

**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**YENİDEN İŞLEVLENDİRİLEN TARİHİ
YAPILARDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİ
EDEN ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

ÖMER SARAÇ

**DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. CANAN TANRISEVER YİĞİT**

KASTAMONU-2017

TEZ ONAYI

Ömer SARAÇ tarafından hazırlanan "**Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılarda Sürdürülebilirliğe Etki Eden Çekicilik Faktörleri**" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde savunulmuş ve **oy birliği** ile Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman Yrd.Doç.Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT
Kastamonu Üniversitesi

.....

Jüri Üyesi Doç.Dr. Gül GÜNEŞ
Selçuk Üniversitesi

.....

Jüri Üyesi Yrd.Doç.Dr. İrfan MISIRLI
Kastamonu Üniversitesi

.....

14/04/2017

Enstitü Müdür V. Prof.Dr. Duran AYDINÖZÜ

.....

TAAHHÜTNAME

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.

İmza

Ömer SARAÇ



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

YENİDEN İŞLEVLENDİRİLEN TARİHİ YAPILARDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİ EDEN ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ

Ömer SARAÇ

Kastamonu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT

Süreç içerisinde hızla gelişen bilim ve teknoloji, birçok konuda olduğu gibi bireylerin sosyal yaşantısını da büyük ölçüde etkilemektedir. Özellikle sanayi devrimiyle birlikte bireylerin çalışma şartlarında, aile yapılarında, dünya görüşlerinde, inançlarında ve ihtiyaçlarında bir takım değişiklikler oluşmaya başlamıştır. Bu değişiklikler sonucunda birçok tarihi yapı işlevini kaybetmiş terk edilmiş ve atıl kalmıştır. Atıl kalan bu yapılar, turizmde sürdürülebilirliğin öneminin ortaya çıkmasıyla değer kazanmıştır. Bu doğrultuda yeniden işlevlendirme faaliyetleri gerçekleştirilerek kıt kaynakların korunması, kültürel sürekliliğin gerçekleştirilmesi ve yapıların çevresine sosyal, kültürel ve ekonomik katkı sağlaması amaçlanmıştır. Konuya ilişkin yapılan literatür taramasında tarihi yapıların sürdürülebilirliğini ancak yaşatılmaya devam ederek sağlayabileceği savunulmuştur. Bu bağlamda Kastamonu’da yer alan tarihi yapıların yaşatılması için tercih nedeni olmasını sağlayan çekicilik faktörlerinin neler olduğu sorgulanmıştır. Ayrıca bu faktörlerin katılımcıların demografik özellikleriyle anlamlı farklılıklar oluşturup oluşturmadığı anket tekniğiyle araştırılmıştır. İki bölümden oluşan anket, 2016 yılının Ekim ayında başlayarak 2017 yılının şubat ayına kadar Kastamonu’da otel olarak işlevlendirilmiş tarihi yapılarda konaklayan 405 misafire uygulanmıştır. Anketin ilk bölümünde çekicilik faktörleriyle alakalı 17 ifadeye yer verilirken, ikinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 9 soru sorulmuştur. Veriler SPSS 23 istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde “yüzde”, “frekans” bağımsız iki değişken için “Spearman Korelasyon testi”, bağımsız iki grup için “Mann Whitney U testi,” bağımsız ikiden fazla grup için ise “Kruskal Wallis testi” kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcıların konak otelleri tercih etmelerine etki eden faktörlerin kültür, yaşam tarzı, meslek ve ekonomik durum olduğu, bu faktörler arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve bu faktörlerin turistlerin bireysel özelliklerinden, cinsiyet, eğitim durumu ve toplam aylık gelire göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yeniden İşlevlendirme, Sürdürülebilirlik, Turizm, Turistik Çekicilik

2017, 102

ABSTRACT**Postgraduate Thesis****ATTRACTION FACTORS THAT AFFECT SUSTAINABILITY IN
HISTORICAL REFUNCTIONED STRUCTURES****Ömer SARAÇ**

Kastamonu University

Institute of Social Sciences

Department of Tourism Management

Advisor: Assist. Prof. Canan TANRISEVER YİĞİT

Science and technology developing rapidly within the process also considerably affect social life of individuals as is in several issues. Particularly with industrial revolution, a number of changes have started to appear in working conditions, family structures, world perspectives, beliefs, and needs of individuals. As a result of these changes, numerous historical structures have lost their function and remained idle. These idle structures have gained value as the importance of sustainability in tourism has revealed. Accordingly, it was aimed to conserve scarce resources, actualize cultural sustainability, and provide social, cultural, and economic contribution around these structures by conducting refunctioning activities. In the related literature review, it was argued that sustainability of historical structures could be ensured only by sustaining them. In this context, attraction factors making historical structures located in Kastamonu as the reason to prefer in order to sustain them were questioned. Moreover, whether or not there were significant differences between these factors and demographic characteristics of participants was examined by using survey technic. A questionnaire with two sections was applied to 405 visitors staying in historical structures refunctioned as hotel in Kastamonu between October 2016 and February 2017. While the first section of the questionnaire included 17 statements about attraction factors, the second section included 9 questions asked to determine demographic characteristics of the participants. The data were analyzed by using SPSS 23 statistical software. “Percentage”, “frequency” “Spearman’s Correlation test” for two independent variables, “Mann Whitney U test” for two independent groups, and “Kruskal Wallis test” for more than two independent groups were used to analyze the data. According to the results of the study, it was determined that factors affecting the participants to prefer mansion hotels were culture, life style, occupation, and economic status, there was a positive correlation between these factors and these factors varied based on gender, educational level, and total monthly income among personal characteristics of tourists.

Key Words: Refunctioning, Sustainability, Tourism, Touristic Attraction
2017, 102

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim boyunca tezimi daha iyi yazabilmem için gerekli yetileri kazanmam noktasında, değerli yardımlarını benden esirgemeyen tüm hocalarıma,

Akademik hayatımda ve çalışmalarımnda, benim için yaptıklarına karşın bir ömür ne yapsam hakkını ödeyemeyeceğim; tezimin başından sonuna kadar varlığını her an hissettiren ve değerli yönlendirmeleriyle tezin daha iyi bir hal almasını sağlayan çok değerli hocam Sn. Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT' e,

Yüksek Lisans eğitimimin hem ders döneminde hem de tez aşamasında bir an olsun beni yalnız bırakmayan, çok değerli kardeşim Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU' ya,

Tezin birtakım biçim uygulamalarının usulünce yapılmasında, sağladığı katkı ve yardımlarından dolayı çok sevgili kardeşim Ramazan YAŞAR'a

Tezin uygulama alanı olarak belirlenen konak otellerde anketlerin titizlikle doldurulmasında gösterdikleri büyük özveriden dolayı başta Kadioğlu Konağı sahibi Fatih KADIOĞLU ve resepsiyon görevlisi Canan FETTAHOĞLU olmak üzere tüm KADIOĞLU ailesine,

Yüksek Lisans eğitimim esnasında sağladıkları hoşgörü ve anlayışlı ortam için Cide Rıfat Ilgaz M.Y.O. Müdürü Sn. Doç. Dr. Serkan ISLAK'a ve Müdür Yrd. Sn. Öğr. Gör. Onur ŞİMŞEK'e,

Son olarak hayatımın her anında olduğu gibi çalışmam boyunca da varlıklarıyla bana güç katan, destek olan canım aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ömer SARAÇ

Kastamonu, Nisan, 2017

İçindekiler

TEZ ONAYI.....	i
TAAHHÜTNAME.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	v
KISALTMALAR	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	x
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	4
TURİSTİK ÜRÜN VE ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ	4
1.1. Turistik Ürün Kavramı ve Tanımları	4
1.2. Turistik Ürünün Özellikleri.....	6
1.3. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar	8
1.3.1. Çekicilik Unsuru	8
1.3.2. Ulaşılabilirlik Unsuru.....	9
1.3.3. Turizm İşletmeleri Unsuru	10
1.3.4. Etkinlikler Unsuru	11
1.3.5. İmaj Unsuru.....	12
İKİNCİ BÖLÜM.....	15
YENİDEN İŞLEVLENDİRME KAVRAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	15
2.1. Tarihi Yapılarda Yeniden Kullanım ve Kültürel Süreklilik Kavramı.....	15
2.2. Koruma Kavramı.....	16
2.2.1. Tarihi Yapılarda Korumaya Yönelik Müdahaleler	17
2.2.1.1. Bakım	17
2.2.1.2. Onarım	18
2.2.1.3. Yeniden yapım (Rekonstrüksiyon)	19
2.3. Yeniden İşlevlendirme Kavramı	19
2.4. Yeniden İşlevlendirmenin Koruma Kavramı İçinde Yeri.....	20
2.5. Yeniden İşlevlendirmeyi Gerektiren Müdahale Yöntemleri.....	22
2.5.1. Yeniden Kullanım (Reuse).....	23
2.5.2. İyileştirme (Rehabilitation)	23
2.5.3. Yeniden Hayat Verme (Regeneration).....	24

2.5.4. Kentsel Yenileşme (Urban Renewal).....	24
2.5.5. Değer Kazandırma (Revalorisation)	25
2.5.6. Dönüştürme (Conversion).....	25
2.5.7. Yeniden Uyarlama (Readaptation).....	25
2.5.8. Geri Dönüşüm –bu bağlamda- Geri Kazanım (Recycling).....	26
2.5.9. Tekrar Değerlendirme (Reevaluation)	26
2.6. Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesini Gerektiren Nedenler.....	27
2.6.1. Sosyo Kültürel Değişiklikler Sonucu Tarihi Yapıların İşlev Kaybı	27
2.6.1.1. Toplumların aile yapılarındaki değişim	28
2.6.1.2. Toplumların dünya görüşü ve tutumlarındaki değişim	28
2.6.1.3. Toplumların inanç değerlerindeki değişim	28
2.6.2. Ekonomik Nedenler	29
2.6.3. Çevresel Nedenler	29
2.7. Tarihi Yapılarda Uygun İşlev Seçimini Etkileyen Faktörler	30
2.7.1. Yapıların Fiziki Yeterliliği	30
2.7.2. Yapıların İçinde Bulunduğu Çevre	30
2.7.3. Finansman İhtiyacının Karşılanması.....	31
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	32
YENİDEN İŞLEVLENDİRME VE TURİZM İLİŞKİSİ	32
3.1. Kültür Turizmi, Turistik Çekicilik ve Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılar İlişkisi.....	32
3.2. Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapıların Sahip Olduğu Turistik Çekicilik ve Sürdürülebilirlik İlişkisi	35
3.3. Avrupada Yeniden İşlevlendirme ve Turizm İlişkisi.....	36
3.4. Türkiye’de Yeniden İşlevlendirme ve Turizm İlişkisi	43
3.5. Kastamonu’da Birer Turistik İşletme Olarak Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılar.....	50
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	61
KASTAMONUDA YENİDEN İŞLEVLENDİRİLEN TARİHİ YAPILARIN SAHİP OLDUĞU ÇEKİCİLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİSİNİN İNCELENMESİ	61
4.1. Literatür Taraması ve Araştırmanın Kapsamı.....	61
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	66
4.3. Araştırmanın Hipotezleri.....	67

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	74
4.5. Araştırmanın Modeli ve Yöntemi	74
4.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	75
4.7. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	77
4.8. Anket Formunun Niteliği	77
4.9. Verilerin Analizi.....	82
4.10. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları	83
4.10.1. Araştırmaya Katılanların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular	83
4.10.2. Katılımcıların Kastamonu' yu Ziyaret Sayılarına İlişkin Bulgular	84
4.10.3. Katılımcıların Konak Otelde Konaklama Sayılarına İlişkin Bulgular	85
4.10.4. Katılımcıların Kastamonu'ya Geliş Amacına İlişkin Bulgular	85
4.10.5. Araştırmanın Faktör Dağılımı ve Güvenilirlik Analizi.....	85
4.10.6. Katılımcıların Vermiş Oldukları Yanıtlara Göre Ölçek Boyutları Üzerine Normallik Testi	87
4.10.7. Katılımcıların Vermiş Oldukları Yanıtlara Göre Ölçek Boyutları Üzerine İlişki Testi	88
4.10.8. Katılımcıların Cinsiyet Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	89
4.10.9. Katılımcıların Medeni Durum Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	90
4.10.10. Katılımcıların Yaş Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	90
4.10.11. Katılımcıların Eğitim Durumlarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	91
4.10.12. Katılımcıların Meslek Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	93
4.10.13. Katılımcıların Toplam Aylık Gelirleri Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	94
4.10.14. Katılımcıların Kastamonu'ya Geliş Sayısı Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	96
4.10.15. Katılımcıların Konak Otellerden Aldığı Hizmet Sayısı Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması	96
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	98
KAYNAKÇA.....	103
EKLER.....	120
ÖZGEÇMİŞ	122

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
DÇKK	: Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu
NPS	: National Park Service (Milli Park Hizmeti)
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KKV	: Kastamonu Kalkınma Vakfı
UNEP	: United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)
WCED	: World Comission on Environment and Devolopment (Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu)
WTO	: World Tourism Organisation (Dünya Turizm Örgütü)

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Castel Sant’ Angelo Kalesi.	37
Şekil 2. Panteon.....	37
Şekil 3. Cafe Restaurant Open.	38
Şekil 4. Eyfel Kulesi	38
Şekil 5. Borry - Var Kalesi.....	39
Şekil 6. Tate Modern Sanat Galerisi	39
Şekil 7. Las Arenas dışı.....	40
Şekil 8. Las Arenas içi.....	40
Şekil 9. Üsküp Davutpaşa Hamamı	40
Şekil 10. Kolezyum.....	41
Şekil 11. Viyana Gazometreleri.	42
Şekil 12. Marcellus Tiyatrosu	42
Şekil 13. Konstantin Bazilikası.....	43
Şekil 14. Vezir Hamamı.....	43
Şekil 15. Ayasofya Müzesi	44
Şekil 16. Legacy Ottoman Otel.....	45
Şekil 17. Selçuklu Konağı.....	45
Şekil 18. The Public Hotel.	46
Şekil 19. Ayasofya Hamamı	47
Şekil 20. Seka Park	47
Şekil 21. Gökçüoğlu Konağı.....	48
Şekil 22. Elçi Konağı	49
Şekil 23. Gazi Konağı	49
Şekil 24. Ballık Konağı.....	50
Şekil 25. Cem Sultan Bedesteni.	51
Şekil 26. Eflanili Konağı.....	52
Şekil 27. Hafızbey Konağı.	52
Şekil 28. İsmail Bey Konağı.	53
Şekil 29. İzbeli Çiftliği.....	53
Şekil 30. Kadıoğlu Konağı.....	54
Şekil 31. Mazlumcuoğlu Konağı	54
Şekil 32. Kurşunlu Han.....	55
Şekil 33. Mevlana Konağı.....	56
Şekil 34. Münire Sultan Sofrası	56
Şekil 35. Osmanlı Sarayı.....	57
Şekil 36. Sinanbey Konağı.....	58
Şekil 37. Şadibey Çiftliği.	58
Şekil 38. Uğurlu Konakları	59
Şekil 39. Yakupağa Külliyesi.....	60
Şekil 40. Çizgi grafiği örneği (Scree Plot).....	80
Şekil 41. Araştırmanın boyutlarının minimum maksimum ve ortalama değerleri	81

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapılardaki çekicilik faktör yükleri.....	78
Tablo 2. Araştırmanın boyutlarına göre ortalama ve standart sapma değerleri	81
Tablo 3. Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin bulgular	84
Tablo 4. Katılımcıların Kastamonu'yu ziyaret sayıları	84
Tablo 5. Katılımcıların konak otelde konaklama sayıları	85
Tablo 6. Katılımcıların Kastamonu'ya geliş amaçları	85
Tablo 7. Ölçek ifadelerinin faktör dağılımı ve güvenilirlik analizi	87
Tablo 8. Ölçeğin boyutları üzerine uygulanan normallik testi sonuçları	88
Tablo 9. Ölçek faktörleri üzerine ilişki testi.....	88
Tablo 10. Cinsiyet gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması.....	89
Tablo 11. Medeni durum gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması	90
Tablo 12. Yaş gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması.....	91
Tablo 13. Eğitim durumu gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması....	93
Tablo 14. Meslek gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması	94
Tablo 15. Toplam aylık gelirin çekicilik faktörlerine göre karşılaştırılması	95
Tablo 16. Kastamonu'ya geliş sayısının çekicilik faktörleriyle karşılaştırılması	96
Tablo 17. İşletmelerden alınan hizmet sayısının çekicilik faktörleriyle karşılaştırılması	97

GİRİŞ

Son zamanlarda dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler, insani ihtiyaçların değişiklik göstermesine paralel olarak varlığını her alanda olduğu gibi hızlı kentleşme konusunda da hissettirmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak tarihe tanıklık etmiş birçok yapı yıkılarak, yerini yeniden inşa edilecek çevresel olumsuzlukların oluşmasına neden olan geçmiş ve gelecekle bağı olmayan yapılara bırakmıştır.

Teknolojik gelişmeler sonucunda pervasızca sarf edilen enerji, güç ve kıt kaynakların önemi sürdürülebilirlik kavramının ortaya atılması üzerine anlaşılmış ve gerekli önlemler alınmaya başlanmıştır. Buna koşut olarak tarihe tanıklık eden yapılar, yenisinin inşa edilmesi yerine, mevcut yapı stokundan istifade etmek suretiyle çevreye verilecek zarar en alt düzeyde tutularak, toplumsal kültürün devamlılığını sağlamış ve varlığını sürdürebilmiştir (Dyllick ve Hockerts, 2002; Aydın ve Yıldız, 2010).

Sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik alınan önlemlerin daha da ötesine geçmek amacıyla 1975 yılında Amsterdam Bildirisi yayımlanmıştır. Bu bildiride, yapı için uygun işlevin belirlenmesi, sosyal dokunun korunması ve hassas restorasyon uygulamalarının gerçekleştirilmesi gerekliliği ortaya atılan önemli olgular arasında yer almıştır (Aksoy vd., 2012). Bu olgular ışığında yeniden işlevlendirme Amerika, Kanada, Hong Kong, Kuzey Afrika, Avustralya ve İspanya gibi birçok dünya ülkesinde tercih edilen bir koruma metodu haline gelmiştir (Langston, Wong, Hui ve Shen, 2007). Bu metot sürdürülebilirlik çerçevesi içerisinde her geçen gün daha da önem kazanırken, kullanımın olmadığı bir korumanın, sürdürülebilirliğini devam ettiremeyen bir korumacı anlayıştan öteye geçemeyeceği savunulmuştur (Tapan, 2007).

Bu doğrultuda yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların birer turistik işletme olarak sürdürülebilirliğinin inceleneceği bu araştırmada, yapıların turistik çekiciliklerinin neler olduğu ve bu çekiciliklerin yapıların sürdürülebilirliklerini ne ölçüde sağlayacağı sorularına yanıt aranmıştır.

Koruma açısından kullanımın önemli olduğu tarihi yapıların, eskiyi günümüze taşıması ve kültürümüzü yansıtması yönüyle nostaljik bir çekiciliğe sahip olması, birçok girişimcinin, bu tür yapıları birer turistik işletme olarak değerlendirmesini sağlamaktadır.

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların çekiciliğinden istifade etme düşüncesiyle birer turistik işletme olarak değerlendirilmesi, yapıların sürdürülebilirlik kapsamında kullanılarak korunmasını sağlayacaktır.

Çalışmanın taslağı

Çalışma 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turistik ürün ve çekicilik faktörlerine yer verilirken ikinci bölümde yeniden işlevlendirme ve yeniden işlevlendirmenin sürdürülebilirlikle ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise yeniden işlevlendirme ve turizm ilişkisi üzerinde durulurken dördüncü bölümde Kastamonu ilinde yeniden işlevlendirilen tarihi yapılardan hizmet alan müşterilere ilişkin hazırlanan anket ile çekicilik faktörlerinin belirlenmesi ve bu faktörlerin sürdürülebilirliğe etki edip etmediğini öğrenmeye yönelik bulgulara ulaşılmaya çalışılmış, sonuç geliştirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Çalışmanın muhtevası

“Turistik Ürün ve Çekicilik Faktörleri” adlı birinci bölümde araştırmanın konusunu oluşturan çekicilik faktörlerinin neler olduğunu anlayabilmek için öncelikle turistik ürün kavramı açıklığa kavuşturulmuş ve tanımı yapılmıştır. Sonrasında turistik ürünün özelliklerinden bahsedilmiş ve turistik ürünü oluşturan unsurlar ile çekicilik faktörlerine değinilmiştir.

“Yeniden İşlevlendirme Kavramı ve Sürdürülebilirlik” adlı ikinci bölümde ise yeniden işlevlendirmeyle kültürel sürekliliğin sağlanabileceğine dair birtakım bilgilere yer verilmiş ve bu doğrultuda korumanın önemli olduğu ortaya koyularak korumaya yönelik müdahale yöntemleri açıklanmıştır. Sonrasında yeniden işlevlendirme üzerinde durularak korumanın yeniden işlevlendirmede neden büyük önem taşıdığını, yeniden işlevlendirmeyi gerektiren müdahale yöntemlerinin neler

olduğunu ve bu yöntemlerin sürdürülebilirlikle nasıl ilişkilendirileceği açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. Son olarak yapıların yeniden işlevlendirmesini gerekli kılan nedenlerin ve bu yapılarda işlev seçimini etkileyen faktörlerin neler olduğu üzerinde durulmuştur.

“Yeniden İşlevlendirme ve Turizm İlişkisi” adlı üçüncü bölümde ise yeniden işlevlendirilerek estetik bir çekiciliğe sahip olan tarihi yapıların, kültür turizmiyle nasıl bir ilişki içerisinde olduğu ve bu durumun sürdürülebilirliğe nasıl katkı sağladığı üzerinde durulmuştur. Son olarak sürdürülebilirliğini sağlamış bu yapıların önce Avrupa’daki, sonra Türkiye’deki ve en sonunda Kastamonu’daki örneklerine yer verilmiştir.

Araştırmanın yönteminin yer aldığı dördüncü bölümde ise literatür taraması ve araştırmanın kapsamı, amacı ve önemi, hipotezleri, sınırlılıkları, modeli ve yöntemi, evren ve örneklemi ve veri toplama yöntemi açıklandıktan sonra anket formunun niteliği hakkında birtakım bilgilere yer verilmiştir. Son olarak anket formu vasıtasıyla, birer otel olarak yeniden işlevlendirilen konaklardan hizmet alan müşteriler üzerine yapılan araştırma sonuçları analiz edilmiş, sonuçlar çıkarılmış ve önerilerde bulunmak suretiyle çalışma sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİSTİK ÜRÜN VE ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ

Bu bölümde detaylı bir literatür taraması yapılarak turistik ürün kavramı ve tanımlarına yer verilmiştir. Sonrasında turistik ürünün özelliklerinden bahsedilmiş ve turistik ürünü oluşturan unsurlar ele alınmıştır. Son olarak çekicilik kavramı derinlemesine irdelenmiştir.

1.1. Turistik Ürün Kavramı ve Tanımları

Turizm, kişilerin devamlı ikamet ettiği yerlerden çıkarak, en az 24 saat ayrı kaldıkları ya da gittikleri yerlerdeki konaklama tesislerinin birinde en az bir gece kalmak ve geri dönmek üzere gerçekleştirmiş oldukları seyahat ile bu seyahatlerden doğan her türlü iş, sosyal etkileşim ve tüketim faaliyetleridir (Olalı ve Timur, 1988). Bu faaliyetler, zamana bağlı olarak değişen hayatın içerisinde kar sağlamak amacıyla işletmelerin açıldığı, yatırımların yapıldığı, gelir getiren, bir sektöre dönüşmüştür.

İçerisinde yaşanan global hayatın bir gereği olarak tüm sektörler de olduğu gibi turizm sektöründe de büyük gelişmeler gözlenmekte, talep artmakta buna karşın arz edilen turistik ürünler de bir rekabet içerisine girecek niceliğe ulaşmaktadır. Bu rekabet içerisinde turistik ürünler; ulaştırmanın, konaklamanın, yeme-içme hizmetlerinin ve birtakım eğlencelere yönelik gerçekleştirilmiş aktivitelerin kombine haline getirilmesiyle oluşan bir birleşik ürün niteliğine bürünmüştür (Baytok, 1998). İşletmeler varlıklarını devam ettirmek için arz ettikleri turistik ürünlerde turistlerin tüm ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir çaba içerisine girmişler ve bu durum aslında literatürde birçok bilim insanının turistik ürün için çok az sayıda tanım üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Birçok bilim insanının görüş birliğine varmış olduğu bir tanıma göre turistik ürün, turistlerin bulunduğu yeri geçici olarak değiştirmesiyle başlayan turizm faaliyetlerine müteakip, seyahat ve konaklamalarında ihtiyaç duyacakları yeme - içme, ulaştırma ve eğlence gibi unsurları nesnel ve öznel bir şekilde karşılayan mal, malzeme ve hizmetler

bütünüdür (Middleton, 1988; Olalı ve Timur, 1988; Jeffries, 1990; Olalı, 1990; Cater, Shaw ve Williams, 1996; İçöz ve Kozak, 1998; İçöz ve Kozak, 2002; Rızaoğlu, 2004; Hacıoğlu, 2008; Kozak ve Bahçe, 2009; Zengin, 2009; Bahar ve Kozak, 2012). Bu tanımdan yola çıkarak turistik ürünün, turistler tarafından satın alınan şeylerin toplamı olduğu söylenebilmektedir (Azaltun, 2000). Tabi ki turistik ürünün sadece bir mal veya bir hizmet olduğunu söylemek yanlış olmaz; ancak turistik ürün daha çok ihtiyaçları karşılamaya yönelik mal ve hizmetlerin oluşturmuş olduğu bir bütün olarak daha işlevsel bir vazife üstlenmektedir (Olalı, 1990).

Bir konaklama işletmesinde geceleme için, oda ihtiyacının karşılanmasının yanında yeme-içme, eğlence, kuru temizleme, otopark, masaj, sauna, telefon ve insan ihtiyaçlarının bu doğrultuda paralellik gösterdiği birçok gereksinimin daha arz edildiği kabul görmüş bir gerçektir. Bunların her birinin ayrı ayrı değerlendirilmesi durumunda bireysel turistik ürün, hepsinin birer ihtiyaçlar demeti halinde arz edilmesi ise toplam turistik ürün olarak literatürde yerini almaktadır (Rızaoğlu, 2004).

Turistik ürünün bütüncül şekilde arz edilme çabası, birbirine tamamlayıcı ürünleri bir araya getirerek turistlerin yarım kalma ihtimali olan ihtiyaçlarına bir bütün olarak cevap vermeye çalışmaktan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle toplam turistik ürün uyumlu bir birliktelikle arz edilerek turistik faaliyetler içerisinde varlığını devam ettirebilme fırsatı bulabilmektedir (Rızaoğlu, 2004). Bunun yanı sıra bir yere ait olmak üzere bir bütün olarak düşünebileceğimiz otel işletmelerinden, seyahat acentelerinden, yeme içme hizmeti veren restoranlardan birinin hizmet vermemesi durumunda bir diğerine olumsuz yönde etkileyeceği kaçınılmaz bir gerçektir (Sezgin, 2004).

Turistik ürün sadece somut ihtiyaçlara cevap veren mal malzeme ve hizmetlerden oluşmaz. Turistik ürünler gerçekleştirilen turistik faaliyetler esnasında satın alınan mal ve hizmetlerin yanı sıra yaşanan tüm deneyim ve algılamalardır (Doswell, 1997; İslamoğlu, 2010; Usta, 2001). Bunun tersi bir düşünceye sahip Gartner'e (1996) göre turistik ürün sınırsız bir deneyim silsilesinden ziyade öznel ve somut olma özelliğine sahiptir.

Yukarıda anlatılanların tamamı düşünülüp genel bir tanım oluşturulabilmeye çalışıldığında turistik ürün, birtakım turizm hizmetleri ve bu hizmetlerin bir bileşimi olarak kabul görürken, bunların turizm piyasasında turistlerin tüm istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere arz edildiği söylenebilmektedir. Arz edilen bu ürünler turistik bir değere sahip her türlü fiziki yer, nesne, kişi, organizasyon ve fikirlerden oluşmaktadır (Kotler, Bowen ve Makens, 2006).

1.2. Turistik Ürünün Özellikleri

Turistik ürün; alınması, satılması ve sunulması gibi birçok konuda diğer ürünlere oranla farklı özelliklere ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Bunun en büyük nedeni hizmet ağırlıklı bir sektör olmasıdır (Kahveci, 1994). Bu bağlamda turistik ürünün özellikleri şöyle sıralanabilmektedir.

- Turistik ürün üretildiği yerde tüketilmek zorunda olduğundan satın alınıp denenebilen ürünler değildir (Seaton ve Bennett, 1996).
- Turistik ürünü içeren hizmetler, turistlerin seçimleriyle oluşturulduğundan herkes için uygun bir hale getirilemez. Zevkler ve tercihlerin kişiden kişiye değişmesi bu durumun en iyi açıklayıcısıdır. Bu nedenle turistik ürünlerde bir standartlaşmanın sağlanması çok mümkün değildir (Olalı, 1990).
- Turistik ürünün standartlaşmamasında etkili olan bir diğer unsur, insanlar tarafından üretilmiş olmasıdır. Çünkü mekanik bir hal almayan hizmet ve servis hiçbir zaman birbirinin aynı olamayacak, nerde, ne zaman ve kim tarafından sunulduğuna bağlı olarak değişiklik gösterecektir (İçöz, 2001).
- Turistik ürünler kaynağını hizmetten aldığından sonradan kullanma düşüncesi içerisinde stoklanamaz. Bu özelliğiyle dayanıksız ve kolay bozulan ürünler olarak da nitelendirilebilir (Vellas ve Becherel, 1999).
- Turizm, özelliği gereği görülmeden satışının yapıldığı turistik ürünleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenledir ki turistik ürünlerin satışının gerçekleştirilmesinde pazarlama çabaları ve ürüne ait imaj büyük önem taşımaktadır (Burke ve Resnick, 2002).
- Turistik ürünlere olan talep yere ve zamana göre farklılık göstermektedir. Yazın bünyesinde deniz, güneş ve kum üçlüsünü barındıran destinasyonlar

yoğunken, kışın bünyesinde kayak ve dağ sporlarının yapılabilmesine olanak sağlayan destinasyonlar yoğunluk yaşamaktadır (Rızaoğlu, 2004).

- Turistik ürünün başka bir özelliği gereği, satın alma sürecinde müşteri direkt olarak ürünün üreticisiyle bir araya gelmektedir (İbragimov, 2001).
- Turistik ürünlerin soyut olma özelliği sonucu memnuniyetinin sağlanıp sağlanamaması noktasında, yeni bir ürün verilmesi veyahut değiştirilmesi gibi bir ikinci seçenek mevcut değildir (Akgül, 2003).
- Turistik ürünler temel ihtiyaçlara cevap veren ürünler olmadığından ikame olanağına fazlasıyla sahiptir. Bu düşünceye paralel olarak kültürel ürünlerle hatta kendi aralarında da olmak üzere rekabet halindedir ve kolaylıkla birbirlerinin yerlerine geçebilir (Baytok, 1998; Rızaoğlu, 2004).
- Turistik ürün; bileşik ürün olma özelliği taşımakta olup, konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım gibi birden fazla ürünü alıcısına arz etmek üzere bünyesinde barındırmaktadır (Wahap, Crompon ve Rothfield, 1976; Korzay, 1992).
- Turistik ürün sadece mal ve hizmetin toplu ya da ayrı fark etmeksizin sunulması değil, bunların bir uyum içerisinde bütün haline getirilip arz edilmesidir (Usta, 2008).
- Turistik ürün emek yoğun bir üretim tarzına sahip olduğundan makineleşme veyahut otomasyon sistemine geçiş için uygun bir özelliğe sahip değildir. Bu nedenle kitlesel üretimin gerçekleştirilebilmesi beklenemez (Usta, 2008).
- Turistik ürünlerin endüstriyel ürünler gibi talebin artmasına bağlı üretimine yön vermesi mümkün değildir. Çünkü turistik ürünler doğal, tarihi kaynaklar ve turistik işletmelerden oluşur ve kısa bir süreç içerisinde talep artışına cevap verebilmesi mümkün değildir (Kozak, 2008).
- Turistik ürünler; birtakım ekonomik, sosyal, siyasal, psikolojik, kültürel ve politik faktörlere bağlı olarak aşırı değişiklik gösterebilen esnek bir yapıya sahiptir (Kozak, 2008).
- Turistik ürünlerin satın alınması diğer ürünlerin satın alınmasına göre farklılık göstermektedir. Diğer malların alımları satın alma gücüne paralel gerçekleşirken turistik ürünlerin alımında ayrıyeten kişinin boş zamanı ve zihninde oluşturmuş olduğu turizm bilinci etki etmektedir (Kozak, 2008).

1.3. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Turistik ürünün oluşturulmasında rol oynayan unsurlarla alakalı olarak literatürde birbirinden farklı birçok görüş mevcuttur. Bu tezde araştırmanın seyrine daha uygun olacağı düşünülerek, turistik ürünün oluşturulmasında rol oynayan beş unsur ele alınacaktır. Bu unsurlar “çekicilik”, “ulaşılabilirlik”, “turizm işletmeleri unsuru”, “etkinlik” ve “imaj” dır. Turistik ürünlerin özellikleri olma vasfını taşıyan bu unsurlar aynı zamanda birbirlerini tamamlamayan birer bileşendir. Bu şekilde düşünüldüğünde çekicilik ve ulaşılabilirlik unsurlarından yoksun kalmış bir turizm işletmesinin turistik ürün olarak kabul edilmesi ve varlığını devam ettirmesi beklenemez (Kozak vd., 2006). Aynı şekilde herhangi bir etkinlik düzenlemesi çabası içerisine giren ya da bir tür etkinliğe katılım sağlayacak kimselerin o yere ait imaja takılı kaldığı gözlemlenmektedir. Çünkü bölgelere ait imajın da bir turizm ürünü olarak düşünüldüğünde imaj tüketicilerin vereceği son kararlarda en etkin rol oynayan turistik ürün unsuru olarak kabul edilebilmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009)

1.3.1. Çekicilik Unsuru

Turistik ürünün tercih edilmesinde, çekicilik can alıcı bir rol üstlenmektedir. Çünkü çekicilikler bir yerin kendine has sahip olduğu karakteristik özellikleridir. Bu özelliklerin sonucu olarak bir yerin diğer yere tercih edilmesinde çekicilik direkt etki sahibidir (Sönmez ve Emekli, 2007; Uygur, 2007). Bununla birlikte çekicilik, turistik bir destinasyona ya da işletmeye turist akışının sağlanması veya o yere ait talebin oluşturulmasında önemli rol oynayan iki faktörü bünyesinde barındırır. Bunlar yer ve olay çekiciliğidir (Olalı, 1990).

Yer çekiciliği, o yerin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel değerlerin tercih edilmesi anlamına gelirken, olay çekiciliği o yere ait düzenlenmesi planlanan herhangi bir aktivite, fuar ya da kongre gibi organizasyonların tercih edilmesiyle açıklanmaktadır. G20 Zirvesi, Dünya Kupası ya da ralli yarışları bu duruma örnek gösterilebilir. Bu noktada çekiciliğin turist tercihinin daha baskın bir hal almasında, iki çekicilik faktörünün bir arada arz edilmeye çalışması önemlidir (Baytok, 1998; Çolakoğlu, 2014)

Yer çekiciliklerini dört ana başlıkta toplamak mümkündür. Bunlar, doğal çekicilikler, insan yapımı çekicilikler, kültürel çekicilikler ve sosyal çekiciliklerden oluşmaktadır (Middleton, 1988).

- **Doğal çekicilik:** Doğal çekicilikler insan eli değmemiş; ancak daha güzel gözükmeleri amaçlı üzerinde insanlar tarafından çeşitli çalışmalar yapıldığı varsayılabilen göze hitap eden nezih somut ve soyut şeylerdir. Bir yere ait dağlar, manzaralar, plajlar, deniz manzaraları ve iklim gibi coğrafi özellikler doğal çekiciliklere birer örnektir.
- **İnsan yapımı çekicilik:** İnsan yapımı çekicilikler, güzel bir görünüme sahip olan ve birtakım turistik faaliyetlere hizmet etmek amaçlı insanlar tarafından yapılmış yapay yapılardır. Bir yere ait parklar, bahçeler, yapay göller, marinalar, anıtlar, mesire alanları, golf sahaları, markalaşma oluşturulabilecek birtakım semboller insan yapımı çekiciliklerine birer örnektir
- **Kültürel çekicilik:** Kültürel çekicilik kaynağını toplumun geçmişinden almaktadır. Geçmişe dair toplumların kültürünü yansıtan her türlü somut ve soyut varlıklardır. Eskiye anlatmak ve yaşatmak üzere gerçekleştirilen sergiler, tiyatrolar, milli oyunlar; sunulan yöresel yemekler; yeniden yaşatılmaya çalışılan sivil mimari örnekleri o yere ait birer kültürel çekiciliğe örnektir.
- **Sosyal çekicilik:** Sosyal çekicilik tamamen insan yaşamıyla alakalıdır. Bir yerde yaşayan insanların yaşam tarzları, gelenek görenekleri, batıl itikatları, konuştuğu dili ve sosyal ve ekonomik durumları sosyal çekiciliğe birer örnektir.

1.3.2. Ulaşılabilirlik Unsuru

Turistik bir ürünün ne kadar talep gördüğü sadece çekiciliğiyle ölçülemez. Çekiciliği tamamlayan ulaşılabilirlik unsuru, seyahati gerçekleştirilmeyi düşünülen destinasyona daha hızlı ve ekonomik bir ulaşımı ifade etmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008; Çolakoğlu, 2014).

Büyük kentlere yakın birtakım destinasyonların diğerlerine nispeten daha fazla talep görmesi turistlerin büyük kentlerden bu yerlere daha hızlı, kolay ve ekonomik bir

şekilde gelebilmeleriyle açıklanmaktadır. Böylesi bir durum bu tür destinasyonların daha rahat pazarlanmasında önemli bir yer teşkil etmektedir (Baytok, 1998).

Ulaşılabilirliğin pazarlamaya yönelik baskın etkisi sadece ulusal değil, uluslararası boyutlara da ulaşmıştır. Türkiye'yi ele aldığımızda sahip olduğu turistik çekicilikle bir kültür beşiği olarak kabul görse de İtalya, İspanya ya da Fransa gibi rakip ülkelerle karşılaştırıldığında daha az turist almasının nedeni ulaşılabilirliğin sayılan bu ülkelere göre daha zor, uzun ve maliyetli olmasıyla açıklanabilmektedir (İbragimov, 2001)

Yani turistik ürünlerin pazarlanması bakımından başarıya ulaşması, ürünün mesafe olarak yakın, zaman açısından kısa ve maliyet olarak ekonomik olmasıyla yakından ilişkilidir (Kozak vd., 2006).

1.3.3. Turizm İşletmeleri Unsuru

Turizm işletmeleri bir yere ait ya da o yerle bağlantılı olarak, turistlerin bir ücret karşılığında ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve turistik ihtiyaçlara paralel olarak gelişen birtakım özelliklerden istifade etmesini sağlayan işletmelerdir (Richardson, 1996).

Turizm işletmelerinin turistik ürünün varlığını devam ettirmesinde büyük bir rolü vardır. Daha açık bir şekilde belirtmek gerekirse turizm işletmelerinin var olmadığı yerde turistik ürünün varlığından söz edilmez (Hacıoğlu, 2008). Turistlerin turistik ürünlerden yararlanmaları o bölgede bulunan; turistlerin ulaştırma, konaklama ve yeme-içme gibi ihtiyaçlarına cevap verebilecek kapasitede turizm işletmelerinin varlığına bağlıdır. Çok güzel bir manzaraya sahip bir varış noktasına ulaşım sağlanamayan bir yerde, o varış noktası turistik ürün niteliğini büyük oranda kaybetmiş sayılır (Baytok, 1998).

Tüm anlatılanlardan sonra turizm işletmelerinin, turistik ürününün varlık bulma ve varlığını devam ettirebilme noktasında ne kadar etkin bir rol oynadığı açıktır. Bu turizm işletmeleri aşağıda şu şekilde sıralanmıştır:

- ***Ulaştırma işletmeleri:*** Kara, hava, deniz ve demir yollarının kullanılması sonucu turistlerin turistik ürüne kavuşmasını sağlayan her türlü işletmelerdir. Bunlar, taksiler, tur otobüsleri, kiralık bisikletler, trenler, uçaklar, feribotlar toplu taşıma araçları, helikopterler ve faytonlar gibi ulaştırma araçlarıdır.
- ***Konaklama işletmeleri:*** Başta oteller olmak üzere, motel, pansiyon, kamping, devre mülk, oberj evler ve karavanlar gibi turistlerin turistik ürünü satın alma öncesi, sonrası ya da esnasında konaklama ihtiyaçlarını giderebilme olanağı bulduğu her türlü işletmelerdir.
- ***Yiyecek içecek işletmeleri:*** Turistlerin, turistik ürüne yönelik yapmış oldukları faaliyetler esnasında yeme içme ihtiyaçlarını giderebildikleri her türlü işletmelerdir. Bunlar; restoran, lokanta, kafeterya, bar, gazino ve pavyon gibi işletmelerdir.
- ***Turistik ürün satış yerleri:*** Turistlerin bir turistik ürün olarak daha esnek bir özelliğe sahip olduğu ürünleri satın alma fırsatı bulduğu işletmelerdir. Alışveriş merkezleri, bakkallar, hediyelik eşya mağazaları ve seyahat acenteleri turistik ürün satış yerlerine birer örnektir.

1.3.4. Etkinlikler Unsuru

Turistik ürünü oluşturan unsurlardan bir diğeri de etkinliklerdir. Etkinlik; insanların boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla gönüllü bir şekilde gerçekleştirmiş oldukları bu sayede sağlıklarına iyi gelecek ve onlara haz verecek birtakım rekreasyonel faaliyetlerdir (Çelik, 2009). Bu faaliyetlerin bölgeye has yerel etkinliklerden oluşması o bölgenin ruhunu yansıtmaları ve gerçekleştirilen bu etkinliklerle anılmasını sağlayacaktır (Kızılırmak, 2006). İsviçre'deki Grindelwald Kar Festivali, Venedik'teki Patras Karnavalı ve Edirne-Kırkpınar Yağlı Güreş müsabakaları bu tür etkinlikler için verilecek örneklerdendir.

Bunun yanı sıra etkinlikler sadece yerel aktivitelerin gerçekleştirildiği faaliyetler değildir. Mega, büyük çaplı ve bölgesel olan etkinlikler de mevcuttur. Ayrıca etkinlikler; festivaller, sergiler, fuarlar, sportif aktiviteler, seminerler, kongre ve toplantılar olarak da sınıflandırılabilir. Bunların hepsi turistik çekiciliğe etki eden unsur olarak sayılabilmekteyken özellikle belirli yerlere ait kültür unsurlarının

yansıtıldığı etkinlikler o yere ait turizmin gelişmesinde çok daha etkin bir rol üstlenmektedir (Allen, O'toole, Harris ve McDonnell, 2002).

Dünyada gerçekleştirilen birçok özel etkinlik eşsiz bir çekicilik örneği olarak yer tutsa da, turizmle alakalı olarak yapılmış planlamalarda hak ettiği değeri uzun yıllar bulamamıştır (Getz ve Frisby 1989). Çünkü dar, yerel ya da bölgesel organizasyon olarak kabul edilen etkinlikler, ekonomik bakımdan ele alınmıştır. Günümüzde ekonomik etkisinin gözetilmesinin yanında turizm açısından öneminin farkına varılmış ve çevresine önemli bir ekonomik katkı sağlayan çekiciliği yüksek bir turizm unsuru olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Getz ve Frisby, 1990).

Bu doğrultuda birçok turizm pazarlamacısı ve uzmanları bahsi geçen etkinliklere yapmış oldukları turizm pazarlama planlarında bilinçli bir şekilde yer vererek onları birer çekicilik unsuru olarak ortaya koymaktadır (Yoon vd., 2000). Bunun bir sonucu olarak etkinliklerin turizme katkı sağladığı çeşitli birçok otorite tarafından kabul görmekte ve literatürde yerini almaktadır.

Etkinliklerin turizmin gelişmesine katkı sağladığını düşünen Irshad'a (2011) göre bu tür etkinlikler yerli ve yabancı turist sayısının artmasını sağlamaktadır. Bu sayede turizm canlanmakta ve ekonomik dinamikler harekete geçmektedir. Karagöz'e (2006) göre ise içerisinde etkinlikleri barındıran bir turizmde varsayılan turistik sezon uzamakta, bölge insanları üzerinde turizm bilinci oluşmakta, yeni gelir kaynakları ortaya çıkmakta ve turizmin sadece belli bir yere ve zamana hitap etmesinin önüne geçilmektedir. Tüm bunların sonucunda yerli yabancı yayın organları ülke tanıtımında etkin bir rol oynayarak turizmin gelişmesine büyük destek sağlamaktadır.

1.3.5. İmaj Unsuru

Turistik ürünün oluşturulmasında önemli olan bir diğer unsur imajdır. Turistik ürünün özelliği gereği deneme fırsatının olmaması, tercihlerin objektif bir değerlendirmeden ziyade sübjektif olarak yapılmasına neden olmaktadır. Bu noktada imaj unsuru, turistik ürünün tercih edilmesinde büyük önem taşımaktadır (Avcıkurt, 2005).

Daha önceden denenmemiş turistik bir ürünün satın alınması aşamasında, potansiyel bir turistin o ürünle alakalı olarak broşürleri incelemesi, tanıtım filmlerini izlemesi her ne kadar karar vermesinde etkili olsa da, imaj nihai kararın verilmesinde en önemli unsurdur (Avcıkurt, 2005, 2009). Yani ürünün birtakım araştırmalar sonucu nasıl algılandığının, karar verme aşamasında çok büyük bir önemi yoktur. Çünkü turistler, kendilerine uygun markaları satın alırken o ürüne ait algılamaların oluşmasında büyük oranda imaj unsurundan istifade etmektedir (Ceritoğlu, 2005).

Tüm bu açıklamalardan sonra imaj; ‘doğrudan algılanmayan fakat hafıza veya hayal gücü ile bazı şeylerin zihinsel sunumu; zihinsel resim veya ifade; beyinde yaratılan ifade’ olarak tanımlanmaktadır (Aktaran, Zağralı, 2014; The Oxford English Dictionary, 1998: 332). Baloğlu ve McClary’e (1999) göre ise imaj, bir nesneye ait kimliği oluşturan unsurların ilgili kimseler tarafından bütüncül şekilde algılanmasıdır. Daha kapsamlı bir tanımlamada imaj, bireylerin herhangi bir nedenle bir kişi, yer ya da nesneyle alakalı olarak sahip olduğu inanç, fikir ve izlenimlerin temsili bir resim ya da semboller aracılığıyla, hatırlanmasını sağlayan, daha önceden bir şekilde öğrenilmiş soyut kavramlardır (Taşçı, 2003; Avcıkurt, 2004; Özdemir, 2007; Akyurt, 2008; Marangoz, 2013).

Turizm imajı ise bölgeye ait turizm çekiciliği niteliği taşıyan tarih, sanat, kültür, deniz, iklim ve jeopolitik konum gibi unsurların tamamından oluşmaktadır. Bunlar turistler üzerinde belirli bir izlenim bırakmakta ve turistlerin her aklına geldiğinde o yere ait eşya, madde ve almış oldukları hizmeti belirli bir resim, sembol, şekil veya bir sloganla canlandırmaktadır (Şahin, 2007).

Turizm bölgelerinin süreç içerisinde sahip olduğu imaj, tercih edilmelerinde büyük önem taşımaktadır. Çünkü imajın pazarlama stratejileri içerisinde vazgeçilmeyecek derecede önemli bir unsur olduğu birçok bilim insanı tarafından kabul görmüştür (Grosspietsch, 2006). İnsanlar tatil yapmaya karar verdiklerinde, tatillerinin amacına hizmet edebilecek bir yer ararken yol gösterici olarak seçtikleri ilk ve en önemli unsur imajdır. Örneğin, kumar turizminden istifade etmek isteyen bir turistin aklına ilk etapta ABD’de Las Vegas gelirken; Türkiye’den bir turistin aklına KKTC gelmektedir. Bu bahsi geçen destinasyonların süreç içerisinde kumarla alakalı olarak oluşturmuş

oldukları imaj tercih edilmelerinde rol oynayan en önemli unsurdur. Bu durum kültür turizmi için düşünüldüğünde akla, yine zihinlerde oluşmuş imajın bir neticesi olarak Roma ve İstanbul gelmekteyken, deniz-güneş-kum üçlüsü için ise Antalya imaj sahibi nitelikli örneklerden biridir (Kozak vd., 2006).



İKİNCİ BÖLÜM

YENİDEN İŞLEVLENDİRME KAVRAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Bu bölümde öncelikle tarihi yapılarda yeniden kullanım ve kültürel süreklilik kavramları üzerinde durularak, koruma ve korumaya yönelik müdahaleler açıklanmaya çalışılmıştır. Sonrasında yeniden işlevlendirme kavramıyla alakalı olarak literatürden birtakım tanımlamalara yer verilerek korumanın yeniden işlevlendirmedeki önemi ve yeniden işlevlendirmeyi gerektiren müdahale yöntemlerinin neler olduğu açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. Son olarak tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesini gerektiren nedenler ve tarihi yapılarda uygun işlevinin seçiminde önem arz eden faktörler irdelenmiştir.

2.1. Tarihi Yapılarda Yeniden Kullanım ve Kültürel Süreklilik Kavramı

Kültür, toplumların paylaşmış olduğu birtakım değerlerdir. Bu değerler, birlikte yaşamanın bir gereği olarak ortaya çıkmış alışkanlıklar, kurallar ve fikirleri kapsamaktadır. Toplumlar ancak, kültürlerini oluşturmuş bu öğeler vasıtasıyla bir kimlik sahibi olabilmektedir. Bu kimlik, onların dil, din, bilgi, beceri, gelenek, görenek, hak, hukuk, adalet ve sanat gibi sahibi olduğu benzeri birtakım edinin ve özelliklerini yansıtır. Toplumda yaşayan her bireyin katkısıyla oluşan bu kimlik, sonrasında tüm topluma etki etmekte ve o toplumu şekillendirmektedir (Kımillı, 2005).

Kültürel sürekliliğin sağlanmasında, bu kimliğin devamlılığı için çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Dünyada hızla gelişen ve değişen kentleşmeyle ortaya çıkan birtakım çevresel olumsuzluklardan dolayı; kimliksiz, plansız, geçmiş ve gelecekle bağı olmayan yapılar oluşmaya başlamıştır. Bu durum kültür kimliğinin kaybolmasına neden olurken, kültürel sürekliliği de tehlikeye atan ve göz ardı edilmemesi gereken talihsiz bir gelişme olarak varlık göstermektedir. Bu olumsuzluklara rağmen, elbette varlığını sürdürmeye çalışan tarihi yapılar kent kimliğinin önemli bir unsurudur (Tanrısever, Saraç ve Aydoğdu, 2016).

Kültürel sürekliliğin sağlanması ve toplumda sağlıklı bir tarih bilincinin oluşturulmasında; tarihi yapıların korunması ve kullanım dışı kalmış bu yapıların yeniden kullanıma açılmaları önem taşımaktadır. Çünkü sürece bağlı olarak bu yapılar her ne kadar sosyal ve fonksiyonel özelliklerini kaybetse de yaşadıkları döneme ait birtakım birikimlerin, işaretlerin ve sembollerin günümüze aktarılabilmesi noktasında öncü rol oynamaktadır (Tekeli 1989; Enlil, 1992).

Kültürel sürekliliğin sağlanmasında dikkat edilmesi gereken tek nokta geçmişteki yapıların korunması ve kazandırılması çabaları değildir. Geçmişin günümüz çağdaş koşullarına uygun bir şekilde aktarılabilmesi hem günümüzün hem de gelecek neslin var olan bu tarihi birikim, işaret ve sembollerden daha fazla istifade etmesini sağlayacaktır. Bu bağlamda yapılacak her türlü yeniden kullanım çabalarında günümüz kadar, gelecek neslin de düşünülmesi gerekmektedir (Özer, 1989).

2.2. Koruma Kavramı

Koruma, süreç içerisinde anlam ve nitelik kazanarak günümüze kadar genişleyerek ulaşmış bir kavramdır. Önceleri müzecilik anlayışına bağlı kalarak saklama yaklaşımı içerisinde ele alınırken, sonradan yaşatma ilkesinin benimsendiği ve sürdürülebilirlikle ilişkilendirilebilen bir anlam kazanmıştır.

Koruma, bir toplumun geçmişine ait sosyal, kültürel ve ekonomik değerlerini günümüze taşıyan birtakım yapıların, fiziki ömrünü tamamlamamış olmasına rağmen fonksiyonel özelliğiyle bulunduğu çevrede yer bulamamasından dolayı yok olmasına engel olmak için gerçekleştirilen tüm müdahalelerdir. Böylece tarihi dokuların, çağdaş yöntemler vasıtasıyla günümüzle birleştirilmesi, kültürel varlıkların içerisinde bulunduğu topluma sosyal ve ekonomik olarak faydalı olması sağlanmaktadır (Cantacuzino, 1990; Gülersoy, 1997; Hasol 2010).

Korumayla alakalı olarak yapılmış bir başka tanımda Alsaç'a (1992) göre sadece nesneler için değil, aynı zamanda bir topluma ait kültürel olgular, töreler, törenler, inançlar, gelenek ve görenekler için de varlığını devam ettirme çabaları koruma çalışmalarını ifade etmektedir.

Koruma kavramı ile alakalı olarak yapılan açıklamaları kapsayan başka bir tanımda Bektaş'a (2001) göre koruma, değerli olan, anıları olan, tarihi bir mazisi olan, varlığını bugüne dek sürdürebilmiş ve yaşadığı yerde insanlığa fayda sağlamış, yol göstermiş her şey için sahip olduğu özellikleri kaybetmesini engellemek, yıpranmasını durdurmak ve daha uzun bir yaşama sahip olmasını sağlamak amacıyla alınan önlemlerin tümüdür.

Koruma kavramının uygulanacağı nesne ya da sosyo kültürel çağırışım yapan her türlü olgu için iki yaklaşımdan söz edilebilir. Birincisi özgünlüğünü korumaya yönelik (preservation) yaklaşımken bir diğeri sınırlı değişim yapmak suretiyle tercih edilen (conservation) yaklaşımlardır. Her iki yaklaşımda da korumanın saklanması yoluyla yapılması gerektiği savunulmaktadır (Tiesdell vd., 1996).

Bektaş'a göre (2001) koruma da izlenilen bu tür yaklaşımlar yanlıştır. Çünkü ona göre koruma insanın bugününü olduğu kadar yarınını da ilgilendirmektedir. Bektaş, yaşayarak ya da yaşatarak gerçekleştirilmeyen bir korumayı “yaşamayan, dondurulmuş anılar” olarak nitelendirmektedir. Bundan dolayı konservatif bir anlayışla yapılan yenilemenin koruma olarak nitelendirilmeyeceğini savunmuştur. Aynı düşünceye sahip Avcı'ya (2003) göre bu yaklaşım her geçen gün destekçi bulmakta ve koruma kavramı yaşatma kavramıyla bir bütün olarak kabul görmektedir.

2.2.1. Tarihi Yapılarda Korumaya Yönelik Müdahaleler

Tarihi yapıların geçmişi günümüze aktarabilmesi bakımından ne denli önemli olduğunu ve bu yapıların günümüzün kentleşmesinde yok olmaya mahkum edildiğini konu alan birçok bilgiye yukarıdaki bölümlerde yer verilmişti. Bu yapıların yok olmasının engellenmesi ve topluma kazandırılması noktasında korunması büyük önem taşımaktadır. Tarihi yapıların onarımı, bakımı ve gerekirse yeniden yapımı olarak, korumaya yönelik müdahaleler genel anlamda 3 başlık altında sıralanabilir.

2.2.1.1. Bakım

Tarihi yapıların varlıklarını devam ettirebilmelerinde, boya-badana, alçı, dolgu, oluk aktarımı ve koruyucu zemin malzemelerinin döşenmesi gibi yapı ve mimari öğelerde

değişiklik yapılmasını gerekli kılmayan tüm müdahalelerdir. Herhangi bir tarihi yapıya bakım yapılması durumunda yapının daha fazla tahribat görmesi engellenmiş, daha uzun ömürlü ve daha kullanışlı olması sağlanmaktadır.

Yeniden kullanımın sağlanmaya çalışıldığı bu yapılarda bakım vazgeçilmeyecek bir müdahale ögesidir. Kuban'a (2000) göre bakımlı olmak şartıyla her yapı doğru bir planlamayla yararlı bir işleve sahip olabilmektedir. Arabacıoğlu'na (2007) göre ise yeniden kullanıma kazandırmada kullanılacak tarihi binaların bakımsızlığı ve bunu tetikleyen birtakım yıpranmalar ve bozulmalar kültürel sürekliliği tehdidi altına almaktadır.

2.2.1.2. Onarım

Tarihi yapıların varlıklarını devam ettirebilmelerinde gerek tasarım ve malzemede, gerekse de yapı ve mimari de değişiklik yapılmasının zorunlu olduğu her türlü müdahalelerdir. Tarihi yapılarda onarım, kullanım şekline göre az hasarlı ve çok hasarlı olmak üzere iki grupta değerlendirilmektedir. Bunlar: basit onarım ve esaslı onarımdır.

- ***Basit onarım***

Tarihi yapılara ait özgün malzemelerin çürümesi, bozulması, eskimesi veya eksilmesi gibi durumlarda aslına uygun bir şekilde yapılması veya aynı malzemeye değiştirilmesini gerektiren tüm müdahalelerdir. Basit onarımda da bakım da olduğu gibi özgün malzemeler, yapı ve mimari aslına uymayacak bir şekilde değiştirilmez, yeniden yapılmaz (Madran, 2010).

- ***Esaslı onarım***

Tarihi yapılarda meydana gelmiş birtakım hasarların basit onarım kapsamında gerçekleştirilemeyeceği düzeyde olanları için uygulanan tüm müdahalelerdir. Bu hasarlara daha çok yapı ve mimariden kaynaklı oluşmuş ve değiştirilmesi zaruri olan yapılarda rastlanır.

2.2.1.3. Yeniden yapım (Rekonstrüksiyon)

Yangın, deprem ve savaş gibi toplu yıkımlar sonucu varlığının büyük bir kısmı ya da tamamını kaybetmiş tarihi yapıların kültürel sürekliliğini sağlamak amacıyla yeniden üretilmesi şeklindeki koruma müdahalesidir. Rekonstrüksiyon belirli kriterler doğrultusunda özgün şekline sadık kalınarak gerçekleştirilir. Bu kriterler yapıya ait fotoğraf, rölöve ve aslını yaşatmak üzere ipucu niteliği taşıyan benzeri grafiklerdir (Ahunbay, 1996; Uçkan, 2000).

Rekonstrüksiyon yeniden üretmenin kaçınılmaz olduğu durumlarda, eskisinin yerine koyularak yaşatılmaya çalışılan bir müdahaledir. Yeniden yapılmış yapılar, eski yapıyı sadece biçimsel olarak tasvir eder, asli yapının sahip olduğu değeri hiçbir koşulda taşımaz. Bu nedenle yeni yapıların eskiyi en yüksek derecede temsil etmesini sağlamak amacıyla yıkılmış yapıya ait kalan kapı, pencere ve tavan bezemesi gibi parçaların korunup; üretilmiş yeni yapıda kullanılması önem arz etmektedir (Ahunbay, 1996).

2.3. Yeniden İşlevlendirme Kavramı

Geçmişe dair kentleşmede kendisine yer bulan saray, han, medrese, külliye, konak ve kervansaray gibi sivil mimari örneklerinin birçoğu mevcut fiziki yapısıyla günümüze kadar ulaşmıştır. Bunların bir kısmı işlevini tamamen yitirmişken diğer bir kısmının işlevi eskimiştir. Bu doğrultuda bu mimari örneklerinin varlıklarını devam ettirebilmeleri için eskiyen işlevlerini yenilemek, yitirmiş olduklarını ise yeniden işlevlendirmeleri gerekmektedir (Kuban, 2000; Altınoluk, 1998).

Yeniden işlevlendirme, işlevini yitirmiş ve kültürel sürekliliğin devamında büyük rol üstlenen bu yapıların tekrar bir işlev kazanmasında tercih edilen en önemli müdahalelerden biridir. Birçok bilim insanının görüş birliğine vardığı bir tanıma göre yeniden işlevlendirme, işlevsel özelliğini kaybetmiş olmasına rağmen fiziksel ömrünü tamamlamamış, eskimiş ve köhnemiş yapıların, birtakım tadilatlar sonucu yeni ihtiyaçlara cevap verir bir hale getirilmesidir (Avcı, 2003; Burden, 2004; Kaşlı, 2009; Kul, 2009).

Yeniden işlevlendirmeyle alakalı çalışmalar ilk olarak iş sahalarında kullanım dışı kalan birtakım sanayi yapıların ve depoların atıl kalmasını engellemek amacıyla başlatılmıştır. Bu çalışmalardan, yapı stokunun değerlendirilmesi, doğal çevreye verilen zararın daha az olması, ekonomik açıdan faydalı olması ve kültürel sürekliliğin sağlanmasında da etkili olacağı düşüncesine benzer çıkan sonuçlar, konunun uluslararası platformda değerlendirilmesinde bir itici güç rolü üstlenmiştir (Aydın ve Yıldız, 2010)

Uluslararası bir platformda kurumsal olarak yeniden işlevlendirme kavramına ilk kez Venedik Tüzüğü'nde yer verilmiştir. Tüzüğün beşinci maddesinde tarihi yapıların planının ya da bezemelerinin değiştirilmemesi durumunda yeniden işlevlendirmenin bir koruma müdahalesi olarak kullanılabileceği tebliğ edilmiştir (Venedik Tüzüğü, 1964).

Bu doğrultuda yeniden işlevlendirme kavramı için, bir yapının sahip olduğu tarihi, kültürel ve mimari değerlerinin korunması suretiyle, o yapıya farklı bir fonksiyon yüklemek denilebilmektedir (Weeks, 1995). Başka bir tanıma göre ise yeniden işlevlendirme, yapının nasıl yaşatılacağına araştırılmasına müteakip, yapı üzerinde çağdaş ihtiyaçlara cevap verebilecek şekilde birtakım müdahalelerin uygulanmasıdır (Pekol, 2010).

Yeniden işlevlendirme, sadece yapıların sahip olduğu dokulara zarar vermeden eskimiş ya da yitirilmiş fonksiyonlarının, yerine yenilerinin kazandırılarak devamının sağlanması anlamına gelmemektedir. Yeniden işlevlendirmeyle yapılar, çevresine sosyo kültürel ve ekonomik katkı da sağlamaktadır. Ayrıca, yeniden işlevlendirme kentin yaşam kalitesine ve ekolojik sistemlerin oluşumuna katkı sağlayan bir uygulamadır (Kul, 2009).

2.4. Yeniden İşlevlendirmenin Koruma Kavramı İçinde Yeri

Koruma; tarihi yapılarda bakım, onarım, muhafaza ve restorasyon gibi terimlerle açıklanabilmektedir (Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları, 1990). Kelime anlamı olarak değişime kapalılığı ifade etmesi, yapıların daha uzun ömürlü olması ve bu yapıların daha sağlıklı çevrelere sahip olabilmesi noktasında birtakım sıkıntıların

yaşanmasına neden olmaktadır. Çünkü korunan yapının varlığını devam ettirebilmesi için dönemin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi gerekmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için yapısal bütünlüğü korumak kaidesiyle; değiştirilmesi, yani yapının günümüz koşullarına uygun bir fonksiyon eşliğinde yeniden işlevlendirilmesi önem arz etmektedir (Avcı, 2003).

Yeniden işlevlendirme, tarihi yapıların yok olmasına engel olacak güçlü bir koruma metodu olarak değerlendirilebilir (Ahunbay, 1996). Çünkü yeniden işlevlendirmeye yapıları yüklenmiş ve günümüz ihtiyaçlarına cevap veren birtakım fonksiyonlar, onların yaşayan bir varlık konumuna getirmektedir. Bu durum yapıların topluma yararlı olmasını ve toplumun bu tarihi yapılarda kültürün derin izlerini bulmasını sağlamaktadır (Altınoluk, 1998). Yeniden işlevlendirme bu yönüyle değişimi kendine görev edinen bu sayede yapıları koruyan bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Böylece yapıları eskimekten; yapıların kullanılmaz bir taş yığını halini almasından ve çevresini bir çöküntü merkezi haline dönüştürmesinden korumaktadır (Pekol, 2010; Taner, 2011).

Yeniden işlevlendirme tarihi yapıları sadece yaşayan bir varlık haline getirip eskiyi bulma ve kültürünü yaşatma düşüncesi olan bir koruma metodu değildir. Üstlendiği sorumlulukla geçmişle bağını koparma tehlikesiyle karşı karşıya kalmış toplumların tarih bilincine sahip olmasını sağlamaktadır. Bunu da kültürel sürekliliğin devamlılığını esas alan bir düşünce çerçevesi içerisinde gerçekleştirmektedir. Bunların hepsini yaparken gücünü muhakkak geçmişe ait birtakım sembollerini bünyesinde barındırmaya devam eden tarihi yapılardan almaktadır (Tekeli, 1988).

Bahsi geçen bu tarihi yapıların günümüzde yaşatılması düşüncesi, yukarıda da belirtildiği gibi, yapının sadece fiziki olarak muhafaza edilmesiyle sağlanamaz. Yeniden işlevlendirme tam olarak bu noktada koruma kavramı içerisinde büyük bir öneme sahiptir. Yeniden işlevlendirmeye tarihi yapılar yapısal ve işlevsel olarak yeni kalmaya devam eder. Çünkü yeniden işlevlendirme koruma kavramı içerisinde yapıların kullanılarak yaşatılmasını sağlamaktadır (Onur, 1992; Güngör ve Ahunbay, 2008).

Bektaş'a (2001) göre koruma kavramı içerisinde bir tarihi yapı üzerinde her ne kadar tüm müdahaleler yapılmış olsa da, insan sıcaklığının kazandırılmamış olduğu bu tarihi yapılarda onarım ve bakım gibi koruma müdahalelerin sürece bağlı olarak insan eliyle yapılmaya devam etmediği sürece, sağlıklı bir sonuç vermeyecektir. Bu nedenle sosyal yaşam değerleri ve toplumun yaşam tarzı gözetilerek yeniden işlevlendirmeye koruma kavramı içerisinde yer verilmesi gerekmektedir.

Tüm bunların bir sonucu olarak yeniden işlevlendirme koruma gibi tarihi yapıların varlıklarını sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda yeniden işlevlendirme ve koruma kavramının bağdaştırılabileceği söylenebilmektedir. Bu nedenle korumanın sağlıklı bir sonuç verebilmesi için yeniden işlevlendirme zaruriyet arz etmektedir (Tekeli, 1988; Bektaş, 2001).

2.5. Yeniden İşlevlendirmeyi Gerektiren Müdahale Yöntemleri

Günümüzün gelişen koşullarında farklılık göstermek zorunda kalan birçok unsur olduğu gibi çevrede ve o çevreyi oluşturan toplumlarda da birtakım değişiklikler mutlaka yaşanmaktadır. Değişikliğin ana müsebbibi olan teknolojik ilerlemeler ve ekonomik gelişmeler, insanların yaşantılarını kolaylaştırırken fark ettirmeden onların hayattaki istek ve ihtiyaçlarına da yön vermektedir. Buna koşut olarak yaşam standartları gelişen insanların toplumsal eğilimleri ve hayata bakış açıları değişmektedir. Günümüzün bir diğer gerçeği hızlı nüfus artışının da bu duruma eklenmesi, insan hayatında yer edinecek yeni meskenlerin oluşmasına vesile olurken mevcut yapılarınsa kullanılmayan kendi kaderine bırakılmış birer harabeye dönüşmesine neden olacaktır. Değişimin böyle hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, o çevreye ait toplumun geleceğe dönük kültürel miras beklentisine cevap veremeyecektir.

Bu mirasın çevre ve toplum üzerinde bırakmış olduğu kültürel ve ekonomik etkinin anlaşılması, bu sorunun mutlak suretle çözüme ulaştırılması gereken bir konu haline gelmesini sağlamıştır. Bu doğrultuda bu konu ilk kez 1964 Venedik Tüzüğü'nde görüşülmüş ve günümüze kadar kongre, konferans ve başta Avrupa Konseyi olmak üzere çeşitli akademik etkinliklerde ele alınmıştır. Bu sorunu gidermeye yönelik

gerçekleştirilen bu tür etkinliklerde yapılabilecek birtakım koruma müdahaleleri tanımlanmaya çalışılmış, mevcut olanlarınsa başarısız olma nedenleri tartışılmıştır. Çıkan sonuçlarla, korumanın bir yapıyı iyileştirmek ve sonra yine o yapıyı kendi kaderine bırakmak olmadığı, yapıyı yaşatmak ve hatta kullanılmaya devam ettirmek doğrultusunda gerekli önlemlerin alınması gerektiğine kanaat getirilmiştir. Çünkü yapının sürdürülebilirliğinin ancak kullanarak yaşatmaktan geçtiği bu nedenle de yeniden işlevlendirilmesinden başka bir çıkar yolu olmadığı üzerinde görüş birliğine varılmıştır (Venedik Tüzüğü, 1964).

Koruma kavramıyla alakalı olarak birbirinden farklı birçok yaklaşım varlık gösterirken aralarından dokuz tanesi yeniden işlevlendirmede müdahale yöntemleriyle ilişkilendirilebilmektedir. Bunlar: Yeniden Kullanım (Re-Use), İyileştirme (Rehabilitation), Yeniden Hayat Verme (Regeneration), Kentsel Yenileşme, (Urban Renewal), Değer Kazandırma (Revalorisation), Dönüştürme (Conversion), Yeniden Uyarlama (Readaptation), Geri Dönüşüm –bu bağlamda- Geri Kazanım (Recycling) ve Tekrar değerlendirme (Reevaluation)’dir (Uçkan, 2000; Dursun ve Özsoy, 2008; Wolfrum vd., 2009).

2.5.1. Yeniden Kullanım (Reuse)

Yeniden kullanım, zaman içerisinde gelişen değişiklikler karşısında sadece fiziki yapısıyla çevresinde yer bulan yapılara yeni bir işlev kazandırılması demektir. Gelişen bu değişiklikler sosyo - kültürel ve ekonomik nedenler olarak açıklanabilmektedir. Yapılar bu doğrultuda kazanacakları işlevle varlıklarını sürdürebilmeye devam ettirmektedir (Engin, 2009).

2.5.2. İyileştirme (Rehabilitation)

İyileştirme, özgün kimliğini kaybetmemiş olmasına rağmen, bozulmaların baş gösterdiği, sağlıklı ve nitelişsiz gelişmelerin yapı, bina ve kentsel çevreleri etkisi altına almaya başladığı bir süreç içerisinde uygulanır. Amacı onları daha iyi bir yaşam standardı sunmak üzere birtakım uygulamalarla rehabilite etmektir. İyileştirme kavramı kapsamında yapılan rehabilite çalışmaları bahsi geçen yapı, bina ve kentsel çevrenin mevcut özelliklerinin sağlamlaştırılmasını sağlarken işlevsel olarak daha

geniş bir yelpazede hizmet sunmasına da yardımcı olmaktadır (Çetiner, 1985; Keleş, 1998; Özden, 2002; Göksu, 2005).

2.5.3. Yeniden Hayat Verme (Regeneration)

Yeniden hayat verme kavramı, yeniden işlevlendirme müdahaleleri arasında bir yenileme faaliyeti olarak varlık göstermektedir. Bu tür işlevlendirmede yapının fonksiyonu dışında fiziki yapısının da bir kısmının ya da tamamının yenilenmesini gerekmektedir. Yapıya ait bozulmuş, çöküntüye uğramış; ancak ıslah edilmeye müsait alanların yenilenerek bu eski dokuya entegre edilmesi yeniden hayat verme kavramını en iyi şekilde açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda mevcut yapıya ait herhangi bir bölümün bozulmuş olmasından dolayı işlevini yerine getirememesi durumunda yapının sadece o kısmına yönelik yapılacak müdahaleler de yeniden hayat verme kapsamında değerlendirilmektedir (Özden, 2002).

2.5.4. Kentsel Yenileşme (Urban Renewal)

Dünyadaki büyük gelişmeler birtakım çevresel sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu sorunların çözüme ulaştırılması noktasında ilk önce kentsel dönüşüm uygulamalarına yer verilmiştir.

Kentsel dönüşüm, kentlerin hızla büyümesi ve bu kentlerin mevcut konjoktüre cevap verememesi üzerine bazı bölgelerin yıkılıp yeniden yapıma uygulaması olarak kabul görmektedir. Kamu destekli gerçekleştirilen bu yıkım ve sonrasında yapım uygulamaları iki farklı temele dayandırılmıştır. İlk etapta 1851 yılında İngiltere’de Konut Kanunu çıkarılmış, sonrasında 1851-1873 yılları arasında Hausmann’ın gelişim müdahaleleri varlık göstermiştir (Gürler, 2003).

Ancak 1980 yılında toplanan Avrupa Konseyinde kentsel dönüşümün kültür kimliğini zedeleyen ve hatta yok eden bir uygulama olduğu savunulmuştur. Bu bağlamda kentsel yaşamın canlandırılması ve bu kentlere ait alanların kullanılır bir hale getirilmesi için yeniden işlevlendirme doğrultusunda korunmasının gerekliliği düşüncesi ağırlık kazanmıştır. Bunun bir sonucu olarak ortaya kentsel yenileşme kavramı atılmış ve bu kavram açıklanmaya çalışılmıştır. Çıkan sonuçlara göre kentsel yenileşme kavramı,

bir kentin bünyesinde bulunan toplumla birlikte korunmasını ifade etmektedir. Bu kapsamda o kentte yaşayan insanlar dahil olmak üzere kent kültürünü ve yaşamını oluşturan her türlü yerleşik değer yeniden canlandırılmaya çalışılmaktadır (Birsell, Polat ve Yılmaz, 2003).

Kentsel yenileşme kavramı üstlendiği bu sorumlulukla sadece kentlerin o güne ait korumasını gerçekleştirmekle kalmayacak, bu kentlerin gelecek nesillere ulaşmasının sağlanması noktasında sürdürülebilirliği sağlayacaktır.

2.5.5. Değer Kazandırma (Revalorisation)

Değer kazandırma kavramı, tarihi yapıların özellikle bir bölümüne dair estetiği bulma amacı güderek yapılan müdahalelerdir. Daha çok tarihi çevrelerde harabe yığını haline gelmiş bu yapıların varlığını sürdürebilmesi sağlarken, çevresinin de değer kazanmasına katkı sağlanmaktadır (Fang ve Liu, 2004).

2.5.6. Dönüştürme (Conversion)

Dönüştürme kavramında, yapıların varlıklarını devam ettirebilmeleri için onarım yapılırken tamamen yeni bir fonksiyon yüklenmektedir. Bu fonksiyonun ilerleyen süreç içerisindeki ihtiyaçlara cevap vermesi sürdürülebilirliğin sağlanmasında önem taşımaktadır (Historic England, 2016).

2.5.7. Yeniden Uyarlama (Readaptation)

Yeniden uyarlama kavramında, amaç yapıların esas işlevlerini devam ettirmeye çalışmaktır. Bu bağlamda yeniden uyarlama, kullanım dışı kalmış; ancak asli işlevi eskimemiş ya da birtakım ekleme ve çıkarmalar sonucu değişen hayatta yer bulabilme ihtimali olan bu yapıların varlığını sürdürmek için yapılan yeniden işlevlendirme müdahale yöntemidir (Jason vd., 2013).

2.5.8. Geri Dönüşüm –bu bağlamda- Geri Kazanım (Recycling)

Tarihi binaların varlıklarının devamını sağlamadaki diğer müdahale yöntemlerinden bir tanesi de Geri dönüşüm -bu bağlamda- Geri kazanımdır. Bu müdahale yöntemiyle tarihi bölgelerde yapılan çağdaş uygulamalar eskiye ait tarihi binaların yıkılıp yerine yenilerinin yapılmasının önüne geçerek bölgeye ait dokunun korunmasına da katkı sağlamaktadır. Geri dönüşüm uygulamasında yapının ömrü kastedilen işlevden uzun olmalıdır. Toplumlar ancak bu sayede yapı üzerinde gerçekleşecek olan çağdaş uygulamalar sonucu kendisinin ve bölgesinin kimliğini devam ettirebilecektir (Feilden, 1982; Cantacuzino, 1989). Geri dönüşüm müdahale yönteminde bu çağdaş uygulamalar yapının asli karakterinin %41 ile %51 arasında değişmesine neden olabilecek cihettir. Böyle bile olsa tarihi yapıların, sokakların ve bölgenin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Fernando, 2001)

2.5.9. Tekrar Değerlendirme (Reevaluation)

1990 yıllarında NPS tarafından tarihi yapıların sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik oluşturulan bir güç takımı, gerçekleştirilecek uygulamaların raporlar halinde değerlendirilmesini sağlamıştır. Bu raporların oluşumunda yaklaşım, içerik ve uygulama unsurlarına yer verilmektedir. Bakım ölçeği, içerik ve uygulamalardaki tanımlama ya da açıklama eksikliklerine rağmen birçok rapor NPS tarafından potansiyeli artırma düşüncesi ve teşvik etmek amacıyla kabul edilmiştir (Randall, 1997). Bu raporların birçoğunda reevaluation' a yönelik uygulamalar da yer almaktadır. Bu uygulamaların daha sağlıklı gerçekleştirilebilmesi noktasında reevaluation kavramı NPS tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu tanımına göre reevaluation, tarihsel yapının bozulması ve doku kayıplarında yapıyı ve yapının içerisinde bulunduğu bölgeyi kurtarma müdahaleleri olarak değerlendirilmektedir. Bu müdahalelerde yapının mevcut durumu, kaynakları ve özellikleri göz önünde bulundurulmaktadır. Yapıya ait olarak yapılmış son değişikliklerde incelendikten sonra tekrar değerlendirme süreci yapısal bütünlüğü tekrar sağlamak üzere başlatılmaktadır (McClelland, 1997).

2.6. Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesini Gerektiren Nedenler

Tarihi yapıların bir toplumun geçmişiyle geleceği arasında bağ kurması ve kültürel sürekliliği sağlaması açısından ne kadar önemli olduğuna önceki bölümlerde yer verilmişti. Bu yapılar zamanla toplumda yaşanan bazı sosyo kültürel değişiklikler, ekonomik nedenler ve çevre faktörleri gibi olguların bir sonucu olarak insan ihtiyaçlarına cevap veremez bir hale gelmiştir. Bu nedenlerle atıl kalan bu yapıların, önceleri yıkılıp yerine yenisinin yapılması için çaba sarf edilmiştir. Sonradan bu çabanın kültürel sürekliliğe zarar verdiği, kıt kaynakların zayi edildiği ve maddi olarak aşırı yük teşkil ettiğinin farkına varılmıştır. Bunun üzerine bu yapıların kentsel yaşama katılmasını sağlamak için yeniden işlevlendirme faaliyetleri gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

2.6.1. Sosyo Kültürel Değişiklikler Sonucu Tarihi Yapıların İşlev Kaybı

Toplumlara ait sosyo kültürel değişimlerin başladığı Sanayi Devrimi'yle ekonomiler gelişmiş, kültürel ve fiziksel yapılarda bazı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Devam eden süreçte bu tür değişim ve gelişimler, kentlerin küreselleşmesini zorunlu bir hale getirmiştir. Böylelikle içerisinde yaşadığı çevre de dahil olmak üzere; toplumların ekonomileri, sosyal ve kültürel yapıları bu küreselleşmeden ziyadesiyle etkilenmiştir. Bu durum toplumların iletişim şeklini, ihtiyaçlarını ve beklentilerini değiştirmek suretiyle yaşam biçimleri üzerinde etkin rol oynamaktadır. Yaşam biçimi değişen insanlar içinde barındıkları evlerini ve hatta geçimlerini sağladıkları iş yerlerini terk edip yeni düzene uygun başka yerlerde hayatlarını kurmaya başlamıştır. Bu değişim terk edilen meskenlerin kullanılmaz bir yapı olarak bırakılmasını engelleme amacı güderek yeniden işlevlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle işlevlendirilmede, bu yapıların sadece gelir getirici bir ürün olarak görülmemesi gerekmektedir. İşlevlendirilmede yapıların yaşatılmasında önem arz eden kültür unsurlarını korumak ve aynı zamanda yapıları yeniden işlevlendirmeye mecbur bırakan sosyo kültürel değişikliklerin (aile yapısı, dünya görüşleri, toplumsal tutumlar ve inanç değerleri) gözetilmesi gerekmektedir. Çünkü bu yapılar ancak bu şekilde topluma kazandırılıp sürdürülebilirliğini sağlayabilmektedir (Altınoluk, 1998).

2.6.1.1. Toplumların aile yapılarındaki değişim

Aile yapısındaki değişim, konut kullanımını direkt olarak etkilemektedir. Sanayi devrimine kadar mevcut konutlar geniş ailenin ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde ve büyüklükteyken, sanayi devriminden sonra ev ve iş yaşamındaki ilişkilerin yeni bir şekle bürünmesi sonucu çekirdek ailelerin hayatlarını sürdürebileceği yeni konutlar ortaya çıkmıştır. Kadınların da daha etkin bir çalışma ortamı bulabildiği bu devrimde; çalışma saatleri artmış, buna paralel olarak ihtiyaçlar değişmiş ve yerleşim daha çok sanayi bölgelerine kaymıştır (Canatan, 2011). Bu durum terk edilen büyük konutların atıl kalmasını ve yeniden işlevlendirilmesini zorunlu bir hale getirmiştir.

2.6.1.2. Toplumların dünya görüşü ve tutumlarındaki değişim

Herhangi bir döneme ait yapıların varlığında şüphesiz o döneme ait dünya görüşünün ve toplumsal tutumların izlerine rastlanmaktadır. Çünkü sosyal hayat içerisindeki görüş ve tutumlar insanın kendisi ile uyum içerisinde (Feather, 1979). Bu nedenle yapılar çağın gereklerine göre inşa edilmekteyken, mevcut görüş ve tutumlara hizmet edecek bir biçimde de dizayn edilmektedir.

Sanayi devrimiyle birlikte toplumlar üzerinde yaşanan birçok değişiklik, toplumların dünya görüşü ve tutumlarının da değişmesinde etkili olmuştur. Bu değişiklik elbette yeni yapıların oluşmasında öncü rol oynarken halihazırda bulunan yapıların da fayda sağlamasının önüne geçmiştir. Bu durum onların atıl kalmasını engellemek için yeniden işlevlendirilmesini zorunlu bir hale getirmiştir.

2.6.1.3. Toplumların inanç değerlerindeki değişim

Toplumların tarihsel süreç içerisinde yaşamış oldukları kültürel ve dini ilişkiler, tüm uygarlıklarda birtakım sosyo-kültürel değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır (Turhan, 1969; Günay, 1999). Bir toplumda farklı dini inançlara sahip kesimlerin, kendi dinlerini yaşamak amacıyla inşa edip sonrasında bazı nedenlere bağlı olarak orayı terk etmeleri, bu yapıların kullanım dışı kalmasına neden olan ve yeniden işlevlendirilmesini gerektiren en temel nedenlerden biridir. Bu bağlamda birçok

kilisenin işlev kazandırılarak cami ya da müzeye dönüştürülmüş örneklerine tarihi süreç içerisinde rastlanmaktadır (Uğursal, 2011).

2.6.2. Ekonomik Nedenler

Yeniden işlevlendirme, tarihi yapılara kazandırılan işleve sahip, başka bir yapının inşa edilmesine engel olurken, bu yapıların inşasında kullanılacak kıt kaynak ve enerjinin de yok olmasının önüne geçmektedir. Ayrıca yenisinin inşa edilmesi yerine, mevcut yapının işlevlendirilmesi, maliyetlerin %50 ile %80 arasında daha düşük olmasını sağlamaktadır (Highfield, 1987). Bu durum yapıların yeniden işlevlendirilmesini gerektiren güçlü bir neden olma özelliği taşımaktadır. İşlevlendirmenin, yeniden yapıma nispeten daha yüksek bütçelere ulaşacağı yapılar mutlaka mevcuttur. Böyle bir durumda yapının kazandırılmasının uzun vadede sağlayacağı kültürel ve çevresel katkı göz önünde bulundurularak yapıyı yıkmak yerine işlevlendirmek daha doğru bir seçim olacaktır (Kaşlı, 2009). Çünkü yeniden işlevlendirme o bölgeye toplumsal, çevresel, kültürel, ekonomik ve turistik bir canlılık kazandırıp sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Emre, 2008).

2.6.3. Çevresel Nedenler

Yapılar çevreleriyle her daim iletişim halindedir. Bu nedenle çevresinden soyutlanmış bir yapının çevresinin ihtiyaçlarına kayıtsız kalarak yaşamını sürdürebilmesi düşünülemez. Ancak yaşanan değişim ve gelişmelerin bir sonucu olarak süreç, yapıları çevresine fayda sağlayamayan işlevsiz birer harabeye dönüştürmektedir. Bu durum yapıların yaşadığı topluma tekrar kazandırılmasında yeniden işlevlendirilmeyi gerektiren önemli nedenlerden biridir (Uçar, 2013).

Değişen ve gelişen hayatta çevresindeki insanların ihtiyaçlarına cevap veremeyen bir konağı düşündüğümüzde, bir fonksiyon yüklenip onun, çevrenin ihtiyaç duyduğu bir konaklama ya da yiyecek içecek tesisi haline getirilmesi varlığını devam ettirebilmesinde büyük önem taşır. Çünkü işlevlendirilerek ticari bir işletme haline getirilen bu yapılar; ancak çevreye ve çevredeki insanlara sağlamış oldukları fayda kadar o çevrede varlık bulmakta, korunmakta ve sürdürülebilirliğini sağlayabilmektedir (Tanrısever, Saraç ve Aydoğdu, 2016).

2.7. Tarihi Yapılarda Uygun İşlev Seçimini Etkileyen Faktörler

Tarihi yapılarda işlevlendirme gerçekleştirilirken uygun işlevin seçilmesi çok önemlidir. Bunu yaparken yapıya ait eski kimliğin göz ardı edilmemesi, çevrenin ihtiyaçlarının gözetilmesi ve bu doğrultuda finanse edilmesi gerekmektedir. Böylece yapı çevreye daha rahat bir şekilde adapte olurken koruma esası çerçevesinde sürdürülebilirliğini devam ettirmektedir (Kincaid, 2002; Tapan 2007).

Tarihi yapılara uygun işlev seçiminde dikkat edilmesi gereken faktörlere, bu seçimi daha iyi açıklayabilmesi açısından üç ana başlık altında yer verilmiştir.

2.7.1. Yapıların Fiziki Yeterliliği

Yapılara uygun işlevin seçilmesinde, yapıların eski kimliklerinin gözetilmesi yeniden işlevlendirmenin başarıya ulaşmasında ve bu yapıların sürdürülebilirliğinde önem taşımaktadır (Kincaid 2002). Çünkü yapılara ait eski kimlikler, bu yapıların yeni işlev için fiziki olarak ne kadar yeterli olduğunun ipuçlarını ortaya koymaktadır. Bu düşünceden yola çıkarak eski dönemden günümüze ulaşan tarihi bir konağın fiziki yapısı için, bir konaklama tesisi olarak işlevlendirilmeye yeterli olduğu söylenebilir. Ancak bloklu yapısı ve sahip olduğu avluyla bir hanın, şehir içi bir konaklama tesisi olmak için çok da elverişli olduğu söylenemez. Öyle ki misafirlerin şehir otellerinde resepsiyon ile irtibata geçmek için avludan geçmek zorunda bırakılması, onların beklentisi dışında bir durumdur (Altınoluk, 1998). Böylesi bir durum bu şartlarda işlevlendirilmiş bir yapının varlığının devamında birtakım zorluklarla karşı karşıya kalmasına neden olacaktır.

2.7.2. Yapıların İçinde Bulunduğu Çevre

Yapıların içinde bulunduğu çevre, yapının işlev seçiminde önemli bir belirleyici konumundadır. Yapıların sadece fiziki yeterliliği düşünülerek yüklenmiş bir fonksiyon sonucu gerçekleştirilen bir işlevlendirme, varlığın devam ettirilebilmesinde yeterli değildir. Çünkü işlevlendirilen yapının hangi amaca hizmet edeceğine o çevreye ait kent dokusu, ihtiyaçlar ve ekonomik şartlar karar verecektir. Yani işlevlendirilen yapının o çevrenin ekonomik yapısına ve çevredeki insanların taleplerine hitap etmesi

gerekmektedir. Konaklamanın hiçbir şekilde tercih edilmeyeceği bir çevrede, yapının fiziki yeterliliğinin konaklama tesisine elverişli olması hasebiyle o doğrultuda işlevlendirilmesi bu yapının varlığını devam ettirmesine müsaade etmeyecektir (Uğursal, 2011; Uçar, 2013).

2.7.3. Finansman İhtiyacının Karşılanması

Tarihi yapıların yeniden işlevlendirilebilmesi her ne kadar bu yapıların yeniden yapılmasından daha ekonomik olsa da, işlevlendirme için belli bir bütçe gerekmektedir. Bu yüzden yapının topluma kazandırılabilmesinde ilk aşama bu yapıların işlevlendirilmeye yönelik finanse edilmesiyle başlamaktadır. Yapının sahibinin işlevlendirme için yeterli bütçesi olmaması durumunda, uygun bir finansör arayışına geçilir. Bunlar: özel şirketler, belediyeler ya da yerel yönetimlerden oluşmaktadır. Finansörlerin sağladığı destek sadece yapının işlevlendirilmesiyle sınırlı kalmaz, desteğin miktarıyla mevcut planlamada değişiklikler ve eklemeler yapılması suretiyle işlevin belirlenmesine katkı sağlamaktadır (Uğursal, 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YENİDEN İŞLEVLENDİRME VE TURİZM İLİŞKİSİ

Bu bölümde öncelikle tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi sonucu birtakım estetik değerlere ve turistik çekiciliğe sahip olduğu üzerinde durulmuştur. Sonrasında turistik çekiciliğe sahip olan bu yapıların, kültür turizmiyle nasıl bir ilişki içerisinde olduğu ve bu durumun sürdürülebilirliğe nasıl katkı sağladığı açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak bu yapıların Avrupa'daki, Türkiye'deki ve Kastamonu'daki örneklerine yer verilmiştir.

3.1. Kültür Turizmi, Turistik Çekicilik ve Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılar İlişkisi

Kültür, kişilerin bir toplumda yaşamanın gereği olarak kazanmış olduğu bilgi, beceri, gelenek-görenek, sanat, alışkanlık ve buna benzer yetilerin tamamından oluşmaktadır (Cox vd., 1991; Güvenç, 1997; Kuntay, 2004). Kişiler doğa karşısında yaşamlarını ancak sahip oldukları bu yetiler nezaretinde sürdürebilir (Güvenç, 1994). Çünkü kültür sadece kişilerin hayat tarzlarından ibaret olan bir kavram değil, aynı zamanda birtakım değer yargıları ve inançları da bünyesinde barındıran, kişilerin çevreyle uyumlu bir şekilde yaşamasına olanak tanıyan bir olgudur (Emekli, 2006). Bu olgu birçok toplumda çeşitlilik gösterir. Farklı çevrelere ait bireylerin aynı şeyler karşısında farklı hissetmeleri ya da farklı şeyleri gerçekleştirmeleri bunun en büyük göstergesidir (Hofstede, 1980; Wallerstein, 2000).

Toplumu oluşturan kültürler her ne kadar festivaller, tarihi yapılar ve eski eserler aracılığıyla hangi topluma ait olduğunun anlaşılması noktasında büyük ipuçları verse de, aslında onlar bulundukları çevreye ait oldukları kadar insanlık tarihinin, kültürel çeşitlilik ve zenginliğin de bir göstergesi olarak evrensel bir öneme sahiptir (Demirel, 1993). Bu nedendir ki birçok kimse, kültürleri yansıtan bu kültür öğelerini görme ihtiyacı hisseder. Yaşanılan küresel hayatta iletişim ve ulaşım araçlarındaki gelişmelerin insanların bahsi geçen bu kültür öğelerini görme, tanıma ve öğrenme eylemlerini gerçekleştirebilmesine olanak tanınması, kültürel gezilerin, kültür turizmi

adı altında bir turizm çeşidi olarak gelişmesine katkı sağlamıştır (Nuryanti,1996; Uygur ve Baykan, 2007).

Kültür turizmi farklı çevrelere ait yaşam tarzlarının, kültürel değerlerin, tarihi dokuların, yerel etkinliklerin, bilimin, sanatın ve tarihin bireyler tarafından görülmek, deneyimlenmek ve incelenmek amacıyla ziyaret edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 1990; Huh, 2002; Helvacıoğlu ve Bulu, 2007) Yapılan birçok araştırmanın sonucu, kültürün turizm içerisinde aktif bir rol oynayan etkili bir enstrüman olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu araştırmalara göre uluslararası turistlerin %37 sinin kültür amaçlı seyahat ettiğini ortaya koymaktadır (Duran, 2011). Bu araştırmalar uluslararası turizmde büyük bir öneme sahip olan kültür turizminin, dünya turizm pastasından oldukça önemli bir pay aldığını kanıtlar niteliktedir. Bu durum şüphesiz turizmin kültürel bir etkileşimin mahsulü olmasıyla açıklanabilir. Bu sayede kültür de bünyesinde barındırdığı zengin tarihsel doku ve kültürel mirasla turizmin gelişmesinde etkin bir rol oynamaktadır (Lea, 2001; Öter ve Özdoğan, 2005).

Gelişen bir kültür turizminde kültürel çekicilikler o yerin tercih edilmesinde muhakkak büyük önem taşımaktadır. Çünkü bir yerin çekiciliği o yerin sahip olduğu tarihi verilerle orantılıdır (Schweitzer, 1999; Kutvan ve Kutvan, 2013). Bu tarihi veriler bireylerde bir estetik değer oluşturmakta ve buna paralel olarak çekicilik gelişmektedir (Rutes, Penner ve Adams, 2001). Çekicilik, tercih ve isteklerin istenilen şey üzerindeki yoğunlaşma derecesidir (Kutvan ve Kutvan, 2013). Estetik değer ise bireylerin beş duyu organlarını kullanmaları suretiyle ürünün kendilerinde bırakmış olduğu sanatsal değerdir. Şüphesiz bu sanatsal değer arttığı düzeyde o şeye ait çekicilik de artacaktır (Holbrook, 1994; Pine ve Gilmore, 1999; Schmitt, 1999).

Estetik değer ölçümünde işletmenin görünüşü, dekorasyonu, simetrisi, içinde yer alan koku, renk ve obje uyumu hatta müzik bile bir değerlendirme kriteridir (Holbrook, 1994; Pine ve Gilmore, 1999; Schmitt, 1999; Mathwick vd., 2001). Bireylerin hayatının her anında olan bu estetik değer, ihtiyaçlar hiyerarşisinde üst kademedede yer almakta ve bireylerin satın alma davranışını direkt etkilemektedir (Hirschman, 1983; O'shaughness ve O'shaughness, 2003). Bu düşünce paralelinde bireylerin tarih ve

kültür kokan birtakım yapılara ve kaynaklara dair hissettikleri estetik değerin bir sonucu olarak, çevrede işlevini kaybetmiş antik şehir kalıntıları ve tarihi yapılar yeniden işlevlendirilerek turistik çekicilik oluşturulmaktadır (Kutvan ve Kutvan, 2013).

Yeniden işlevlendirme, genel anlamda fiziki ömrü devam eden; ancak işlevini kaybetmiş yapıların kullanılmaya devam etmesini sağlamak amacıyla işlevsel olarak yenilenmesi anlamına gelmektedir (Burden, 2004). Yeniden işlevlendirme çalışmaları, sanayinin gelişmesi ve buna bağlı olarak nüfus artışının tarihi ve kültürel alanlarda yoğunluk göstermesi sonucu, atıl kalmış tarihi yapıların önem kazanmasıyla başlamıştır (Koçan, 2011). Sahip oldukları tarihi ve kültür kokan dokularla geçmişle bugün arasında köprü kuran bu yapıların bu doğrultuda taşıdığı önem ve değer korunmalarını gerektiren oldukça önemli bir nedendir (Çelik, 2009). Bu bağlamda tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi sosyal kültürel ve ekonomik anlamda o çevreyi en iyi şekilde koruma metodu olarak kabul görmektedir (Montgomery, 1995). Korumada dikkat edilecek bir diğer husus da yapının fiziksel dokusu kadar simgesel ve sanatsal değerinin kaybolmasına mani olmaktır. Yapıların koruma amaçlı işlevlendirilmesi için bu değerlerden en az birine sahip olması gerekmektedir. Yapıya ait sığ bir işlev özelliği, yapının korunması için yeterli bir neden değildir. Çünkü yeniden işlevlendirme esaslı bir koruma metodu, aslında yapıya ait kültürel dokuları yaşatmak, bu sayede estetik bir değer oluşturarak çekiciliğini ön plana çıkartmaktır (Kuban, 2000).

Tüm bu anlatılanlarla kültürün insan hayatında çok büyük bir çekicilik unsuru olduğu ortaya koyulmuştur. Günümüzde kültürün bir parçası olan, geçmişe tanıklık etmiş birtakım tarihi yapılar bulunmaktadır. Birçoğu atıl kalmış ve harabeye dönüşmüş bu tarihi yapılar, üzerinde izlerini taşıdığı kültürü yeniden işlevlendirilerek günümüze taşımakta, insanlarda güçlü bir estetik duygusu uyandırmakta ve kültür turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

3.2. Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapıların Sahip Olduğu Turistik Çekicilik ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Sürdürülebilirlik, mevcut kaynakların kararında kullanılması gerektiğini bilen bir toplum oluşturma amacıyla gerçekleştirilen katılımcı bir süreçtir (Viederman, 1994). Bu süreçle alakalı düşünceler ilk kez DÇKK tarafından 1987 yılında hazırlanmış Brutland Raporunda, sürdürülebilir kalkınma kavramını açıklayabilmek amacıyla ortaya atılmıştır. Bu raporda sürdürülebilir kalkınma kavramına, günümüz neslinin ihtiyaçları karşılanırken, gelecek kuşakların hakkına halel getirilmemesi gerektiğini savunan bir düşünce tarzıyla yaklaşmıştır (WCED, 1987).

Sürdürülebilirlik kavramı, küreselleşen hayatla birlikte yaşanan doğaya ait öz kaynakların fütursuzsa kullanılmasının bir sonucu olarak her geçen gün daha da önem kazanmaya başlamıştır. İsrafin artarak devam etmesi, doğanın sanki bir daha kullanılmayacakmışçasına kirletilip harap edilmesi sürdürülebilirlik kavramının birtakım planlama ve politikalarda yer bulmasına neden olmuştur. Bu planlama ve politikalardan biri de turizm sektörüyle alakalıdır.

Turizm hem ulusal hem de uluslararası düzeyde ülke ekonomisine büyük katkı sağlayan bir sektördür. Turizm sektörü, ülkelerin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çevre gibi özgün değerlerle; sosyal ve kültürel anlamda o ülkelerin kalkınmasını sağlamakta, istihdamına olumlu etki etmekte ve eşit gelir dağılımına yardımcı olarak ülkelerin ekonomik kalkınmalarında da büyük rol üstlenmektedir. Buna karşın bahsi geçen bu özgün değerlerin korunmasına yönelik birtakım plan ve politikaların izlenmemesi durumunda turizm, çevreyi kirleten kıt kaynakları israf eden bir boyut kazanacaktır (Kervankırani, 2011; Altuntaş ve Türker, 2012).

Ülkelere sağlamış olduğu katkılar düşünüldüğünde, turizmin sekteye uğramasını engellemek amacıyla bünyesinde barındırdığı özgün değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması elzem bir hal almıştır. Turizmde sürdürülebilirlik, bugünün ihtiyaçları karşılanırken, doğal kaynakların ve çevrenin korunması böylelikle gelecektekilerin bunlardan istifade etmesinin sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Collin, 2004). Yani sürdürülebilirlik, turizm açısından çekiciliğe etki eden tarihi, kültürel, doğal, sosyal ve

estetik değerlerin korunup geliştirilmesiyle turizm faaliyetlerinin ve getirilerinin devam edeceği anlamına gelmektedir (Akşit, 2007; Kuter ve Ünal, 2009). Bu değerlerin korunmasında onların topluma yarar sağlayacak bir amaç için kullanılması önem arz eder (Venedik Tüzüğü, 1964). Bu doğrultuda seçilebilecek en uygun yol bu değerlerden oluşan tarihi yapıların yeniden işlevlendirilip insanların kullanımına sunulmasıdır (Er Akan, Arslan Selçuk ve Çakıcı, 2006).

Yeniden işlevlendirmede tarihi yapıların bütünlüğünün bozulmaması ve mevcut planın dışına çıkılmaması esastır (Buldac, 2006). Bir yapının turistik bir işletme olarak işlevlendirileceği düşünüldüğünde, yapı için uygun işlevin belirlenmesi, üzerindeki tarihi ve mimari dokunun bozulmaksızın kazandırılması, yapının çevreye adaptasyon sağlaması ve varlığını devam ettirmek için ekonomik gelir elde etmesi sürdürülebilirliğin devamı için önem taşımaktadır (Kincaid, 2002; Tanrısever, Saraç ve Aydoğdu, 2016).

İşlevlendirilmeleri esnasında estetik değerlerini kaybetmeyen bu tarihi yapılar, turistler üzerinde oluşturmuş oldukları çekicilik kadar tekrar talep görecektir. Bu durum mevcut yapının varlığını sürdürmesini sağlayacak ve işlevlendirilme potansiyeli olan diğer sahiplerin yapılarını değerlendirebilmeleri için bir emsal teşkil ederek sürdürülebilirliğe büyük katkı sağlamış olacaktır

3.3. Avrupada Yeniden İşlevlendirme ve Turizm İlişkisi

Avrupa’da yeniden işlevlendirilen ve günümüzde turistik çekicilik oluşturan çok sayıda tarihi yapı bulunmaktadır. Bunlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ***Castel Sant’Angelo Kalesi***

Roma imparatoru Hadrian ve onun ailesi için 117-138 yıllarında İtalya’nın Roma şehrinde türbe olarak inşa edilen bu yapı günümüzde kale ve müze olarak yeniden işlevlendirilmiştir (URL- 1, 2016).



Şekil 1. Castel Sant'Angelo Kalesi. (URL-2, 2016)

- **Panteon**

Panteon, milattan önce 27-25 yılları arasında Marcus Agrippa tarafından İtalya'nın Roma şehrinde tapınak olarak inşa edilmiştir. Günümüze kadar korunarak ulaşan Panteon, 125 yılında Hadrian tarafından bir müze ve Katolik kilisesi olarak yeniden işlevlendirilmiştir (Cartwright, 2016).



Şekil 2. Panteon. (URL- 53, 2016)

- **Cafe Restaurant Open**

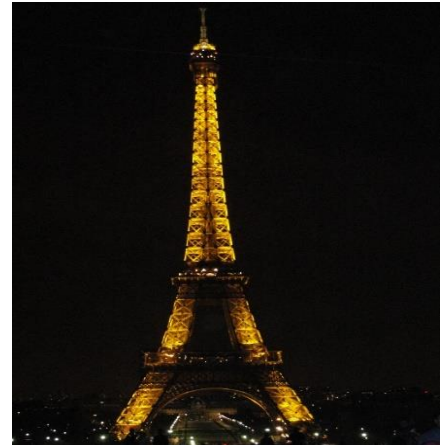
Hollanda'nın Amsterdam şehrinde 1922 yılında inşa edilmiş gemiler geçtiğinde açılıp kapanabilen eski bir köprünün işlevini kaybetmesi üzerine Alman mimar Pi de Bruijn ile De Architecten Cie tarafından açık pozisyonuyla yeniden işlevlendirilmiştir. Bu köprü günümüzde bir cafe olarak hizmet vermektedir (URL-12, 2016)



Şekil 3. Cafe Restaurant Open. (URL-13, 2016)

- **Eyfel Kulesi**

Eyfel Kulesi, Fransa'nın Paris şehrinde yer almaktadır. 300 metre yüksekliğe sahip olan bu yapı Gustave Eiffel tarafından Fransız İhtilali'nin 100. yılını kutlamak amacıyla tertip edilen Expo 1889 Paris fuarının kapısı olarak tasarlanmıştır. 20 yıl sonra sökülme üzere monte edilmiş olan bu yapı, Paris'in turist çekiciliğinde büyük bir imaj oluşturduğundan yeniden işlevlendirilerek bir cazibe merkezi vazifesi üstlenmektedir.



Şekil 4. Eyfel Kulesi. (URL-6, 2016)

- **Borly-Var Kalesi**

Borly-Var Kalesi Macaristan'ın kırsal bir bölgesi olan Szekesfehervar ilçesinde yer almaktadır. Kalenin yapımı macar mimar Bory Jenő tarafından 1912 yılında başlamıştır. Mimar inşa ettiği bu kaleyi 1957 yılına yani vefaatine dek güzelleştirme çabası içerisinde bulunmuştur. 1980 yılına gelindiğinde değerini kaybetmiş bir çehreye bürünen kale atıl kalmıştır. Yeniden işlevlendirme süreci 2014 yılına kadar devam eden bu yapı günümüzde müze olarak hizmet vermektedir.



Şekil 5. Borly - Var Kalesi. (URL-14, 2016)

- **Tate Modern Sanat Galerisi**

İngiltere'nin Londra şehrinde yer alan Tate Modern Sanat galerisi, Giles Gilbert Scott tarafından 1947 ile 1963 yılları arasında Bankside Güç İstasyonu olarak inşa edilmiştir. İkinci Dünya Savaşından sonra kapatılan ve işlevsiz kalan bu bina 2000 yılında Herzog ile de Meuron tarafından yeniden işlevlendirilmiştir. Bu yapı günümüzde çağdaş sanat galerisi olarak hizmet vermektedir (URL-8, 2016).



Şekil 6. Tate Modern Sanat Galerisi. (URL-8, 2016)

- ***Las Arenas***

Las Arenas İspanya'nın Barselona şehrinde yer almaktadır. 14 bin kişi kapasiteli bu boğa güreşi arenasını Barselona'nın merkezinde İspanya Meydanı'nda konumlanmıştır. Boğa güreşlerine duyulan tepkinin artması ve bu güreşlerin sembolik de olsa yasaklanmasının bir sonucu olarak arena işlevsiz kalmıştır. Atıl kalmasının önüne geçmek amacıyla 2011 yılında Katalan Mimar Alonso Balaquer ve İngiliz Mimar Richard Rogers tarafından yeniden işlevlendirilen bu arena günümüzde alışveriş merkezi olarak hizmet vermektedir (URL-9, 2016).



Şekil 7. Las Arenas dışı. (URL- 10,2016)

Şekil 8. Las Arenas içi. (URL- 11, 2016)

- ***Üsküp Davutpaşa Hamamı***

Üsküp Davutpaşa Hamamı, Makedonya'nın Üsküp şehrinde yer almaktadır. Hamam Osmanlı Dönemi'nde 2. Beyazıt'ın sadrazamı Davut Paşa tarafından yaptırılmıştır. Geçen süre içerisinde önemini ve işlevini yitiren bu yapı günümüzde sanat galerisi olarak yeniden işlevlendirilmiştir (URL-15, 2016).



Şekil 9. Üsküp Davutpaşa Hamamı. (URL-15, 2016)

- **Kolezyum**

Kolezyum İtalya'nın başkenti Roma'da yer almaktadır. Yapımına komutan Vespasianus tarafından başlanmış olan bu yapı 79 yılında Vespasianus'un oğulları Titus ve Domitian döneminde tamamlanmıştır. Flavianus Amfitiyatro olarak da bilinen Kolezyum bir arena olarak inşa edilmiş olmasına rağmen birtakım tahribatlar sonucu eski işlevini kaybetmiştir. Buna karşın sahip olduğu görünüm sonucu Roma'nın sembolü vazifesini üstlenmiş ve Roma'da en çok turist çeken yerler arasında gösterilmektedir (URL-3, 2016).



Şekil 10. Kolezyum. (URL-4, 2016)

- **Viyana Gazometreleri**

Gazometreler, Avusturya'nın Viyana şehrinin sanayileşmesi kapsamında 1986 yılında yapılmıştır. Süreç içerisinde doğal gazın hava gazının yerini almasıyla bu yapı önemini yitirmeye başlamış ve 1994 yılında kapatılmıştır. Kapatılan bu yapının atıl kalması üzerine devlet yeniden işlevlendirme kararı almıştır. 1999-2001 yılları arasında işlevlendirilen bu yapı içerisinde restoran, kafe ve sinema salonunun yer aldığı 70 tane dükkan, 4.200 kişi kapasiteli etkinlik alanı, çocuk bakım merkezi, Viyana Ulusal Arşivi, 11.000 metre kare ofis alanı, 615 apartman dairesi ve 230 yataklı bir öğrenci yurdu bulunmaktadır (URL-54, 2016).



Şekil 11. Viyana Gazometreleri. (URL-54, 2016)

- **Marcellus Tiyatrosu**

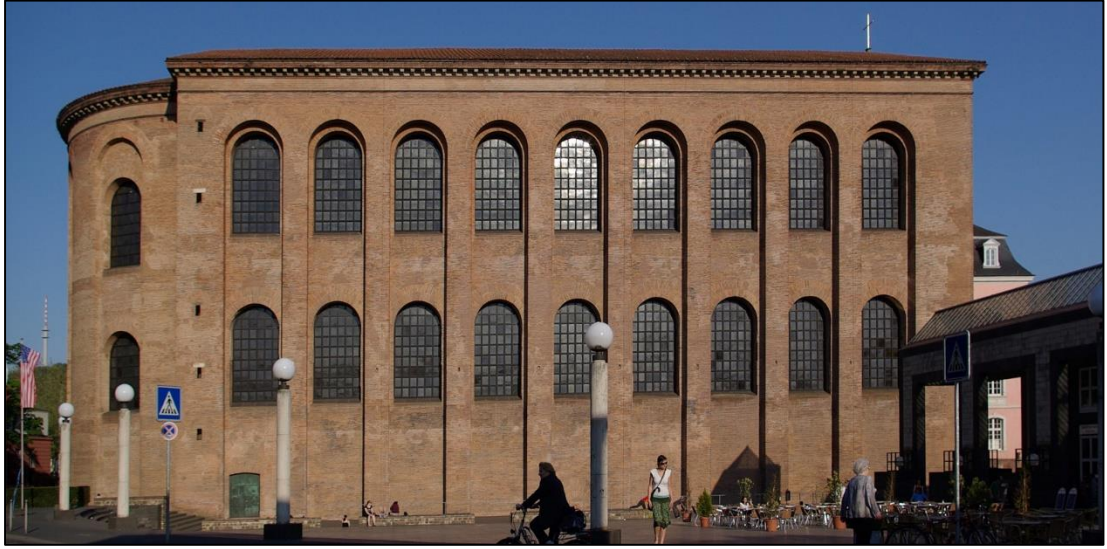
İtalya'nın Roma şehrinde yer alan Marcellus Tiyatrosu geç cumhuriyet döneminde inşa edilmiştir. Bu yapı döneminin en geniş açık hava tiyatrosu olarak bilinmektedir. Tarihinde birçok kez yeniden işlevlendirilen bu yapının üst kısmı günümüzde apartman olarak kullanılmaktadır (URL-5, 2016).



Şekil 12. Marcellus Tiyatrosu. (Turner, 2016)

- **Konstantin Bazilikası**

Almanya'nın Trier şehrinde yer alan Konstantin Bazilikası 4. Yüzyılın başında inşa edilmiştir. Bu bazilika günümüzde değişen demografik yapının bir gereği olarak Protestanların kullandığı bir kilise olarak yeniden işlevlendirilmiştir (URL-5, 2016).



Şekil 13. Konstantin Bazilikası. (Werner, 2016)

3.4. Türkiye’de Yeniden İşlevlendirme ve Turizm İlişkisi

Türkiye birçok medeniyete ev sahipliği yapan Anadolu topraklarında yer almaktadır. Bu nedenle tarihe tanıklık etmiş birçok yapıya sahiptir. Bu bölümde yeniden işlevlendirilerek Türkiye’de varlıklarını sürdüren bazı yapılara yer verilmiştir.

- *Vezir Hamamı*

Vezir Hamamı 1703 yılında Şanlı Urfa’da Mutasarrıf Arapkirli Yusuf Paşa tarafından yaptırılmıştır. Hamama olan ilginin her geçen gün azalması ve yapının yıpranması üzerine Karacadağ Kalkınma Ajansından 2014 yılında alınan destekle yeniden işlevlendirilerek içerisinde şark köşelerine de yer verilen bir restoran olarak hizmete başlamıştır (URL-17, 2016).



Şekil 14. Vezir Hamamı. (URL-18, 2016)

- *Ayasofya Müzesi*

Dünya mimarlık tarihinden günümüze kadar ayakta kalmış en önemli anıtlardan biri olan Ayasofya 3 kere inşa edilmiştir. Günümüze ait olan son inşasına 532 yılında dönemin iki önemli mimarı İsidoros ve Anthemios tarafından başlanmıştır. Beş yıl süren bu inşa 27 Aralık 537 yılında kilise olarak tamamlanmıştır. 1453 yılında Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethetmesi üzerine cami olarak işlev kazanmıştır. Son olarak Mustafa Kemal Atatürk'ün emri ve Bakanlar Kurulu kararıyla cami 1 Şubat 1935 yılında müze olarak yeniden işlev kazanmıştır (URL-16, 2016). Günümüzde yeniden bir cami olarak işlev kazandırılmaya çalışılan bu yapının adı Ayasofya Cami olarak değiştirilmiştir. Beş vakit ezanların okunduğu bu yapıda bir cemaat eşliğinde namaz kılınmamakta ve girişler hala ücret karşılığında gerçekleştirilmektedir.



Şekil 15. Ayasofya Müzesi. (URL-16, 2016)

- **Legacy Ottoman Otel**

İlk Türk resmi mimari yapı olarak Osmanlı Vakıflar Bakanlığı İnşaat ve Restorasyon bölümü müdürü Mimar Kemaleddin Bey tarafından 1911 yılında tasarlanan bu yapı 1916 ile 1926 yılları arasında inşa edilmiştir. Çevredeki ofis ihtiyacını karşılamak amacıyla yapılan bu bina 2006 yılında bir otel olarak yeniden işlevlendirilmiştir (URL-19).



Şekil 16. Legacy Ottoman Otel. (URL-19, 2016)

- **Selçuklu Konağı**

Selçuklu Konağı 1924 yılında Nevşehir ilinin Kapadokya ilçesinde civarda yaşayan Ortodokslar tarafından inşa edilmiştir. Konak günümüzde yeniden işlevlendirilerek bir konaklama işletmesi haline getirilmiştir (URL-27, 2016).



Şekil 17. Selçuklu Konağı. (URL-27,2016)

- ***The Public Hotel***

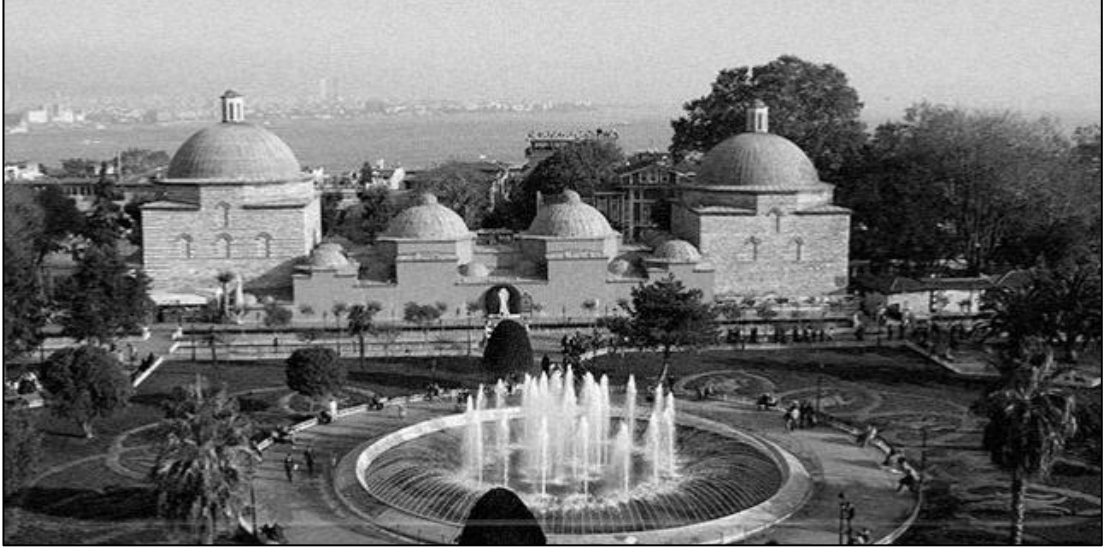
19. yüzyıl sonu İstanbul mimarisinin tipik bir örneği olan The Public Hotel, 1898 – 1901 yılları arasında Ermeni kökenli mimar Hovsep Aznavur tarafından inşa edilmiştir. Bu yapı Salt Galata Araştırma Merkezi ve Anunuel Oriental kayıtlarına göre 1901, 1902 ve 1903 yıllarında Sırp Konsolosluğu olarak kullanılmıştır. Günümüzde otel olarak kullanılan yapı 2015 yılında işlevlendirilmiştir (URL-20, 2016)



Şekil 18. The Public Hotel. (URL-21, 2016)

- ***Haseki Hürrem Sultan Hamamı (Ayasofya Hamamı)***

Ayasofya Hamamı, 1556-1557 yılları arasında Mimar Sinan tarafından inşa edilmiştir. Ayasofya Müzesi ile Sultanahmet Camii arasında, 532 yılında tamamen yıkılan tarihi Zeuksippos Banyoları'nın olduğu alanda yer alan hamamın yapılmasını Kanuni Sultan Süleyman'ın eşi Hürrem Sultan istemiştir. 1910 yılına kadar aktif bir şekilde kullanılan hamam 1957-1958 yıllarına kadar kapalı kalmıştır. Bu tarihlerden sonra yeniden işlevlendirilen bu hamam 2008 yılına kadar kamuya ait bir halı mağazası olarak kullanılmıştır (URL-23, 2016). Günümüzde asli işlevine geri kazanan bu yapı hamam olarak hizmet vermektedir



Şekil 19. Ayasofya Hamamı. (URL-23, 2016)

- **Seka Park**

Dünyanın en büyük kent parklarından biri olan Seka Park, İzmit'te yer alan Seka Kağıt Fabrikasının dönüştürülmesi sonucu günümüzde bir rekreasyon alanı olarak hizmet vermektedir. İçerisinde birçok aktivitenin uygulanabileceği bu park 580 dönümlük alana konumlandırılmıştır (URL-22, 2016)



Şekil 20. Seka Park. (URL-22, 2016)

- **Gökçüoğlu Konağı**

Safranbolu'nun Bağlar Değirmenbaşı Mevkiinde yer alan ve geleneksel Türk evinin tüm mimari özelliklerini taşıyan bu konak, Gökçüoğlu Mustafa Bey tarafından 1896 yılında yaptırılmıştır. Yeniden işlevlendirilerek turizme kazandırılmış bu yapı günümüzde konaklama işletmesi olarak kullanılmaktadır (URL-24, 2016).



Şekil 21. Gökçüoğlu Konağı. (URL-25, 2016)

- **Elçi Konağı**

İstanbul'da yer alan Elçi Konağı 1092 yılında, Hristiyanlık için önemli olan Varak haçının konulduğu Aziz Havariyun Kilisesinin müştemilatı olarak inşa edilmiştir. 1956 yılında yeniden işlevlendirilerek cami olarak kullanılan bu konak günümüzde bir konaklama işletmesi olarak işlev kazanmıştır (URL-28, 2016).



Şekil 22. Elçi Konağı. (URL-29, 2016)

- **Gazi Konağı**

1600 yıllık bir geçmişe sahip, Mardin’de yer alan taş yapılı bu konak dönemin şartlarının bir gereği olarak bir konaklama işletmesi olarak yeniden işlevlendirilmiştir (URL-26, 2016).



Şekil 23. Gazi Konağı. (URL-26, 2016)

3.5. Kastamonu’da Birer Turistik İşletme Olarak Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılar

Kastamonu özellikle konaklarıyla itibar sahibi olan bir ilimizdir. Günümüzde konaklar da dahil olmak üzere sahip olduğu yapıları işlevlendirme girişiminde olan Kastamonu’ya ait bazı yapılara bu bölümde yer verilmiştir.

- **Ballık Konağı**

Ballık Konağı 1906 yılında inşa edilmiştir. Kastamonu’nun en büyük ve en önemli konaklarını bünyesinde barındıran Akmesit mahallesinde yer alan konağın ilk sahibi Ermeni asıllı Nazar Eskiyan ve onun eşi Serkizdir. Üç katlı olan bu konak çevresinde bulunan diğer konaklardan farklı olarak tavanında eşsiz bir estetiğe sahip kırmızı kadife kumaş üzerine ağaç işleme tavan süslemelerine sahiptir. Ayrıca konak içerisinde bulunan üzerinde ters lale resminin olduğu çeşmeyle bir Ermeni Konağı olduğunu ortaya koymaktadır. Ballık Konağı inşasından 11 yıl sonra Said Efendi’ye satılmış sonrasında el değiştiren konağın en son sahibi Ballık ailesi olmuştur. Atıl kalana kadar geniş ailelerin barınma ihtiyacını karşılayan bu konak 2007 yılında yeniden işlevlendirilerek günümüzde otel ve restoran olarak işletilmektedir (URL-30, 2016).



Şekil 24. Ballık Konağı. (URL-30, 2016)

- ***Cem Sultan Bedesteni***

Cem Sultan Bedesteni, Kastamonu merkezde tarihi camiler ve çarşılar çevresinde konumlanmış bedesten olarak inşa edilmiş bir tarihi yapıdır. Bünyesinde ahşap ve taş dokuları birleştirmiş dokuz kubbeden oluşan bu bedesten Fatih Sultan Mehmet'in oğlu Cem Sultan tarafından 1465 yılında yaptırılmıştır. Bir yıllık tadilat sonucu Kastamonu'ya özgü dokuların ve Selçuklu motiflerinin yoğun bir şekilde kullanılarak 2014 yılında bir restoran olarak yeniden işlevlendirilen bu yapı 500 metrekarelik oturma, 900 metrekarelik hizmet alanına sahiptir (URL-31, 2016).



Şekil 25. Cem Sultan Bedesteni. (URL-32, 2016)

- ***Eflanili Konağı***

Kastamonu sivil mimari örneklerinden olan Eflanili Konağı'nın kesin yapılış tarihinin bilinmemesine rağmen 1910'lu yıllarda inşa edildiği tahmin edilmektedir. Bu konak 1999 yılının Ekim ayında Sağlık Bakanlığı Çevre Koruma Vakfı tarafından Eflanili ailesinin varislerinden satın alınmıştır. Geniş ailelerin barınmasına olanak sağlayan bir konak olarak inşa edilen bu yapı, 2001 yılında yeniden işlevlendirilerek günümüzde yöresel yemeklerin hazırlanıp sunulduğu bir restoran olarak hizmet vermektedir (URL-55, 2016).



Şekil 26. Eflanili Konağı. (URL-33, 2016)

- *Hafızbey Konağı*

Kastamonu sivil mimari örneklerinden biri olan Hafızbey Konağı kesme taş, ahşap ve kerpiç kullanılarak yapılmıştır. Ne zaman yapıldığı belli olmayan bu yapının 2000 yılında KKV pazarlama şirketi tarafından satın alınması sonucu 2004 yılında otel ve restoran olarak yeniden işlevlendirilmiştir. (URL-34, 2016).



Şekil 27. Hafızbey Konağı. (URL-35, 2016)

- **İsmail Bey Konağı**

İsmail Bey Konağı adını Hacı İsmail Ağa'dan almaktadır. İsmail Ağa, Fatih Sultan Mehmet'in öz dayısı ve dönemin valisidir. Konak, Hacı İsmail Ağa'nın Kastamonu valisi olarak hayatını sürdürdüğü dönemden Kastamonu halkına miras kalmıştır. 2002 yılında yeniden işlevlendirilen bu miras, günümüzde otel ve restoran olarak hizmet vermektedir (URL-36, 2016).



Şekil 28. İsmail Bey Konağı. (URL-36, 2016)

- **İzbeli Çiftliği**

Osmanlı ordusuna sayısız zafer kazandıran sipahilerin yetiştirildiği ve ne zaman inşa edildiği belli olmayan İzbeli Çiftliği, Osmanlı Padişahı IV. Mehmet tarafından 1651 yılında İzbeli Sülalesi'ne bağışlanmıştır. Çiftlik günümüzde tarihin çeşitli dönemlerine ait eşyaların korunmuş olması hasebiyle müze olarak işlev kazanmış olmanın yanı sıra 2002 yılından itibaren, sabah kahvaltılarının servisi edildiği bir çeşit restoran olarak hizmet vermektedir (URL-37, 2016).



Şekil 29. İzbeli Çiftliği. (URL-37, 2016)

- **Kadioğlu Konağı**

Kadioğlu Konağı 1875 yılında inşa edilmiştir. Konakta yukarıda 6, aşağıda 3 oda; bir mutfak ve bahçe bulunmaktadır. Zamanın barınma ihtiyacının karşılandığı konağın ilk sahibi Ahmet oğlu İplikçiöğlu Dülger Hasan'dır. Birçok kez el değiştiren konak en son Kadioğlu ailesine geçmiş ve 2014 yılında aslına uygun bir şekilde otel olarak işlevlendirilmiştir (URL-38, 2016).



Şekil 30. Kadioğlu Konağı. (URL-39, 2016)

- **Mazlumcuoğlu Konağı**

Kastamonu'ya ait sivil mimari örneklerinden bir diğeri olan Mazlumcuoğlu Konağı'nın yapılış tarihi bilinmemektedir. Tarihi yapıların değerlendirilmesini sağlamak amacıyla 1998 yılında KKV tarafından satın alınan yapının yeniden işlevlendirilmesi 1999 yılında başlayıp 2000 yılında son bulmuştur. Günümüze kadar Pompei Otel olarak kullanılan bu yapının hizmeti 2016 yılında Belediyeye geçmiş ve ismi Mazlumcuoğlu Konağı olarak değiştirilmiştir (URL-36, 2016).



Şekil 31. Mazlumcuoğlu Konağı. (URL-36, 2016)

- ***Kurşunlu Han (İsmail Bey Hanı)***

Kastamonu merkezinde Attarlar Çarşısı Mevkiinde yer alan Kurşunlu Han, 1460 yılında Candaroğlu İsmail Bey tarafından yaptırılmıştır. Asırlar boyunca ticaret merkezi olarak kullanılan 29 odalı hanın giriş kısmında bazı bölgeler ahır olarak kullanılmıştır. 2008 yılında yeniden işlevlendirilen bu yapı günümüzde otel ve restoran olarak kullanılmaktadır (URL-40, 2016).



Şekil 32. Kurşunlu Han. (URL-41, 2016)

- ***Mevlana Konağı***

Geniş ailelerin barınması için yapılmış olan Mevlana Konağı'nın inşa edilme tarihi belli değildir. Ancak 150 yılı aşkın bir geçmişi olduğu varsayılmaktadır. Sahip olduğu 5 odayla 2015 yılında yeniden işlevlendirilmiş bu yapı günümüzde restoran olarak kullanılmaktadır (URL-42, 2016).



Şekil 33. Mevlana Konağı. (URL-42, 2016)

- **Münire Sultan Sofrası**

Münire Sultan Medresesi 1746 yılında Reis-ül Küttap Hacı Mustafa tarafından yaptırılmıştır. Mülkiyeti Vakıf Genel Müdürlüğüne ait olan bu yapının dışı, aralarına tuğla koymak suretiyle kesme taşlarla döşenmiş ve 2008 yılında El Sanatları Çarşısı olarak yeniden işlevlendirilmiştir. Medrese günümüzde Münire Sultan Sofrası adını almış yöresel yemeklerin servis edildiği bir restoran olarak hizmet vermektedir (URL-43, 2016).



Şekil 34. Münire Sultan Sofrası. (URL-44, 2016)

- ***Osmanlı Sarayı***

Osmanlı Sarayı 19. yüzyıl sonlarında Kastamonu Belediye Binası olmak üzere inşa edilmiştir. 1997 yılında Belediye Meclisi kararıyla 20 yıllığına özel teşebbüse restore et-işlet-devret modeliyle kiraya verilmiştir. 1998-1999 yılında yeniden işlevlendirilerek restoran ve otel olarak kullanılmıştır. Günümüzde hala otel ve restoran olarak kullanılan bu yapının işletmesi belediyeye geçmiştir (URL-45, 2016).



Şekil 35. Osmanlı Sarayı. (URL-36, 2016)

- ***Sinan Bey Konağı***

Sinan Bey Konağının 19. yüzyıl sonlarında inşa edildiği sanılmaktadır. Konak biri zemin olmak üzere 3 kattan oluşmaktadır. Bünyesinde barındırdığı haremlik selamlık

bölümüyle Osmanlı mimarisini günümüze taşıyan konak, 2006 yılında yeniden işlevlendirilerek günümüzde restoran ve otel olarak kullanılmaktadır (URL-46, 2016).



Şekil 36. Sinanbey Konağı. (URL-47, 2016)

- **Şadibey Çiftliği**

Şadibey Çiftliği 1830 yılında inşa edilmiştir. Geniş bir ailenin barınma ihtiyacını gidermeye yönelik yapılan bu çiftlik bir dönemin köy ağasına da ev sahipliği yapmıştır. Avukat Ahmet Esen'den torunları Reşit Han Esen ve Hilmi Can Esen'e miras kalan bu çiftlik büyük onarım ve tadilatın ardından 2012 yılında yeniden işlevlendirilerek bir restoran ve otel olarak turizme kazandırılmıştır. Ancak 2016 yılında çıkan bir yangın sonucu çiftlik içerisinde yer alan tarihi dokuyu günümüze taşıyan konak kullanılmaz bir hale gelmiştir (URL-48, 2016).



Şekil 37. Şadibey Çiftliği. (URL-48, 2016)

- ***Uğurlu Konakları***

Uğurlu Konağı 1850 ile 1860 yılları arasında inşa edilmiştir. Konağın ilk sahibi Terzi Mehmet Ağadır. Konak Mehmet Ağa'nın ailesi tarafından 1992 yılına kadar kullanılmış, sonraki süreçte terk edilmiş ve bakımsızlıktan harap olmuştur. Aile bireyleri bu konağı 2003 yılında KKV' ye satmış olmasına rağmen, sonrasında bu konak ve bu konağın mülkiyetinde yer alan diğer konaklar özel teşebbüslerce satın alınmıştır. Konağın arka parselindeki 20. yüzyıl geleneksel Kastamonu evinin de projeye dahil edilmesi suretiyle 2006 yılında başlayan yeniden işlevlendirme, 2009 yılında son bulmuştur. İki konağın bir araya getirilmesiyle oluşturulan Uğurlu konakları günümüzde otel ve restoran olarak hizmet vermektedir (URL-50, 2016).



Şekil 38. Uğurlu Konakları. (URL-51, 2016)

- ***Yakupğa Külliyesi***

Yakupğa Külliyesi Yavuz Sultan Selim'in hocası Halimi Çelebi tarafından yaptırılmıştır. Ancak, külliye Yakup Ağa tarafından 1547 yılında onarılarak bugünkü şeklini almıştır. Kubbeleri kurşunla örtülü olan külliye, kesme taştan yapılmıştır. Bünyesinde medrese, imarethane ve sıbyan mektebi bölümlerini barındırmakta olan

bu külliye, günümüzde Kastamonu iline ait çekme helva vb. yöresel yiyeceklerin satış yeri olarak kullanılmaktadır (URL-52, 2016).



Şekil 39. Yakupağa Külliyesi. (URL-52, 2016)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KASTAMONUDA YENİDEN İŞLEVLENDİRİLEN TARİHİ YAPILARIN SAHİP OLDUĞU ÇEKİCİLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Bu bölümde, araştırmayla alakalı olarak yapılan literatür taramasına yer verilmekle birlikte araştırmanın kapsamı, amacı ve önemi, hipotezleri, sınırlılıkları, modeli ve yöntemi, evren ve örnekleme, verileri toplama yöntemi, anketinin niteliği, verilerin analizi ve araştırmanın bulguları aktararak birtakım yorumlamalar yapılmış, öneriler geliştirilmiş ve tüm bunlardan bir sonuç çıkartılarak araştırma tamamlanmıştır.

4.1. Literatür Taraması ve Araştırmanın Kapsamı

Günümüzde tarihi yapılar, yeniden işlevlendirilerek kültürel sürekliliği sağlamakla birlikte, ait olduğu çevrenin sosyal, kültürel ve ekonomik olarak gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu doğrultuda bilim insanlarının bir kısmı araştırmalarında tarihi yapıların sahip olduğu kültürel dokuya zarar gelmesini engellemek ve eski kimliğine uygun bir şekilde işlevlendirilerek sürdürülebilirliğini sağlayabilmesi için önerilerde bulunmaktadır. Diğer bir kısmı ise araştırmalarında, tarihi yapıların eski kimliğine uygun ve bulunduğu çevrenin ihtiyaçlarına cevap verecek bir fonksiyonla yeniden işlevlendirilerek o çevreye sosyal, kültürel ve ekonomik olarak fayda sağlayacağı ve bu sayede sürdürülebilirliğini devam ettirebileceği üzerinde durmaktadır. Literatüre bakıldığında bu konuyla alakalı olarak yer alan bazı araştırmalara göre;

Steinberg (1996), “Gelişmekte olan ülkelerdeki kentsel mirasın korunması ve iyileştirilmesi” adlı araştırmasında tarihi bölgelerde ve o bölgelerdeki toplumun yaşamında kentsel doku ile kaliteyi sürdürmek için iyileştirme ve yeniden canlandırma yaklaşımları üzerinde durmuştur. Bu doğrultuda bir takım stratejik değerlendirmeler yaparak politik, kültürel, sosyal, ekonomik ve kentleşme boyutlarını incelemiştir. Bu incelemede Kahire, Tunus, Rio de Janeiro, Singapur, Şangay, Pekin, Halep, Yemen’de yer alan Sana, Kuzey Amerika’da yer alan Delhi, Bombay, Nepal’de yer alan Bhaktapur, Sri Lanka’da yer alan Galle, Malezya’da yer alan Penang, Ekvador’da yer alan Quito, Kolombiya’da yer alan Cartagena; ve Küba’da yer alan Havana ülke, eyalet

ve şehirlerini referans almıştır. Elde edilen sonuçlara göre bu ülkelerdeki mevcut durum birçok yapının varlığını sürdürebilmesinde yetersiz kalmakta, yapıların gelecekte yer bulup geçmişe ait kültür ve tarihi dokuyu devam ettirebilmelerinde yeni kavram ve stratejilerin geliştirilmesine ihtiyaç duymaktadır.

Vural, Dostoğlu ve Ediz (2006), “Bursa-Mudanya demiryolu hattı işletme binası için yeniden kullanım önerisi: Mudanya’da sosyal ve kültürel merkez” adlı araştırmalarında Bursa – Mudanya arasındaki demiryolu hattında hizmet vermek amacıyla inşa edilmiş olan binanın, demiryolu kaldırıldıktan sonra atıl kalması üzerine bir sosyal, kültür merkezine dönüştürülmesi gerekliliği üzerinde durmuştur. Yapılan bu araştırmada bir çekim merkezi özelliği taşıyan İskele Meydanı’nın üzerinde yer alan bu binanın yeniden düzenlenmesi için günün değişen koşullarına göre proje önerileri geliştirilmiş ve yeniden işlevlendirilmesi hedeflenmiştir.

Er Akan, Arslan Selçuk ve Çakıcı (2006), “Kültür turizmi açısından Kırkgözhane’nin yeniden işlevlendirilmesi olanakları üzerine bir çalışma” adlı araştırmasında Antalya’da yer alan 13. yüzyıl Selçuklu eseri Kırkgözhane’nin yeniden işlevlendirilerek turizme katkı sağlayacağı düşüncesi üzerinde durmaktadır. Bu doğrultuda yapılan araştırmada Kırkgöz Han’ın asıl kimliği de göz önünde bulundurulmak suretiyle günümüzün gereklerine cevap verebilecek ve içerisinde bulunduğu bölgenin turizm potansiyeline uygun bir yeniden işlevlendirme önerilmiştir.

Langston, Wong, Hui ve Shen (2008), “Hong Kong’daki uyarlanabilir binanın yeniden kullanım fırsatlarının stratejik değerlendirmesi” adlı araştırmalarında finans, çevre ve sosyal parametreler arasındaki ilişkileri, binaların uyarlanmalarına ve yeniden kullanımlarına yönelik stratejilerle birleştirmiştir. Bu doğrultuda mülk sahiplerine karar verme sürecinde yardımcı olan bir uyarlama ve potansiyel yeniden kullanım modeli geliştirmiştir. Yeniden kullanım için potansiyeli olan bina sahip ve hissedarlarına sürdürülebilir denemelerde bulunma ve daha fazla gelir elde edebilmelerine olanak sağlayacak strateji önerileri sunan bu model, Hong Kong marketleri üzerinde uygulanmıştır. Yapılan uygulamalara göre bu modelin Hong Kong enerji ve doğal kaynaklarının yönetiminde daha uygun stratejilerin geliştirilmesine olanak sağladığı sonucuna varılmıştır.

Aydın ve Okuyucu (2009), “Yeniden kullanıma adaptasyon ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik bağlamında Afyonkarahisar Millet Hamamı’nın değerlendirilmesi” adlı araştırmalarında yeniden işlevlendirilerek semt ve kültür evine dönüştürülen Afyonkarahisar eski Millet Hamamı’nın kazanmış olduğu yeni işlevin sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğe ne ölçüde katkı sağladığını analiz etmiştir. Yapılan analizlerde yeniden işlevlendirilen bu yapıyla alakalı olarak sosyal, kültürel, toplumsal ve yeniden kullanıma adaptasyonda başarılı sonuçlar verdiği saptanmıştır.

Aydın ve Yıldız (2010), “Yeniden kullanıma adaptasyonda bina performansının kullanıcılar üzerinden değerlendirilmesi” adlı araştırmasında yeniden işlevlendirilen tarihi yapılarda kazanılan işlevin, kullanıcı gereksinimlere ne derece adapte edilebildiği üzerinde durmuştur. Bu doğrultuda 19. yüzyılın ikinci yarısında Maruniler tarafından konut olarak inşa edilen, yeniden işlevlendirilmiş olmanın bir gereği olarak bugün bünyesinde ofis ve kafeteryaları barındıran, seminer ve sergi amacıyla kullanılan Mimarlar Odasının bir şubesi olan bu yapı, uygulama alanı olarak belirlenmiştir. Kullanıcılara uygulanan anketlerden, yapılan gözlem ve görüşmelerden mekân performanslarının kullanıcılar için memnun edici olduğu sonucu çıkmıştır.

Koçan (2011), “Tarihi Mekanlarda Kültürel Dönüşüm: Uşak tarihi tren garı örneği” adlı araştırmasında kültürün, insanların çevreyle ilişkilerinde büyük bir rol üstlendiğini ve yeni kentsel mekanların oluşturulmasında tarihi yapıların esas alınmasının kentlerin imajı açısından büyük önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kültür miraslarının korunması ve değişen yaşam koşullarına uygun bir şekilde günümüz yaşantısıyla bütünleştirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu çalışmada bu düşünceye paralel olarak 1890 yılında inşa edilen Uşak tarihi garının sahip olduğu tarihi ve kültürel dokuyu günümüzde taşımaya devam etmesi için kültür eksenli bir dönüşüme yönelik senaryo geliştirilmekte ve önerilerde bulunmaktadır.

Uğursal (2011), “Tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi: İzmir Sümerbank Basma Sanayi Yerleşkesi Örneği” adlı araştırmasında tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi kapsamında 2000 yılından beri kullanılmayan ve çöküntü haline gelmiş İzmir Sümerbank Basma Sanayi Yerleşkesi incelenmiştir. 2008 yılında bir kısmı eğitim amaçlı kullanılmak üzere işlev kazandırılan tarihi, kültürel, sosyal ve

mimari değerlere sahip bu yapının, oluşum ve gelişim süreçleri incelenmiş, kent belleğinde edinmiş oluğu yere tekrar sahip olabilmesi için yeni işlev önerisi getirilmiştir. Bu işlevin belirlenmesi aşamasında yerleşkenin bugüne dek kazandığı işlevler arşiv dosyaları kullanılmak suretiyle kontrol edilerek üzerinde farklı model önerileri sunulmuştur.

Gemici (2011), “Eski endüstri alanlarının yeniden işlevlendirilmesinde kentsel kalite ve değer artışına ilişkin kullanıcı algısı: İzmit - Sekapark Örneği” adlı araştırmasında Kocaeli ilinde yer alan ve içerisinde bir kağıt fabrikası barındıran geniş bir alanın işlevsiz kalması sonucu bir rekreasyon alanı olarak yeniden işlevlendirilmesinin gerekliliği üzerinde durmuştur. Bir dönüşüm projesi kapsamında değer bulan bu çalışmada elde edilen anketlerden çıkan sonuca göre; Sekapark, çevrenin rekreasyon ve sosyalleşme ihtiyacını karşılamış, çevre kirliliğinin büyük ölçüde önüne geçmiştir.

Tolacı, Beyhan ve Zeren (2011), “Turizm bağlamında kentsel dokunun yeniden işlevlendirilmesi: Burdur/Hükümet Caddesi Örneği” adlı araştırmalarında tarihi bir kent dokusuna sahip Burdur’da yer alan Hükümet Caddesi’nin sürdürülebilir turizm anlayışı doğrultusunda yeniden işlevlendirilmesinin gerekliliği üzerinde durmuştur. Bu doğrultuda Hükümet Caddesi üzerinde yapıların durumları yerinde tespit edilmiş, rölöveleri alınmış sonrasında mekânsal işlevlendirme önerileri getirilmiştir. Bunların bir sonucu olarak yeniden işlevlendirilen, kullanılmama sonucu yıpranmış ve yok olmaya yüz tutmuş bu yapının mevcut yapı stoku kullanılmış, yerel halkın ekonomik gelir elde etmesi sağlanmıştır. Böylece yapının hem korunması hem de kullanılarak yaşatılması sağlanmış ve sosyal çevrenin kültürel olarak devam etmesine katkıda bulunulmuştur.

Büyükarıslan ve Güney (2013), “Endüstriyel miras yapılarının yeniden işlevlendirilme süreci ve İstanbul Tuz Ambarı Örneği” adlı araştırmalarında Kasımpaşa’da yer alan ve işlevsiz kalması sonucu terk edilen Tuz Ambarı’nın sahip olduğu tarihi ve kültürel dokuya zarar vermeden yeniden işlevlendirilmesinin önemi üzerinde durmuştur. Bu doğrultuda Tuz ambarının sahip olduğu fiziksel özelliklere göre içerisinde çay bahçesi ve alışveriş merkezleri olan bir yer haline getirilmiş ve bu yeni işlevin çevreye kısa sürede adaptasyon sağladığı sonucu çıkmıştır.

Yılmaz Çakmak (2013), “Kültürel Mirasın Korunması Bağlamında Bir Yeniden Kullanım Örneği, Hamdi Gültepe Evi” adlı araştırmasında sadece ön cephesi aynı kalmak suretiyle tamamen yıkılan ve yeniden inşa edilip işlevlendirilen, Konya’da yer alan Hamdi Gültepe evinin eski ve yeni fonksiyonlarının karşılaştırılarak ölçülmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda konut olarak inşa edilmiş ve zamanla sanayileşen bir çevrenin arasında atıl kalan bu yapının, konut fonksiyonundan ticari merkeze dönüşmesi analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yüklenen yeni fonksiyonun yapının sahip olduğu kültürel kimliğini devam ettirdiği buna karşın ticari fonksiyona uygun olmayan bir plan şeması sunarak verimli kullanılamayan mekânlar doğurduğu bulgularına rastlanılmıştır.

Terece (2013), “Restorasyon projelerinde işlevsel dönüşümün iç mekan kararları üzerine bir sorgulama” adlı araştırmasında geçmişe ait kültürü yansıtmayı özelliğiyle günümüzde yer bulan “*IV. Vakıf Han (günümüzde Legacy Ottoman Hotel), Silahtarağa Elektrik Santrali (günümüzde Santral İstanbul), Lengerhane ve Hasköy Tershanesi (günümüzde Rahmi M. Koç Endüstri Müzesi), Osmanlı Bankası (günümüzde Salt Galata), 4 numaralı Gümrük Antreposu (günümüzde İstanbul Modern Sanat Müzesi), Esmâ Sultan Yalısı (günümüzde The Marmara Esmâ Sultan), Galata Kulesi, Sant Francesc Manastırı (günümüzde Sant Francesc Kültür Merkezi, İspanya), Büyük Han (günümüzde Büyük Han Kültür Merkezi, Kıbrıs) ve konut/kitabevi (günümüzde Gloria Jean's Coffees) gibi*”; tarihi yapıların, eski kimliğine uygun, çevreye fayda sağlayacak şekilde işlevlendirilmesinin sürdürülebilirliğe etkisi üzerinde durmuştur. Bu bağlamda yapılan bir değerlendirmede yurtiçi ve yurtdışına ait yapılar mukayese edilmiş, benzerlikler ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Ayrıca başarılı örneklerin ortak yönleri belirlenerek gelecekte işlevlendirilecek yapılara yön vermesi ve fayda sağlaması amaçlanmıştır.

Tanrıseven, Saraç ve Aydoğdu (2016), “Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliği” adlı araştırmalarında tarihi yapıların yeniden işlevlendirilerek çevreye sosyal, kültürel ve ekonomik yönden fayda sağladığı ve bu sayede sürdürülebilirliğini devam ettirebildiğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda Kastamonu merkezde birer turistik işletme olarak işlevlendirilen 15 sivil mimari örneğinin yönetici ve çalışanlarına iki ayrı kategoride tasarlanmış görüşme formuyla

4'er soru yöneltmiştir. Elde edilen verilerden, tarihi yapıların yeniden işlevlendirilerek çevreye ve çevresindeki insanlara adaptasyon sağladığı, tarihi yaşatmaya devam ettiği ve işletmelerin varlıklarını devam ettirecek geliri elde ederek sürdürülebilirliklerini sağladıkları sonucu çıkmıştır.

Bu çalışmada ise yeniden işlevlendirilen yapıların sahip olduğu tarihi, kültürel ve eskiyi yaşatma öğelerinin bir sonucu olarak kazanmış olduğu turistik çekicilik faktörlerinin ne olduğu ve bu faktörlerden dolayı tercih edilmesi sonucu sürdürülebilirliğe ne kadar etki edeceğinin bulunması üzerinde durulmuştur.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Birtakım değişiklikler ve gelişmeler sonucu yeni dönem kentleşme içerisinde işlevini kaybetmesinden dolayı yer bulamayan; ancak geçmişi günümüze yansıtabilme vazifesini başarıyla üstlenen tarihi yapıların, yeniden işlevlendirilerek kültürel bir çekicilik oluşturduğu ve kullanımın olduğu bir koruma metoduyla varlığını sürdürebilme fırsatı bulabildiği birçok otorite tarafından kabul görmektedir.

Bu araştırmada bir turistik işletme olarak yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların birer cazibe unsuru olabileceği düşünülerek aşağıdaki sorulara cevap arama amacı güdülmüştür.

1. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların çekicilik üzerine etkisi var mıdır?
2. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların çekiciliğini sağlayan faktörler nelerdir?
3. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sahip olduğu çekicilik faktörleri işletmelerin varlığını idame ettirebilmelerinde önemli bir rol oynar mı?

Yanıtlar aranırken Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen konaklardan hizmet alan misafirlerinin ve/ya müşterilerin görüşlerine başvurulmuştur.

Araştırmadan elde edilecek sonuçlarla, işlevlendirilmeye uygun tarihi yapı sahipleri üzerinde, yeni bir işlev yüklenerek çevresine kazandırılan bu yapıların, yeni kentleşme

içerisinde yer bulup tutunabileceği görüşü oluşturulmaya çalışılmaktadır. Ayrıca bu yapıların tarihi ve kültürü günümüze yansıtma özelliğiyle sahip olduğu turistik çekiciliklerin, topluma kazandırılmış birer büyük değer olduğu bilincinin oluşması amaçlanmıştır.

Yeniden işlevlendirmeye ilişkin önceki çalışmalarda daha çok, bu yapılara yeni bir fonksiyon yüklenip, topluma kazandırılan sosyal kültürel ve ekonomik sürdürülebilirlik ele alınmıştır. Buna karşın tarihi yapıların turistik çekiciliklerini ortaya koyan ve onları kullanarak koruma esasına dayalı sürdürülebilirliğe ne ölçüde katkı sağladığına dair herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırma bu yönüyle literatüre katkı sağlaması açısından ziyadesiyle önem taşımaktadır. Aynı zamanda, bu tür eski yapıların yeniden işlevlendirilerek turistik birer işletmeye dönüştürülmeye başlandığı Kastamonu ilinde sahip ve sahibeye yön göstermesi açısından yapılması gerekli görülmüştür.

4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmaya ait hipotezler çekiciliklerin boyutlandırılması üzerine oluşturulmuştur. Çekicilik daha önceki bölümlerde de üzerinde durulduğu gibi bir şeyin bir diğerine göre sahip olduğu daha üstün özelliklerden dolayı tercih edilmesi anlamına gelmektedir (Kızılırmak, 2006).

Kutvan ve Kutvan (2013), araştırmalarında Turistik çekiciliğin boyutlarından biri olarak yer verdikleri “tarihi önemi olan eserler” başlığıyla belirli dönemlere ait kültürü yansıtabilmeye muktedir tarihi yapıları birer yer çekicilik unsuru olarak ortaya koymuştur. Bu durumda araştırmanın uygulama alanı olarak seçilmiş olan yeniden işlevlendirilen tarihi yapılara ait çekicilik faktörlerinin belirlenmesinde yer çekiciliğini oluşturan kültürel çekicilik ve sosyal çekicilik alt başlıklarından istifade edilmiştir. (Middleton, 1988: 79). Bu sayede “kültür”, “yaşam tarzı”, “meslek” ve “ekonomik durum” olmak üzere dört boyut belirlenmiştir. Bu araştırmada bu boyutların katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sahip olduğu çekiciliğin “kültür” boyutu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?
2. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sahip olduğu çekiciliğin “yaşam tarzı” boyutu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?
3. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sahip olduğu çekiciliğin “meslek” boyutu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?
4. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sahip olduğu çekiciliğin “ekonomik durum” boyutu katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterir mi?

Sorulan bu soruları yanıtlamak amacıyla boyutların araştırmayla alakalı olarak ilişkisi üzerinde durulmuş ve gerekli hipotezler kurulmuştur.

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğinde tercih edilmesini sağlayan çekicilik boyutlarından biri “kültür” dür. Değişen turizm politikalarına göre, turistik taleplerde yavaş ama bir o kadar da etkin bir şekilde kültür bazlı değişiklikler görülmektedir (Tosun, Bilim ve Temizkan 2003: 1). Kültürün önem kazanmaya başladığı bu turizm politikaları içerisinde, bu faktörün tercih edilmesinden dolayı sürdürülebilirliğe etkisini ölçmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Buna göre; kültür boyutu ile Kastamonu'da otel olarak işlevlendirilmiş tarihi yapıları tercih eden turistik tüketicilerin demografik özellikleri arasındaki ilişki durumun incelenmesine yardımcı olan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H1 : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1a : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1b : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1c : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1ç : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1d : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1e : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1f : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin Kastamonu iline geliş sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H1g : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin konak otele kalış sayılarına göre anlamlı anlamlı farklılık göstermektedir.

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğinde tercih edilmesini sağlayan çekicilik boyutlarından bir diğeri “yaşam tarzı” dır. Turizmde değişen politikalar sonucu tercihler, kültürleri yansıtan turistik yerlere olduğu kadar çevreye ait yaşam tarzının sunulduğu yerlere de kaymaktadır. Bu nedenle kültür turizmi, yaşam tarzlarını da korumaya amaç edinmiş bir turizm biçimidir. Çünkü bölgelerin kültür eksenli bir turizm destinasyonu olarak gelişme göstermesinde büyük bir etki sahibi olan olgulardan birisi de kültürel bir yaşam tarzının varlığıdır (Tosun, Bilim ve Temizkan 2003: 1; Bachlaitner ve Zins, 1999: 200; Cave, Ryan ve Penakara, 2001: 372). Bu

nedenle yaşam tarzı boyutunun sürdürülebilirliğe etkisini ölçmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Buna göre; yaşam tarzı boyutu ile Kastamonu'da otel olarak işlevlendirilmiş tarihi yapıları tercih eden turistik tüketicilerin demografik özellikleri arasındaki ilişki durumunun incelenmesine yardımcı olan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H2 : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2a : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2b : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2c : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2ç : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2d : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2e : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2f : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin Kastamonu iline geliş sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2g : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin konak otelde kalış sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğinde tercih edilmesini sağlayan çekicilik boyutlarından biri diğeri ise “meslek” tir. Meslek, yer çekicilikleri alt başlıklarından biri olan sosyal çekicilik içerisinde yer alır (Middleton, 1988: 79). Turistik tüketicilerin sosyal konumlarını en iyi şekilde açıklayabilme gücüne sahip meslek boyutunun sürdürülebilirliğe etkisini ölçmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Buna göre; meslek boyutu ile Kastamonu'da otel olarak işlevlendirilmiş tarihi yapıları tercih eden turistik tüketicilerin demografik özellikleri arasındaki ilişki durumun incelenmesine yardımcı olan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H3 : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3a : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3b : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3c : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3ç : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3d : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3e : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3f : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin Kastamonu iline geliş sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3g : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek bu otelleri tercih eden bireylerin konak otelde kalış sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğinde tercih edilmesini sağlayan çekicilik boyutlarından biri diğeri ise “ekonomik durum” dur. Tanrısever, Saraç ve Aydoğdu (2016), araştırmalarında otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların oda ücretlerinin diğer otellerinkinden fazla olduğunu ortaya koymuştur. Ekonomik boyuta, oda ücretlerinin fazla olmasına rağmen ne derece tercih edildiğini ölçmek için yer verilmiştir. Buna göre; ekonomik boyut ile Kastamonu'da otel olarak işlevlendirilmiş tarihi yapıları tercih eden turistik tüketicilerin demografik özellikleri arasındaki ilişki durumun incelenmesine yardımcı olan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

H4 : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4a : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4b : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4c : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4ç : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4d : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4e : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4f : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin Kastamonu iline geliş sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4g : Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum bu otelleri tercih eden bireylerin konak otelde kalış sayılarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın zaman ve ekonomik nedenlerden dolayı birtakım sınırlılıkları vardır.

Bu sınırlılıklar aşağıda sıralanmıştır:

- Araştırmada evreni temsil eden bir örneklem yoluna gidilmiştir.
- Araştırma evreni Kastamonu ilindeki turistik işletme olarak yeniden işlevlendirilen tüm yapıların müşteri ve misafirlerinden oluşmaktayken, örneklem Kastamonu merkeze ait otel olarak işlevlendirilen yapıların misafir ve müşterilerini içermektedir.
- Araştırmada örneklemi oluşturan katılımcı sayısının fazla olması nedeniyle anket, görüşme ve gözlem gibi araştırma yöntemlerinden sadece anket tekniğine yer verilmiştir.
- Araştırma sonuçları, araştırma anketindeki ifadelerle sınırlıdır.
- Araştırmadan elde edilen bulgular ve sonuçlar Kastamonu ili merkez ilçesindeki yeniden işlevlendirilen otellerin müşteri ve misafirleriyle sınırlıdır.
- Araştırmanın uygulama zamanı kış mevsimiyle sınırlıdır.

4.5. Araştırmanın Modeli ve Yöntemi

Bu çalışmada araştırma sorularına geçerli ve güvenilir yanıtlar bulabilmek amacıyla tarama modeli kullanılmıştır. Tarama, mevcut durumu olduğu gibi ortaya çıkarıp betimlemeye çalışan bir araştırma modelidir. Evren hakkında genel bir bilgiye varılmasını ve değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesine yardımcı olur (Karasar, 2007). Tarama modeli bu araştırmada yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların çekicilik unsurlarının ortaya çıkarılması ve çekicilikle alakalı dört boyutun katılımcının demografik özellikleriyle ilişkili olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılmıştır. Hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerinde kullanılmaya elverişli olan bu model,

bu araştırmada nicel yaklaşım yöntemi ile kullanılmıştır. Nicel yaklaşımda amaç, örneklem üzerinde gerçekleştirilen uygulamanın değerlendirilerek değişkenler arasındaki farklılıkları ve değerlendirmeye ait neden sonuç ilişkisini objektif bir şekilde evrene genellenebilir hale getirilmesidir (Gali, Borg ve Gali, 1996; Glesne ve Peshkin, 1992). Bu araştırmada nicel yöntemin tercih edilmesinin nedeni, örneklemini oluşturan deneklerin sayıca fazla olması ve bunun bir neticesi olarak araştırma sorularının cevaplarının derinlemesine değil de yzeyssel bir şekilde ve genelleme amacı güdülerek aranmasıdır.

4.6. Araştırmanın Evren ve örneklemini

Araştırmanın evreni, Kastamonu ilinde birer turistik işletme olarak işlevlendirilen yapıların misafirlerinin ve/ya müşterilerinin tamamından oluşmaktadır. Bu araştırma yeniden işlevlendirilen yapıların sahip olduğu çekiciliklerin sürdürülebilirliğe ne ölçüde katkı sağladığını öğrenmek ve bunun yanı sıra işlevlendirilmeye müsait yapı sahiplerine bir fikir vermek düşüncesiyle yapılmıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak araştırmanın evreni olarak Kastamonu ilinin seçilmesi, sadece Kastamonu merkezi temel almak suretiyle yaklaşık olarak 564 adet taşınmaz kültür mirasını bünyesinde barındırmasıyla doğru orantılıdır (Kastamonu İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2016). Bu bağlamda birçok yapı için yeniden işlevlendirme çalışmaları hızlı bir şekilde devam etmektedir. Kastamonu ili merkezinde yeniden işlevlendirilerek birer turistik işletme haline getirilen toplamda 16 adet tarihi yapı bulunmaktadır. Bu yapılar 9 adet konak, 2 adet çiftlik, 1 adet külliye, 1 adet medrese, 1 adet bedesten, 1 adet han ve 1 adet saraydan oluşmaktadır. Bunlardan 9 konağın 7'si hem otel hem restoran olarak kullanılmaktayken, 2 tanesi sadece restoran olarak hizmet vermektedir. 2 adet çiftliğin 1'i hem otel hem restoran olarak kullanılmaktayken bir diğeri sadece restoran olarak hizmet vermektedir. külliye, yöresel yiyeceklerin satıldığı bir çeşit market olarak çalışmaktayken, medrese ve bedesten restoran olarak kullanılmakta han ve saray ise hem otel hem restoran olarak hizmet vermektedir.

Araştırmanın örneklemini oluşturulurken 3 farklı işleve sahip bu yapılar için tek bir anket düzenlemenin mümkün olmayacağı düşünülerek, sınırlılık getirme ihtiyaı doğmuştur. Sınırlılık getirirken tüm işlevlere en fazla cevap verebilecek nitelikte bir

örneklem belirlemeye çalışılmış ve yeniden işlevlendirilerek otel ve restoran olarak kullanılan 7 adet konak araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Araştırmanın yapıldığı süreç içerisinde bu konaklardan birinin işletme süresinin dolması üzerine kapandığı ve bir diğerinin tadilat amaçlı kullanım dışı olduğunun anlaşılması üzerine konak otellerin ikisi örneklem dışında bırakılmıştır.

Bu araştırmada otelde konaklayanların sayısı tespit edilebilse dahi yeniden işlevlendirilerek restoran ve market olarak hizmet veren yapıların müşteri sayılarına ulaşamayacağından evrenin sınırlarını belirlemek mümkün değildir. Bu nedenle hem örnekleme iştirak edecek katılımcıların belirlenebilmesi hem anketin uygulanabilmesine olanak sağlanması hem de çok miktarda veriye hızlı yoldan ulaşma gayesiyle kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir (Nakip, 2003). Kolayda örnekleme yönteminde herhangi bir ölçüt dikkate alınmamakta; belirli bir mekan ve zaman içerisinde var olan herkese ulaşılmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle ulaşılabilecek kişilerle alakalı olarak herhangi bir olasılık hesaplaması yapılmamaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak seçilen örneklemin evreni ne oranda temsil ettiği bilinmemektedir (Kozak, 2014).

Araştırmada zaman ve ekonomik olarak kısıtlılıklar göz önünde bulundurulduğunda 400 anketin çalışmanın amaçlarına ulaşabilmek için yeterli olduğu düşünülmektedir. Çünkü anketteki ifade sayısının en az on katı kadarının uygulanmasının güvenilirliğinin kazanılmasında önemli olduğu birçok otorite tarafından kabul görmektedir (Kerlinger, 1978; Hair vd., 1998; Kline, 2011). Ankette yer alan 17 ifadenin on katı olan 170 sayısının yeterli olduğu düşünülse de güvenilirliği daha da arttırmak adına 384 anketin üzerine çıkılması hedeflenmiştir (Kozak, 2014). Bu doğrultuda hazırlanan 400 anketin içinden eksik doldurulmuş ya da buna benzer nedenlerden dolayı geçersiz kalma ihtimaline karşı örnek hacmin %20'si kadar fazla anketle birlikte toplam 480 anket formu otel olarak işlevlendirilmiş konak misafir ve/ya müşterilerine uygulanmıştır.

4.7. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veriler anket tekniği kullanılarak temin edilmiştir. Anket sorularına geçerli ve güvenilir yanıtlar bulabilmek amacıyla görüşmeler iki farklı yaklaşımla sürdürülmüştür. Birinci yaklaşım, araştırmanın örneklemini oluşturan Kastamonu ili merkez ilçesinde otel olarak işlevlendirilmiş konakların, sahip ve/ya yöneticileriyle görüşerek, anketlerin bu otellerde uygulanması için izin alınmış ve gelen misafirlere ön büro departmanı tarafından verilerek doldurulması sağlanmıştır. İkinci yaklaşımda ise veriler bu otellerde daha önceden konaklama yapmış ve girişleri esnasında e-mail adreslerini bırakmış misafirlere anket formunun e-posta yoluyla gönderilip doldurulmasının sağlanmasıyla elde edilmiştir.

4.8. Anket Formunun Niteliği

Araştırmada iki bölümden oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Formun ilk bölümünde otel olarak işlevlendirilen konakların tercih edilmesinin bir sonucu olarak sürdürülebilirliğine etki eden çekicilik faktörlerine ait ifadeler yer verilmiştir. Bu ifadeler katılımcılara 5’li likert ölçeğine göre “hiç katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “katılıyorum” ve “ tamamen katılıyorum” şeklinde yönlendirilmiştir. Geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamış on sekiz ifadeden oluşan bu ölçeğin istenilen bilgiye ulaşmada tam fayda sağlayabilmesi amacıyla bir pilot araştırma yapılmıştır. Bu araştırma ardından yapılan faktör analizinin sonucu olarak ifadelerden birinin anketten çıkartılması uygun görülmüştür. Bunun nedeni, çıkartılan ifadeye ait faktör yükünün düşük olması ve birden fazla faktöre ait olmasıdır. Literatüre göre eğer bir ifadenin faktör yükü 0.45’nin altındaysa ve birden fazla faktörün altında 0.10’dan daha az bir farkla yer alıyorsa ölçekten çıkarılır (Balcı,1995:142-143; Büyüköztürk, 2002:118-119).

Tablo 1’de görüldüğü gibi bahsi geçen ifade anketten çıkarıldıktan sonra yeniden yapılan faktör analizine göre ortaya “kültür”, “yaşam tarzı” “meslek” ve “ekonomik durum olmak üzere dört boyut çıkmıştır.

Tablo 1. Yeniden işlevlendirilen tarihi yapılardaki çekicilik faktör yükleri

İfadeler	Meslek	Ekonomik Durum	Kültür	Yaşam Tarzı	Güvenirlilik Katsayısı
Konak otelde mesleğimle ilgili nedenlerden dolayı konaklıyorum	,983				
Konak otellerde konaklamamın sebeplerden birisi yaptığım iştir	,966				
Mesleğimle ilgili sebeplerden dolayı başka otellerde konaklamak yerine konak otellerde konaklamayı tercih ediyorum	,878				,808
Mesleğime uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim	,797				
Konak otelde konaklamak ekonomik durumuma uygundur		,951			
Konak otellerde sunulan hizmetlerin ücreti ekonomik durumuma uygundur		,930			
Ekonomik durumuma uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar kalmak niyetindeyim		,865			,871
Ekonomik durumumla ilgili nedenlerden dolayı konak otelde kalmayı diğer otellerde kalmaya tercih ediyorum		,812			
Konak otelde sunulan hizmetler kendi kültürüme yakındır			,910		
Konak otel atmosferi kültürel olarak kendi kültürüme yakındır			,832		
Konak oteldeki mimari öğeler benim kültürümdeki öğelere benzemektedir			,706		,939
Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri kendi kültürüme yakındır			,651		
Bölgenin kültürel dokusunu anlamak ve hissetmekte konak otel yardımcı olmaktadır			,545		
Konak otellerde sunulan hizmetler kendi yaşam tarzıma yakındır				,949	
Yaşam tarzıma yakın olmasından dolayı başka otellerde konaklamak yerine, konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim				,843	
Konak oteldeki mimari öğeler benim yaşam tarzımla benzeşmektedir				,841	,914
Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri yaşam tarzıma yakındır				0,669	

Otel olarak işlevlendirilen konakların sürdürülebilirliğine etki eden çekicilik unsurlarının yer aldığı bu ölçekte, yapılan faktör analizine göre;

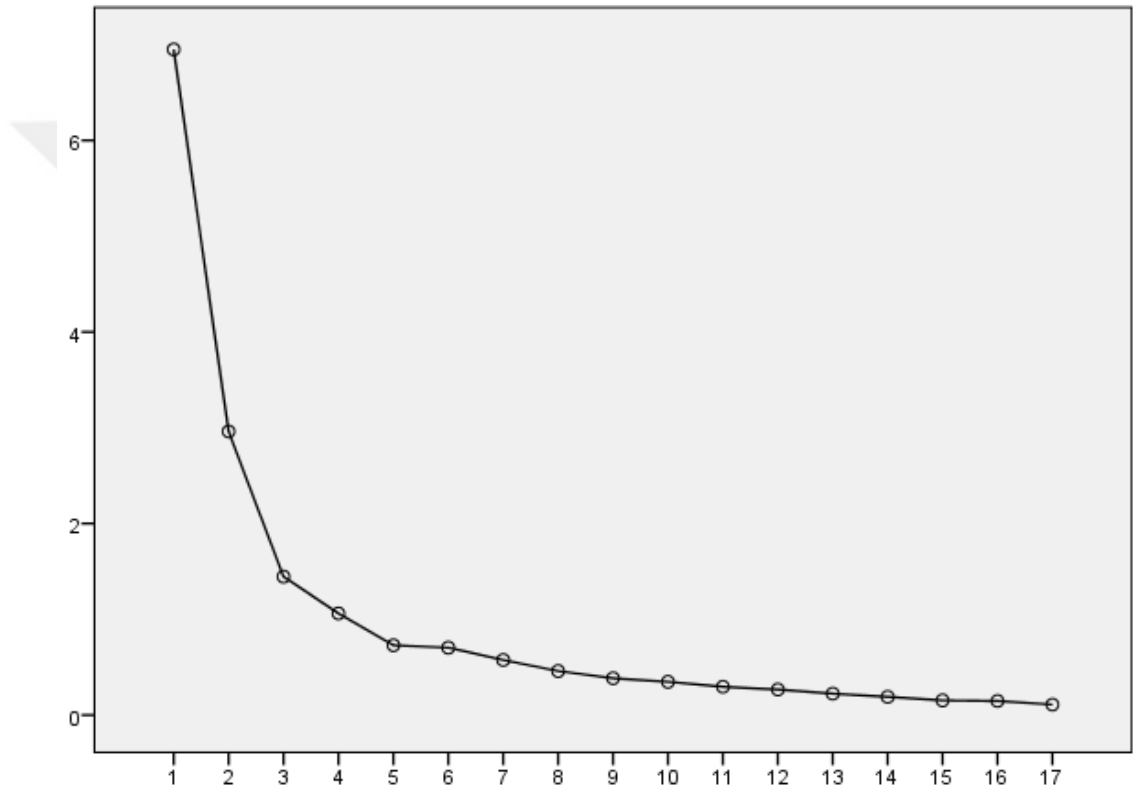
"Konak otel atmosferi kültürel olarak kendi kültürüme yakındır", "Konak otelde sunulan hizmetler kendi kültürüme yakındır", "Konak oteldeki mimari öğeler benim kültürümdeki öğelere benzemektedir", "Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri kendi kültürüme yakındır " ve "Bölgenin kültürel dokusunu anlamak ve hissetmekte konak otel yardımcı olmaktadır" ifadeleri 0,808 güvenirlik kat sayısı ile "kültür" boyutunu oluşturmaktadır.

"Konak otellerde sunulan hizmetler kendi yaşam tarzıma yakındır", "Konak oteldeki mimari öğeler benim yaşam tarzımla benzeşmektedir", "Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri yaşam tarzıma yakındır", ve "Yaşam tarzıma yakın olmasından dolayı başka otellerde konaklamak yerine, konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim" ifadeleri 0,871 güvenirlik kat sayısı ile "yaşam tarzı" boyutunu oluşturmaktadır.

"Konak otellerde konaklamamın sebeplerden birisi yaptığım iştir", "Konak otelde mesleğimle ilgili nedenlerden dolayı konaklıyorum", "Mesleğimle ilgili sebeplerden dolayı başka otellerde konaklamak yerine konak otellerde konaklamayı tercih ediyorum" ve "Mesleğime uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim" ifadeleri 0,939 güvenirlik kat sayısı ile "meslek" boyutunu oluşturmaktadır.

"Konak otelde konaklamak ekonomik durumuma uygundur", "Konak otellerde sunulan hizmetlerin ücreti ekonomik durumuma uygundur", "Ekonomik durumumla ilgili nedenlerden dolayı konak otelde kalmayı diğer otellerde kalmaya tercih ediyorum" ve "Ekonomik durumuma uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim" ifadeleri 0,914 güvenirlik kat sayısı ile araştırmadaki "ekonomik durum" boyutunu oluşturmaktadır.

Bu araştırmada ölçeğin 4 boyuttan oluştuğunu desteklemek amacıyla boyutların öz değerlerini esas alarak çizilmiş Çizgi Grafiğine (Scree Plot) yer verilmiştir. Scree Plot dikey ve yatay eksenlerden oluşmaktadır. Dikey eksen ölçeğin öz değer miktarını gösterirken, yatay eksen faktörleri göstermektedir. Buna göre grafikte ivmeye bağlı olarak gösterilen hızlı düşüş önemli faktörlerin göstergesi olarak ifade edilmektedir. (Büyüköztürk, 2002; Thompson, 2004; Zwick ve Velicer, 1986). şekil 40 incelendiğinde yatay eksenin 2'den 3'e, 3'ten 4'e, 4'ten 5'e ve 6'dan 7'ye ait görünen hızlı düşüşleri bu ölçeğin 4 boyuttan oluştuğunu desteklemektedir.



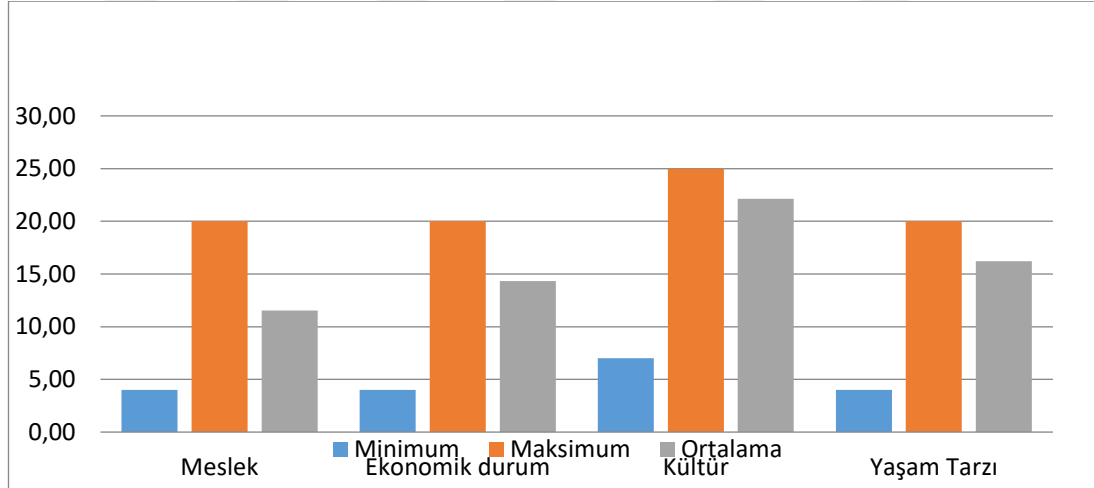
şekil 40. Çizgi grafiği örneği (Scree Plot)

Tablo 2 'de, yapılan faktör analizinin bir sonucu olarak ortaya çıkan dört boyutun ortalama ve standart sapmalarına ilişkin betimleyici istatistikleri görölmektedir. Buna göre katılımcıların Meslek boyutu ortalaması $11,53 \pm 5,68$; Ekonomik Durum boyutu ortalaması $14,32 \pm 4,42$; Kültür boyut ortalaması $22,14 \pm 2,88$; Yaşam Tarzı boyutu ortalaması $16,20 \pm 3,36$ 'dır.

Tablo 2. Araştırmanın boyutlarına göre ortalama ve standart sapma değerleri

n=405	Ortalama	Std. Sapma
Meslek	11,53	5,68
Ekonomik durum	14,32	4,42
Kültür	22,14	2,88
Yaşam Tarzı	16,20	3,36

Şekil 41'e bakıldığında bu boyutların aldığı minimum, maksimum ve ortalama değerlerine yer verilmiştir. Yapılan incelemelerde; meslek, ekonomik durum ve yaşam tarzı boyutlarının maksimum değeri 20 puana ulaşırken, kültür boyutunun puanı 25'i bulmuştur. Meslek, ekonomik durum ve yaşam tarzın boyutlarının minimum değeri 4 puanda kalırken, kültür boyutunun puanı 7'dir. Ortalamalara bakıldığında kültür boyutu en yüksek puanla 22.14, onu izleyen yaşam tarzı boyutu 16,20, ardından ekonomik durum boyutu 14,32 son olarak meslek boyutu 11,53 puanda kalmıştır.



Şekil 41. Araştırmanın boyutlarının minimum maksimum ve ortalama değerleri

Anketin ikinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik dokuz adet soruya yer verilmiştir. Bu sorulara karar verilmesi aşamasında yapılan literatür taraması önem taşımaktadır. Araştırmada kullanılan anket formu Çakmakoglu (2015), yüksek lisans tezinden temin edilmiştir. Bu anket verilerin toplanması amacıyla 2016 yılı Ekim ayında örnekleme oluşturan katılımcılara uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulama 2017 yılı Şubat ayında son bularak, toplamda 480 anket

toplanmıştır. Bunların 75 tanesi kusurlu ve eksik doldurulmasının bir gereği olarak değerlendirilme dışı bırakılmış, analizler 405 anket üzerinden yapılmıştır.

4.9. Verilerin Analizi

Araştırma verileri anket yöntemiyle toplanarak SPSS 23 programı ile analiz edilmiştir. Bu doğrultuda ilk önce katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış ve tablolastırılmıştır. Sonrasında araştırmanın yapı geçerliliğini ölçmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili olan değişkenlerin temel bir değişen altında toplanarak kavramsal ve anlamlı bir şekilde az sayıda değişen elde etme ve elde edilen değişenlerin doğrulanmasında kullanılan istatistiksel bir analizdir. Bu analizin sonucunda ortaya çıkan her temel değişen, boyut (faktör) olarak adlandırılır (Altunışık, vd., 2007: 212; Raykov ve Marcoulides, 2006: 117; Ural ve Kılıç, 2011: 281).

Araştırmanın yapısal geçerliliğini ölçmenin yanı sıra ölçeğin içsel tutarlılığını tespit etmek için güvenirlik testi yapılmıştır. Bu minvalde en çok tercih edilen ve güvenilen yöntem Cronbach Alfa istatistiğidir. Ölçekte yer alan soruların homojen bir yapıyı açıklamak üzere bir bütünü temsil edip etmediğini test eden bu istatistikte kabul edilen en küçük değer 0,70'tir (Smith ve Albaum, 2005: 366; Kline, 2011: 69; Nunnally ve Bernstein, 1994: 265; Nargundkar, 2008: 64). Bu ölçeğin güvenirlik düzeyi sahip olduğu 0,906 Cronbach Alfa değeriyle oldukça yüksektir.

Araştırmada hangi analizlerin yapılacağını belirlemek amacıyla değerlerin normal dağılıp dağılmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle yapılan Shapiro Wilk testine göre ölçeğin anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ çıktığından anlamlı bir dağılım olmadığı bir başka değişle parametrik olmadığı tespit edilmiştir (Özdamar, 2002). Bu doğrultuda Spearman korelasyon, Man Whitney U ve Kruskal Wallis testi yapılmıştır.

Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekicilik faktörlerin demografik değişkenlere göre değişip değişmediğini belirlemek amacıyla Kruskal Wallis ve Mann Whitney testleri yapılmıştır. Mann Whitney iki bağımsız grup arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test ederken, Kruskal Wallis, ikiden fazla bağımsız grup arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için

kullanılan test tekniğidir. Araştırmaya ait boyutlar arasındaki ilişki ise spearman korelasyon testi ile analiz edilmiştir. Spearman Korelasyon testi bağımsız iki nicel değişken arasındaki doğrusal ilişkinin yönü ve kuvvetinin belirlenmesinde kullanılan test tekniğidir (Özdamar, 2002; Korkmaz ve Çevik, 2014: 178).

4.10. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

Bu bölümde araştırmanın bulgularına tablolar ve grafiksel şekillerle yer verilerek gerekli yorumlamalar yapılmıştır.

4.10.1. Araştırmaya Katılanların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3’de yeniden işlevlendirilen tarihi yapıları tercih eden turistlerin bireysel özelliklerine ilişkin yüzde ve frekans dağılımları yer almaktadır.

Buna göre; katılımcıların çoğunluğu %51,9 oranla erkeklerden oluşurken %48,1’ini kadınlar oluşturmaktadır. Yaşlarıyla alakalı dağılıma bakıldığında, en büyük yüzdelik dilimle katılımcıların %33,1’ i, 31-40 yaş grubundan oluşurken, en küçük yüzdelik dilimi ise %7,9 oranla 51 yaş ve üstü grup oluşturmaktadır. Diğerleri ise sırasıyla %23,2 oranla 18-25 yaş grubu, %21,2 oranla 26-30 yaş grubu ve %14,6 oranla 41-50 yaş grubudur. Katılımcıların %53,8’i evli, %46,2’si bekardır. Eğitim durumları incelendiğinde ilk sırada %52,1 gibi yüksek bir oranla lisans mezunları yer alırken, İkinci sırayı %23, 7 oranla lise mezunları, üçüncü sırayı %17,8 oranla lisanüstü mezunları almaktadır. İlköğretim ve ortaöğretim mezunu katılımcıları ise %3,2 şer puanla dördüncü sırayı almaktadır. Meslekle alakalı dağılımda %60,7 gibi büyük bir yüzdelik dilim özel sektörde çalışanlardan oluşmaktayken, %15,8’inin devlet memuru olduğu, %11,9’unun öğrenci, %6,7’sinin emeklilerden olduğu son olarak da % 4,9’unun çalışmadığı bulgulanmıştır. Katılımcıların kazançlarıyla alakalı yapılan incelemede ise ilk sırayı %27,7 ile 1300-3000 arası gelir grubu alırken, ikinci sırada %26,9 ile 3001-4500 arası gelir grubu, 3. sırayı ise %26,7 ile 4500’den fazla kazanç elde eden gelir grubu almaktadır. Son olarak katılımcıların %18,8’inin 1300 TL’nin altında kazanç elde ettiği bulgulanmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin bulgular

		n	%
Cinsiyet	Erkek	210	51,9
	Kadın	195	48,1
Yaş	18-25	94	23,2
	26-30	86	21,2
	31-40	134	33,1
	41-50	59	14,6
	51 ve üstü	32	7,9
Medeni durum	Eyli	218	53,8
	Bekar	187	46,2
Eğitim durumu	İlköğretim	13	3,2
	Ortaöğretim	13	3,2
	Lise	96	23,7
	Lisans	211	52,1
	Lisansüstü	72	17,8
Meslek	Özel Sektör	246	60,7
	Emekli	27	6,7
	Devlet Memuru	64	15,8
	Öğrenci	48	11,9
	Çalışmıyorum	20	4,9
Toplam aylık gelir	1300'den Az	76	18,8
	1300-3000	112	27,7
	3001-4500	109	26,9
	4501'den fazla	108	26,7

4.10.2. Katılımcıların Kastamonu'yu Ziyaret Sayılarına İlişkin Bulgular

Tablo 4'e katılımcıların Kastamonu'yu ziyaret sayılarına yer verilmiştir. Buna göre katılımcıların %50,1'i beşten fazla Kastamonu'yu ziyaret etmiştir. %23,7'si sadece bir kere ziyaret ederken, %16,3 iki kere, %6,9'u üç kere ziyaret etmiştir. Son olarak Kastamonu'yu dört kere ziyaret eden katılımcılar %3 oranındadır.

Tablo 4. Katılımcıların Kastamonu'yu ziyaret sayıları

		n	%
Kastamonu'ya kaçınıcı gelişiniz?	1	96	23,7
	2	66	16,3
	3	28	6,9
	4	12	3,0
	5 +	203	50,1

4.10.3. Katılımcıların Konak Otelde Konaklama Sayılarına İlişkin Bulgular

Tablo 5’te katılımcıların konak otelde konaklama sayılarına yer verilmiştir. Buna göre katılımcıların %50,1’i konak otelde bir kere konaklamıştır. %27,9’u beşten fazla konaklarken %10,6’sı 2 kere %6,4’ü üç kere ve son olarak %4,9’u dört kere konaklamıştır.

Tablo 5. Katılımcıların konak otelde konaklama sayıları

		n	%
Bu işletmelerde kaç keredir hizmet almaktasınız?	1	203	50,1
	2	43	10,6
	3	26	6,4
	4	20	4,9
	5 +	113	27,9

4.10.4. Katılımcıların Kastamonu’ya Geliş Amacına İlişkin Bulgular

Tablo 6’da katılımcılara çok seçenekli cevap verme fırsatı tanıyan Kastamonu’ya geliş amaçları sorulmuştur. Toplamda 429 seçim yapılmış olduğu belirlenen bu analize göre %59,3 oranında iş, %15,1 oranında dinlenme, %11,6 oranında kültür, %10,6 oranında akraba ziyareti ve %9,4 oranında tarih için geldikleri bulgulanmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Kastamonu’ya geliş amaçları

İş		Dinlenme		Tarih		Kültür		Akraba Ziyareti	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
240	59,3	61	15,1	38	9,4	47	11,6	43	10,6

4.10.5. Araştırmanın Faktör Dağılımı ve Güvenilirlik Analizi

Katılımcılar tarafından doldurulan ölçeğin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi amacıyla KMO ve Bartlett testleri yapılmıştır. Tablo 7’de yer verilen bu testin analiz sonuçlarına göre KMO değeri 0,879’dur. Bu değer geçerliliği çok iyi düzeyde temsil etmektedir. Çünkü KMO değerinin kabul göreceği kesim noktası değeri 0,5’tir; ancak faktör analizinin geçerliliğinin artması için bu değer 1’e yaklaşması beklenir. Bu doğrultuda yapılan bir sınıflandırmaya göre KMO değeri 0,5-0,7 arası orta düzeyde 0,7-0,8 arası iyi düzeyde 0,8-0,9 arası çok iyi düzeyde ve 0,9’un üstü mükemmel düzeyde geçerliliği temsil etmektedir (Field, 2005; Kaiser 1974). Bartlett x2 testi

sonucunda ise p değeri 0,05'in altında olmasından dolayı anlamlı bulunmuş ve ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu tespit edilmiştir (Henson ve Roberts, 2006; Zwick ve Velicer, 1986).

Tablo 7'de yer alan, ölçeğe ait faktörlerle alakalı faktör yüklerine, varyans açıklama oranlarına ve güvenirlik kat sayılarına yönelik analizler yorumlanacak olursa; Ölçeğin Meslek faktör yükleri 0,983 ile 0,797 arasında değişen 4 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %40,883 ve güvenirlik katsayısı 0,939'dur. Buna göre faktörün güvenirlik düzeyi çok yüksektir.

Ölçeğin Ekonomik Durum faktör yükleri 0,951 ile 0,812 arasında değişen 4 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %17,421 ve güvenirlik katsayısı 0,914'tür. Buna göre faktörün güvenirlik düzeyi çok yüksektir.

Ölçeğin Kültür faktör yükleri 0,910 ile 0,545 arasında değişen 5 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %8,502 ve güvenirlik katsayısı 0,808'dir. Buna göre faktörün güvenirlik düzeyi çok yüksektir.

Ölçeğin Yaşam Tarzı faktör yükleri 0,949 ile 0,669 arasında değişen 4 maddeden oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %6,241 ve güvenirlik katsayısı 0,871'dir. Buna göre faktörün güvenirlik düzeyi çok yüksektir.

Tablo 7. Ölçek ifadelerinin faktör dağılımı ve güvenilirlik analizi

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach's Alfa
Meslek	Konak otelde mesleğimle ilgili nedenlerden dolayı konaklıyorum	,983	40,883	0,939
	Konak otellerde konaklamamın sebeplerden birisi yaptığım iştir	,966		
	Mesleğimle ilgili sebeplerden dolayı başka otellerde konaklamak yerine konak otellerde konaklamayı tercih ediyorum	,878		
	Mesleğime uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim	,797		
Ekonomik Durum	Konak otelde konaklamak ekonomik durumuma uygundur	,951	17,421	0,914
	Konak otellerde sunulan hizmetlerin ücreti ekonomik durumuma uygundur	,930		
	Ekonomik durumuma uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar kalmak niyetindeyim	,865		
	Ekonomik durumumla ilgili nedenlerden dolayı konak otelde kalmayı diğer otellerde kalmaya tercih ediyorum	,812		
Kültür	Konak otelde sunulan hizmetler kendi kültürüme yakındır	,910	8,502	0,808
	Konak otel atmosferi kültürel olarak kendi kültürüme yakındır	,832		
	Konak oteldeki mimari öğeler benim kültürümdeki öğelere benzemektedir	,706		
	Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri kendi kültürüme yakındır	,651		
	Bölgenin kültürel dokusunu anlamak ve hissetmekte konak otel yardımcı olmaktadır	,545		
Yaşam Tarzı	Konak otellerde sunulan hizmetler kendi yaşam tarzıma yakındır	,949	6,241	0,871
	Yaşam tarzıma yakın olmasından dolayı başka otellerde konaklamak yerine, konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim	,843		
	Konak oteldeki mimari öğeler benim yaşam tarzımla benzeşmektedir	,841		
	Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri yaşam tarzıma yakındır	,669		
KMO=0,879, X²=4879,709 , p<0,05			73,047	0,906

4.10.6. Katılımcıların Vermiş Oldukları Yanıtlara Göre Ölçek Boyutları Üzerine Normallik Testi

Tablo 8’de, yapılan Shapiro-Wilk testine göre ölçek boyutlarının normallik testi sonucu görülmektedir. Bu testin sonuçlarına göre anlamlılık düzeyi 0,05’den küçük

olduğundan ölçek boyutları normal dağılım göstermemektedir. Bu nedenle araştırmada yapılacak karşılaştırma analizlerinde parametrik olmayan yöntemler kullanılmıştır.

Tablo 8. Ölçeğin boyutları üzerine uygulanan normallik testi sonuçları

	İstatistik	p
Meslek	,903	,000
Ekonomik durum	,931	,000
Kültür	,857	,000
Yaşam Tarzı	,909	,000

4.10.7. Katılımcıların Vermiş Oldukları Yanıtlara Göre Ölçek Boyutları Üzerine İlişki Testi

Tablo 9’da ölçek boyutlarının arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan Spearman Korelasyon testi yer almaktadır. Bu testin sonuçlarına göre;

Meslek boyutu ile ekonomik durum boyutu arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki görülürken, kültür ve yaşam tarzı boyutları ile arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

Ekonomik durum boyutunun kültür boyutu ile arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki görülürken, yaşam tarzı boyutu ile arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki bulunmaktadır.

Kültür boyutu ile yaşam tarzı boyutu arasında ise pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 9. Ölçek faktörleri üzerine ilişki testi

n=405		Meslek	Ekonomik durum	Kültür	Yaşam Tarzı
Meslek	r	1	,554**	,232**	,339**
	p		,000	,000	,000
Ekonomik durum	r		1	,378**	,500**
	p			,000	,000
Kültür	r			1	,619**
	p				,000
Yaşam Tarzı	r				1
	p				

**p<0,01 , *p<0,05 anlamlı ilişki var, p>0,05 anlamlı ilişki yok

4.10.8. Katılımcıların Cinsiyet Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 10’da, kadınlar ve erkekler arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

Kadınlar ve erkekler arasında meslek boyutu bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. Erkeklerin meslek boyutu puan ortalaması 191,38 iken kadınların 215,52’dir. Buna göre kadınların meslek tutumu daha yüksektir. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H3a (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Kadınlar ve erkekler arasında kültür boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. Erkeklerin kültür boyutu puan ortalaması 189,40 iken kadınların 217,64’tür. Buna göre kadınların kültür tutumu daha yüksektir. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H1a (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Buna karşın kadınlar ve erkekler arasında ekonomik durum ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır

Tablo 10. Cinsiyet gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması

Cinsiyet		n	Sıra Ortalama	U	p
Meslek	Erkek	210	191,38	18034,5	0,037*
	Kadın	195	215,52		
Ekonomik durum	Erkek	210	192,95	18365,0	0,071
	Kadın	195	213,82		
Kültür	Erkek	210	189,40	17620,0	0,014*
	Kadın	195	217,64		
Yaşam Tarzı	Erkek	210	194,90	18774,5	0,144
	Kadın	195	211,72		

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.9. Katılımcıların Medeni Durum Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 11’de evli ve bekarlar arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

Evliler ve bekarlar arasında meslek, ekonomik durum, kültür ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 11. Medeni durum gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması

Medeni durum		n	Sıra Ortalama	U	p
Meslek	Evli	218	203,04	20374,5	0,994
	Bekar	187	202,95		
Ekonomik durum	Evli	218	194,84	18604,5	0,127
	Bekar	187	212,51		
Kültür	Evli	218	193,80	18376,5	0,083
	Bekar	187	213,73		
Yaşam Tarzı	Evli	218	199,28	19573,0	0,486
	Bekar	187	207,33		

* $p < 0,05$ anlamlı fark var, $p > 0,05$ anlamlı fark yok

4.10.10. Katılımcıların Yaş Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 12’de yaş grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

Yaş grupları arasında meslek, ekonomik durum, kültür ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 12. Yaş gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması

Yaş	n	Sıra Ortalama	X ²	p
Meslek	18-25	94	213,78	0,365
	26-30	86	187,27	
	31-40	134	199,53	
	41-50	59	201,64	
	51 ve üstü	32	230,64	
Ekonomik durum	18-25	94	221,23	0,076
	26-30	86	187,81	
	31-40	134	204,86	
	41-50	59	177,25	
	51 ve üstü	32	229,95	
Kültür	18-25	94	210,93	0,693
	26-30	86	198,82	
	31-40	134	196,62	
	41-50	59	198,91	
	51 ve üstü	32	225,22	
Yaşam Tarzı	18-25	94	214,11	0,331
	26-30	86	189,00	
	31-40	134	195,94	
	41-50	59	206,28	
	51 ve üstü	32	231,50	

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.11. Katılımcıların Eğitim Durumlarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 13’de yaş grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

Eğitim durumu grupları arasında meslek boyutu bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. İlköğretim mezunlarının meslek boyutu puan ortalaması 255,92 iken ortaöğretim mezunlarının 255,88; lise mezunlarının 241,68; lisans mezunlarının 193,41; lisans üstü mezunlarının ise 160,43’tür. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça meslek tutumu azalmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H3ç (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.) hipotezi kabul edilmiştir.

Eğitim durumu grupları arasında ekonomik durum boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. İlköğretim mezunlarının ekonomik durum boyutu puan ortalaması 300,65 iken ortaöğretim mezunlarının 295,88; lise mezunlarının 210,01; lisans mezunlarının 199,56; lisans üstü mezunlarının ise 169,33’tür. Buna göre

eğitim düzeyi arttıkça ekonomik durum tutumu azalmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H4ç (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Eğitim durumu grupları arasında kültür boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. İlköğretim mezunlarının kültür boyutu puan ortalaması 307,73 iken ortaöğretim mezunlarının 219,27; lise mezunlarının 222,25; lisans mezunlarının 194,26; lisans üstü mezunlarının ise 180,69'dur. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça kültür tutumu azalmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H1ç (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin kültür boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Eğitim durumu grupları arasında yaşam tarzı boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. İlköğretim mezunlarının yaşam tarzı boyutu puan ortalaması 285,42 iken ortaöğretim mezunlarının 260,31; lise mezunlarının 226,10; lisans mezunlarının 190,03; lisansüstü mezunlarının ise 184,99'dur. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça yaşam tarzı tutumu azalmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H2ç (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13. Eğitim durumu gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması

Eğitim durumu	n	Sıra Ortalama	X ²	p
Meslek	İlköğretim	13	255,92	0,000*
	Ortaöğretim	13	255,88	
	Lise	96	241,68	
	Lisans	211	193,41	
	Lisansüstü	72	160,43	
Ekonomik durum	İlköğretim	13	300,65	0,000*
	Ortaöğretim	13	295,88	
	Lise	96	210,01	
	Lisans	211	199,56	
	Lisansüstü	72	169,33	
Kültür	İlköğretim	13	307,73	0,001*
	Ortaöğretim	13	219,27	
	Lise	96	222,55	
	Lisans	211	194,26	
	Lisansüstü	72	180,69	
Yaşam Tarzı	İlköğretim	13	285,42	0,001*
	Ortaöğretim	13	260,31	
	Lise	96	226,10	
	Lisans	211	190,03	
	Lisansüstü	72	184,99	

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.12. Katılımcıların Meslek Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 14’de meslek grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre; meslek grupları arasında meslek, ekonomik durum, kültür ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 14. Meslek gruplarının çekicilik boyutlarına göre karşılaştırılması

Meslek		N	Sıra Ortalama	X ²	P
Meslek	Özel Sektör	246	204,47	5,036	0,284
	Emekli	27	220,13		
	Devlet Memuru	64	176,51		
	Öğrenci	48	220,51		
	Çalışmıyorum	20	204,58		
Ekonomik Durum	Özel Sektör	246	196,69	9,175	0,057
	Emekli	27	255,07		
	Devlet Memuru	64	186,09		
	Öğrenci	48	221,03		
	Çalışmıyorum	20	221,20		
Kültür	Özel Sektör	246	194,44	7,096	0,131
	Emekli	27	226,48		
	Devlet Memuru	64	215,02		
	Öğrenci	48	229,92		
	Çalışmıyorum	20	173,50		
Yaşam Tarzı	Özel Sektör	246	190,90	8,743	0,068
	Emekli	27	227,09		
	Devlet Memuru	64	206,50		
	Öğrenci	48	233,89		
	Çalışmıyorum	20	233,95		

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.13. Katılımcıların Toplam Aylık Gelirleri Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 15’de toplam aylık gelir grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre; Toplam aylık gelir grupları arasında meslek boyutu bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. 1300 TL’den az toplam aylık geliri olanların meslek boyutu puan ortalaması 226,62 iken 1300-3000 TL geliri olanların 219,08; 3001-4500 TL geliri olanların 177,35; 4501 TL’den fazla geliri olanların ise 195,59’dur. Buna göre 1300 TL’den az aylık geliri olanların meslek tutumu en yüksek iken 3001-4500 TL aylık geliri olanların en düşüktür. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H3e (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin meslek boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Toplam aylık gelir grupları arasında ekonomik durum boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. 1300 TL’den az toplam aylık geliri olanların ekonomik durum puan ortalaması 231,39 iken 1300-3000 TL geliri olanların

210,07; 3001-4500 TL geliri olanların 183,38; 4501 TL'den fazla geliri olanların ise 195,49'dur. Buna göre 1300 TL'den az aylık geliri olanların ekonomik durum tutumu en yüksek iken 3001-4500 TL aylık geliri olanların en düşüktür. Bu durumun bir sonucu olarak araştırmanın H4e (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin ekonomik durum boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Toplam aylık gelir grupları arasında yaşam tarzı boyutu bakımından da istatistiksel anlamlı farklılık bulunmaktadır. 1300 TL'den az toplam aylık geliri olanların yaşam tarzı puan ortalaması 239,11 iken 1300-3000 TL geliri olanların 204,60; 3001-4500 TL geliri olanların 187,39; 4501 TL'den fazla geliri olanların ise 191,69'dur. Buna göre 1300 TL'den az aylık geliri olanların yaşam tarzı tutumu en yüksek iken 3001-4500 TL aylık geliri olanların en düşüktür. Bu durumun bir sonucu olarak H2e (Kastamonu ilinde otel olarak işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğine etki eden çekiciliklerin yaşam tarzı boyutu bu otelleri tercih eden bireylerin aylık gelirlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir) hipotezi kabul edilmiştir.

Toplam aylık gelir grupları arasında kültür boyutu bakımından ise istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 15. Toplam aylık gelirin çekicilik faktörlerine göre karşılaştırılması

Toplam aylık gelir		n	Sıra Ortalama	X ²	p
Meslek	1300'den az	76	226,62	11,011	0,012*
	1300-3000	112	219,08		
	3001-4500	109	177,35		
	4501'den fazla	108	195,59		
Ekonomik durum	1300'den az	76	231,39	8,534	0,036*
	1300-3000	112	210,07		
	3001-4500	109	183,38		
	4501'den fazla	108	195,49		
Kültür	1300'den az	76	217,61	2,755	0,431
	1300-3000	112	200,28		
	3001-4500	109	208,00		
	4501'den fazla	108	190,50		
Yaşam Tarzı	1300'den az	76	239,11	10,409	0,015*
	1300-3000	112	204,60		
	3001-4500	109	187,39		
	4501'den fazla	108	191,69		

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.14. Katılımcıların Kastamonu'ya Geliş Sayısı Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 16'da Kastamonu'ya geliş sayısı grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

Kastamonu'ya geliş sayısı grupları arasında meslek, ekonomik durum, kültür ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 16. Kastamonu'ya geliş sayısının çekicilik faktörleriyle karşılaştırılması

Kastamonu'ya Kaçınıcı Gelişiniz?	N	Sıra Ortalama	X ²	P
Meslek	1	96	200,32	0,302
	2	66	218,16	
	3	28	231,93	
	4	12	230,38	
	5 ve üzeri	203	193,73	
Ekonomik Durum	1	96	210,88	0,145
	2	66	210,63	
	3	28	241,61	
	4	12	226,54	
	5 ve üzeri	203	190,08	
Kültür	1	96	192,26	0,541
	2	66	205,57	
	3	28	223,54	
	4	12	241,50	
	5 ve üzeri	203	202,14	
Yaşam Tarzı	1	96	195,78	0,512
	2	66	203,30	
	3	28	237,63	
	4	12	221,58	
	5 ve üzeri	203	200,44	

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

4.10.15. Katılımcıların Konak Otellerden Aldığı Hizmet Sayısı Gruplarının Ölçek Boyutları ile Karşılaştırılması

Tablo 17'de Kastamonu'ya geliş sayısı grupları arasında ölçek boyutları bakımından karşılaştırma amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları görülmektedir. Bu teste göre;

İşletmelerden alınan hizmet sayısı grupları arasında meslek, ekonomik durum, kültür ve yaşam tarzı boyutları bakımından istatistiksel anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 17. İşletmelerden alınan hizmet sayısının çekicilik faktörleriyle karşılaştırılması

Bu İşletmelerde Kaç Keredir Hizmet Almaktasınız?	N	Sıra Ortalama	X ²	P
Meslek	1	203	199,61	0,417
	2	43	235,45	
	3	26	196,06	
	4	20	208,50	
	5 ve üzeri	113	197,37	
Ekonomik Durum	1	203	205,03	0,288
	2	43	220,44	
	3	26	192,52	
	4	20	239,78	
	5 ve üzeri	113	188,62	
Kültür	1	203	194,26	0,606
	2	43	216,30	
	3	26	206,67	
	4	20	199,25	
	5 ve üzeri	113	213,46	
Yaşam Tarzı	1	203	198,27	0,556
	2	43	227,71	
	3	26	192,37	
	4	20	187,78	
	5 ve üzeri	113	207,24	

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bilim ve teknolojinin her geçen süre daha büyük gelişmeler gösterdiği günümüzde, küreselleşme (globalleşme) hayatın her safhasında kendisini hissettirmektedir. Küreselleşen hayatta yaşananların bir sonucu olarak sosyal hayatta da büyük değişiklikler görülmektedir. Bu değişiklikte sanayi devriminin payı azımsanmayacak derecede fazladır. Çünkü bu devrimle ailelerin yaşam koşulları değişmiş, kentleşmede hem yapısal hem de çevresel olarak bir yenileşme başlamıştır. Geniş aile kavramı terk edilerek çekirdek aile yaşantısına geçilmiştir. Sanayi devrimiyle birlikte sanayi merkezleri kurulmuş ve kentleşme bu kurulan merkezlerin çevresinde, çekirdek ailelerin yaşamlarına hizmet edecek şekilde inşa edilmeye başlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak geniş aileler için inşa edilmiş birçok konak atıl kalmaya başlamıştır.

Sürdürülebilirliğin önem kazanmasıyla birlikte, atıl kalmış bu yapılar değer kazanmış ve bu yapıların yeni bir işlevle kullanılmaya devam edebileceği düşüncesi ortaya atılmıştır. Bu doğrultuda atıl kalmış bu yapıların sürdürülebilirlik esasına dayalı değerlendirilebilmesi için bir koruma metodu geliştirilmesi zorunlu bir hal almıştır. Bu metoda göre atıl kalmış yapının onarılıp kullanılmaya devam etmesi gerekmektedir. Çünkü yapı her ne kadar onarılsa da kullanılmadığı sürece bir harabeye dönüşmeye mahkum olacaktır. Bunun yanı sıra bu yapının çevreye ve çevresindeki insanlara sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda fayda sağlayarak sürdürülebilirliğini gerçekleştirebilmesi; ancak yeni bir fonksiyon yüklenip kullanılmaya devam etmesiyle mümkün olacaktır. Bu bağlamda yeniden işlevlendirilme, sürdürülebilirlik kapsamında bu yapıların tarihi dokularının günümüze taşınması ve varlığını devam ettirmesi bakımından tercih edilecek en etkin koruma metodu olarak görülmektedir.

Yeniden işlevlendirmeye göre, fiziki ömrü devam eden yapılara asli kimliğine ters düşmeyecek ve çevresinin ihtiyaçlarına cevap verecek bir fonksiyon belirlenmekte ve bu yapı sahip olduğu tarihi, kültürel dokuya zarar verilmeden bulunduğu bölgeye kazandırılmaktadır. Günümüzde birçok tarihi yapı çevresel düzeni korumak, çevreye sosyal, kültürel ve ekonomik fayda sağlamak amacıyla turistik bir işletme olarak işlevlendirilebilmektedir. Çünkü bu yapıların asli kimliği birer otel, restoran, pansiyon ya da turistik alışveriş marketleri olabilmek için elverişlidir. Her ne kadar otel olarak inşa edilmiş yapılara göre dezavantajlı olarak görülseler de, bu tarihi yapılar

bünyelerinde barındırdığı bir takım çekicilik unsurlarıyla bazen diğerlerine nispeten çok daha fazla tercih edilmektedir.

Bu doğrultuda bünyesinde barındırdığı çok sayıda tarihi yapıyı yeniden işlevlendirerek birer turistik işletme olarak çevresine kazandıran Kastamonu ilinde, bu yapıların sürdürülebilirliğini sağlayabilmesine etki eden çekicilik faktörleri araştırılmıştır. Anket tekniğiyle yürütülen araştırmada Kastamonu merkezde otel olarak işlevlendirilmiş 5 adet konağın 405 misafirlerine ulaşılmıştır. Misafirlerin vermiş olduğu yanıtlar doğrultusunda bu otelleri tercih etmelerine etki eden kültür, yaşam tarzı, ekonomik durum ve meslek faktörlerinin; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, meslek ve aylık gelir gibi demografik özellikleri arasında anlamlı fark olup olmadığı sorgulanmıştır.

Araştırmada elde edilen demografik bulgulara göre: katılımcıların çoğunluğunu %51,9 oranla erkekler oluşturmaktadır. %33,1'ini 31-40 yaş aralığındaki katılımcılar, %53,8'ini ise evli olanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu %52,1 oranla lisans mezunu, %60,7'si ise özel sektör çalışanıdır. Katılımcıların %27,7'sinin 1300-3000 TL arası toplam aylık geliri bulunmaktayken, %50,1'i Kastamonu'ya 5 ya da daha fazla sefer gelmiş, %50,1'i ise bu işletmelerden 1 kez hizmet almıştır.

Araştırmada ilk etapta misafirlerin konak oteli seçmelerine etki eden çekicilik faktörlerinin tercihlerde ne kadar etkili olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda yapılan analizde faktörlerin minimum, maksimum ve ortalama değerlerine göre: kültürün 25 puanla, misafirlerin konak otelleri tercih etmelerinde en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ardından yirmişer puanla yaşam tarzı, meslek ve ekonomik durum boyutları tercih edilmeyi sağlayan diğer faktörler olarak bulgulanmıştır. Yapılan analize göre kültür boyutuna ait minimum değer bile 22,14 iken yaşam tarzı boyutu 16,20; ekonomik durum boyutu 14,32 son olarak meslek boyutu 11,53 puanda kalmıştır. Sonuç olarak konak otellerde konaklayan misafirlerin tutumları ağırlıkla kültür boyutu üzerinde toplanmıştır. Bir diğer değişle otel misafirlerinin konak otelleri tercih etmelerinde kültür boyutu büyük önem taşımaktadır.

Araştırmada misafirlerin konak otele gelme nedenleri çok seçenekli bir soru eşliğinde sorgulanmıştır. Misafirlerin geçmişe ait kültürün yaşatılmaya çalışıldığı konak otellere gelme nedeninin her ne kadar kültür amaçlı olduğu düşünülse de bu araştırmada cevapların %59,3'ünün (240 kişi) iş için geldiği, %15,1'inin (61 kişi) dinlenme için geldiği, %11,6'sının (47 kişi) kültür için geldiği, %10,6'sının (43 kişi) akraba ziyareti için geldiği son olarak %9,4'ünün (38 kişi) tarihi amaçla geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun, anketlerin uygulama zamanının kış mevsimine denk gelmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Çünkü konaklar daha çok bahar ve yaz mevsimleri aylarında kültür amaçlı tercih edilmektedir. Buna karşın çıkan sonuca göre konak oteller iş amaçlı ziyaret edilse de yukarıda belirtildiği gibi misafirlerin bu otellerde konaklamalarında kültür tutumu en önemli faktör olarak bulgulanmıştır.

Konak otellerde konaklayan misafirlerin otel tercihlerinde en etkili olan kültür boyutu ile ilgili sorulan sorularda; konak otel atmosferini kültürel olarak kendilerine yakın hissettikleri, konak otelde sunulan hizmetleri kendi kültürlerine yakın hissettikleri, konak oteldeki mimari öğelerin kültürlerindeki öğelere benzediği, konak otelde sunulan yeme içme hizmetini kendi kültürlerine yakın hissettikleri ve konağın bölgenin kültürel dokusunu anlamada yardımcı olduğu sonucu çıkmıştır.

Misafirler konaklamak için bir konak otel seçerken, çok farklı kıstasları gözetebilmektedir. Kültür, yaşam tarzı, meslek ve ekonomik durum faktörlerinden biri, birkaçı ya da hepsi o otelin tercih edilme nedeni olabilmektedir. Bu araştırmada çekiciliği oluşturan faktörler birbirleriyle pozitif ilişki içerisinde. Özellikle konak otellerin konaklama bedelinin normal otellerin konaklama bedelinden yüksek olmasına rağmen ekonomik durum faktörünün bir tercih nedeni olabilmesi bu faktörlerin birbirlerini etkilemesiyle açıklanabilmektedir.

Otel olarak işlevlendirilmiş konaklarda çekicilik faktörlerinin (kültür, yaşam tarzı, meslek ve ekonomik durum) misafirlerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek üzere yapılan analizde, meslek ve kültür tutumu cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Analize göre kadınların hem meslek hem de kültür tutumlarının erkeklerinkinden fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Böyle

düşünüldüğünde konak otel pazarlama çalışmalarında demografik özelliklerin göz önünde bulundurulması önem teşkil etmektedir.

Bir diğer analizde meslek, ekonomik durum, yaşam tarzı ve kültür tutumunun eğitim düzeyine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre eğitim seviyesi arttıkça meslek, ekonomik durum, yaşam tarzı ve kültür tutumu azalmaktadır. Bu durum ancak misafirlerin demografik yapısıyla açıklanabilir. Bu bağlamda katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde araştırmaya katılan konak otel misafirlerinin yaklaşık %70'i lisans ve lisansüstü mezunlarıdır. Bu misafirlerin birçoğu konak otellerde iş amaçlı konaklamaktadır. Bu nedenle konak otellere ait çekicilik tutumlarının, bu otellerde kültür amacıyla konaklayan diğer eğitim gruplarına göre daha azdır.

Başka bir analizde meslek, ekonomik durum ve yaşam tarzı boyutuyla, toplam aylık geliri grubu arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Aylık gelir arttıkça meslek ekonomik durum ve yaşam tarzı boyutu tutumu azalmaktadır. Bu durum da iş amacıyla gelen gelir seviyesi yüksek misafirlerle açıklanabilmektedir. İş amacıyla gelen gelir seviyesi yüksek misafir her ne kadar konak oteli sahip olduğu çekiciliklerden dolayı seçse de bu otele kültür amacıyla gelen başka bir misafirle mukayese edildiğinde bu çekiciliklere ait tutumları daha zayıf kalmaktadır. Böyle bir durumda ortaya çıkan farklılık misafirlerin konak otele gelme amacıyla alakalandırılabilir. B.

Yapılan araştırmada konak otellere ait çekicilik faktörlerinin kültür, yaşam tarzı, meslek ve ekonomik durumdan oluştuğu tespit edilmiştir. Araştırmaya göre misafirler konak otellerde farklı nedenlerle konaklasalar dahi, bu otellerin kendilerine sunduğu bahsi geçen çekicilik faktörlerinden dolayı tercihlerini yine konak otellerden yana kullanmakta ve sürdürülebilir turizme önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Sürdürülebilir turizm, her ne kadar bir turizm çeşidi olarak algılsa da bu turizmin ayrı ya da özel bir turizm çeşidi olmadığı birçok otorite tarafından kabul edilmektedir. Bu duruma ek olarak UNEP vd. 2012 yılı yayınında, sürdürülebilir turizm prensiplerinin tüm turizm faaliyetlerini kapsaması gerektiği, kalkınmanın ancak bu şekilde gerçekleşebileceği savunulmaktadır. Bu nedenle Birleşmiş Milletler 2017'yi

kalkınma için Uluslararası Sürdürülebilir Turizm yılı ilan etmiştir (UNEP ve WTO, 2005; UNEP vd., 2012; Güneş, 2016).

Sürdürülebilir turizmin sağlamış olduğu katkıları ortaya koymak üzere UNEP ve WTO'nun (2005) hazırlamış olduğu sürdürülebilir turizm rehberinde, ekonomik fayda sağlama, yerel halka katkı, istihdama olumlu etki, sosyal adalet, misafir memnuniyeti, kültürel zenginlik, fiziksel bütünlük, biyolojik çeşitlilik ve kaynakların etkin kullanımlarıyla alakalı birtakım ifadeler yer verilmiştir.

Böyle düşünüldüğünde sadece merkezinde yaklaşık 564 adet sivil mimari örneği bulunan Kastamonu ilinde atıl kalmış bir yapının; yeniden işlevlendirilerek çevreye sosyal, kültürel ve ekonomik olarak yarar sağlaması, sahip olduğu çekicilik faktörlerinden dolayı tercih edilmeye devam edilerek yapının yaşatılması ve 2017 yılının Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Yılı olması, Kastamonu'nun Türkiye ve Dünya üzerinde ne kadar önemli bir sürdürülebilir turizm merkezi olduğunu ortaya koymaktadır.

Kastamonu hem kültürel hem doğal turistik çekiciliklere sahiptir. Bu nedenle sadece tarihi çekiciliklerle değil, doğal çekiciliklerle de korunması gereken önemli bir sürdürülebilir turizm kentidir. Türkiye'de ilk Avrupa'da ise 13. PAN Park Kastamonu'da yer almaktadır. Sürdürülebilirlik timsali olan bu parkın içerisinde yer alan Valla Kanyonu dünyadaki en derin ikinci kanyondur. Bu doğrultuda Kastamonu ilinin sürdürülebilir turizmi için, tarihi yapıların kazandırılması ne kadar önemliyse bu parkın, kanyonun ve diğer doğal çekiciliklerin korunması bir o kadar önem arz etmektedir.

Kastamonu'daki tarihi yapıların çekicilikleri sayesinde sürdürülebilir kılma düşüncesinin sorgulandığı bu çalışmada, uygulamalı alanda mülk sahiplerine yapılarının yeniden işlevlendirilmesi; literatüre katkı sağlamak açısından ise bu yapılara ait çekicilik faktörlerinin farklı kültür merkezi kentlerinde, farklı hizmet sunan işletmelere farklı mevsimlerde uygulanmak üzere sorgulanması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ahunbay, Z. (1996). *Tarihi çevre koruma ve restorasyon*. İstanbul: Yem Yayınları.
- Akgül, O. (2003). *Turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kültür turizmi, Aphrodisias-Geyre örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aydın.
- Aksoy, A., Enlil, Z., Ünsal, D. F., Pulhan, G., Dinçer, İ., Zeren, G., Ahunbay, Z. & Köksal, G. (2012). *Kültürel miras yönetimi*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, I. Baskı, Web-Ofset, Eskişehir.
- Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 441-460.
- Akyurt, H., (2008). *Turizm bölgesine yönelik talebi etkileyen faktörlerden imaj ve çeşme örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Allen, J. O'toole, W. Harris, R. & McDonnell I. (2002). *Festival and special event management*. Third Edition, Sydney.
- Alsaç, Ü. (1992). *Türkiye 'de restorasyon*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Altınoluk, Ü. (1998). *Binaların yeniden kullanımı*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Altunışık, R., Recai C., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: spss uygulamalı*. (5.Baskı). Sakarya Yayıncılık. Sakarya.
- Altuntaş, C. & Türker, D. (2012). Sürdürülebilir tedarik zincirleri: sürdürülebilir raporların içerik analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (3), 39-64.
- Arabacıoğlu, F. P. & Aydemir, I. (2007). Tarihi çevrelerde yeniden değerlendirme kavramı. *Megaron, YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi*, 2 (4), 204–212.
- Avcı, N. (2003). *Anıtsal yapılarda uygulanabilecek eklerin çeşitlerinin araştırılması ve örneklerle açıklanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Avcıkurt, C. (2004). *Ülke imajı ve turizm ilişkisi- Türkiye örneği*. T.C Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turistik Yerlerin (Destinasyonların) Pazarlanması (17–19 Ekim 2003), Hafta sonu Turizm Konferansı IX, Nisan 2004 Nevşehir, 1-17.

- Avcıkurt, C. (2005). *Turizmde tanıtma ve satış geliştirme*. (2. Baskı). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi- genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, D. & Okuyucu, Ş. (2009). Yeniden Kullanıma Adaptasyon ve Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik Bağlamında Afyonkarahisar Millet Hamamının Değerlendirilmesi. *Megaron Ytü Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 4 (1).
- Aydın, D. & Yaldız, E. (2010). *Yeniden kullanıma adaptasyonda bina performansının kullanıcılar üzerinden değerlendirilmesi*. Metu Jfa 27(1), 1-22 Doi: 4305.
- Aydın, İ. (1990). *Açıklamalı turizm terimler sözlüğü*. Aydın.
- Azaltun, Murat (2000). *Turistik ürün çeşitlerinin pazarlanmasında web sitelerinin kullanımı üzerine bir araştırma*. Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü 1. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğ Kitapçığı, 2-3, Kasım, İzmir, 23-43
- Bachlaitner, R. & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities: the residents' perspective. *Journal of Business Research*, 44: 199-209.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2012). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çolakoğlu, O. (2014). *Turistik ürün kavramına genel yaklaşım. turistik ürün politikası*. Ed: Alp Timur, Ankara: Detay Yayıncılık, 47-68.
- Balcı, A. (1995). *Sosyal bilimlerde araştırma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999). *A model of destination image formation*, Annals of Tourism Research, 26 (4) 868-897.
- Baytok, A. (1998). *Türkiye’de turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında kongre turizminin geliştirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Bektaş, C. (2001). *Koruma onarım*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Birsel, G., Polat, E. & Yılmaz, N. (2003). *Değişim-dönüşüm sürecinde kimlik arayışları ve kentsel yenileşme kavramı*. Kentsel Dönüşüm Sempozyumu, YTÜ.
- Buldaç, E. (2006). *Bursa Muradiye medresesinin yeniden işlevlendirilmesi önerisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Bursa.

- Burden, E. (2004). *Illustrated dictionary of architectural preservation: restoration, renovation, rehabilitation*. Reuse, McGraw-Hill Press, New York.
- Burke, J. & B. Resnick. (2002). *Marketing and selling the travel product*. Canada.
- Büyükarslan, B. & Güney, E. D. (2013). Endüstriyel miras yapılarının yeniden işlevlendirilme süreci ve istanbul tuz ambarı örneği. *Beykent Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 6 (2), 31 – 58.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal bilimler için veri analiz el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Cantacuzino, S. (1989). *Re/architecture: old buildings/new uses*. New York: Abbeville Press, Inc.
- Cantacuzino, S. (1990). *A Policy for architectural conservation*. A. H. Imamuddin, K.R. Longeteig (Editors). Architectural & urban conservation in the islamic world. The Aga Khan Trust for Culture, Geneva. 1224.
- Cater, E., Shaw, G., & Williams, A. M. (1996). *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*.
- Cave, J., Ryan, C. & Penakara, C. (2003). Residents' Perceptions, Migrant Groups and Culture as an Attraction-The Case of a Proposed Pacific Island Cultural Centre in New Zealand. *Tourism Management*, 24: 371-385
- Ceritoğlu A.B. (2005). *Markanın gerçek konumu: tüketici algısı*. Marka Yönetimi Sempozyumu (14-15 Nisan), TMMOB Makine Mühendisleri Odası, Gaziantep.
- Connor, J.T., Luce, B.R., Broglio, K.R.; Ishak, K.J., Mullins, C.D., Vanness, D.J., Fleurence, R., Saunders, E. & Davis, B.R. (2013). *Do Bayesian adaptive trials offer advantages for comparative effectiveness research?* Protocol for the re-adapt study. Clinical trials article, 1-21.
- Collin P.H. (2004). *Dictionary of environment & ecology*. EISBN-13: 978-1-4081-0222-0, 265 s, Bloomsbury publishing plc, London.
- Cox, T. H., Lobel, S. A., & McLeod, P. L. (1991). Effects of ethnic group cultural differences on cooperative and competitive behavior on a group task. *Academy of management journal*, 34(4), 827-847.
- Çakmakoğlu, N. (2015). *Turistlerin konak otellerini tercihlerine etki eden faktörler: Kastamonu örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Çelik, A. (2009). *Destinasyon pazarlama unsuru olarak etkinlik turizmi ve etkileri İstanbul örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

- Çelik, D. & Yazgan, M. E. (2009). Kentsel peyzaj tasarımı kapsamında tarihi çevre yenileme çalışmalarının araştırılması: Beypazarı örneği. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 6 (3): 235-244.
- Çetiner, A. (1985). *Yerleşme alanlarında planlama yenileme, şehircilik* (1.Baskı.) Gümüssuyu: İTÜ Matbaası.
- Çolakoğlu, O. (2014). *Turistik ürün kavramına genel yaklaşım. turistik ürün politikası. (47-67)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Jeffries, D. (1990). *Marketing the tourism product*. Horwath And Horwath, London, 1990, 28.
- Demirel Ö. (1993). *Türkiye’de taşınmaz kültür varlıklarının korunması ile ilgili politikalar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Doswell, R. (1997). *Tourism: how effective management makes the difference*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Duran, E. (2011). Turizm kültür ve kimlik ilişkisi; turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul ticaret üniversitesi sosyal bilimler dergisi*. 10 (9), 291-313.
- Dursun, P. & Ozsoy, A. (2008). *How can architects learn their own experiences?* AZ, 5 (2), 82-96.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). *Beyond the business case for corporate government, department of environment and heritage*. Printed By Prion, Australia.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. İzmir. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15 5 1-59.
- Emre, Ş. (2008), *Sanayileşme ve sanayi yapılarının yeniden işlevlendirilmesinin İstanbul’dan örnekler üzerine analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Engin, H.E. (2009). *Tarihi yapıların yeniden kullanımında iç mekâna etkilerin incelenmesi için bir yöntem önerisi; İstanbul endüstri yapıları örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Trabzon.
- Enlil, Z. (1992). *Tarihi bir çevreyi yaşatmak: Paris ve Bologna’da bütüncül koruma yaklaşımları*. Ytü Mimarlık Fakültesi Yayını, Mf Şbp 2.039/02, 199-204.

- Er Akan, A., Arslan Selçuk, S. & Çakıcı, F. Z. (2006). *Kültür turizmi açısından Kırkgöz Han'ın yeniden işlevlendirilmesi olanakları üzerine bir çalışma*. Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, Antalya 28-29 Nisan 2006.
- Fang, D & Liu, J. (2004). *Foreigners invited to save beijing's courtyard homes*. south china Morning Post, 2 May.
- Feather, N.T. (1979). Value correlates of conservatism. *journal of personality and social psychology*, 37(9), 1617-1630.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). London: Sage Publication.
- Feilden, B. M. (1982). *Conservation of historic buildings*. london: Butterworth Scientific.
- Fernando, J. (2001). *Early malaccan shophouses*. Preliminary inventory.
- Gall, D. M., Borg, R. W. & Gall, P. J. (1996). *Educational research: an introduction* (6th ed.). New York: Longman.
- Gartner, W.C. (1996). *Tourism development: principles, processes and policies*. New York: John Wiley And Sons.
- Gemici B. (2011). *Eski endüstri alanlarının yeniden işlevlendirilmesinde kentsel kalite ve değer artışına ilişkin kullanıcı algısı: İzmit-Sekapark örneği*. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Getz, D. & Frisby, W. (1989). *Şehir festivallerinin turizm üzerindeki etki düzeyi üzerine bir araştırma*. Turizmde Seçme Makaleler: 3. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını: 14-34.
- Getz, D. & Frisby, W. (1990). *Festival yönetimi: bir durum değerlendirme perspektifi*. Turizmde Seçme Makaleler: 6, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını:1-15.
- Glesne, C. & Peshkin, A. (1992). *Becoming qualitative researchers: an introduction*. London: Longman.
- Göksu, E. (2005). *Kentsel dönüşüm toplantıları*. Mimarlar Odası İzmir Şubesi.
- Grosspietsch, M. (2006). Perceived and projected images of rwanda: visitorand international tour operator perspective. *Tourism Management*, (27: 226).
- Gülersoy, N. Z. (1997). *Şehirselle koruma ders notları* (Yayınlanmamış), İstanbul Teknik Üniversitesi, 11-53.

- Güneş, G. (2016). *Toplum temelli ekoturizm*. I. Ulusal Alternatif Kongresi Bildiri Kitabı 7-9 Nisan 2016/ Erzincan, 40-45.
- Güngör Açıkgöz, Ş. & Ahunbay, Z. (2008). 19. yüzyıl kayseri kiliseleri için koruma önerileri. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, Mimarlık, Planlama, Tasarım, 7(2), 26-37.
- Gürler, E. (2003). *Kentsel yeniden üretim süreci üzerine karşılaştırmalı çalışma: İstanbul örneği*. Kentsel Dönüşüm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi, İstanbul, 113-158.
- Güvenç, B. (1994). *İnsan ve kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Güvenç, B. (1997). *Kültürün ABC'si*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hacıoğlu, N. (2008). *Turizm pazarlaması*. (6. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları,
- Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2008). *Turistik ürün, turistik ürün çeşitlendirmesi ve alternatif turizm. turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ed: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998). *Multivariate dataanalysis, Fifth*. Edition, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Hasol, D. (2010). *Ansiklopedik mimarlık sözlüğü*. İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.
- Helvacıoğlu, A.D. & Bulu, M. (2007). *Kültür turizmi*, Editörler: Bulu, M. & Hakkı Eraslan, İ. Sürdürülebilir Rekabet Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği, Kazancı Matbaacılık, İstanbul.
- Henson, R. K., & Roberts, J. K. (2006). *Use of Exploratory Factor Analysis in Published Research: Common Errors and Some Comment on Improved Practice*. Educational and Psychological Measurement, 66, 393–416.
- Highfield, D. (1987). *Rehabilitation and re-use of old buildings*, E & FN Spon Press, New York.
- Hirschman, E. C. (1983). Aesthetics, ideologies and the limits of the marketing concept. *Journal of Marketing*, 47 (3), 45-55.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work related values*. Sage Publications Inc. California.
- Holbrook, M.B. (1994). *The nature of customer value: an axiology of service in the consumption experience*, in Rust, R.T. and Oliver, R. (Eds), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publication, London.

- Huh, J. (2002). *Tourist satisfaction with cultural/ heritage sites: the virginia historic triangle*. Virginia Polytechnic Institute and State University in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of Scince in Hospitality and Tourism Management, Virginia.
- Irshad, H. (2011). *Impacts of community events and festivals on rural places*. Rural Development Division Alberta Agriculture and Rural Development.
- İbragimov, M. (2001). *Ürün çeşitlendirmesi açısından kış turizmi ve almatı çimbulak-medeu örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- İçöz, O. (2001). *Turizm işletmelerinde pazarlama*. (2. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. & Kozak, M. (1998). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. & Kozak, M. (2002). *Turizm ekonomisi - turizmin makro ve mikro ekonomik etkileri*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İslamoğlu, H. (2010). *Turizm pazarlaması*. İstanbul: Beta Basım.
- İslamoğlu, H. (2000). *Pazarlama yönetimi stratejik ve global yaklaşım*. (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Kaiser, H.F. (1974). *An index of factorial simplicity*. Psychometrika, 39, 31-36.
- Kahveci, Y. (1994). *Konaklama işletmeleri için destek hizmet yardımıyla bir ürün farklılaştırma alternatifi: golf*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik turizmi ve etkinlik turizmi bağlamında yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel.
- Kaşlı, B. (2009). *İstanbul'da yeniden işlevlendirilen korumaya değer endüstri yapıları ve iç mekan müdahaleleri: santral İstanbul örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Keleş, R. (1998). *Kentbilim terimleri sözlüğü* (2. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi.
- Kerlinger, F. N. (1978). *Foundations of behavioral research*. New York: McGraw Hill.
- Kervankıranı İ. (2011). *Afyonkarahisar ilinin başlıca doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi*.

Yayımlanmamış Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Afyon.

Kımilli, Z. M. (2005). *Tarihi yapıların sürdürülebilirlik bağlamında yeniden kullanıma kazandırılması: Burdur/Susuzhan örneği*. I. Burdur Sempozyumu, Burdur, 16-19.

Kızıllırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi* 15,181-196.

Kincaid, D. (2002). *Adapting buildings for changing uses guidelines for change of use refurbishment*. Taylor & Francis Group. London.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. Third Edition, The Guilford Press, New York.

Koçan, N. (2011). Tarihi mekânlarda kültürel dönüşüm: uşak tarihi tren garı örneği. *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 130– 137.

Korkmaz, O. & Çevik, N.K. (2014). Üniversite son sınıf öğrencilerinin iş seçim kriterlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 5(3), 167-186.

Korzay, M. (1992). *Turizmde istihdam ve eğitim- 21. yüzyıla doğru Türkiye*. 3. İzmir İktisat Kongresi. İzmir.

Kotler P., Bowen J.& Makens J. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearsin Int. Ed., Usa.

Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, M.A. & Bahçe, A.S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2006). *Genel turizm ilkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kuban, D. (2000). *Tarihi çevre korumanın mimarlık boyutu*. İstanbul: Kuram ve Uygulama, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.

Kul B. (2009). *Tarihi kentsel alanda yeniden yapım (rekonstrüksiyon) ve işlevlendirme ile kullanışsızlığın önlenmesi: Kayseri tavukçu mahallesi örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Üniversitesi. Kayseri.

Kuntay, O. (2004). *Sürdürülebilir turizm planlaması*. Ankara: Alp Yayınevi.

- Kuter, N. & Ünal, H.E. (2009). Sürdürülebilir turizm kapsamında ekoturizmin çevresel ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri. *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2): 146-156.
- Kutvan, B. & Kutvan, S. A. (2013). Turizm planlamasında destinasyon çekiciliklerinin ölçümü: bir yöntem yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi* 6 (11), ISSN 1307-9832.
- Langston, C., Wong, F. K. W., Hui, E. C. M. & Shen, L. (2008). *Strategic Assesment Of Building Adaptive Reuse Oppurtunities in Hong Kong*. Building and Environment 43, 1709-1718.
- Lea, J. (2001). *Tourism and development in the third world*. Routledge, London and New York.
- Madran, E. (2010). *Kültür ve tabiat varlıklarını koruma hukuku ve kurumsal yapı*. N. Özaslan, D. Özkut. (Ed.), Mimari Korumada Güncel Konular İçinde (18-44). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Marangoz, M. (2013). Tüketicilerin marka fonksiyonu algılamaları ile satın alma sonrası davranışları arasındaki ilişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (2).
- Mathwick, C., Malhotra, N. & Rigdon, E. (2001). *experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment*. Journal of Retailing, 77, 39-56.
- Middleton, V. T. (1988) . *Marketing in travel and tourism*. Ox Ford: Butterworth Heineman.
- Montgomery J. (1995). *Urban vitality and the culture of cities planning*. *practiceresearch*, 10(2), s.101-109.
- Mümtaz, T. (1990). *Kültür değişimleri*, İstanbul: M.E.B. Yayınları.
- Günay, Ü. (1999). *Toplumsal değişme tasavvuf tarikatlar ve Türkiye*. E.Ü. Yayınları. Kayseri.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nargundkar, R. (2008). *Marketing research: text and cases*. (3rd Edition), Tata McGraw-Hill Education.
- McClelland, L. F. (1997). *How to complete the national register registration form*.

- Nunnally, J. C. & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. Third Edition, McGraw-Hill Inc., New Jersey.
- Nuryanti, W. (1996). *Haritage and postmodern tourism*. Annals of Tourism Research, 23, (2), 249-260.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İstanbul: Yön Ajans.
- Olalı, H. & Timur A. (1988). *Turizm ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.
- Onur, H. (1992). *Korunması gerekli mimari yapılara ek yapı tasarımındaki ilkeler*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Oral S. (1988). *Türk turizm pazarlamasında dağıtım-fiyat politikaları ve turist profili analizi*. İzmir: İstiklal Matbaası.
- O'Shaughness, J. & O'Shaughness N. C (2003). *Marketing power of emotion*. UK: Oxford University Press.
- Öter, Z & Özdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (2) 127-138.
- Özdamar K. (2002). *Paket programlarla istatistiksel veri analizi-1*. (4. Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, G. (2007). Destinasyon pazarlamasında internetin rolü. *Journal of Yasar University*, 2 (8), 889-898.
- Özden, P. P. (2002). *Yasal ve yönetsel çerçevesiyle şehir yenileme planlaması ve uygulaması: Türkiye örneği*.
- Özer, B. (1989). Olumlu ve olumsuz uygulamalarıyla mimari yaratmada tarih ve geleneğin yeri. *Yapı Dergisi*, 35, 36-38.
- Pekol, Banu. (2010). *İstanbul'da yeniden işlevlerle kullanılan tarihi yapıların üslup sorunsalı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Pine, J. & Gilmore, J. H. (1999). *Deneyim ekonomisi: iş hayatı bir tiyatro ve de herşirket bir sahne*. Çeviren Levent Cinemre. İstanbul: Boyner Holding Yayınları.
- Randall, J. B. (1997). *Evolution of historic structure reports at the u.s. national park service: an update*. APT Bulletin 28 (1), 19-22.

- Raykov, T. & Gerorge, A. M. (2006). *A first course in structural equation modeling*. Second Edition, Lawrance Erlbaum associates, New Jersey.
- Smith, S. M. & Gerald S. A. (2005). *Fundamentals of marketing research*. Thousand Oaks, California
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm pazarlaması*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayınları.
- Seaton, A.V. & Bennet, M.M. (1996). *Marketing tourism product: concept, issues, cases*. International Thomson Business Pres, Londra.
- Richardson J. I. (1996). *Marketing Australian travel and tourism: principles and practice*. Hospitality Pres Ltd. Australia.
- Rutes, W. A., Penner, R. H. & Adams, L. (2001). *Challenges in hotel design: planning the guest-room floor*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 42 (4), 77-88.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing*. New York: The Free Press.
- Schweitzer, C. (1999). *cultural tourism: the hot ticket to cool meetings*. Association Management, 5,(8), 1-8.
- Sezgin, M. (2004). *Turistik güzergahlarda strateji eksenli pazarlama iletişimi çabalarının turizm işletmelerindeki yeri ve önemi Konya yöresi için bir model önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Sönmez, M. & Emekli, G. (2007). *Turizm çekiciliklerinin coğrafi bilgi sistemleri ile değerlendirilmesi: Bergama*. Çesme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 21–23 Kasım, Çesme-İzmir.
- Steinberg, F. (1996). Conservation and rehabilitation of urban heritage in developing countries. *Habitat Intl.* 20 (3), 463-475.
- Şahin, A. (2007). *Turizm sektöründe bölgesel markalaşma stratejileri. Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği Yayınları, 527-535.
- Taner, S. (2011). *İstanbul endüstri yapılarının “loft” kavramı çerçevesinde yeniden işlevlendirilmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tanrısever, C., Saraç, Ö. & Aydoğdu, A. (2016). Yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliği. *İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – Kırgızistan, Akademik Bakış Dergisi*, 54, ISSN:1694-528X.

- Tapan, M. (2007). *Soru ve cevaplarla koruma*. TMMOB Mimarlar Odası İstanbul, Büyükkent Şubesi Yayını.
- Taşçı, D.A. (2003). *Determinants of destination image*, (Doktora Tezi), ABD: Michigan State University.
- Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Mevzuatı. (1990). T.C. Kültür Bakanlığı, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü.
- Tekeli, İ. (1988). *Kentsel korumada değişik yaklaşımlar üzerine düşünceler*. Planlama Dergisi, sayı: 1988/1
- Tekeli, İ. (1989). *Kentsel korumada değişik yaklaşımlar üzerine düşünceler*. Ankara: Türkiye II. Dünya Şehircilik Günü Kolloquumu.
- Terece, T. (2013). *Restorasyon projelerinde işlevsel dönüşümün iç mekân kararları üzerine bir sorgulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- The Oxford English Dictionary. (1998). *Oxford university press*. Oxford.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: understanding concepts and applications*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tiesdell, S., Oc, T., Heath, T. (1996). *Revitalizing historic urban quarters*. Hartnolls Ltd. London, 234.
- Tolacı, S. Ş., Beyhan, Ş. G. & Zeren, M. T. (2011). Turizm bağlamında kentsel dokunun yeniden işlevlendirilmesi: Burdur/Hükümet caddesi örneği” *Politeknik Dergisi*, 14 (3), 187-192.
- Tosun, C., Bilim, Y., & Temizkan, R. (2003). *Alternatif turizm ve turistik ürün çeşitlendirme stratejileri: Hatay örneği*. Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003.
- Uçar, B. (2013). *Endüstriyel miras ve yeniden işlevlendirme kavramları kapsamında beykoz deri ve kundura fabrikası’nın irdelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Uçkan, Ö. (2000). *Yeniden işlevlendirme*. İstanbul: Domus dergisi.
- Uğursal, S. (2011). *Tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi: izmir sümerbank basma sanayi yerleşkesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen ilimleri Enstitüsü. İzmir.
- UNEP ve WTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, World Tourism Organization.

- UNEP, ITC (International Trade Centre) ve ICTSD (International Centre for Trade and Sustainable Development). (2012). Green Economy and Trade opportunities. Draft for Comment, Tourism
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (SPSS 10.00 - 12.0 for windows). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2001). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, S. M. (2007). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Uygur, S.M. & Baykan E. (2007). *Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri*. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, Ankara.
- Vellas, F. & Becherel, L. (1999) *The international marketing of travel and tourism: a strategic approach*. Macmillan Pres Ltd., London.
- Venedik Tüzüğü. (1964).
- Viederman, S. (1994). *The economics of sustainability: challenges. the economics of sustainability workshop*. Fundacao Joaquim Nabuco, Recife, Brazil.
- Vural, T., Dostoğlu, N. & Ediz, Ö. (2006). Bursa-Mudanya demiryolu hattı işletme binası için yeniden kullanım önerisi: Mudanya’da sosyal ve kültürel merkez. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 11, Sayı 2.
- Wahap, S., Crompton L. J. & Rothfield, L.M. (1976). *Destination orientated programme for the marketing of international tourism*. Tourism Marketing, Tourism International Press, London.
- Wallerstein, I. (2000). *National and universal: may it be a thing called world culture*. Culture, Globalisation and World System Contemporary Conditions for the Representation of Identity, Edited by Anthony, D. King, Sage Publications, London.
- Weeks, K. D., & Grimmer, A. E. (1995). *The secretary of the interior's standards for the treatment of historic properties: with guidelines for preserving, rehabilitation, restoring & reconstructing historic buildings*. DIANE Publishing.
- Wolfrum, S., Nerdinger W., Schaubeck, S. (ed) (2009). *Multiple city: urban concepts 1908-2008*, Jovis.
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University.

- Yılmaz Çakmak, B. (2013). *Kültürel mirasın korunması bağlamında bir yeniden kullanım örneği, hamdi gültepe evi*. Artium, 1, Sayı 1, 54-64.
- Yoon, S., Daniel, M., Spencer, D. & Dae-Kwan, K., (2000). A profile of michigan's festival and special event tourism market. *Event Management An International Journal*, Volume 6, Number 1.
- Weeks, K.D. & Grimmer A.E. (1995). *The secretary of interior's standards for the treatment of historic properties, with guidelines for preserving, rehabilitating, restoring and reconstructing historic buildings*. Heritage Preservation Services, Washington D.C.
- Zengin, B. (2009). *Seyahat işletmeleri*. Editörler: Demirkol, Şehnaz ve Burhanettin Zengin Turizm İşletmeleri. Değişim Yayınları, Sakarya.
- Zwick, W.R., & Velicer, W. F. (1986). *Factor influencing five rules for determining the number of components to retain*. Psychological Bulletin, 99,432 442.
- Zağralı, E. (2014). *Destinasyon ve çekicilik unsuru olarak mutfak turizmi: izmir yarımadası örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Cartwright, M. (2013). <http://www.ancient.eu/Pantheon/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- Canatan, K. (2011). <http://www.haksozhaber.net/aile-ve-ailede-degisim-uzerine-22099h.htm>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- Turner, M. (2016) <https://www.flickr.com/photos/markturner/4389011827/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- Werner, B. https://en.wikipedia.org/wiki/File:Trier_Konstantinbasilika_BW_2.JPG, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-1. <http://www.italyguides.it/en/lazio/rome/ancient-rome/castel-st-angelo/castel-st-angelo-exterior#>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-2. <http://www.thehistoryhub.com/wp-content/uploads/2016/12/Castel-SantAngelo-at-Night.jpg>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-3. http://www.famous-historic-buildings.org.uk/italy_3.html, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-4. <http://arkeofili.com/kolezyumun-vahsi-hayvan-asansoru-restore-edildi/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.

- URL-5. <http://gizmodo.com/17-of-the-oldest-man-made-structures-on-earth-still-in-508293601>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-6. <http://www.archdaily.com/author/evan-rawn>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-7. <http://kot0.com/endustri-yapilarinin-donusumu-viyana-gazometreleri/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-8. <http://mesozt.co/page/5>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-9. <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=384&RecID=3106>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-10. <http://inhabitat.com/architect-richard-rogers-transforms-barcelonas-las-arenas-bullfighting-ring-into-epic-shopping-center/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-11. <http://fjalonso.blogspot.com.tr/2011/05/barcelona-shopping-las-arenas.html>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-12. https://www.mimoo.eu/projects/Netherlands/Amsterdam/Caf%E9-restaurant%20OPEN?abvar4&utm_expid=3171585-1.66OBlKy2Q0iKwRs5j0esOQ.4&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com.tr%2F, Erişim tarihi: 26.12.2016.
- URL-13. <http://www.architecturelist.com/2011/04/01/cafe-restaurant-open-amsterdam-by-de-architekten-cie/>, Erişim tarihi: 15.12.2016.
- URL-14. <http://dailynewshungary.com/the-bory-castle/>, Erişim tarihi: 28.11.2016.
- URL-15. <http://www.makedonyauniversiteleri.com/uskup-davut-pasa-hamami.html>, Erişim tarihi: 26.11.2016.
- URL-16. <http://ayasofyamuzesi.gov.tr/tr/content/tarih%C3%A7e>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-17. http://www.sabah.com.tr/kultur_sanat/2015/10/26/vezir-hamami-turizme-kazandırıldı, Erişim tarihi: 16.10.2016.
- URL-18. <http://www.urfadabugun.com/haber/88794/sanliurfa-da-612-yilik-tarihi-konuk-evi-hizmete.html>, Erişim tarihi: 23.11.2016.
- URL-19. <http://www.legacyottomanhotel.com/tarihce.html>, Erişim tarihi: 13.10.2016.
- URL-20. <http://hotelthepublic.com/the-public-hotel/tarihce/>, Erişim tarihi: 19.12.2016.
- URL-21. <http://hotelthepublic.com/>, Erişim tarihi: 18.12.2016.

- URL-22. <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kocaeli/gezilecekyer/sekapark-zmit>, Erişim tarihi: 13.12.2016.
- URL-23. <http://www.ayasofyahamami.com/>, Erişim tarihi: 25.12.2016.
- URL-24. <http://www.gokcuoglukonagi.net/tr/konak.html>, Erişim tarihi: 11.12.2016.
- URL-25. <http://www.fotokritik.com/1379266/gokcuoglu-konagi-safranbolu>, Erişim tarihi: 09.11.2016.
- URL-26. <http://www.gazikonagi.com/>, Erişim tarihi: 08.10.2016.
- URL-27. <http://www.kapadokyaiahlarakonaklari.com/konaklarimiz.php>, Erişim tarihi: 09.11.2016.
- URL-28. <http://www.elcikonagi.com/#restaurant>, Erişim tarihi: 16.12.2016.
- URL-29. <http://www.booking.com/hotel/tr/elci-konagi-butik-otel-amp-restaurant.tr.html>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-30. <http://www.turizmkastamonu.com/m/?id=555>, Erişim tarihi: 13.12.2016.
- URL-31. <http://www.aciksoz.com.tr/gundem/kastamonunun-simge-mekani-cem-sultan-bedesteni-h11444.html>, Erişim tarihi: 11.11.2016.
- URL-32. <http://www.gastronomi.com.tr/mekan/restoran/kastamonunun-simge-mekani-cem-sultan-h2216.html>, Erişim tarihi: 09.10.2016.
- URL-33. <http://kastamonueflanilikonagi.com/index.php/konagimizdan-kareler/#!>, Erişim tarihi: 22.12.2016
- URL-34. <http://www.kastamonukulturturizm.gov.tr/yazdir?45684236BB5C573E54C70624526A8BD6>, Erişim tarihi: 23.11.2016.
- URL-35. <http://www.travelguide.com.tr/hafiz-bey-konagi-kastamonu>, Erişim tarihi: 08.12.2016.
- URL-36. <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63867/tarihi-evler-ve-konaklar.html>, Erişim tarihi: 18.10.2016.
- URL-37. <http://muhteremlegeziye.blogspot.com.tr/2011/11/kastamonu-izbeli-ciftligi.html>, Erişim tarihi: 16.12.2016.
- URL-38. <http://kastamonuotelrehberi.com/wp-content/uploads/2015/12/TARİHÇE.jpg>, Erişim tarihi: 18.11.2016.
- URL-39. <http://kadioglukonak.com/>, Erişim tarihi: 05.12.2016.

- URL-40. <http://www.kastamonugezgini.com/kursunlu-ismail-bey-hani/>, Erişim tarihi: 14.12.2016.
- URL-41. <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63896/tarihi-hanlar.html>, Erişim tarihi: 13.10.2016.
- URL-42. <http://www.turizmkastamonu.com/ozel-haber/mevlana-konagi-restaurant-h612.html>, Erişim tarihi: 13.12.2016.
- URL-43. <http://www.turizmkastamonu.com/lezzetin-adi-munire-sultan-sofrasi-roportaj,12.html>, Erişim tarihi: 07.11.2016.
- URL-44. <http://www.muniresultansofrasi.com/galeri.html>, Erişim tarihi: 07.11.2016.
- URL-45. <http://www.kastamonukulturturizm.gov.tr/yazdir?45684236BB5C573E54C70624526A8BD6>, Erişim tarihi: 23.10.2016.
- URL-46. http://www.sinanbeykonagi.com/default.asp?page=content&content_id=107, Erişim tarihi: 12.10.2016.
- URL-47. http://www.sinanbeykonagi.com/default.asp?page=content&content_id=117, Erişim tarihi: 09.11.2016.
- URL-48. <http://www.haber3.com/180-yillik-tarihi-sadibey-ciftligi-turizme-kazandırıldı-1042947h.htm>, Erişim tarihi: 14.10.2016.
- URL-49. <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kastamonu/neredekonaklanır/sadibey-cftlg>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-50. <http://www.kastamonukonaklari.com/tr/tarih%C3%A7e.html>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-51. <http://www.turizminsesi.com/haber/kastamonu-ugurlu-konagina-kavustu-5351.htm>, Erişim tarihi: 11.10.2016.
- URL-52. <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,93962/yakupaga-kulliyesi.html>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-53. <http://www.ancient.eu/Pantheon/>, Erişim tarihi: 13.11.2016.
- URL-54. <http://kot0.com/endustri-yapilarinin-donusumu-viyana-gazometreleri/>, Erişim tarihi: 25.12.2016
- URL-55. <http://www.kastamonukulturturizm.gov.tr/yazdir?45684236BB5C573E54C70624526A8BD6>, Erişim tarihi: 23.11.2016.

EKLER

EK-1

**YENİDEN İŞLEVLENDİRİLEN TARİHİ YAPILARDA
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE
ETKİ EDEN ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ**

Sayın Katılımcı;

Bu araştırma, “Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapılarda Sürdürülebilirliğe Etki Eden Çekicilik Faktörleri” başlıklı yüksek lisans tezi için veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar sadece bu araştırma için bilimsel amaçla kullanılacak olup, kişisel bilgileriniz kesinlikle saklı tutulacaktır. Çalışmaya göstereceğiniz yakın ilgi için şimdiden teşekkür ederim.

Danışman;

Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi

Öğr. Gör. Ömer SARAÇ
Cide Rifat Ilgaz Meslek Yüksekokulu
0 542 466 01 74
o.sarach@hotmail.com

BÖLÜM 1: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ETKİLEYEN ÇEKİCİLİK FAKTÖRLERİ

Aşağıdaki sorular, katılımcıların yeniden işlevlendirilerek birer turistik işletme haline getirilen yapıların çekiciliğe etkisini ölçmeye yöneliktir. Lütfen size uygun seçeneği, (x) ile işaretleyiniz

Hiç Katılmıyorum:	1					
Katılmıyorum:	2					
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum:	3	1	2	3	4	5
Katılıyorum:	4					
Tamamen Katılıyorum:	5					
Konak otel atmosferi kültürel olarak kendi kültürüme yakındır						
Konak otelde sunulan hizmetler kendi kültürüme yakındır						
Konak oteldeki mimari öğeler benim kültürümdeki öğelere benzemektedir						
Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri kendi kültürüme yakındır						
Bölgenin kültürel dokusunu anlamak ve hissetmekte konak otel yardımcı olmaktadır						
Konak otellerde sunulan hizmetler kendi yaşam tarzıma yakındır						
Konak oteldeki mimari öğeler benim yaşam tarzımla benzeşmektedir						
Konak otelde sunulan yeme içme hizmetleri yaşam tarzıma yakındır						
Yaşam tarzıma yakın olmasından dolayı başka otellerde konaklamak yerine, konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim						
Konak otellerde konaklamamın sebeplerden birisi yaptığım iştir						
Konak otelde mesleğimle ilgili nedenlerden dolayı konaklıyorum						
Mesleğimle ilgili sebeplerden dolayı başka otellerde konaklamak yerine konak otellerde konaklamayı tercih ediyorum						
Mesleğime uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar konaklamak niyetindeyim						
Konak otelde konaklamak ekonomik durumuma uygundur						
Konak otellerde sunulan hizmetlerin ücreti ekonomik durumuma uygundur						
Ekonomik durumumla ilgili nedenlerden dolayı konak otelde kalmayı diğer otellerde kalmaya tercih ediyorum						
Ekonomik durumuma uygun olmasından dolayı konak otelde tekrar kalmak niyetindeyim						

BÖLÜM 2: KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz? () Erkek () Kadın
2. Yaşınız? () 18 – 25 arası () 26 – 30 arası () 31 – 40 arası () 41 – 50 arası () 51 ve üstü
3. Medeni Durumunuz? () Evli () Bekâr () Diğer
4. Eğitim Durumunuz? () İlk Öğretim () Orta Öğretim () Lise () Lisans () Lisansüstü
5. Mesleğiniz? () Özel sektör () Emekli () Devlet Memuru () Öğrenci () Çalışmıyorum () Diğer (Belirtiniz).....
6. Toplam Aylık Geliriniz? () 1300 ₺ den az () 1301-3000 ₺ arası () 3001-4500 ₺ arası () 4501 ₺ den fazla
7. Kastamonu'ya Kaçınıcı Gelişiniz? () 1. () 2. () 3. () 4. () 5. ve üzeri
8. Bu İşletmelerde Kaç Keredir Hizmet Almaktasınız? () 1. () 2. () 3. () 4. () 5. ve üzeri
9. Kastamonu'ya ne amaçla geldiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)
() İş () Dinlenme () Tarihi () Kültürel () Akraba Ziyareti () Diğer (Belirtiniz).....

Zaman ayırdığınız ve katılımlarınız için teşekkür ederiz.

Çalışma sonuçlarını size göndermemizi isterseniz lütfen e-posta adresiniz yazınız:

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ömer SARAÇ
 Doğum Yeri ve Yılı : İstanbul / 1987
 Medeni Hali : Bekar
 Yabancı Dili : İngilizce
 E-posta : o.sarach@hotmail.com



Eğitim Durumu

Lise :Sabit Büyükbayrak Lisesi (2001-2005)
 Lisans :Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Y.O (2006-2011)
 Kodolanyi János University, Institutional Departments of Tourism and Hospitality
 Yüksek Lisans :Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Mesleki Deneyim

1. **Kastamonu Üniversitesi Cide Rıfat Ilgaz M.Y.O**
 Cide/Kastamonu 2015 Pozisyon: Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü/ Öğretim Görevlisi (Bölüm Başkanı)
2. **Park Inn by Radisson**
 Halkalı/İstanbul 2015 Pozisyon: Ön büro Departmanı/Ön büro Servis Müdürü
3. **Ramada Plaza Tekstilkent**
 Esenler/İstanbul 2014 Pozisyon: Ön büro Departmanı/Ön büro Şefi
4. **Dedeman İstanbul Otel**
 Gayrettepe/İstanbul 2013 Pozisyon: Ön büro Departmanı/Shift Leader
5. **Legacy Ottoman Otel**
 Sirkeci/İstanbul 2012 Pozisyon: Ön büro Departmanı/Resepsiyonist
6. **Anemon Afyon Otel**
 Afyonkarahisar/Afyon 2011 Pozisyon: Ön büro Departmanı/Resepsiyonist
7. **İstanbul Turquhouse Boutique Hotel**
 Eyüp/İstanbul 2011 Pozisyon: Ön Büro Departmanı/Resepsiyonist
8. **Intourist Clup Belek Hotel**
 Belek/Antalya 2009 Pozisyon: Yiyecek İçecek Departmanı/Garson

9. Fair Hills Resort (Staj)

Minnesota/USA 2008 Pozisyon: Kat Hizmetleri/Mutfak/Restoran/Animasyon

Yayınlar:

1. Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

- Tanrısever, C., Saraç, Ö., Aydoğdu, A., Yeniden İşlevlendirilen Tarihi Yapıların Sürdürülebilirliği, Akademik Bakış Dergisi, 54-2016 ISSN:1694-528X

2. Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler

- Tanrısever, C., Saraç, Ö., Panks As An Alternative Tourism Activity, I. International Conference on Tourism Dynamics and Trends, 4th-7th May 2016 Antalya- Turkey
- Koçoğlu, C.M., Saraç, Ö., Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Düzeyleri: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği, Inntertional Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), 24-26 August, 2016,İstanbul/Turkey