen ve erişilebilir bir kültür olarak tanımlamaktadır. Bu tür bir kültürde akvaryumlar, arboretumlar, botanik bahçeleri ve gözlemevleri gibi sanat dışı müzeler, komedi ve dans kulüpleri gibi gece hayatı, dans stüdyoları, müzik grupları ve orkestralar, sinema salonları ve film festivalleri yer alır. Bu sınıflandırmaya göre, kültürel turistlerin pazarı "verilen" kültürel turist ürününe göre farklılık göstermektedir.

Kültürel hedeflere ziyaretler veya kültürel ve kültürel yönleri görmek için gidilecek yerlere yapılan ziyaretler, eski zamanlardan beri insanlarda görülen bir aktivitedir UNESCO (2003). Kültürel turizmi 'manzaralar, görsel sanatlar ve sahne sanatları dahil olmak üzere kültürel ortamları deneyimlemekle ilgilenen seyahat ve özel (yerel) yaşam tarzları, değerler, gelenekler, olaylar ve diğer yaratıcı ve kültürler arası yollar ile ilgili seyahat olarak tanımlamaktadır. McKercher ve duCros'a (2002) göre, insanlar Roma çağından beri bugünlerde 'kültürel nedenler' olarak adlandırılan şeyler için seyahat ediyorlardı. Seyahat etmenin temel sebeplerinden biri, her zaman harika mimariye sahip binaları ve anıtları görmek, diğer kültür ve medeniyetlerle tanışmak ve farklı gelenek ve olayları tecrübe etmektir. Loukatos (1982) 'arkeolojik turizmin' başlangıcında şöyle gözükmektedir: 'Yunanistan'ın İskender ve Roma dönemlerinde, Yunanistan'lı büyük klasik çağının ürünleri ile büyüleyen ziyaretçileri çektiği' ve 'modern' kelimesi turizminin Yunanca kelimenin yerine 'tarihi ve arkeolojik ilgi alanlarına rehberli turlar turu' anlamına gelen 'periegesis' (περιήγησις) Loukatos, 1982). Arkaik ve klasik döneme ait anıtlar ve tarihi çerçeveleri ve 'kutsal' geçmişleri ile ilgilenen ikinci yüzyıldan kalma bir Yunanlı gezici ve coğrafyacı olan Pausanias, arkeolojik araştırma ve bulgulara yönelik en değerli rehberlerden biri olan "Yunanistan Dönemi" ni yazdı. Her Yunanistan şehri için bir kitap olmak üzere on kitaba bölünmüştür (Melloti, 2002). Üstelik Pausanias, "Periegesis" i öncesinde Orta Doğu, Suriye, Filistin, Mısır, Makedonya ve İtalya'nın diğer bölgelerine çok seyahat etti. Melloti'ye (2002) göre Pausanias, çoğunlukla anıtları ve arkeolojik kalıntıları vurgulamak için ziyaret ettiği yerleri sunarken, muhtemelen eğitim nedenleriyle seyahat eden genç aristokrat Romalılar için rehberler yazdı. Bunlar kültür turizminin ilk izleridir.

Kültür turizmi, 1970'lerin sonunda, turizm endüstrisinin başka bir varış yerinin kültürü ve mirası hakkında bilgi edinmek için turistlerin bir bölümünün seyahat ettiğini anladığında ayrı bir turizm kategorisi olarak görülmeye başlandı (McKercher ve duCros, 2002). Yıllar geçtikçe, kültürel turizm iyi eğitilmiş insanlar için özel bir niş faaliyetten kitlesel ilgi alanlarına, yüksek profilli bir olguya dönüşmüştür. 1980'lerin sonlarında ve 1990'ların kültürel ve miras varlıkları, turistlerin zevklerinin tatmin edilmesine büyük ölçüde katkıda bulundu. McKercher ve duCros'a (2002) göre, turizm amaçlı bir başka yere hareket etme eylemi büyük ölçüde bir kültür unsuru içerir: Evlerinden başka yerleri ziyaret etmek için dışarı çıkan insanlar geçici olarak farklı bir kültürel boyutta yeni bir şey yaşarlar. Moisă (2007), insanların kültürel anlamda farklı bir şeyleri deneyimlemek için seyahat ettiklerini ve bu nedenin genç turistlerin seyahat etmeleri için en güçlü sebeplerden biri olduğunu

göstermektedir. Çağdaş turizm aktivitesinde kültürün varlığı açıkken, cazibe olarak kültüre odaklanmayan seyahatler bile kültürel unsurlardan ve deneyimlerden oluşabilir. Kültürel miras varlıklarının turizm için önemi, Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) uluslararası turistlerin yüzde 37'sinin kültürel turist olduğunu tahmin ettiği şeklinde ifade edilebilir (Graton ve Richards, 1996). Yunanistan gibi zengin kültürel kaynaklara sahip ülkelerde kültür, ülkenin turist ürünü için bir unsur olarak her zaman önemli bir rol oynamıştır. Gerekçe olarak gerek cazibe olarak kültür, turistleri belli yerlere götürür. Bu anlamda kültür, turizmi bir destinasyona çekmek için uyumlu bir şekilde planlanabilen ve desteklenebilen dinamik bir kaynaktır.

Kültürü tanımlamanın birçok yolu olduğu için, kültür turizmi en azından tanımlamak kadar karmaşık. İnsanların kültürü farklı şekillerde gördükleri için kültürel turizm ile de ilgilidir. Ayrıca, kültürel sektörün kapsamı ve ürünlerin çeşitliliği ile birlikte halkların tanımlarını değiştirmek için kendi ihtiyaçlarını karşılayacak, bu karışıma yol açabilir (DuCros ve McKercher, 2002).

İnsanlar her zaman kültürel nedenlerle seyahat ediyorlardı, ancak bu seyahatler belirli bir kültürel seyahat olarak belirlenmedi. Müzeler, tarihi yerler, simge yapılar gibi kültürel cazibe merkezlerini ziyaret etmek her zaman turizm deneyiminin bir parçası olmuştur. (DuCros ve McKercher, 2002). DuCros ve McKercher'e (2002) göre "Tüm seyahatler kültürel bir unsur içerir" ve kültürel turizm "tarihi turizm de dahil olmak üzere çok çeşitli ilgili faaliyetler için bir şemsiye terim haline gelmiştir. Bu yüzden kültürel turizm, seyahatlerimizin tümü kültürel bir unsur içerdiğinden, herhangi bir seyahat olabilir. Ancak, kültürel turizmin belirlenmesini de sınırlayabiliriz, böylece seyahat etme yollarını dışlar ve kültüre niyeti vurgular. Bu tanımda, kültürel turizm, "kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için insanların kültürel öğelerin yerlerine normal ikamet yerlerinden uzaklaşmaları" ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için yeni bilgi ve deneyimler edinmeleridir (Bonet, 2003).

Swarbrooke (1999), kültürel turizmi kültürel kaynaklar üzerine kurulu bir turizm şekli olarak tanımlar. Kültürü bir süreç olarak görebileceğimiz ve bu sürecin bir sonucu olarak, kültürel turizm bu kaynakların tüketimi olabilir (Richards, 1993). Örneğin kültürel turist bu sürecin tadını çıkarabilir; belirli bir hedef kültürün yaşam tarzı ya da sürecin sonuçları; tarihi binalar, sanat vb. Bu tanım, niyeti vurgulamıyor ve tüm seyahatlerin kültürel unsurları içerdiğini öne sürmüyor.

DuCros ve McKercher (2002) kültürel turizm tanımlarını 4 kategoriye ayırmaktadır. Turizme Dayalı Tanımlar, kültürel turizmi daha geniş bir turizm bağlamı kapsamında görür. Dolayısıyla kültürel seyahatin daha geniş turizm çerçevesiyle ilgili farklı yaklaşımları olabilir. Yani kültür, örneğin turistleri çekmenin temeli olabilir, çünkü insanları seyahat etmeye güdüleyebilir, insanlar, yerler ve kültürel arasındaki ilişki olabilir ya da geliştirme ve pazarlamanın bir parçası olarak görülebilir (DuCros ve McKercher, 2002).

Motivasyon Tanımları “kültürel turistin motive olduğunu” vurguluyor diğer turistlerden farklı nedenlerle seyahat etmek ve bu nedenle kültürel turizmi tanımlarken motivasyonun önemli bir unsur olarak görülmesi gerektiğini düşünmek gerekir”(Richards, 1996). Dünya Turizm Örgütü, kültürel turizme de motivasyon tanımıyla yaklaşmaktadır. DTÖ, kültürel turizmi “çalışma turları, sanat ve kültür turları yapmak, festivallere ve diğer etkinliklere gitmek, bölgelere ve anıtlara gitmek, doğaya çalışmak, folklor veya sanat ve hac ziyaretleri gibi kültürel motivasyonlar için insanların hareketleri” olarak tanımlamaktadır (DTÖ, 1985).

Deneyimsel veya Aspirasyon Tanımları, kültürel turizm tanımlarındaki motivasyonun yanı sıra deneyimsel aktiviteye odaklanır ve bazıları da buna aspirasyon unsurları ekler (DuCros ve McKercher, 2002). Bu, kültürel turizmin seyahat ettiği varış yerinin tecrübe edilmesi veya onlarla iletişim kurmasını içerir. Bu tanımlarda kültürün yaşanması aynı zamanda turisti eğitecek ve eğlendirecektir (Vicnet, 1996).

Operasyonel Tanımlar en yaygın tanımlayıcı yaklaşımlardır ve genellikle turizm türevi, motivasyonel ve deneyimsel tanımlamalar gibi diğer tanımlara dahil edilir. (DuCros ve McKercher, 2002) Operasyonel tanımda “kültürel turizm neredeyse sınırsız faaliyet veya deneyimlerden herhangi birine katılımı tanımlanır.” (DuCros ve McKercher, 2002) Motivasyon, amaç ve deneyim daha az önemlidir. Operasyonel tanım kültürel turizmi tanımlamaktan kaçınır, ancak bu çerçevede unsurları içerir. (DuCros ve McKercher, 2002) Örneğin, müzeleri ziyaret etmek kültür turizmi olabilir, ancak kültürel turizmin kendisini tanımlamaz.

Çizelge 4. 2. İlgideki yazında kültür turizmi tanımları

Kaynak	Yıl	Tanım
DuCros ve McKercher	2002	Kültürel seyahat
Bonet	2003	Kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için normal yerlerinden uzaklaşmak
Swarbrooke	1999	Kültürel kaynaklar üzerine kurulu turizm
Richards	1996	Kültürel turist hareketliliği
DTÖ	1985	Kültürel motivasyon

4.2.2. Kültürel turistler

Kültür ve kültür turizmi birçok yolla tanımlanabildiği ve tanımların birçok anlamı olduğu için, kültürel turisti tanımlamak biraz karmaşık olabilir. Ancak, Amerika'nın Avrupa'ya seyahat etmesine dayanan bazı araştırmalara göre, kültürel turistler diğer turistlerden daha yaşlı, daha iyi eğitilmiş ve daha zengin olma eğilimindedir. Dahası, varış yerinde daha uzun süre kalırlar, diğer turistlerden daha fazla para harcarlar ve etkinliklere daha fazla katılırlar (DuCros ve McKercher, 2002).

Seyahat etmenin amaçlarına ve motivasyonuna bakarsak, kültürün farklı rolleri olabileceği görülebilir. Örnek olarak, müzeler gibi kültürel cazibe merkezlerini ziyaret etmek seyahat etmenin ana nedeni olabilir. Bununla birlikte, bazı turistler ziyaretleri sırasında kültürel etkinlikleri ziyaret etseler de, kültür seyahat kararının bir parçası olmayabilir (DuCros ve McKercher, 2002). Görüldüğü gibi amaçlarına ve deneyimlerine bağlı olarak farklı türlerde kültürel turist profilleri mevcuttur. Bu nedenle, DuCros ve McKercher (2002) beş tür kültürel turist profili tespit etmiştir;

- 1) Amaçlı kültürel turizm-kültürel turizm, bir varış yerini ziyaret etmenin temel nedenidir ve bireyin derin bir kültürel deneyimi vardır.
- 2) Gezi kültürel turizm - kültürel turizm, bir varış yerini ziyaret etmenin birincil veya önemli bir nedenidir, ancak deneyim daha sıgıdır.
- 3) Serendipitous kültürel turist - kültürel turizm nedenleriyle seyahat etmeyen, ancak katılımdan sonra derin bir kültürel turizm deneyimine sahip olan bir turist.

- 4) Gündelik kültürel turistler - kültürel turizm bir varış noktasını ziyaret etmek için zayıf bir nedendir ve elde edilen deneyim sığdır.
- 5) Bu arada kültürel turist - bu turist kültürel turizm nedeniyle seyahat etmiyor, ancak yine de bazı faaliyetlere katılıyor ve sığ deneyimler yaşıyor.

Farklı kültürel turist türlerini ve motivasyonlarını anlamak, kültürel turizmin pazarlanması ve geliştirilmesi için hayati öneme sahiptir. Seyahat için motivasyon değiştikçe, cazibe merkezlerini tanıtmamanın ve vurgulamanın farklı yolları olması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.



Beypazarı'nın Nüfus Yapısı

Beypazarı'nın ilçe merkezinin nüfusu 2018 yılı nüfus sayımlarına göre 48.274 kişi olmakla beraber 48 mahallesi vardır. Ayrıca eski ve yeni yerleşim alanı olmak üzere ikili bir yerleşim düzeni bulunmaktadır. Eski yerleşim alanındaki çarşı ve konutların geleneksel yapısı bugünkü karakteristik yapıyı oluşturmaktadır.

Çizelge 5.1. Beypazarı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine (ADNKS) göre nüfusu (2007-2018)(TUIK, 2018)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
34.496	34.319	35.080	35.775	36.334	37.097	47.234	47.646	47.582	50.431	48.476	48.274

2007 yılında 34.496 olan nüfus artış göstererek 2018 yılında 48.274 olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.2. Beypazarı ilçesinde alınan ve verilen göç, 2016-2012 (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014)

Yıllar	ADNKS Nüfusu	Aldığı Göç	Verdiği Göç	Net Göç (Aldığı - Verdiği)	Net Göç Hızı (Binde)
2016	50.431	1.810	1.218	592	11,81
2012	46738	1955	2462	-507	-10.79

Ankara Kalkınma Ajansı (2014), Ankara Göç Analizi Araştırmalar Raporuna göre; 2012 yılı verilerine göre, Beypazarı ilçesinin en çok göç verdiği üç il Mardin, İstanbul ve Eskişehir; en çok göç aldığı üç il İstanbul, Mardin ve Zonguldak olmuştur. Nallıhan'ın en çok göç verdiği üç il İstanbul, Eskişehir ve Bolu; en çok göç aldığı üç il Zonguldak, İstanbul ve Eskişehir'dir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2014). Yine Ankara Kalkınma Ajansının 2018 yılı tarihli İstatistiklerle Ankara Raporunda tüm Ankara İlçeleri içinde en yüksek net göç hızı ile Beypazarı birinci sıradadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2018).

Beypazarı Turizminin İstatistikî Özellikleri

Çizelge 5.3. Beypazarı'na gelen toplam ziyaretçi sayıları (Beypazarı Belediyesi, 2016)

Yıllar	Toplam Turist
1999	2501
2000	3980
2005	Veri bulunmamaktadır
2010	Veri bulunmamaktadır
2012	Veri bulunmamaktadır
2014	150.353
2015	162.439
2016	178.584

Beypazarı'na gelen ziyaretçi sayılarına bakıldığında 1999 yılında 2501 iken 2016 yılında 178.584 kişi olduğu görülmektedir. 1999-2016 yılları arasında gelen ziyaretçi sayısında sürekli bir artış olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.4. Beypazarı, turizm belgeli işletmelerdeki, tesislere geliş, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (2007-2017) (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

Yıl	Konaklayan Kişi Sayısı			Geceleme Sayısı			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı(%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2007	18	985	1 003	21	2 038	2 059	1,2	2,1	2,1	0,39	38,09	38,49
2008	14	6 955	6 969	34	7 374	7 408	2,4	1,1	1,1	0,19	41,12	41,31
2009	198	8 893	9 091	198	8 929	9 127	1,0	1,0	1,0	0,83	37,60	38,43
2010	1	1 901	1 902	1	2 281	2 282	1,0	1,2	1,2	0,00	6,07	6,07
2011	1 154	5 277	6 431	2 639	5 778	8 417	2,3	1,1	1,3	7,02	15,37	22,39
2012	241	8 965	9 206	888	11 495	12 383	3,7	1,3	1,3	2,36	30,49	32,85
2013	360	4 706	5 066	503	10 297	10 800	1,4	2,2	2,1	1,34	27,39	28,73
2014	365	4 778	5 143	790	13 855	14 645	2,2	2,9	2,8	2,10	36,85	38,95
2015	993	9 523	10 516	2 000	10 379	12 379	2,0	1,1	1,2	5,32	27,61	32,93
2016	160	3 208	3 368	222	3 989	4 211	1,4	1,2	1,3	0,58	10,38	10,96
2017	241	2 392	2 633	425	10 171	10 596	1,76	4,25	4,02	1,15	27,43	28,58

Beypazarı, 2007-2017 yıllarındaki Turizm Belgeli İşletmelerdeki, Tesislere Geliş, Geceleme Sayısı, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı incelendiğinde önemli bir artış olduğu ancak doluluk oranında 2007 yılına göre 2017 yılında genelinde azalma olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.5. Beypazarı’nda belediye belgeli konaklama istatistikleri; yerli ve yabancı konaklayan kişi, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (2008-2016) (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

Yıl	Konaklayan Kişi Sayısı			Geceleme Sayısı			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2008	90	10 492	10 582	90	17 003	17 093	1	1,6	1,6	0,11	21,12	21,23
2009	617	21 977	22 594	1 594	28 668	30 262	2,6	1,3	1,3	1,99	35,70	37,69
2010	-	3 256	3 256	-	4 077	4 077	-	1,3	1,3	-	5,08	5,08
2011	-	3 619	3 619	-	4 407	4 407	-	1,2	1,2	-	5,49	5,49
2012	88	4 749	4 837	88	6 391	6 479	1,0	1,3	1,3	0,11	7,94	8,05
2013	47	5 936	5 983	47	8 615	8 662	1,0	1,5	1,4	0,06	10,73	10,79
2014	328	3 780	4 108	1 892	9 648	11 540	5,8	2,6	2,8	2,36	12,01	14,37
2015	328	3 780	4 108	1 892	9 648	11 540	5,8	2,6	2,8	2,36	12,01	14,37
2016	313	4 517	4 830	1 511	11 637	13 148	4,8	2,6	2,7	1,88	14,45	16,33

Beypazarı’nda 2008-2016 yılındaki Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri; Yerli ve Yabancı Konaklayan Kişi, Geceleme Sayısı, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı incelendiğinde önemli bir artış olduğu ancak doluluk oranında 2008 yılına göre 2018 yılında genel olarak azalma olduğu görülmektedir.

Beypazarı ekonomisinin tarihsel özellikleri

Beypazarı’nın tarihi, Hitit ve Friglere kadar uzanmaktadır. Roma-Bizans döneminde İstanbul ile Ankara arasındaki Haç Yolunun, eski Beypazarı yerleşmesi olan Lagania’dan geçtiği bilinmektedir Beypazarı İlçesi ve köyleri İlk Tunç Çağı dönemlerinden beri tarihin içinde yer almıştır. Sonrasında Osmanlıya geçmesiyle adı Bey Hezarı olarak değişmiştir. Bölgede büyük bir Pazar yeri kurulmasıyla günümüzdeki ismini almıştır (Özşen, Köksal, Demirtaş, 2017) (Günay, 2010).

Oğuz Türkleri Orta Asya’dan gelip Beypazarı’na yerleşmiş; ilçe Osmanlı idaresine geçtikten sonra Bursa iline bağlı bir bucak merkezi olmuştur. Beypazarı, 1863 tarihinden itibaren Ankara sancağına bağlı bir ilçe haline getirilmiştir. Evliya Çelebi’nin Seyahatname’sinde Beypazarı ile ilgili gezi notları bulunmaktadır. Evliya Çelebi notlarında; Beypazarı’nın fatihinden, pazarından, kalesinin iki tarafı balıksırtı gibi olan bir kale üzerinde olduğundan, şehirde, halkından ve kavun, armut, arpasından bahsetmiştir. Prof. Dr. Rafet Yinanç da araştırmalarında, Beypazarı merkezinde 1573 yılında, 1977 vergi nüfusu yaşadığını

belirtmektedir ve bu da yaklaşık 10000 kişilik bir nüfusa sahip olduğunu göstermektedir (Günay, 2010).

Beypazarı'nın ticaret kültürü Safranbolu'dan farklı olup, menzirdir. Beypazarı'nda bulunan Suluhan da bir menzir külliyesidir. Osmanlı döneminde imparatorluğun Anadolu ile iletişimini sağlamakta kullanıldığı güzergahlar üzerinde menzil adı verilen Suluhan'ın 1612 yılında tamamlandığı bilinmektedir (Yavuz, 1999). Suluhan, vakfiyesinde de belirtildiği gibi, ticari işlevi yanında, İstanbul-Ankara güzergahını kat eden kervanların bir menzil hanıdır (Yavuz, 1999). Beypazarı, Safranbolu'ya göre daha alt kademede bir yerleşim merkezidir. Osmanlı döneminde Anadolu'daki sof ticaretinin merkezleri arasında yer almıştır (Bozkurt, 2012). Beypazarı, 1868 yılından itibaren 1907 ile 1910 yılları arasında kadar Ankara Sancağı'na bağlı bir kaza olmuştur (Atak, 2008).

Beypazarı Anadolu kentleri içerisinde “tarihi kent olma” özelliğini koruyan bir kenttir. Tamamen “Osmanlı kenti” modelinde gelişen Beypazarı, 19. yüzyıl konut mimarisinin yanında, dini ve sosyal içerikli yapılarıyla da zengin bir tarihi kimliğe sahiptir (Bozkurt, 2004).

Faroghî (1985) çalışmalarında sof üretimine dikkat çekmekte ve Beypazarı'ndan da bahsetmektedir. Faroghî'ye göre on altıncı yüzyıldan on dokuzuncu yüzyıla kadar Ankara, kent ve yakın çevresinde dokunan soflarıyla hem Osmanlı İmparatorluğunda, hem Avrupa'da önemli bir yer tutmaktaydı. Evliya Çelebi, seyahatnamelerinde tiftik keçisinin tüylerinin kullanılmasıyla yapılan sof üretiminde Osmanlı İmparatorluğunun tüm Avrupa ülkeleri arasındaki üstünlüğünden bahsetmektedir. Ancak on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında, tiftik keçisi Güney Afrika'da yetiştirilmeye ve Osmanlı topraklarının dışında moher elde edinilmeye başlanmıştır (Faroghî, 1985). Ancak Napolyon dönemindeki savaşların ve savaş sonrası ekonomik bunalımın getirdiği sarsıntılardan ötürü, Beypazarı'nda imal edilen kaba tiftik ipliğinin alıcı bulamadığı anlaşılmaktadır (Faroghî, 1985).

Beypazarı'nın Turizm İvmesini Sağlayan Plan ve Projeler

- Beypazarı Korunması Gerekli Sokakları Sağlıklaştırma Projesi 1998-1999 yıllarında hazırlanmış ve 1999-2000 yıllarında ise proje uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Kültür Bakanlığı, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü 1997 Yılı Yatırım

Programında yer alan ve gerçekleştirilen ilk örneklerden biridir. Beypazarı Yenice Sokak Sağlıklaştırma Projesinin hedefi; kentin geleneksel dokusunun ve mimari mirasının korunması, kültür turizmi faaliyetlerinin artması ile ekonomik canlanmanın sağlanması ve koruma bilincinin artırılması, kültür turizminin geliştirilmesidir (Keskin, 2008).

- Beypazarı'nın mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla Turizm Bakanlığı, Kültür Bakanlığı ve Beypazarı Belediye Başkanlığı arasında yürütülen işbirliği için 07 Temmuz 1996 tarihinde protokol imzalanmıştır. "Beypazarı Turizmi Geliştirme Projesi İşbirliği Protokolü"nün amacı; Beypazarı'nın mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi, sivil mimarlık örneklerinin ve yaylalarının korunarak kullanımı, ev pansiyonculuğunun geliştirilmesi, geleneksel el sanatlarının yaşatılması ve sonuçta Ankara bağlantılı tur programları ile desteklenen cazibe merkezi yaratmaktır (Keskin, 2008).
- Beypazarı Korunması Gerekli Sokak Sağlıklaştırma Projesi'nin 1. aşama çalışmaları Ankara KTVKKB'nun 11.02.2000 tarihli 6577 sayılı kararı ile 2. aşama çalışmaları ise Ankara KTVKKB'nun 18.09.2000 tarihli ve 13064 sayılı kararı ile onaylanmıştır (Keskin, 2008).
- Yenice Sokak Sağlıklaştırma projesi ile başlayan koruma süreci, Beypazarı Belediyesi tarafından başlatılan BEYAP projesi ile devam etmiştir. Bu proje kapsamında Alaaddin sokak çevresindeki sokaklarda Belediye ve Özel Sektör işbirliği ile Beypazarı'nda bulunan 30 kadar sokağın sağlıklaştırma çalışmalarının tamamlanmış ve 3500 konaktan 500'ünün restorasyonu tamamlanmıştır (Keskin, 2008).
- Beypazarı Yeniden Projesi alt programdan oluşmuştur. Bu programlar (i)tarihi çevrenin korunması ve restorasyonu,(ii)kuyumculuk, bakırcılık ve demircilik gibi geleneksel el sanatların yaşatılması (iii)İnözü Vadisi'nin de içinde bulunduğu doğal sit alanlarının turizme açılması ve (iv)Beypazarı dilinin yaşatılması olarak gruplanabilir (Günay, 2010).

- Tarihi çevrenin korunması ve restorasyonu amacıyla Beypazarı evlerinin restorasyonu yapılmıştır.
- Bu restorasyon çalışmalarının çoğunu, Yenice Sokak Sağıklaştırma projesinden kazanılan deneyim doğrultusunda, basit onarım esaslarına dayalı olarak dış cephe restorasyonları oluşturmaktadır. BEYAP projesinin gerçekleştirilmesinde çeşitli kurum ve kuruluşların önemli katkıları olmuştur. Beypazarı Belediyesi ve Özel Sektörden gelen Sponsorlar Tarafından Alaaddin Sokak Sağıklaştırılmıştır. Sokaktaki Restorasyon çalışmaları için gerekli ödeneğin büyük bir bölümü söz konusu kurum ve kuruluşların sponsorluk katkılarından karşılanmıştır (Keskin, 2008). Proje kapsamında yerel halk evlerini pansiyon olarak kullanmaları için teşvik edilmiştir. Alaaddin Sokakta yapılan restorasyon çalışmaları sonucu, sokak ve çevresi turizmde önemli bir niş yakalamıştır.
- Tarihi Çarşı'nın ve Suluhan'ın restorasyonu diğer önemli projelerdir. Suluhan'ın restorasyonu için Beypazarı Belediyesi, 2002 yılında 25 yıllığına hanı kiralamış; restorasyon işlerini Vakıflar Genel Müdürlüğünden devralmıştır. “Restore et- İşlet modeli” ile restorasyon çalışmaları devam etmektedir.
- Ayvaşık Mahallesi, İstiklal Mahallesi, Rüstempaşa Mahallesi, Beytepe Mahallesi, Zafer Mahallesi, Kurtuluş Mahallesi, Cumhuriyet Mahallesi ve Tarihi Beypazarı Çarşısının bulunduğu alan Ankara Kültür Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından 18.01.2008 tarihinde (Karar no. 2911 / 18.01.2008) Kentsel sit alanı ilan edilmiştir (Karafakı, 2014), (Günay, 2010), (Keskin, 2008).

Beypazarı'nda Tarımsal üretimi destekleyen projeler

Beypazarı'nın kültür turizminin en önemli dayanaklarından biri de tarımsal üretimdir. Tarımsal üretimi desteklemek için yenilikçi projeler geliştirilmesi zorunludur. Bu amaçla Beypazarı Organik Tarım Projesi Akçakavak Köyü pilot bölge olarak belirlenmiştir. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı “1000 köyde 1000 ziraat mühendisi projesi” kapsamında Akçakavak Köyü'nde uygulama çalışmaları sürmektedir. Projeye, 130 dönüm arazide 13 çiftçi organik

olarak domates, patlıcan ve brokoli, bodur elma üretimi yapılmaya başlanmıştır (Kurt, 2009).

Organik sebze yetiştiriciliği projesi ile F1 Hibrit Sebze Tohumculuğunu Geliştirme Projesi'ni de sürmekte ve 22 özel sektör, 5 üniversite, 5 araştırma enstitüsünün bir araya getirilmiştir (Kurt, 2009).

Beypazarı'nın Kültürel Varlıkları

Beypazarı tarihi, kültürel ve doğal değerleri açısından zengin bir ilçe olup, Osmanlı Dönemi'nden kalan özellikle 1800'lü yıllardan sonra günümüze kadar gelmiş, Türk geleneksel yaşam tarzını yansıtan 322 tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığı'na tescil edilmiş yaklaşık 3000 adet ahşap tarihi ev bulunmaktadır. Ayrıca Beypazarı'nda kültürel değerlerin varlığının önemi 1 adet kentsel sit, 1 adet doğal sit alanı, 27 adet arkeolojik sit alanı, 20 adet dini yapı ve 200 yıllık çarşısının olmasından anlaşılmaktadır. İnözü Vadisi'nin dik olan doğu ve batı yamaçları yörenin doğal değerlerini yansıtan özellikle bir dönem mesken olarak kullanılmış bir değeri olarak önümüze çıkmaktadır. Vadideki kaya mağaraları, kaya kiliseleri ve kaya mezarları arkeolojik sit alanı olarak, vadi tabanındaki bağlık alanlar ise doğal sit alanı olarak koruma altına alınmıştır.

Tarihi evlerin bulunduğu mahallelerde yaşayanlara, özellikle de kadınlara, üretimlerini turistlere pazarlayabilmelerini sağlamak üzere belediye tarafından sergi açma imkanı sağlanmıştır. İlk etapta Belediye tarafından 100'ün üzerinde tezgah oluşturulmuştur. Bu girişimle birlikte, 2004 yılında 1000 aile hayatını turizm sektöründen kazanır duruma gelmiştir. 2008 yılı itibari ile üreterek kazanmayı öğrenen kadınların sayısı 650'ye ulaşmıştır. Bu sayı günümüzde daha da artış göstermektedir.

Beypazarı'nın tarihsel geçmişine bir yolculuk yaptıracak türden birçok türbesi bulunmaktadır. Boğazkesen Türbesi, Yediler Türbesi, Gazi Gündüzalp Türbesi, Karaca Ahmet Sultan Türbesi, Karadavut Türbesi, İvaz Dede Türbesi Beypazarı'nda bulunan türbelerdir.

Beypazarı'nda ve yerel kültürü yansıtan müzeler bulunmaktadır. Tarih ve Kültür Müzesi, Halk Evi, Yaşayan Müze, Adalet Evi ve Müzesi, Cahide Gürsoy Müze Evi ve Kent Tarihi Müzesi Beypazarı'nda bulunan müzelerdir.

Beypazarı'nın Doğal Varlıkları

Beypazarı'nın yerel potansiyellerinden Hıdırlık Tepesi tüm bölgeye hakim, tarihi konakların ve doğal güzelliklerin ön plana çıktığı, geleneksel tarihi dokunun tüm ayrıntılarıyla izlenebildiği bir seyir terası olma özelliğine sahiptir.

Yüz yıllık kültür ve tarih mirasçılığına ev sahipliği yapan Beypazarı Karagöl Milli Parkı ile Ankara'da Doğa Turizmine yeni bir soluk getiriyor. Aladağlar'ın güneyinde, 1650 m. yüksekliğinde Ankara'ya 128, İstanbul'a 350, Bolu'ya 85 ve Beypazarı şehir merkezine 28 km uzaklıkta bulunan Karagöl, İç Anadolu'nun karasal iklimde dört mevsim farklı güzellikleri ile ziyaretçilere doğal terapi alanı sunuyor. Her iki tarafı yamaçlarla çevrili, çevresi çam ve dağ kavak ağaçları ile yaklaşık 50 çeşit bitki türü ile kaplı olan Karagöl şehrin kalabalığından kurtulmak isteyenlerin, konaklayarak doğa sporlarını yaptığı, sınırlı bölgelerden biri olma özelliğini taşıyor. Bir krater gölü olan Karagöl, yer yer 80 metreye kadar inen derinliği ile, özellikle sazan balıklarının popülasyonunun yoğun olduğu bir alana sahiptir. Karaşar beldesindeki Eğrioğa yaylası ise doğa sporları (trekking, dağ bisikleti gezileri, atla gezinti turları vs.) için potansiyel taşımaktadır. Ormanlık olması nedeniyle, kar kayağı ve çim kayağı için de elverişlidir. Ayrıca Süveri ve İlhan Çayları ile ilçe merkezinden geçen İnözü Çayını alarak Sakarya Nehri'ne karışan Kirmir Çayı; tarımda ve balıkçılıkta kullanılmaktadır. Yöre halkının mesire alanı olarak da yararlandığı Kirmir Çayı kenarları, yeşil alanlarla kaplıdır. Beypazarı'na 10 km. uzaklıkta bulunan Tekke Yaylası piknik alanı olarak elverişli olması amacıyla orman içi parkı şeklinde düzenlenmiştir.

Beypazarı'nın Yerel Ürünleri ve El Sanatları

Beypazarı'nda katma değeri en yüksek olan ürün gümüş işlemesine dayanmaktadır Bakırcı, bindallı işlemeciliği, dokumacı, kalaycı, kunduracı, semerci ve yorgancılık gibi günümüzde kaybolmaya yüz tutmuş el sanatları da ilçe de hala görülebilmektedir.

Türkiye’de sadece Beypazarı’nda üretilen Beypazarı Kuruşu’nu; hem üretim hem satış yeri olan taş fırınlarda üretilmektedir. Ayrıca yaprak dolması, Beypazarı güveci (Göveç), ev tarhanası, uruş kapaması, erişte, seksen katlı baklava, hoşmelim, havuç lokumu, cevizli sucuk, sıkma pişmaniye ve perçem ilçeye özgüdür.

Ancak; Ankara Kalkınma Ajansı Mali Destek Programları kapsamında hazırlanan “Beypazarı’nın Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejisi Projesi Raporu,2012”na göre; ticarileştirme değeri en yüksek ürün “Beypazarı Kuruşu”dur. Daha sonra sırasıyla Havuç, Telkari, Baklava, Yaprak Sarması, Tarhana, Havuç Lokumu, Erişte, Güveç, Yaprak, Tatlı Sucuğu, Hoşmelim ve İğne Oyası gelmektedir. Tirit, Cılbır, Mumbar, Cimecik ve Sıkma Pişmaniye’nin ise Ticarileştirme Değeri “0” sıfır olarak tespit edilmiştir (Beypazarı’nın Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejisi Projesi Raporu, 2012).

Aynı Rapor’a göre ticarileştirme stratejisi olan ikinci ürün ise Beypazarı Telkarisidir. Beypazarı Telkarisi’nin üretimi Beypazarı’ndaki üretim atölyeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Üretim atölyelerinde yıllık yaklaşık 1700 kg telkari işlenip, yaklaşık 5.500.000 TL’lik bir ciro olduğu ve 85 kişiye istihdam sağlandığı belirtilmektedir (Beypazarı’nın Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejisi Projesi Raporu, 2012).

Ankara Kalkınma Ajansı’nın Ankara Keçisi, Tiftik ve Sof Raporuna (2018) göre; Ankara sof kumaşının korunması ve toplumda varlığını sürdürebilmesi için Beypazarı Halk Eğitim Merkezi dokuma atölyesinde tiftik ile yapılan diğer dokumaların yanı sıra sof üretimi ile ilgili çalışmalar da başlatılmıştır. Ayrıca Milli Eğitim Bakanlığı Olgunlaşma Enstitüsü tarafından geleneksel tiftik ipliği üretimi Beypazarı, Gündül vb. ilçelerde yapılmış ve tiftik ipliği ile çeşitli ürünler ortaya çıkarılmıştır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2018).

Beypazarı’nda Kültürel Etkinlikler

Düzenlenen festivaller (Uluslararası Beypazarı ve Yöresi Festivali), şenlikler (Beypazarı Kızak Şenliği), sergiler, konserler, doğa yürüyüşleri gibi kültürel ve sosyal faaliyetler Beypazarı’nda hem yörenin kimliğinin ön plana çıkarılmasında hem de turizmin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Bu faaliyetler aynı zamanda yörenin ekonomik gelişimine de önemli katkılar sağlamıştır. Festivallerde halkın stand açması sağlanmıştır. Ayrıca diğer ilçe ve illerden gelenlere de bu festivallerde stand açılmıştır. Festivallerde

başka ülke ve kentlerden de katılımlar olmuştur. Kış turizmi, yamaç paraşütü, uçurtma şenliği, Beypazarı festivali, ilçede turizmin canlanması için yapılan faaliyetlerdir. Tekke Yaylasında “Piknik ve Güveç” günü etkinliği de ilçenin tanıtılması için önemlidir.

Beypazarı’nda Yerel Kalkınmayı Destekleyebilecek Örgün ve Yaygın Eğitim

Beypazarı’nda yerel ekonomik kalkınmayı sağlamak ve sürdürülebilir kılmak için yaygın ve örgün eğitim ile desteklenmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı, Beypazarı, Halk Eğitim Merkezi de bu amaçla misyonunu “Hayat Boyu Öğrenmenin önemini özümsemiş, örgün eğitim sistemi dışına çıkmış vatandaşlarımıza yaşı ne olursa olsun ihtiyaç duydukları alanlarda eğitim vermek, piyasa şartlarına uyum sağlayabilecek bilgi ve tecrübeyi aktarmak, gelişmiş ülkelerin çalışma ve eğitim seviyesine ulaşmalarını sağlamak” olarak belirlemiştir. Bu amaçla (i) Gümüş (ii) Dokuma (iii) kilim (iv) kök boya eğitimleri verilmiştir. 2016-2017 eğitim ve öğretim yılında toplam 470 kurs düzenlenmiş, bu kurslara 6349 kadın, 3817 erkek olmak üzere toplam 10.166 kişi katılmıştır (<http://beyhem.meb.k12.tr>). Diğer önemli eğitim desteği ise Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokuludur. Yüksek okulun bölümleri Acil Durum ve Afet Yönetimi Acil Durum ve Afet Yönetimi (Uzaktan Öğretim), Aşçılık, Ayakkabı Tasarım ve Üretimi, Bankacılık ve Sigortacılık Bankacılık ve Sigortacılık (Uzaktan Öğretim), Kuyumculuk ve Takı Tasarımı, Moda Tasarımı, Turist Rehberliği, Turist Rehberliği (KKTC Uruklu), Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Otel İşletmeciliği (Uzaktan Öğretim), Turizm ve Seyahat Hizmetleridir (ÖSYM, 2018).

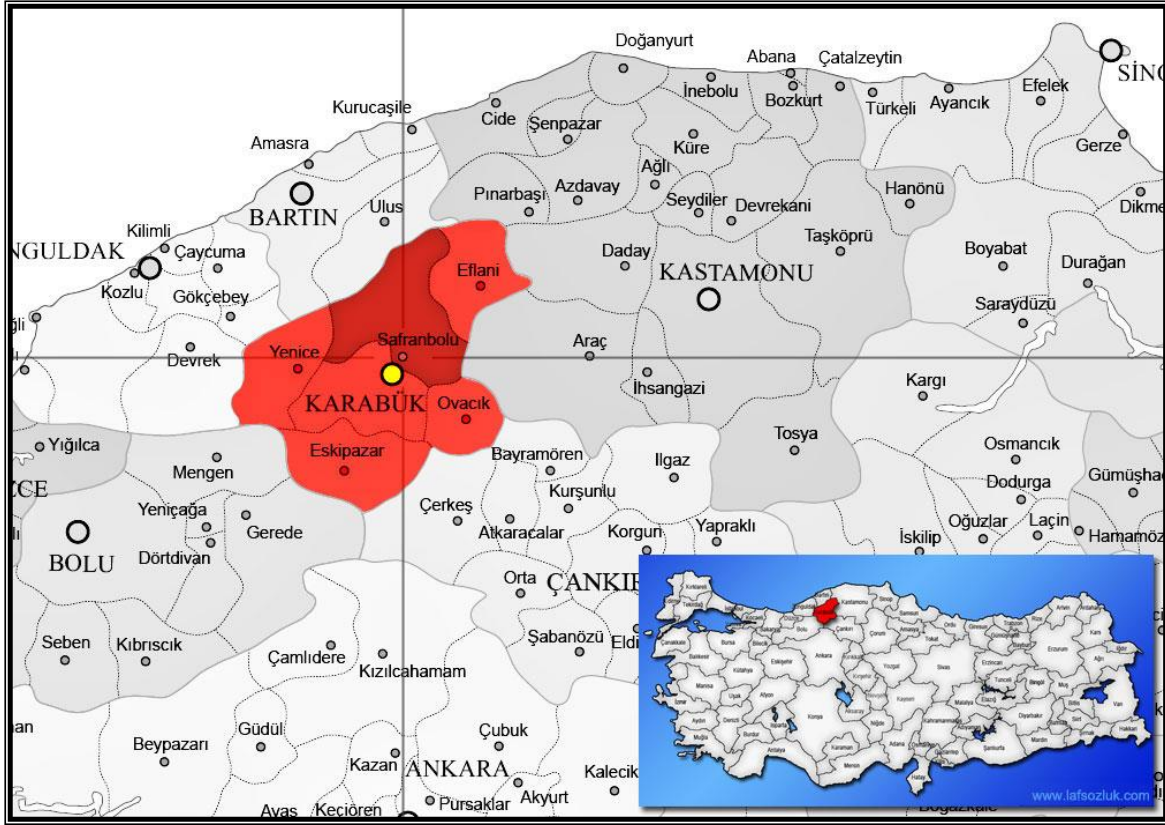
5.1.2. Safranbolu’da turizmin gelişmesi

Safranbolu, Batı Karadeniz Bölgesinde denizden kuş uçuşu 65 km içerde bulunan bir ilçedir. Koordinatları 41° – 16’ kuzey enlemi, 32° – 41’ doğu boylamıdır. Karabük iline bağlı bulunan Safranbolu il merkezinden yalnızca 8 km. uzaklıktadır. İlçe, Karabük (Merkez ilçe, Ovacık ve Eflani ilçeleri), Bartın (Ulus ilçesi) ve Kastamonu (Araç ilçesi) illeri ile çevrilmiştir (www.safranboluevleri.net).

İlçeye karayolu ile üç ayrı yönden ulaşmak mümkündür. Ankara-İstanbul karayolunun Gere de kesiminden ayrılarak Karabük’e gelen 82 km’lik yol buradan devam ederek 8 km. sonra Safranbolu’ya varır. İlçenin kuzey yönünde Bartın ili ile ve doğu yönünde Kastamonu

ili ile bağlantısı vardır. Bunun dışında demiryolu ile Karabük il merkezine kadar ulaşım mümkündür. Havayolu bağlantısı ise henüz mevcut değildir (www.safranboluevleri.net).

Coğrafi bakımından ilçe engebeli bir bölgede yerleşmiştir, ilçenin en alçak noktası 300 metre, en yüksek noktası 1750 metre, şehir merkezinin en alçak noktası 400 metre, en yüksek noktası ise 600 metre civarındadır. İlçenin yüzölçümü 1013 km² olup bunun büyük bölümü ormandır (www.safranboluevleri.net).



Harita 5.2. Safranbolu'nun konumu

Safranbolu'nun Nüfus Yapısı

1927 yılında ise Zonguldak Vilayetine bağlanmış ve Ulus Bucağı (1945), Eflani ve Karabük Bucakları (1953) Safranbolu'dan ayrılarak ilçe halini almıştır. 1937 yılında Karabük'te ağır demir sanayinin kurulmasıyla şehir hızlı bir gelişim göstermiş ve 1995 yılında Safranbolu Karabük'e bağlanmıştır. Bugün itibariyle Safranbolu ilçesinin 2018 yılı verilerine göre nüfusu 67042'dir.

Çizelge 5.6. Safranbolu adrese dayalı nüfus kayıt sistemine (ADNKS) göre nüfusu (2007-2018) (TUIK, 2018)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
49.82	48.81	51.08	60.35	53.20	55.17	58.37	58.29	59.80	63.96	65.35	67.04

Safranbolu Turizminin İstatistikî Özellikleri

Safranbolu’da gelen ziyaretçi sayısında son iki yılın verileri göz önünde bulundurularak turizmin gelişmesiyle her yıl artış göstermektedir. 2017 yılı verilerine göre yerli ziyaretçi sayısı 217.842, yabancı ziyaretçi sayısı 57.917’dir. Toplam 275.759 ziyaretçi kente turistik amaçlı seyahat yapmıştır. 2018 verilere göre ziyaretçi sayısında artış görülmektedir. 218.584 yerli ziyaretçi, 97.258 yabancı ziyaretçi olmak üzere toplam 315.842 ziyaretçi kente gelmiştir. Böylelikle 2017 yılı ve 2018 yılı ziyaretçi sayıları arasında yerli ziyaretçilerde %0.35 artış, yabancı ziyaretçilerde ise %67 artış olmuştur. Toplamda %14,5 artış olduğu görülmektedir. Yabancı ziyaretçilerdeki artış göze çarpmaktadır.

Çizelge 5.7. Safranbolu, turizm belgeli işletmelerdeki tesislere geliş, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (1996-2017) (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

Yıl	Konaklayan Kişi Sayısı			Geceleme Sayısı			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı(%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
1996	724	10151	10875	1118	12714	13832	-	-	-	-	-	-
1997	1006	11178	12184	1752	15034	16786	-	-	-	-	-	-
1998	1 379	9 833	11 212	3 515	13 444	16 959	-	-	-	-	-	-
1999	600	9 542	10 142	1 535	13 017	14 552	-	-	-	-	-	-
2000	1 068	12 927	13 995	1 269	16 501	17 770	1,2	1,3	1,3	3,30	42,94	46,24
2001	2 906	13 229	16 135	3 478	17 166	20 644	1,2	1,3	1,3	7,39	36,49	43,88
2002	3 274	18 796	22 070	4 332	23 841	28 173	1,3	1,3	1,3	2,94	16,17	19,11
2003	2 945	39 068	42 013	3 983	48 096	52 079	1,4	1,2	1,2	2,33	28,11	30,44
2004	6 904	40 915	47 819	8 646	52 664	61 310	1,3	1,3	1,3	4,54	27,63	32,17
2005	9 373	41 236	50 609	11 092	51 207	62 299	1,2	1,2	1,2	5,24	24,19	29,43
2006	4 998	45 887	50 885	7 529	60 243	67 772	1,5	1,3	1,3	3,56	28,46	32,01
2007	7 635	57 864	65 499	13 897	69 324	83 221	1,8	1,2	1,3	6,25	31,19	37,44
2008	7 356	59 280	66 636	11 004	75 641	86 645	1,5	1,3	1,3	5,11	35,12	40,23
2009	4 997	46 958	51 955	6 707	58 971	65 678	1,3	1,3	1,3	3,33	29,27	32,59
2010	7 729	55 075	62 804	9 316	71 853	81 169	1,2	1,3	1,3	4,02	31,03	35,05
2011	12 841	65 795	78 636	18 569	86 081	104 650	1,4	1,3	1,3	7,55	35,02	42,57
2012	12 729	59 563	72 292	16 472	77 307	93 779	1,3	1,3	1,3	6,71	31,47	38,18
2013	19 384	60 979	80 363	24 471	76 932	101 403	1,3	1,3	1,3	10,15	31,90	42,05
2014	26 842	78 202	105 044	31 408	98 620	130 028	1,2	1,3	1,2	13,06	41,01	54,07
2015	21 705	70 563	92 268	31 284	95 901	127 185	1,4	1,4	1,4	13,03	39,93	52,96
2016	35 812	98 782	134 594	48 576	115 935	164 511	1,4	1,2	1,2	16,36	39,04	55,40
2018	33 431	78 487	111 918	42 029	96 922	138 951	1,26	1,23	1,24	13,07	30,13	43,19

Safranbolu’nda 1996-2017 yılları arasında Turizm Belgeli İşletmelerdeki, Tesislere Geliş, Geceleme Sayısı, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı incelendiğinde önemli bir artış olduğu ancak doluluk oranında 2000 yılına göre 2017 yılında genelinde azalma olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.8. Safranbolu’da belediye belgeli konaklama istatistikleri; yerli ve yabancı konaklayan kişi, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranı (2002-2017) (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

Yıl	Konaklayan Kişi Sayısı			Geceleme Sayısı			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2002	10 187	44 264	54 451	13 836	51 245	65 081	1,4	1,2	1,2	9,66	35,77	45,43
2003	3 356	27 164	30 520	4 860	32 412	37 272	1,4	1,2	1,2	3,34	22,27	25,61
2004	4 577	22 987	27 564	11 764	27 259	39 023	2,6	1,2	1,4	8,20	19,00	27,20
2005	6 813	22 521	29 334	7 404	24 668	32 072	1,1	1,1	1,1	5,18	17,27	22,45
2006	3 032	21 150	24 182	3 650	22 741	26 391	1,2	1,1	1,1	2,83	17,65	20,48
2008	4 249	48 433	52 682	4 853	53 263	58 116	1,1	1,1	1,1	1,94	21,31	23,25
2009	4 289	38 498	42 787	4 591	41 632	46 223	1,1	1,1	1,1	1,84	16,70	18,54
2010	26 214	64 760	90 974	27 461	71 098	98 559	1,0	1,1	1,1	4,64	12,02	16,66
2011	23 168	91 353	114 521	28 665	110 564	139 229	1,2	1,2	1,2	4,77	18,40	23,17
2012	25 330	109 866	135 196	30 300	127 938	158 238	1,2	1,2	1,2	4,97	20,98	25,94
2013	35 294	113 572	148 866	40 286	137 880	178 166	1,1	1,2	1,2	5,72	19,58	25,30
2014	37 336	133 624	170 960	46 869	166 226	213 095	1,3	1,2	1,2	6,65	23,57	30,22
2015	31 896	128 207	160 103	42 381	177 605	219 986	1,3	1,4	1,4	6,01	25,19	31,20
2016	16 057	215 484	231 541	21 079	249 115	270 194	1,3	1,2	1,2	2,98	35,23	38,21
2017	12 274	65 036	77 310	15 214	80 463	95 677	1,24	1,24	1,24	3,63	19,20	22,83

Safranbolu’nda 2002-2017 yılları arasında Turizm Belgeli İşletmelerdeki, Tesislere Geliş, Geceleme Sayısı, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranı incelendiğinde önemli bir artış olduğu ancak doluluk oranında 2002 yılına göre 2017 yılında genelinde azalma olduğu görülmektedir.

Safranbolu’da gelen ziyaretçilerin konaklama ihtiyaçlarının giderilmesi için geleneksel dokuya sahip konaklama tesisleri hizmet vermektedir. Son üç yılın verileri değerlendirildiğinde tesis sayılarında, oda sayılarında ve yatak kapasitesinde artış görülmektedir. 2017 yılı verilerine göre toplam 121 konaklama tesisi bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli 26 tesis bulunmakta olup 1189 yatak kapasitesine sahiptirler. Mahalli idarece belgeli 95 tesis bulunmakta olup 2392 yatak kapasitesine sahiptirler. Toplamda 3581 yatak

kapasitesine sahip kent ziyaretçilere konaklama için uygun koşullar sunmaktadır. Ayrıca turizm işletmelerinde genel olarak erkek işletmecilerin bu işte yoğunlaştığı görülmektedir.

Çizelge 5.9. Safranbolu'ya gelen yerli ve yabancı turist sayıları (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Karabük, 2012-2018)
(<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156223/turist-istatistikleri.html>)

Yıllar	Yerli Turist	%	Yabancı Turist	%	Toplam	%
1995	27 644	91	2629	9	30 283	100
2000	57 261	91	5876	9	63 137	100
2005	80 046	81	17 776	19	98 281	100
2010	138 121	86	22 619	14	160 740	100
2012	183 701	83	38 681	17	222 382	100
2017	217842	79	57917	21	275759	100
2018	218584	69	97258	31	315842	100

Çizelge 5.10. Konaklama tesisleri belge türü ve kapasite sınıflandırması
(www.safranboluturizmdanismaniburosu.kulturturizm.gov.tr)

	Turizm İşletme Belgeli Tesis (A)	Mahalli İdarece Belgeli Tesis(B)	A+B Toplam	Turizm İşletme Belgeli Tesis (C)	Mahalli İdarece Belgeli Tesis (D)	C+D Toplam
	Tesis Sayısı	Tesis Sayısı		Yatak Kapasitesi	Yatak Kapasitesi	
2010	17	61	78	960	1345	2305
2011	18	63	81	953	1518	2471
2012	18	68	86	973	1592	2565
2013	19	71	90	988	1875	2863
2014	20	73	93	1008	1896	2904
2015	21	83	104	1022	1916	2938
2016	23	89	112	1319	2118	3437
2017	26	95	121	1189	2392	3581

Safranbolu’da konaklama için arama motorlarında (otels gibi) yapılan incelemede sonucunda; tek gecelik ve tek kişilik 73 adet konaklama tesisinin bulunduğu ve ortalama 200 tl konaklama ücreti olduğu görülmektedir. Bu sezonlara göre artış ya da azalış gösterebilir.

Safranbolu yol güzergahlarının kesişim yeri olmasından dolayı buradaki konaklama süreleri de kısa olmaktadır. Genellikle güzergah olarak Amasra’da konakladıkları ve Safranbolu’ya gününbirlik geziler yaptıkları görülmektedir. Bunun temel nedeni olarak kıyı turizminin ağır bastığı, eğlence sektörünün daha geliştiği ve çeşitliliğin olduğu Amasra’yı seçmelerinden dolayıdır.

Safranbolu Ekonomisinin Tarihsel Özellikleri

Tarihsel süreç içinde Safranbolu’nun ekonomik ilişkileri Osmanlı Devleti’nin ekonomik ilişkileri ile benzerlik göstermiştir. Aktüre ve Şenyapı (1976) araştırmaların Safranbolu tarih içinde ticaret yolları üzerinde kaldığı için ekonomisi hareketli olmuş ve kent içindeki hanlar ve çarşılar da ticari ilişkileri desteklendiğini vurgulamaktadır. 17. yy. ortasında kent merkezinde inşa edilen Cinci Han’ın büyüklüğü kentin bu işlevini kanıtlayan en iyi örnektir.

Han ilk yapıldığında 60 oda, depo ve büyük bir ahırdan oluşmaktadır. Safranbolu'daki Cinci Han büyüklük açısından, aynı dönemde Anadolu'nun en önemli ticaret merkezlerinden biri olan yaklaşık 30.000 nüfuslu Ankara'da 15. yüzyıl sonunda inşa edilen ilk ve en büyük hanlardan biri olan Kurşunlu Han'dan daha büyüktür (Aktüre ve Şenyapılı, 1976). Safranbolu'nun ticaret kapasitesi ve kültürü Osmanlı dönemine kadar uzanmamaktadır. Diğer taraftan, Kuban'ın (1968) belirttiği gibi, Osmanlı döneminde kentler, bölgesel bir hinterlandın merkezi olarak, iki tip ticarî aktivite üstlenmektedir. Birinci tip olan kentler zenaat ürünlerinin alışverişinin yapıldığı ve depolama yapılan, hanlar, kapalı, açık çarşıları içermektedir. İkinci tip ise yiyecek maddelerinin satıldığı pazar yerleridir. Anadolu kentlerinde her ikisinin de bulunduğu örnekler de bulunmaktadır (Kuban, 1968).

Anadolu'nun birçok şehrinde çarşıların oldukça düzenli bir organizasyona sahip olması, esnaf loncaları ile düzenlenmekte ve kuralları oluşmaktadır. Yerleşmeler arasındaki işlevsel kademelenme, Safranbolu'da da olduğu gibi Anadolu küçük kentleri kendilerine özgü yerleşme türleri olarak ortaya çıkmaktadırlar. Safranbolu'da bölge düzeyindeki yeri ile ne tam kentsel, ne de tam kırsal nitelikler gösteren küçük kent niteliğindedir. Safranbolu kırsal alandan elde edilen artık ürünün toplandığı ve tüketici merkeze iletildiği ve bölgesel kademelenmede üst kademedeki büyük kent ile alt kademedeki kırsal yerleşmeler arasında aracılık görevi yapan, bir ara merkez durumundadır (Aktüre ve Şenyapılı, 1976), (Kuban, 1968).

Yapılan araştırmalardan çıkan sonuç Safranbolu'nun ekonomisinin ticaret geleneklerinin ve girişimcilik köklerini göstermektedir. Aslında, 14. yy. başlarında farklı üretim ve tüketim merkezleri ile ticari ilişkileri artan Safranbolu'nun giderek önem kazandığı anlaşılmaktadır. Bolu-Kastamonu üzerinden Doğu Akdeniz-İran-Çin ipek yolunun Anadolu bağlantısını sağlayan bir kolunun geçmesi Safranbolu'nun ekonomisini güçlendirmiştir. Safranbolu saraçlık, göncülük, dikicilik, semercilik, tabaklık, koşumculuk, sayacılık, yemenicilik vb. dericilikle ilişkili çeşitli gereksinimlerinin karşılandığı bir pazarlama merkezi durumunu sürdürmüştür. Ancak, Safranbolu'da anıtsal nitelikteki yapıların (cami, han, hamam gibi) 17 yy. dan sonra yapılmış olması, kentteki gelişmenin bu dönemde olduğu göstermektedir (Özdemir, 2011). 18 ve 19. yüzyılda Safranbolu'da ekonomik faaliyetler demircilik, bakırcılık-kalaycılık, nalbantlık, saraçlık, semercilik, sobacılık, tabaklık, yemenicilik, kunduracılık, sayacılık, mestçilik yanında gıda sektöründe sayılabilecek lokum ve şekerleme yapımıdır. 18. yy'da meslek kollarında kurumsallaşma başlamış ve meslek kolları bir arada

kentsel alanda bir araya gelmeye başlamıştır. Bu meslek kollarının semerciler, boyacılar, kunduracılar, kasaplar, terziler, sebzeciler, demirciler, saraçlar, aktarlar, kuyumcular gibi çarşıları bulunmuştur. Bu sayede geçmişte sistemli bir yapı oluşturularak Bartın Limanı vasıtası ile İstanbul ve diğer merkezlere ürün sevk edilmeye başlamıştır. Özetlenen süreç, “Lonca” sistemi (Yemeniciler Loncası, Demirciler Loncası, Tabaklar Loncası, vb.) ile yürütülmüştür. Ancak semercilik, bakırcılık, kalaycılık, kunduracılık, saraçlık, nalbantlık artık işlerliliğini kaybetmiştir. Bugün Safranbolu’da çok az da olsa loncalar geleneğini sürdürmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2018). Safranbolu’da, Osmanlı ekonomisine benzeyen iş kolları, zamanla bunlar da yerini yeni iş kollarına ve mesleklere bırakmıştır. Bu değişim, küresel ilişkilere bağlı olarak birçok Dünya ekonomisine benzerlik göstermektedir.

Safranbolu’nun Turizm İvmesini Sağlayan Plan ve Projeler

- Anadolu kentlerinin tipik örneği olan Safranbolu, geleneksel şehir dokusu, ahşap yığma evleri ve anıtsal yapılarıyla hem ulusal hem de evrensel bir değere sahiptir.
- Safranbolu’da ilk plan, 11 Ağustos 1936 tarihinde Kültür ve İşleri Bakanlığı tarafından onaylanmıştır. Koruma bilincinin ne Dünya’da ne Türkiye’de henüz yaygın olmadığı bir tarihte Safranbolu’da uygulanması önemlidir (Safranbolu Belediyesi).
- Safranbolu’da ilk imar planı 1967 - 1968 yılları arasında yapılmıştır (Yetiş, Turcan, Dinçer, 2018) (Günay, 2008). 1970li yıllardan itibaren de Safranbolu Belediyesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve ÇEKÜL gibi sivil toplum örgütlerinin işbirliği ile koruma bilinci gelişmiştir. Safranbolu belediyesinin web sayfasına göre; 28.09.1967 tarihinde de İmar İskan Bakanlığı tarafından onaylanarak uygulamaya sokulan İmar planlarının açıklama raporunda; “Safranbolu ayrıca bütün şehir olarak Osmanlı sivil mimarisinin pek güzel örnekleri ile doludur. İmar planında bunların hepsinin muhafaza edilmesine büyük bir gayret sarf edilmiştir” ifadesi yer almaktadır (Safranbolu Belediyesi).
- 1975 yılı “Avrupa Mimari Mirası Yılı” 1972 yılında Avrupa Konseyi tarafından olarak belirlenmiştir. Bu dönemde İTÜ Mimarlık Fakültesi bünyesinde kurulmuş bulunan

“Mimarlık Tarihi Restorasyon Enstitüsü” ile Safranbolu Belediyesi, yerel halka tarihi çevrenin korunması farkındalığı yaratma girişimleri başlatılmıştır (Safranbolu Belediyesi). Safranbolu’da 1975 yılında başlatılan koruma faaliyetleri, kentin bütününe kapsayan planlamasını gerekliliğini ortaya koymuştur. 1970’in yine ikinci yarısında İTÜ Mimarlık Fakültesi ve Safranbolu Belediyesi’nin işbirliği ile 1975 Avrupa Mimari Miras Yılı etkinlikleri Safranbolu’da yapılmıştır.

- Türkiye’de kentsel koruma bilincinin gelişimi etkisinde 8 Ekim 1976 tarihinde eski adı ile Kültür Bakanlığı Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu Safranbolu’nun kent merkezinin bir bütün olarak korunması kararını almış ve 1976’da Anıtlar Yüksek Kurulu Safranbolu’da eski kent dokusunu kentsel sit ilan edilmiştir (Safranbolu Belediyesi).
- Yine aynı yıl, Türkiye TURİNG ve Otomobil Kurumu Asmazlar Konağını satın almış ve Süha Arın’a Safranbolu’da Zaman adlı belgeseli çektirir. 1978 ve 1979’da Kültür Bakanlığı Kaymakamlar Evi ve Arasta Çarşısını kamulaştırıp, restore ettirilmiştir. 1981’de Reha Günay Geleneksel Safranbolu Evleri ve Oluşumu adlı eserin ilk baskısını hazırlanmış ve Kültür Bakanlığı tarafından yayımlanmıştır (Özdemir, 2007).
- 08 Ekim 1976 tarihinde Kültür Bakanlığı Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunun 164 sayılı kararı ile Safranbolu Sit Sahasının ve “Geçiş Dönemi Yapılaşma Koşulları”nın tespiti yapılmış, 1977 yılında da Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu Yerel Örgütü” isimli birim oluşturulmuştur.
- Safranbolu, Kültür ve Turizm Bakanlığı Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Yüksek Kurulu’nun 1997 sayılı kararı ile 1985 yılında kentsel sit ilan edilmiştir ve ilk kentsel sit olma özelliği taşımaktadır (Günay, 2010) (Safranbolu Belediyesi).
- Türkiye’de İmar planlarının öneminin yeni yeni anlaşıldığı 1980’li yıllarda Safranbolu’da, Koruma İmar Planları yapım çalışmaları başlamış 1990 yılında tamamlanmıştır. Safranbolu, Ankara Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu’nun 27.11.1990 tarih ve 1500 sayılı kararı ile yürürlüğe girerek “Korumanın Başkenti” unvanını almıştır (Safranbolu Belediyesi). Ancak kentteki yerleşim alanı

ihtiyacı sebebi ile 1990 yılındaki Koruma Amaçlı İmar Planı yapılıncaya kadar geçen sürede, çeşitli bölgelerde yapılaşmalar meydana gelmiştir.

- 1989-1990 yılları arasında Kültür Bakanlığı Türkiye’de ilk defa Arasta Arkası Sokakta kentsel ölçekte restorasyon uygulaması yapmıştır (Safranbolu Belediyesi).
- Sahip olduğu zengin kültürel mirası kent ölçeğinde korumadaki başarısı ile Safranbolu, UNESCO Dünya Miras Komitesi’nin hazırladığı Dünya Miras Listesi’nde 1994 tarih ve 614 sıra numarası ile kayıtlıdır (Günay, 2010), (Özdemir, 2007), (Safranbolu Belediyesi).
- 2003 yılında Rodos’ta yapılan Avrupa Birliği Tarihi Kentler Birliği Toplantısında En İyi Korunan Yirmi Şehir listesi içinde Safranbolu da yer almıştır (Özdemir, 2007).
- Safranbolu Belediye Meclisi, 07.12.2007 tarih 246 sayılı kararı ile yapılaşma baskısı olan bölgeler tanımlanmıştır. Koruma Bölge Kurulunun 21.02.2008 tarih ve 789 sayılı kararı ile Safranbolu Etkileme Geçiş Alanı 700 hektar olarak onaylanmıştır. Safranbolu Belediye Meclisinin 05.02.2010 tarih 25 sayılı kararı ile uygun görülerek Karabük Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu’na önerilen Kentsel Sit Alanları ve Etkileme Geçiş Alanını kapsayan Koruma Amaçlı İmar Planı, 17.10.2010 tarih ve 2042 Sayılı Koruma Bölge Kurulu kararı ile son şeklini alarak onaylanmıştır (Safranbolu Belediyesi).
- 2014 yılında, Çarşı Bölgesinde bulunan dükkanların cephe sağlıklılaştırma projeleri İçişleri Bakanlığının maddi desteğiyle Karabük Valiliği koordinatörlüğünde, İl Özel idaresi ve Safranbolu Belediyesince yürütülen proje kapsamında 17 adet tescilli taşınmazın cephe restorasyon projesi hazırlatılıp, 8 adedinin cephe restorasyonları tamamlanmıştır (Safranbolu Belediyesi).

Safranbolu’da Tarımsal üretimi destekleyen projeler

Safranbolu Kültür Eğitim Merkezi (SAKEM) yüzlerce farklı branşta ücretsiz olarak verdiği kursların içinde bulunan ‘Örtü Altı Sebze Yetiştiriciliği’ eğitimi verilmektedir.

Karabük'ün Safranbolu ilçesiyle özdeşleşen ve birçok alanda kullanılması sebebiyle "mucize bitki" olarak adlandırılan safranın üretiminin, "Dünyanın En Pahalı Baharatı Safranbolu Safranı Yayım Projesi" ile arttırılması hedefleniyor. Safranbolu Safranını üretim yerinde koruma altına almak, yeni üretim tekniklerini çiftçilere aktararak, mesleki bilgilerini arttırmak, safran üretiminde hasat, kurutma, ambalajlama ve pazarlamada dünya standartlarına uyumlu bir üretim yapmak, çiftçilerimizin bilgi, beceri ve görgülerini arttırarak, safran üretim alanını ve birim alandan alınan ürünü arttırmak için çalışmalar yapılmaktadır. Gram fiyatı 25-50 lira arasında değişen safran bitkisinin üretim ve verimliliğinin arttırılması amaçlanan proje kapsamında üreticilere yönelik eğitim seminerleri, anket çalışmaları, örnek safran bahçesi uygulaması, tarla günü etkinliği ve teknik gezi faaliyetleri düzenlenmektedir.

Safranbolu Kültürel Varlıkları

Safranbolu'da tarihi ve turistik eserler Çarşı bölgesinde yoğunlaşmaktadır. Kentin kuzey kısmında bulunan Kale ile güney kısmındaki Hıdırlık Tepesi'nden Safranbolu'nun tarihi ve turistik yerleri izlenebilir. İlk yerleşim alanı Kale ve çevresidir. Saat Kulesi, Eski Cephane Binası, Eski Hapishane Binası ve tepede bulunan Eski Hükümet Binası bölgedeki görülmeye değer tarihi eserlerdir. Hıdırlık Tepesi önceden açık hava namazgahı olarak kullanılmıştır ve üzerinde iki tane anıt mezarı bulunmaktadır. Kentte yirmibeşin üzerinde tarihi cami bulunmaktadır. Özellikle İzzet Mehmet Paşa Camii, Dağdelen Camii, Mescit Camii, Köprülü Mehmet Paşa Camii, Kazdağlıoğlu Camii, Kaçak Camii ile Cinci Hanı ve Cinci Hamamı Ulu Camii (Ayestefenos Kilisesi) ziyaretçilerin ilgi gösterdikleri tarihi eserlerdir.

Safranbolu'da ticaret ve üretim eski zamanlarda Lonca sistemi ile yürütülen çeşitli çarşılarda yapılmaktaydı. Bakırcılar, Demirciler, Kalaycılar ve Semerciler Çarşıları üretimini devam ettirmektedir ve el işçiliğinin devamlılığını sağlamaktadır. Yemeniciler Arastası ve çevresindeki dükkanlar restore edildikten sonra el sanatlarının sergilendiği ve satıldığı, ziyaretçilerin Safranbolu'ya ait hediyelik eşyalar bulabilecekleri bir merkez haline dönüşmüştür.

Geleneksel tarihi dokunun örneklerinin sunulduğu Safranbolu evleri kentin Bağlar, Çarşı ve Kıranköy semtlerinde bulunmaktadır. Safranbolu evleri 18.yy ve 19.yy Türk toplumuna ait özellikleri sergilemekte olup geçmişini, kültürünü, ekonomisini, teknolojisini ve yaşama

şeklini ortaya koyan bir mimari tarzda yapılmıştır. Safranbolu evlerini yansıtan kentte beş özel gezi evi (Kaymakamlar, Kileciler, Mümtazlar, Karaüzümler, Kavsalar) bulunmaktadır.

Safranbolu’da arkeolojik alanlar da bulunmaktadır. Akören, Aşağıgüney, Çavuşlar, Hacılarobası ve Üçbölük köylerinde kaya mezarları ve ilçede bulunan tümülüsler arkeolojik alanlardan sayılabilir. Safranbolu’nun kent dokusuna benzerlik gösteren Yörük Köyü, Safranbolu’ya onbir kilometre uzaklıktadır. Aynı zamanda Türkmen Köyü olan Yörük Köyü Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1997 yılında koruma altına almıştır.

Son yıllarda Hacılarobası ve Üçbölük Köyleri çevresindeki kaya mezarları Safranbolu’nun tarihi geçmişinden izler bulundurduğu ve bilgi verdiği için turizm amaçlı kullanılmaya başlanmıştır.

Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odasının Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı 2013 yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı kapsamında hazırladığı 2013 tarihli Yöresel ve Kültürel Değerleri Yansıtan Ürünler Sanayi Sitesi Fizibilitesi Projesi Raporuna göre; Safranbolu kentsel sit alanında 1.008 adet tarihi eser tescil edilmiştir. Bunlar; 1 güneş saati, 1 tarihî saat kulesi, 8 çeşme, 1 özel müze, 25 cami, 5 türbe, 5 hamam, 3 han ile yüzlerce ev ve konaktır. Bu liste içinde höyükler, tarihî köprüler ve kaya mezarları da bulunmaktadır. Bölgedeki sit alanları; Safranbolu Bağlar Kesimi ve Çarşı kesimi; I. Derece Arkeolojik Sit ve Doğal Sit, Yörük Köyü Kentsel Sit, Sırçalı Köyü Sağırtepe Mevkii; I. Derece Arkeolojik sit, Hacılarobası Sallar Mahallesi; I. Derece Arkeolojik Sit, Aşağı Güney Köyü Aslantaş, Sarıkaya ve Köşklü Pınar mevkiinde bulunmaktadır (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2013).

Safranbolu’nun Doğal Varlıkları

Safranbolu’da, yoğun orman alanları ve coğrafi yükseltiler, bölgede büyük yaylaların oluşumuna olanak sağlamıştır. Sarıçiçek ve Uluyayla, yörenin önemli büyüklükteki yaylalarıdır. Safranbolu’ya 13,5 km uzaklıkta, 1700 m yükseklikteki Sarıçiçek Yaylası orman dokusu açısından zengin olup, orman örtüsünün büyük çoğunluğunu ibreliler (Göknar, çam vs.) oluşturmaktadır. Yayla, 1600 m uzunluğunda, 740 m genişliğinde olup alanı 600.000 m² dir. Sarıçiçek Yaylası günümüzde yaylacılık açısından faal değildir (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2018).

Safranbolu'daki mağaralar turizm potansiyeli açısından önemlidir. Hızar Mağarası, Safranbolu'ya 7.5 km uzaklıktadır. 900 m. yükseltide bulunan mağaranın içinde yeraltı nehri bulunmaktadır ancak keşfi henüz yapılmamıştır. Ayrıca Dünya Mağara literatürüne girmiş olan Hızar Mağarası diğer yerel turizm potansiyelleridir. Türkiye'nin de 4. büyük mağarası niteliği taşıyan Bulak (Mencilis) Mağarası ise Safranbolu merkezine yaklaşık 8 km mesafede Bulak köyü sınırları içerisinde yer alır. Uzunluğu 6 km'ye varan mağaranın yalnızca ilk 400 metresi ziyarete açıktır (<http://www.safranboluturizmdanismaburosu.gov.tr>). Ayrıca Karabük'te 100. Yıl Sitesi mağarası 803 m uzunluğunda ve tek bir galeri halindedir. Mağaranın içinde bulunduğu kanyon büyük yumru kireçtaşı içinde oluşmuştur. Ancak Mağara ziyarete açık değildir. Safranbolu'ya bağlı Harmancık köyünde yer alan Ağzıkara Mağarası sarkıt, dikit ve diğer jeolojik oluşumlar içermektedir. Bu mağaraların dışında, Uluyayla'da yeterince keşfedilmemiş büyük bir mağara girişi ile ormanın iç kesimlerinde derin çukurluk biçiminde ilginç jeolojik oluşumlar bulunmaktadır (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2018).

Karabük'ün doğal güzellikleri arasında kanyonların ayrı bir önemi vardır. Daha çok Safranbolu İlçesinde kireçtaşı tabakalarının derin biçimde yarılması ile kanyonlar ortaya çıkmıştır. İlgi çekici en önemli kanyonların başında İncekaya Kanyonu gelmektedir. Üzerinde İncekaya Su Kemerinin yer aldığı kanyon oldukça dik ve derin yamaçlara sahiptir. Safranbolu'ya 13 km. uzaklıktaki kanyonun bir girişi Düzce köyünde, diğeri Kozcağz Mahallesi'ndedir. Diğer kanyonlar ise Tokatlı ve Sakaralan kanyonudur. Tokatlı Kanyonu; Hızar Çayı'nın yatağındaki kireç taşı tabakalarının binlerce yılda aşınması sonucunda oluşmuştur (<http://www.safranboluturizmdanismaburosu.gov.tr>). Safranbolu ilçe hudutları içerisindeki kanyonlardan en ilgi çekici olanıdır. Safranbolu'da turizm çeşitliliğini sağlamak amacıyla Tokatlı Kanyonu üzerine Cam Teras yapılmıştır. Safranbolu'dan geçen Gümüş, Akçasu ve Bulak dereleri de üç ayrı kanyon oluşturarak Araç Çayına karışmaktadır. Yenice'de yer alan Şeker Çayı ise 6.5 km. uzunluğunda, kenarları oldukça dik ve yüksek olan Şeker Kanyonu'nu oluşturmuştur. Özellikle Safranbolu'ya 13.km uzaklıkta bulunan Düzce Köyü'nün bir girişindeki ve Kozcağz Mahallesi'ndeki kanyonlar turizm için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

Safranbolu'nun Yerel Ürünleri ve El Sanatları

18 ve 19. yüzyılın kapalı ekonomik yapısı, Safranbolu'da çeşitli zanaatların gelişmesini sağlamıştır. Bu zanaatlar, demircilik, bakırcılık-kalaycılık, kunduracılık, sayacılık, mestçilik, nalbantlık, saraçlık, semercilik, sobacılık, tabaklık, yemenicilik gibi el sanatları ile lokum ve şekerleme yapımıdır. Kültür turizmi açısından büyük önem taşıyan zanaat gruplarından çok fazla miktarda olmasa da saraç, bakırcı, semerci, ahşap el sanatları günümüzde hala devam etmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2013).

Bölgenin en önemli tarım ürünü ve aynı zamanda Dünyanın en pahalı baharat bitkisi olan Safranbolu Safranı (*Crocus sativus*), Türkiye'de sadece Safranbolu Davutobası Köyü'nde dar bir alanda yetiştirilebilmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2013).

Bu özelliği maalesef Safranbolu Safranının en çok sahteciliği yapılan bitki olma özelliğini de ortaya çıkarmıştır. Her yıl Safranbolu Belediye Başkanlığı tarafından organize edilen Altın Safran Belgesel Film Festivali ile Safranbolu Safranı'nın tanıtımının yapılması hedeflenmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2013).

Zengin bir mutfak çeşitliliğine sahip Safranbolu'da lokum, tarhana gibi yöresel lezzetlerin yanı sıra maket Safranbolu evleri, yemenicilik, deri işlemeciliği, ağaç oymacılığı, semercilik, demircilik ve bakır işlemeciliği ve dantel işçiliği bölgenin el sanatları ve yöresel ürünlerinin başında gelmektedir (Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası, 2013).

Safranbolu'da yöreye özgü mutfak ürünleri, Safranbolu lokumu, kuyu kebabı, safralı zerde, Safranbolu bükmesi ve Safranbolu baklavası bulunmaktadır. 15 ve 16. Yüzyıllarda lokum benzeri ürünler, Safranbolu'da imal edilmeye başlamıştır. Safranbolu'da ticari sayılabilecek ilk lokum üretimi 1920'li yıllarda yapılmaya başlamıştır (Diker, Türker, Çetinkaya, Kaya, 2017).

Bağcılık açısından oldukça eski bir tarihe sahip olan Safranbolu'da, iklim ve toprak yapısı itibarıyla sofralık üzüm yetiştiriciliği geniş alanlara yayılmıştır. Yetiştirilen üzüm çeşitlerinin başında Çavuş üzümü gelmektedir. Yörede sebzecilik ve meyvecilik genellikle küçük aile işletmeleri tarafından yapılmaktadır. Son zamanlarda seracılık, kapama

meyvecilik ve ceviz yetiştiriciliği ilgi görmektedir. İlçede süt ve besi sığırcılığı, koyunculuk, kümes hayvancılığı ve arıcılık faaliyetleri de bulunmaktadır (<http://www.safranbolutso.org.tr/safranbolu-ekonomisine-genel-bakis>).

Safranbolu’da Kültürel Etkinlikler

Safranbolu’da 1975 yılından itibaren kentin tanıtılması için çeşitli sanat etkinlikleri düzenlenmektedir. Bunların dışında Kültür ve Sanat Festivali, Mimari Değerler Haftası gibi festivaller gerçekleştirilmektedir. Kentin sembollerinden olan ve ilk defa 2000 yılında yapılan eylül ayının son haftasında kutlanmakta olan I. Altın Safran Belgesel Festivali’nde kentin tanıtımı ve koruma bilincinin güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Festivalde belgesel dışında programın daha zengin ve geniş katılımı sağlamak için fotoğraf yarışmaları, paneller, konserler ve diğer etkinlikler düzenlenmektedir.

Safranbolu’da Yerel Kalkınmayı Destekleyebilecek Örgün ve Yaygın Eğitim

Safranbolu’da sürekli eğitimi destekleyen ve turizm alt yapısını oluşturan kurumlardan biri; SAKEM’dir. SAKEM’in web sayfasındaki bilgilere amaç; kişisel birikimlerini yükseltmek, mesleki ve sanatsal bilgilerini geliştirmek, pasif tüketici olmaktan çıkıp aktif üretici olmalarına yardımcı olmak, gelir elde etmelerine katkıda bulunmak, istihdam edilebilirliklerini artırmak, vb. amaçlarla kurulmuş, örgün eğitimi tamamlayıcı bir yaygın eğitim organizasyonudur (<http://www.sakem.org>). SAKEM ücretsiz olarak verdiği sanat ve meslek eğitimlerinin yanı sıra; sergiler, seminerler, fuarlar, yarışmalar, panel-konferans vb. organizasyonlar gerçekleştirmektedir. SAKEM bünyesinde verilen kurslar el sanatları takı tasarımı rölyef örgü dikiş çocuk bakımı ebru resim müzik(şan-ses, keman, yan flüt vb.) dil (almanca, arapça,ingilizce, rusça vb.) kurslarıdır İşkur destekli kurslar ise ahşap hediyelik eşya sedef kakma ahşap kari ahşap oyuncak yapımıdır.

Sürekli öğrenmeyi destekleyen diğer kurum ise; Safranbolu - Halk Eğitim Merkezi ve ASO’dur. Safranbolu Halk Eğitimi Merkezi ve ASO belirlemiştir. Bu misyon hayatın her alanında, toplumun gelişmesine, ülkemizin kalkınmasına katkıda bulunmak için, ilgi, istek, ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda, her zaman, her yerde, herkes için hayat boyu eğitim, öğretim, üretim ve rehberlik çalışmalarıyla, katılımcıların iyi insan, iyi vatandaş, bilinçli üretici ve bilinçli tüketiciler olmalarını sağlayarak yaygın eğitim alanında bölgemizde ve

ülkemizde verdiğimiz hizmetler bakımından örnek gösterilen bir kurum olmaktadır. Açılan kurslar ise, el sanatları, pastacılık, okuma yazma, bilgisayar öğrenimidir. 2016-2017 eğitim ve öğretim yılında toplam 470 kurs düzenlenmiş, bu kurslara 6349 kadın, 3817 erkek olmak üzere toplam 10.166 kişi katılmıştır.

5.1.3. Beypazarı ve Safranbolu'nun kültürel turizmindeki karşılıklı üstünlükleri

Çizelge 5.11. Beypazarı ve Safranbolu'nun turizminin niceliksel verilerle karşılaştırılması

	BEYPAZARI	SAFRANBOLU
Nüfus	48.274 (2018)	67.042 (2018)
Turizm alt yapısı		
Konaklama tesis sayısı	20	121
Toplam yatak sayısı	450	3581
Toplam ziyaretçi sayısı	178.584 (2016)	315.842 (2018)
Konaklama süresi	1 gün	2 gün
Arama motorlarında kaç tesis	5	73
Ortalama fiyat	140 tl	200 tl
Büyük Merkezlere olan uzaklar ve güzergahlar		
Uzaklıklar	Ankara'ya 100 km İstanbul'a 340 km	Ankara'ya 230 km İstanbul'a 410 km Amasra 91 km
Turizm tur güzergahları	Ankara-Beyşehir Ankara-Beyşehir-Eskişehir İstanbul-Göynük-Mudurnu-Beyşehir	Ankara-Safranbolu Ankara-Safranbolu-Amasra İstanbul-Abant-Safranbolu-Amasra

Çizelge 5.12. Beypazarı ve Safranbolu'nun turizminin niteliksel verilerle karşılaştırılması

	BEYPAZARI	SAFRANBOLU
Kent kimliği kabulleri		
Sloganlar	Yaşayan Tarih	Korumanın Başkenti Dünya Mirası Kendini Koruyan Kent Safranbolu
Turizmi hızlandıran ilk girişimler		
Turizmde ivmeleri	*Beypazarı Turizmi Geliştirme Projesi İşbirliği Protokolü (1996) * Yenice Sokak Sağlıklaştırma projesi *Alaaddin Sokak Sağlıklaştırma Projesi 1996-1997 * Beypazarı Korunması Gerekli Sokakları Sağlıklaştırma Projesi (1998-1999) * Ankara Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu'nun 18.01.2008 tarihli 2911 sayılı kararı ile kentsel sit alanı ilanı	*İmar planı (1967) *Anıtlar Yüksek Kurulunun Safranbolu kentsel sit alanı ilanı (1976) *TURİNG ve Otomobil Kurumu Asmazlar Konağını satın alınması (1976). *Kültür Bakanlığı Kaymakamlar Evi ve Arasta Çarşısını kamulaştırıp, restore ettirilmesi(1978-1979) *Safranbolu Sit Sahasının ve “Geçiş Dönemi Yapılaşma Koşulları”nın tespiti yapılması (1976) *Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu Yerel Örgütü (1977) *Kentsel sit ilan edilmesi ve ilk kentsel sit olma özelliği taşıması(1985) *Korumanın Başkenti” unvanı alması (1990) *Kültür Bakanlığı Türkiye’de ilk defa Arasta Arkası Sokakta kentsel ölçekte restorasyon uygulaması (1989-1990) *UNESCO Dünya Miras Listesi alınması (1994) * Koruma Amaçlı İmar Planı, (2010)
Yerel Kalkınmada Turizmi Destekleyebilecek Kültürel Özellikler		
Tescilli sit alanları	Arkeolojik Sit Alanı (27), Kentsel Sit Alanı (1), Doğal Sit Alanı (1)	Arkeolojik sit alanı (22), Kentsel Sit Alanı (4)
Somut kültürel varlıklar	İnözü Vadisi, Suluhan Kervansarayı, Boğazkesen Türbesi, Yediler Türbesi, Gazi Gündüzalp Türbesi, Karaca Ahmet Sultan Türbesi, Karadavut Türbesi, İvaz Dede Türbesi	Saat Kulesi, Eski Cephane Binası, Eski Hapishane Binası, Eski Hükümet Binası, İzzet Mehmet Paşa Camii, Dağdelen Camii, Mescit Camii, Köprülü Mehmet Paşa Camii, Kazdağlıoğlu Camii, Kaçak Camii ile Cinci Hanı ve Cinci Hamamı Ulu Camii (Ayestefenos Kilisesi), Yemeniciler Arastası, İncekaya Su kemeri, Yörük Köyü, Hızar Mağarası, Akören, Aşağıgüney, Çavuşlar, Hacılarobası ve Üçbölük Köylerinde Kaya Mezarları
Tescilli kültür ve tabiat varlıkları sayısı	322	1462
Müzeler	Tarih ve Kültür Müzesi, Halk Evi, Yaşayan Müze, Adalet Evi ve Müzesi, Cahide Gürsoy Müze Evi ve Kent Tarihi Müzesi	Kent Tarihi Müzesi(Hükümet Konağı), Kaymakamlar Gezi Evi Kileciler Gezi Evi Tayfun Talipoğlu Bam Teli Müzesi
Marka olan ürünü	Beypazarı kurusu	Lokum, safran bitkisi
Kaplıcalar	Dutlu ve Kapullu Kaplıcaları	-
El sanatları	Gümüş İşlemciliği(Telkari), Bakırcı, bindallı işlemciliği, dokumacı, kalaycı, kunduracı, semerci ve yorgancılık	Yemenicilik, deri işlemciliği, ağaç oymacılığı, semercilik, demircilik ve bakır işlemciliği

Çizelge 5.12. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'nun turizminin niteliksel verilerle karşılaştırılması

Yöre yemekleri	Yaprak dolması, Beypazarı güveci (Göveç), ev tarhanası, uruş kapaması, erişte, seksen katlı baklava, hoşmelim, havuç lokumu, cevizli sucuk, sıkma pişmaniye ve perçem	Kuyu kebabı, safralı zerde, Safranbolu bükmesi ve Safranbolu baklavası
Çay, Dere, Milli Park, Kanyon, Yayla	Karagöl Milli Parkı, Eğriova Yaylası, Süveri ve İlhan Çayları, İnözü Çayı, Kırmır Çayı, Tekke Yaylası	Araç Çayına, Şeker Çayı, Gümüş, Akçasu ve Bulak Dereleri, İncekaya Kanyonu, Düzce (Kirpe) Kanyonu, Tokatlı Kanyonu, Sakaralan Kanyonu, Sarıçiçek Yaylası, Sarıçiçek Yaylası, Uluyayla
Seyir terası	Hıdırlık Tepesi	Kadelen tepesi ve Hıdırlık Tepesi
Festivaller ve şenlikler	Uluslararası Beypazarı ve Yöresi festivali, kızak şenliği	Kültür ve Sanat Festivali, Mimari Değerler Haftası, Altın Safran Belgesel Festivali, Uluyayla Şenlikleri
Tarım Projeleri		
Projeler	1000 köyde 1000 ziraat mühendisi projesi(organik sebze yetiştiriciliği) Hibrit Sebze Tohumculuğunu Geliştirme Projesi	Dünyanın En Pahalı Baharatı Safranbolu Safranı Yayım Projesi Örtü Altı Sebze Yetiştiriciliği (SAKEM)
Yerel Kalkınmayı Destekleyebilecek Örgün ve Yaygın Eğitim		
	Beypazarı - Halk Eğitim Merkezi	SAKEM-Safranbolu Kültür Eğitim Merkezi Safranbolu - Halk Eğitim Merkezi ve ASO
	Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu	1992'te Safranbolu Meslek Yüksek Okulu bünyesinde Restorasyon bölümü

5.1.4. Beypazarı ve Safranbolu'da kültür turizmin sürdürülebilirliğinin sosyal ve ekonomik sonuçlarının değerlendirilmesi

Tarımsal faaliyetlere dayalı ekonomisi 1996-1997 yıllarından başlayarak Beypazarı, sokak koruma projeleri daha sonra evlerinin restorasyonu ile başlayan ilk YEK girişimi, Beypazarı'nın kültür turizminde bir niş yakalama şansını yaratmıştır. Beypazarı'nda belediyenin vizyoner olarak rol üstlenmesi, yaşayan halkı proje inandırması yerel kalkınmanın başarısı açısından önemlidir. Diğer taraftan kültür turizmine bağlı yerel kalkınma sürecinde Beypazarı'nın coğrafyası dışında yöresel el sanatları ve yöresel tatlar temel dayanaklardır. Ancak sürdürülebilir olması için, yerel halkın sürekli katılımı ve öğrenme sürecinin de olması gereklidir. Bu amaçla, Millî Eğitim Bakanlığı, Beypazarı, Halk Eğitim Merkezi de gümüş, dokuma, kilim ve kök boya konusunda eğitim vermiştir.

Safranbolu'ya ülkemizde ve dünyada ön plana çıkaran en önemli unsur geleneksel Türk mimarisi tarzındaki Safranbolu evleridir. Bu evler, yüzlerce yıllık bir süreçte oluşan Türk kent kültürünün günümüzde yaşamaya devam eden en önemli yapı taşlarıdır. Bu özelliğinden dolayı Safranbolu 1994 yılında UNESCO "Dünya Miras Şehir" listesine

girmiştir ve kültür turizminde niş yakalama şansı bulmuştur. Diğer taraftan kentin sahip olduğu kültürel özellikleri özellikle marka ürünleri, yöreye ait tatlar ve el sanatları kültür turizminde yerel kalkınmanın temel dayanakları olmuştur. Bunun sürdürülebilirliği için de yerel halkın katılımı sağlanarak SAKEM, Halk Eğitim Merkezi ve ASO tarafından çeşitli kurslar düzenleyerek eğitim vermişlerdir.

Her iki tarihi kentte de kültür turizmi yerel ekonomiyi canlandırmıştır. Her iki kentte de geceleme sayıları ve yatak kapasitesi de artmaya başlamıştır. Kentsel dokunun iyileştirilmesine yönelik girişimler tarım sektöründen farklı bir alanda ekonomiyi çeşitlendirmiştir.

5.2. Beypazarı Ve Safranbolu’da Kültür Turizminin Alan Çalışması

Tez çalışması kapsamında yapılan anketin alan sınırı; Safranbolu’da 1985 yılında ilan edilen 78 hektarlık Çarşı bölgesi kentsel sit sınırı, Beypazarı’nda 2008 yılında ilan edilen 100 hektarlık kentsel sit sınırındır. Belirlenen bölgede ticaret en yoğun olduğu sokaklar seçilmiştir. Bu sokaklar, Beypazarı’nda; Alaaddin Sokak, Yenice Sokak, Safranbolu’da; Kunduracılar Sokak, Arasta Sokak, Hamamözü Sokak, Hükümet Sokak, Saraçlar Sokak, Semerciler Sokak, Mezarlık Sokak, Cinci Han Sokak, Kale Altı Sokak, Hanarası Sokak’dır.



Harita 5.3. Beypazarı Kentsel Sit Alanı ve anket tekniği uygulanan yerler



Harita 5.4. Safranbolu Sit alanları ve anket tekniği uygulanan yerler

Kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkisinin değerlendirilmesi ve test edilmesi için Beypazarı ve Safranbolu’da anket çalışması ve yüz yüze görüşme yapılmıştır. Beypazarı ve Safranbolu’da tarihi ve merkezi alanın içinde kalan ve yakın çevresinde bu çalışmalar yapılmıştır. Beypazarı İlçesi’nde Ticaret Odası’na kayıtlı 493 işletme içinde turizm faaliyeti ile ilişkili hizmet sunan 117 işletme belirlenmiştir. 117 işletmeden %42,8 oran ile 50 işletme ile görüşme yapılmıştır. Görüşme oranı yeme-içme işletmelerinde %56, hediyelik eşya %18, otel ve pansiyonlarda %8, yerel zanaat %4, giyim üzerine olan işletmelerde %10’dur (Çizelge 5.13). Beypazarı’nda kültür turizm anketi çalışmasında 4 adet konaklama tesisi, 28 adet yeme-içme işletmesi, 9 adet hediyelik eşya dükkânı, 4 adet yerel zanaat işletmesi, 5 adet giyim dükkânı olmak üzere 50 ticari işletme yer almıştır (Çizelge 5.13). İşletmeler gümüşçülük, Beypazarı kurusu, yöresel yemekler, tarihi evler, el sanatları gibi Beypazarı’nın kültürel-tarihi potansiyellerine dayanmaktadır. Ayrıca Beypazarı’nda bulunan 20 konaklama tesisinden anket yapmak istememelerinden dolayı ancak 4’ü ile anket çalışması

yapılabilmiştir. Safranbolu’da ise konaklama tesisleri ile aynı zamanda bu işletmeler yeme-içme hizmeti de sunmakta olup toplamda 121 turizm faaliyeti gösteren işletmesi bulunan yerleşmede %50,4’ü olan 61 işletme ile anket çalışması yapılmıştır. Bu işletmelerin tamamı konaklama ve yeme-içme hizmetlerini beraber sunmaktadır.

Çizelge 5.13. Anket yapılan işletme

	Beypazarı	Yüzde	Safranbolu	Yüzde
Konaklama+Yeme-içme	0	-	61	100
Konaklama	4	8	0	-
Yeme-İçme	28	56	0	-
Hediyelik Eşya	9	18	0	-
Yerel Zanaat	4	8	0	-
Giyim	5	10	0	-
Toplam	50	100	61	100

Safranbolu’da anket yapılan işletmelerden 57 adedi pansiyon, 4 adedi ise oteldir.



Resim 5.1. Beypazarı sağlıklaştırma çalışmalarından öncesi rnek (Beypazarı Belediyesi)



Resim 5.2. Beypazarı sağlıklaştırma çalışmalarından sonrası rnek (A.Sencer Kahraman)



Resim 5.3. Safranbolu’da restorasyon çalışmaları ncesi (Safranbolu Belediyesi)



Resim 5.4. Safranbolu’da restorasyon çalışmaları sonrası örnekleri (A.Sencer Kahraman)

Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçilerle de anket çalışmaları uygulanmıştır. Bu çalışma ile ziyaretçilerin demografik özellikleri ve davranışları hakkında bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Anket çalışmasında Beypazarı’nda 66 ziyaretçiye, Safranbolu’da 78 ziyaretçi ile anket yapılmıştır.

5.2.1. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin temel nitelikleri ve turizmi bakış açıları

Ziyaretçilerin demografik özellikleri

Çizelge 5. 14. Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin demografik özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin cinsiyet dağılımı						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Erkek	60	90,9	90,9	50	64,1	64,1
Kadın	6	9,1	9,1	28	35,9	35,9
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin medeni durum						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evli	66	100,0	100,0	62	79,5	79,5
Bekar	0	0	0	16	20,5	20,5
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin meslek dağılımı						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çiftçi	0	0	0	2	2,6	2,6
Memur	0	0	0	5	6,4	6,4
Serbest	0	0	0	5	6,4	6,4
İşçi	0	0	0	20	25,6	25,6
Tüccar	66	100,0	100,0	28	35,9	35,9
Ev hanımı	0	0	0	10	12,8	12,8
Emekli	0	0	0	4	5,1	5,1
Öğrenci	0	0	0	4	5,1	5,1
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0

Çizelge 5.14. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin demografik özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin yaşa göre dağılım						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
18-29	1	1,5	1,5	9	11,5	11,5
30-44	17	25,8	25,8	20	25,6	25,6
45-64	44	66,7	66,7	48	61,5	61,5
65+	4	6,1	6,1	1	1,3	1,3
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin eğitim durumu						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
İlkokul	39	59,1	59,1	2	2,6	2,6
Ortaokul	4	6,1	6,1	5	6,4	6,4
Lise	14	21,2	21,2	33	42,3	42,3
Yüksekokul	1	1,5	1,5	1	1,3	1,3
Üniversite	8	12,1	12,1	37	47,4	47,4
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçilerin gelir düzeyi						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Asgari ücret düzeyi	7	10,6	10,6	2	2,6	2,6
2000-5000 t1	43	65,2	65,2	41	52,6	52,6
5000 t1 üstü	16	24,2	24,2	35	44,9	44,9
Toplam	66	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda ziyaretçilerin %90,9'u erkek %9,1'i kadinken, Safranbolu'da kadın oranının %35,9'a kadar çıktığı, erkeklerin oranının ise %64,1 olduğu görülmektedir. Beypazarı'nda ziyaretçilerin %100'ü evli, Safranbolu'da evli oranının %79,5'e düştüğü, bekar oranının ise %20,5 olduğu görülmektedir. Anket ziyaretçilerin mesleklerini gösteren tabloda yer alan sekiz değişkenden gruplarından Beypazarı ve Safranbolu'da en çok tüccar değişkeni görülmektedir. Beypazarı'nda ziyaretçilerin %1,5'inin genç(18-29 yaş), %25,8'inin orta yaşlı (30-44yaş), %66,7'sinin orta yaş üstünde ve %6,1'inin yaşlı grubundan oluştuğu görülmektedir. Beypazarı'nda anket katılımcılarının 18-65 yaş aralığında oldukları

görülmektedir. Safranbolu'daki ziyaretçilerin ise % 11,5'i genç, %25,6'sı orta yaşlı ve %61,5'i orta yaş üzerinde ve %1,3'ü yaşlı grubundan oluştuğu görülmektedir (Bkz. Çizelge 7.12.). Beypazarı'nda genç anket katılımcılarının oranı daha yüksek çıkarken her iki yerleşimde de katılımcıların ağırlıklı orta yaş ve üzerinde bulunduğu görülmektedir.

Beypazarı'nda ziyaretçilerin eğitim düzeyi değerlendirildiğinde,%59,1'inin ilkokul/ilköğretim, %6,1'inin ortaokul, %21,2'sinin lise ve meslek lisesi, %12,1'inin üniversite ve yüksekokul mezunu olduğu görülmektedir. Safranbolu'da ziyaretçilerin eğitim düzeyine bakıldığında, %2,6'sının ilkokul/ilköğretim, %6,4'ünün ortaokul, %42,3'ünün lise ve meslek lisesi, %47,4'ünün üniversite ve yüksekokul mezunu oldukları görülmektedir. Beypazarı'nda anket katılımcıların ağırlıklı (%59,1) ilkokul/ilköğretim mezunu iken, Safranbolu'da işletmecilerin ağırlıklı (%47,4) üniversite ve yüksekokul mezunu oldukları izlenmektedir. Araştırma bulguları, Safranbolu'da ziyaretçilerin eğitim düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Beypazarı'nda ziyaretçilerin gelir düzeyi değerlendirildiğinde,%10,6'sının asgari ücret düzeyi, %65,2'sinin 2000-5000 tl arasında, %24,2'sinin 5000 tl üstü olduğu görülmektedir. Safranbolu'da ziyaretçilerin gelir düzeyi değerlendirildiğinde,%2,6'sının asgari ücret düzeyi, %52,6'sının 2000-5000 tl arasında, %44,9'unun 5000 tl üstü olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularına göre Beypazarı ve Safranbolu'daki ziyaretçi grubunun gelir düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.15. Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçilerin yüzdesi

Beypazarı ve Safranbolu’da yerli ziyaretçilerin yüzdesi						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
%100	16	32,0	32,0	3	4,9	4,9
%90	19	38,0	38,0	6	9,8	9,8
%80	3	6,0	6,0	10	16,4	16,4
%70	11	22,0	22,0	21	34,4	34,4
%60	0	0	0	12	19,7	19,7
%50	0	0	0	5	8,2	8,2
%40	0	0	0	1	1,6	1,6
%30	0	0	0	3	4,9	4,9
%10	1	2,0	2,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu’da yabancı turistlerin ziyaretçilerin yüzdesi						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
%90	0	0	0	1	1,6	1,6
%80	0	0	0	1	1,6	1,6
%70	0	0	0	3	4,9	4,9
%60	1	2,0	2,0	1	1,6	1,6
%50	0	0	0	5	8,2	8,2
%40	0	0	0	12	19,7	19,7
%30	11	22,0	22,0	21	34,4	34,4
%20	3	6,0	6,0	10	16,4	16,4
%10	19	38,0	38,0	5	8,2	8,2
%0	16	32,0	32,0	2	3,3	3,3
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı’nın Safranbolu’ya göre daha çok yerli turistlerin tercih ettiğini bunun nedeni olarak ise Beypazarı’nın uluslararası tanıtım eksikliğinin bulunmasından olduğu anlaşılmaktadır.

Beypazarı'nda yabancı turist oranının %60'lara kadar çıktığı dönemlerin olduğu anlaşılmaktadır. Safranbolu'da ise yabancı turist oranının %90'lara kadar çıktığı Beypazarı'na göre daha çok yabancı turist çektiği görülmektedir. Safranbolu'nun UNSECO Dünya Miras listesine girmesiyle tanınırlığının uluslararası düzeyde Beypazarı'na göre daha fazla olduğu, ayrıca sahil şehirlerine yakın olmasından ve daha merkezi olmasından dolayı Safranbolu'nun yabancı turist çekmesinde etkindir.

Çizelge 5.16. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin ziyaretçi profili

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Aileler	39	78,0	78,0	41	67,2	67,2
Tek Başına Gelenler	8	16,0	16,0	8	13,1	13,1
Grupla Gelenler	3	6,0	6,0	12	19,6	19,6
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda gelen ziyaretçi profilleri incelendiğinde %78'i ailelerin, %16'sının tek başına gelenlerden oluştuğu görülmektedir.

Safranbolu'da gelen ziyaretçi profillerine bakıldığında %67,2'sinin aileler, %9,6'sının grupla gelenlerden oluştuğu görülmektedir. Safranbolu'da grupla gelenlerin daha fazla olduğu anlaşılmakta ve yolların kesiştiği yerde bulunmasının grupla gelenlerin fazla gelmesinde etken olmuştur.

Beypazarı ve Safranbolu'da Ziyaretçilerin Tercihleri

Çizelge 5.17. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin tercihleri

Beypazarı ve Safranbolu'ya ulaşım tercihleri						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Tur otobüsü	41	62,1	62,1	2	2,6	2,6
Özel araba	25	37,9	37,9	76	97,4	97,4
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0

Çizelge 5.17. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin tercihleri

Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin konaklama eğilimleri						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Günübirlik	62	94,0	94,0	8	10,3	10,3
Bir gece	2	3,0	3,0	44	56,4	56,4
Birden fazla	2	3,0	3,0	26	33,3	33,3
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin kullandığı organizasyon						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Zaten bildiğim yerd	28	42,4	42,4	21	26,9	26,9
İnternette	32	48,5	48,5	56	71,8	71,8
Diğer	6	9,1	9,1	1	1,3	1,3
Toplam	66	100,0	100,0	78	100,0	100,0

Beypazarı'nda ziyaretçilerin buraya ulaşımında hangi yolu kullandınız sorusuna %62,1'i tur otobüsünü, %37,9'unun ise özel arabasını kullanarak geldikleri görülmektedir. Safranbolu'da ziyaretçilerin buraya ulaşımında hangi yolu kullandınız sorusuna %2,6'sının tur otobüsünü, %97,4'ünün ise özel arabasını kullanarak geldikleri görülmektedir.

Beypazarı'nda ziyaretçilerin kaç gün kalacaksınız sorusuna %94'ü günübirlik, %3'ü bir gece ve %3'ü birden fazla kalacaklarını ifade ettikleri görülmektedir. Safranbolu'da ziyaretçilerin kaç gün kalacaksınız sorusuna %10,3'ü günübirlik, %56,4'ü bir gece ve %33,3'ü birden fazla kalacaklarını ifade ettikleri görülmektedir. Beypazarı'nda günübirlik konaklama daha fazla iken Safranbolu'da katılımcıların bir gece ve daha fazla kalmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Beypazarı'nda ziyaretçilerin hangi organizasyonlardan yararlandınız soruna %42,4'ü zaten bildiğim bir yerd, %48,5'i internetten araştırdım ve %9,1'i diğer cevaplarını verdikleri görülmektedir. Diğer cevabını veren anket katılımcıları reklamlardan gördükleri ile Beypazarı'na geldiklerini ifade ettikleri görülmektedir. Safranbolu'da ziyaretçilerin hangi organizasyonlardan yararlandınız soruna %26,9'u zaten bildiğim bir yerd, %71,8'i

internetten araştırdım ve %1,3'ü diğer cevaplarını verdikleri görülmektedir. Diğer cevabını veren anket katılımcıları reklamlardan gördükleri ile Beypazarı'na geldiklerini ifade ettikleri görülmektedir. Beypazarı ve Safranbolu'da anket katılımcıların en çok internet araştırması yaparak buraya geldikleri görülmektedir.

Çizelge 5.18. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin kültür turizmini değerlendirmesi

	Beypazarı					Safranbolu				
	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet	66	1	5	4,35	1,234	78	1	5	4,59	,986
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet	66	1	5	1,26	,751	78	1	5	1,42	,961
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet	66	1	4	1,18	,579	78	1	5	1,33	,921
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet	66	1	4	1,18	,630	78	1	5	1,33	,921
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet	66	1	5	1,38	1,078	78	1	5	1,35	,880
Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet	66	1	5	4,38	,973	78	1	5	4,35	,880
Diğer sektörleri gerileyen bir faaliyet	66	1	5	4,47	1,166	78	1	5	4,67	,949
Çevreyi kirleten bir faaliyet	66	1	5	4,48	1,234	78	1	5	4,62	,983
Toplam	66					78				

Turizmi nasıl algıladıklarına dair ziyaretçilerin Likert analizine göre 1 ile 5 arasındaki kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) skalasının kullanıldığı anket uygulaması sonucunda, Beypazarı'nda turizmi; kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet (1,26), insanları kaynaştıran bir faaliyet (1,18), çevreyi güzelleştiren bir faaliyet (1,18), doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet (1,38) konularında olumlu algıladıkları anlaşılmaktadır. Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet (4,38), diğer sektörleri gerileyen bir faaliyet (4,47), ekonomiyi geliştiren bir faaliyet (4,35), çevreyi kirleten bir faaliyet (4,48) konularında olumsuz algıladıkları anlaşılmaktadır.

Safranbolu'daki ziyaretçiler ise aynı skala çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelerde; kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet (1,42), insanları kaynaştıran bir faaliyet (1,33), çevreyi güzelleştiren bir faaliyet (1,33), doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet (1,35) konularında olumlu algıladıkları anlaşılmaktadır. Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet (4,35), diğer sektörleri gerileten bir faaliyet (4,67), ekonomiyi geliştiren bir faaliyet (4,59), çevreyi kirleten bir faaliyet (4,62) konularında olumsuz algıladıkları anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.19. Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin turizme bakışları

Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin turizm olanaklarını değerlendirmesi										
	Beypazarı					Safranbolu				
	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma
Turizm imkanlarını çekici bulmuyorum	66	1	5	3,29	1,787	78	1	5	3,63	1,451
Yeterli buluyorum	66	1	5	2,91	1,454	78	1	5	2,06	1,061
Mevcut tesisler iyi ve kalitelidir	66	1	2	1,05	,210	78	1	5	1,47	,908
Tarihi ve diğer kültürel kaynaklar turizme kazandırılmıştır	66	1	2	1,05	,210	78	1	4	1,18	,447
Toplam	66					78				
Beypazarı ve Safranbolu'da kentin turizm yönünden özelliklerinin ziyaretçiler tarafından değerlendirilmesi										
	Beypazarı					Safranbolu				
	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler	66	1	4	1,39	,742	78	1	2	1,17	,375
Tarihsel kültürel kaynaklar yönünden zenginlik	66	1	2	1,09	,290	78	1	2	1,04	,194
Sakin ve güvenli bir ortam	66	1	2	1,09	,290	78	1	5	1,14	,659
Yolların kesiştiği yerde bulunması	66	1	5	3,24	1,789	78	1	5	1,21	,745
Toplam	66					78				

Çizelge 5.19. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin turizme bakışları

Beypazarı ve Safranbolu'da kent algısı										
	Beypazarı					Safranbolu				
	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Standart Sapma
Tarihi Evleri	66	1	1	1,00	,000	78	1	2	1,04	,194
Küçük Dar Sokakları	66	1	1	1,00	,000	78	1	2	1,01	,113
Yerel Ürünleri	66	1	5	1,12	,691	78	1	2	1,05	,222
Müzeler	66	1	4	1,27	,621	78	1	5	1,27	,784
Kültür Ve Sanat	66	1	5	1,68	1,230	78	1	4	1,19	,582
Yeme-İçme	66	1	4	1,09	,518	78	1	4	1,22	,617
Toplam	66					78				

Mevcut turizm imkanlarını nasıl bulduklarını ziyaretçilerin Likert analizine göre 1 ile 5 arasındaki kesinlikle kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) skalasının kullanıldığı anket uygulaması sonucunda, Beypazarı'nda turizm imkanlarını çekici bulmuyorum (3,29), yeterli buluyorum (2,91), mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite artırılmalı (1,05), tarihi ve diğer kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalı (1,05) olarak belirtilmiştir. Beypazarı'nda mevcut turizm imkanlarına olumlu bir yaklaşım olduğu anlaşılmaktadır.

Safranbolu'daki ziyaretçilerin ise aynı skala çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelerde; turizm imkanlarını çekici bulmuyorum (3,63), yeterli buluyorum (2,06), mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalite artırılmalı (1,47), tarihi ve diğer kültürel kaynaklar turizme kazandırılmalı (1,18) olarak belirtilmiştir. Safranbolu'da Beypazarı'nda olduğu gibi mevcut turizm imkanlarına olumlu bir yaklaşım olduğu anlaşılmaktadır.

Kentin turizm yönünden en önemli özelliğini değerlendirmede ziyaretçilerin Likert analizine göre 1 ile 5 arasındaki kesinlikle kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) skalasının kullanıldığı anket uygulaması sonucunda, Beypazarı'nda alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikleri olduğu (1,39), tarihsel kültürel kaynaklar yönünden zenginlik olduğu (1,09), sakin ve güvenli bir ortam olduğu (1,09), yolların kesiştiği yerde bulunması

olduğu (3,24) belirtilmiştir. Yolların kesiştiği bir yerde bulunması konusunda olumsuz bir algıya sahip oldukları ancak diğer değişkenlerde Beypazarı'nın önemli özellikleri oldukları anlaşılmaktadır. Safranbolu'daki ziyaretçilerin ise aynı skala çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelerde; alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikleri olduğu(1,17), tarihsel kültürel kaynaklar yönünden zenginlik olduğu (1,04), sakin ve güvenli bir ortam olduğu (1,14), yolların kesiştiği yerde bulunması olduğu (1,21) belirtilmiştir. Beypazarı'nda yolların kesiştiği yerde bulunmasının olumsuz algılanmasının Safranbolu'da tam tersi olduğu anlaşılmaktadır.

Kent algısı olarak ele alınan soruda, ziyaretçilere kent imajının öncelikle hangi değer ile örtüştüğü değerlendirilmiştir. Soruda iki kentin de sahip olduğu yere özgü değerlerin ziyaretçilerde yarattığı algının önceliği saptanmıştır. Ziyaretçiler Likert analizine göre 1 ile 5 arasındaki kesinlikle kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) skalasının kullanıldığı anket uygulaması sonucunda, Beypazarı'nda tarihi evler (1,00), küçük dar sokakları (1,00), yerel ürünleri (1,12), müzeler (1,27), kültür ve sanat (1,68), yeme-içme (1,09) konularında olumlu bir algının olduğu anlaşılmaktadır. Safranbolu'daki ziyaretçiler ise aynı skala çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelerde; tarihi evler (1,04), küçük dar sokakları (1,01), yerel ürünler (1,05), müzeler (1,27), kültür ve sanat (1,19), yeme-içme (1,22) konularında olumlu bir algının olduğu anlaşılmaktadır.

Beypazarı ve Safranbolu'da ziyaretçilerin kenti algılamaları karşılaştırıldığında tüm değerlerin benzer olduğu, ağırlık olmadığı, öncelikli bir sıralamanın olmadığı ve sonuç olarak her iki kentinde yeterli ve öncelikli bir imaj oluşturamadığı söyleyebiliriz.

5.2.2. Turizm işletmeci ve işletmelerin temel nitelikleri

İşletmelerin temel nitelikleri

Çizelge 5.20. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin daha önceki yer değişimi						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Yer değiştirdim	20	40,0	40,0	6	9,8	9,8
Hiç yer değiştirmedim	30	60,0	60,0	55	90,2	90,2
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin türü						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ortaklık bulunmamakta	5	10,0	10,0	25	41,0	41,0
Aile Ortaklığı	45	90,0	10,0	36	59,0	59,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerin mülkiyet durumu						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kira	14	28,0	28,0	11	18,0	18,0
Mülk Sahibi	36	72,0	72,0	50	82,0	82,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	90,0

Beypazarı'nda işletmecilerin firmanız daha önce yer değiştirdi mi sorusuna %40'ı evet, %60'ı hayır dedikleri görülmektedir. Firmaları yer değiştirenlerin daha merkeze gelmek için yer değiştirdikleri anlaşılmaktadır. Safranbolu'da işletmecilerin firmanız daha önce yer değiştirdi mi sorusuna %9,8'i evet, %90,2'si hayır dedikleri görülmektedir. Safranbolu'da da firmaları yer değiştirenlerin daha merkeze gelmek için yer değiştirdikleri anlaşılmaktadır. Beypazarı ve Safranbolu'da yakalanan turizm ivmesiyle, kentlerde merkeze yaşanan ticari etkileşimin artmasıyla birlikte işletmeler yer değiştirirken daha çok merkezi alanları seçmeye karar vermişlerdir.

Beyazarı'nda işletmecilerin işletme türlerini belirtiniz sorunu değerlendirdiğimizde %10'u tek kişi işletmesi, %90'u aile ortaklığı oldukları görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin işletme türlerini belirtiniz sorunu değerlendirdiğimizde %41'i tek kişi işletmesi, %59'u aile ortaklığı oldukları görülmektedir. Safranbolu'da genel olarak evli çiftlerin işlettikleri, Beyazarı'nda ise babadan oğula devri şeklinde olduğu geleneksel bir davranış olduğu görüşmeler sonucunda anlaşılmaktadır.

Beyazarı'nda işletmecilerin işletme mülkiyetleri değerlendirildiğinde %28'i kira, %36'sı mülk sahibi olduğu görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin işletme mülkiyetleri değerlendirildiğinde %18'i kira, %82'si mülk sahibi olduğu görülmektedir. Safranbolu'da Beyazarı'na göre mülk sahibi olma durumu daha fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.21. Beyazarı ve Safranbolu'da işletmelerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (geçici-sürekli)

Beyazarı ve Safranbolu'da işletmelerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (geçici)						
	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
0 kişi	41	82,0	82,0	11	18,0	18,0
1 kişi	8	16,0	16,0	35	57,4	57,4
2 kişi	1	2,0	2,0	12	19,7	19,7
3 kişi	0	0	0	3	4,9	4,9
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beyazarı ve Safranbolu'da işletmelerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (sürekli)						
	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
0 kişi	5	10,0	10,0	2	3,3	3,3
1 kişi	22	44,0	44,0	35	57,4	57,4
2 kişi	13	26,0	26,0	15	24,6	24,6
3 kişi	8	16,0	16,0	8	13,1	13,1
4 kişi	1	2,0	2,0	1	1,6	1,6
+4 kişi	1	2,0	2,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beyazarı'nda işletmecilerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (geçici) değerlendirildiğinde %82'si 0, %16'sı 1, %2'si 2 olduğu görülmektedir. Beyazarı'nda

geçici işçi çok çalıştırılmadığı anlaşılmaktadır. Safranbolu’da işletmecilerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (geçici) değerlendirildiğinde %18’i 0, %57,4’ü 1, %19,7’si 2, %4,9’u 3 olduğu görülmektedir. Safranbolu’da özellikle yaz aylarında daha personele ihtiyaç duyulduğundan dolayı en az 1 çalışan geçici çalıştırdıkları anlaşılmaktadır.

Beypazarı’nda işletmecilerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (sürekli) değerlendirildiğinde %10’u 0, %44’ü 1, %26’sı 2, %16’sı 3, %2’si 4 , %2’si 4 üzerinde çalışanlarının olduğu görülmektedir. Safranbolu’da işletmecilerin normal zamanda toplam çalışan sayısı (sürekli) değerlendirildiğinde %3,3’ü 0, %57,4’ü 1, %24,6’sı 2, %13,1’i 3, %1,6’sı 4 çalışanları olduğu görülmektedir. Safranbolu’da daha çok sürekli çalışanlarının olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.22. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin açık olduğu dönem						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Tüm yıl	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin yoğun olduğu aylar						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Haziran-Temmuz-Ağustos	41	82,0	82,0	61	100,0	100,0
Eylül	4	8,0	8,0	0	0	0
Ekim	3	6,0	6,0	0	0	0
Mayıs	1	2,0	2,0	0	0	0
Şubat	1	2,0	2,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin sakin olduğu aylar						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Aralık-Ocak-Şubat	40	80,0	80,0	61	100,0	100,0
Mart	2	4,0	4,0	0	0	0
Ramazan Ayı	7	14,0	14,0	0	0	0
Kasım	1	2,0	2,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Çizelge 5.22. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu’da konaklama işletmelerinin toplam yatak sayısı						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
0	43	86,0	86,0	0	0	0
1-10	0	0	0	2	3,3	3,3
11-20	7	14,0	14,0	30	49,2	49,2
21-30	0	0	0	22	36,1	36,1
31-40	0	0	0	4	6,6	6,6
40+	0	0	0	3	4,9	4,9
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu’da tüm işletmenin açık olduğu dönemler tüm yılı kapsamaktadır. Beypazarı’nda hangi aylar işlerin yoğun dönemi olduğu değerlendirildiğinde %82’si yaz ayları, %8’i eylül, %6’sı ekim, %2’si mayıs, %2’si şubat ayı olduğu görülmektedir. İşletmeciler en çok yaz aylarında yani haziran-temmuz-ağustos aylarında daha yoğun oldukları anlaşılmaktadır. Safranbolu’da hangi aylar işlerin yoğun dönemi olduğu değerlendirildiğinde %82’si yaz ayları olduğu görülmektedir. İşletmeciler en çok yaz aylarında yani haziran-temmuz-ağustos aylarında daha yoğun olduklarını Beypazarı’nda olduğu gibi diğer aylara yaymamışlardır.

Beypazarı’nda hangi aylar işlerin sakin dönemi olduğu değerlendirildiğinde %80’i kış ayları, %4’ü mart, %14’ü ramazan ayı, %2’si kasım ayı olduğu görülmektedir. İşletmecilerin en çok kış aylarında yani aralık-ocak-şubat aylarında daha sakin oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca ramazanın denk geldiği aylarda da işlerinin sakinleştikleri görülmektedir. Beypazarı’nda hangi aylar işlerin sakin dönemi olduğu değerlendirildiğinde %80’i kış ayları olduğu görülmektedir. İşletmecilerin en çok kış aylarında yani aralık-ocak-şubat aylarında daha sakin oldukları anlaşılmaktadır. Beypazarı’nda müşterilerin %70-100 arasında yerli olduğu görülmektedir. Safranbolu’da bu oran %30’lara kadar düştüğü görülmektedir. Beypazarı’nı daha çok yerli turist ziyaret ettiği anlaşılmaktadır.

Beypazarı’nda toplam yatak sayısının az olmasının konaklama tesislerinin az oluşuyla ilgilidir. Beypazarı’nda günübirlik ziyaretin yoğun olmasından dolayı konaklama

tesislerinin çok olmadığı anlaşılmaktadır. Safranbolu’da toplam yatak sayısı ortalama 11-30 yatak sayısı arasında değişmektedir. Tesislerin imkanları doğrultusunda bu oran artıp azalmaktadır. Beypazarı’nda tesislerde herhangi bir ulusal veya uluslararası sertifika programı bulunmamaktadır. Safranbolu’da bu oran daha fazla olup %21’lere çıkmaktadır. Sertifika programlarından aldıkları belgeleri tesislerinde sergileyerek müşteride güven oluşturma isteklerinin oldukları anlaşılmaktadır.

İşletmeci Özellikleri

Çizelge 5.23. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeci özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeci pozisyonu						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
İşletme Sahibi	47	94,0	94,0	58	95,1	95,1
Ücretli yönetici	3	6,0	6,0	3	4,9	4,9
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin cinsiyet dağılımı						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Erkek	41	82,0	82,0	47	77,0	77,0
Kadın	9	18,0	18,0	14	23,0	23,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin yaş dağılımı						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
18-29	2	4,0	4,0	3	4,9	4,9
30-44	14	28,0	28,0	13	21,3	21,3
45-64	32	64,0	64,0	45	73,8	73,8
65+	2	4,0	4,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Çizelge 5.23. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeci özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin eğitim durumu						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
İlkokul	24	48,0	48,0	3	4,9	4,9
Ortaokul	4	8,0	8,0	1	1,6	1,6
Lise	15	30,0	30,0	32	52,5	52,5
Meslek Lisesi	0	0	0	1	1,6	1,6
Yüksekokul	1	2,0	2,0	0	0	0
Üniversite	6	12,0	12,0	24	39,3	39,3
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin daha önceki işletmecilik deneyimleri						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Yıl aralıkları						
Yok	31	62,0	62,0	41	67,2	67,2
1-4	3	6,0	6,0	14	23,0	23,0
5-9	2	4,0	4,0	3	4,9	4,9
10-14	6	12,0	12,0	3	4,9	4,9
15-19	3	6,0	6,0	0	0	0
20+	5	10,0	10,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin daha önceki sektörel bazdaki işletmecilik deneyimleri						
	Beypazarı			Safranbolu'		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Deneyimi yok	41	67,2	67,2	30	60,0	60,0
Tekstil	11	18,0	18,0	5	10,0	10,0
Turizm	9	14,8	14,8	7	14,0	14,0
Ticaret	0	0	0	8	16,0	16,0
Toplam	61	100,0	100,0	50	100,0	100,0

Çizelge 5.23. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeci özellikleri

Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin bu işe başlama zamanları						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
1980 öncesi	5	10,0	10,0	2	3,3	3,3
1980-1989	7	14,0	14,0	3	4,9	4,9
1990-1999	11	22,0	22,0	7	11,5	11,5
2000-2009	18	36,0	36,0	20	32,8	32,8
2010-2019	9	18,0	18,0	29	47,5	47,5
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin aynı yer doğumlu olanlara öncelik tanıma durumları						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekan s	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	43	86,0	86,0	50	82,0	82,0
Hayır	7	14,0	14,0	11	18,0	18,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda işletmecilerin işletmelerdeki pozisyonları değerlendirildiğinde %94 işletme sahibi %6 ücretli yönetici oldukları görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin işletmelerdeki pozisyonları değerlendirildiğinde %95,1 işletme sahibi %4,9 ücretli yönetici oldukları görülmektedir.

Beypazarı'nda işletmecilerin %82'si erkek %18'i kadinken, Safranbolu'da kadın oranının %23'2 kadar çıktığı, erkeklerin oranının ise %77 olduğu görülmektedir.

Beypazarı'nda işletmecilerin %4'ü genç(18-29 yaş), %28'i orta yaşlı (30-44yaş), %64'ü orta yaş üstünde ve %4'ü yaşlı grubundan oluştuğu görülmektedir. Beypazarı'nda anket katılımcılarının 18-65 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Safranbolu'daki işletmeciler ise % 4,9'u genç, %21,3'ü orta yaşlı ve %73,8'i orta yaş üzeri grubundan oluştuğu görülmektedir. Safranbolu'da genç anket katılımcılarının oranı daha yüksek çıkarken her iki yerleşimde de katılımcıların ağırlıkla orta yaş ve üzerinde bulunduğu görülmektedir.

Beypazarı'nda işletmecilerin eğitim düzeyi değerlendirildiğinde,%48'i ilkokul/ilköğretim, %8'i ortaokul, %30'u lise ve meslek lisesi, %14'ü yüksekokul-üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin eğitim düzeyine bakıldığında, %4,9'u ilkokul/ilköğretim, %1,6'sı ortaokul, %54,1'i lise ve meslek lisesi,%39,3 üniversite ve yüksekokul mezunu oldukları görülmektedir. Beypazarı'nda anket katılımcıların ağırlıkla (%48) ilkokul/ilköğretim mezunu iken, Safranbolu'da işletmecilerin ağırlıkla (%54,1) lise ve meslek lisesi mezunu oldukları izlenmektedir. Araştırma bulguları, Safranbolu'da işletmeciler arasında eğitim düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Beypazarı'nda işletmecilerin daha önceki işletmecilik deneyimleri değerlendirildiğinde %62'si yok, %6'sı 1-4 yıl arasında, %4'ü 5-9 yıl arasında, %12'si 10-14 yıl arasında olduğu görülmektedir.

Safranbolu'da işletmecilerin daha önceki işletmecilik deneyimleri değerlendirildiğinde %67,2'si yok, %23'ü 1-4 yıl arasında, %4,9'u 5-9 yıl arasında, %4,9'u 10-14 yıl arasında olduğu görülmektedir. Her iki kentte de işletmecilik deneyimleri yok denecek kadar azdır.

Beypazarı'nda işletmecilerin daha önceki işletmecilik deneyimlerinin hangi sektörde olduğu değerlendirildiğinde %67,2'si yok, %18'i tekstil, %14,8'i turizm olduğu görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin daha önceki işletmecilik deneyimlerinin hangi sektörde olduğu değerlendirildiğinde %60'ı yok, %10'u tekstil, %14'ü turizm, %16'sı ticaret ile uğraştıkları görülmektedir.

Beypazarı'nda işletmecilerin bu işe ne zaman başladıkları değerlendirildiğinde %10'u 1980 öncesi, %14'ü 1980-1989 yılları arasında, %22'si 1990-1999 yılları arasında, %36'sı 2000-2009 yılları arasında, %18'i 2010-2019 yılları arasında başladıkları görülmektedir. Beypazarı'nda dengeli bir dağılım görülmesine rağmen 2000 yılından sonra daha çok işe başlandığı anlaşılmaktadır. Safranbolu'da işletmecilerin bu işe ne zaman başladıkları değerlendirildiğinde %3,3'ü 1980 öncesi, %4,9'u 1980-1989 yılları arasında, %11,5'i 1990-1999 yılları arasında, %32,8'i 2000-2009 yılları arasında, %47,5'i 2010-2019 yılları arasında başladıkları görülmektedir. Safranbolu'da 2010 yılı sonrasında işe başlamanın daha çok olduğu görülmektedir. Beypazarı'nda Sokak Sağlıklaştırma Projesi ve Safranbolu'da UNESCO'nun Dünya Miras Listesine girmesiyle başlayan turizm ivmesine rağmen,

işletmecilerin turizm faaliyetlerinin hemen başlamadığı 2000 yılından sonra başladığı buna neden olarak da 1990'larda yaşanan ekonomik sıkıntıların neden olduğu söylenebilir.

Beyazarı'nda işletmecilerin aynı yer doğumlu olanlara öncelik tanıyor musunuz sorusunu değerlendirmede %86'sı evet, %14'ü hayır dedikleri görülmektedir. Safranbolu'da işletmecilerin aynı yer doğumlu olanlara öncelik tanıyor musunuz sorusunu değerlendirmede %82'si evet, %18'i hayır dedikleri görülmektedir. Beyazarı ve Safranbolu'da yerel halk ile çalışmaya önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Finansal Kaynak

Çizelge 5.24. Beyazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin finansal durumları

Beyazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin işletmeleri nasıl aldıkları						
	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kendi Birikimi	32	64,0	91,4	41	67,2	70,7
Borçlanarak (aile veya akraba)	1	2,0	2,9	10	16,4	17,2
Banka Kredisi	2	4,0	5,7	7	11,5	12,1
Toplam	35	70,0	100,0	58	95,1	100,0
Eksik	15	30,0		3	4,9	
Toplam	50	100,0		61	100,0	
Beyazarı ve Safranbolu'da işi büyütmek için kullanılan finansal yardım kaynağı						
	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kendi Birikimi	41	82,0	82,0	40	65,6	65,6
Borçlanarak (aile veya akraba)	0	0	0	10	16,4	16,4
Banka Kredisi	9	18,0	18,0	11	18,0	18,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beyazarı'nda işletmecilerin işletmeleri nasıl satın aldıklarının değerlendirilmesinde %64'ü kendi birikimi, %2'si aile veya akrabadan borçlanmak, %4'ü ticari bankalardan edinilen kredi olduğu görülmektedir. 15 işletme sahibi burada görüş bildirmek istememiştir.

Safranbolu’da işletmecilerin işletmeleri nasıl satın aldıklarının değerlendirilmesinde %41’i kendi birikimi, %16,4’ü aile veya akrabadan borçlanmak, %11,5’i ticari bankalardan edinilen kredi olduğu görülmektedir. 3 işletme sahibi görüş bildirmek istememiştir.

Safranbolu’da işletmecilerin işi büyütmek için kullanılan finansal yardım kaynağı değerlendirildiğinde %65,6’sı kendi birikimi, %16,4’ü aile veya akrabadan borçlanmak, %18’i ticari bankalardan edinilen kredi olduğu görülmektedir.

5.2.3. Turizm işletmecilerin turizm deneyimleme süreçleri

Çizelge 5.25. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin yerellikleri

Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin doğum yeri						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Beypazarı/Safranbolu	41	82,0	82,0	22	36,1	36,1
Diğer	9	18,0	18,0	39	63,9	63,9
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0
Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin ne zaman geldikleri						
	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Doğum yeri	38	76,0	76,0	16	26,2	26,2
2015-2019	0	0	0	10	16,4	16,4
2010-2015	3	6,0	6,0	18	29,5	29,5
2000-2010	6	12,0	12,0	12	19,7	19,7
1990-2000	1	2,0	2,0	4	6,6	6,6
1990 öncesi	2	4,0	4,0	1	1,6	1,6
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı’nda işletmecilerin %82’si Beypazarı doğumlu olduğu, %18’inin ise diğer şehirlerden olduğu anlaşılmaktadır. Safranbolu’daki işletmecilerin %36,1’i Safranbolu doğumlu olduğu, %63,9’unun ise diğer şehirlerden olduğu anlaşılmaktadır. Beypazarı’nda

Safranbolu'ya göre işletmecilik daha çok yerel unsurlar tarafından yapılmakta olduğu anlaşılmaktadır.

Beypazarı'nda işletmecilerin ne zaman buraya geldiniz sorusuna %76'sı doğum yeri, %4'ü 1990 öncesi, %2'si 1990-2000 arasında, %12'si 2000-2010 arasında, %6'sı 2010-2015 arasında geldikleri anlaşılmaktadır. Safranbolu'da işletmecilerin ne zaman buraya geldiniz sorusuna %26,2'si doğum yeri, %1,6'sı 1990 öncesi, %6,6'su 1990-2000 arasında, %19,7'si 2000-2010 arasında, %29,5'i 2010-2015 arasında, %16,4'ü 2015-2019 tarihleri arasında geldikleri anlaşılmaktadır. Beypazarı'nda yerlilerinin işletmeciliğe devam ettiği Safranbolu'da işletmecilerin 2010-2015 tarihleri arasında en çok buraya geldikleri anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.26. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmelerde çalışanların ne kadarı Beypazarı doğumlu

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Tüm çalışanlar	42	84,0	84,0	51	83,6	83,6
Yaklaşık yarısı	7	14,0	14,0	8	13,1	13,1
Hiç biri	1	2,0	2,0	2	3,3	3,3
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda işletmecilerin işletmelerde çalışanların ne kadarı yerleşme doğumlu değerlendirildiğinde %84'ü hepsi, %14'ü yarısı, %2'si hiçbiri dedikleri görülmektedir.

Safranbolu'da işletmecilerin işletmelerde çalışanların ne kadarı yerleşme doğumlu değerlendirildiğinde %83,6'sı hepsi, %13,1'i yarısı, %3,3'ü hiçbiri dedikleri görülmektedir. Beypazarı ve Safranbolu'da da işletmelerde çoğunlukla yerli halkı çalıştırdıkları anlaşılmaktadır.

5.2.4. Turizm işletmecilerin turizmin gelişme eğilimleri hakkındaki düşünceleri

Çizelge 5.27. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin beklentileri

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Daha ileri seviyeye getirebilmek	31	62,0	62,0	45	62,5	62,5
Mevcut konumda değişiklik yapmamak	14	28,0	28,0	23	37,7	37,7
Farklı iş kollarına geçmek	5	10,0	10,0	0	0	0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin gelecekte işletmelerine yönelik en temel hedefleri sorulduğunda; her iki yerleşmedeki işletmeciler daha ileri seviyeye getirmek istedikleri ifade etmişlerdir. Ayrıca mevcut konumda değişiklik yapmamak isteyen işletmeciler de her iki yerleşmede fazladır.

Çizelge 5.28. Beypazarı ve Safranbolu’da turizmin kent üzerine etkilerinin işletmeciler tarafından değerlendirilmesi

	Beypazarı					Safranbolu				
	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Stand. Sapma	Sayı	Min	Maks	Aritm. Ort.	Stand. Sapma
Turizm gelişmesi ile birlikte kentte vakit geçirecek yerlerin sayısı arttı	50	1	3	1,20	,437	61	1	4	1,32	,730
Turizm kentin durağan yapısında önemli değişiklikler oluşturdu, gelenlere karşı davranışlar değişti	50	1	2	1,09	,290	61	1	5	1,28	,719
İşletme sayısı arttıkça, yerel yönetimler ile iletişim güçlendi	50	1	5	4,26	1,194	61	1	5	3,53	1,544
Doğal ve kültürel alanların turizmde pazar yarattığı farkındalığı arttı	50	1	4	1,55	,683	61	1	5	1,45	,962

Çizelge 5.28. (devamı) Beypazarı ve Safranbolu'da turizmin kent üzerine etkilerinin işletmeciler tarafından değerlendirilmesi

Yerel ürünlerin, turizmi artırdığı ve farklı olma bilincini artırdığı	50	1	2	1,41	,495	61	1	4	1,38	,793
Dışa göç durdurularak nüfusun yerel olarak burada kalması sağlandı	50	1	5	3,33	1,512	61	1	5	2,32	1,428
İyi eğitilmiş genç nüfus için iş fırsatları arttı	50	1	5	3,73	1,376	61	1	5	2,35	1,484
Çevre kalitesi değişti	50	1	5	1,73	1,272	61	1	5	2,14	1,475
Kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda farkındalık yarattı	50	1	5	1,27	,775	61	1	5	1,62	1,219
Yerel halk tarım dışı faaliyetlere yöneldi	50	1	5	2,12	1,387	61	1	5	2,21	1,489
Yerel ekonomik faaliyet çeşitlendi	50	1	4	2,02	1,387	61	1	5	2,09	1,487
Kentte yabancı yatırımcılar arttı	50	1	5	3,00	1,736	61	1	5	2,14	1,509
Yerel turizm işletmeleri arttı ve başarılı örnekler yeni işletmelere örnek oldu	50	1	5	1,97	1,189	61	1	5	1,92	1,346
Kent nüfusunda artış başladı	50	1	5	2,14	1,424	61	1	5	2,00	1,299
Toplam	50					61				

Turizm gelişmesinin kent üzerine etkisinin değerlendirmede işletmeciler Likert analizine göre 1 ile 5 arasındaki kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) skalasının kullanıldığı anket uygulaması sonucunda, Beypazarı'nda turizm gelişmesi ile birlikte kentte vakit geçirecek yerlerin sayısı arttı (1,20) turizm kentin durağan yapısında önemli değişiklikler oluşturdu, gelenlere karşı davranışlar değişti (1,09), doğal ve kültürel alanların turizmde pazar yarattığı farkındalığı arttı (1,55), yerel ürünlerin, turizmi artırdığı ve farklı olma bilincini artırdığı (1,41), çevre kalitesi değişti (1,73), kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda farkındalık yarattı (1,27), yerel halk tarım dışı faaliyetlere yöneldi (2,12), yerel ekonomik faaliyet çeşitlendi (2,02), yerel turizm işletmeleri arttı ve başarılı örnekler yeni işletmelere örnek oldu (1,97), kent nüfusunda artış başladı (2,14) konularında olumlu bir algının olduğu anlaşılmaktadır. Dışa göç durdurularak nüfusun yerel olarak burada kalması sağlandı (3,33), iyi eğitilmiş genç nüfus için iş fırsatları arttı (3,73), kentte yabancı yatırımcılar arttı (3,00) konularında nötr oldukları, işletme sayısı arttıkça, yerel

yönetimler ile iletişim güçlendi (4,26) konusunda olumsuz bir algıya sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Safranbolu'daki işletmeler ise aynı skala çerçevesinde yaptıkları değerlendirmelerde; Safranbolu'da turizm gelişmesiyle turizm gelişmesi ile birlikte kentte vakit geçirecek yerlerin sayısı arttı (1,32),) turizm kentin durağan yapısında önemli değişiklikler oluşturdu, gelenlere karşı davranışlar değişti (1,28), doğal ve kültürel alanların turizmde pazar yarattığı farkındalığı arttı (1,45), yerel ürünlerin, turizmi artırdığı ve farklı olma bilincini artırdığı (1,38), çevre kalitesi değişti (2,14), dışa göç durdurularak nüfusun yerel olarak burada kalması sağlandı (2,32), iyi eğitilmiş genç nüfus için iş fırsatları arttı (2,35), kentte yabancı yatırımcılar arttı (2,14) kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda farkındalık yarattı (1,62), tarım dışı istihdam arttı (2,11), yerel ekonomik faaliyet çeşitlendi (2,09), yerel turizm işletmeleri arttı ve başarılı örnekler yeni işletmelere örnek oldu (1,92), kent nüfusunda artış başladı (2,00) konularında olumlu bir algının olduğu anlaşılmaktadır. Ancak işletme sayısı arttıkça, yerel yönetimler ile iletişim güçlendi (3,53) konusunda nötr bir algıya sahip oldukları anlaşılmaktadır. Beypazarı'nda Safranbolu'ya göre turizmin gelişmesinin kent üzerine etkisine daha çok olumlu karşıladıkları görülmektedir.

Çizelge 5.29. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmeciler için eğitimin gerekliliği

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	28	56,0	56,0	12	19,7	19,7
Hayır	22	44,0	44,0	49	80,3	80,3
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda işletmecilerin bu işi yapabilmeleri için eğitimin gerekliliğinin değerlendirildiğinde %56'sı evet, %44'ü hayır dediği görülmektedir. Hayır diyenlerin bu işi herkesin yapabildiğini ifade ettikleri anlaşılmaktadır.

Safranbolu'da işletmecilerin bu işi yapabilmeleri için eğitimin gerekliliğinin değerlendirildiğinde %19,7'si evet, %80,3'ü hayır dediği görülmektedir. Beypazarı'nda olduğu gibi hayır diyenlerin bu işi herkesin yapabildiğini ifade ettikleri anlaşılmaktadır.

Beyazarı ve Safranbolu’da kamu tarafından gerçekleştirilen örgün ve yaygın eğitimden faydalanmayı şletmeciler tercih etmemektedirler. Daha geleneksel olarak kendi şlerinde devam etmek istedikleri anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.30. Beyazarı ve Safranbolu’da şletmeciler için turizmin gelişmesi önündeki engeller

	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Tanıtım Eksikliği	28	56,0	56,0	30	49,2	49,2
Kent içi otopark sorunları	3	6,0	6,0	14	23,0	23,0
Destekleyici faaliyetlerin eksikliği	1	2,0	2,0	7	11,5	11,5
Engel yok	18	36,0	36,0	10	16,4	16,4
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beyazarı ve Safranbolu’da turizmin gelişmesi önündeki engeller sorulduğunda her iki yerleşmede de tanıtım eksikliği özellikle Beyazarı’nda %56 ile daha fazla engel teşkil ettiği ifade edilmiştir. Safranbolu’da tanıtım eksikliğinin dışında kentte trafik sorunun olduğu özellikle yaz aylarında bununla paralel otopark sorunun ortaya çıktığını dile getirmişlerdir.

Belediyeler tarafından gerçekleştirilen tanıtım çalışmalarının her iki kent içinde şletmeciler tarafından yeterli görülmediği ve eksiklerinin olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.31. Beyazarı ve Safranbolu’da şletmecilere göre şletmelerin rekabet gücünü arttırmanın önündeki engeller

	Beyazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Yatırım maliyetlerinin yüksek olması	2	4,0	4,0	4	6,6	6,6
Fiyat dengesinin kurulamaması	1	2,0	2,0	8	13,1	13,1
Kısa süreli mevsimsel çalışma zorunluğu	42	84,0	84,0	30	49,2	49,2
Engel Yok	5	10,0	10,0	19	31,1	31,1
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin rekabet gücünü artırmak için engeller sorulduğunda mevsimselliğin temel bir problem olduğu görülmektedir. Özellikle yaz aylarında her iki kent içinde yoğun bir turizm faaliyeti gösterirken, kış aylarında bu yoğunluk yerini sakinliğe bıraktığından dolayı böyle bir problem ortaya çıkmıştır.

Safranbolu’da işletmelerin bakım-onarım maliyetlerinin yüksek olması zorlayıcı bir problem olarak görülmektedir. Ayrıca haksız rekabet ortamının oluşması fiyatlar üzerindeki değişiklikler bir diğer engel olarak anlaşılmaktadır.

5.2.5. Turizm işletmecilerin iş geliştirme potansiyelleri

Çizelge 5.32. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin ihtiyaçları yerel kaynaklardan karşılama durumu

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	39	78,0	78,0	57	93,4	93,4
Hayır	11	22,0	22,0	4	6,6	6,6
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Safranbolu’da işletmecilerin ihtiyaçlarını yerel kaynaklardan karşılamaya önem veriyor musunuz sorusunu değerlendirmede %93,4’ü evet, %6,6’sı hayır dedikleri görülmektedir. Her iki kentteki işletmecilerde yerel kaynaklardan karşılamaya önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.33. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin ihtiyaçlarını nereden temin ettikleri

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Beypazarı/Safranbolu	37	74,0	74,0	56	92,0	92,0
Çevre İller	13	26,0	26,0	5	8,0	8,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı’nda ihtiyaçlarınızı bugünkü durumda nereden temin ediyorsunuz sorusu değerlendirildiğinde %74’ü Beypazarı, %26’sı Ankara’dan karşıladıkları görülmektedir.

Safranbolu’da ihtiyaçlarınızı bugünkü durumda nereden temin ediyorsunuz sorusu değerlendirildiğinde %56’sı Safranbolu, %8’i çevre illerden karşıladıkları görülmektedir.

5.2.6. Turizm işletmecilerinin fiziki çevre avantajları

Çizelge 5.34. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmecilerin bulunduğu yerden memnuniyeti

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	47	94,0	94,0	59	96,7	96,7
Hayır	3	6,0	6,0	2	3,3	3,3
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı’nda işletmecilerin bulunduğu yerden memnun musunuz sorusunu değerlendirmede %94’ü evet, %6’sı hayır dedikleri görülmektedir. Beypazarı’nda merkezi oluşu, kendi memleketleri oluşu gibi nedenlerden dolayı memnun oldukları anlaşılmaktadır. Beypazarı’nda daha çok yerelliği sahiplenme kültürü olduğu görülmektedir.

Safranbolu’da işletmecilerin bulunduğu yerden memnun musunuz sorusunu değerlendirmede %96,7’si evet, %3,3’ü hayır dedikleri görülmektedir. Beypazarı ve Safranbolu’da bulundukları yerden memnun olmalarının nedeni merkeze yakın olduklarından dolayı olduğunu ifade etmişlerdir.

Çizelge 5.35. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmenin büyümesinde/başarısında konumun önemi

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	47	94,0	94,0	60	98,4	98,4
Hayır	1	2,0	2,0	1	1,6	1,6
Farketmez	2	4,0	4,0	0	0	
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda işletmecilere burada yer seçmeniz işletmenizin büyümesinde/başarısında belirleyici oldu mu sorusu sorulduğunda %94'ü evet, %2'si hayır, %4'ü farketmez dedikleri görülmektedir. Belirleyici olmasının sebebi olarak merkezi ve tarihi görmelerinden oldukları anlaşılmıştır.

Safranbolu'da işletmecilere burada yer seçmeniz işletmenizin büyümesinde/başarısında belirleyici oldu mu sorusu sorulduğunda %98,4'ü evet, %1,6'sı hayır dedikleri görülmektedir. Beypazarı ve Safranbolu'da belirleyici olmasının nedeni merkezi ve tarihi görmelerinden dolayı olduğu anlaşılmıştır.

Ayrıca bu bölgede yer seçmelerinin en önemli nedenleri sorulduğunda Beypazarı'nda merkezi, memleketim ve yöresel özelliklerinin öne çıktığı, Safranbolu'da ise merkezi, sakin, işlek özelliklerinin öne çıktığı görülmektedir. Beypazarı'nda daha çok yerel özellikler dile getirilirken Safranbolu'da turistik özellikler öne çıkarılmıştır.

Çizelge 5.36. Beypazarı ve Safranbolu'da ilk aşamada işletmecilerin karşılaştığı sorunlar

	Beypazarı		Safranbolu	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Satışlarda yetersizlik	7	14,0	16	8,8
İş deneyiminin azlığı	7	14,0	13	7,0
Çevresel sorunlar	2	4,0	13	7,0
Mali açıdan eksiklikler	22	44,0	48	26,0
İş yeri bilinirliğinin azlığı	9	18,0	56	30,5
Kamusal yardım veya teşviklerin azlığı	3	6,0	38	20,7
Toplam	50	100,0	184	100,0

Beypazarı'nda işletmecilerin bu işe başlarken yaşanan en temel problem olarak mali açıdan yetersizlikler ve iş yeri bilinirliğinin azlığı olduğu ifade edilmiştir.

Safranbolu'da işletmecilerin bu işe başlarken yaşanan en temel problemleri sırasıyla iş yeri bilinirliğinin azlığı, mali açıdan eksiklikler, kamusal yardım veya teşviklerin azlığı şeklinde ifade ettikleri görülmektedir. Safranbolu'da Beypazarı'na göre daha çok problemle yüz yüze geldikleri anlaşılmaktadır.

Beypazarı ve Safranbolu’da kamusal yardım veya teşviklerin azlığının işletmelerin karşılaştığı sorunlar olarak göze çarptığı, bunun nedeni olarak da bürokratik, siyasi ve politikalardan olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.37. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerde bilgisayar kullanım amaçları

	Beypazarı		Safranbolu	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Bilgisayar veya benzeri teknoloji kullanılmıyor	36	72,0	-	-
Web sayfası hazırlama/tanıtım	6	12,0	54	16,4
Mali kayıtların düzenlenmesi	2	4,0	42	12,7
İşletme içi basit kayıtlar	0	0	14	4,2
Müşteri Bilgisi Toplama	3	6,0	57	17,3
Rezervasyon	2	4,0	35	10,7
Nakit Akışı Planlama	0	0	16	4,8
On-line ürün alımları	1	2,0	50	15,2
Kişisel depolama	0	0	17	5,2
Envanter kayıtları hazırlama	0	0	15	4,6
İşletme programı hazırlama	0	0	29	8,9
Ulusal ağ sisteminde başka işletmeler ile bağlantı kurma	0	0	0	0
Uluslararası ağ sisteminde başka işletmeler ile bağlantı kurma	0	0	0	0
Toplam	50	100,0	329	100

Beypazarı’nda işletmecilerin işletmelerinde bilgisayar kullanım amacı sorulduğunda, %72’si bilgisayar veya benzeri teknoloji kullanılmıyor, %12’si web sayfası hazırlama/tanıtım, %4’ü mali kayıtların düzenlenmesi, %6’sı müşteri bilgisi toplama, %4’ü rezervasyon, %2’si online ürün alımları için kullandıkları görülmektedir. Beypazarı’nda bilgisayar kullanımının yaygın olmadığı geleneksel kültürün devam ettiği görülmektedir.

Safranbolu’da işletmecilerin işletmelerinde bilgisayar kullanımı sorulduğunda %100’ü bilgisayar kullandığı görülmektedir. Safranbolu’da konaklamanın yaygın olmasından konaklamayla ilgili işlerini kolaylaştıracak bilgisayar kullanımlarına gitmişlerdir. Özellikle

müşteri bilgilerinin toplanması ve web sayfası hazırlama/tanıtım konularında daha çok kullandıkları anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.38. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin müşteriye ulaşma yöntemleri (yerli ve yabancı turist için)

	Beypazarı		Safranbolu	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kent içindeki afişler	1	2,0	22	11,6
Belli bir teknik olmadan, müşteriler arası sosyal ağlar	6	12,0	33	17,6
Dağıtılan broşürler	2	4,0	38	20,2
Kurumsal turizm ajansları	1	2,0	15	8,0
Yönlendirme tabelaları	33	66,0	22	11,7
Web sayfası tasarımı	7	14,0	58	30,9
Toplam	50	100,0	188	100

Yerli ve yabancı turiste yönelik pazarlama stratejilerinin de her iki örnekte farklılaştığı görülmektedir. Beypazarı’nda yerli turist için pazarlamada sırasıyla yönlendirme tabelaları, web sayfası tasarımı ve dağıtılan broşürler kullanılıyorken, Safranbolu’da web sayfası tasarımı, yönlendirme tabelaları ve kent içindeki afişlerin kullanıldığı görülmektedir. Safranbolu’da yerli turist için dağıtılan broşürler ve kurumsal turizm ajanslarının kullanımı Beypazarı ile kıyaslandığında daha yüksektir.

Çizelge 5.39. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin tanıtım ve bilinirliği artırmak için gösterilen çaba ve yöntem

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet, sürekli uygulanan ve yenilenen programlar bulunmakta	3	6,0	6,0	23	37,7	37,7
Evet, ancak süreklilik göstermemekte	0	0	0	5	8,2	8,2
Hayır, bir program bulunmamakta	47	94,0	94,0	33	54,1	54,1
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı’nda işyerlerinin tanıtım ve bilinirliğini artırmak için gösterilen çaba ve yönetime dair işletmecilerle yapılan değerlendirmede sürekli uygulanan ve yenilenen programlarının bulunmadığı, günlük olarak geleneksel yöntemlerle akışına bıraktıkları anlaşılmaktadır.

Safranbolu’da ise sürekli uygulanan ve yenilenen programları bulunanların oranı %37,7 olup düzenli ve disiplinli bir iş akışı izledikleri anlaşılmaktadır. Bu uygulanan ve yenilenen programlar genellikle reklamlar ve internet sayfaları olduğu anlaşılmaktadır.

İş geliştirme ve kurumsal ilişkiler

Çizelge 5.40. Beypazarı ve Safranbolu’da şirketlerin herhangi bir ulusal veya uluslararası sertifika programlarının olması

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	-	-		13	21,4	21,4
Hayır	50	100,0	100,0	48	78,6	78,6
Toplam				61	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu’da şirketlerin herhangi bir ulusal veya uluslararası sertifika programları var mı sorusuna her iki kentteki işletmelerde yüksek oranda hayır dedikleri görülmektedir. Sertifika programı olanlar Booking, Tatil Sepeti gibi tatil sitelerinin verdikleri puanlamalar olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.41. Beypazarı ve Safranbolu’da işletmelerin herhangi bir birlik, dernek, oda veya organizasyona ile bağlantıları

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ticaret Odası/Ticaret ve Sanayi Odası	22	44,0	44,0	18	29,5	29,5
Esnaf Ve Sanatkarlar Odası	28	56,0	56,0	43	70,5	70,5
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

İşletmelerin başarısını etkileyen diğer bir konu herhangi bir birlik, dernek, oda veya organizasyona bağlı olmaktır. Gerek Beypazarı’nda gerekse Safranbolu’da herhangi bir organizasyona bağlı olma oranlarının Beypazarı’nda %100, Safranbolu’da ise %100 gibi

yüksek ve birbirine yakın değerler olduğu görülmektedir. Beypazarı'nda işletmelerin ticaret odası ve esnaf odası üye oldukları ifade edilmiştir. Safranbolu'da ise ticaret odası ile esnaf odasına üyelikler söz konusudur.

Çizelge 5.42. Beypazarı ve Safranbolu'da diğer işletmelerle bağlantılı çalışma durumu

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	1	2,0	2,0	29	47,5	47,5
Hayır	49	98,0	98,0	32	52,5	52,5
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı'nda işletmecilerin diğer işletmelerle bağlantılı çalışıyor musunuz sorulduğunda %2'si evet, %98'i hayır dedikleri görülmektedir.

Safranbolu'da işletmecilerin diğer işletmelerle bağlantılı çalışıyor musunuz sorulduğunda %47,5'i evet, %52,5'i hayır dedikleri görülmektedir. Safranbolu 'da pazarlama, fazla rezervasyon ve paket turlar gibi konularda diğer işletmelerle ile bağlantılı şekilde çalıştıkları anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.43. Beypazarı ve Safranbolu'da işletme kurma aşamasında bilgi ve destek alma durumları

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	1	2,0	2,0	14	23,0	23,0
Hayır	49	98,0	98,0	47	77,0	77,0
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

İşletme kurma aşamasında bilgi ve destek aldığınız işletmeler var mı sorusuna Beypazarı'ndaki işletmeciler %2 oranında olumlu yanıt verirken, Safranbolu'da olumlu yanıt verenlerin oranının %23 olduğu görülmektedir. Safranbolu'daki işletmeciler arasında bilgi ve destek vermenin daha fazla olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan yine Beypazarı'nda işletme kurma aşamasında örnek aldığınız işletmeler var mı sorusuna işletmecilerin %2'si olumlu yanıt verirken, Safranbolu'da işletmecilerin %26,2'si olumlu yanıt vermiştir.

Çizelge 5.44. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin işletme kurmadan önce bu fikri paylaştığı, yol gösteren kişiler/kuruluşlar olup olmaması

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailede daha önce deneyimi olanlar	21	42,0	42,0	15	24,6	24,6
Aile dışı tanıdıklar	8	16,0	16,0	24	39,3	39,3
Tavsiye veya danışma almayanlar	21	42,0	42,0	22	36,1	36,1
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

İşletme kurmadan önce bu fikri paylaştığınız size yol gösteren kişiler/kuruluşlar oldu mu sorusuna ise Beypazarı'nda işletmecilerin %58'i ailesi ve arkadaşlarıyla paylaşarak olumlu yanıt verirken, bu oran Safranbolu'da %63,9'dur. Ancak, işyeri kurulduktan sonra, Beypazarı'nda özellikle belediye, ticaret ve sanayi odası ile Turizm Derneği'nin bu anlamda ciddi katkılar verdiği ifade edilmektedir. Diğer işletmelere örnek oluşturması ve piyasayı dengelemesi açısından belediyenin işletmesi olan Taş Mekteb'in kurulduğu görülmektedir.

Beypazarı ve Safranbolu'da kurumsal desteklerin fazla olmasına rağmen, bürokratik, siyasi ya da politik nedenlerden dolayı bunu tercih etmemişlerdir.

Çizelge 5.45. Beypazarı ve Safranbolu'da işletmecilerin işe başlamadan önce/sonra bir kursa gitme durumları

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	3	6,0	6,0	22	36,1	36,1
Hayır	47	94,0	94,0	39	63,9	63,9
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Safranbolu’da işletmecilerin ilçe bazındaki eğitim düzeyinden daha yüksek bir eğitim düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Özellikle de üniversite/yüksekokul mezunlarının turizm işletmeciliğine girdikleri görülmektedir. İki çalışma alanı karşılaştırıldığında ise her ne kadar Beypazarı’nın okuma yazma oranı Safranbolu’dan yüksek olsa da genel itibariyle Safranbolu’nun eğitim düzeyi Beypazarı’ndan yüksektir. Safranbolu’daki işletmecilerin eğitim düzeyinin de Beypazarı’ndaki işletmecilerden yüksek olduğu görülmektedir.

İşletme kurma ve başarısındaki temel faktörlerden biri de belli düzeyde bir bilgi ve beceri sahibi olmaktır. Bu işi formel eğitimini alarak yapanların oranı her iki yerleşmede de düşüktür. Beypazarı’ndaki işletmelerin %6’sı, Safranbolu’daki işletmelerin ise %36,1’i formel bir eğitim almış durumdadır. Safranbolu’daki işletmecilerin eğitim düzeyi kaynaklı formel eğitim almaya daha çok önem vermektedirler.

Yönetimlerin Katkısı

Çizelge 5.46. Beypazarı ve Safranbolu’da turizmin gelişmesinde yerel yönetimlerin katkıları

	Beypazarı			Safranbolu		
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kentin altyapısına yönelik hizmetler	21	42,0	42,0	14	22,9	22,9
Kentin tanıtılmasında aktif rol oynama	16	32,0	32,0	20	32,8	32,8
Tarihi ve çevreyi korumada aktif rol üstlenmek	0	0	0	15	24,6	24,6
Aktif bir rol algılanmamakta	13	26,0	26,0	12	19,7	19,7
Toplam	50	100,0	100,0	61	100,0	100,0

Beypazarı ve Safranbolu’da yerel ve merkezi yönetimin turizm gelişmesine katkıları irdelendiğinde, Beypazarı’ndaki turizm işletmelerinin %26’sı yerel yönetimin katkısının olmadığını belirtirken, bu oranın Safranbolu’da da %19,7 gibi yine düşük bir değere sahip olduğu görülmektedir.

Beypazarı’nda işletmelerin %42’si yerel yönetimin altyapı hizmetlerine %32’si kentin tanıtılmasına katkısının olduğunu belirtirken, Safranbolu’da %22,9’u altyapı hizmetleri,

%32,8'i kentin tanıtılması, %24,6'sı tarihi ve doğal güzellikleri korumak olmak üzere daha çok alanda yerel yönetimin katkısı olduğunu vurgulamışlardır.

Merkezi yönetimin turizmin gelişmesindeki rolü irdelendiğinde ise, Beypazarı'nda ve Safranbolu'da işletmelerin çoğunluğu merkezi yönetimin turizmin gelişmesinde katkısı olmadığını belirtmiştir. Bu oranlar Beypazarı'nda %80, Safranbolu'da ise %67,2'dir. Beypazarı'nda işletmecilerin %2,8'i tarihi ve doğal alanları koruma, %5,7'si tanıtım ve pazarlama, %11,5'i destek ve teşvikler olarak merkezi yönetimin katkılarını belirtirken, Safranbolu'da işletmelerin %4,7'ü tarihi ve doğal alanları koruma, %21'i tanıtım ve pazarlama, %4,4'ü destek ve teşvikler olarak merkezi yönetim katkısını ortaya koymuşlardır.

Kısacası, hem Beypazarı hem de Safranbolu'da turizmin desteklenmesinde yerel yönetimlerin katkısının olduğu ve merkezi yönetimlerin sınırlı katkılarının olduğu görülüyorken, özellikle Safranbolu'daki katkıların daha fazla olduğu saptanmıştır.

Toplumsal Yaklaşımlar

Toplum kültürü turizmin gelişmesinde önemli bir faktör olduğu bilinmektedir. Özellikle turiste karşı yaklaşımlar ve toplumun sahip olduğu değerler bu kimliğin oluşmasından önemli etkenlerdir.

Toplum kimliğinin güçlendirilmesi için yerel kültür unsurlarının ön planda olması gerekmektedir. Bundan dolayı, Beypazarı'nda yeme-içme birimlerinde baklava, mantı, erişte, yaprak sarma vb. yöresel gıdalara dayalı yemek çeşitleri gibi yöresel ürünlerin ön planda olduğu görülürken, Safranbolu'da tatlı ürünlerinin özellikle lokum, cevizli helva, gül reçeli gibi turistleri etkileyecek yöresel tatlar ön plana çıkarılarak yerel kimliğin güçlendirilmesin için kullanıldığı görülmektedir. Özellikle tarihi dokunun sergilendiği geleneksel evler ve onların yaşam biçimlerindeki düzenlemeler Beypazarı ve Safranbolu'da giderek artış göstermektedir. Ancak yerinde izlenimler yaptığımız Safranbolu'da, yerel kültürün sergilenmesine ters düşecek şekilde tezgahlarda ve bazı işletmelerde Çin mallarının çoğaldığı görülmekte olup, bunlar yerel kültür için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Ayrıca Beypazarı'nda yerel yöneticilerin ve işletmecilerin üzerinde durduğu Beypazarı yerel ürünlerini yine Beypazarlılar yapabilir kanısı yerel halkın turizme katılımını göstermekte ve

Beypazarı işletmelerinde yabancı ürün ve yiyeceklerin bulundurulmaması yönünde de gayretler olduğu görülmektedir.

Yaşam kalitesi yüksek olması turizmin sürdürülebilirliğini olumlu etkileyen faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Beypazarı ve Safranbolu’da turizm kenti olarak tanınırlığının artmasıyla birlikte gelen yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı artış göstermektedir. Buna bağlı olarak her iki kentte de yaşam kalitesine etkisinin olumlu olduğu görülmektedir. Ayrıca yaşam kalitesinin artmasıyla paralellik gösteren kentteki suç oranının düşük ve toplum güvenliğinin de oldukça yüksek olduğu ifade edilmiştir. Burada yerel halkın esasında yerli ve yabancı ziyaretçileri sahiplenmesinde büyük payı olduğunu söyleyebiliriz.

5.3. Beypazarı ve Safranbolu’nun Kültür Turizminin GFTZ Analizi ile Değerlendirilmesi

Beypazarı ve Safranbolu farklı coğrafyalarda bulunan iki önemli Anadolu kentidir. İki kent tarihi ve kültürel özellikleri ile farklılaşmaktadır. Özgün değerleri ile kültür turizminde önemli gelişme sağlamışlardır. İki kentin güçlü, zayıf yönleri fırsat ve tehditleri Çizelge 5.47’de verilmektedir.

Çizelge 5.47. GFTZ

Güçlü Yönler	Beypazarı	Safranbolu
Konumu, güçlü ulaşım bağlantıları	Güçlü karayolu bağlantısıyla kolay erişebilir mesafede olması	Güçlü karayolu bağlantısıyla hem İstanbul hem de Ankara’nın kolay erişme mesafesinde olması
İklim avantajı	-	-
Tanınırlık	Beypazarı’nın Sokak Sağıklaştırma projesi ile cazibe merkezi olması	Safranbolu’nun UNESCO Dünya Miras Listesi’nde bulunması

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

Doğal ve kültürel değerlerde çeşitlilik	Tarihi doku ve yapılara sahip olması	Tarihi doku ve yapılara sahip olması
	Tarihi ve kültürel miras sahip olması	Tarihi ve kültürel miras sahip olması
	Akarsu varlığı	Akarsu varlığı
	Orman varlığının olması	Orman varlığının olması
	Mağaraları varlığı	Mağaraları varlığı
	Köklü tarihinin sağladığı kültürün devam etmesi	Köklü tarihinin sağladığı kültürün devam etmesi
Turizmi geliştirecek köklü gelenekler	Osmanlı döneminin önemli soğ üretim merkezi olması,	Osmanlı döneminin ticaret merkezi olması
	Tüccarlık kültürü gelişmiş olmak	Tüccarlık kültürü gelişmiş olmak
Yerel insan sermayesi	Genç nüfus yapısına sahip olmak	Genç nüfus yapısına sahip olmak
	İnsan sermayesinin varlığı	İnsan sermayesinin varlığı
Yerel kimlik motivasyonu	“Yaşayan Tarih” sloganı ile kente kimliği motivasyonun sağlanma çabası olması	Korumanın başkenti, dünya mirası kendini koruyan kent Safranbolu sloganları ile kente kimliği motivasyonun sağlanma çabası olması
Destinasyonu tamamlayıcı faaliyetler	Folklor, lezzetler, yöresel tatlar vb. somut olmayan kültürel mirasa sahip olmak	Folklor, lezzetler, yöresel tatlar vb. somut olmayan kültürel mirasa sahip olmak
	Geleneksel festivallerin olması	Geleneksel festivallerin olması
	Örgün ve yaygın eğitim sağlanması	Örgün ve yaygın eğitim sağlanması
	Destinasyonlar arası birbirini tamamlayan alanlara sahip olmak	Destinasyonlar arası birbirini tamamlayan alanlara sahip olmak
	Alternatif turizm imkanlarına sahip olmak	Alternatif turizm imkanlarına sahip olmak
	Günübirlik ve hafta sonu turizm talebin yoğunluğu	Günübirlik ve hafta sonu turizm talebin yoğunluğu
Yerel halk desteği	Güçlü toplumsal desteğin olması	Güçlü toplumsal desteğin olması
	Halkın turizm faaliyetlerine olan ilgisi	Halkın turizm faaliyetlerine olan ilgisi
	Yerel halkın projelere katılımında istekli olması	Yerel halkın projelere katılımında istekli olması

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

Yerel ve merkezi yönetim desteği	Düzenli idari kademelere sahip olmasına rağmen doğrudan desteğin olmaması	Düzenli idari kademelere sahip olmasına rağmen doğrudan desteğin olmaması
	Teşviklerden yararlanıyor olması	Teşviklerden yararlanıyor olması
	Yerel yönetim personeli ve insan kaynakları arasında ekip çalışma ruhunun geliştirilmeye çalışılması	Yerel yönetim personeli ve insan kaynakları arasında ekip çalışma ruhunun geliştirilmeye çalışılması
	Fonlar ve özel sektör arasındaki bağlantı çalışmaların sürmesi	Fonlar ve özel sektör arasındaki bağlantı çalışmaların sürmesi
	Turizm altyapısını tamamlama çalışması yapıyor olması	Turizm altyapısını tamamlama çalışması yapıyor olması
Fırsatlar	Beyazır	Safranbolu
Tüm Dünya’da kültür turizmine ve yöresel ürünlere ilgide artışlar	Beyazır 2000 yılı sonrası kültür turizme de pay almaya başlamış ve sürdürecektir kapasiteye sahiptir.	Safranbolu kültür turizminde ilgiyi daha hızlı çekebilecektir
	Yöresel ürünlere ilgi, Beyazır için önemli olanaktır	Safranbolu’da yöresel ürünleri sürdürecektir ve pazara ulaştıracak kapasitedir
Sanal Pazar ve teknolojik imkanlarının artması, yöresel ürünlerin uluslararası pazara açılma olanağı	Beyazır sanal pazar olanaklarını fazla kullanamasa da geliştirebilecektir kapasitedir	Safranbolu Pazar olanaklarından sanal teknoloji ile yakalamayı kısmen başarmış ancak ilerletme kapasitesi daha yüksektir
	Beyazır teknolojiyi yeterince kullanamamaktadır.	Safranbolu için teknoloji önemli bir fırsattır
	Yöresel ürünlerin uluslararası pazarda kendine yer bulma olanağı olsa da Beyazır için bu fırsat henüz kullanılmamaktadır	Safranbolu’da yerel ürünler çok kısıtlı oranda uluslararası pazarda yer bulmuştur
Doğal kaynaklar	Doğal kaynakların yatırıma dönüştürülebilir potansiyele sahiptir	Doğal kaynakların yatırıma dönüştürülebilir potansiyele sahiptir
Eğitime verilen önemin turizm faaliyetlerine katkısının yaygınlaşması	Beyazır’nda, eğitim faaliyetlerinin turizme katkısı fırsatı değerlendirmektedir	Beyazır’nda, eğitim faaliyetlerinin turizme katkısı fırsatı değerlendirmektedir

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

Dört mevsim farklı turizm aktivitelerine olanak sağlaması	Beyazır kültür turizmi dört mevsim turizm faaliyeti veremeyip, sezonluk ve haftasonu turizm ile yetinmektedir.	Safranbolu, Amasra ile güçlü bağlantısının olması, turizmde işbirliği ile davranması sezon süresini uzatmaktadır
Zayıf Yönler	Beyazır	Safranbolu
Yatırımcı ilgisinin olmaması	Beyazır'nda turizme yatırım yapacak yatırımcının henüz kente çekilmemiş olması	Safranbolu'da büyük yatırımcıların sadece konaklama tesislerine yönelmesi, kentin yerel ekonomisine doğrudan katkı vermemesi
Tek yönlü turizm yatırımları	Turizmde sadece konut dokusuna odaklanması, çevrenin ihmal edilmesi	Konut dokusunun konaklama tesislerine dönüştürülmesi
	Kentsel yaşam kalitesini yükseltecek açık ve yeşil alan yatırımlarının olmaması	Kentsel yaşam kalitesini yükseltecek açık ve yeşil alan yatırımlarının olmaması
İnsan sermayesi yetersizliği	İnsan sermayesi olmasına karşın sektörde yer almaması	İnsan sermayesi olmasına karşın sektörde yer almaması
	Sınırlı insan kaynakları kapasitesi (dil, misafirperverlik hizmetleri) ve sınırlı eğitim kapasitesi olması	Sınırlı insan kaynakları kapasitesi (dil, misafirperverlik hizmetleri) ve sınırlı eğitim kapasitesi olması
	Kentin turizm potansiyelini değerlendirecek yeterli ekonomik kapasite ve nitelikli personel eksikliği	Kentin turizm potansiyelini değerlendirecek yeterli ekonomik kapasite ve nitelikli personel eksikliği
	Toplumda bilinçli kentsel yaşam kültürünün eksikliği	Toplumda bilinçli kentsel yaşam kültürünün eksikliği
Ürün gelişmede yetersizlikler	Yöresel ürünlerin markalaşamaması	Yöresel ürünlerin markalaşamaması
	Mevcut yöresel ürünlerin yeterince tanıtılması	Mevcut yöresel ürünlerin yeterince tanıtılması

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

İş geliştirmede yetersizlikler	Tüm paydaşları kapsayacak programların uygulanmaması ve sektörler arası koordinasyonun kurgulanmamış olması	Tüm paydaşları kapsayacak programların uygulanmaması ve sektörler arası koordinasyonun kurgulanmamış olması
	İşletmeler arasında ağ ilişkilerinin olmaması	İşletmeler arasında ağ ilişkilerinin olmaması
	Turizm ve diğer sektörler arasında birlikte iş geliştirilemesi,	Turizm ve diğer sektörler arasında birlikte iş geliştirilemesi,
	Sektörel bazda profesyonel turizm yatırımcısının yetersizliği	Sektörel bazda profesyonel turizm yatırımcısının yetersizliği
Kültür turizminin diğer sektörler ile desteklenmemesi	Gelişmemiş eğlence sektörüne sahip olmak	Eğlence sektörünün kentte arz ve talep bulmaması
	Alternatif turizme yeterince önem vermemesi	Alternatif turizme yeterince önem vermemesi
	Kültür turizminde yer alan faaliyetler arası sinerji oluşmamıştır	Kültür turizminde yer alan faaliyetler arası sinerji oluşmamıştır
	Yöresel ürünlerin sanayi sektöründe yer alamaması kümelenmenin sağlanamamış olması	Yöresel ürünlerin sanayi sektöründe yer alamaması kümelenmenin sağlanamamış olması
	İş geliştiriciler ve finansörler, otel/restoran işletenler ve tur operatörlerinin bütünleşik hareket etmemesi	İş geliştiriciler ve finansörler, otel/restoran işletenler ve tur operatörlerinin bütünleşik hareket etmemesi
	Ulaştırma sektörünün sadece karayolu olarak yer alması, çok modlu ulaşım sistemlerinin olması	Ulaştırma sektörünün sadece karayolu olarak yer alması, çok modlu ulaşım sistemlerinin olması

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

Kurumsal düzenlemelerin eksikliği	Sürdürülebilir bir Turizm yönetimine sahip olmamak	Sürdürülebilir bir Turizm yönetimine sahip olmamak
	Restorasyon ve turizm alanında işleri hızlandıracak yasal düzenleme yetersizliği	Restorasyon ve turizm alanında işleri hızlandıracak yasal düzenleme yetersizliği
	Kalkınma ajansı ve yerel yönetimler arası uygulama birlikteliğinin olmaması	Kalkınma ajansı ve yerel yönetimler arası uygulama birlikteliğinin olmaması
	Turizm faaliyetlerinin uzmanlar eliyle yürütülmemesi	Turizm faaliyetlerinin uzmanlar eliyle yürütülmemesi
	Denetim eksikliği sebebiyle fiyat-kalite-rekabet-hizmet dengesini tutturamaması	Denetim eksikliği sebebiyle fiyat-kalite-rekabet-hizmet dengesini tutturamaması
İklim avantajının yetersiz olması	Sadece haziran ve eylül aylarında ve haftasonu turizm faaliyetlerinin olması turizmin gelişmesinde önemli engellerdir	Sadece haziran ve eylül aylarında ve haftasonu turizm faaliyetlerinin olması turizmin gelişmesinde önemli engellerdir
Tehditler	Beypazarı	Safranbolu
Kurumsal zorluklar	Yatırım ve onarım işlerinde bürokrasinin çok olması	Yatırım ve onarım işlerinde bürokrasinin çok olması
	Stratejik turizm planların uygulanmaması	Stratejik turizm planların uygulanmaması
	Uygulanan programlarda izleme değerlendirme aşamalarının olmaması	Uygulanan programlarda izleme değerlendirme aşamalarının olmaması
Ürün kalitesinde rekabet	Beypazarı'nın yöresel ürünlerinin rekabetçi yapısının olmaması	İran Safranında yapılan hileler nedeniyle Safranbolu'da üretilen safrana duyulan güvensizlik
Finansal zorluklar	Yatırımda yetersiz sermaye	Yatırımda yetersiz sermaye
	Bütük yatırım yapacak girişimcinin, ülkenin genel ekonomisinden olumsuz etkilenme endişesi	Bütük yatırım yapacak girişimcinin, ülkenin genel ekonomisinden olumsuz etkilenme endişesi

Çizelge 5.47. (devamı) GFTZ

Diğer turizm bölgeleri ile rekabet zorlukları	Eğlence sektörüne yönelik faaliyetlerin az olmasından ötürü özellikle yaz aylarında ziyaretçilerin bu imkanlara sahip bölgeleri tercih etmesi	Eğlence sektörüne yönelik faaliyetlerin az olmasından ötürü özellikle yaz aylarında ziyaretçilerin bu imkanlara sahip bölgeleri tercih etmesi
	Tur programlarında, Beypazarı turizminin yalnızca gündüz faaliyetleri için kullanılıyor olması	Tur programlarında, Safranbolu'nun Amasra'nın tamamlayıcı olarak görülmesi

Beypazarı ve Safranbolu ilçeleri, gerek geleneksel konut dokusu, gerek somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilen gastronomisi, zanaat ve sözlü kültürü, gerekse doğal değerleri ile özgün niteliğe sahip ilçelerdir. İlçeler, sahip olduğu değerleri ile Safranbolu UNESCO kültürel miras listesinde yer almaktadır ve Beypazarı da Sokak Sağıklaştırma projesi ile başlayan projeye Ankaralıların ve çevre kentlerin cazibe merkezi olmuştur. GZFT, sorun analizi ve strateji geliştirme bölümlerinin ortak noktası, söz konusu değerlerin fark edilmesi, tanıtılması ve özellikle turizm sektöründen daha fazla katma değer sağlanması yönündedir.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turizm ve yerel ekonomik kalkınma arasındaki ilişki küresel boyut kazanmış yerel unsurlarla şekillenip gelişmektedir. Turizmin bir bölgede yoksulluğu azaltmada oynayabileceği rol, istihdam ve eğitim olanakları, turizm değer zincirlerinden elde edilen sonuçlar ve küçük işletme gelişimi için elverişli bir ortamın yaratılmasıyla ölçülebilir. (Milne ve Alteljecic, 2011). Bunlar arasında turizm tarafından yaratılan işlerden kazanılan ücretler, eğitim sonucunda elde edilen beceriler, turizmle bağlantılı dolaylı sektörlerden kazançlar ve küçük işletmelerin turizmden elde ettiği gelirler yer almaktadır. Turizmin tarım, inşaat ve ulaşım gibi temel sektörlerle paylaştığı bağlantı, turizmin değer yaratma zincirinin önemini bir kat daha arttırmaktadır. Turizm tüketiminin havacılık, konaklama, gıda, teknoloji gibi sektörlerin gelişmesi ve genişlemesi ve finans, lojistik, konferans ve eğlence gibi üçüncül hizmetlerin geliştirilmesi ile doğrudan bağlantısı vardır. Ayrıca ziyaretçiler ihtiyaçları doğrultusunda bulunduğu turizm bölgesinde sosyal altyapıdan da (bankalar, istasyonlar ve diğer servis hizmetleri) faydalanmak isterler. Bu da turizmin ekonomik değer yaratma ve sosyal hayata katkı sağlayabilme gücünün görünür kanıtıdır. Ziyaretçileri çekmek için bir ürün portföyü, destinasyonu etkin planlama ve yönetim, varış yerinin pazarlanması ve son olarak ilgili paydaşlarla ortaklıklar oluşturulması gerekmektedir. Bir bölgede sunulan turizm ürün ve hizmetleri ne kadar çeşitli olursa, bölge o kadar çekici hale gelir (Rogerson, 2002).

Tez kapsamında tarihi özellikleri ile kültür turizmde yeri olan Safranbolu ve Beypazarı çalışma alanı olarak seçilmiştir. Her iki ilçede doğal, kültürel-tarihi özellikler ve kültür turizmi destekleyen işletmeleri ile kültür turizmin gelişmiştir. Her iki ilçede tarımsal faaliyetler devam etmekte, doğal varlıklar yaygın da olsa en önemli sektör turizm haline gelmiştir.

Beypazarı ve Safranbolu’da kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkilerinin belirlenmesinde kültür turizminde yer alması gereken destekleyici hizmetler ikincil kaynaklar değerlendirilmiştir. Kültür turizminin etkilerini saptamak amacıyla anket tekniği kullanılarak, sektörde yer alan işletmeler ile verilen hizmeti alan ziyaretçilerin görüşleri değerlendirilmiştir. Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçi ve işletme sayıları artmış bu artışta sektörde ürün çeşitlenmesinin ve kurumsal desteklerin artması önemli rol oynamıştır.

Beypazarı ve Safranbolu’da otel ve pansiyonlar, restoranlar, hediyelik eşya ve yöresel ürün satan işletmeler, müzeler, kentlerin yerleşme dokusu kültür turizmin gelişmesini sağlamakta ve istihdam sağlama kapasiteleri ile yerel ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmektedir.

Tez çalışması; “yere özgü değerlere bağlı gelişen kültür turizmi, yerel kalkınmayı sağlayabilecek temel fonksiyondur” ana varsayımına dayanmaktadır. Her iki ilçenin de sahip olduğu kültürel miras ve tarihi özellikler yöreye çok boyutlu olanaklar sunmaktadır.

Tarihi kentler aynı zamanda gelenekleri, görenekleri, değerleri, yaşam biçimleri ile bütünleşik kent kimliğini de sürdürmektedir. Kentlerin kimlikleri benzer nitelikte olan diğer kültür turizmi yapan yöreleri de birbirinden ayırmaktadır. Kentin kimliği, yerel ekonominin sürekliliğini doğrudan etkilemektedir. Kültür turizmi ve yerel ekonomik kalkınma ilişkisini sorgulayan tezin araştırma soruları inanmış aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Kültür turizminin yerel kalkınma sürecinde etkili olup olmadığı; kültür turizmi farklı sektörlerde yerel ekonomiyi canlandırmakta ve dışa göçü önlemekte, yerel halkın girişimcilik kapasitesini arttırmakta, istihdamın çeşitlenmesini sağlamaktadır. Beypazarı ve Safranbolu’da doğal, tarihi ve kültürel potansiyelleri ile kültür turizmin gelişmiştir. Her iki ilçede de kültür turizmi; kültürel-tarihi değerleri devam ettiren konut dokusunda gelişmiştir. Safranbolu’nun Beypazarı’ndan temel farkı, konut dokusunun konaklama tesislerine dönüşmüş olmasıdır. Beypazarı’nda özgün konut dokusunda dönüşüm sokak sağlıklılaştırma proje ile olurken, Safranbolu’da köklü restorasyon projeleri uygulanmıştır.

Beypazarı ve Safranbolu’da kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkilerinin belirlenmesinde niteliksel ve niceliksel veriler değerlendirilmiştir. Niteliksel veriler ile kültür turizminde yer alması gereken destekleyici hizmetleri açıklayan ikincil kaynaklar değerlendirilmiştir. Niceliksel veriler ile de, kültür turizminin etkilerini saptamak amacıyla anket tekniği kullanılmış, sektörde yer alan işletmeler ile verilen hizmeti alan ziyaretçilerin görüşleri değerlendirilmiştir. Kültür turizminin yerel ekonomik kalkınmaya etkisinin değerlendirilmesi için Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçi ve işletmeciler ile anket çalışması yapılmıştır. Bu amaçla da Beypazarı’nda; ziyaretçilerle 66, işletmecilerle 50, Safranbolu’da; ziyaretçilerle 78, işletmecilerle 61 anket yapılmıştır.

Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçi ve işletme sayıları artmış bu artışta sektörde ürün çeşitlenmesinin ve kurumsal desteklerin artması önemli rol oynamıştır. Beypazarı ve

Safranbolu’da otel ve pansiyonlar, restoranlar, hediyelik eşya ve yöresel ürün satan işletmeler, müzeler, kentlerin yerleşme dokusu kültür turizmin gelişmesini sağlamakta ve istihdam sağlama kapasiteleri ile yerel ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmektedir.

Literatür taramasında, kültür turizmin yerel ekonomik kalkınmaya olan etkileri üç dalga ile açıklanmaktadır. Yerel kalkınma sürecini izleyerek kuramsallaştırılmasından, birinci dalga olarak belirlenene dönemde büyük ve etki yaratan yatırım ile başladığı görülmektedir. Safranbolu ve Beypazarı’nda ilk ivme kent dokusunun iyileştirilmesidir. Ancak, yerel ekonomik kalkınmada başarılı olan kentlerde yerel firmaları büyütme yönelik bütünsel bir strateji geliştirildiği, rekabetçi bir yerel yatırım ortamı sağlandığı, ağ oluşturulup ve işbirliğini desteklendiği ve teşvik edilmesi, iş kümelerinin geliştirildiği ve kümelenmenin büyümesi için iç yatırımların desteklendiği görülmektedir. Hem Beypazarı’nda hem Safranbolu’da üç dalga ile ifade edilen yerel kalkınma sürecinin ilk aşamasının gerçekleştiği, ikinci aşamaya da kısmen geçilebildiği görülmektedir.

Yere özgü özellikler kültür turizmini gelişmesinde etkili olup olmadığı; Beypazarı’nda turizmi hızlandıran ilk girişimler 1996 yılında yerel belediyenin girişimleriyle Alaaddin Sokak Sağlıklaştırma Projesi’nin başlatılmasıyla gerçekleşmiştir. Safranbolu’da ise kent 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi’ne girerek turizmi hızlandıran ilk girişimlerine başlamıştır. Bu çerçevede Beypazarı ve Safranbolu yerel ekonomik kalkınmada kültür turizmine verdiği önem ile benzer özellikler gösteren iki kenttir. Safranbolu, bir sahil kenti olan Amasra’ya yakın ve güzergâhların kesişim noktasında bulunan bir kent iken, Beypazarı güzergâhların bitiminde son durak olarak göze çarpmaktadır. Bu özelliğinden dolayı gelen ziyaretçi profilleri de değişkenlik göstermekte olup, Safranbolu yerli ve yabancı turist sayısında Beypazarı’na göre konumundan dolayı daha avantajlı konumda yer almaktadır. Gelen ziyaretçilerin taleplerine göre turizm altyapısı gelişmiştir. Konaklama tesis sayısı ve yatak kapasitesi, konaklama süreleri de göz önüne alındığında Safranbolu, Beypazarı’na göre daha fazla kapasiteye sahiptir. Safranbolu’daki otel ve pansiyonlara ulaşım güzergâhı olarak daha kolay olmasının yanında, internetten de ulaşılması arama motorlarını aktif olarak bulunmalarından dolayı daha kolaydır. Beypazarı’nda ise durum tam tersi olup, otel ve pansiyonların arama motorlarında hepsinin bulunmadığı görülmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin daha çok bulunduğu kent olan Safranbolu’da konaklama ücretleri de verilen hizmet ve konumlarından dolayı Beypazarı’na göre daha yüksektir.

Beypazarı’nda kent kimliğini “Yaşayan Tarih” oluşturmakta olup bu da kentin sloganı haline gelmiştir. UNESCO Dünya Miras Listesi’ne girdikten sonra “Korumanın Başkenti”, “Dünya Mirası” ve “Kendini Koruyan Kent Safranbolu” gibi sloganları kullanan Safranbolu’da kent kimliğini koruma kültürü oluşturmaktadır. Beypazarı’nda ve Safranbolu’da turizmi destekleyebilecek kültürel özellikler bulunmaktadır. Bunlar; kültürel varlıkları, müzeleri, marka olan ürünleri, el sanatları, yöre yemekleri, doğal güzelliklerden oluşmaktadır. Kültürel özelliklerinden vadileri, türbeleri, sit alanları, tescilli yapıları, müzeleri benzer özellikler göstermekte olup, yöreye özgü ürünlerin özellikle marka olmuş Beypazarı kurusu, Beypazarı gümüş işçiliği, Safranbolu lokumu, safran bitkisi, el sanatlarının farklılaştığı görülmektedir. Yerellik faktörlerini öne çıkan ürünler göz önünde bulundurulduğunda kentlerde farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Beypazarı’nda Beypazarı’nın mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla Turizm Bakanlığı, Kültür Bakanlığı ve Beypazarı Belediye Başkanlığı arasında yürütülen işbirliği ile geliştirilen sokak yenileme projeleri başarılı proler olmuş, bu sayede diğer turizm yatırımları da gerçekleşmiştir. Başarılı proje örnekleri turizmi hareketlendirmiştir. Safranbolu’da uluslararası proje desteği turizmi olumlu etkilemiştir. Yapılan anketler sonucunda işletmeciler ve ziyaretçilerin de bu süreçten olumlu etkilendiği görülmüştür.

Beypazarı ve Safranbolu’da konaklama, yeme-içme, yöresel aktiviteler (yöresel el sanatları ve yöresel ürünler gibi) yöre halkının gelirlerinin artmasına neden olmaktadır. Başarılı örneklerin olması Beypazarı ve Safranbolu’da yeni yatırımlar yapabilme potansiyelini arttırmaktadır. Beypazarı ve Safranbolu’nun köklü tarihi ve kültürel özellikleri ile kültür turizminin çok sektörlü gelişme kapasitesi olan yerleşmelerdir.

Diğer taraftan turizmin gelişmesinin önündeki engeller sorulduğunda tanıtım eksikliğinin her iki kent içinde en önemli sorun olduğu belirtilmiştir. Ayrıca işletmelerin bakım-onarım maliyetlerinin yüksek olması zorlayıcı bir problem olarak gözükmektedir. Belediyeler tarafından gerçekleştirilen tanıtım çalışmalarının ve kamu yardım ve teşviklerinin her iki kent içinde işletmeciler tarafından yeterli görülmediği ve eksiklerinin olduğu anlaşılmaktadır. Yerel ekonomik kalkınma programlarında izleme ve değerlendirme olmadığı zaman başarılı olur mu sorusu yukarıdaki bulgular doğrultusunda, bu aşamalarda gerekli olduğu ve yapılmadığı takdirde başarılı olamayacağı anlaşılmaktadır.

Kültür turizmi diğer sektörler ile ilişkili gelişip gelişmediği; kültür turizminin diğer sektörleri de etkilediği görülmektedir. Tarım, inşaat, eğitim ve ulaşım gibi temel sektörlerle etkileşim halinde olduğu uygulanmaya çalışılan projelerle her iki kentte de bunu kanıtlar niteliktedir. Özellikle tarım ve eğitim alanında yapılan projeler ile yerel kalkınma ve halka katkının arttırılacağı hedeflenmekte olup, tarımda Beypazarı “1000 Köyde 1000 Ziraat Mühendisi Projesi” (organik sebze yetiştiriciliği) ve “Hibrit Sebze Tohumculuğunu Geliştirme Projeleri” gerçekleştirmektedir. Safranbolu’da ise “Dünyanın En Pahalı Baharatı Safranbolu Safranı Yayım Projesi” ve SAKEM’in düzenlediği “Örtü Altı Sebze Yetiştiriciliği” ile yerel potansiyellerin devamlılığı sağlanmaya çalışılmaktadır. Eğitimde de buna benzer şekilde Beypazarı’nda Halk Eğitim Merkezi ve Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu tarafından, Safranbolu’da Meslek Yüksekokulu, SAKEM ve Halk Eğitim Merkezi tarafından yerel halkı bilinçlendirecek kurslar ve eğitimler düzenlenmektedir.

Her iki kentte de sahip oldukları kültürel potansiyeller ile gerçekleştirilen faaliyetler yerel ekonomiyi canlandırmayı başarmıştır. Her iki kentte ekonomik, sosyal ve fiziksel gelişimler göstermiştir.

Beypazarı ve Safranbolu’da kamu tarafından gerçekleştirilen örgün ve yaygın eğitimden faydalanmayı işletmeciler tercih etmemektedirler. Daha geleneksel olarak, tecrübe ederek kendi işlerinde devam etmek istedikleri anlaşılmaktadır.

Beypazarı ve Safranbolu’da kurumsal olarak girişim fazla olmasına karşın turizm paydaşları arasında ilişkinin olmaması da değerlendirilmiştir. Her iki kentte de ulusal ve uluslararası ağ sisteminde başka işletmelerle bağlantı kurulmamaktadır. Bu da ağ oluşturma ve işbirliğinin olmadığına ayrıca iş kümelenmesinin de gerçekleşmediğini göstermektedir. Ayrıca paydaşlar arasında ilişkinin olmaması da turizmi olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır

Kent kimliğinin, Beypazarı ve Safranbolu ziyaretçilerde etkili olup olmadığı; Beypazarı ve Safranbolu ziyaretçiler açısından nasıl algılanmaktadır soruna aşağıdaki bulgular çerçevesinde değerlendirilmiştir. Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçilerin demografik özellikleri benzerlik göstermekle beraber, ulaşım tercihleri, konaklama süreleri ve kullanılan organizasyonlar farklılaşmaktadır. Ziyaretçilerle yapılan anket çalışmasında dikkat çeken nokta her iki kentte de turizmi algılama şekillerinin aynı olması ve ağırlık noktasının olmamasından dolayı öncelik sıralamaları bulunmamaktadır. Bu da kentlerin belirli bir imajlarının bulunmadığının ziyaretçiler tarafından algılandığını ortaya koymaktadır.

Beypazarı ve Safranbolu’da yapılan anket çalışmalarında turizmin kent üzerine etkilerinin işletmeciler tarafından algılanmasında; işletme sayısı arttıkça yerel yönetimler ile iletişimin zayıfladığı, iyi eğitilmiş nüfus için iş fırsatlarının yaratılmadığı, yerel nüfusun kenti terk ettiği, kentte yatırımcıların artmadığını ifade etmişlerdir. Beypazarı’nda sokak sağlıklılaştırması ve Safranbolu’nun UNESCO Dünya Miras Listesine girmesiyle başlayan turizm hareketliliğinin ekonomik ve sosyal olarak gelişim göstererek günümüze gelmesi gerekirken işletmeciler tarafından bu konularda negatif bir algı oluşmuştur.

Yapılan çalışmalar sonucun elde edilen veriler çerçevesinde bazı öneriler geliştirilmiştir.

- *Her iki turizm yerleşiminde tanıtım eksikliğinin giderilmesi için ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtım çalışmalarının yapılması,
- * Belirli mevsimlerde yoğunlaşan turizm aktivitesini yılın bütün mevsimlerine yayacak, tüm yılı kapsayan turizm aktivite plan ve projelerinin yapılması,
- * Yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirme ve bilgilendirilme faaliyetlerinin yapılması,
- * Yerellik bilincine dayalı yerel kimliğin kaybolmasını önleyecek, yerel unsurların ön planda tutulduğu projelerin geliştirilmesi ve desteklenmesi ve de iyi uygulama örnekleri oluşturulması,
- * Merkezi yönetimlerin, yerel yönetimlerle daha çok çalışma yaparak turizmin sürekliliğinin sağlanması,
- * İşletmecilere yönelik teşviklerde öncelikler tanınması,
- * İşletmecilerin bilgi, beceri ve eğitim seviyelerinin yükseltilmesi için daha fazla imkanın sunulması,

- * Üretici ve satıcı arasındaki birliktelik ve kooperatifleşme sağlanarak standartlaşmaya gidilmesi,
- * Alternatif turizm türlerini de içeren tur programlarının oluşturulması,
- * Uluslararası kurum ve kuruluşlarla bağlantıya geçilmesi,
- * Ürünlerde markalaşma ve markalaşmış ürünlerin tanıtımının yapılması sağlanmalıdır.





KAYNAKLAR

- Aktakas, B. G. (2006). *Bölgesel/Yerel Kalkınma, Bölgesel Gelişme İçin Bir Model*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Aktüre, S. ve Şenyapılı, T. (1976). Safranbolu'da mekânsal yapının gösterdiği nitelikler ve koruma önerilerinin düşündürdükleri. *Ortadoğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 61-96.
- Atak, S. (2008). *Beypazarı Şehri'nin Kuruluşu, Gelişimi ve Şehir İçi Arazi Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bennett, R. and Krebs G. (1991). *Local Development Public- Private Partnerships Initiation in Britain and Germany*, London: Belhaven Press, 15.
- Binns, T. and Nel, E. (2002). Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, 168(3), 235-247.
- Blakely, E. J. (1989). *Planning Local Economic Development: Theory and Practise*, Newbury Park, California: Sage Publications, 75.
- Blakely, E. J. and Leigh, N. (2010). *Planning Local Economic Development: Theory and Practise*, California: Sage Publications, 75.
- Bogardus, E. S. (1920). *The essentials of social psychology*. Los Angeles: University of South California Press, 13.
- Bonet, L. (2003). Cultural Tourism. In R. Towse (Eds). *A Handbook of Cultural Economics*. Northampton: Edward Elgar Publishing. 187-193.
- Bozkurt, T. (2004). *Beypazarı'ndaki Türk Devri Yapıları*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, 9.
- Bozkurt, T. (2012). Seyahatnamelerde Beypazarı Tarihin Peşinde, *Uluslararası Tarih Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 258-291.
- Bretschger, L. (1999). Knowledge diffusion and the development of regions, *The Annals of Regional Science*, 33 (3), 251-268.
- Brida, J.G. and Pulina, M. (2010). *A Literature Review on the Tourism-led Growth Hypothesis*. Cagliari: Cuec, 11.
- Burns, P. (1999). Paradoxes in planning: Tourism elitism or brutalism. *Annals of Tourism Research*, 26 (2), 329-349.
- Conroy, M. E. (1975). *The challenge of urban economic development: goals, possibilities and policies for improving the economic structure of cities*, Lexington: Lexington Books, 45.

- Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., ve Kaya, F. (2017). Geleneksel Türk Tatlısı Olarak Lokum ve Safranbolu Lokumu, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 333-344.
- Du Cros, H. and McKercher, B. (2002). *Cultural Tourism. The partnership between tourism and cultural heritage management*. Binghampton: The Haworth Press, 1.
- Eraydın, A. (2002). *Yeni Sanayi Odakları: Yerel Kalkınmanın Yeniden Kavramlaştırılması*, Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Matbaası, 4.
- Faroghî, S. (1985). Onyedinci Yüzyıl Ankara'sında Sof İmalatı Ve Sof Atölyeleri, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 1-4 (41), 237-259.
- Gratton, C. and Richards, G. (1996). The economic context of cultural tourism. Richards, G. (ed.), *Cultural Tourism in Europe*. Oxon: Cab International, 22.
- Gray, A. and McGuigan, J. (1997) *Studying Culture: An Introductory Reader*, London: Edward Arnold, 119.
- Gül, H. (2004). *Ekonomik Kalkınmada Yerel Alternatifler*, Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, DPT ve PAÜ, Ankara, Cilt I, 201-219.
- Günay, Z. (2010). *Neoliberal Kentleşme Dinamikleri Çerçevesinde Tarihi Çevrenin Sürdürülebilirliği: Sürdürülebilir Kentsel Koruma Modeli*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hyytia, N. and Kola, J. (2013). Tourism Policy as a Tool for Rural Development. *Applied Economics Perspectives and Policy*, 35(4), 708-730.
- Hristova, S. and Tast, J. (2015). The emergence and significance of local economic development. *Economic Development*, 3, 379-398.
- Ildırar, M.(2004). *Bölgesel Kalkınma Ve Gelişme Stratejileri*, Ankara: Nobel Yayınları, 124.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Cape Town: Juta & Company Ltd, 11.
- İnternet: Ankara Kalkınma Ajansı, (2014). Ankara Göç Analizi Araştırmalar Serisi. URL: <http://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/Ankara-Goc-Analizi.pdf> Son Erişim Tarihi 03.06.2019.
- İnternet: Ankara Kalkınma Ajansı, (2018). Ankara Keçisi, Tiftik ve Sof. URL: [file:///C:/Users/sence/Desktop/Ankara-Ke%C3%A7isi-Tiftik-ve-Sof%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sence/Desktop/Ankara-Ke%C3%A7isi-Tiftik-ve-Sof%20(1).pdf) Son Erişim Tarihi 03.06.2019.
- İnternet: Ankara Kalkınma Ajansı, (2018). İstatistikler ile Ankara. URL: https://www.ankaraka.org.tr/tr/istatistiklerle-ankara-2018_4483.html Son Erişim Tarihi 03.06.2019.

- İnternet: Beypazarı'nın Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejisi Projesi Raporu, (2012). URL: https://www.ankaraka.org.tr/tr/beypazari-yoresel-urunleri-ticarilestirme-stratejisi-raporu_3757.html Son Erişim Tarihi 02.06.2019.
- İnternet: Belediye Belgeli Tesis İstatistikleri. URL: <https://yigm.ktb.gov.tr> Son Erişim Tarihi: 07.06.2019.
- İnternet: Halk Eğitim Merkezi. URL: <http://beyhem.meb.k12.tr/> Son Erişim Tarihi: 16.04.2019.
- İnternet: Konaklama il-ilçe dağılımı. URL: <https://yigm.ktb.gov.tr> Son Erişim Tarihi: 07.06.2019.
- İnternet: Kurs Programları. URL: <http://www.sakem.org/> Son Erişim Tarihi: 04.05.2019.
- İnternet: Livescience, (2012). What is Culture? Definition of culture. URL: <http://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.html>. Son Erişim Tarihi 18.05.2019.
- İnternet: ÖSYM (2018) Tablo-3 Merkezi Yerleştirme İle Öğrenci Alan Yükseköğretim Önlisans Programları. URL: https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2018/YKS/YER/Tablo3MinMax_31082018.pdf. Son Erişim Tarihi 06.05.2019.
- İnternet: Safranbolu Belediyesi Tarihsiz URL: <http://www.tarihiKentlerBirligi.org/wp-content/uploads/SAFRANBOLU.pdf>. Son Erişim Tarihi 08.05.2019.
- İnternet: Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası (2019). URL: <http://www.safranbolutso.org.tr/safranbolu-ekonomisine-genel-bakis>. Son Erişim Tarihi 07.05.2019.
- İnternet: Safranbolu Ekonomisine Genel Bakış. URL: <http://www.safranbolutso.org.tr/safranbolu-ekonomisine-genel-bakis/> Son Erişim Tarihi: 17.05.2019.
- İnternet: The Hofstede Center (2013). National cultural dimensions. URL: <http://geert-hofstede.com/national-culture.html>. Son Erişim Tarihi 12.05.2019.
- İnternet: The South African LED Network, (2017). LED in South Africa. URL: led.co.za/led-in-south-africa. Son Erişim Tarihi 11.05.2019.
- İnternet: TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, (2018). URL: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, Son Erişim Tarihi 11.05.2019.
- İnternet: Turizm Çeşitleri. URL: <http://www.wikipedia.com> Son Erişim Tarihi: 03.04.2019.
- İnternet: Turizm İşletme Belgeli Konaklama İstatistikleri. URL: <https://yigm.ktb.gov.tr> Son Erişim Tarihi: 07.06.2019.

- İnternet: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation – UNESCO (2003). Baltic cultural tourism policy paper, Estonian, Latvian and Lithuanian National Commissions for UNESCO 2001-2003, [Online], Available from: URL: http://www.unesco.ee/dok/bct_full.doc. Son Erişim Tarihi 03.05.2019.
- İnternet: World Bank, (2001) URL: www.worldbank.org. Son Erişim Tarihi 06.05.2019.
- İnternet: World Bank,(2006). Local economic development: a primer developing and implementing local economic development strategies and action plans. Available at: URL: <http://www.worldbank.org/urban/led> Son Erişim Tarihi 06.05.2019.
- İnternet: World Bank, (2017). What is local economic development. URL: <http://go.worldbank.org/EA784ZB3F0> Son Erişim Tarihi 03.05.2019.
- İnternet: World Tourism Organization (2013). Understanding Tourism: Basic Glossary. URL: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>. Son Erişim Tarihi 04.05.2019.
- İnternet: World Tourism Organization (2013). Why Tourism?. Key Numbers. URL: <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>. Son Erişim Tarihi 04.05.2019.
- Jacob P. George, V.R. Pramod (2013). SWOT Analysis of Steel Re Rolling Mills (A comparative study of international brand with a local brand), *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3 (12), 2250-3153.
- Jenks, C. (1993). *Culture*. London: Routledge, 9.
- Karafakı, F. (2014). *Eski Türk Kentlerinde Ekolojik Parametrelerin Yerleşim Üzerine Etkilerinin İrdelenmesi, Beypazarı Kent Merkezi Örneği*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Keskin, Ü. (2008). *Türkiye’de Sokak Sağlıklaştırma Olgusunun Örneklerle İrdelenmesi: Ankara-Beypazarı, Kocaeli- Merkez, Kayseri-Talas Örnekler*, Uzmanlık Tezi, Kültür Ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları Ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kuban, D. (1968). Anadolu-Türk Şehri: Tarihi Gelişmesi, Sosyal Ve Fiziki Özellikleri Üzerinde Bazı Gelişmeler, *Vakıflar Dergisi*, 7, 53-73.
- Kurt, İ. (2009). *Beypazarı İlçesinde Kırsal Turizm*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Loukatos, D. (1982). Folklore and tourism in Greece. *International Folklore Review*, 2, 65-69.
- Metaxas, T. (2004). Medium sized cities economic development and regional competitiveness: the case of Larissa- Volos dipole in Thessaly region of Greece. *Discussion Paper Series*, 10 (7), 161-200.
- Meyer, D.F. and Meyer, N. (2015). The role and impact of tourism on local economic development: A comparative Study. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 21 (1), 197-214.

- Milne, S. and Ateljevic, I. (2011). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3(4), 369-393.
- Moisă, C. (2007). The global importance of the youth travel, The Journal of the Faculty of Economics. *Economic Science Series*, 01, 443-446.
- Osmankovic, J., Zrnic, R. and Kenjic, V. (2010, October). *Tourism- creator of the local and regional development*. Paper presented at the First International Conference ICES, Sarajevo.
- Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16 (26), 129-142.
- Özşen, Z., Köksal, Y., Demirtaş, N. (2017). Beypazarı Halkının Turizmin Ekonomik Etkileri Üzerine Algısı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (9), 439-456.
- Phiri, A. (2016). Tourism and Economic Growth in South Africa: Evidence from Linear and Nonlinear Cointegration Frameworks. *Managing Global Transitions*, 14(1), 31-53.
- Rásky, B. (1998). Cultural policy/policies in Europe. In Ellmeier, A. and Rásky, B. (eds) *Cultural Policy in Europe-European Cultural Policy*. Vienna: Österreichische Kulturdocumentation, Internationals Archiv für Kulturanalysen, 5-85.
- Richards, G. (1993). Cultural Tourism in Europe. In Richards, G (Eds). *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: Cabi Publishing, 67-80.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: Cab International, 22.
- Richards, G. (1999). European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. In Dodd, D. and vanHemel, A-M. (Eds) *Planning European Cultural Tourism*. Amsterdam: Boekman Foundation, 16-32.
- Richards, G. (2000). Cultural tourism: challenges for management and marketing. In Gartner, W. and Lime, D. (Eds) *Trends 2000*. Wallingford: Cab International, 187-195.
- Rivett-Carnac, K. (2009). Local economic development, tourism and land use choices. *Development Bank of South Africa*, 4, 7.
- Rogerson, C. M. (2002). Tourism-Led Local Economic Development: The South African Experience. *Urban Forum*, 18(2), 49-68.
- Rogerson, C. M. (2013). Tourism and local development in South Africa: Challenging local governments. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 2, 9-23.
- Rogerson, C. M. (2014). Reframing place-based economic development in South Africa: the example of local economic development. *Bulletin of Geography. Socioeconomic Series*, 24 (24), 203-218.

- Rogerson, C. and Nel, E. (2016). Planning for local economic development in spaces of despair: Key trends in South Africa's 'distresses areas'. *Local Economy*, 31(1-2), 124-141.
- Shaaban, I. A., Ramzy, Y. H. and Sharabassy, A. A. (2013). Tourism as a Tool for Economic Development in Poor Countries: The Case of Comoro Islands. *African Journal of Business and Economic Research*, 8 (1), 127-145.
- Shaw, G. and Williams, A. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*, London: Sage Publications, 169-172.
- Shirk, D. A. (2000). Mexico's victory: Vicente Fox and the rise of the Pan. *Journal of Democracy*, 11 (4), 25-32.
- Swarbrooke, T. (1999). *Sustainable Tourism Management*. UK: Cab International, 307.
- Habimana T., Mutambuka D., and Habinshuti, P. (2018). The Contribution of SWOT Analysis in the Competitiveness of Business Enterprises in Rwanda. *Journal of Economics, Business and Management*, 6 (2), 56-60.
- Türk Dil Kurumu. (1969). *Türkçe sözlük (genişletilmiş baskı)*. Ankara: Türk Dil Kurumu, 1623.
- Visser, G. and Hoogendoorn, G. (2012). Uneven Tourism Development in South Africa: another Ongoing Struggle. *Africa Insight*, 42(2), 66-75.
- Yavuz, A. (28-30 Mayıs 1999). *Beyazıt Suluhan*, Tarihi, Kültürü ve Sanatıyla III. Eyüp sultan Sempozyumu Tebliğler Sempozyumunda sunuldu, İstanbul.
- Yetiş, R., Turcan, Y., Dinçer, A. (2018). *Safranbolu Kent Formunun Tarihsel Serüveni ve Morfolojik İncelemesi*, "Değişen Kent" Değişen Kent, Mekân ve Biçim Türkiye Kentsel Morfoloji Araştırma Ağı II. Kentsel Morfoloji Sempozyumunda sunuldu, İstanbul.
- Yücel, F. ve Yılmaz, A. (2006). Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi Fuarlarının Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 505-522.
- Zaaijer, M. and Sara, L. M. (1993). Local Economic Development as an Instrument for Urban Poverty Alleviation: A Case from Lima, Peru. *Third world planning review*, 15(2), 128-142.



EK-1. Anket formu

1. Beypazarı ve Safranbolu’da ziyaretçilerin temel nitelikleri**1.1. Ziyaretçilerin demografik özellikleri**

1.Cinsiyet

☐ Erkek ☐ Kadın

2.Medeni Durum

☐ Evli ☐ Bekar

3.Meslek

☐ Çiftçi ☐ Memur ☐ Serbest ☐ İşçi ☐ Tüccar ☐ Ev hanımı ☐ Emekli ☐ Öğrenci ☐ Diğer

4.Yaş:-----

5.Öğrenim Durumu:-----

6.Gelir Düzeyi:-----

1.2. Ziyaretçilerin Tercihleri

1. Burayı ulaşımında hangi yolu kullandınız?

☐ Tur otobüsü☐ Özel araba

2. Kaç gün kalacaksınız?

☐ Gününbirlik☐ Bir gece☐ Birden Fazla

3. Hangi organizasyonlardan yararlandınız?5-

☐ Zaten bildiğim yerd☐ İnternette araştırıdım☐ Diğer.....

4. Kültür Turizmini nasıl algılıyorsunuz?(1-Kesinlikle katılıyorum 2-Katılıyorum 3-Kararsızım 4-Katılmıyorum 5-Kesinlikle katılmıyorum).

EK-1. (devamı) Anket formu

	1	2	3	4	5
Ekonomiyi geliştiren bir faaliyet					
Kültürün artmasını sağlayan bir faaliyet					
İnsanları kaynaştıran bir faaliyet					
Çevreyi güzelleştiren bir faaliyet					
Doğayı, tarihi ve kültürel değerleri koruyan bir faaliyet					
Toplumun ahlakını bozan bir faaliyet					
Diğer sektörleri geriletken bir faaliyet					
Çevreyi kirleten bir faaliyet					

5. Mevcut turizm olanaklarını nasıl buluyorsunuz?(1-Kesinlikle katılıyorum 2-Katılıyorum 3- Kararsızım 4-Katılmıyorum 5-Kesinlikle katılmıyorum).

	1	2	3	4	5
Turizm imkanlarını çekici bulmuyorum					
Yeterli buluyorum					
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve kalitedir					
Tarihi ve diğer kültürel kaynaklar turizme kazandırılmıştır					

6. Kentin turizm yönünden en önemli özelliği nedir?(1-Kesinlikle katılıyorum 2-Katılıyorum 3- Kararsızım 4-Katılmıyorum 5-Kesinlikle katılmıyorum).

	1	2	3	4	5
Alternatif turizme uygun zengin doğal güzellikler					
Tarihsel kültürel kaynaklar yönünden zenginlik					
Sakin ve güvenli bir ortam					
Yolların keşiştiği yerde bulunması					

EK-1. (devamı) Anket formu

7. Bu kent size neyi çağrıştırıyor?(1-Kesinlikle katılıyorum 2-Katılıyorum 3- Kararsızım 4-Katılmıyorum 5-Kesinlikle katılmıyorum).

	1	2	3	4	5
Tarihi evleri					
Küçük dar sokakları					
Yerel ürünleri					
Müzeler					
Kültür ve Sanat					
Yeme-içme					

2. Turizm işletmelerinin Kültür Turizmini Değerlendirmesi

İşletmecinin Özellikleri

8. İşletmenin adı:-----

9.Girişimcinin pozisyonu

() İşletme sahibi () Ücretli yönetici

10. Cinsiyeti

() Erkek () Kadın

11. Yaşı -----

12.Doğum yeri ve medeni durumu-----

13.Eğitim düzeyi

() İlkokul/ilköğretim

()Ortaokul

() Lise

EK-1. (devamı) Anket formu

- () Meslek lisesi (bölümü: -----)
- () Yüksekokul (bölümü: -----)
- () Üniversite (bölümü:-----)
- () Diğer. Belirtiniz.-----)

14.Ne zaman buraya geldiniz -----

15.İşletmenin niteliği: (yıldızlı otel-motel, pansiyon, seyahat acentası, tur operatörü, havayolu şirketi vb.)-----

16.Firmanın ilk kuruluş yeri, yılı?-----

17.Firmanız daha önce yer değiştirdi mi? Kaç kez? Firmanın daha önceki yerleri nerelerdi ve yer değiştirme gerekçeleri nelerdir?-----

18.İşletme türünü belirtiniz

- () Tek kişi işletmesi
- () Ortaklık (Aile-----, Diğer. Belirtiniz-----)
- () Franchise şube

() Zincirin bir parçası

19.İşletmenizin mülkiyet durumu

- () Kira
- () Mülk sahibi

20.Nasıl satın aldınız (mülk sahibi ise)

- () Kendi birikimi,
- () Borçlanarak (aile veya akraba),
- () Devlet desteği,
- () Banka kredisi,
- () Diğer. Belirtiniz-----

EK-1. (devamı) Anket formu

21.İşi büyütmek için kullanılan finansal yardım kaynağı?

- () Kendi birikimi,
 () Borçlanarak (aile veya akraba),
 () Devlet desteği,
 () Banka kredisi,
 () Diğer. Belirtiniz-----

22. a)Normal Zamanda Toplam Çalışan Sayısı:

Geçici çalışan sayısı:

Sürekli çalışan sayısı:

23. Bu işi yapabilmek ve başarılı olmak için eğitilmiş olmanın olmazsa olmaz bir koşul olduğuna inanıyor musunuz? Yoksa herkesin yapabileceği bir iş midir?-----

24.a)-Daha önceki girişimcilik deneyiminiz kaç yıl? Hangi sektörde? -----

b)Bu sektördeki girişimcilik deneyiminiz kaç yıl? -----

25.Ailenizde daha önce veya şimdi bu işi yapan anne-baba var mı? Belirtiniz.-----

26.Bu işe ne zaman başladınız?-----

27.İşletmenizde çalışanların ne kadarı (%kaçı) bu yerleşme (Safranbolu/Beypazarı) doğumlu? Aynı yer doğumlu olanlara öncelik tanıyor musunuz?-----

28. İşletmenin açık olduğu dönem

- () Tüm yıl
 () Yalnızca turizm sezonunda

29. Hangi aylar işlerinizin en yoğun dönemidir.-----

Hangi aylar işlerinizin en sakin dönemidir-----

EK-1. (devamı) Anket formu

30. İhtiyaçlarınızı (işletme ya da kişi) yerel kaynaklardan karşılamaya önem veriyor musunuz? Bugünkü durumda nereden temin ediyorsunuz(% olarak belirtiniz)?

Yiyecek, içecek:-----

Dayanıklı tüketim malları (mobilya,)-----

Diğer. Belirtiniz-----

31-Bulunduğunuz yerden memnun musunuz? Neden?-----

32-Burada yer seçmeniz işletmenizin büyümesinde/başarısında belirleyici oldu mu?

Neden?-----

33-Bu bölgede yer seçmenizin en önemli 3 nedenini belirtiniz?-----

34.Verdiğiniz turizm hizmet türleri (konaklama, yeme-içme(catering), tur hizmetleri vb.) sıralayınız-----

35.Hangi konularda (pazarlama, fazla rezervasyon, paket tur vb.) diğer işletmelerle bağlantılı çalıştığı:-----

36. İşletmenizde bilgisayar kullanılıyor mu? Hangi alanlarda belirtiniz?

() Web sayfası hazırlama/tanıtım

() Mali kayıtların düzenlenmesi () Nakit akışı planlama

() İşletme içi basit kayıtlar () Rezervasyon

() İşletme programı hazırlama () Kişisel depolama

() Müşteri bilgisi depolama () İş envanter kayıtları hazırlama

() On-line ürün alımları

() Ulusal ağ sisteminde başka işletmeler ile bağlantı kurma

() Uluslararası ağ sisteminde başka işletmeler ile bağlantı kurma

()Diğer . Belirtiniz-----

EK-1. (devamı) Anket formu

37. İşletmenizi pazarlamak için geleneksel pazarlama tekniklerinden hangisini/hangilerini kullanıyorsunuz?

(Yerli Turist ve Yabancı turist için)

- () Kent içindeki afişler -----
- () Belirli bir teknik olmadan, müşteriler arası sosyal ağlar-----
- () Dağıtılan broşürler -----
- () Kurumsal turizm ajansları -----
- () Yönlendirme tabelaları -----
- () Web sayfası tasarımı -----
- () Diğer. Belirtiniz. -----

38. İşyerinizin tanıtım ve bilinirliğini artırmak için bir programınız var mıdır?

- () Evet, sürekli uygulanan ve yenilenen programlar bulunmaktadır.
- () Evet, ancak süreklilik göstermemektedir.
- () Hayır, bir program bulunmamaktadır.

39. Müşterilerinizin %kaçı yerli, % kaç yabancıdır?-----

40.İşletmenize gelen ziyaretçilerinizin profili (aileler, tek başına gelenler, grupla gelenler) nasıldır?-----

41.Konaklama işletmesi ise:

Toplam yatak sayısı:-----

42. Herhangi bir ulusal veya uluslararası sertifika programınız var mı?Ne tür yaptırımlar gerektiriyor? Avantaj ve dezavantajları nelerdir?-----

43. Herhangi bir birlik, dernek, oda veya organizasyona bağlı iseniz belirtiniz. Size sağladığı avantajları belirtiniz.-----

44. İşletme kurma aşamasında bilgi ve destek aldığınız işletmeler var mı?-----

EK-1. (devamı) Anket formu

45. İşletme kurma aşamasında örnek aldığınız örnek işletmeler var mı?-----

46. İşletme kurmadan önce bu fikri/niyeti paylaştığınız size yol gösteren kişiler/kuruluşlar oldu mu? Kimler?-----

47.Bu işi yapmak için gerekli beceriyi nasıl kazandınız (aileden öğrendim, formel eğitim aldım, iş eğitiminden geçtim, gerekmiyor) -----

48. Kültür turizmin kent üzerine etkisini değerlendiriniz ?(1-Kesinlikle katılıyorum 2-Katılıyorum 3- Kararsızım 4-Katılmıyorum 5-Kesinlikle katılmıyorum).

	1	2	3	4	5
Turizm gelişmesi ile birlikte kentte vakit geçirecek yerlerin sayısı arttı					
Turizm kentin durağan yapısında önemli değişiklikler oluşturdu, gelenlere karşı davranışlar değişti					
İşletme sayısı arttıkça, yerel yönetimler ile iletişim güçlendi					
Doğal ve kültürel alanların turizmde pazar yarattığı farkındalığı arttı					
Yerel ürünlerin, turizmi artırdığı ve farklı olma bilincini artırdığı					
Dışa göç durdurularak nüfusun yerel olarak burada kalması sağlandı					
İyi eğitilmiş genç nüfus için iş fırsatları arttı					
Çevre kalitesi değişti					
Kültürel mirasın değeri ve korunması konusunda farkındalık yarattı					
Yerel halk tarım dışı faaliyetlere yöneldi					
Yerel ekonomik faaliyet çeşitlendi					
Kentte yabancı yatırımcılar arttı					
Yerel turizm işletmeleri arttı ve başarılı örnekler yeni işletmelere örnek oldu					
Kent nüfusunda artış başladı					

EK-1. (devamı) Anket formu

49.İşe başlamadan önce/veya sonra herhangi bir kursa gittiniz mi?-----

50. Bu işe başlarken yaşanan en temel problemler nelerdir?

() Satışlarda yetersizlik

() İş deneyiminin azlığı

() Çevresel sorunlar

() Mali açıdan eksiklikler

() İşyeri bilinirliğinin azlığı

() Kamusal yardım veya teşviklerin azlığı

() Diğer. Belirtiniz-----

51.Gelecekte işletmenize yönelik en temel hedefiniz nedir?

() Daha ileri seviyeye getirebilmek

() Mevcut konumunda değişiklik yapmamak

() farklı iş kollarına geçmek

() Diğer. Belirtiniz.-----

52. Turizmin gelişmesinde yerel yönetiminizin katkıları (altyapı, pazarlama vb) nelerdir?---

53.Turizmin gelişmesinde merkezi yönetimin katkıları nelerdir?-----

54. Yerleşiminizde turizmin gelişmesi önündeki engeller nelerdir belirtiniz?-----

55. İşletmenizin rekabet gücünü artırmak için daha çok neye ihtiyaç duyuyorsunuz? Neleri bunun önünde engel olarak görüyorsunuz?(maliyeti yüksek olması, fiyatları artırmak, mevsimsellik, yüksek vergiler vb. -----

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : KAHRAMAN, Ahmet Sencer
 Uyruğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 05.04.1990, Ankara
 Medeni hali : Bekar
 Telefon : 0 (544) 267 83 13
 e-mail : sencerkahramn@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi / Şehir ve Bölge Planlama	Devam Ediyor
Lisans	Gazi Üniversitesi / Şehir ve Bölge Planlama	2013
Lise	Kuleli Askeri Lisesi	2008

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2018-2019	Dzb İmar	Şehir Plancısı
2015-2018	Vadi Plan	Şehir Plancısı

Yabancı Dil

İngilizce
 Rusça

Yayınlar

Erol, D. ve Kahraman, A.S. (2019). Beypazarı Ve Safranbolu’da Kültür Turizminin Yerel Ekonomik Kalkınmaya Etkisi. 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı, 2, 319-328.

Hobiler

Futbol, Motorsiklet, Satranç



GAZİ GELECEKTİR..