



## YERLİ TURİSTLERİN SEYAHAT DAVRANIŞLARI AÇISINDAN SAFRANBOLU'NUN KÜLTÜREL TURİZM ALGISININ İNCELENMESİ

Cenk Murat KOÇOĞLU\*, Bilge Özge BOZTEPE\*\*

### ÖZET

Ülkemizin birçok şehri tarihi ve kültürel değerleri içinde barındırmaktadır. Özellikle şehirlerin destinasyon olarak sunulmasında bu tarihi ve kültürel değerler, turistlerin bölgeye yönelmesinde önemli bir çekim unsuru olarak görülmektedir. Ayrıca şehirlerin UNESCO tarafından kültürel miras listesine alınması da, yerli ve yabancı turistler tarafından ilgi çekici hale gelmesini sağlayan önemli bir unsurdur. UNESCO tarafından tescillenmiş bölgelerden biri de Safranbolu'dur. Özellikle 1994 yılından itibaren UNESCO'nun kültürel miras listesine alınmasıyla, bu bölge tanınmaya başlamış ve yerli ve yabancı turistler tarafından kültür turizmi için önemli bir varış noktası olmuştur.

Bu kapsamda çalışmanın amacı, yerli turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'ya bakış açılarının belirlenmesini sağlamaktır. Ayrıca bölgeye gelen turistlerin demografik özelliklerine bağlı olarak, algılarının değişip değişmediği ve Safranbolu'ya gelen turistlerin memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme davranışları da ortaya çıkarılacaktır. Bu amaçla, Safranbolu'ya gelen 290 yerli turistten anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Veriler SPSS 22 paket programında analiz edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, yerli turistlerin ziyaret sayılarına ve ziyaret sürelerine bağlı olarak, Safranbolu'nun kültür turizm algısının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Diğer yandan, Safranbolu'ya gelen yerli turistlerin büyük bir çoğunluğunun seyahatten memnun olduğu ve başkalarına tavsiye etme eğiliminde oldukları fakat tekrar Safranbolu'ya seyahat etme konusunda, diğer iki değişken kadar olumlu olmadıkları belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür Turizmi, Seyahat Davranışları, Yerli Turistler, Safranbolu.

## EXAMINATION OF THE CULTURAL TOURISM PERCEPTION OF SAFRANBOLU IN TERMS OF DOMESTIC TOURISTS' TRAVEL BEHAVIOURS

### ABSTRACT

Turkey is a country that has a lot of historical and important concrete and non-tangible cultural heritage in every direction that many civilizations have experienced in the past. Especially when cities are presented as destinations, these historical and cultural values are seen as an important attraction factor for tourists towards the region. In addition, taking the cities to UNESCO's list of cultural heritage is an important element that makes it interesting for domestic and foreign tourists. One of the UNESCO-registered regions is Safranbolu. Especially since 1994, With the receipt of UNESCO has been recognized as a cultural heritage list, this region has been recognized and has become an important destination for cultural tourism by domestic and foreign tourists.

The aim of working in this context is to ensure that the perspectives of local tourists to Safranbolu as a cultural destination are determined. In addition, depend on the demographics of the tourists coming to the region, whether the perceptions have changed or not, and the satisfaction levels of tourists coming to Safranbolu and their repeat visits will also be revealed. For this purpose, data were collected from 290 domestic tourists coming to Safranbolu by questionnaire method. The data were analyzed in the SPSS 22 packet program. According to

\* Yrd. Doç. Dr. Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, cenk-murat@hotmail.com

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, bilge\_boztepe@hotmail.com

Bu çalışma, 4-8 Ekim 2017 tarihleri arasında Marmaris'te düzenlenmiş olan Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresinde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

the analysis results obtained, it has been determined that the cultural tourism perception of Safranbolu differs depending on the number of visits of domestic tourists and duration of visits. On the other hand, it was determined that the fact that a large majority of domestic tourists coming to Safranbolu are satisfied with the travel and are tended to recommend it to others but they were not as positive as the other two variables in traveling to Safranbolu again.

**Keywords:** Cultural Tourism, Travel Behaviours, Domestic Tourists, Safranbolu.

## GİRİŞ

Kültür turizmi, alternatif turizm faaliyetleri arasında en kapsamlı olan turistik bir harekettir. Bu sebeple turistlerin yeme içme, barınma, ulaşım gibi ihtiyaçlarının bu turizm çeşidinde de giderilmesi gerektiğinden dolayı, kültürel ürüne sahip olan destinasyonların diğer turistik bileşenlerle uyum içinde olması beklenilmektedir. Kültür turizmi tüm bunların yanı sıra tarih, din, arkeoloji vb. gibi diğer bilim dallarıyla yakın ilişki içerisinde olan bir bilim dalıdır. Bu doğrultuda Kültür turizminin kapsam alanının oldukça geniş olduğunu ifade etmek mümkündür.

Kültür turizmi açısından Türkiye, önemli bir destinasyon noktası olarak değerlendirilmesine karşın bu alanda yapılan çalışmaların az olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle kültürel turizm destinasyonlarının turistler tarafından algılanma düzeyine yönelik çok sınırlı çalışmalar mevcuttur.

Bu çalışma ile, Karabük'e bağlı Safranbolu ilçesine ziyarette bulunan misafirlerin sosyo demografik özelliklerini belirlemek ve bu demografik değişkenler ile kültürel turizm algıları arasındaki ilişkiyi incelemek hedeflenmiştir. Bu bağlamda turistlerin özellikleri, memnuniyet düzeyleri, kültürel beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığı tespit edilecek ve yöreyi ziyaret amaçlarıyla birlikte tekrar ziyaret edip etmeyecekleri incelenecektir.

Literatüre bakıldığında bu konuyla ilgili çok fazla araştırma yapılmadığı görülmektedir. Özellikle UNESCO kültürel miras listesine girmesiyle ünlenmiş Safranbolu üzerinde ise bu konuyla tam olarak örtüşen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatüre bakıldığında;

Üsküdar vd., (2014) Yerli Turistlerin Eskişehir'in Kültür Turizmine İlişkin Algıları üzerinde yaptıkları çalışmada, kültür turizmine katılan turistlerin genelde eğitim seviyesi ve gelir seviyesinin yüksek olduğu, ziyaret sürelerinin ağırlıklı olarak 2-3 gün olduğu ve turistlerin Eskişehir ile ilgili seyahat deneyimlerinin çoğunlukla olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Özer (2010) tarafından Yabancı turistlerin kültürel bir destinasyon olarak İstanbul'u değerlendirdikleri çalışmada, yabancı turistlerin İstanbul'a gelmelerindeki temel amacın kültürel çekicilikler olduğu ve İstanbul'un Roma ve Paris ile birlikte kültürel bir tatil için en uygun şehir oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca yabancı turistlerin ağırlıklı olarak 4-7 gün İstanbul'da kaldıkları ve gelen turistlerin de çoğunlukla yüksek eğitim ve gelir seviyelerine sahip oldukları belirlenmiştir.

Özdemir (2011) tarafından Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması işe ilgili yaptığı çalışmada, Safranbolu'nun önemli bir kültürel destinasyon olduğu fakat Safranbolu Evleri dışındaki kültürel ürünlerin korunmasına gereken önemin verilmediği ifade edilmiştir.

Bu kapsamda araştırmanın amacı, turistlerin seyahat davranışları açısından Safranbolu'nun kültürel turizm algısının belirlenmesidir. Ayrıca, Safranbolu'ya gelen turistlerin seyahat deneyimleri tespit edilecek ve turistlerin seyahat davranışlarının kültürel turizm algıları üzerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı da belirlenmeye çalışılacaktır. Böylelikle Safranbolu'nun ulusal ve uluslar arası turizm pazarında kültür turizmi ile de anılması sağlanacak ve geliştirilebilmesine yönelik önerilerde bulunulabilecektir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünyada deniz kum güneş turizminin yaygınlaşması ve ilerlemesi ile artık insanlar deniz kum güneş turizminin yanı sıra daha çok doğa ile baş başa kalma, onunla bütünleşme, kültürel izleri ziyaret etme, kültürel temaslarda bulunma, farklı yaşam tarzları deneyimleme, farklı inançlar hakkında bilgi edinme, el sanatları ve eğlence biçimleri ile ilgilenmeye başlamıştır (Tapur, 2009).

Kültürel turizm, festival, folklor, tiyatro, sergi gibi sanat etkinliklerine katılmak, geçmiş ve yaşayan uygarlıklar ile kültürel değerleri tanımak, tarihi yerleri ve toplumun yaşam tarzlarını görmek amacıyla yapılan gezidir (Aydın, 1990: 27). Dolayısıyla kişilerin içinde

buldukları toplumla birlikte, yaşadıkları bölgede kendi kültürlerini oluşturduklarını söyleyebilmemiz mümkündür. Sanat tarihi, din, ekonomi ve siyasal bilimler gibi bir çok bilim dalını içinde barındıran kültür turizminin coğrafya ile ilişkisi de var olan kültürün yaşandığı mekanla ilgisi bulunmaktadır (Doğaner, 2013:15). Dünyadaki tüm ülkeler için önemli olan alternatif turizm türlerinden kültür turizmi Öztürk ve Yazıcıoğlu'na göre "gelir sağlayıcı etkisinin yanında kültürel değerlerin korunması açısından da üzerinde durulan bir turizm şeklidir" (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 189).

Bir çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Anadolu topraklarında Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frikyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar birçok kalıntı ve izler bırakarak ülkemizi diğer ülkelere nazaran benzersiz bir konuma getirmiştir (Doğaner, 2001). Safranbolu ise, önemli tarihi mirasları ve kültürel çekicilikleri ile Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesinde yer almakla birlikte, Karabük iline bağlı dünya çapında tarihi bir kent olarak tanınmaktadır. Tarihi yaklaşık 5000 yıl öncesine dayanan Safranbolu ilk olarak Gasgaslara ve sonrasında Hititler, Lidyalılar, Persler, Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılar gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır (Karabük Valiliği, 2012). Anadolu Selçukluları, Çobanoğulları ve Çandarogulları'nın döneminden sonra Safranbolu bir Osmanlı kenti olarak karşımıza çıkmaktadır (Ulukavak, 2007:11).

Yüksek anıtlar kurulunun Safranbolu'yu 1975 yılında "Kentsel Sit" ilan etmesinden sonra, kente karşı olan ilgi zaman içerisinde tüm dünyaya hızla giderek yayılmıştır. Safranbolu Osmanlı-Türk mimarisinin bozulmadan günümüze kadar korunduğu ve sahip olduğu birçok tarihi ve kültürel değeri ile UNESCO tarafından 1994 yılında Dünya Miras Listesine alınmıştır (Gürbüz, 2002: 50).

İnsanların yeni bilgiler edinip bu bilgiler doğrultusunda yeni deneyimler kazanarak kültür seviyelerini arttırmak ve farklı kültürleri öğrenmek üzere, kültürel mekanları ziyaret ederek kültürel olaylara dahil olarak yer değiştirmeleri kültür turizmi olarak ifade edilmektedir. Alternatif turizm çeşitlerinde olduğu gibi turistler diğer kültürleri görür ve öğrenirler fakat kültür turizminin ayrıştırmacı özelliği burada ortaya çıkar; turist hareket

amacı kültürü öğrenmektir. Bu noktada 'Kültür turisti' kavramı ortaya çıkmaktadır. McKercher ve du Cros (2002) kültür amaçlı seyahat eden turistleri amaçları bakımından beş gruba ayırmaktadır; amaçlı gezenler, çevreyi görmekle yetinenler, kaşifler, kültüre ilgisi zayıf olanlar ve rastlantısal ziyaretçiler (McKercher ve DeCros, 2002). Söz konusu turist için kültür turizmi ona ulaşmak için bir araçtır (Doğaner, 2013:13). Amerika sınırları içinde gezen veya Amerika üzerinden Avrupa'ya seyahat gerçekleştiren Kültür turistlerinin üzerinde yapılan araştırmalara göre Kültür turistleri diğer turistlerden daha yaşlı, daha iyi eğitim alan kişiler oldukları ve daha zengin oldukları sonucunu çıkarmaktadır (Meydan ve Baykan, 2007). Tüm bu bilgiler ışığında, kültür turistinin eğitim ve farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu, öğrenmeye ve farklılıkları gözlemlemeye hazır kişiler olduğunu söyleyebilmemiz mümkündür. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre de uluslar arası ve kültür amaçlı seyahat eden turistlerin oranı %37'dir (du Cluzeau, 2000).

Safranbolu Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı imparatorluğu gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetlerden günümüze dek ayakta kalmayı başaran Cinci Hanı ve Hamamı, İncekaya su kemeri, Eski hükümet binası (Günümüz kent müzesi), Saat kulesi, Loncalar (Arastalar), Köprülü Mehmet Paşa, İzzet Mehmet Paşa, Dağdelen, Hidayetullah ve Lütfiye (Kaçak) Camileri Safranbolu ziyaretçilerine açıktır.

'Eski Çarşı' olarak bilinen bölge tarihi eserlerin yoğunlaştığı ve küçük bir meydanı barındıran bölgedir. Eski evlerin yanı sıra tepede bulunan açık hava namazgah yeri olarak kullanılan Hıdırlık Tepesi, Eski Hükümet Binası, Saat Kulesi, Cephane Binası, Eski Hapishane Binası bu bölgede ziyaretçilerini bekleyen diğer tarihi yapılarıdır.

Şehir planlaması kamu kurumlarına ve dini yapılara dönük olarak ilerlemiştir. Hiçbir ev bir diğer evin önünü kapatmayacak şekilde inşa edilerek yollardan bahçe duvarları ile ayrılmıştır. At veya deve üzerinde seyahat halinde olan bir kişinin, bahçe içerisini görememesi için de duvarlar oldukça yüksek inşa edilmiştir. Dışarıdan bakıldığında içerinin görülmesinin imkansız olduğu fakat içerden bakıldığında dışarının ve çevrenin rahatça görülebildiği bu yapılar haremlik selamlık esasına göre inşa

edilerek mimari farklılık olarak kültürel bir ürün konumundadır.

Kalabalık aile yapısı, bol yağışlı olan iklim ve kültürel/maddi zenginliklerin Safranbolu evlerinin büyüklüğünü ve şeklini belirleyen temel üç unsurdur. Yaşam tarzına uygun olarak inşa edilen Safranbolu Evleri gelenek ve göreneklerin zaman içerisinde uğradığı farklılıkların anlaşılabilirliği açısından oldukça önemli bir kültürel ürün olarak karşımıza çıkmaktadır.

Safranbolu’da kültürel turizm daha çok evlere dayalı gerçekleştirilmektedir. El sanatları ve geleneksel ürünlerin (lokum, safran, çavuş üzümü vb.) turizme katılmasında ise pek başarılı olunmamıştır. Turizme katma değer sağlaması açısından maket ev yapımı gelişmiş ve istihdamı hatırı sayılır şekilde artırmıştır (Özdemir, 2011: 139).

## METODOLOJİ

### *Araştırmanın Amacı ve Önemi*

Çalışmanın amacı kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu’nun kültür turizm algısını belirlemektir. Ayrıca, Safranbolu’ya gelen yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili seyahat davranışları ve Safranbolu ile ilgili kültür turizm algıları ile seyahat davranışları arasında bir farklılık olup olmadığı da araştırılacaktır. Bu analizden elde edilen sonuçlar ile Safranbolu’yu ziyaret eden turistlerin seyahat amaçları ve tercihlerinin, turistlerin demografik özellikleri ile ilişkileri, turistlerin ziyaretlerinde ne tür deneyimler istedikleri, ziyaretlerini nasıl değerlendirdikleri ve tekrar ziyaret edip etmeyecekleri gibi pek çok davranış ortaya konulabilecektir. Böylece, Safranbolu’nun ulusal ve uluslararası turizm pazarında rekabet edebilir bir kültür amaçlı şehir destinasyonu olarak geliştirilebilmesine yönelik önerilerde bulunulması hedeflenmektedir.

Araştırmanın Safranbolu’da yapılmasının nedeni, bu destinasyonun özellikle 1994’te UNESCO kültürel miras listesine girmesiyle birlikte önemli bir kültürel destinasyon olarak değerlendirilmesidir. Ayrıca yerli turistler açısından kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu’nun ne düzeyde algılandığı saptayabilmek ve Safranbolu’nun seyahat beklentilerini karşılayıp karşılayamadığı ile ilgili olarak izlenim edinebilmek ve eksiklikleri diğer kurum ve kuruluşlarla paylaşabilmek bu destinasyonda kültür turizminin daha çok gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### *Araştırmanın Yöntemi*

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket, Özer, (2010) ve Üsküdar vd., (2014) tarafından yapılan çalışmalardan derlenmiştir. Söz konusu anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ve seyahat davranışlarına ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, yerli turistlerce Safranbolu’nun kültürel turizm algısını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Üçüncü ve son bölümde ise, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili memnuniyet, tavsiye ve tekrar tercih etme davranışlarına yönelik sorular yer almaktadır. Ölçeklere ilişkin sorular 5’li likert ölçeğine uygun olarak sıralanmıştır (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum). Araştırmanın ana kütlelerini Safranbolu’ya gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Ana kütlelerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme yoluna gidilmiştir. Örneklem belirlenirken, basit tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve veriler 2017 yılı Mayıs ve Haziran ayları içerisinde Safranbolu’ya gelen 290 yerli turist üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmalarda örnek hacminin, araştırmadaki değişken sayısının en az on katı olması gerektiği belirtilmektedir (Hair vd., 1998; Kline, 2011; Altunışık, vd., 2007). Bu araştırma da değişken sayısı 19 olduğundan 290 örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu değerlendirilmektedir.

### *Araştırmanın Hipotezleri*

Araştırmada, yerli turistlerin seyahat davranışları ile Safranbolu’nun kültür turizm algısını değerlendirmeleri arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek üzere, literatürdeki çalışmalardan (Jurdana ve Susilovic, 2006; Özer, 2010; Üsküdar vd. 2014) faydalanılarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

- **H<sub>1</sub>:** Turistlerin ziyaret sürelerine bağlı olarak Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir.
- **H<sub>2</sub>:** Turistlerin ziyaret şekline bağlı olarak Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir

- **H<sub>3</sub>**: Turistlerin ziyaret sürelerine bağlı olarak Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir
- **H<sub>4</sub>**: Turistlerin yararlandıkları bilgi kaynağına bağlı olarak Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

**Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İlgili Veriler**

Cinsiyet	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
Kadın	115	39,7	25 yaş ve altı	16	5,5
Erkek	175	60,3	26-31 yaş	36	12,4
Toplam	290	100	32-37 yaş	47	16,2
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	38-43 yaş	46	15,9
İlköğretim	19	6,6	44-49 yaş	47	16,2
Lise	56	19,3	50 ve üstü yaş	98	33,8
Önlisans	73	25,2	Toplam	290	100
Lisans	119	41,0	<b>Meslek</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Lisans üstü	23	7,9	Ev hanımı	5	1,7
Toplam	290	100,0	Emekli	78	26,9
<b>Medeni Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Öğrenci	11	3,8
Evli	191	65,9	Kamu görevlisi	64	22,1
Bekar	99	34,1	Özel sektör	85	29,3
Toplam	290	100	Serbest meslek	47	16,2
<b>Gelir Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Toplam	290	100
1500 ve altı	11	3,8	<b>İkamet</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
1501-2499	32	11,0	Akdeniz	42	14,5
2500-3499	68	23,4	Doğu ve Güney Doğu Anadolu	4	1,4
3500-4499	85	29,3	Ege	11	3,8
5000 ve üstü	94	32,4	İç Anadolu	35	12,1
Toplam	290	100	Karadeniz	53	18,3
			Marmara	145	50,0
			Toplam	290	100,0

Araştırmaya katılanların yaklaşık %60'ı (175) erkeklerden oluşurken %40'ı (115) kadınlardan oluşmaktadır. Örnek büyüklüğü içerisinde erkeklerin kadınlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında en büyük örneklem büyüklüğünü yaklaşık %34 ile (98) 50 yaş ve üstü kişiler oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %41 ile (119) lisans mezunlarının en büyük örneklem grubunu oluşturduğu görülmektedir. Yaklaşık %7 ile (19) ilköğretim mezunları da en düşük grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında, yaklaşık %66'sının (191) evlilerden, %34'ü ise (99) bekarlardan

oluşmaktadır. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde, %29'unun özel sektör (85), %27'sinin (78) emekli ve %22'sinin (64) kamu görevlilerinden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında, çoğunluğu %32 ile (94) 5000 TL ve üstü gelir grubu oluşturmaktadır. Bunu %29 ile (85) 3500-4499 gelire sahip kişiler takip etmektedir. Diğer yandan katılımcıların hangi bölgelerden geldiğine bakıldığında, yaklaşık %50'sinin (145) kişi Marmara bölgesinden geldiği görülmektedir. Bunu sırasıyla %18'i (53) Karadeniz, %14'ü (42) Akdeniz bölgesinden gelen katılımcılar oluşturmaktadır. Örneklem içerisinde en düşük grubu Doğu ve Güneydoğu

Anadolu bölgesinden gelen katılımcılar oluşturmaktadır. Literatüre bakıldığında, kültür turistlerinin eğitim seviyesi ve gelir durumları bakımından yüksek bir düzeye sahip olduğu (MacDonald, 2004; Jurdana ve Susilovic, 2006; Kolb, 2006) ve bu araştırmada da bu sonuçların örtüştüğu görölmektedir.

**Tablo 2: Turistlerin Seyahat Davranışı Özellikleri ile ilgili Veriler**

Seyahat Davranışları	Frekans	Yüzde %
<b>Ziyaret Sayısı</b>		
İlk kez	211	72,8
İki kez ve Daha çok	79	27,2
Toplam	290	100
<b>Ziyaret Şekli</b>		
Bireysel	28	9,7
Tur	262	90,3
Toplam	290	100
<b>Ziyaret Süresi</b>		
1 gün	243	83,8
2-3 gün	37	12,8
4-5 gün	5	1,7
6-7 gün	2	,7
8 gün ve üstü	3	1,0

Toplam	290	100
<b>Bilgi Kaynakları</b>		
Önceki ziyaretler	43	14,8
İnternet	65	22,4
Tv-radyo	18	6,2
Gazete,dergi, seyahat kitapları	32	11,0
Seyahat acentası	73	25,2
Eş dost akraba	59	20,3
Toplam	290	100

Tablo 2’de, turistlerin seyahat davranışlarıyla ilgili veriler yer almaktadır. Buna göre, turistlerin %73 gibi büyük bir çoğunluğu Safranbolu’ya ilk kez geldiğini, %90’ının tur kapsamında Safranbolu’ya ziyarette bulunduğunu, seyahat sürelerinin %84 ile çoğunlukla bir gün olduğunu ifade etmişlerdir. Turistlerin Safranbolu’ya gelirken hangi bilgi kaynaklarından yararlandıklarıyla ilgili verilere bakıldığında, %25’inin seyahat acentesi, %22’sinin internet aracılığı ile ve %20’sinin eş dost akrabaları aracılığı ile geldiklerini ifade etmişlerdir.

**Tablo 3: Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu Algıları**

Turistlerin Kültürel Destinasyon Olarak Safranbolu Algısı	Ortalama	Std. Sapma
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu’nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.	4,29	1,1006
Safranbolu’ya ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.	4,08	1,0290
Kültürel ve tarihi kaynakları Safranbolu’yu tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.	4,01	,9169
Safranbolu tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur.	3,99	1,0489
Safranbolu Türkiye’deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.	3,96	1,0792
Safranbolu genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı.	3,96	1,0164
Safranbolu’ya seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi.	3,84	,9749
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Safranbolu’nun tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.	3,42	1,1656
Safranbolu’daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.	3,06	1,2573

Tablo 3’te Safranbolu’nun kültürel bir destinasyon olarak turistler tarafından nasıl algılandığına ilişkin ortalamalar büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Buna göre, turistlerin en olumlu algılandığı ifade, 4,29 ortalama ile “Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu’nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır” şeklinde iken, turistlerin en olumsuz algılandığı

ifade ise 3,06 ortalama ile “Safranbolu’daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum” olarak tespit edilmiştir. Buna göre Safranbolu’ya gelen yerli turistler, Safranbolu’daki kültürel ve tarihi yapıların bakımsız ve ihmal edilmemiş olduğunu düşünmektedirler.

**Tablo 4: Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak Safranbolu'ya İlişkin Memnuniyet, Tavsiye ve Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri**

Memnuniyet, Tavsiye ve Tekrar Ziyaret	Ortalama	S.Sapma
Safranbolu'ya seyahatimden memnunum	4.21	,8142
Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarımaya tavsiye ederim.	4,23	,8024
Safranbolu'yu tekrar ziyaret etmek isterim	3,91	,9666

Tablo 4'te turistlerin kültürel bir destinasyon olan Safranbolu'yu seyahatlerine ilişkin memnuniyet, tavsiye ve tekrar ziyaretlerine ilişkin veriler yer almaktadır. Buna göre, Safranbolu'ya seyahatimden memnunum ifadesi 4.21 ortalamaya sahip iken, Safranbolu'yu arkadaş ve akrabalarımaya tavsiye ederim ifadesi 4,23 ortalamaya sahiptir. Diğer yandan Safranbolu'yu tekrar ziyaret etmek isterim ifadesi 3.91 ortalamaya sahiptir. Bu verilere göre, Safranbolu'ya gelen turistler seyahatlerinden memnun ve başkalarına tavsiye etme eğiliminde oldukları fakat tekrar ziyaret etme isteklerinin, memnuniyet ve tavsiye derecesi kadar iyi olmadığı değerlendirilmektedir.

#### Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Araştırmada uygulanan ölçeğin güvenilirlik analizinin yapılması için Cronbach Alpha katsayısı dikkate alınmıştır. Güvenilirlik analizi

sonucunda güvenilirlik katsayısının „,832” olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin yapısal olarak güvenilir ve geçerli olması için güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir (Nunnally & Bernstein, 1994:265). Dolayısıyla bu araştırmada da, güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olduğu belirlenmiştir.

Faktör sayısında herhangi bir değişikliğe gidilmeden ve Kaiser Normalleştirilmesine göre, özdeğeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınarak yapılan faktör analizinde, Safranbolu'nun Kültürel Turizm Algısının 2 faktörlü bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5: Faktör Analizi İle İlgili Özdeğer ve Varyans Yükleri**

Faktörler	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
Kültürel Destinasyon İmajı	4,309	47,878	47,878
İmaj ve Tanıtım Eksikliği	1,220	13,561	61,439

Araştırmanın faktör analizi sonucunda varyans yüzdesi toplamı 61,439 olarak çıkmıştır. Bu oranın %50'den yüksek olması, analizin geçerli

olduğunu göstermektedir (Scherer-Wiebe vd. 1988).

**Tablo 6: Safranbolu'nun Kültürel Turizm Algısı İle İlgili Faktör Yükleri**

Safranbolu'nun Kültürel Turizm Algısına Yönelik İfadeler	F. Yükleri	G. Analizi
<b>Kültürel Destinasyon İmajı</b>		
Safranbolu tam anlamıyla kültürel bir şehir destinasyonudur.	,886	0,877
Safranbolu genel olarak kültürel amaçlı ihtiyaç ve beklentilerimi karşıladı.	,808	
Safranbolu'ya ait kültür ile ilgili hoş deneyimlerim oldu.	,798	
Kültürel ve tarihi kaynakları Safranbolu'yu tercih etmemdeki en önemli nedenlerdendir.	,776	
Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu'nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır.	,712	
Safranbolu'ya seyahatim tamamen kültürel amaçlı idi.	,639	
Safranbolu Türkiye'deki diğer kültürel şehirlerle rekabet edecek potansiyele sahiptir.	,632	

<b>İmaj ve Tanıtım Eksikliği</b>		0,775
Safranbolu'daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum.	,855	
Kültürel bir şehir destinasyonu olarak Safranbolu'nun tanıtımı etkili bir şekilde yapılmamaktadır.	,703	

*Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçümü: 0,866 ve anlamlılık düzeyi: 0,000'dır.*

Faktör analizinde ortak varyans (communalıty) ve ölçekteki hiçbir ifadenin değerlerinin 0,4'ten düşük olmaması gerekmektedir (Field, 2000: 434). Tablo 6'ya bakıldığında bunun doğrulandığı görülmektedir. Bunun yanında, her bir faktöre ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, faktörlerin güvenilirlik seviyelerinin iyi düzeyde olduğu görülmektedir.

#### ***Kültür Turizm Algısı İle Seyahat Davranışları Arasındaki İlişkinin Araştırılması***

Turistlerin kültürel bir destinasyon olarak Safranbolu'nun kültür turizm algılarının seyahat

davranışlarına göre değişip değişmediğini belirlemek için, fark testleri uygulanmış ve analizlerden elde edilen sonuçlar tablolar yardımıyla sunulmuştur. Öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığını test etmek için kolmogorov-smirnov testi yapılmış ve analiz sonucunda verilerin normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, nonparametrik testlerden olan Kruskal Wallis ve Mann Whitney U testlerinin yapılması uygun görülmüştür.

**Tablo 7: Turistlerin Ziyaret Sayılarına Göre Kültür Turizm Algısını Oluşturan Faktörler Arasındaki Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Faktörler	Ziyaret Sayısı	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Kültürel Destinasyon İmajı	İlk Kez	211	140,73	29693,00	7327,000	,112
	İkinci Kez ve daha çok	79	158,25	12502,00		
İmaj ve Tanıtım Eksikliği	İlk Kez	211	138,75	29277,00	6911,000	,023
	İkinci Kez ve daha çok	79	163,52	12918,00		

Tablo 7'de; turistlerin ziyaret sayılarına göre Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmelerine ilişkin Mann Whitney U test sonuçları incelendiğinde; Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörlerden, İmaj ve tanıtım eksikliği faktörü ile ziyaret süresi değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Sıra

ortalamalarına bakıldığında, ziyaret sayısı iki ve daha çok olan turistler, Safranbolu'nun imaj ve tanıtım eksikliğinin daha çok olduğunu düşünmektedirler. Bu sonuçlara göre, "**H<sub>1</sub>**: Turistlerin ziyaret sürelerine bağlı olarak Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir" hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8: Turistlerin Ziyaret Şekline Göre Kültür Turizm Algısını Oluşturan Faktörler Arasındaki Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Faktörler	Ziyaret Şekli	N	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Kültürel Destinasyon İmajı	Bireysel	28	164,23	4598,50	3143,500	,212
	Tur Programı	262	143,50	37596,50		
İmaj ve Tanıtım Eksikliği	Bireysel	28	162,18	4541,00	3201,000	,262
	Tur Programı	262	143,72	37654,00		

Tablo 8'de; turistlerin ziyaret şekline göre Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmelerine ilişkin Mann Whitney U test sonuçları incelendiğinde;

Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan faktörler ile turistlerin ziyaret şekli arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, "**H<sub>2</sub>**:"



Turistlerin ziyaret şekline bağlı olarak faktörleri değerlendirmeleri farklılık Safranbolu'nun kültür turizm algısını oluşturan göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 9: Turistlerin Ziyaret Şekline Göre Kültür Turizm Algısını Oluşturan Faktörler Arasındaki Kruskal Wallis Testi Sonuçları**

Faktörler	Ziyaret Süresi	N	Sıra Ort.	$\chi^2$	p
Kültürel Destinasyon İmajı	1 Gün	243	140,47	6,236	,044
	2-3 Gün	37	166,20		
	4 Gün ve Çok	10	191,05		
İmaj ve Tanıtım Eksikliği	1 Gün	243	141,97	4,328	,115
	2-3 Gün	37	171,91		
	4 Gün ve Çok	10	133,60		

Tablo 9’da; turistlerin ziyaret süresine göre Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmelerine ilişkin Kruskal Wallis test sonuçları incelendiğinde; Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörlerden, Kültürel destinasyon imajı faktörü ile ziyaret süresi değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Sıra ortalamalarına bakıldığında, ziyaretsüresi 4 gün

ve çok olanlar, Safranbolu’nun kültürel destinasyon imajını daha olumlu algılayan, ziyaret süresi 1 gün olanlar ise, Safranbolu’nun kültürel destinasyon imajını daha olumsuz algılamışlardır. Bu sonuçlara göre, “**H<sub>3</sub>**: Turistlerin ziyaret sürelerine bağlı olarak Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir” hipotezi Kabul edilmiştir.

**Tablo 10: Turistlerin Yararlandığı Bilgi Kaynağına Göre Kültür Turizm Algısını Oluşturan Faktörler Arasındaki Kruskal Wallis Testi Sonuçları**

Faktörler	Bilgi Kaynağı	N	Sıra Ort.	$\chi^2$	p
Kültürel Destinasyon İmajı	Önceki ziyaretler	43	160,21	3,211	,668
	İnternet	65	145,60		
	Tv-radyo	18	160,14		
	Gazete,dergi ve seyahat kitapları	32	148,72		
	Seyahat acentası	73	140,17		
	Eş, dost ve akraba	59	135,05		
İmaj ve Tanıtım Eksikliği	Önceki ziyaretler	43	158,51	8,207	,145
	İnternet	65	132,18		
	Tv-radyo	18	111,56		
	Gazete,dergi ve seyahat kitapları	32	134,94		
	Seyahat acentası	73	158,75		
	Eş, dost ve akraba	59	150,38		

Tablo 10’da; turistlerin Safranbolu’ya gelme süreçlerinde yararlandıkları bilgi kaynaklarına göre Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmelerine ilişkin Kruskal Wallis test sonuçları incelendiğinde; Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörler ile turistlerin yararlandıkları bilgi kaynağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, “**H<sub>4</sub>**: Turistlerin yararlandıkları bilgi kaynağına bağlı olarak Safranbolu’nun kültür turizm algısını oluşturan faktörleri değerlendirmeleri farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye turizmi deniz kum güneş üçlüsünden ibaret olmayan bir turizm ülkesidir. Özellikle turizmi 12 ay ayayma stratejisi kapsamında turizmin çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Turizmi çeşitlendirmede bir çok turizm çeşidi mevcuttur. Bu turizm çeşitlerinden en önemlilerinden birisi kültür turizmidir. Ülkemizde kültür turizmine yönelik önemli destinasyonlar söz konusudur. Bu bağlamda tarihi ve kültürel dokuyu ön plana alan destinasyonlar giderek daha fazla tanınmakta ve daha fazla turist çekebilmektedir. Fainstein’a (2007) göre bölgelerin sahip oldukları özgün yapı ve dokular onların pazarlanmasında önemli bir

araç olarak değerlendirilmektedir. Bu özgün yapıların çoğunlukta olduğu önemli bir kültür destinasyonu olarak Safranbolu dikkat çekmektedir. Safranbolu, tarihi ve kültürel çekicilikleri ile önemli bir destinasyondur. Özellikle 1994'te UNESCO tarafından Dünya miras listesine alınmasıyla, turistlerin ilgisini çekmeye başlamış ve kültürel amaçla gelen birçok turisti misafir etmektedir.

Yerli turistlerce Safranbolu'nun kültür turizm algısının belirlendiği bu araştırmada, ayrıca, yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili seyahat davranışları da tespit edilmiş ve bu seyahat davranışlarına göre yerli turistlerin Safranbolu kültür turizm algılarının değişip değişmediği de tespit edilmeye çalışılmıştır.

Analiz sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, demografik veriler incelendiğinde, katılan turistlerin çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu, yaşlarının çoğunlukla 50 yaş ve üstü olduğu, medeni durumlarının çoğunlukla evli olduğu, mesleklerinin özel sektör ve emekli ağırlıklı olduğu, gelirlerinin çoğunlukla 5000 TL ve üstü olduğu ve yaklaşık yarısının Marmara bölgesinden geldikleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlar literatürdeki araştırmalarla (Hughes, 2002; Werding, 2003; MacDonald, 2004; Jurdana ve Susilovic, 2006) uyumluluk göstermektedir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Safranbolu ile ilgili seyahat davranışlarına bakıldığında; çoğunlukla Safranbolu'ya ilk kez ve tur kapsamında geldikleri, büyük bir çoğunlukla 1 gün konakladıkları ve Safranbolu'ya gelme süreçlerinde, çoğunlukla seyahat acentası, internet ve tavsiye gibi bilgi kaynaklarından yararlandıkları tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin Safranbolu'nun kültür turizm algılarına bakıldığında, en olumlu ifadenin "Kültürel ve tarihi yapıların korunması ve iyileştirilmesi Safranbolu'nun turistik geleceği açısından olumlu olacaktır" şeklinde iken; en olumsuz algının "Safranbolu'daki kültürel ve tarihi yapıların çok bakımsız ve ihmal edilmiş durumda olduğunu düşünüyorum" olduğu tespit edilmiştir. Bakıldığında yerli turistlerin Safranbolu'nun kültürel turizm algısına yönelik ifadeleri genellikle olumlu algıladıkları değerlendirilmektedir.

Yerli turistlerin Safranbolu'ya seyahatlerine ilişkin memnuniyet, tavsiye ve tekrar tercih etme davranışlarına bakıldığında, çoğunluğunun bu

seyahatten memnun olduğu ve başkalarına tavsiye etme eğiliminde oldukları fakat tekrar Safranbolu'ya seyahat etme konusunda, diğer iki değişken kadar olumlu olmadıkları tespit edilmiştir.

Araştırmada kültür turizm algısına yönelik ifadeler faktör analizi yapılmış ve Kültürel Destinasyon İmajı, İmaj ve Tanıtım Eksikliği olmak üzere 2 faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerle seyahat davranışları arasında yerli turistlerce bir algı farklılığı olup olmadığına yönelik analizler sonucunda, ziyaret şekline ve yararlanılan bilgi kaynaklarına göre Safranbolu'nun kültür turizm algısının değişmediği fakat, ziyaret sayılarına ve ziyaret sürelerine bağlı olarak, Safranbolu'nun kültür turizm algısının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Örneğin, ziyaret sayısı iki ve fazla olan turistler, Safranbolu'nun imaj ve tanıtım eksikliğini daha çok olduğunu düşünmektedirler. Yerli turistler Safranbolu'ya daha çok geldiklerinde kentteki eksiklikleri görmeleri daha kolaylaşacağı için bu sonucun çıkması normal karşılanabilir. Diğer yandan, ziyaret süresi 4 gün ve çok olanlar, ziyaret süresi 1 gün olan yerli turistlere göre Safranbolu'nun kültürel destinasyon imajını daha olumlu algıladıkları tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın sonuçları kapsamında şu önerilerde bulunulmaktadır. Öncelikle, Safranbolu'ya gelen turistlerin genellikle tur kapsamında geldikleri ve 1 gün konakladıklarından hareketle, turisti daha fazla konaklatabilecek faaliyetlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, tek tip bir turizm ürünü yerine, sunulan turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ve turistlerin hoşuna gidecek aktivitelerin sunulması gerekmektedir. Diğer yandan, Safranbolu'nun genel olarak kültürel turizm algısının orta düzeyde olumlu algılandığı fakat bu algıyı daha olumlu hale getirecek, imaj ve tanıtım eksikliğini giderecek faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Öte yandan yerli turistlerin Safranbolu seyahatleriyle ilgili memnuniyet ve başkalarına tavsiye etme davranışlarının çok olumlu olduğu fakat tekrar ziyaret davranışlarının, memnuniyet ve tavsiye davranışı kadar olumlu olmadığı göz önüne alındığında, turistleri tekrar Safranbolu'ya çekecek, pazarlama stratejilerinin uygulanması gerekmektedir.

Bu araştırmanın zaman ve maliyet nedenlerinden dolayı, geniş bir örneklem grubu üzerinde

uygulanamaması önemli bir sınırlılık oluşturmaktadır. Daha sonraki araştırmalarda büyük bir örneklem grubuyla çalışılması önerilmektedir.

#### KAYNAKÇA

Aydın, (1990). Açıklamalı Turizm Terimler sözlüğü, Aydın.

Doğaner S. (2013). Türkiye Kültür Turizmi. 1. Baskı, İstanbul: Doğu kitapevi

Doğaner, S. (2001). Türkiye'nin Turizm Coğrafyası. Çantay Kitabevi İstanbul.

Du Cluzeau, C. O. (2000). Le Tourisme Culturel. Paris: Presses Universitaires de France

Fainstein, S. S. (2007). Tourism and the commodification of urban culture, *The Urban Reinventors*, 2, 1-17.

Field, A. (2000), Discovering statistics using SPSS for Windows, London: SAGE Publication.

Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma, *Teknoloji Dergisi*, Sayı 1-2.

Hughes, H. L. (2002). Culture and tourism: a framework for further analysis", *Managing Leisure, Routledge Taylor&Francis Group*, 164-175.

Jurdana, D. S. ve Z. Susilovic. (2006). Planning city tourism development: principles and issues, *Tourism and Hospitality Management*, 12(2), 135-144.

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

Macdonald, G. M. E. (2004). Unpacking Cultural Tourism. Unpublishing MBA Thesis. Simon Fraser University, School of Communication.

McKercher B. and Du Cros, H. (2002). Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage. New York: Haworth Hospitality Press Inc.

Meydan Uygun, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* Yıl: 2007 Sayı: 2, 30-49.

Moran, Y. (1992). Eşanlımlı Sözcükler ve Karşıt Anlamları Sözlüğü. İstanbul: Spatyom Yayınları.

Nunnally, J. C. ve Bernstein, I.H. (1994). Psychometric theory. Third Edition, New Jersey: McGraw-Hill Inc.

Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma, *Gazi Üniversitesi Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 183-195.

Scherer, R. Wiebe, F..A., Luther, D.C. & Adams, J.S. (1988). Dimensionality of coping: Factor stability using the ways of coping questionnaire, *Psychological Report*, 62, 763-770.

Tapur, T. (2009) Konya ilinde kültür ve inanç turizmi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 473-492.

Uca Özer, S. (2010). Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Ulukavak, K. (2007). Bir Safranbolu'lunun Penceresinden Safranbolu, Bizim Büro Kitabevi, Ankara.

Üsküdar, Ş., Çakır, M. ve Temizkan, S. P. (2014). Yerli turistlerin Eskişehir'in kültür turizmine ilişkin algıları, *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 67-76.

Werding, K. (2003). Cultural Heritage Tourists, Kentucky Artisan Heritage Trails.

Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26). 129-142.