



KIRŞEHİR'İN DİJİTAL BELLEĞİ MÜZESİ FİZİBİLİTE ÇALIŞMASI RAPORU 2020



Mayıs, 2020

Bu rapor, Ahiler Kalkınma Ajansı 2019 Yılı Fizibilite Desteği Programı, "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi Fizibilitesi" projesi kapsamında oluşturulmuştur. Rapor, proje yararlanıcısı Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası ile Trade Event Organisation Türkiye arasında imzalanan sözleşme kapsamında hazırlanmıştır.

Raporda, yazarlar tarafından güvenilir olarak kabul edilen kaynaklardan elde edilen veriler kullanılmıştır. Raporda yer alan görüş ve öngörüler bu yazarların proje hakkındaki düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu raporda yer alan tüm bilgi ve verilerin kullanım ve uygulama sorumluluğu, doğrudan veya dolaylı olarak, bu rapora dayanarak yatırım kararı veren ya da finansman sağlayan kişilere ait olup, bu konuda her ne şekilde olursa olsun yazarlar sorumlu tutulamaz.

Ahiler Kalkınma Ajansı 2019 yılı Fizibilite Desteği Programı kapsamında hazırlanan bu yayının içeriği Ahiler Kalkınma Ajansı ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili tek sorumluluk Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası ve Trade Event Organisation Türkiye'ye aittir.

Yazarlar:

Kerim BOYSAN
Zeynep BOYSAN
Mehmet SUDA
Aret YILDIZ



İçindekiler

| | |
|--|-----------|
| Tanım ve Kısaltmalar | iv |
| Başkan'ın Mesajı | v |
| Yönetici Özeti..... | vi |
| Giriş | 1 |
| Arka Plan..... | 2 |
| Çağdaş Müzecilik Anlayışı | 4 |
| Kırşehir'in Kısa Tarihi | 5 |
| a) Proje Kimlik Kartı..... | 7 |
| i. Temel Proje Verileri | 7 |
| ii. Amaç ve Gerekçe..... | 8 |
| iii. Yapılan İş Tanımı | 8 |
| iv. Uzun ve Kısa Dönemli Amaçlarla İlişki | 8 |
| v. Finansman Kaynağı ve Planı..... | 9 |
| vi. Proje Analiz Sonuçları | 10 |
| b) Projenin Gerekçesi | 10 |
| i. Projenin Hedef Kitleleri | 11 |
| c) Projenin Tanımı ve Kapsamı | 11 |
| d) Fizibilite Etüdü Analiz Sonuçları | 27 |
| e) Projenin Etkileri | 27 |
| 1 - PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI | 28 |
| 1.1. Projenin Politika Dökümanlarına Uygunluğu..... | 28 |
| 1.2. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat | 29 |
| 1.3. Projenin Kurumun Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle..... | 29 |
| İlişkisi | 29 |
| 1.4. Projenin Diğer Kurumların Projeleri İle İlişkisi | 29 |
| 1.4.1. Proje ile Eşzamanlı Götürülmesi Gereken Diğer Kurumların..... | 30 |
| Projeleri | 30 |
| 1.5. Proje ile İlgili Geçmişte Yapılan Araştırmalar | 30 |
| 1.6. Proje İhtiyacı/Talebi | 30 |
| 1.7. Proje Alternatifleri | 31 |
| 1.7.1 Projesiz Durum | 31 |
| 1.7.2 Bakım Onarım veya Tevsii Yatırımı | 32 |
| 1.7.3 En İyi İkinci Alternatif | 32 |
| 1.7.4 En İyi Alternatif (Tercih Edilen Alternatif) | 32 |
| 1.8. Teknoloji ve Tasarım..... | 32 |
| 2 – YER SEÇİMİ VE ARAZİ MALİYETİ..... | 37 |
| 2.1. Fiziksel ve Coğrafi Özellikler | 37 |
| 2.2. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı..... | 38 |
| 2.3. Sosyal Altyapı ve Sosyal Etkiler..... | 40 |
| 2.4. Çevresel Etkiler | 43 |
| 2.5. Alternatifler, Yer Seçimi ve Arazi Maliyeti..... | 43 |
| (Kamulaştırma Bedeli de Dahil)..... | 43 |
| 3 – TALEP TAHMİNİ VE KAPASİTE SEÇİMİ..... | 44 |
| 3.1. Varsayımlar..... | 44 |
| 3.2. Talep Tahmin Yöntemi..... | 44 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 3.3. | Talep Analizi | 44 |
| 3.4. | Talep Tahmin Sonuçları | 49 |
| 3.5. | Kapasite Seçimi | 50 |
| 4 | – YATIRIM TUTARI | 50 |
| 4.1. | Sabit Sermaye Yatırım Tutarı | 50 |
| 4.2. | Arazi Bedeli/Kamulaştırma Tutarı | 51 |
| 4.3. | İşletme Sermayesi | 51 |
| 4.4. | Toplam Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı | 51 |
| 5 | – PROJENİN FİNANSMANI VE FİNANSAL ANALİZ | 52 |
| 5.1. | Finansman Öngörüsü | 52 |
| 5.2. | Finansman İhtiyacı ve Kaynakları | 52 |
| 1 | – TİCARİ ANALİZ | 54 |
| 2 | – EKONOMİK ANALİZ | 57 |
| 3 | – RİSK ANALİZİ | 58 |
| 3.1. | Duyarlılık Analizi | 58 |
| 3.2. | Proje ile İlgili Riskler ve Etkiler | 58 |
| 3.3. | Temel Risklerle İlgili Risk Azaltma Tedbirleri | 58 |
| 4 | – ÇEVRESEL ANALİZ | 58 |
| 4.1. | Çevresel Etkilerin Ön Değerlendirmesi | 58 |
| 4.2. | Çevresel Riskler ve Azaltma Tedbirler | 58 |
| 5 | – SOSYAL ANALİZ | 59 |
| 5.1. | Projenin Sosyal Etkileri | 59 |
| 5.2. | Projenin Toplumsal Gruplara Etkisi | 61 |
| 5.3. | Bölgesel Düzeyde Etkisi | 61 |
| 6 | – PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI | 62 |
| 6.1. | Proje Yöneticisi Kuruluş ve Teknik Kapasitesi | 62 |
| 6.2. | Proje Organizasyonu ve Yönetim | 63 |
| 6.3. | Proje Uygulama Planı ve Projede Kritik Aşamalar | 64 |
| 7 | – SONUÇ | 64 |
| 7.1. | Projenin Ticari ve Ekonomik Yapılabilirliği ile İlgili Sonuçlar | 64 |
| 7.2. | Projenin Sürdürülebilirliği | 65 |
| 7.3. | Projeye İlişkin Temel Riskler | 65 |
| 8 | – YARARLANILAN KAYNAKLAR | 66 |

Tanım ve Kısaltmalar

| Tanım veya kısaltma | Açıklama |
|---------------------|--|
| AHİKA | Ahiler Kalkınma Ajansı |
| AB | Avrupa Birliği |
| TOBB | Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği |
| KTSO | Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası |
| TÜİK | Türkiye İstatistik Kurumu |
| € | Avro |
| USD | A.B.D. Doları |
| Kurum | Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası |
| Ajans | Ahiler Kalkınma Ajansı |
| Proje | Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi Projesi |

Başkan'ın Mesajı



Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası olarak, kültürel mirasların korunması ve yaşatılması geçmişten geleceğe ilimizin turizmde hak ettiği değerin anlaşılması kapsamında turizmde rekabet gücünün artırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır.

Toplumlar varlıklarını sürdürmek ve kültürlerini yaşatmak için sosyal, kültürel, siyasal gelişmeler doğrultusunda şekillenen bilgi ortamlarında sürekli olarak bilgi üretmektedir. Bu durum zaman içerisinde toplumların kültürel mirasını oluşturan ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Kültürel miras farklı aktörlerin katılımını içeren, birçok bilim dalını ilgilendiren ve çok katmanlı bir bakış açısı gerektiren bir kavram olarak görülmektedir.

Bu kapsamda dijital bellek müzeleri insanların kültür ürünlerine farklı kanallar üzerinden erişmelerine ve kültür ürünlerine sahip oldukları becerilerle analiz ederek yeni ürünler çıkarmalarına imkan sağlamaktadır. Bu bağlamda dijitalleştirme ve dijital koruma uygulamaları, dijital bellek müzelerinin kültürel miras ürünlerinin farklı kanallar üzerinden sunabilmeleri için önemli fırsatlar yaratmaktadır.

Hazırlanan Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi Fizibilitesi ile, geçmişten gelen kültürel miras ürünlerinin sürdürülebilirliğini ve kullanıcılar tarafından kabul edilebilir bir formda sunulması amaçlanmakta olup gerçekleştirilen ve vizyoner bir yaklaşımı benimsemelerinde etkili olabilecek konular bir model çerçevesinde sunulmaktadır.

Projenin amacına ulaşması için kapsamlı bir çalışma gerçekleştiren danışmanlarımız Zeynep BOYSAN ve Kerim BOYSAN'a, Genel Sekreter Pınar DEMİR'e, Eğitim Araştırma Sorumlusu Halil EKİCİOĞLU'na, Dış Ticaret Memuru S. İpek KOÇYİĞİT'e ve projenin finansmanına katkı sağlayan AHİLER KALKINMA AJANSI'na teşekkür ederim.

Mustafa YILMAZ
Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

Yönetici Özeti

Anadolu'un en önemli ve en eski kültür ve bilim merkezlerinden biri olan Kırşehir, beklediği ve hakettiği ilgiyi ne yazık ki görememiştir. Bunun için çeşitli nedenler öne sürülebilir ancak en önemli nedenlerinden birisi de kent içinde ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek bir cazibe merkezinin olmamasıdır.

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" fizibilite çalışması, kentteki bu eksikliği gidermeye yönelik bir yatırımın teknik, ticari ve ekonomik olarak ne derece rantabl olacağı konusunda fikir vermesi amacıyla hazırlanmıştır.

Dijital ya da interaktif bir müze kurulmasının gerekçeleri çalışmanın içinde ayrıntılı olarak belirtilmiştir. Ancak, çalışmada belirtilen gerekçelerin yanı sıra interaktif müze yatırım ve bakım maliyetleri klasik müzelere göre daha düşük olmakta, ayrıca güvenlik açısından daha az risk taşımaktadır.

Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından olan Kapadokya'nın giriş kapısı sayılan Kırşehir için bu yatırımın önemi ortadadır. Çalışmanın sonuçlarından da görüleceği gibi yeterli desteği bulması halinde "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" hem kent, hem de bölge kalkınmasına sayısız ekonomik, sosyal ve ticari fayda sağlayacaktır.

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"nin bölgede bir başlangıç oluşturarak Kırşehir'in "Marka Kent" olma yolundaki temelini atması ve diğer yatırımcıların da bölgede benzer yatırımlara yönelmesi bu fizibilite çalışmasının yapılma nedenlerinden birisidir.

Giriş

TR 71 Düzey 2 Bölgesinde yer alan Kırşehir, çeşitli nedenlerle hak ettiği ilgiyi görememiş bir ilimizdir. Orta Anadolu'nun tam ortasında ve Ankara – Kayseri aksında yer alan Kırşehir, Anadolu tarihinde önemli bir yer tutmasına karşın hiçbir zaman beklenen ilgiyi görmemiştir. Aynı şekilde, Seyfe Gölü ve Hirfanlı Barajı gibi doğal güzellikleri de il sınırı içinde barındırmasına karşın buralara yeterli sayıda ziyaretçi çekememiştir.

Kırşehir ekonomisi temel olarak tarım ve hayvancılık üzerine kurulmuştur. Ancak çok ciddi ve önemli turizm potansiyeli henüz ortaya çıkartılamamıştır. Bunun önemli nedenlerinden bir tanesi kentin yeterince tanıtımının yapılmaması olmasına karşın bir diğer önemli neden kentin tarihi, doğal, bilimsel ve arkeolojik değerlerinin cazip bir şekilde ziyaretçilere sunulmamasından kaynaklanmaktadır.

Arka Plan

Tüketim endeksli bir yaşamın yaygınlaştığı günümüzde müzeler, kültürel ve sanatsal mirasın korunması, kültür ve değerlere olan duyarlılığın artması, estetik ve sanatsal değerlerin yüceltilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Tarihi ve kültürel gelişimi belgeleyen tüm eserlerin gerek müze teşhir salonlarında gerekse depolarda sağlıklı bir şekilde korunarak yarınlara ulaştırılması, bu çerçevede müzelerin de modern sergileme ve sunum teknikleriyle izleyiciye sunulması ile çağdaş biçimde yönetilmesi mutlak bir ihtiyaçtır.

Ülkemizde kültür turizminin zengin içeriğinin önemi anlaşılmış, sağlam temeller üzerine oturtulmuş kültür politikalarının oluşturulması gerekliliği konusunda bir duyarlılık oluşmuş ve gelişim için adımlar atılmaya başlanmıştır.

*Geçmişin aydınlanmasına ev sahipliği yapan müzeler, 20. yüzyılın ilk yarısına kadar, eski eserlerin toplanmasına, muhafaza edilmesine ve sergilenmesine hizmet ederken, bu dönemden sonra yeni bir yaklaşımla ele alınmaya başlanmıştır. Topluma uzaktan bakan klasik müzeciliğin durağan mekân anlayışından, kültür ünitesi olarak kurgulanan yaşayan çağdaş müzecilik anlayışına doğru geçiş, müzeciliğin çehresini değiştirmiştir. Kültürel çeşitliliğin ve toplumsal belleğin izleyicisine daha iyi aktarabilmesine olanak sağlayan yeni sunum ve anlatım yöntemlerinin kullanılmasıyla müzelere olan ilgi de artmaya başlamıştır.**

*Müzecilikte Dijital Dönüşüm, Değişen Müze Teknolojileri ve Ulusal Bilgi Politikası, Salih Doğan, İBB Kültür A.Ş

Küreselleşme olgusuyla birlikte kültür kavramına bakışta ve teknolojiye yaşanan değişimle beraber, eserlerin sadece toplanıp korunması ve saklanması fonksiyonunu bünyesinde barındıran klasik müzecilik, yerini modern müzeciliğe bırakmıştır. Çağdaş anlayışına uygun sergileme ve sunum teknikleri, eserlerin izleyici üzerindeki etkisini artırırken, kültür ve sanat hazinelerinin toplumla buluşmasına olanak sağlamıştır.

Müzelerde kültürel zenginliğin topluma sunulabilmesine olanak sağlayan yeni sunum ve anlatım yöntemleri kullanılmaya başlandıkça müzelere olan ilgi de artmaya başlamıştır. Teşhir alanlarında eserin sağlıklı şekilde korunmasını sağlayan vitrinlerin aynı zamanda eseri etkin biçimlerde sergileyebilmesi, görselliğin niteliğini artırmıştır. Rehberli geziler, dikkat çekici bilgilendirme levhaları, elektronik rehberlik (audio-guide) sistemleri, müze gezicilerine hitap eden sürekli-geçici müze sergileri, dia-film gösterileri, seminerler ve atölye faaliyetleri, izleyiciyi aktif öğrenme sürecine dâhil etmiştir. Kültür varlıklarının daha iyi korunması ve ziyaretçiye başarılı şekilde sunulması, müze-toplum ilişkisinin geliştirilmesine, ziyaretçinin müze gezilerinden keyif almasına, ziyaret sıklık ve süresinin artmasına olanak sağlamıştır.

Dünyanın farklı coğrafyalarındaki insanları "tek bir tıkla" buluşturan sanal ortam da modern müzecilik uygulamaları arasına girmiştir. Müze yönetimleri, hazırladıkları web sayfalarıyla müze amaçlarına uygun faaliyetlerini yürütebilmektedir. Bu uygulama, sahip olunan bir interaktif bağlantı sayesinde başka herhangi bir maliyete gerek olmadan dünyanın bir ucundan diğer bir ucuna günün her saati müze ziyareti yapmayı mümkün kılmıştır.

COVID 19 pandemisi nedeniyle ülkemizde de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Nisan 2020'den beri 15 adet müze interaktif ziyarete açılmıştır.

Çağdaş Müzecilik Anlayışı

1980'li yıllarda, konsol oyunlarının ortaya çıkmasıyla birlikte hayatımıza yeni bir kavram girdi: "Edutainment" ya da eğlendirerek öğretmek. Bu sözcüğün tam olarak anlamı "eğlendirerek öğretmek" yani bir konuyu oyun özelliklerini kullanarak öğretmektir.

Dijital eğlence kanallarının gittikçe gelişerek halka açılması, müzeciliğin de kendini yeniden gözden geçirmesine neden olmuştur. Artık ziyaretçileri müzeye çekmek ve onların ilgisini canlı tutmak için ziyaretçileri beklenmedik ve interaktif deneyimlerle buluşturmak gerekmektedir. Müzeciliğin bir görevi kamuyu eğitmekse, diğeri de ziyaretçi çekmektir.

Yaşadığımız çağ, çoğumuzun vaktinin büyük bölümünü ekran önünde ve internete bağlı olarak geçirdiği bir çağ olduğundan, müzecilik profesyonelleri bu teknolojiyle rekabet etmek, izleyicileri kendi mekanlarına çekmek ve onların ilgisini çekmenin yollarını aramaya başlamışlardır.

Kurumlar, sıra dışı araçlar kullanarak halkı eğitmek görevini daha ciddiye aldıklarından beri yenilikçi teknolojiyi kullanarak ziyaretçi beklentilerini karşılamak ve onları mekânlarına çekmek önem kazanmış durumdadır. Metropolitan Sanat Müzesi Dijital Müdürü Sree Sreevinsan'ın dediği gibi. "En büyük rakibimiz Guggenheim Müzesi ya da Doğa Tarihi Müzesi değil. En büyük rakibimiz Netflix ve Candy Crush." Müzeler artık birbirleriyle rekabet etmek zorunda değildir. Bunun yerine günün her saatinde ve her yerde karşımıza çıkan teknolojiyle, yani sosyal medya ve oyunlarla rekabet etmek zorunda kalmıştır. Bu nedenle de Metropolitan Sanat Müzesi kendi bünyesinde 80 dijital medya uzmanı çalıştırmaktadır. Ayrıca 80 kişi de müzedeki donanımın doğru çalışmasından sorumludur.

Bu aşamada, çok önemli bir nokta ortaya çıkmaktadır. Kullanılan teknoloji ile müze içeriğinin dengelenmesi. Müze profesyonelleri, kullanılan teknolojinin sadece bir aktarım mecrası olduğunu göz önünde bulundurup içeriği öne çıkartmayı unutmamalıdır.

Müzeler toplumların tarih serüveni içersinde geçirdiği evreler, yaşadıkları deneyimler ve milletlerin ürettikleri sosyal, kültürel, tarihsel değerler açısından geçmiş ile gelecek arasında önemli bir taşıyıcı aks durumundadır. Kültürel Miras bilgi merkezi olarak müzeler bir anlamda toplumların tarihteki rollerini günümüze taşıyarak milletlerin gelecek vizyonuna referans olarak katkı yapmaktadır.

Kırşehir'in Kısa Tarihi

Kırşehir, Anadolu'daki en eski uygarlıklara ev sahipliği yapmış bir kenttir. Aynı zamanda, döneminin en ünlü ticaret güzergâhı olan İpek Yolu da Kesik Köprü üzerinden Kırşehir'den geçmektedir. Yapılan araştırmalarda, Kırşehir'e bağlı Kaman ilçesinden İpek Yolu'ndan daha eski, 10.000 yıllık bir ticaret yolunun geçtiği keşfedilmiştir.

Kırşehir ili medeniyetin beşiği olan Anadolu'nun ortasında yer alır. Çok önemli bir coğrafi konuma sahip olması sebebi ile başlangıçtan günümüze kadar, önemli kültürlerin yaşadığı bir yer olmuştur. *Yapılan araştırmalar ve arkeolojik kazılar Kırşehir'de insan yerleşimlerinin M.Ö. 3 binde başladığını göstermektedir. Bu döneme ait çanak çömlek parçaları Kırşehir höyüklerinden elde edilmektedir. 1930'lu yıllarda Türk ve İtalyan arkeologlar tarafından Merkez İlçe'ye bağlı Hashöyük'te yapılan arkeolojik kazılar, M.Ö. 3000'e ait çanak-çömlek kalıntılarını ortaya çıkartmıştır. Kırşehir'in adının eski çağlarda "Parnassos" ya da "Makissos" olduğu bilinmektedir. Roma ve Bizans döneminde "Kapadokya" olarak tanınan Krallık, Roma İmparatorluğu'nun hâkimiyetini tanımış ve Roma İmparatorluğu da Kapadokya Krallığı ile birlikte Kırşehir yöresini kendine bağlamıştır.*

M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu Batı ve Doğu olarak ikiye bölününce, bütün Anadolu gibi bu bölge de Doğu Roma (Bizans) hâkimiyetine girmiştir. Bizans döneminde "Makissos", daha sonra da "Justinianapolis" olarak anılan Kırşehir'in aynı yüzyılda yaşayan tarihçi Prokopios'un verdiği bilgilere göre Justinianus Kırşehir'i yeniden imar ederek kent durumuna getirmiştir. 647 yılında Emevi Devletinin Şam Valisi Muaviye, Kayser ve Kırşehir bölgelerini işgal etmiştir. Kırşehir merkezine bağlı Taburoğlu köyü yakınlarındaki Üçayak Kilisesi, Kaman Temirli'deki kilise, Mucur Aksaklı ve Aflak köylerindeki Kaya kiliseleri, Mucur Manastır ve Keşiş sarayı Bizans dönemine ait kalıntılardır. Kırşehir civarında Bizans dönemine ait kandiller, takılar, sırlı mavi ve sarı renkli seramik eşyalara rastlanmıştır.

*1071'den sonra, Anadolu toprakları Türklere açılınca, Kırşehir'in Türk tarihine katılma dönemi başlamıştır. Kutalmışoğlu Süleyman Şah, kent ve çevresini Anadolu Selçuklular'ına bağlamıştır. 1402 yılında Osmanlılar Ankara Savaşı'nda Timur'a yenilince Kırşehir ve yöresi Karamanlılar'a verilir. Çünkü bu savaşta Karamanlılar Timur tarafında yer alıp onu desteklemişlerdir. Fatih Sultan Mehmet'in Karamanlılar'ı yenmesinden ve Yavuz Sultan Selim'in Dulkadiroğulları'nı tarihten silmesinden sonra Kırşehir, Osmanlıların egemenliğine geçmiştir.**

*kirsehirfederasyonu.org.tr

1272 yılında, Cacabey Gökbilim Medresesi, dönemin Kırşehir Valisi Nurettin Cibril bin Cacabey tarafından yaptırılmıştır. Cacabey, 1240-1301 yıllarında Kırşehir'de Mevlana ve Hacı Bektaş-ı Veli zamanını yaşamış büyük ve tarihi şahsiyettir. Medresede matematik, fen ve astronomi eğitimleri verilmekteydi. Ayrıca hukuk, felsefe ve tasavvuf dersleri de öğretiliyordu.

Kubbesi açık ve altında bir kuyunun bulunduğu Cacabey Medresesi'nde kuyuya yansıyan yıldızlar incelenir, bunlar üzerinde araştırmalar yapılırdı. Bundan anlaşıldığına göre, bu medrese o dönemlerde astronomi araştırmaları yapılıyor, matematiğın yanı sıra; fizik, kimya gibi konularda eğitim veriyordu.

Cacabey Gökbilim Medresesi, dünyada gözlemevi olarak yapılan ilk yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (1271-1272) Yapıdan ayrı olan minaresi gözlemevi olarak kullanılmaktaydı. Üstü açık kubbenin hemen altında, yıldızların incelendiği bir havuz bulunuyordu. İşte bu yapıya planetariumların atası diyebiliriz.

*Eşsiz mimarisinin yanı sıra özellikle güneş sistemindeki gezegenleri sembolize eden iç sütunları, rasat kuyusu, aydınlık feneri ve gözlem kulesi dikkat çekmektedir. Medresenin üç ayrı yerinde bulunan ve rokete benzeyen sütunları yapının astronomi merkezi olarak kullanıldığının delili sayılmaktadır.**

**Home of Kırşehir, T.C. Kırşehir Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018)*

Kırşehir 13.yy.'dan 15.yy ortalarına kadar Anadolu'nun en önemli siyasi sosyal ve kültür merkezlerinden biri olma özelliğini devam ettirmiştir. 14.yy başlarında Anadolu'yu aydınlatanların başında gelen ünlü tasavvufçu Âşık Paşa 12 bin beyitlik Türkçe "Garibname" sini yazmıştır. Türkçe'yi 1299 yılında resmi dil haline getirmek isteyen Karamanoğlu Mehmet beyden sonra Âşık Paşa Türk kültürüne sahip çıkmış, Türkçe'yi yazı diline en iyi ve geniş biçimde sokmuştur.

Anadolu'daki Osmanlı egemenliğinin kesin olarak kurulmasından yani Fatih Sultan Mehmet'in Anadolu Türk Birliği'ni sağlamasından sonra Kırşehir'de Celali isyanları dışında XIX. yy'ın sonlarına kadar kayda değer önemli olaylar görülmez. Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda Ahiliğın rolü büyük olmuştur. Yeniçeri Ocağı'nın kuruluşu sırasında Hacı Bektaş-ı Veli'nin etkileri görülmüştür. Yeniçeriler, Hacı Bektaş'ı "pir" olarak kabul etmişlerdir. Kâtip Çelebi, "Seyahatname" sinde Kırşehir için "havası güzel bir sahrada kurulduğunu, üzerinde bir kalesi bulunduğunu" yazmaktadır. 1527'de Hacı Bektaş-ı Veli'nin torunlarından Kalender Çelebi, Ankara – Kayseri yöresinde ayaklanmıştır. Bu ayaklanma büyüyünce Kanuni Sultan Süleyman, Sadrazam İbrahim Paşa komutasındaki bir orduyu 1528'de Kırşehir yöresine yollamıştır. 1560'lı yıllara gelindiğinde Anadolu'da yoğun bir kargaşa daha yaşanmıştır. Halkı zorla soyan Hakibe Sührap adlı eşkıyaları cezalandırmak için Kanuni, Kırşehir Beyi Memiş Bey'e emir vermiştir.

Kırşehir, Anadolu ahlakı denen tasavvufi esnaf teşkilatının en önemli merkezlerinden biri olması ile 14. Asırda oldukça gelişmiştir. Meşhur Ahi Evran Kırşehir'e yerleşmiş, Mevlevi tarikatı gelişmiş ve büyük mutasavvıf ve Türk şairi Âşık Paşa burada yaşamıştır.

PROJE ÖZETİ

a) Proje Kimlik Kartı

i. Temel Proje Verileri

- Proje Adı

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"

- Sektör/Alt Sektör

Turizm ve Kültür

- Proje Sahibi Kuruluş

Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası

- Uygulama Yeri

Kırşehir

- Uygulayıcı Birim

Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası

- Maliyet ve Temel Kalemler

Finansal Analiz bölümünde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

- Planlanan Çıktılar

Müzeye gelen ziyaretçi sayısı. İlk yıl için 40.000 olarak öngörülmüştür.

ii. Amaç ve Gerekçe

Kırşehir, kadim geleneklere ve bazı kaynaklara göre 10.000 yıllık bir geçmişe sahip bir kent olmasına karşın bir turizm destinasyonu olarak cazibe merkezi olamamıştır. Kırşehir'e gelen turistlerin büyük çoğunluğu Kaman'daki Kalehöyük Müzesi'ni gezdikten sonra kent içinde geceleme dahi yapmadan kentten ayrılmaktadır. Kalehöyük Müzesi ve hemen yanındaki Japon Bahçesi bir Japon projesi olduğundan daha çok Japon turistlerce ziyaret edilmektedir. Ancak bu turistler, daha sonra Kırşehir'i ziyaret etme gereği duymamaktadır. Kırşehir içindeki Ahi Evran Külliyesi'nde oluşturulacak "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" önemli bir açığı kapatarak kente gelen turist sayısında önemli bir artış sağlayacaktır.

Müze, Anadolu kültür ve tarihi meraklılarını cezbetmekle birlikte bir diğer önemli misyonu da üstlenecektir: Anadolu'nun ilk gözlemevi olan Cacabey Medresesi Kırşehir'de kurulmuştur. Müzenin içinde yer alacak Cacabey Müzesi, Kırşehir'in bu önemli özelliğine vurgu yapacak bu bölümde özellikle astronomi, gezegenler ve uzay ile ilgili deneyimler ziyaretçilerin beğenisine sunulacaktır.

iii. Yapılan İş Tanımı

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" son teknolojiyi kullanarak oluşturulacak çağdaş bir müze olacaktır. Müzenin amacı Kırşehir'in tarihi, kente mal olmuş önemli kişilikleri, kentin doğal güzelliklerini, kentin bilimsel altyapısını dijital teknolojileri kullanarak ziyaretçilere unutulmaz bir deneyim sunmak şeklinde tanımlanabilir.

iv. Uzun ve Kısa Dönemli Amaçlarla İlişki

TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI
STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI
ON BİRİNCİ KALKINMA PLANI (2019 – 2023)

ve

TR 71 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı 2014 – 2023 ile ilgilidir.

v. Finansman Kaynağı ve Planı

AB'nin özellikle **HORIZON 2020** ve **CEF (Connecting Europe Facility)** programı çerçevesinde kültür mirası ve müzelerin dijitalleşmesi konusunda çeşitli hibe programları bulunmaktadır. Öncelikli olarak bu finansman kaynaklarından faydalanılması düşünülmektedir.

Bir diğer finansman kaynağı alternatifi ise özellikle bankalar, finans kuruluşları, telekomünikasyon kurumları gibi kültür/sanat faaliyetlerine destek veren özel kurumlarla yapılabilecek sponsorluk anlaşmalarıdır. Bunun için bir sponsorluk dosyası oluşturularak ilgili kurumlara başvuru yapılacaktır.

Düşünülebilecek bir diğer finansman kaynağı, Çanakkale'nin Evlatları İnteraktif Müzesi'nde olduğu gibi bir yerel yatırımcının proje maliyetlerini üstlenmesidir. Bilindiği gibi söz konusu müze, Çanakkale firması olan Kale Grubu tarafından finanse edilmiştir.

Kurulacak olan "Kırşehir Kültür ve Sanat Vakfı", finansman kaynağı bulma konusunda bir başka alternatif olarak değerlendirilebilir. Vakıf, toplanacak bağışlar ve çeşitli proje ve etkinliklere alınacak destekler yoluyla "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" ne kaynak oluşturabilir.

Bir diğer olasılıksa, projeyi bir girişim projesi ya da start-up olarak değerlendirip uluslararası platformda bir melek yatırımcı arayışına çıkmaktır. Uluslararası ölçekte üç yıl gibi görece kısa bir süre içerisinde başabaş noktasına gelmesi melek yatırımcılar açısından cazip görülebilir.

vi. Proje Analiz Sonuçları

Fizibilite Özeti Tablosu

| | Projesiz Durum | Bakım Onarım/Tevsii | Seçilen İkinci Alternatif | Seçilen Alternatif |
|---|----------------|---------------------|---------------------------|--------------------|
| Yatırım Tutarı | 0 | | 7.085.553,50 | 5.814.523,00 |
| Net Bugünkü Değer (Ticari/Ekonomik) | 0 | | 3.319.646,50 | 4.590.677,00 |
| İç Karlılık Oranı (Ticari/Ekonomik) | 0 | | % 15 | % 20 |
| Geri Ödeme Süresi (Ticari/Ekonomik) | 0 | | 4 Yıl | 3 Yıl |
| Fayda/Maliyet Oranı (Ticari) | 0 | | 1,21 | 1,21 |
| Fayda/Maliyet Oranı (Ekonomik) | 0 | | 1,21 | 1,21 |
| Parasallaştırılmayan Önemli Fayda ve Maliyetler | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rakamsallaştırılmayan Önemli Hususlar | 0 | 0 | 0 | 0 |

b) Projenin Gerekçesi

Kırşehir'i turizm destinasyonu olarak hak ettiği yere getirmek, ilin kültürel, tarihi, doğal değerlerini, kente mal olmuş özel tarihi kişiliklerini hologram, sanal gerçeklik, robotik, yapay zekâ gibi son teknolojileri kullanarak sergilemek, kültür turizmine ilgi duyanların yanı sıra teknoloji tutkunlarını da bölgeye çekmek; böylece kentin refah seviyesinde artış sağlamak için gerçekleştirilmesi planlanan "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" ile Kırşehir'e yeni ve çağdaş bir turistik değer kazandırmak. Müze, sadece Kırşehir'e değer kazandırmakla kalmayacak, aynı zamanda bölge ve ülke ekonomisi için de önemli bir artı değer oluşturacaktır. Türkiye'de bulunan interaktif müzeler genelde savaş müzeleri olduğu için "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" kendi türünde bir ilk olacak ve önemli sayıda ziyaretçi çekecektir.

i. Projenin Hedef Kitlesi

Projenin hedef kitlesi, yerel halkın yanı sıra, yurtiçi ve yurtdışından Kırşehir'e gelmesi beklenen yerli ve yabancı turistlerdir.

c) Projenin Tanımı ve Kapsamı

Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi, yukarıda, **b) Projenin Gerekçesi** maddesinde belirtilen **amaç, kapsam** ve detaylar çerçevesinde aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

Müzenin Yapısı:

Her yaş grubuna hitap eden: Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi, ziyarete gelen tüm yaş grubundakilere hitap edecek, herkes için özel bir "deneyim" sunacaktır.

Yaratıcı ve sorumlu teknoloji kullanımı: Kullanılacak teknolojilerde yatırım ve işletme giderleri mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Amaç, teknolojiyi öne çıkartmak değil, teknolojiyi kullanarak içeriği keşfetmek ve deneyim yaşatmak olacaktır.

Hem yerel halka hem turistlere hitap eden: Kırşehirliler için bir gurur kaynağı, turistler içinse bir cazibe merkezi olacaktır.

Eğitici: Hem gökbilim, hem tarih, hem de arkeoloji konusunda çeşitli yaş gruplarına eğitici bilgiler veren yapısı olacaktır.

Multidisipliner: Sanat, kültür, tarih, arkeoloji, bilim ve teknolojiyi bir araya getirecektir.

Müzenin Karakteri:

Yönlendirici: Kırşehir'in tarihi, kültürel mirası, gelenekleri ve ünlü kişiliklerini keşfetmeye yönlendirici olacaktır.

İnteraktif: Yaşanan deneyim sayesinde hem duygulara, hem gönüllere, hem zekâya hitap edecektir.

Dramatik: Geçmişteki, günümüzdeki ve gelecekteki olayları ve kişileri dramatik bir biçimde canlandırarak unutulmaz bir deneyim sağlayacaktır.

Müzedeki yer alması planlanan bölümler aşağıda verilmiştir:

- 1. BÖLÜM: KIRŞEHİR'İN YAŞAYAN TARİHİ**
- 2. BÖLÜM: CACABEY GÖKBİLİM MERKEZİ**

Müzenin 1. Bölümü:

KIRŞEHİR'İN YAŞAYAN TARİHİ



Kırşehir' in Dijital Belleği Müzesi Temsili Resim



Ahi Evran Külliyesi Bahçesi / Müze Girişi

Müzenin bu bölümünde aşağıda detaylandırılan pek çok deneyim alanı yer alacaktır.

Zaman Makinesi – Simülatör Minibüs

Konuklar müze bahçesindeki özel olarak tasarlanmış simülatör minibüse bindiklerinde ve kapılar kapandığında minibüsün camları bir anda ekrana dönüşecek ve Kırşehir’de zamanda yolculuk başlayacaktır. Geçmişten günümüze seyahat edercesine ilerleyen konuklar unutamayacakları bir deneyim yaşayacaklar.



RESİM 1 - Külliye Bahçesi Müze Girişi



RESİM 2 - Simülatör Minibüs



RESİM 3 - Zaman Makinesi- Simülatör Minübüs

Holografik Deneyim Odaları

Yüzyıllardır kente mâl olmuş karakterlerin (Ahi Evran, Dede Korkut, Neşet Ertaş vb.) bulunduğu Holografik Deneyim Odalarında ziyaretçiler, bu önemli şahıslarla kâh sohbet edecek, kâh masal dinleyecek ya da Neşet Ertaş türküleriyle unutulmaz anlar yaşayacaklar. Müzede dört adet hologramik oda olması planlanmıştır.



RESİM 4 - Hologramik Deneyim Odası uygulama alanı



RESİM 5 - Hologramik Deneyim Odaları



RESİM 6 - Hologramik Deneyim Odaları

Yaşayan Tablolar

Müzenin bu bölümünde duvarlarda **yaşayan tablolar** yer alacaktır. Bu deneyimde ziyaretçiler yine kente mal olmuş karakterlerin hareketli, gülen, seslenen ve çeşitli bedensel hareketler sergileyen halleriyle, neşeli ve keyif dolu anlar yaşayacaklardır. Bu tablolardan 8 adet uygulanması planlanmıştır.



RESİM 7 - Duvarlarda Yaşayan Tablolar Uygulama Alanı



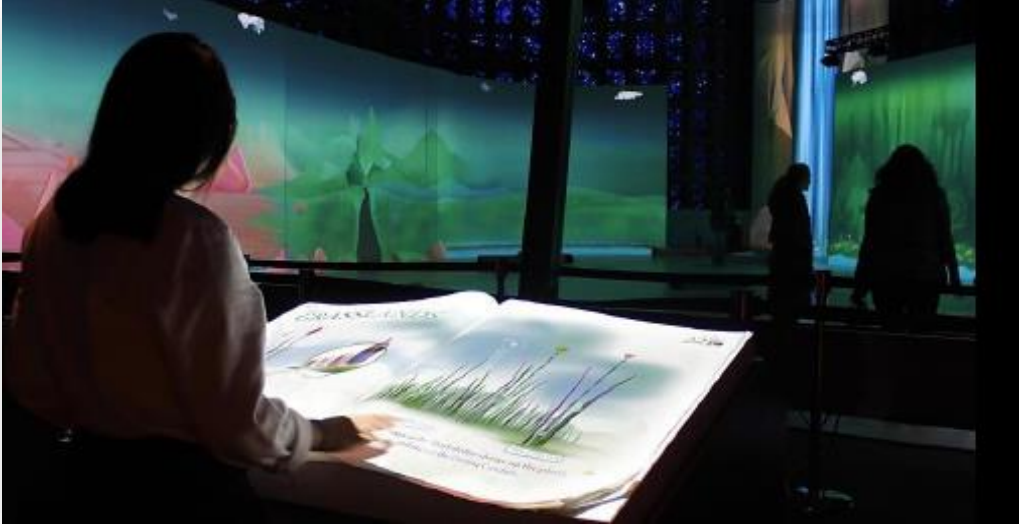
RESİM 8 - Duvarlarda Yaşayan Tablolar

İnteraktif Kitaplar

Bu bölümde ziyaretçiler, salonun çeşitli köşelerinde yer alan interaktif kitapları kullanarak, adeta Kırşehir tarihinin canlandırılması şeklinde bir tarihsel deneyim yaşayacaklardır. Bu uygulama 2 adet olarak planlanmıştır.



RESİM 9 - İnteraktif Kitaplar Uygulama Alanı



RESİM 10 - İnteraktif Kitaplar

Efsane Karakterler ile Selfie

Ziyaretçiler şehrin önemli karakterleri ile artırılmış gerçeklik yöntemiyle selfie çektirerek unutulmaz bir anıya sahip olacaklardır.



RESİM 11 - Efsane Karakterlerle Selfie Uygulama Alanı



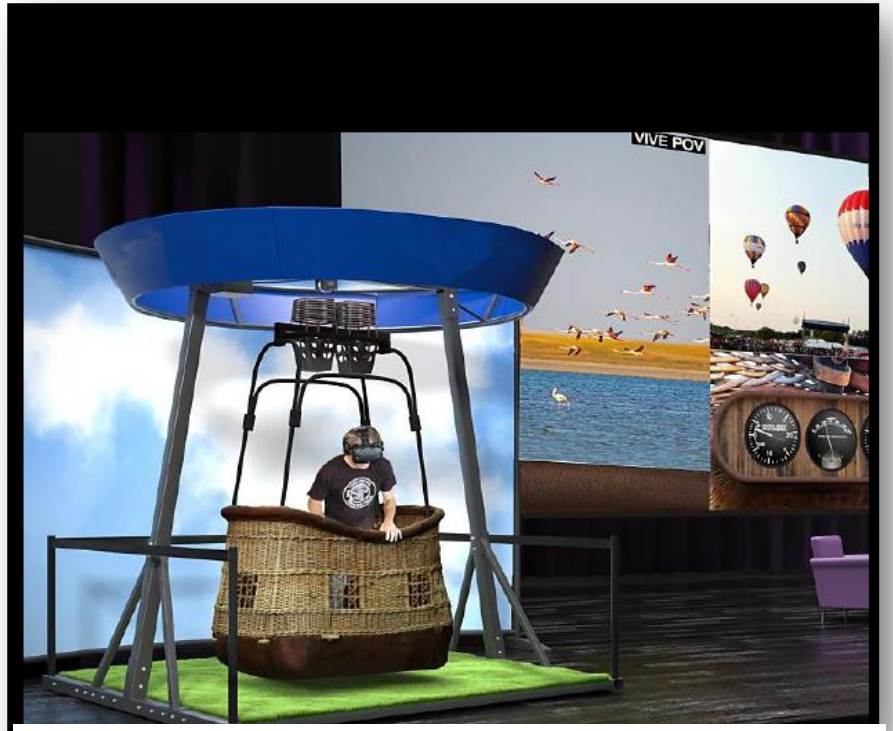
RESİM 12 - Efsane Karakterler ile Selfie

VR (Sanal Gerçeklik) "Uçan Balon"

"VR Uçan Balon" ile ziyaretçiler, balona bindiklerinde Seyfe Gölü üzerinde uçarak olağanüstü gerçeklikte bir deneyim yaşayacaklardır.



RESİM 13 - VR (Sanal Gerçeklik) "Uçan Balon" uygulama alanı



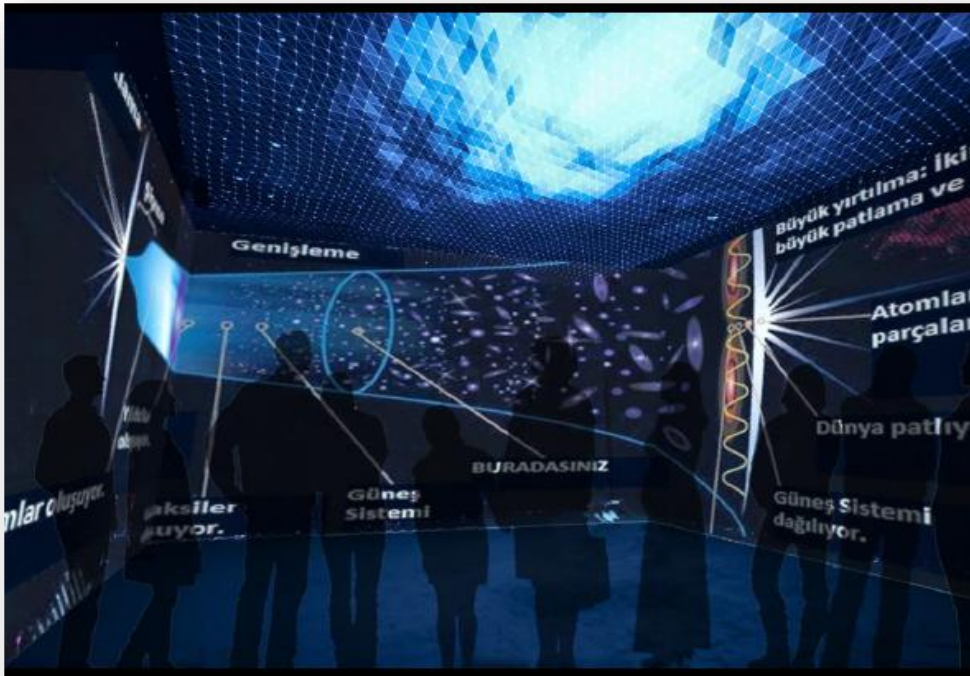
RESİM 14 - VR (Sanal Gerçeklik) "Uçan Balon"

VR (Sanal Gerçeklik) – Kaman Kalehöyük Müze Gezisi

Bu bölümde konuklar, sanal gerçeklik ile Kaman Kalehöyük Müzesi ve Japon bahçesinde gezeceklerdir.



RESİM 15 - VR (Sanal Gerçeklik) – Kaman Kalehöyük Müze Gezisi Uygulama Alanı



RESİM 16 - VR (Sanal Gerçeklik) – Kaman Kalehöyük Müze Gezisi

Müzenin 2. Bölümü:

CACABEY GÖKBİLİM MERKEZİ

Müzenin bu bölümü, Kırşehir kent merkezinde yer alan, Selçuklu dönemindeki Kırşehir emiri Cacabey tarafından yaptırılan ve dünyanın ilk astronomi ve matematik okulu olarak anılan tarihi yapıdan esinlenerek projelendirilmiştir.



RESİM 17 - CACABEY Medresesi İç Mekan



RESİM 18 - Cacabey Gökbilim Merkezi Uygulama Alanı

Müzenin bu bölümünde aşağıda detaylandırılan pekçok deneyim alanı yer alacaktır.

“Evrenin Oluşumu” Deneyim Alanı

Bu bölümde, 360 derece bir oda tasarlanacaktır. Oda, 3D “video mapping” sistemi ve özel ses/ışık teknolojisi ile donatılacak ve hazırlanan özel prodüksiyon ile görsel ve işitsel unutulmaz bir deneyim yaşatılacaktır.



RESİM 19 - “Evrenin Oluşumu” Uygulama Alanı



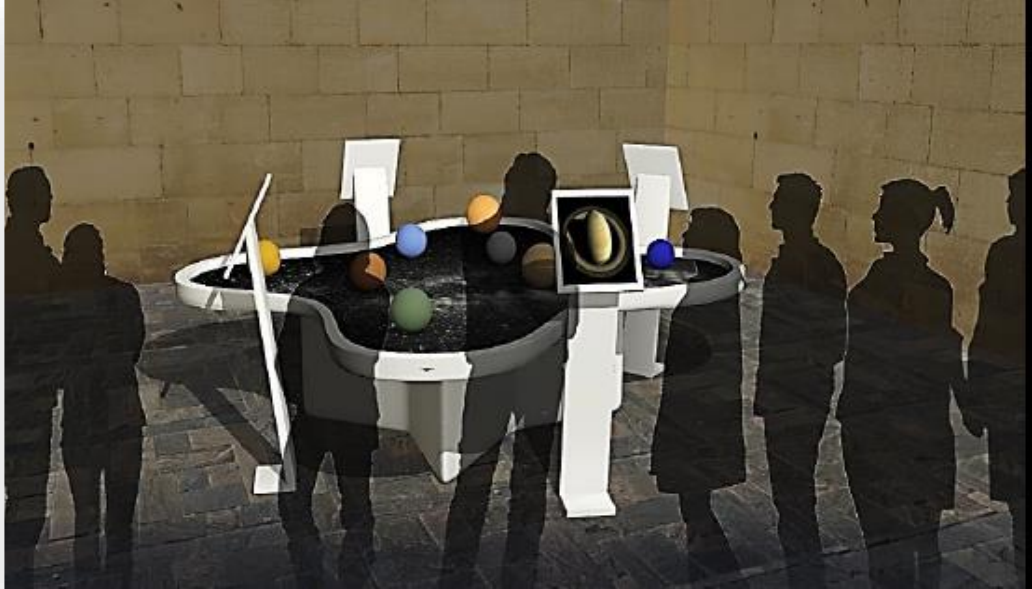
RESİM 20 - “Evrenin Oluşumu” Deneyim Alanı

Gezegenler ve Güneş Sistemi Deneyim Alanı 1.İstasyon

AR (Artırılmış Gerçeklik) entegreli Holografik bir platform hazırlanacaktır. Bu platform sayesinde katılımcılar tüm gezegenler ve güneş sistemini gerçek objeler üzerinden deneyimleyebileceği gibi AR tabletler sayesinde eş zamanlı animasyon etkileşimi de sağlayabilecektir.



RESİM 21 - Gezegenler ve Güneş Sistemi 1. İstasyon Uygulama Alanı



RESİM 22 - Gezegenler ve Güneş Sistemi 1. İstasyon Deneyim Alanı

Gezegenler ve Güneş Sistemi Deneyim Alanı 2. İstasyon

VR entegreli sensörlü bir kabin hazırlanacaktır. Katılımcılar kabine girip VR gözlüğü taktığı anda kendini uzay boşluğunda hissedecekler. Bu deneyimde kullanılan sensör, hazırlanan içerikle entegre şekilde kabini ısıtır, soğutur, koku salgılar ve tüm duyuları harekete geçirir.



RESİM 23 - Gezegenler ve Güneş Sistemi 2. İstasyon Uygulama Alanı



RESİM 24 - Gezegenler ve Güneş Sistemi Deneyim Alanı 2.istasyon

Konuşan Tablolar

Bu bölümde, geçmişten günümüze Türkiye ve dünyadaki önemli bilim adamlarından oluşan karakterlerin yer aldığı duvarda karakterler bilim üzerine konuşmalar yapacaklar ve çeşitli bilgiler vereceklerdir.



RESİM 25 - Konuşan Tablolar Uygulama Alanı



RESİM 26 - Konuşan Tablolar

Tarımın Geleceği Uzaktan Kontrol Sistemi

Katılımcıların kendi cep telefonlarından bağlanarak robotlara tarım yaptırdığı ve geleceğin teknolojisini deneyimlediği etkileyici bir istasyon olarak tasarlanmıştır.



RESİM 27 - Tarımın Geleceği Uzaktan Kontrol Sistemi Uygulama Alanı



RESİM 28 - Tarımın Geleceği Uzaktan Kontrol Sistemi

Planetarium

Bu bölüm müzenin en çarpıcı bölümlerinden biridir. Güneşin, yıldızların, gezegenlerin ve diğer gök cisimlerinin uzay boşluğundaki hareketlerini gerçekçi bir şekilde simüle edilebilmesini sağlayarak katılımcılara unutulmaz bir görsel şölen yaşatılacaktır.



RESİM 29 - Planetarium Uygulama Alanı



RESİM 30 – Planetarium

d) Fizibilite Etüdü Analiz Sonuçları

Yapılan çalışma sonucunda, "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"nin yaklaşık 3 yıl içinde 5 milyar TL'yi aşan yatırım tutarını karşılayarak kar eden bir kuruluş haline geçmesi beklenmektedir. Günümüz ekonomik koşullarıdaysa bu, oldukça verimli bir yatırım olarak görülmektedir. Özellikle AB Fon hibelerinden yararlanılarak ya da diğer finansman alternatiflerinden yararlanılarak bu yatırımın gerçekleştirilmesi planlandığı düşünülürse, "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"nin Kırşehir ve bölgenin gelişmesine katkı sağlayacak çok önemli bir tesis olacağı son derece açıktır.

e) Projenin Etkileri

- Kırşehir'i ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısının artması
- Kırşehir'in turizmde rekabet gücünün artması
- Turizmin gelişmesi ve turizm yatırımlarının artması
- İlin refah düzeyinin gelişmesi
- Bölgedeki vergi gelirlerinin artması
- Kırşehir'in tanıtımına, bilinirliğine ve marka kent olma yönündeki çalışmalara yapacağı katkı
- Kırşehir'in yanı sıra bölgenin kalkınmasına sunacağı fayda
- Ülke tanıtımına dolaylı olarak yapacağı katkı
- Ahi Evran Külliyesi içerisinde yer alacak Esnaf çarşısı ve atölyelerine müşteri çekme potansiyeli

1 - PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI

1.1. Projenin Politika Dökümanlarına Uygunluğu

Ulusal ölçekte:

“ TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI ON BİRİNCİ KALKINMA PLANI (2019 – 2023)

Kapsamında ilgili maddeler:

2.2.2.3. Turizm

a. Amaç

423. Değişen tüketici eğilimleri ile teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi, sezon süresinin uzatılması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve daha fazla harcama eğilimi olan ziyaretçinin ülkemize çekilmesi ile konaklama süresi ve konaklama dışı harcamaların artırılması, her bir destinasyon özelinde ve odaklı anlayış çerçevesinde sektörde dönüşümün gerçekleştirilmesi ve koruma-kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması temel amaçtır.

b. Politika ve Tedbirler

428.3. Teknoloji destekli olarak ziyaretçi deneyimini artırıcı projeler geliştirilecektir. “

Bölgesel ölçekte:

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” nin kurulması doğrudan TR 71 Düzey 2 Bölgesi Bölge Planı 2014 – 2023 ile ilgilidir. Anılan planda Gelişme Eksen 2: Doğal ve kültürel mirasın korunması eksen 2.1 ile kültürel mirasın korunması ve çağdaş yaşam ile bütünleşmesi ve öncelik 2.3 ile Tarihsel çevrenin korunması ve yenilenerek gelecek nesillere aktarılması maddelerine dayanarak gerçekleştirilmektedir.

1.2. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat

Özel Müzelerin kurulması ve işletilmesi ile ilgili tüm yetkiler T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.

Özel Müze kurma isteklerini konu alan başvurular 2863 sayılı Kanun ve buna bağlı çıkarılan "Özel Müzeler ve Denetimleri Hakkında Yönetmelik" hükümleri doğrultusunda incelenmekte, müzenin yeterli nitelik ve nicelikte bulunması ve sürekli hizmet vermesi hususları dikkate alınarak değerlendirilmektedir.

1.3. Projenin Kurumun Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"nin kurulması proje sahibi kurum olan Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası'nın eski ve mevcut stratejik planlarına uygundur. Bir önceki stratejik planda STRATEJİK AMAÇ 5 – SOSYAL SORUMLULUK VE BÖLGESEL KALKINMADAKİ ROLÜN GELİŞTİRİLMESİ, Stratejik Hedef 5.4 ise "Kırşehir'in rekabet gücü artırılması için öncü rol üstlenilecektir"

2019 – 2023 Stratejik Planında ise Stratejik Amaç 1 ile : İl ve üyelere yönelik ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik projeleri hayata geçirerek katma değer yaratmak, ALT STRATEJİ 1.2. ise "Turizmde Rekabet Gücünün Artırılmasına Yönelik Çalışmalar Gerçekleştirmek" olarak yer almaktadır Bu nedenle "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi"nin Kurulması, proje sahibi kurum olan Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası'nın stratejileri ile doğrudan örtüşmektedir.

1.4. Projenin Diğer Kurumların Projeleri İle İlişkisi

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" halen belirli bölümünün inşaatı bitmiş Ahi Evran Külliyesi'nde hayata geçirilecektir. Ahi Evran Külliyesi 55.000 m² alan üzerine kurulan bir kültür ve tarih projesidir. Amacı Kırşehir'in tarihini oluşturan Ahilik kültür ve geleneğini tanıtmak ve yaşatmaktır.

1.4.1. Proje ile Eşzamanlı Götürülmesi Gereken Diğer Kurumların Projeleri

Projeye eşzamanlı götürülmesi gereken birbirilerini tamamlayıcı nitelikte iki proje bulunmaktadır. Bir tanesi mekan paylaşımının yapıldığı, TOBB tarafından desteklenen Ahi Evran Külliyesi'ndeki tarih projesi, diğeri ise Kayseri Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restorasyonu gerçekleştirilen Cacabey Medresesidir.

1.5. Proje ile İlgili Geçmişte Yapılan Araştırmalar

Kırşehir'de interaktif bir müze kurulması konusunda önceden yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır.

1.6. Proje İhtiyacı/Talebi

Küreselleşme ile birlikte ekonomik sınırlar her gün ortadan kalkmaktadır. Küreselleşmenin kurduğu ekonomi temelli rekabet dünyasında, kent politikası üretmek için kültür turizmi, marka stratejilerinin odağında yer almaktadır. Kentin rekabetçiliğinin somut mesajını taşıyan simge yapılar inşa etmek, kültürel pazarı canlandırarak kültürel sermayeyi artırmak, kentin markalaşması açısından öncelikli faaliyetler arasında yer almaktadır.

Şehir markalaşması temel bileşenlerinin bir diğeri o şehre ait "kültür, tarih ve doğal güzelliklerdir". Bu unsurlar şehri diğer şehirlerden ayırarak o şehre rekabet üstünlüğü sağlamak suretiyle birer cazibe merkezi haline getirirler. Şehre ait farklı kültürler, toplumlar arasındaki kültür etkileşiminin de birer destekleyicisi durumundadır. Bu nedenle şehirdeki kültürel farklılıklar o şehrin tarihi yapısına ve imarına yansımakta, bu vesile ile de kendine özgü, cezbedici bir şehir ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde Kentlerin markalaşabilmeleri için yerel ürünler dâhil kent değerlerinin ekonomik değere dönüşmesi gerekmektedir.

Güçlü bir şehir markasından söz edebilmek için öncelikle o şehrin marka olabilmesini destekleyecek birtakım temel dinamiklere ve ayırt edici özellik veya özelliklere ihtiyaç vardır. Bu bağlamda şehirlerin marka olmasında önemli bazı konuların göz önünde bulunması gereklidir.

Kırşehir'in "Marka Kent" olmasını sağlamak için önemli adımlardan biri olan "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" bu nedenle kısa süre içerisinde hayata geçirilecektir. "Kırşehir'in Dijital Belleği

Müzesi" aşağıdaki alt başlıkları içerecek, bu konularla ilgili olarak ziyaretçilere interaktif bilgiler verecek, bu bilgileri alırken "deneyim yaşamalarını" sağlayacaktır.

- 1) Kırşehir'in tarihi ve tarihi kişilikleri
- 2) Kırşehir'in tarihi ve Ahilik kültürü
- 3) Kırşehir'in tarihi ve bilim, astronomi
- 4) Kırşehir'in doğal güzellikleri

1.7. Proje Alternatifleri

1.7.1 Projesiz Durum

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi", bir bölümünün inşası ve altyapısı tamamlanan Ahi Evran Kllyesi Projesi içerisinde yer alan Ahilik ve Astronomi Müzesi yapılmak üzere projelendirilmiş bölümde yer alacaktır.

Bu bölüm, 3200 m² oturma alanından oluşmaktadır ve 2 katta 4000 m² toplam kapalı alana sahiptir.



RESİM 31 - Ahi Evran Kllyesi



RESİM 32 - Ahi Evran Külliyesi tamamlanmış ve projenin uygulanacağı bölümlere ait kroki

1.7.2 Bakım Onarım veya Tevsii Yatırımı

Bakım onarım veya tevsii yatırımı bulunmamaktadır.

1.7.3 En İyi İkinci Alternatif

Benzer teknolojiler kullanarak yapılacak yatırımlar içinde daha yüksek bedelli olan (7.085.553,50 TL) en iyi ikinci alternatif olarak belirlenmiştir.

1.7.4 En İyi Alternatif (Tercih Edilen Alternatif)

Benzer teknolojiler kullanarak yapılacak yatırımlar içinde daha düşük bedelli olan (5.814.523,00 TL) alternatif tercih edilmiştir.

1.8. Teknoloji ve Tasarım

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi”nde, interaktif müzecilikte kullanılan son teknoloji uygulanacaktır. Amaç, ziyaretçilerin sadece pasif birer izleyici olmaktan çıkıp müzede gerçeğe yakın bir “deneyim” yaşamalarıdır.

Bunun için kullanılan teknolojiler arasında hologram, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi gelişmiş dijital teknolojiler bulunmaktadır.

HOLOGRAM:

Üç boyutlu hologram, boşlukta serbestçe var olan ve herkesin üç boyutlu gözlük kullanmadan görebileceği üç boyutlu projeksiyonlara verilen addır.

Geleneksel fotoğraf ve film yöntemlerinin bir sonraki boyutu sayılabilecek hologram, kullandığı 3B teknolojisi sayesinde yepyeni olanaklar sağlamaktadır. 3 boyutlu bir hologramda ürünler ya da canlandırılmış sekanslar uzayda serbestçe yüzer gibi görünürler. Standart ekranda görüntülenen filmin aksine 3 boyutlu hologramlar tüm yönlerinden görülebilir. Yani, izleyici hologramın etrafında dolaşabilir ve tamamen gerçekçi bir görüntüyle karşılaşır. Başka bir deyişle, 3 boyutlu fotoğrafların lazer teknolojisiyle kaydedilmesi, depolanması ve hareket efektinin kazandırılarak çok boyutlu ortama aktarılması sonucu elde edilir. Bu fotoğraflar hareket edebilme becerisine sahiptir.

*Hologram, mercek tarafından oluşturulan bir görsel yerine bir ışık alanının kaydının fotografik olarak yansıtılmasıyla oluşan bir görüntüdür. Bu nedenle de iki boyutlu bir nesnenin üç boyutlu yansıtılması olarak görünür. Görülmesi için gözlük gibi yardımcı nesnelere ihtiyaç yoktur.**

**What is a 3 D Hologram, Magic Holo*



RESİM 33 - Örnek Hologram Uygulaması

SANAL GERÇEKLİK:

Sanal gerçeklik, gerçek dünyaya benzer ya da tamamen farklı olabilen simüle edilmiş bir deneyimdir. Sanal gerçeklik uygulamaları eğlence, eğitim gibi çeşitli alanlarda kullanılabilir. Şu anda sanal gerçeklik sistemleri sanal gerçeklik gözlük, kulaklıkları ya da çok projeksiyonlu ortamlar kullanıp gerçekçi ses, görüntülerden yararlanıp diğer duyuuları uyararak sanal bir ortamda gerçeklik duygusu yaratmaktadır. Sanal gerçeklik kullanan bir kişi yapay dünyada etrafına bakınabilir, orada hareket edebilir ve diğer sanal objeler ve nesnelere etkileşebilir.

Sanal gerçeklik ortamları, katılımcı üzerinde yarattığı gerçeklik hissiyatı yoğunluğuna (seviyesine) göre farklılıklar gösterir;

- **Kısmi Katılımlı Ortamlar:** Bir takım fiziksel unsur ve sanal imgelerin bir arada kullanılmasını gerektiren bu ortam, katılımcıya, gerçek dünya ile ilişkisini bütünüyle koparmadan bir gerçeklik hissiyatı yaşatır.



RESİM 34 - Sanal Gerçeklik

Bu ortama uçuş simülatörlerini örnek gösterebiliriz. Uçuş simülatörlerinde, geniş bir ekrandan yansıtılan sanal imgeler ve pilot kabini gibi fiziksel unsurlar bulunur. Katılımcı, bu ortamda herhangi bir sanal gerçeklik cihazı (kasklı ekran ya da eldiven vb.) kullanmaya ihtiyaç duymaz.

- **CAVE – Tam Katılımlı Ortamlar:** CAVE, "Computer Assisted Virtual Environment / Bilgisayar Destekli Sanal Ortam" için kullanılan bir kısaltmadır. Bu ortamda, katılımcının tüm duysal algılarına hitap edilir ve katılımcının tabiri caizse "kendinden geçmesi" hedeflenir. Farklı amaçlar için değişik kurulumlara rastlansa bile tipik bir Cave sistemi; duvar ve zemin projeksiyonu, farklı açılardan ses/müzik yayını yapan hoparlörler ve algılayıcılardan oluşur. Kasklı ekran (Head-Mounted Display/HMD) ve dermal-dokunsal algı cihazı (joystick, eldiven vb...) gibi çevre birimleri, katılımcının bu ortam ile bütünüyle etkileşime girmesine yardımcı olur.



RESİM 35 - Sanal Gerçeklik

o **Ortak (Çoklu) Katılımlı Ortamlar:**

- o İsminden de anlaşılacağı gibi bu ortamlar, birçok katılımcının birbirleriyle etkileşime girmesine olanak sağlayan geniş sanal evrenlerdir. Bu ortam eğitim, mimarlık, tıp, sanat, mühendislik gibi farklı disiplinlere ait insanların fikir alış-verişinde bulunmalarına olanak sağlıyor. Örneğin; kişi eğer sanal ortama bilgisayarı üzerinden katılım gerçekleştiriyorsa bu eylem ortak katılımlı ortama dâhildir. (Aksi durumu da söz konusudur)



RESİM 36 - Sanal Gerçeklik

ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK:

*Artırılmış gerçeklik, fiziksel dünyayı genişleten, üzerine dijital bilgi katmanları ekleyen teknolojinin adıdır. Artırılmış gerçeklik, sanal gerçekliğin aksine gerçek ortamları sanal ortamlarla değiştirecek yapay bir dünya yaratmaz. Artırılmış gerçeklik, var olan bir ortamda yer alarak bu ortama ses video ve grafik ekler.**

**What is Augmented Reality, the Franklin Institute*

Artırılmış gerçeklik, gerçek, fiziksel ortamın üzerine bilgisayarla üretilmiş imajlar yerleştirilerek gerçeğin farklı biçimde algılanmasına neden olur.

Artırılmış gerçeklik terimi zaman zaman karışık gerçeklik (mixed reality) yerine kullanılabilir ve ikisi birbirine karıştırılmaktadır. Artırılmış gerçeklik, gerçek ve sanal gerçekliği bir araya getirir. Ancak artırılmış gerçeklikte dijital içerik, gerçek dünya görüntülerinin üzerine yerleştirilir ve aralarında bir bağlantı yoktur. (Bilgisayarla üretilmiş içerik, gösterilen gerçek görüntülerle etkileşime giremez.) Karışık gerçeklik ise daha ileri bir teknoloji kullanarak gerçek dünya ve sanal dünya arasında bağlantı kurulmasını sağlar.



RESİM 37 - Arttırılmış Gerçeklik



RESİM 38 - Arttırılmış Gerçeklik

2 – YER SEÇİMİ VE ARAZİ MALİYETİ

2.1. Fiziksel ve Coğrafi Özellikler

Kırşehir, İç Anadolu Bölgesi'nin Orta Kızılırmak bölümünde yer alır. Yüzölçümü 6665 km²'dir. Kırşehir'in toprakları, ülke topraklarının binde 8'i, İç Anadolu Bölgesi topraklarının yüzde 2.9'u kadar olup, yüzölçümü büyüklüğü bakımından 53.sıradadır. İlin matematiksel konumu, 38°50' – 39°50' Kuzey enlemleri, 33°30' – 34°50' Doğu boylamları arasındadır. Denizden yüksekliği 985 metredir. İlin kuş uçuşu denize uzaklıkları; güneyde, Akdeniz'de Anamur Burnu'na 362 Km; kuzeyde, Karadeniz'de Sinop'a 334 Km'dir.

Kırşehir, Orta Anadolu'nun fay hattı üzerinde yer alır. Başkalaşım serilerinin kıvrılmaları sırasındaki kırılma ile Kuzeybatı-Güneydoğu yönünde uzanan bir fay hattı oluşturmuştur. İkinci bir fay hattı ise; ilin, Ankara ile sınırını oluşturacak şekilde kuzeye doğru uzanır. İlk Kıvrılmalar sırasında oluşan fay hattı, 15 km uzunluğundadır. Kırşehir'deki Terme Kaplıca suyu, bu fay hattının derinliklerinden gelen sıcak sudur.

Kırşehir, ortalama yüksekliği 1000m'ye ulaşan geniş bir yayla görünümündedir. Kırşehir Masifi olarak da adlandırılan bu plato; birkaç dağ kütlesi ile engebelenmiş, Kızılırmak, Deliceirmak ve kolları tarafından yarılmış dalgalı bir düzlüktür. Bu plato üzerinde Seyfe Gölü kapalı havzası yer alır. Yüksekliği 1500 m'yi aşan dağların sayısı oldukça azdır. İl topraklarının % 64.5'i plato, % 17.2'si dağlık alan, % 18.3'ü ova ile kaplıdır.

Kırşehir "Orta Kuşak Kara Tesirli Sıcaklık Rejimi" özelliğine sahiptir. Ocak ayı ortalama sıcaklığı -0.3 °C'dir. Bu aydan itibaren mevsim sıcaklığına ve iklim özelliklerine bağlı olarak sıcaklık değerleri artmaktadır. Temmuz ayı sıcaklığı 22.8 °C'dir. Temmuz ayından itibaren sıcaklık değerleri düşmektedir. Kırşehir'de iklim özelliğine bağlı olarak gece ve gündüz sıcaklık değerleri arasında oldukça belirgin bir fark vardır.

Kırşehir'de en önemli madenler, demir, flüorit, mermer ve tuzdur. Demir yatakları, Merkez ve Kaman ilçelerinde bulunmaktadır. Flüorit yatakları, Merkez, Çiçekdağı ve Kaman ilçelerinde olup, Kaman ve Çiçekdağı ilçelerindeki flüorit damarlarının bir bölümünde zaman zaman üretim yapılmıştır. Merkez ilçe, Kaman ve mucur dolaylarında oniks denilen mermer yatakları bulunmaktadır. Bu yataklardan zaman zaman üretim yapılmaktadır.

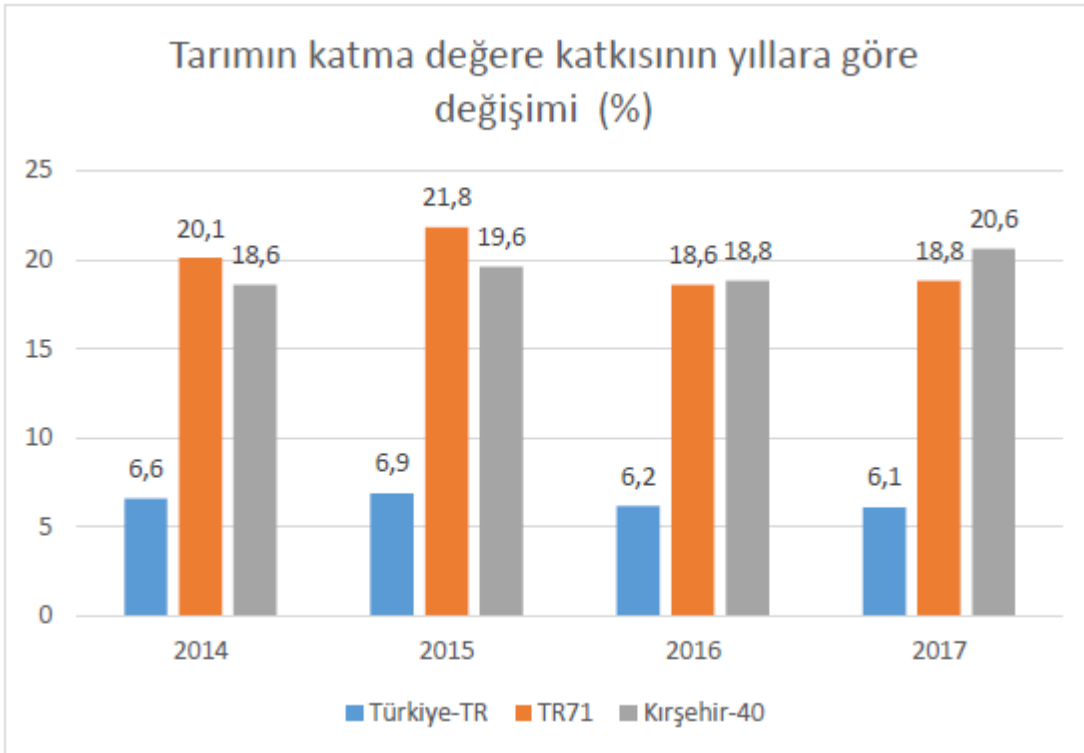
Kırşehir'de ekonomik açıdan önem taşıyan doğal kaynaklardan biri de tuzdur. İldeki en zengin tuz yatakları, Tepesidelik ve Sekili'de bulunmaktadır.

Çiçekdağı ilçesindeki 60 bin ton rezervli linyit yatakları, maliyeti yüksek olması nedeniyle faal değildir. Tuğla-Kiremit hammaddesi ise Çiçekdağı ve Akçakent ilçelerinde bulunur.

Kırşehir’de sayılanların dışında, amyant, antimon, alüminyum, altın, bakır, boraks, baryum, çinko, grafit, gümüş, krom, kurşun, kuvarsit, manganez, mika, taşkömürü, uranyum, volfram, kükürt ve zımpara taşı gibi madenler de mevcuttur.

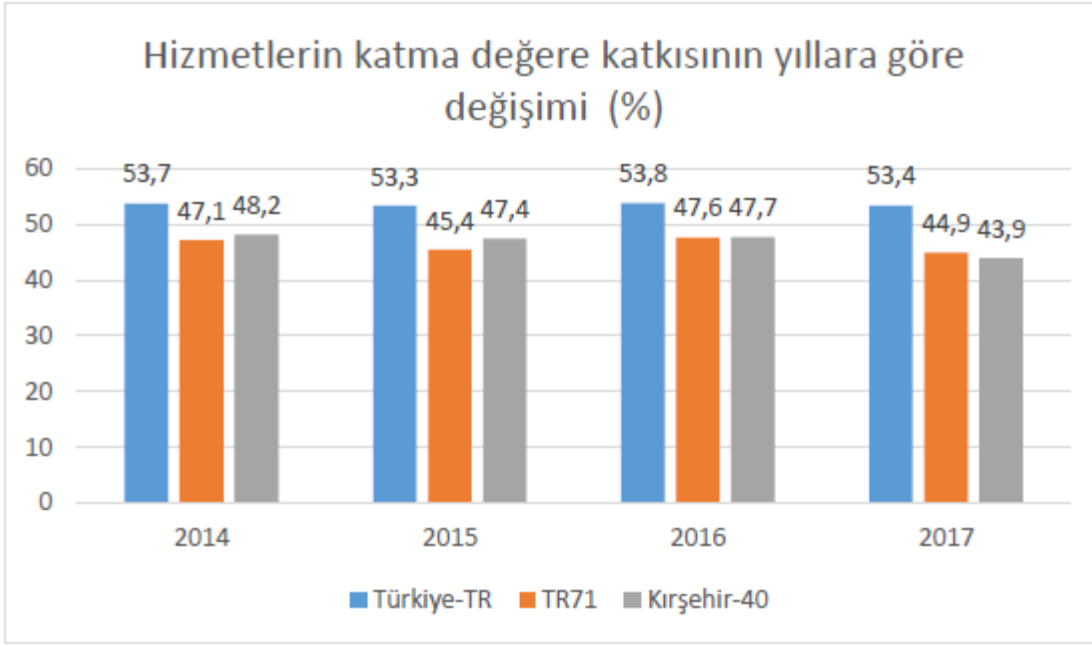
2.2. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı

TR71 bölgesi, Türkiye geneline göre daha düşük bir gelir düzeyine sahiptir. Tarımın katma değerdeki payı Türkiye’ye göre daha yüksektir. Ancak, Kırşehir özelinde bakıldığında, 2014-2015 yıllarında TR71’e göre daha düşük olan bu katkı 2016 yılından itibaren artmaya başlamıştır.



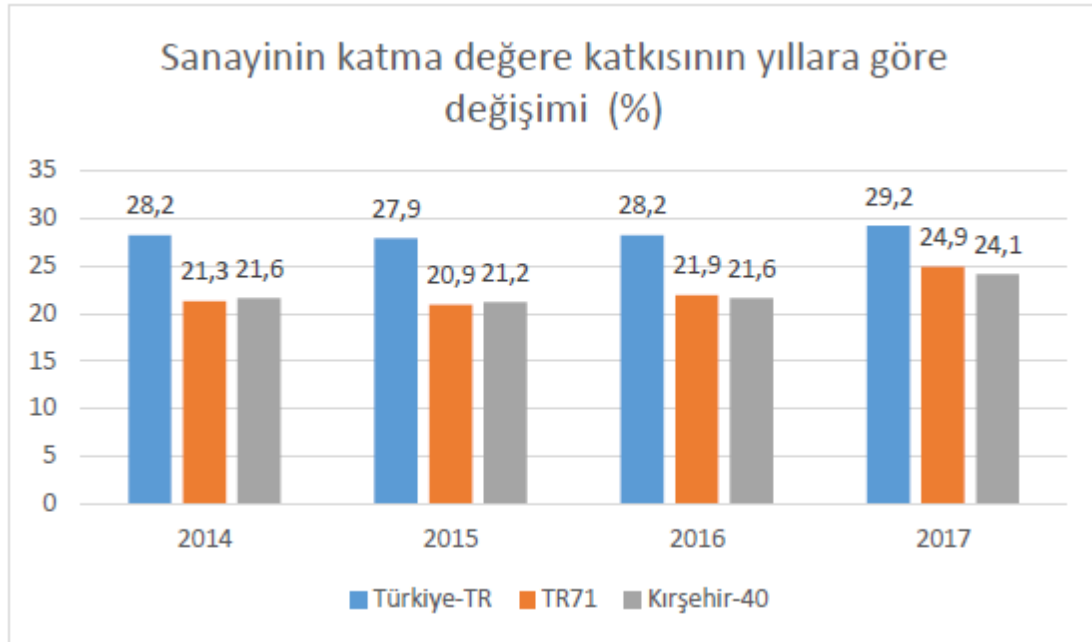
Kaynak: TÜİK

Hizmetler açısından bakıldığında, hizmetlerin TR71 bölgesinde katma değere katkısı Türkiye değerlerinin altındadır. Kırşehir özelinde bakıldığında ise değerler bölgeye çok yakın veya çok az yüksektir.

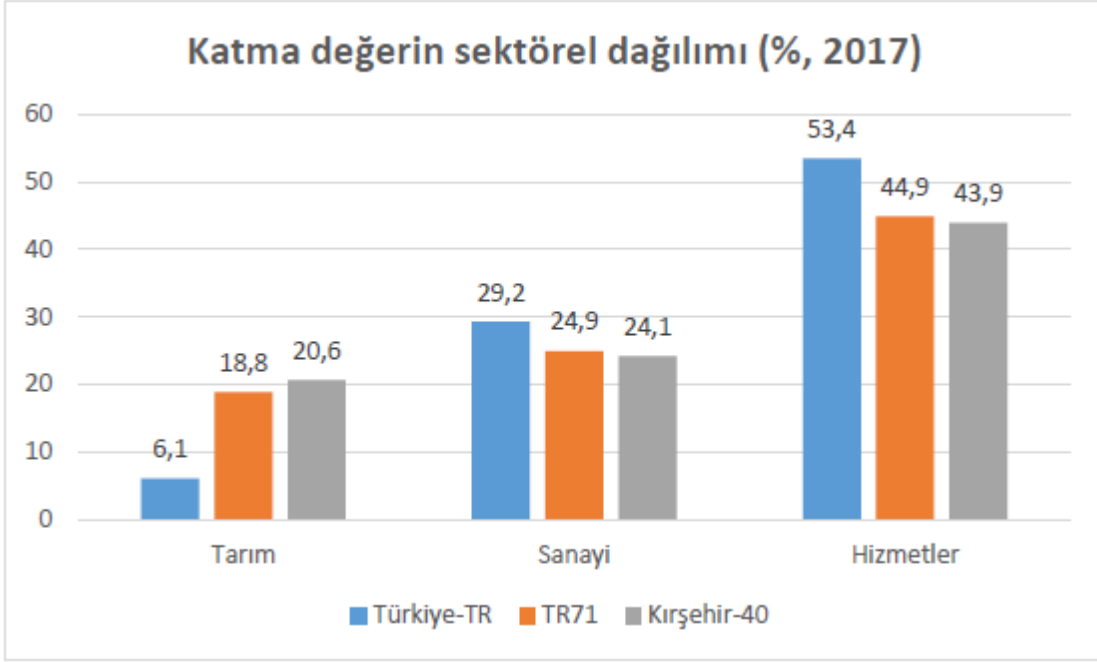


Kaynak: TÜİK

Sanayinin katma değere katkısında ise TR 71 bölgesi ve Kırşehir Türkiye değerlerinin çok altındadır. Kırşehir, TR 71 bölgesi değerlerinden çok az da olsa yüksektir.



Kaynak: TÜİK



Kaynak: TÜİK

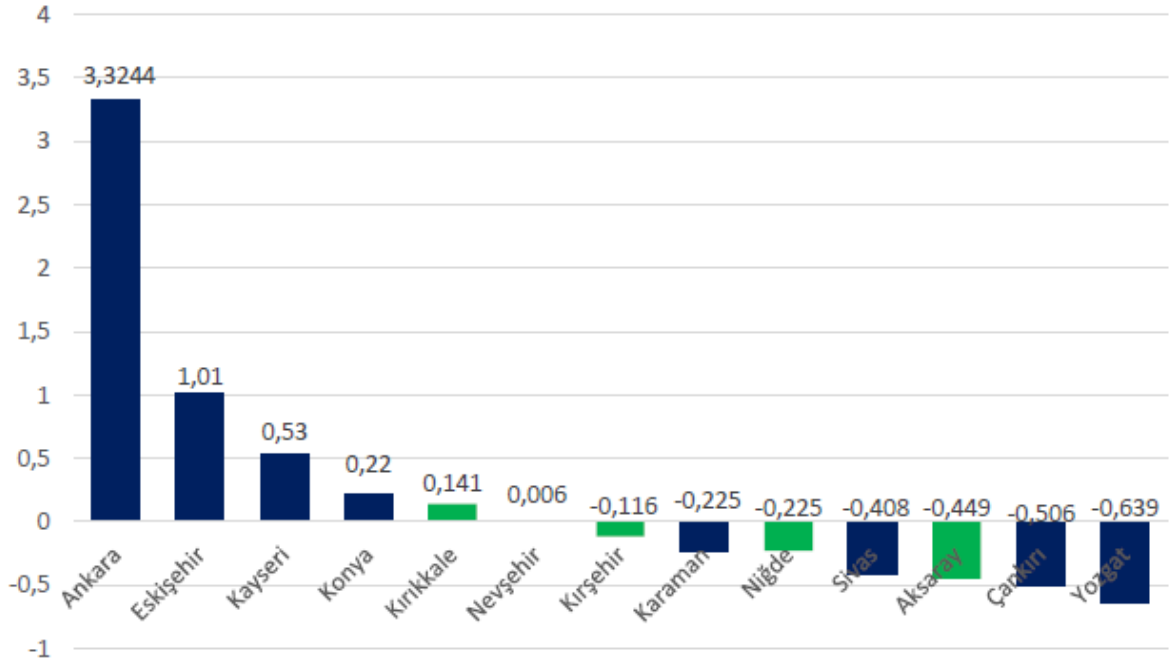
2.3. Sosyal Altyapı ve Sosyal Etkiler

TÜİK'in 2019 verilerine göre Kırşehir nüfusu 242.938'dir. Bu nüfus, 120.557 erkek ve 122.381 kadından oluşmaktadır. Yüzölçümü 6.544 km² olan Kırşehir' de kilometrekareye 37 insan düşmektedir. Kırşehir nüfus yoğunluğu 37/km²'dir.

Sosyoekonomik gelişmişlik sıralamaları

İç Anadolu Bölgesi, bölgeler itibarıyla sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında Ege'yi izleyerek üçüncü sırada yer almaktadır. İç Anadolu Bölgesi'nde Ankara dışında tüm iller, endeks değeri itibarıyla Türkiye ortalamasına yakın değerler almıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2017)

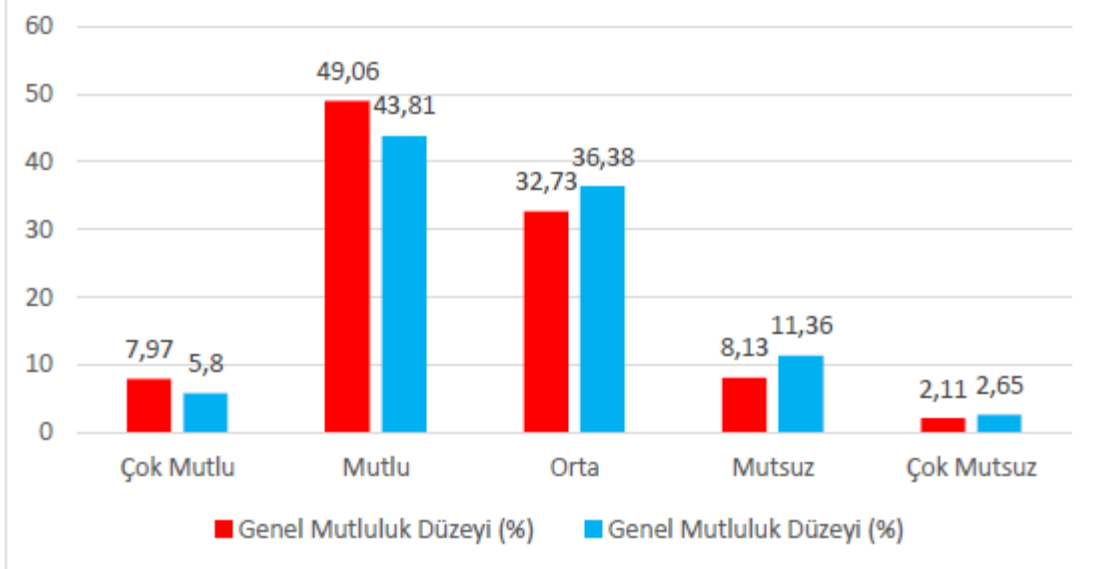
İç Anadolu Bölgesi Gelişmişlik Endeksi



Kaynak: Devlet Planlama Teşkilatı

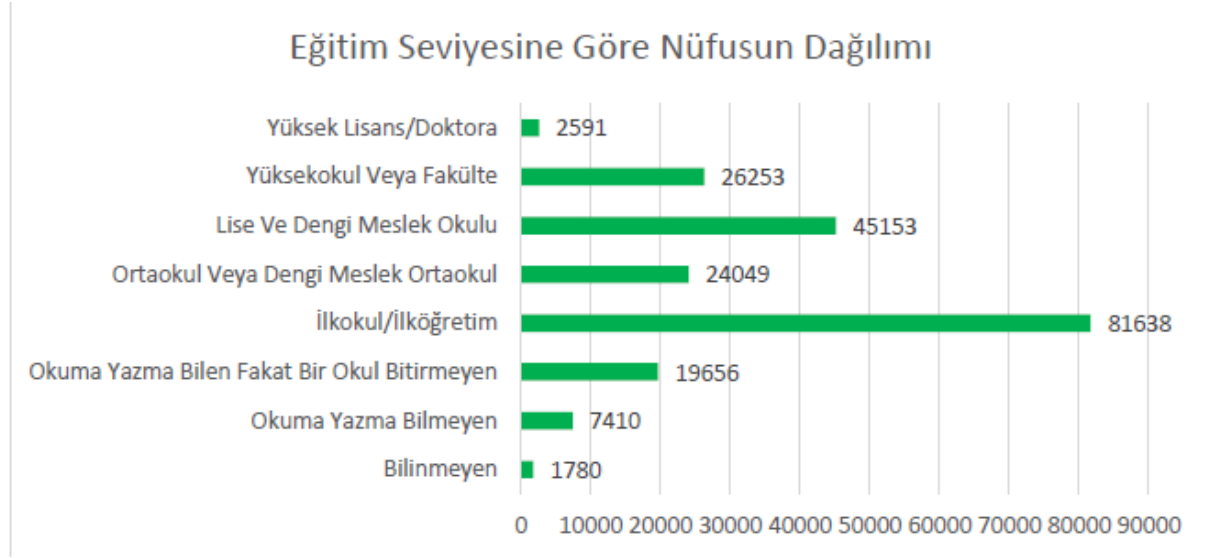
Genel mutluluk düzeyi verilerine bakıldığında, Kırşehir’de yaşayanların mutlu veya orta seviyede mutlu olduğu görülmektedir.

Kırşehir Genel Mutluluk Düzeyi

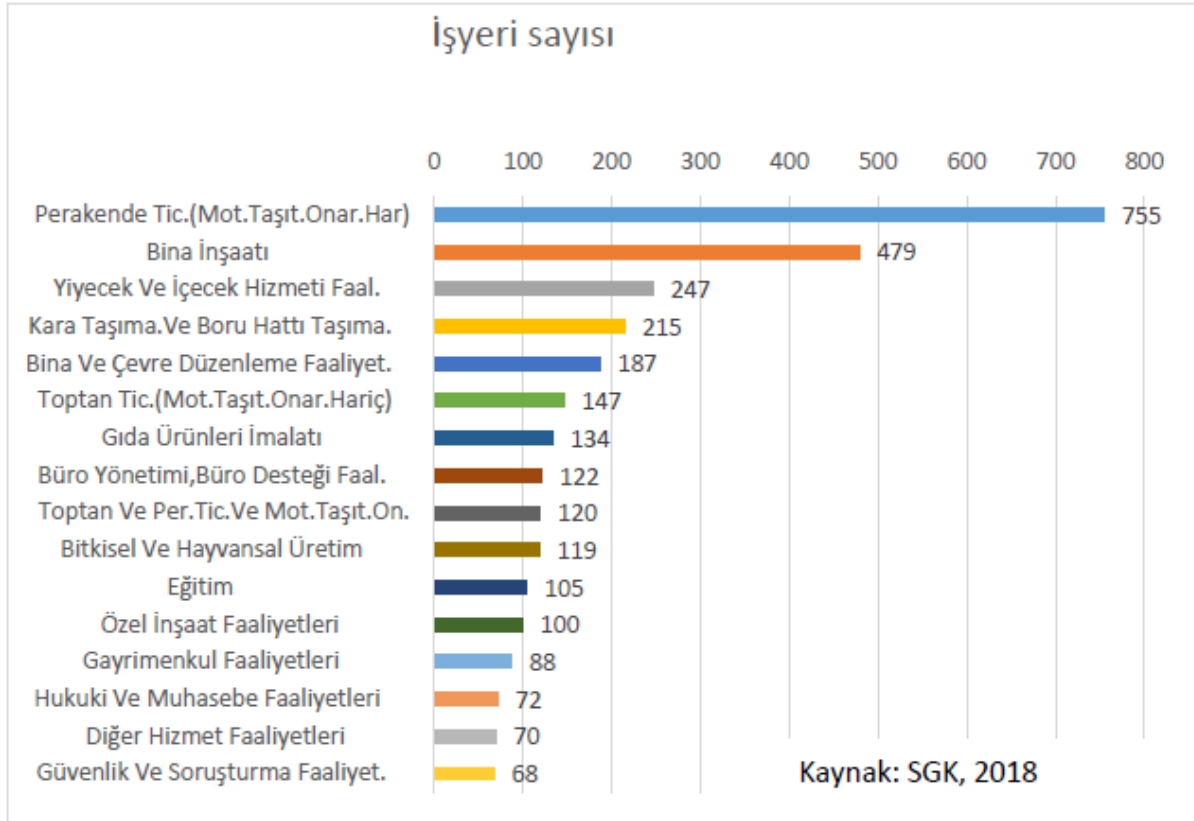


Kaynak: TÜİK

Eğitim Seviyesine Göre Nüfus Dağılımı



Kaynak: TUİK



TR 71 2. Düzey Bölgesi ve Kırşehir ile ilgili bilgiler, Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası, Kırşehir Ticaret Borsası, Kaman Ticaret ve Sanayi Odası, Mucur Ticaret ve Sanayi Odası tarafından hazırlanan "Kırşehir Ekonomik Görünüm Raporu 2019" ve Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan "TR 71 Bölge Planı 2014 – 2023" adlı belgelerden derlenmiştir.

2.4. Çevresel Etkiler

"Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" inşaatının bir bölümü tamamlanan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen özel bir proje olan Ahi Evran Külliyesi bünyesinde oluşturulacağından ÇED Muafiyet kapsamında yer almaktadır.

2.5. Alternatifler, Yer Seçimi ve Arazi Maliyeti (Kamulaştırma Bedeli de Dahil)

Projede sözü edilen "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" şu an için bir bölümü tamamlanmış ve kısmen kullanıma açılmış Ahi Evran Külliyesi içindeki 3.200 m² lik bölümde gerçekleştirilecektir. Ahi Evran Külliyesi, Kırşehir Şehir Merkezinde; Tarihi Ahi Evran Camii Merkezli, 55.000 m² alan üzerinde kurulması planlanan Kültür ve Tarih projesidir.

3 – TALEP TAHMİNİ VE KAPASİTE SEÇİMİ

3.1. Varsayımlar

Proje oluşturulduğu sırada COVID 19 Pandemisi tüm dünyada sürmektedir. Ancak uluslararası kaynaklardan alınan bilgiler ışığında Eylül 2020 itibarıyla dünya turizminin normalleşmeye başlayacağı öngörülmektedir. Türkiye'nin ise Pandemi yönetimi konusunda gösterdiği başarı, en güçlü rakip destinasyonlar olan İtalya, İspanya ve Yunanistan gibi ülkelerin önüne geçeceğini göstermektedir.

Bu konuda bir diğer önemli noktaysa alternatif destinasyon olan İspanya, İtalya ve Fransa gibi ülkelerin Türkiye'nin önemli turizm geliri sağlayan ülkelerinden Almanya ve Hollanda'dan gelecek turistler için fiyatının yüksek olması, bu nedenle, bu ülkedeki turistlerin tercihlerini Türkiye yönüne kullanabilecekleridir.

3.2. Talep Tahmin Yöntemi

Talep tahmini oluşturulurken ulusal ve uluslararası istatistikler göz önüne alınmış yıllık ve aylık trendlerden yararlanılmıştır. Bu istatistikler ışığında projeksiyonlar oluşturularak yıllık talep tahmini gerçekleştirilmiştir.

Talep tahmini gerçekleştirilirken öncelikle ülke ve bölgeye gelen turist sayıları ve bunların geceleme sayıları da göz önüne alınmıştır. Ayrıca ülkedeki müze ve ören yerlerinin yıllık ziyaretçi sayısı ve bu sayının yıllar içinde gelişmesi de göz önüne alınan diğer bir faktördür.

.

3.3. Talep Analizi

Dünyanın en popüler 6. turizm merkezi olan ve 2018 yılında 46 milyondan fazla turist ağırlayan Türkiye, turizm endüstrisinin gerek oturmuş gerekse gelişmekte olan alt sektörlerinde geniş yatırım fırsatları sunmaya devam etmektedir.

Elverişli konumu, mevcut potansiyeli, mega projeleri ve 2023 yılı için belirlediği iddialı hedefleriyle turizm sektörü, yatak kapasitesini hızla aşan bir hızla büyümeye devam etmektedir. Son yıllarda ülkeye yapılan yatırımlarda dikkat çekici bir artış olmasına rağmen yeni girişimler için hala büyük fırsatlar bulunmaktadır. Doğu ve Güneydoğu Anadolu, kültür turizminin yanısıra bölgelerin karakteristik özelliği, tarihi ve kültürüyle de örtüşen ve giderek yaygınlaşan butik otel konsepti açısından değerlendirmeyi bekleyen önemli bir potansiyel taşımaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) verilerine göre, Türkiye 2018 yılında dünyanın en popüler 6. Turizm merkeziydi.

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2019 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 51,7 milyon iken, aynı yıl turizm sektörünün elde ettiği gelir 34,5 milyar ABD Dolarıdır.

Türkiye turizm endüstrisindeki büyüme son yıllarda küresel ortalamanın üzerinde gerçekleşmiş, endüstrinin cari açığın kapatılmasına doğrudan katkısı 2018 yılında % 52 olmuştur.

Kırşehir'in de içinde bulunduğu Orta Anadolu Bölgesi, özellikle Kapadokya'yı kapsamı açısından ziyaretçiler açısından önemli bir destinasyondur. Türkiye'nin gözde turizm bölgesi Kapadokya'daki müze ve ören yerlerini, 2019 yılında 3 milyon 834 bin 134 turist ziyaret etmiştir. 2019 yılında Kapadokya'daki turistik merkezleri gezen kişi sayısı, bölgede "altın yıl" olarak kabul edilen bir önceki yıla kıyasla yüzde 30, 2017'ye oranla yüzde 73, 2016'ya göre ise yüzde 157 artış göstermiştir. (A.A. 07.01.2020)

Nevşehir Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2019 yılında en çok turist, 566 bin 33 kişi ile ağustos ayında konuk edilirken, bölgede en çok ziyaretçi çeken turistik merkez, 1 milyon 417 bin 118 kişinin ziyaret ettiği Göreme Açık Hava Müzesi olmuştur. Tüm bunların yanı sıra dünyadaki müzelerin ziyaretçi sayısı da dikkate alınmıştır. Dünyada en çok ziyaretçi çeken müzeler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Müzeler Tablosu

| Adı | Bayrak, Şehir | Yıllık ziyaretçi |
|---|--|------------------|
| Louvre |  Paris | 10,200,000 |
| National Museum of China |  Beijing | 8,610,092 |
| Metropolitan Museum of Art ^[b] |  New York City | 6,953,927 |
| Vatican Museums |  Vatikan | 6,756,186 |
| National Air and Space Museum |  Washington, D.C. | 6,200,000 |
| Tate Modern |  London | 5,868,562 |
| British Museum |  London | 5,829,000 |
| National Gallery |  London | 5,735,831 |
| Natural History Museum |  London | 5,226,000 |
| American Museum of Natural History |  New York City | 5,000,000 |

Not: 2018 ziyaretçi rakamlarıdır. Kaynak: wikipedia

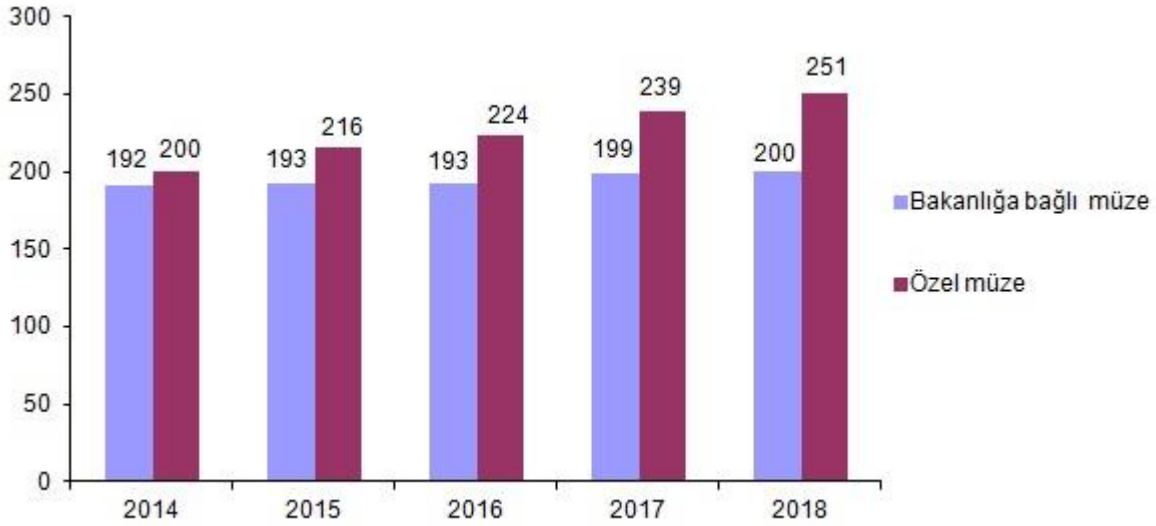
Türkiye'deki müze ziyaretçi rakamlarına bakıldığında ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır:

Türkiye İstatistik Kurumu TÜİK'in açıkladığı verilere göre Türkiye genelinde müze sayısı 2018 yılında % 3 artarak 451 olmuştur.

2018 yılında Türkiye genelinde 13 müze açıldı.

Türkiye genelinde müze sayısı 2018 yılında 13 müze artarak 451'e ulaşmıştır. Bunların 200 tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde, 251 tanesi ise özel müze kategorisinde yer almıştır.

Yıllara göre müze sayıları, 2014-2018



ESER SAYISI % 1 ARTTI

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelerdeki eser sayısı, 2018 yılında 2017 yılına göre %1 artarak 3 milyon 337 bin 766 olmuştur.

ZİYARETÇİ SAYISI % 37.3 ARTTI

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müze ve ören yeri ziyaretçi sayısı, 2018 yılında 2017 yılına göre % 37.3 artarak 28 milyon 169 bin 615 olmuştur. Türkiye'de 2018 yılında Bakanlığa bağlı ücretli müze ve ören yerlerini ziyaret edenlerin sayısı bir önceki yıla göre % 44.5 artmıştır.

Bakanlığa bağlı ücretli müze ve ören yerlerini ziyaret edenlerin sayısı 2018 yılında 18 milyon 512 bin 407 ziyaretçi ve toplam ziyaretçiler içindeki payı % 65.7 olmuştur. Ücret ödenmeyen müze ve ören yerlerini 2018 yılında ziyaret edenlerin sayısı 9 milyon 657 bin 208 ziyaretçi ve toplam ziyaretçiler içindeki payı % 34.3 olmuştur.

2019 ZİYARETÇİ RAKAMLARI

2019 Yılında Türkiye'de toplam müze ve ören yeri ziyaretçi sayısı 2018 yılına göre % 24 artış göstermiş ve 35.048.417 olmuştur.

Kırşehir İl sınırları içinde bulunan Kalehöyük Müzesi'ni ise 2019 yılında 21.229 kişi ziyaret etmiştir. Ancak bu rakam incelendiğinde, Kalehöyük'ün kent merkezinde değil, Kaman ilçesi sınırlarında yer aldığı dikkate alınmalıdır.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Kırşehir'de yapılan toplam geceleme sayısı ise aşağıda verilmiştir:

| | Toplam geceleme sayısı | Yabancı geceleme sayısı |
|-------------|------------------------|-------------------------|
| 2017 | 160.807 | 5.027 |
| 2018 | 141.226 | 3.599 |
| 2019 | 141.399 | 2.823 |

Kaynak: TÜİK

| İLLER | İLÇELER | TESİSE GELİŞ SAYISI | | | GECELEME | | | ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ | | | DOLULUK ORANI(%) | | |
|----------|---------|---------------------|--------|--------|----------|---------|---------|-----------------------|-------|--------|------------------|-------|--------|
| | | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | YABANCI | YERLİ | TOPLAM |
| Kırşehir | Merkez | 1 095 | 78 017 | 79 112 | 4 527 | 122 114 | 126 641 | 4,13 | 1,57 | 1,60 | 1,36 | 36,67 | 38,03 |
| | Toplam | 1 095 | 78 017 | 79 112 | 4 527 | 122 114 | 126 641 | 4,13 | 1,57 | 1,60 | 1,36 | 36,67 | 38,03 |

2017 Kırşehir Geceleme Sayısı,

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

3.4. Talep Tahmin Sonuçları

İhtiyatlı bir tahminle "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" ne yıllık 40.000 ziyaretçi geleceği öngörülmektedir.

2018 Yılında en Çok Ziyaret Edilen 10 Müze:

| Sıra | Müze Adı | Ziyaretçi Adedi |
|------|-------------------------------------|-----------------|
| 1 | İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi | 3.004.620 |
| 2 | İstanbul Ayasofya Müzesi | 2.922.037 |
| 3 | Konya Mevlana Müzesi | 2.817.386 |
| 4 | Nevşehir Hacıbektaş Müzesi | 443.160 |
| 5 | Topkapı Sarayı – Harem Dairesi | 421.780 |
| 6 | İstanbul Arkeoloji Müzeleri | 378.675 |
| 7 | Antalya Aziz (St.) Nikolaos Müzesi | 364.996 |
| 8 | Ankara Cumhuriyet Müzesi | 353.727 |
| 9 | Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi | 268.374 |
| 10 | Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi | 253.795 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü

Türkiye'deki diğer müzelerin ziyaretçi sayısı ile karşılaştırıldığında bu oldukça ihtiyatlı bir rakamdır. Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi'nin temel gelir kaleminin ziyaretçilerden alınacak ücret olacağı varsayılmıştır. Bu ücretlerinse Türkiye'deki benzer müze ziyaret ücretleri değerlendirilerek yetişkinler için 10, öğrenciler içinse 5 € olarak belirlenmiştir. Ayrıca, müze içinde bulunan Zaman Mekinesi, Simülatör Minibüs gezisi için 3 € giriş ücreti alınması öngörülmüştür. Böylece, Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi'nin yıllık gelir kalemlerinin 345.000.- € olacağı düşünülmüştür.

İşletme Tahmini Gelir ve Giderleri:

| Gider Kalemleri | |
|---|---------------------|
| Kira | € 25.000,00 |
| Personel Gideri | € 55.000,00 |
| Su, elektrik, ısıtma, vs. | € 30.000,00 |
| İletişim Harcamaları (tel. internet, vs.) | € 1.500,00 |
| Sarf malzemeleri (Kırtasiye, temizlik, vs.) | € 2.500,00 |
| Bakım Onarım Giderleri | € 2.000,00 |
| Toplam | € 116.000,00 |
| Beklenen Yıllık Gelir | € 345.000,00 |
| Tam Bilet € 10 | |
| Öğrenci € 5 | |
| Simülatör Minibüs Giriş Ücreti € 3 | |
| Yıllık Beklenen Ziyaretçi 40.000 | |
| Simülatör Minibüs Ziyaretçi Sayısı 15.000 | |

Müzenin temel gelir kalemleri dışında müze içinde bir yeme/içme alanı oluşturularak işletilebilir veya kiraya verilebilir. Aynı şekilde bir hediyelik eşya alanının da müze içinde yer alarak işletmeye ekstra gelir temin etmesi sağlanabilir. Ancak bu tür gelir kalemleri değerlendirmeler içinde yer almamıştır.

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” nin operasyonel olarak karlı bir şekilde işletilebilmesi için pazarlamanın üzerinde önemle durulmalıdır. Bu tür bir müze söz konusu olduğunda en doğru pazarlama yöntemi ürünün kendisi, yani ziyaretçi deneyimidir. (Word of Mouth Marketing) Kulaktan kulağa pazarlama denilen bu yöntem tüketici tarafından en güvenilir bulunan pazarlama yöntemidir.

- Bunun dışında, “Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” bir kent markalaşması planı olarak tüm kurumlarca ele alınmalı ve pazarlama açısından gerekli çabalar ortak yürütülmelidir.
- Müze için oluşturulacak web sitesi ziyaretçi çekecek ve müze hakkındaki farkındalığı artıracaktır.
- Müze yönetimi ortakları olan KTSO ve Kırşehir Belediyesi ellerindeki tüm olanakları kullanarak yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası medya kanalları ile doğru ilişkileri kurarak, “Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” nin bu kanallarda yer almasını sağlamalıdır.
- Müzenin sosyal medya yönetimi, bu konuda uzman Kırşehir kökenli bir kuruluşa verilerek kendilerinden ücretsiz hizmet alınmalı, günümüzün en etkili pazarlama yöntemlerinden biri olan sosyal medya pazarlaması doğru yönetilmelidir.

3.5. Kapasite Seçimi

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” nde üretim söz konusu olmadığından kapasite seçimi gerçekleştirilmemiştir.

4 – YATIRIM TUTARI

4.1. Sabit Sermaye Yatırım Tutarı

Projenin tercih edilen alternatifte toplam sabit sermaye yatırım tutarı 5.814.523.25 TL olarak öngörülmüştür. Bu tutarın 100.000 TL’si proje ve etüt giderlerine, 250.000 TL’si bina, inşaat giderlerine, 4.712.165 TL’si makine ve teçhizat giderlerine, 250.000 TL si mobilya ve tefrişat giderlerine, 200.000 TL’si diğer giderlere, 35.000 TL’si işletme kurulum giderlerine, 267.358,25 TL’si ise beklenmeyen giderlere ayrılmıştır.

4.2. Arazi Bedeli/Kamulaştırma Tutarı

Arazi tahsisi/kamulaştırma için herhangi bir bedel ödenmemiştir. Bina kullanımı için kira gideri işletme giderleri içerisinde yer almaktadır.

4.3. İşletme Sermayesi

Gider Kalemleri Tablosu

| Gider Kalemleri | |
|---|---------------------|
| Kira | € 25.000,00 |
| Personel Gideri | € 55.000,00 |
| Su, elektrik, ısıtma, vs. | € 30.000,00 |
| İletişim Harcamaları (tel. internet, vs.) | € 1.500,00 |
| Sarf malzemeleri (Kırtasiye, temizlik, vs.) | € 2.500,00 |
| Bakım Onarım Giderleri | € 2.000,00 |
| Toplam | € 116.000,00 |

4.4. Toplam Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı

Toplam Yatırım Tutarı veyıllara Dağılımı Tablosu

| Yıllar | 1.Yıl | | n.Yıl | | TOPLAM |
|-------------------------------|---------|--------------|---------|----------|--------------|
| | İç Para | Dış Para | İç Para | Dış Para | |
| A.Arsa Bedeli | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| B.Sabit Tesis Yatırımı | | | | | |
| 1.Etüd ve Proje | 0 | 100.000,00 | 0 | 0 | 100.000,00 |
| 2.Teknik Yardım ve Lisans | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.İnşaat İşleri | 0 | 250.000,00 | 0 | 0 | 250.000 |
| 4.Makine ve Donanım | 0 | 4.712.165,00 | | | 4.712.165,00 |
| 5.Taşıma ve Sigorta | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6.İthalat ve Gümrükleme | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7.Montaj Giderleri | 0 | 0 | 0 | | |
| 8.Genel Giderler | 0 | 200.000 | | | 200.000 |
| 9.Taşıt ve Demirbaşlar | 0 | 250.000 | | | 250.000 |
| 10.İşletmeye Alma Giderleri | 0 | 35.000 | | | 35.000 |
| 11.Beklenmeyen Giderler | 0 | 267.368,00 | | | 267.368,00 |
| Sabit Yatırım Tutarı (A+B) | 0 | 5.814.523,00 | | | 5.814.523,00 |
| C.İşletme Sermayesi İhtiyacı | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Toplam Yatırım Tutarı (A+B+C) | | 5.814.523,00 | | | 5.814.523,00 |

5 – PROJENİN FINANSMANI VE FİNANSAL ANALİZ

5.1. Finansman Öngörüsü

İlk yıl için toplam 5.814.523,00 TL toplam finansman ihtiyacı öngörülmüştür.

5.2. Finansman İhtiyacı ve Kaynakları

Projenin finansman ihtiyacının AB Fon kaynaklarından hibe olarak karşılanması öngörülmüştür. Ancak, finansman tabloları oluşturulurken cari faiz oranları hesaplanarak tabloya yansıtılmıştır. Faizsiz kaynak sağlanması durumunda tablo olumlu yönde değişiklik gösterecektir.

Finansman İhtiyacı ve Kaynakları Tablosu

| Yıllar | 1.Yıl | | n.Yıl | | Toplam |
|------------------------------------|------------|--------------|---------------|----------|--------------|
| | İç Para | Dış Para | İç Para | Dış Para | |
| <i>FİNANSMAN İHTİYACI</i> | | | | | |
| Sabit Tesis Yatırımı | | 5.814.523,00 | | | 5.814.523,00 |
| Finansman Giderleri | 581.452,00 | | 1.744.356,00 | | 2.325.808,00 |
| Sabit Yatırım Toplamı | | 5.814.523,00 | | | |
| İşletme Sermayesi Yatırımı | | | | | |
| TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI | 581.452,00 | 5.814.523,00 | 1.744.356,00 | | 8.140.331,00 |
| <i>FİNANSMAN KAYNAKLARI</i> | | | | | |
| Öz Kaynaklar | 581.452,00 | | 1.744.356,00. | | 2.325.808,00 |
| Yabancı Kaynaklar | | 5.814.523,00 | | | |
| TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI | 581.452,00 | 5.814.523,00 | 1.744.356,00 | | 8.140.331,00 |

1 – TİCARİ ANALİZ

İşletme Gelir ve Giderleri Tablosu

| Yıllar | 1.Yıl | 2.Yıl | 3.Yıl | 4. Yıl |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Kapasite Kullanım Oranı | | | | |
| 1.İşletme Gelirleri | 2.601.300,00 | 2.861.430,00 | 3.147.523,00 | 3.462.330,00 |
| 2.Üretim Giderleri | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.Amortisman | 942.433,00 | 942.433,00 | 942.433,00 | 942.433,00 |
| 4.Finansman Giderleri | 581.452,00 | 581.452,00 | 581.452,00 | 581.452,00 |
| 5.Satış Giderleri | 874.640,00 | 962.104,00 | 1.058.314,00 | 1.164.145,00 |
| 6.Brüt Kar (1-2-3-4-5) | 202.775,00 | 375.441,00 | 565.324,00 | 774.300,00 |
| 7.Matrahtan İndirilecekler | 300.000,00 | 330.000,00 | 363.000,00 | 399.300,00 |
| 8.Vergi Matrahı (6-7) | 0 | 45.441,00 | 202.324,00 | 375.000,0 |
| 9.Vergi ve Stopajlar | 0 | 9.088,20 | 40.464,80 | 75.000,00 |
| 10.Net Kar (6-9) | 0 | 36.352,80 | 161.859,20 | 300.000,00 |
| 11.Temettüer (Dağıtılacak Karlar) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12.Kullanılabilir Kar (10-11) | 0 | 36.352,80 | 161.859,20 | 300.000,00 |

Ticari Nakit Akış Tablosu

| Yıllar | 1.Yıl | 2.Yıl | 3.Yıl | 4. Yıl |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| A.Nakit Girişleri | 2.601.300,00 | 2.861.430,00 | 3.147.523,00 | 3.462.330,00 |
| -İşletme Gelirleri | 2.601.300,00 | 2.861.430,00 | 3.147.523,00 | 3.462.330,00 |
| -Diğer Nakit Girişleri | 0 | 0 | 0 | 0 |
| B.Nakit Çıktıları | 2.328.270,00 | 2.424.822,20 | 2.552.408,80 | 2.692.778 |
| -Yatırım Harcamaları | 0 | 0 | 0 | 0 |
| -İşletme Giderleri | 874.640,00 | 962.104,00 | 1.058.314,00 | 1.164.145,00 |
| -Borç Anapara Geri Ödemeleri | 1.453.630,00 | 1.453.630,00 | 1.453.630,00 | 1.453.633,00 |
| -Vergi ve Stopaj | 0 | 9.088,20 | 40.464,80 | 75.000,00 |
| -Dağıtılan Kar Payları | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nakit Farkı-Nakit Akımı (A-B) | 273.030,00 | 436.607,80 | 595.114,20 | 769.552,00 |

Net Bugünkü Değer Tablosu

| Yıllar | Sabit Yatırım Tutarı | İşletme Sermayesi Yatırımı | Vergi Öncesi Kar | Amortisman | Vergi ve Fon Kesintileri | Faiz | Net Nakit Akımı | İskonto Oranı | İskonto Edilmiş Net Nakit Akımı |
|---------------|----------------------|----------------------------|------------------|------------|--------------------------|-----------|-----------------|---------------|---------------------------------|
| 0 | | | | | | | | | |
| 1 | 5.814.523,00 | 0 | 0 | 942.433,00 | 0 | 581.452 | 273.030 | 42 | 0 |
| 2 | | | 45.441 | 942.433,00 | | 581.452 | 436.637,80 | 42 | 74.204 |
| 3 | | | 202.324 | 942.433,00 | | 581.452 | 595.114,20 | 42 | 184.336 |
| 4 | | | 375.000 | 942.433,00 | | 581.452 | 769.552 | 42 | 283.846 |
| TOPLAM | 5.814.523 | | 622.765,00 | 3.769,732 | | 2.325.808 | 2.074.334 | NBD | 543.376 |

İç Karlılık Oranı Tablosu

| Yıllar | Sabit Yatırım Tutarı | İşletme Sermayesi Yatırımı | Vergi Öncesi Kar | Amortisman | Vergi ve Fon Kesintileri | Faiz | Net Nakit Akımı | İskonto Oranı | İskonto Edilmiş Net Nakit Akımı |
|---------------------|----------------------|----------------------------|------------------|------------|--------------------------|-----------|-----------------|---------------|---------------------------------|
| 0 | | | | | | | | | |
| 1 | 5.814.523,00 | | | 942.433 | | 581.452 | 273.030 | 83 | 0 |
| 2 | | | | 942.433 | | 581.452 | 436.637,8 | 83 | 21.748 |
| 3 | | | | 942.433 | | 581.452 | 595.114,20 | 83 | 54.029 |
| 4 | | | | 942.433 | | 581.452 | 769.552 | 83 | 88.176 |
| TOPLAM | 5.814.523 | | | 3.769.732 | | 2.325.808 | 2.074.334 | | 151.439 |
| İKO * (%) | 83 | | | | | | | | |

- İKO: İç karlılık oranı

2 – EKONOMİK ANALİZ

Ekonomik Nakit Akış Tablosu

| Yıllar | 1.Yıl | 2.Yıl | 3.Yıl | 4.Yıl |
|---|--------------|------------|--------------|--------------|
| A. Projenin Faydaları | | | | |
| - Doğrudan Faydalar | | 36.352,80 | 161.859,20 | 300.000,00 |
| - Dolaylı Faydalar | | | | |
| - Parasallaştırılmayan Önemli Faydalar | | | | |
| B. Projenin Maliyetleri | | | | |
| - Yatırım Harcamaları | 5.814.523,00 | 0 | 0 | 0 |
| - İşletme Giderleri | 874.640,00 | 962.104,00 | 1.058.314,00 | 1.164.145,00 |
| - Finansman Maliyeti | 581.452,00 | 581.452,00 | 581.452,00 | 581.452,00 |
| - Olumsuz etkiler | 0 | 0 | 0 | 0 |

3 – RİSK ANALİZİ

3.1. Duyarlılık Analizi

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” nde üretim söz konusu olmadığından duyarlılık analizi gerçekleştirilmemiştir.

3.2. Proje ile İlgili Riskler ve Etkiler

Proje ile ilgili temel risk, beklenen ziyaretçi sayısına ulaşılmamasıdır. Bu tür bir risk projenin temel girdilerini etkileyecek, gelir kalemlerinde olumsuz etki yaratacak, dolayısıyla projenin karlılığını azaltacaktır.

3.3. Temel Risklerle İlgili Risk Azaltma Tedbirleri

“Kırşehir’in Dijital Belleği Müzesi” ne gelecek ziyaretçi sayısının beklenenin altına düşmemesi için kent düzeyinde ortak bir çaba gerekmektedir. Bu çabanın içerisinde Valilik, Belediye Başkanlığı, İl Özel İdaresi, Kültür ve Turizm Müdürlüğü gibi birimler yer almalıdır. Bu birimler kendi PR güçlerini projenin tanıtımı için kullanmalı, kentin kalkınması için çaba harcamalıdır.

4 – ÇEVRESEL ANALİZ

4.1. Çevresel Etkilerin Ön Değerlendirmesi

Projeye ilgili çevresel etki bulunmamaktadır.

4.2. Çevresel Riskler ve Azaltma Tedbirler

5 – SOSYAL ANALİZ

5.1. Projenin Sosyal Etkileri

Projenin sosyal olarak kent yaşamını büyük ölçüde etkilemesi beklenmektedir. Kırşehir'e gelecek olan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısının artması Kırşehir'de bulunan esnaf, ticaret erbabı ve küçük/büyük işletmeler açısından genel olarak olumlu etki yapacağını söyleyebiliriz.

Bu tür projelerin genelde kent yaşamı üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır. Bunlar 7 temel alanda değerlendirilebilir:

1. Ekonomik
2. Çevre
3. Toplumsal ve kültürel
4. Kalabalıklaşma ve trafik
5. Hizmetler
6. Vergiler
7. Toplumsal davranış

*Turizm geliştirici faaliyetler her alanda hem negatif hem de pozitif etkiler oluşturabilmektedir. Herhangi bir bölgedeki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesini sağlarken olumsuz etkileri en aza indirip olumlu etkileri en üst düzeye çıkartmanın yolları aranmalıdır.**

**The Impacts of Tourism, Glenn Kreag*

Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi'nin Kırşehir'e yapacağı olumlu katkıları şöyle sıralayabiliriz:

- Gelir ve yaşam düzeyinin artmasına neden olacaktır:
Turizmin gelişmesi sayesinde yerel halkın alım gücü artacak, buna bağlı olarak yaşam düzeyi ve kalitesi yükselecektir.
- Yerel ekonomiyi güçlendirecektir:
Kente gelen turist sayısının artması turistlerin kentte daha fazla para harcamasına, dolayısıyla kente daha fazla nakit akışı sağlayarak ekonominin güçlenmesine neden olacaktır.
- İstihdamın artmasına neden olacaktır:
Turist sayısının artması yeni hizmet alanlarının gelişmesine neden olacak, bu da kentte özellikle gençler için yeni iş alanları açılmasına neden olacaktır.
- Bölgeye yapılan yatırımın artmasını sağlayacak, altyapının gelişmesine yardımcı olacaktır:

Turizmin gelişmesi yerel yatırımların oluşmasında önemli bir faktör olarak görülebilir. Bu sayede bölgeye gelecek turistlere hizmet verecek yeni işyerleri devreye girecektir. Bu da yönetimlerin bölgeye yapacakları altyapı yatırımlarını hızlandıracaktır.

- Vergi gelirlerini artıracaktır:
Yeni kurulacak işletmeler ve halkın gelir seviyesinin artması kentteki vergi gelirlerinin artmasına neden olacaktır. Önemli ölçüde artacak olan yerel vergiler çeşitli kamu yatırımlarında kullanılabilir.
- Yeni iş olanakları yaratacaktır:
Turizmin gelişmesi sayesinde yeni iş olanakları ortaya çıkacaktır. Özellikle gençler ve kadınlar bu yeni iş olanaklarından faydalanabilir.
- Yaşam kalitesini artıracaktır:
Turizm sayesinde bölgede oluşacak yeni iş olanakları, yeni yatırımlar, bölgede artan nakit akışı bölgedeki yaşam kalitesini olumlu yönde etkileyecektir.
- Kültürel değerlerin korunmasına yardımcı olacaktır:
Turizmin gelişmesi bölgedeki ulusal/yerel bilinci artıracak, bu sayede yerel halk sahip oldukları yerel değerlerle gurur duyacaktır.
- Yabancı kültürlerle tanışmayı kolaylaştıracaktır:
Değişik kültürlerden gelen bireylerin bir biriyle tanışması, bir biriyle arkadaşlık kurması, turizmin gelişmesi sayesinde kolaylaşacaktır.
- Yeni hizmet alanları oluşturacaktır. (Yeni dükkânlar, eğlence yerleri, vs.):
Turizmin gelişmesi sayesinde hem turistlerin, hem de yerel halkın kullanabileceği yeni ve gelişmiş dükkânlar, eğlence yerleri ve kültür/sanat merkezleri açılacaktır.
- Var olan hizmetlerin standardını yükseltecektir:
Bölgeye gelen turist farklı düzeyde hizmet talep edeceğinden bu hizmet düzeyi standart hale gelecek, bu standarttan yerel halk da faydalanacaktır.

Projenin kente yapabileceği olumsuz etkileri ise şöyle sıralayabiliriz:

- Mal ve hizmet fiyatlarında artış görülebilir:
Üretilen mal ve hizmetlere daha fazla talep oluşacağından bu mal ve hizmetlerin fiyatları artabilir.
- Gayrimenkul fiyatları yükselebilir:
Turizmin geliştiği bölgelerde genellikle arazi ve bina fiyatları da yüksek talep nedeniyle artış gösterir.
- Ücretlerde düşüş görülebilir:
Özellikle bazı iş kollarında niteliksiz işgücü kullanıldığından bu işgücü sezonluk olarak bölge dışından sağlanabilir. Bu da yerel işgücü ücretlerinde düşüşe neden olabilir.
- Suç oranlarında artış görülebilir:
Turizmin geliştiği bölgelerde zaman zaman artan nüfusa bağlı olarak aşırı alkol, uyuşturucu tüketimi ve diğer suçlara eğilim görülebilmektedir. Yerel zabıta gücünün kapasitesi bu artışı karşılamaya zaman zaman yetmemektedir.
- Kültürel değerler ve geleneklerde yozlaşma görülebilir:
Değişik kültürlerin bir arada yaşamak zorunda kaldığı bölgelerde zaman zaman kültürel değer ve geleneklerde yozlaşma görülebilmektedir. Özellikle genç neslin bu konuda daha korumasız olabileceği gözlenmektedir.

- Trafik sıkışıklığı gözlenebilir:
Özellikle turist ziyaretlerinin artış gösterdiği mevsimlerde kent trafiğinde ciddi sorunlar oluşabilir.
- Mal ve hizmetlerde yetersizlik olabilir:
Üretilen mal ve hizmetler aynı kalır ancak bunlara olan talep yükselirse, fiyat artışının yanı sıra kapasitede yetersizlik de ortaya çıkabilir.
- Kent altyapısı yetersiz kalabilir:
Kenti ziyarete gelen turist sayısının artmasıyla birlikte, altyapı konusunda yeterli yatırım yapılmadıysa, su, elektrik, çöp toplama gibi hizmetlerde ve iletişimde sıkıntı yaşanabilir.

5.2. Projenin Toplumsal Gruplara Etkisi

Proje içinde çok önemli gökbilim ve diğer bilimsel konuları barındırdığından, ilkokuldan üniversite çağına kadar tüm öğrencilerin bilimsel konulara ilgi ve yakınlık duymasını sağlayabilir.

Ahi Evran Külliyesi içinde varolan Esnaf Çarşısı ve Atölyelerine ziyaretçi ve müşteri sağlaması açısından yararlı olacaktır.

5.3. Bölgesel Düzeyde Etkisi

Kırşehir, bölgesel olarak bir turizm bölgesinin içinde yer almaktadır. Güneş-deniz-kum turizmüne ağırlık verilmesi sebebiyle ülkemizdeki birçok bölge turizm gelirlerinden yeterince pay alamamakta ve bölgeler arası kalkınmışlık farkları artmaktadır. Bu sorunların önüne geçilebilmesi amacıyla ilk olarak yapılması gereken kültür turizmüne ağırlık verilmesidir. Kültür turizmi denilince ülkemizde ilk akla gelen destinasyonlar İstanbul ile Kapadokya'dır. Ülkemizin en fazla ziyaret edilen 5. destinasyonu olan Kapadokya'ya gerçekleştirilen yatırımlar her geçen gün artmaktadır.

Kapadokya'nın giriş kapısı sayılabilecek Kırşehir, ne yazık ki yerli ve yabancı turistlerce bir cazibe merkezi olarak görülmediğinden ziyaretçi sayısı çok kısıtlı olmakta, geceleme sayısı da buna bağlı olarak düşük kalmaktadır. Oysa, projenin uygulanması, Kırşehir'i de görülmeye değer bir destinasyon haline getirecek ve Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin bir bölümünü kente çekebilecektir.

Diğer interaktif müzelerden farklı olarak Kırşehir'in Anadolu'daki ilk gökbilim merkezi olmasına vurgu yapılacaktır. Bu da Müzenin farklı algılanmasını sağlayarak kültür turizminde yeni bir boyut oluşturacaktır.

6 – PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI

6.1. Proje Yöneticisi Kuruluş ve Teknik Kapasitesi

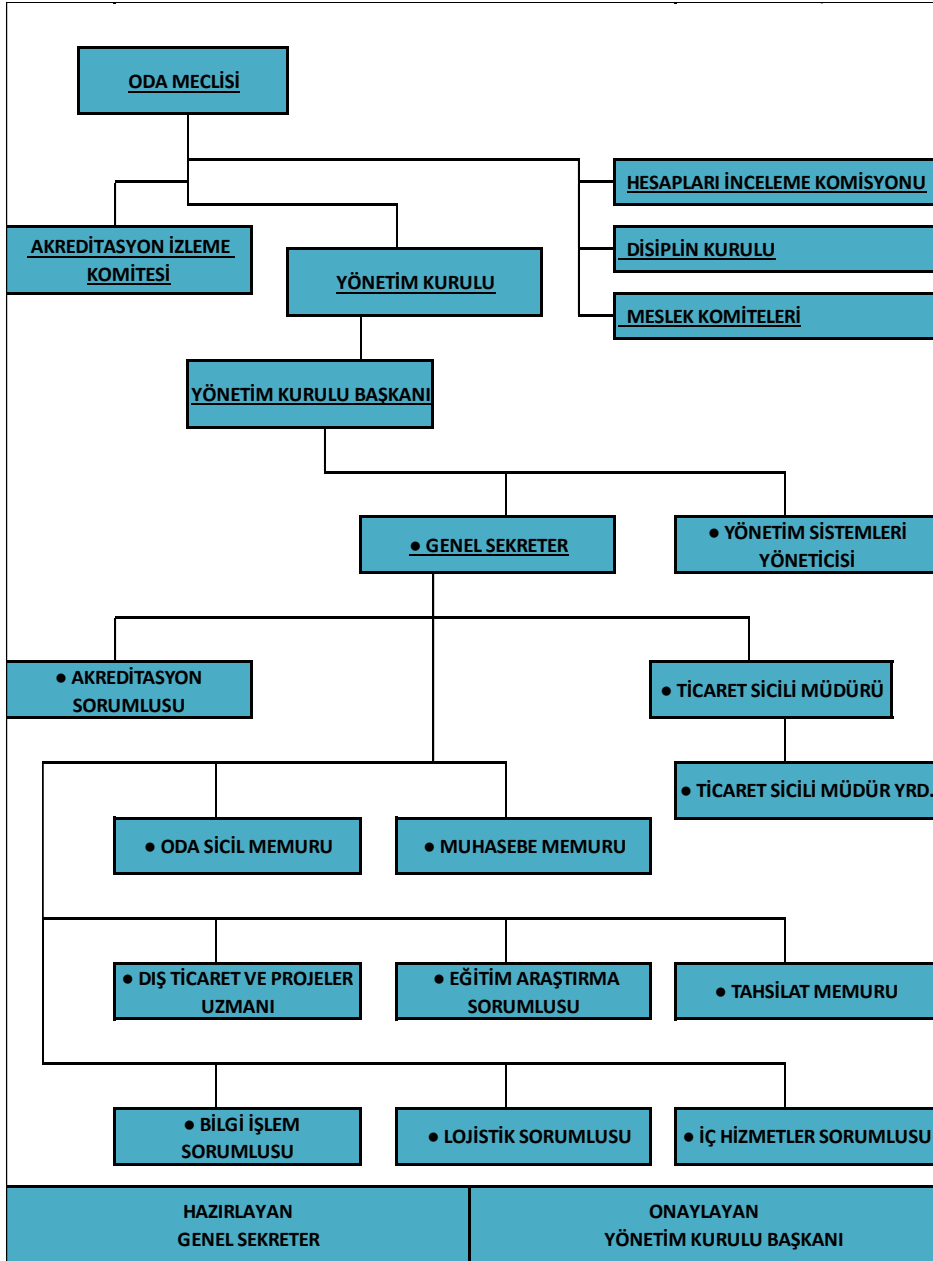
Proje Yöneticisi kuruluş Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası'dır. Odada Meclis, Kurul, Komisyonların dışında 1 Meclis Başkanı, 1 Yönetim Kurulu Başkanı, 1 Genel Sekreter ve 8 personel görev yapmaktadır.

Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odasında, kurumdan çıkan ve/veya dışarıdan gelen evrakların kurum içindeki süreçlerinin dijital ortamda üretilmesini sağlayan Elektronik Belge Yönetim Sistemi (EBYS-Envision), tüm evrakların taranarak kayıt altına alındığı E-Arşiv Sistemi, TOBB Sanayi Kapasite Raporu Web Modülü, TOBB Yerli Malı Belgesi (YMB) Sistemi, TOBB Üyelik Sistemi, TOBB Dolaşım Belgeleri Sistemi (MEDOS), Sigorta Acenteleri Ekspertiz Sistemi (TOBB AEKS), Merkezi Sicil Kayıt Bilgi Sistemi (MERSİS), İş Makinesi Otomasyon Programı ve K Belgesi Otomasyon Programı bulunmaktadır.

Kurum bünyesinde, 8 tane masaüstü bilgisayar, 5 tane dizüstü bilgisayar, 8 tane yazıcı, 8 tane tarayıcı, 1 tane server, 10 tane kamera, 2 tane fotoğraf makinesi, 1 tane faks cihazı, 2 tane fotokopi makinesi, 4 tane projeksiyon cihazı, 12 tane telefon, 2 tane tablet bilgisayar, 2 tane televizyon, 1 tane üye kimlik kartı cihazı bulunmaktadır.

6.2. Proje Organizasyonu ve Yönetim

Proje Sahibi olan Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası'nın organizasyonel yapısı aşağıdaki şemada gösterilmiştir.



Müzedede çalışacak personel:

- 1 Müdür
- 1 Sekreter
- 4 Güvenlik Görevlisi
- 1 Teknik Yönetici
- 2 Teknik Eleman
- 2 Ofis Görevlisi
- 2 Hizmetli

6.3. Proje Uygulama Planı ve Projede Kritik Aşamalar

Proje uygulanmasında en kritik nokta gerekli finansmanın sağlanması aşamasıdır. Bunun için öncelikli olarak AB Hibeleri kullanılması düşünüldüğünden bu hibenin sağlanması en erken 2021 baharını bulacaktır. Finansmanın sağlanmasının ardından AB fon yönetimi mevzuatı çerçevesinde satınalma, istihdam ve bina inşaat, tadilat, boya ve tesisat gibi işlemler başlatılacaktır

Zaman Planı Tablosu

| | 2020 | | | | | | | 2021 | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------|--------|---------|-----------|------|-------|--------|-----------|-------|-----------|-------|-------|-----------|--------|---------|-------|
| | 1. Siklus | | | 2. Siklus | | | | 3. Siklus | | 4. Siklus | | | 5. Siklus | | | |
| | Haziran | Temmuz | Ağustos | Eylül | Ekim | Kasım | Aralık | Ocak | Şubat | Mart | Nisan | Mayıs | Haziran | Temmuz | Ağustos | Eylül |
| Kaynak araştırması | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Kaynak Proje Yazımı | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Kaynak Sözleşme İmzalanması | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| Ekipman Siparişi | | | | | | | | | | ■ | | | | | | |
| Mekan Tadilatı (Boya, Tesisat) | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| Ekipman nakliye, montaj | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Şirket kurulması | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| İstihdam | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| Açılış | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

7 – SONUÇ

7.1. Projenin Ticari ve Ekonomik Yapılabilirliği ile İlgili Sonuçlar

Nakit akışı açısından 4. Yılın sonunda "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" 769.552.00 TL gelir üretir hale gelecektir. Gene 4. Yılın sonundaki ekonomik faydaysa 300.000.00 TL olacaktır. Bu ise, özellikle müze gibi temelde kültür hizmeti verilen bir tesis için yeterince tatmin edici bir sonuçtur.

7.2. Projenin Sürdürülebilirliği

Projenin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası önderliğinde, içinde mekan işletmecisi olan Kırşehir Belediyesi'nin de bulunduğu bir yapı ile şirketleşmeye gidilmelidir. Bu şirketse, profesyonel bir şekilde yönetilerek, "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" nin karlı ve doğru hizmet veren bir kurum olarak işletilmesini sağlamalıdır.

Projenin sürdürülebilirliği düşünülürken projenin sadece ticari yönü ele alınmamalıdır. Projenin planlaması yapılırken çevresel, sosyal, yasal sürdürülebilirlik de dikkate alınmalıdır. Projenin Sosyal Etkileri bölümünde sözü edilen olumsuz etkilerin en aza indirilmesi için gereken çaba harcanmalıdır

7.3. Projeye İlişkin Temel Riskler

Proje mülkiyetinde oluşabilecek muvazaalar proje yürütümüne ilişkin temel risklerden birini teşkil etmektedir. Şu an için işletme Kırşehir Belediyesi'nin elinde olsa da ileriki dönemlerde bu durum değişebilir. Ancak "Kırşehir'in Dijital Belleği Müzesi" nin dijital yapısı, müzenin minimum bir masrafla, çok kısa sürede başka bir mekana taşınabilmesini ve yeniden kurgulanabilmesini mümkün kılmaktadır.

8 – YARARLANILAN KAYNAKLAR

- TÜİK
- T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı
- kulturportali.gov.tr
- Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası Stratejik Plan
- Kırşehir Ekonomik Görünüm Raporu 2019
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı – Stratejik Plan (2019 – 2023)
- Ahiler Kalkınma Ajansı TR 71 Bölge Planı 2014 - 2023
- Türk Müzeciliğinde Mevcut Durum Analizi – Uğur Ersoy
- Müzeclikte Dijital Dönüşüm
Değişen Müze Politikaları
ve Ulusal Bilgi Politikası – Salih Doğan İBB Kültür A.Ş.
- Windsor Museum – Museum Feasibility Development Study:
Final Report
- Interactive Technologies in Museums: How Digital Installations and Media Are Enhancing the Visitors' Experience – Roberto Vaz, Paula Odete Fernandes, Ana Cecilia Nascimento Rocha Veiga
- Learning from Interactive Museum Installations About Interaction Design for Public Settings – Eva Hornecker, Matthias Stifter
- Designing Science Museum Exhibits with Multiple Interactive Features: Five Common Pitfalls - Sue Allen and Joshua Gutwil
- Kırşehirli Dernekler Konfederasyonu web sitesi