



**T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI**



**T.C. KUZAY ANADOLU
KALKINMA AJANSI**
NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bölgenin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

KASTAMONU DESTİNASYON BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

2021

www.kuzka.gov.tr

Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanmıştır.

Belge No : 2021-RP-19/142
Revizyon No : -
Revizyon Tarihi : -
ISBN : 978-605-9635-71-4
Editör(ler) : Nedim Emre GÜRGEN / Şehir Tanıtımı ve Markalaşma Birimi / Uzman
Yayın Kurulu : Serkan DOĞRU / Şehir Tanıtımı ve Markalaşma Birim Başkanı
Sinan KACIR / Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler
Gözde DİKMEN / Yazı İşleri
Tasarım : Sinan KACIR
Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler
Yayın Tarihi : 2021
Basım Yeri : Samyeli Sokak 19/B İskitler/ALTINDAĞ/ANKARA

Matbaa Sertifika No: 50479

Bu eserin her türlü yayın hakkı Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansına aittir.

Yayının kısmen ya da tamamen yayınlanması ve çoğaltılmasının fikri mülkiyet hukukuna tabidir. Kaynak gösterilmek ve atıfta bulunmak kaydı ile Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı yayınları üçüncü kişilerce kullanılabilir.

T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
Kuzeykent Mah. Kayın Sk. No:9 37150 KASTAMONU
Tel.: 0 (366) 212 58 52 Faks: 0 (366) 212 58 55
E-posta: bilgi@kuzka.gov.tr
www.kuzka.gov.tr

YÖNETİCİ ÖZETİ

Türkiye'nin 2023 yılı turizm hedefleri, sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması olarak çizilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2019 yılı Eylül ayında açıklanan "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" yeni eylem planı belgesinde ise "Yerli turistlere yönelik başta az keşfedilmiş ya da gelişmekte olan turizm bölgeleri olmak üzere, yeni ürün ve destinasyon çalışmalarına ağırlık verilecektir." vurgusu yapılmaktadır. Kastamonu, Çankırı ve Sinop illerini kapsayan TR82 Bölgesi, sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi, fiziki varlıkları ve birçok turizm türüne uygun yapısıyla bu hedeflere ulaşılmasında önemli bir rol alabilecek potansiyele sahiptir.

2019 yılı son çeyreğinde başlayan ve dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemi sürecinin en çok etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Buna karşın, tüketici davranışlarında kalıcı değişiklikler olması beklenen COVID-19 dönemi ve sonrasında doğal, organik yaşama olan ilgi hiç olmadığı kadar artmış, bu yönde doğal değerlere ve yetkinliklere sahip varış noktaları için yeni fırsatlar doğmuştur. TR82 Bölgesi'nde yer alan iller, bu noktada, metropollerden çok yakın talep gören doğal yaşam alanları, doğal çekicilikler, az nüfus gibi avantajları ile rekabetçiliğini artırma noktasında ciddi bir potansiyele sahiptir.

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü koordinasyonunda faaliyet gösteren 26 kalkınma ajansından birisi olarak Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA), 2015 yılından itibaren faaliyet bölgesinde destinasyon yönetim yaklaşımı ile Bölge turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalara eşgüdüm sağlamayı amaçlayan Bütünleşik Turizm Projesi'ni (BTP) başlatmıştır. 2018 yılında Kastamonu'da, 2019 yılında Sinop'ta uygulamaya konulan İl Turizm Eylem Planları ile turizm sektörüne müdahalelerin çerçevesi diğer kurumların katkısı ile genişlemiş, olgunlaşan çalışmalar Kalkınma Ajansları Sonuç Odaklı Program (SOP) yaklaşımı sonrasında Şehir Tanıtımı ve Markalaşma SOP'una (2021-2023) dönüşmüştür.

Kastamonu, Çankırı ve Sinop illerinin kent cazibesinin ve marka değerinin artırılmasına katkı sağlamayı amaçlayan Şehir Tanıtımı ve Markalaşma SOP'unun sonuç göstergeleri arasında "Günübirlik ziyaretçi/turistlerin Bölge destinasyonlarındaki (fiziki altyapıdan, yerel halk davranış ve tutumlarından, güvenlik durumundan, sosyal imkânlardan, şehir içi ve şehirlerarası ulaşımdan, şehir esnafından memnuniyet vb.) ortalama memnuniyet düzeyleri" yer almakta olup, SOP dönemi sonucunda %85'lik bir memnuniyet düzeyi hedefi konulmuştur.

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ	I
GRAFİKLER.....	III
TABLolar	III
ŞEKİLLER.....	III
KISALTMALAR	IV
1. METODOLOJİ	1
1.1. Amaç.....	1
1.2. Araştırmanın Önemi	1
1.3. Araştırmanın Varsayımları.....	1
1.4. Araştırmanın Yöntemi	1
1.5. Veri Toplama Aracı	1
1.6. Verilerin Analizi.....	2
1.7. Evren ve Örneklem	2
2. NİCEL BULGULAR	3
2.1. Cinsiyet Dağılımı	3
2.2. Yaş Dağılımı	4
2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı.....	4
2.4. Katılımcıların Yerleşim Yeri	5
2.5. Katılımcıların Kastamonu'lu Olma Oranı	5
2.6. Katılımcıların Seyahat Grupları	6
2.7. Seyahat Rotası	6
2.8. Kastamonu'yu Ziyaret Etme Amacı.....	7
2.9. Ziyaret Sayısı.....	8
2.10. Kastamonu'ya Tekrar Gelme Niyeti	8
2.11. Seyahat Kapsamında İilde Geçirilen Süre ve Konaklama Şekli	9
2.12. Katılımcıların Gözüyle İlin En Büyük Sorunları	10
2.13. İlin En Sevilen Özelliği.....	11
2.14. Şehrin Gelişimi İçin Yöneticilere Öneriler	11
2.15. Çeşitli Unsurlar Bakımından Mevcut Durumun Değerlendirilmesi	12
2.16. Genel Memnuniyet Düzeyi	13
3. SONUÇ	14
Kaynakça.....	16

GRAFİKLER

Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı	4
Grafik 2: Katılımcıların Yerleşim Yeri	5
Grafik 3: Katılımcıların Kastamonu'lu Olma Oranı	5
Grafik 4: Katılımcıların Seyahat Grupları	6
Grafik 5: Seyahat Rotası	6
Grafik 6: Ziyaret Sayısı.....	8
Grafik 7: Kastamonu'ya Tekrar Gelme Niyeti	8
Grafik 8: Katılımcıların Konaklama Şekli.....	9
Grafik 9: Destinasyon Kastamonu'nun En Büyük 3 Sorunu	10
Grafik 10: İlin En Sevilen Özelliği.....	11

TABLolar

Tablo 1: Seyahat Rotası.....	7
Tablo 2: Kastamonu'yu Ziyaret Etme Amacı	7
Tablo 3: Kastamonu Destinasyonu'nda Geçirilen Süre	9
Tablo 4: Katılımcıların İfade Ettikleri Diğer Sorunların Yüzdelik Karşılıkları.....	10
Tablo 5: Şehrin Gelişimi İçin Yöneticilere Öneriler.....	11
Tablo 6: Çeşitli Unsurlar Bakımından Mevcut Durumun Değerlendirilmesi.....	12

ŞEKİLLER

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı.....	3
Şekil 2: Yaş Dağılımı	4
Şekil 3: Katılımcıların Genel Memnuniyet Oranı	13

KISALTMALAR

KUZKA	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
SOP	Şehir Tanıtımı ve Markalaşma Birimi Sonuç Odaklı Programı
TR8	İBBS Düzey 1 Batı Karadeniz Bölgesi (TR81, TR82 ve TR83 Bölgeleri)
TR82	İBBS Düzey 2 Bölgesi (Kastamonu, Çankırı, Sinop)
TUIK	Türkiye İstatistik Kurumu

1. METODOLOJİ

Bilimsel bilgiye ulaşmak için tasvir, tarif, ölçüm ve tasnif aşamalarının tamamlanması gerekmektedir (turkpsikiyatri, 2021). Bu nedenle araştırmanın metodolojisi, araştırmanın kurgusundan raporlama sürecine kadar tüm aşamaları kapsamaktadır. Metodoloji içerisinde araştırmanın amacı, önemi, varsayımları, yöntemi, veri toplama aracı, verilerin analizi, evren-örneklem yer almaktadır.

1.1. Amaç

Kastamonu Destinasyonu'na gelmiş turist veya ziyaretçilerin beklenti ve memnuniyetlerinin belirlenmesi, unsur özelinde turistik deneyimin nasıl algılandığı ve turistik arzın tekrar gelme niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi, temel amaçları oluşturmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri ile beklenti/memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkinin kontrollü olarak belirlenerek turist profilinin ortaya konması, araştırmanın bir diğer amacıdır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Bölgenin turizm potansiyeli ile ilgili kararların planlanması sürecinde yerel turistik arzın nesnel biçimde ortaya konması, altyapı, üstyapı ve temel donatı elemanlarına ilişkin yatırım ve turizm amaçlı tanıtım kararlarının başarısını etkilemektedir. Bu nedenle, araştırmanın turistik arzın iyileştirilmesine yönelik yatırım kararlarına ve tanıtım çalışmalarına bilimsel bir temel kazandırması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

1.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmada anket sorularının katılımcılar tarafından doğru algılandığı ve verilen yanıtların tamamının doğru ve güvenilir olduğu, belirlenen örneklemin evreni temsil etme gücü olduğu, seçilen araştırma yönteminin bu araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmıştır.

1.4. Araştırmanın Yöntemi

Destinasyon bazlı beklenti ve memnuniyeti ölçmek amacıyla oluşturulan ankette; açık uçlu, çoktan seçmeli ve 5'li likert ölçeğiyle (1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmış toplam 20 soru bulunmaktadır. Anket, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci kısımda; mevcut donatı elemanlarının beklentiyi ne kadar karşıladığını ve katılımcı gözünde memnuniyet düzeyini ne ölçüde artırabileceğini ortaya koymayı amaçlayan 20 soru sorulmuştur. İkinci kısımda; unsur bazlı ziyaret sadakatini, güzergâh tercihlerini, seyahat türünü ve unsur tanınırlığının kaynağını ölçmeye yönelik sorulara ve katılımcıların yaşı, cinsiyeti, seyahat tercihi ve ikametgâh gibi demografik yapıyı belirlemeye yönelik değişkenlere ilişkin ifadeler yer verilmiştir.

1.5. Veri Toplama Aracı

Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Ağırlıklı olarak Kastamonu merkezde muhtelif cadde, sokak, tarihi mekanlar, otel ve restoranlarda olmak üzere tablet üzerinden dijital olarak uygulanan ankete toplam 400 katılımcı cevap vermiştir. Araştırmanın saha uygulaması, 2020 yılının Ağustos ayında tamamlanmıştır.

1.6. Verilerin Analizi

Araştırmada, sosyal bilimlerde veri çözümlene işlemleri için sıklıkla başvurulan bir istatistik programı kullanılmıştır. Katılımcıların unsur bazlı ziyaret deneyimlerini ölçmek için frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır.

Verilerin analizinde, aşağıdaki araştırma sorularının yanıtlarına ulaşılması hedeflenmiştir.

- (i) Ziyaretçilerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?
- (ii) Katılımcılar unsura hangi amaçla ve ne sıklıkla gelmektedir?
- (iii) Konaklamayı tercih eden ziyaretçiler, bölgede ortalama kaç gün kalmaktadır?
- (iv) Katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetleri ne düzeydedir?
- (v) Katılımcılar mevcut turistik arzda hangi noktaların yetersiz olduğunu düşünmektedir?
- (vi) Katılımcıların gözünden Kastamonu Destinasyonu'nun genel memnuniyet düzeyi nedir?

1.7. Evren ve Örneklem

Anketin hedef kitlesini, Kastamonu Destinasyonu'na turistik deneyim için en az bir kez gelmiş turist veya ziyaretçiler oluşturmaktadır. 2019 yılında Kastamonu'ya gelen turist sayısı, 230 bin olarak gerçekleşmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019). Literatürde, evrenin homojen olmadığı ve büyüklüğünün 1 milyonun üzerinde olduğu durumlar için \pm %5 örneklem hatası ile elde edilmesi gereken örneklem sayısının en az 384 olduğu belirtilmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004), (Saruhan & Özdemirci, 2013-2020). Bu nedenle, 400 katılımcının evreni temsil edeceği kabul edilmiştir.

2. NİCEL BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, ölçek ifadeleri analiz edilmiş ve genel bulgulara yer verilmiştir. Sosyo-demografik yapıyı belirlemek için frekans analizi uygulanmıştır. Temel demografik veriler olan cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve yerleşim yerlerinin dağılımına ilişkin çeşitli infograflara yer verilmiştir. Katılımcıların Kastamonu'lu olma oranı, ziyaret grubu, seyahat rotası, ziyaret amacı, ziyaret sayısı, tekrar gelme olasılığı, destinasyonda geçirilen süre, konaklama şekli, katılımcı gözünden ilin en büyük sorunları, ilin en sevilen özelliği, çeşitli unsurlar bakımından mevcut durumun değerlendirilmesi, seyahatten genel memnuniyet düzeyi gibi konulara ilişkin genel sonuçlar, bu kısımda ele alınmıştır.

2.1. Cinsiyet Dağılımı

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı



2.2. Yaş Dağılımı

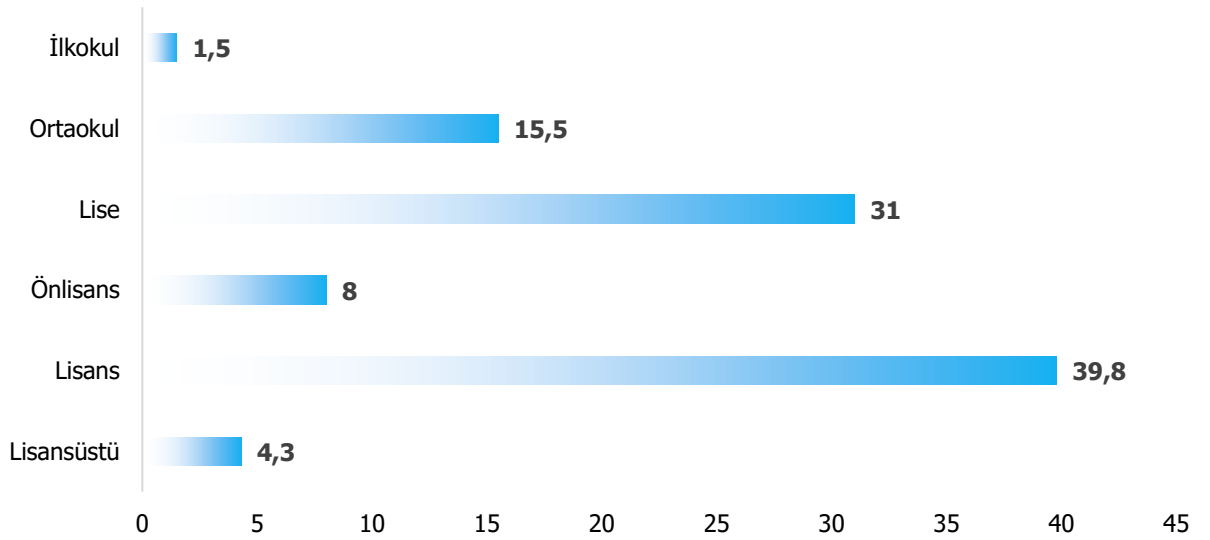
Şekil 2: Yaş Dağılımı



Katılımcıların %57,8'i 25-44 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım göstermiş yaş grubu ise %4 ile 65 yaş üstü kişilerdir. Müşteri profilinin ağırlıklı olarak X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür.

2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı

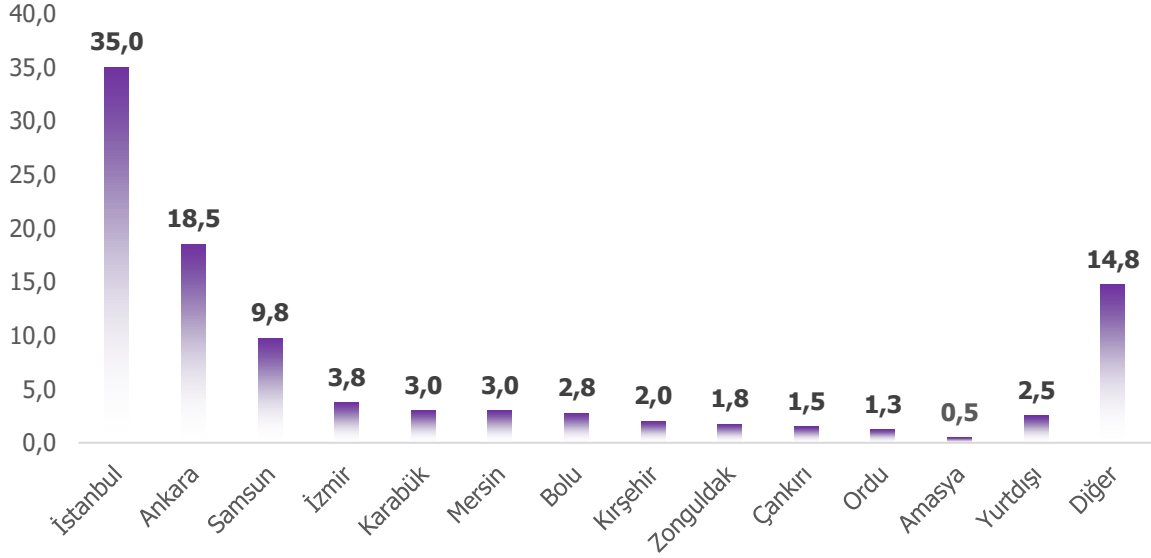
Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı



Katılımcıların %39,8'i Lisans, %31'i Lise, %17'si Ortaöğretim, %8'i Önlisans, %4,3'ü Lisansüstü eğitim almıştır. TÜİK tarafından 2019 yılında Türkiye genelinde lisans mezunları oranı %13,9; yüksek lisans ve doktora mezunlarının oranı ise %1,8 olarak açıklanmıştır (TÜİK, 2021). Buradan hareketle, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki kişilerin turizm faaliyetlerine katılma eğilimlerinin daha güçlü olduğu değerlendirilmektedir.

2.4. Katılımcıların Yerleşim Yeri

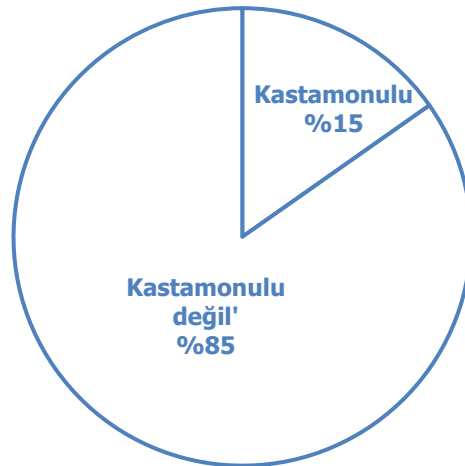
Grafik 2: Katılımcıların Yerleşim Yeri



Alan hareketliliğinin kaynağını, ağırlıklı olarak Ankara, İstanbul ve çevre illerden gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. Katılımcıların %63,3'ü Ankara, İstanbul ve Samsun'da yaşayanlardan oluşmaktadır.

2.5. Katılımcıların Kastamonulu Olma Oranı

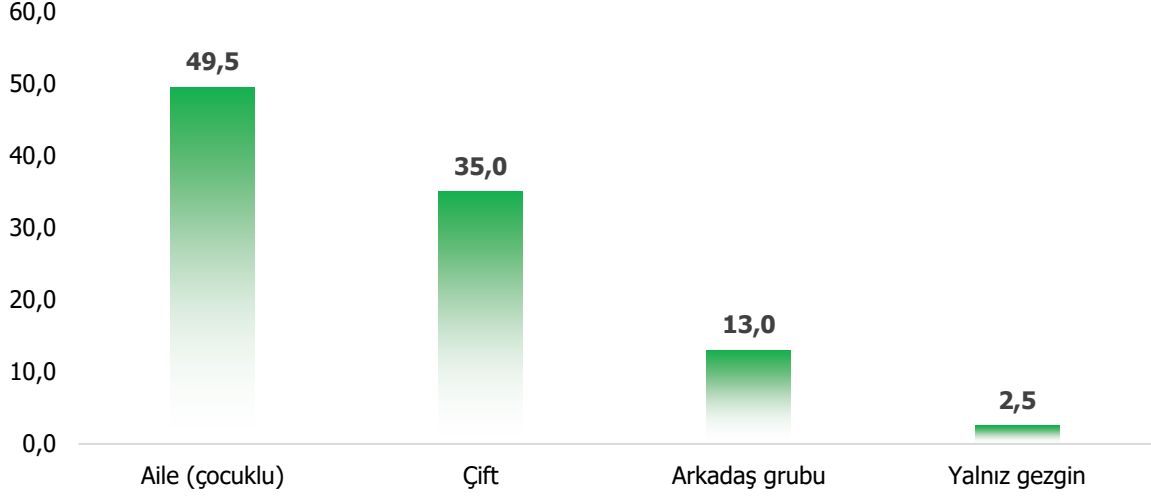
Grafik 3: Katılımcıların Kastamonulu Olma Oranı



Araştırmada ön koşul olarak ikamet yeri sorulmuş ve başka illerde yaşadığı teyit edilen katılımcılarla anket yapılmıştır. Tamamı Kastamonu dışındaki illerde ikamet eden katılımcıların %15'i Kastamonu'ludur.

2.6. Katılımcıların Seyahat Grupları

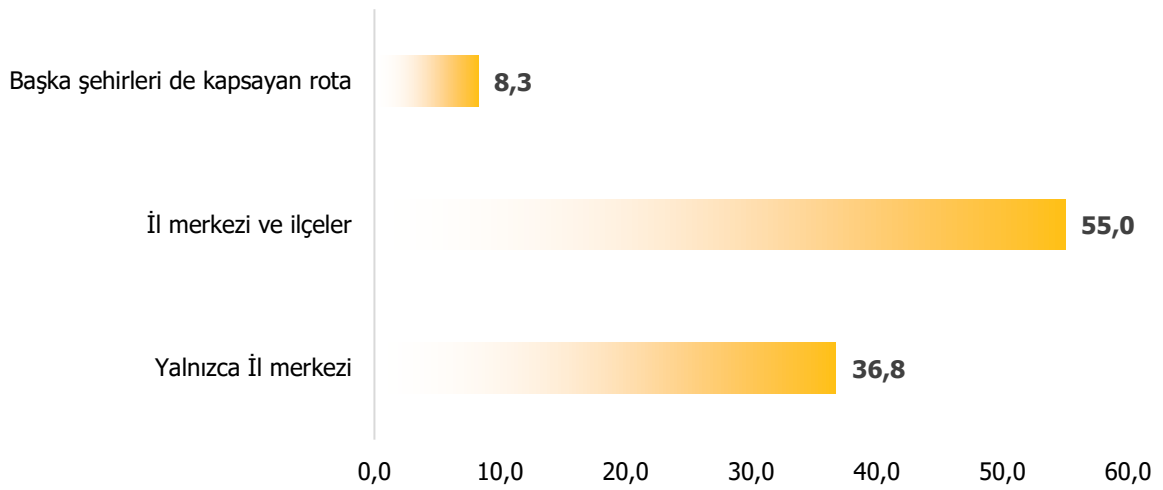
Grafik 4: Katılımcıların Seyahat Grupları



Katılımcıların neredeyse yarısının çocuklu aileler olduğu görülmüştür. Çift olarak seyahat etmeyi tercih edenlerin oranının %35 ile ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Arkadaşları ile seyahat edenler, segmentasyonun üçüncü grubunu oluşturmaktadır. Son sırada ise %2,5 ile yalnız seyahat edenler bulunmaktadır.

2.7. Seyahat Rotası

Grafik 5: Seyahat Rotası



Katılımcıların yarısından fazlasının (%55) seyahat rotası, il merkezi ve ilçeler, yaklaşık %37'sinin rotası ise yalnızca il merkezidir. Başka şehirleri de kapsayan bir rotanın bir parçası olarak Kastamonu'yu ziyaret eden katılımcıların oranı %8.3'tür.

Tablo 1: Seyahat Rotası

Seyahat Rotası	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Karadeniz turu	24	6,0	72,7
Akdeniz turu	3	0,8	9,1
Samsun	3	0,8	9,1
Sinop	3	0,8	9,1
Toplam	33	8,3	100,0
Kastamonu merkez ve ilçeler	367	91,8	
Genel Toplam	400	100,0	

Başka şehirleri de kapsayan bir rotanın bir parçası olarak Kastamonu'yu ziyaret eden katılımcıların büyük çoğunluğu (%72,7), Karadeniz turu yaparken Kastamonu ilini ziyaret etmiştir. Sinop, Samsun illerine veya Akdeniz bölgesine giderken Kastamonu'yu ziyaret eden kişi oranı birbirine eşit ve %9,1'dir.

2.8. Kastamonu'yu Ziyaret Etme Amacı

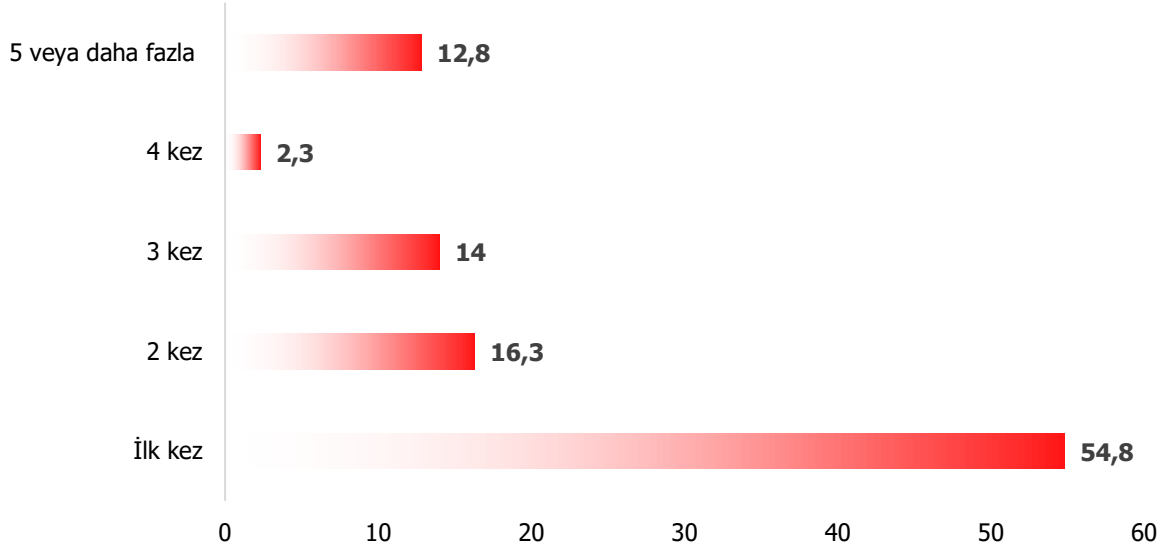
Tablo 2: Kastamonu'yu Ziyaret Etme Amacı

Ziyaret Amacı	Sayı	Yüzde	Toplamlı Yüzde
Tarihi mekânları ziyaret	387	%36,0	%97,0
Doğal güzellikleri görmek	332	%30,9	%83,2
Dinlenme	144	%13,4	%36,1
Deniz/Kum/Güneş tatili	80	%7,4	%20,1
Akraba, eş, dost ziyareti	75	%7,0	%18,8
İnanç turizmi	44	%4,1	%11,0
İş seyahati	9	%0,8	%2,3
Gece hayatı	3	%0,3	%0,8
Toplam	1074	%100,0	%269,2

Kastamonu Destinasyon beklenti ve memnuniyet araştırmasına katılanların neredeyse tamamı (%97) tarihi mekânları ziyaret amacıyla geldiğini belirtmiş, %83 gibi büyük bir çoğunluğu da doğal güzellikleri görmek amacıyla ziyaret ettiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %36'sı Kastamonu'ya dinlenme amacıyla, %20'si ise deniz/kum/güneş tatili amacıyla gelmiştir. Akraba, eş, dost ziyareti yapmak için Kastamonu'ya gelen katılımcı oranı, yaklaşık %19'dur. İnanç turizminin oranı %11, iş seyahati için şehre gelen katılımcıların oranı %2,3'tür. Gece hayatı amacıyla şehri ziyaret eden katılımcıların oranı %0,8'dir. Katılımcıların seyahat motivasyonlarına bakıldığında, Kastamonu'nun tarihi mekânları ve doğal güzellikleri ile ön plana çıktığı görülmektedir. Seyahat motivasyonuna ilişkin İş seyahati ve gece hayatı gibi sebepler, en az düzeyde etkili olabilmektedir.

2.9. Ziyaret Sayısı

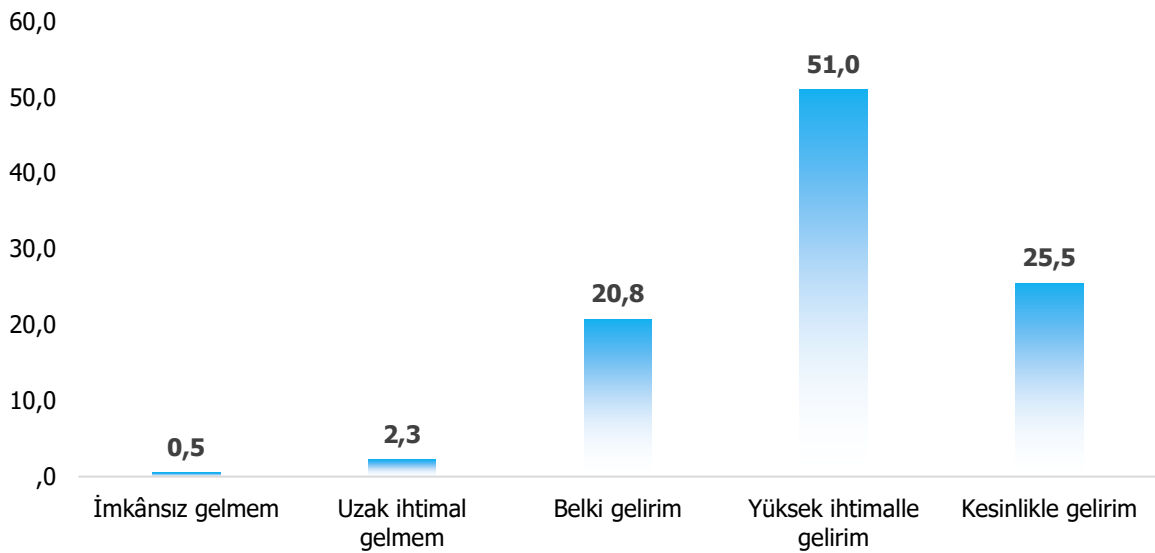
Grafik 6: Ziyaret Sayısı



Katılımcıların yarısından fazlası (yaklaşık %55), şehre ilk kez geldiklerini belirtmiştir. Kastamonu'ya 2 kez gelenlerin oranı %16,3, şehre 3 kez gelen ziyaretçi oranı %14'tür. Ziyaret sayısı 5 veya daha fazla olan katılımcıların oranı yaklaşık %12,8, 4 kez gelenlerin oranı ise %2,3'tür.

2.10. Kastamonu'ya Tekrar Gelme Niyeti

Grafik 7: Kastamonu'ya Tekrar Gelme Niyeti



Katılımcıların %51'i Kastamonu'ya "yüksek ihtimalle" tekrar geleceğini belirtmiştir. "Kesinlikle gelirim" diyen ziyaretçilerin oranı %25, "Belki tekrar gelirim" diyenlerin oranı %20,8'dir. "Tekrar gelmem uzak

ihimal" veya "imkansız" diyen katılımcıların oranı toplamda %2,5'dur. Sonuçlar ışığında, Kastamonu Destinasyonu'nun kemikleşme potansiyeli yüksek bir pazarı olduğu anlaşılmaktadır.

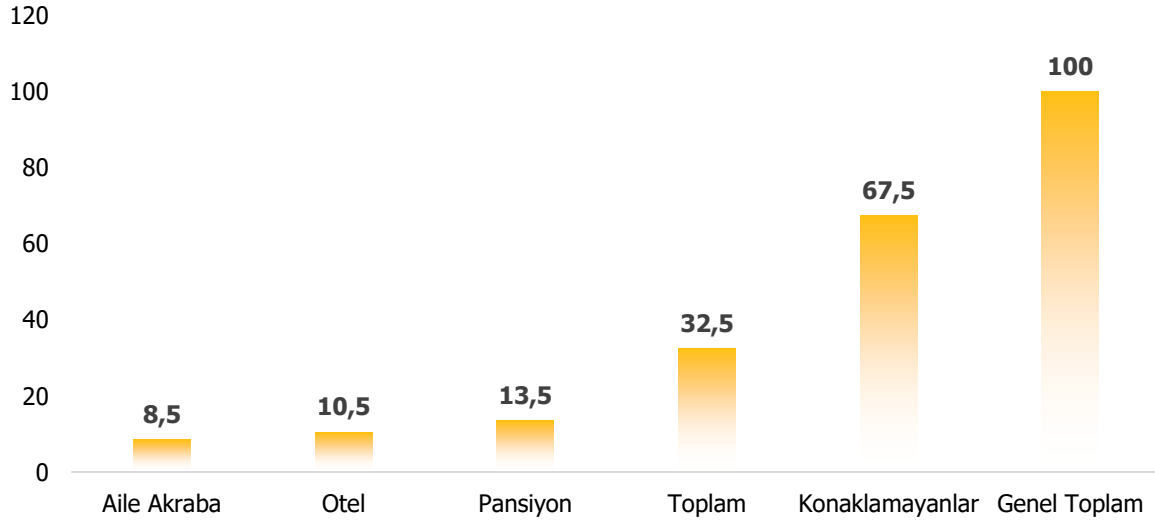
2.11. Seyahat Kapsamında İlde Geçirilen Süre ve Konaklama Şekli

Tablo 3: Kastamonu Destinasyonu'nda Geçirilen Süre

Destinasyonda Geçirilen Süre	Sayı	Yüzde
1-2 Saat	53	13,3
1/2 Gün	54	13,5
Tam gün	217	54,3
1 gece-2 gün	19	4,8
2 gece-3 gün	17	4,3
4-6 gün	6	1,5
1 haftadan fazla	34	8,5
Toplam	400	100,0

Katılımcıların ilde kalma süreleri değerlendirildiğinde, ziyaretçilerin yarısından fazlasının (%54) şehirde tam gün geçirdiği görülmüştür. 1-2 saat geçiren ve 1-2 gün arasında şehirde kalan katılımcı oranı %13 bandındadır. Ziyareti 1 haftadan uzun süren kişilerin oranı ise %8'dir. Şehirde 1 gece-2 gün ve 2 gece-3 gün kalan katılımcıların oranı %4, ziyaret süresi 4-6 gün olanların oranı ise %1,5'tir. Kastamonu iline ziyaret gerçekleştiren katılımcıların büyük bir çoğunluğunun ziyaret süresi tam gündür. 4-6 gün arasında seyahat tercihinde bulunan katılımcılar ise, sıralamanın sonunda yer almıştır.

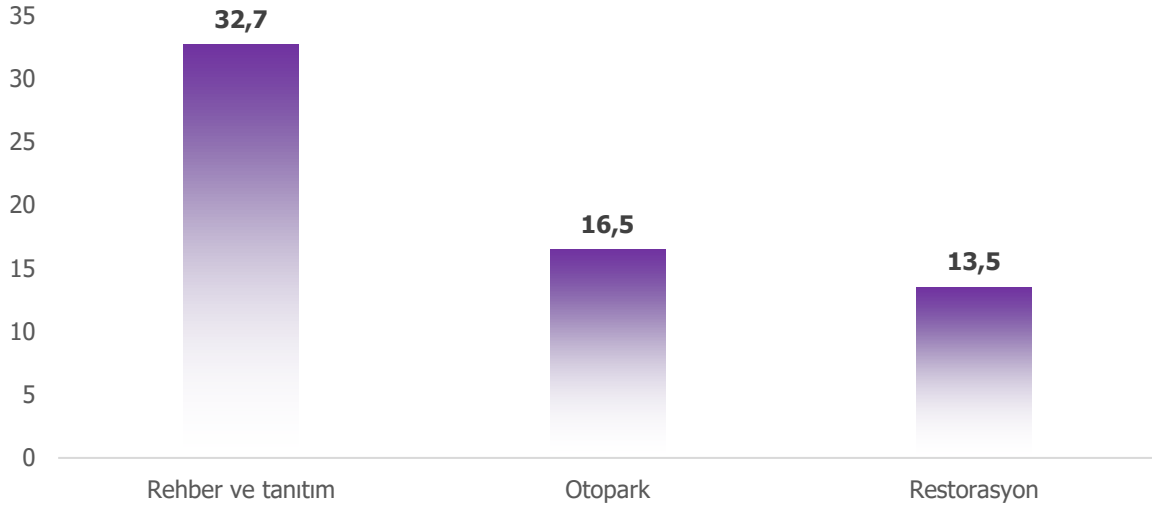
Grafik 8: Katılımcıların Konaklama Şekli



Kastamonu'ya gelenlerin büyük çoğunluğunun (%67) konaklamayı tercih etmediği görülmektedir. Turistlerin ise %13,5'i pansiyonda, %10,5'i otelde kaldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %8,5'i ise konaklamayı aile ve akrabalarında yapmayı tercih etmiştir. Şehrin ziyaretçi hareketliliği, turist hareketliliğine göre oldukça fazladır.

2.12. Katılımcıların Gözüyle İlin En Büyük Sorunları

Grafik 9: Destinasyon Kastamonu'nun En Büyük 3 Sorunu



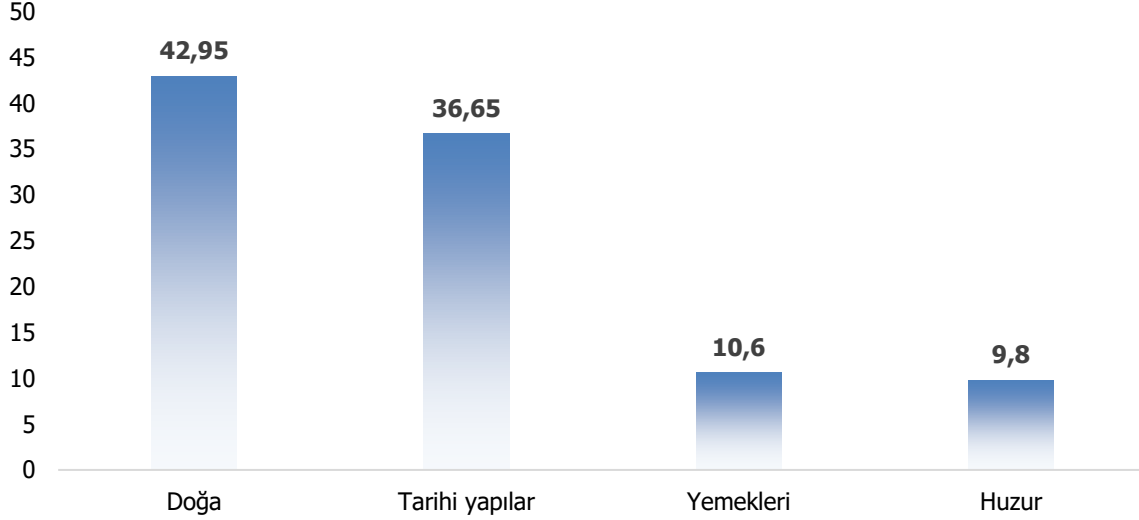
Tablo 4: Katılımcıların İfade Ettikleri Diğer Sorunların Yüzdeler Karşılıkları

Sorunlar	Sayı	Yüzde
Rehber ve tanıtım	87	32,7
Otopark	44	16,5
Restorasyon	36	13,5
Teleferik	14	5,3
Ulaşım	14	5,3
Mimari ve kentleşme	12	4,5
Temizlik	12	4,5
Düzensizlik	11	4,1
Navigasyon ve tabelalar	10	3,8
Sosyal faaliyetler yetersiz	9	3,4
Pahalı	6	2,3
Kafe - Restoran yetersiz	5	1,9
Yollar	5	1,9
Eğitimsizlik	1	0,4
Toplam	266	100,0

Katılımcıların yaklaşık %33'üne göre ilin en büyük sorunu, rehber ve tanıtımdır. Otopark diyen kişi oranı yaklaşık %17 olup, bunu %13,5 oranı ile restorasyon izlemektedir. Ziyaretçiler tarafından ilin en büyük sorunu olarak ifade edilen diğer unsurlar (teleferik, ulaşım, mimari ve kentleşme, temizlik, düzensizlik, navigasyon ve tabelalar, sosyal faaliyetler yetersiz, pahalı, kafe restoran yetersiz, yollar), birbirine yakın değerler ile karşımıza çıkmaktadır. Eğitimsizlik, çok az katılımcı tarafından ilin en büyük sorunu olarak ifade edilmiştir.

2.13. İlin En Sevilen Özelliği

Grafik 10: İlin En Sevilen Özelliği



Katılımcıların %42,95'ine göre ilin en sevilen özelliği doğasıdır. Bu yanıtı, %36,65 gibi bir oranla tarihi yapılar izlemektedir. Şehrin yemeklerini ve huzurlu olmasını, en sevdikleri özellik olarak ifade eden ziyaretçilerin oranı toplamda %20,4'tür.

2.14. Şehrin Gelişimi İçin Yöneticilere Öneriler

Tablo 5: Şehrin Gelişimi İçin Yöneticilere Öneriler

Yöneticilere Öneriler	Sayı	Yüzde
Rehberlik ve tanıtım hizmetleri	40	43,0
Yollar düzeltilmeli	11	11,8
Otopark sorunu çözülsün	10	10,8
Restorasyon	9	9,7
Teleferik	9	9,7
Bakımsızlık	6	6,5
Eğlence mekânları yetersiz	5	5,4
Trafik sorunu	3	3,2
Toplam	93	100,0

Araştırmaya katılanlardan şehrin gelişimi için öneride bulunmaları istenmiştir. Katılımcıların %43'ü rehberlik ve tanıtım hizmetlerinin iyileştirilmesi önerisinde bulunmuştur. Yolların düzeltilmesini öneren katılımcıların oranı yaklaşık %12, otopark sorununun çözülmesini isteyenlerin oranı %10,8'dir. Teleferik ve restorasyon konusunda önerilerde bulunan katılımcı oranı aynı olup, bu oran %9,7'dir. Bakımsızlık konusunda çalışma yapılmasını önerenlerin oranı %6,5, eğlence mekânlarının yetersiz olduğunu belirten katılımcıların oranı ise %5 olarak görülmektedir. %3,2 oranında katılımcı, yöneticilere trafik sorunu konusunda çalışılması gerektiğini ifade etmiştir.

2.15. Çeşitli Unsurlar Bakımından Mevcut Durumun Değerlendirilmesi

Tablo 6: Çeşitli Unsurlar Bakımından Mevcut Durumun Değerlendirilmesi

Mevcut Durumun Değerlendirilmesi	Sayı	Puan	Yüzde
Doğal güzellikler	400	4,4	88,0
Kültürel ve tarihi çekicilikler	398	4,3	85,4
Şehrin temizliği	391	4,1	81,7
Şehrin güvenliği	233	4,0	80,6
Yerel halkın genel tutumu	390	3,9	78,6
Yöresel hediyelik eşya çeşitliliği/kalitesi	300	3,9	77,7
Şehir içi bilgilendirme ve yönlendirme levhaları	393	3,9	77,3
Yeme-içme hizmetleri (Kafe & Restoran vb.)	375	3,8	75,5
Şehir içi trafik	358	3,7	74,9
Şehir içi toplu ulaşım hizmetleri	219	3,6	72,2
Şehirde sunulan hizmet/imekânların fiyat düzeyi	384	3,6	71,9
Konaklama hizmetleri	97	3,6	71,5
Ziyaret edilen yerlerdeki sıcak nokta hizmetleri (WC, lavabo, mescit vs.)	245	3,5	70,0
Plaj/ deniz imekânları ve temizliği	98	3,4	68,8
Dışarıda yapılabilecek faaliyetlerin çeşitliliği (boş zaman aktivitesi)	177	3,2	64,5
Otopark imekânları	338	3,0	60,7
Yararlı turistik bilgilere ulaşılabilirlik	263	3,0	60,6
Yerel rehberlik hizmetleri	46	2,8	55,2
Ortalama		3,9	77,4

Doğal güzellikler, kültürel ve tarihi çekicilikler, şehrin temizliği ve güvenliği, katılımcılar tarafından yeterlilik düzeyi en yüksek olan unsurlar olarak görülmektedir.

Katılımcıların %70-78'i tarafından yeterli düzeyde görülen unsurlar şunlardır;

- Ziyaret edilen yerlerdeki sıcak nokta hizmetleri
- Konaklama hizmetleri
- Şehirde sunulan hizmet/imekânların fiyat düzeyi
- Şehir içi toplu taşıma hizmetleri
- Şehir içi trafik
- Yeme-içme hizmetleri (Kafe & Restoran vb.)
- Şehir içi bilgilendirme ve yönlendirme levhaları
- Yöresel hediyelik eşya çeşitliliği/kalitesi
- Yerel halkın genel tutumu

%60-69 oranında katılımcı tarafından yeterli düzeyde görülen unsurlar ise şunlardır;

- Yararlı turistik bilgilere ulaşılabilirlik
- Otopark imekânları
- Dışarıda yapılabilecek faaliyetlerin çeşitliliği
- Plaj/deniz imekânları ve çeşitliliği

En az düzeyde yeterli bulunan unsur, %55 ile yerel rehberlik hizmetleri olarak bulunmuştur.

2.16. Genel Memnuniyet Düzeyi

Şekil 3: Katılımcıların Genel Memnuniyet Oranı

**“Genel memnuniyet düzeyim yüksektir”
diyene katılımcıların oranı, %84 olarak gerçekleşmiştir.**

Kastamonu iline yaptıkları seyahate 10 üzerinden memnuniyet puanı veren katılımcıların büyük çoğunluğunun (yaklaşık %85) genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

3. SONUÇ

Bu çalışmada, Destinasyon Kastamonu'nun ziyaretçi ve turist gözünden beklenti ve memnuniyet düzeyi ortaya konmuştur. Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Ağırlıklı olarak Kastamonu merkezde muhtelif cadde, sokak, tarihi mekanlar, otel ve restoranlarda olmak üzere, tablet üzerinden dijital olarak uygulanan ankete toplam 400 katılımcı cevap vermiştir.

(i) Ziyaretçilerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?

Katılımcıların %57,8'i 25-44 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım göstermiş yaş grubu ise %4 ile 65 yaş üstü kişilerdir. Müşteri profilinin ağırlıklı olarak X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür. Katılımcıların %39,8'i Lisans, %17'si Ortaöğretim, %8'i Önlisans, %4,3'ü Lisansüstü eğitim almıştır. Katılımcıların %84,6'sı Kastamonu, Ankara, İstanbul ve Karabük'te yaşamaktadır. Kastamonu'da yaşayan ziyaretçiler dışında, alan hareketliliğinin kaynağını, ağırlıklı olarak Ankara, İstanbul ve çevre illerden gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır.

Katılımcıların neredeyse yarısının çocuklu aileler olduğu görülmüştür. Yüzdeler sıralamada çift olarak seyahat etmeyi tercih edenlerin oranının %35 ile ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Arkadaşları ile seyahat edenler, segmentasyonun üçüncü grubunu oluşturmaktadır. Son sırada ise %2,5 ile yalnız seyahat edenler bulunmaktadır.

Katılımcıların yarısından fazlasının (%55) seyahat rotası, il merkezi ve ilçeler, yaklaşık %37'sinin rotası ise yalnızca il merkezidir. Başka şehirleri de kapsayan bir rotanın bir parçası olarak Kastamonu'yu ziyaret eden katılımcıların oranı %8,3'tür.

(ii) Katılımcılar unsura hangi amaçla ve ne sıklıkla gelmektedir?

Kastamonu Destinasyon beklenti ve memnuniyet araştırmasına katılanların neredeyse tamamı (%97) tarihi mekânları ziyaret amacıyla geldiğini belirtmiş, %83 gibi büyük bir çoğunluğu da doğal güzellikleri görmek amacıyla ziyaret ettiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %36'sı Kastamonu'ya dinlenme amacıyla, %20'si ise deniz/kum/güneş tatili amacıyla gelmiştir. Akriba, eş, dost ziyareti yapmak için Kastamonu'ya gelen katılımcı oranı, yaklaşık %19'dur. İnanç turizminin oranı %11, iş seyahati için şehre gelen katılımcıların oranı %2,3'tür. Gece hayatı amacıyla şehri ziyaret eden katılımcıların oranı %0,8'dir. Katılımcıların seyahat motivasyonlarına bakıldığında, Kastamonu'nun tarihi mekânları ve doğal güzellikleri ile ön plana çıktığı görülmektedir. Seyahat motivasyonuna ilişkin İş seyahati ve gece hayatı gibi sebepler, en az düzeyde etkili olabilmektedir.

Katılımcıların yarısından fazlası (yaklaşık %55), şehre ilk kez geldiklerini belirtmiştir. Kastamonu'ya 2 kez gelenlerin oranı %16,3, şehre 3 kez gelen ziyaretçi oranı %14'tür. Ziyaret sayısı 5 veya daha fazla olan katılımcıların oranı yaklaşık %12,8, 4 kez gelenlerin oranı ise %2,3'tür.

(iii) Konaklamayı tercih eden ziyaretçiler, bölgede ortalama kaç gün kalmaktadır?

Katılımcıların ilde kalma süreleri değerlendirildiğinde, ziyaretçilerin yarısından fazlasının (%54) şehirde tam gün geçirdiği görülmüştür. 1-2 saat geçiren ve 1-2 gün arasında şehirde kalan katılımcı oranı %13 bandındadır. Ziyareti 1 haftadan uzun süren kişilerin oranı ise %8'dir. Şehirde 1 gece-2 gün ve 2 gece-3 gün kalan katılımcıların oranı %4, ziyaret süresi 4-6 gün olanların oranı ise %1,5'tir. Kastamonu iline ziyaret gerçekleştiren katılımcıların büyük bir çoğunluğunun ziyaret süresi tam gündür. 4-6 gün arasında seyahat tercihinde bulunan katılımcılar ise, sıralamanın sonunda yer almıştır.

Katılımcıların ilde kalma süreleri değerlendirildiğinde, ziyaretçilerin yarısından fazlasının (%54) şehirde tam gün geçirdiği görülmüştür. 1-2 saat geçiren ve 1-2 gün arasında şehirde kalan katılımcı oranı %13 bandındadır. Ziyareti 1 haftadan uzun süren kişilerin oranı ise %8'dir. Şehirde 1 gece-2 gün ve 2 gece-3 gün kalan katılımcıların oranı %4, ziyaret süresi 4-6 gün olanların oranı ise %1,5'tir. Kastamonu iline ziyaret gerçekleştiren katılımcıların büyük bir çoğunluğunun ziyaret süresi tam gündür. 4-6 gün arasında seyahat tercihinde bulunan katılımcılar ise, sıralamanın sonunda yer almıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%67) konaklamayı tercih etmediği görülmektedir. Turistlerin ise %13,5'i pansiyonda, %10,5'i otelde kaldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %8,5'i ise konaklamayı aile ve akrabalarında yapmayı tercih etmiştir. Şehrin ziyaretçi hareketliliği, turist hareketliliğine göre oldukça fazladır.

(iv) Katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetleri ne düzeydedir?

Katılımcıların %51'i Kastamonu'ya "yüksek ihtimalle" tekrar geleceğini belirtmiştir. "Kesinlikle gelirim" diyen ziyaretçilerin oranı %25, "Belki tekrar gelirim" diyenlerin oranı %20,8'dir. "Tekrar gelmem uzak ihtimal" veya "imkansız" diyen katılımcıların oranı toplamda %2,5'dur. Sonuçlar ışığında, Kastamonu Destinasyonu'nun kemikleşme potansiyeli yüksek bir pazarı olduğu anlaşılmaktadır.

(v) Katılımcılar mevcut turistik arzda hangi noktaların yetersiz olduğunu düşünmektedir?

Katılımcıların yaklaşık %33'üne göre ilin en büyük sorunu, rehber ve tanıtımdır. Otopark diyen kişi oranı yaklaşık %17 olup, bunu %13,5 oranı ile restorasyon izlemektedir. Ziyaretçiler tarafından ilin en büyük sorunu olarak ifade edilen diğer unsurlar (teleferik, ulaşım, mimari ve kentleşme, temizlik, düzensizlik, navigasyon ve tabelalar, sosyal faaliyetler yetersiz, pahalı, kafe restoran yetersiz, yollar), birbirine yakın değerler ile karşımıza çıkmaktadır. Eğitimsizlik, çok az katılımcı tarafından ilin en büyük sorunu olarak ifade edilmiştir.

(vi) Katılımcıların gözünden Kastamonu Destinasyonu'nun genel memnuniyet düzeyi nedir?

Kastamonu iline yaptıkları seyahate 10 üzerinden memnuniyet puanı veren katılımcıların büyük çoğunluğunun (yaklaşık %85) genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

Saruhan, Ş. C., & Özdemirci, A. (2013-2020). *Bilim Felsefe ve Metodoloji*. Beta Basım Yayın.
Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

<https://www.ktb.gov.tr/>

<https://www.kuzka.gov.tr>.

<http://www.tuik.gov.tr>.

<http://www.turkpsikiyatri.org/>

DEĞERLENDİRME / NOTLAR
