



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



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

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

KASTAMONU KONAKLAMA TESİSLERİ BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI





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



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

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

KASTAMONU KONAKLAMA TESİSLERİ BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

2021

www.kuzka.gov.tr

Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanmıştır.

Belge No : 2021-RP-14/137
Revizyon No : -
Revizyon Tarihi : -
ISBN : 978-605-9635-77-6
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 turiste 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
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 Konaklama Nedeni	5
2.5. Katılımcıların Yerleşim Yeri	6
2.6. Konaklama Tesislerinde En Çok Beğenilen Ögeler	6
2.7. Konaklama Tesisinde En Az Beğenilen Ögeler.....	7
2.8. Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı	8
2.9. Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu.....	8
2.10. Katılımcıların Geceleme Sayıları.....	9
2.11. Rezervasyon Şekli.....	9
2.12. Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi	10
2.13. Katılımcıların Genel Memnuniyet Düzeyi	10
2.14. Genel Bulguların Özeti	11
3. SONUÇ	13
KAYNAKÇA.....	14

GRAFİKLER

Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı	4
Grafik 2: Katılımcıların Konaklama Nedeni	5
Grafik 3: Katılımcıların Yerleşim Yeri	6
Grafik 4: Katılımcıların İfadelerine Göre En Çok Beğenilen Öğeler	6
Grafik 5: Katılımcıların İfadelerine Göre En Az Beğenilen Öğeler	7
Grafik 6: Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı	8
Grafik 7: Katılımcıların Geceleme Sayıları.....	9
Grafik 8: Rezervasyon Şekli.....	9

TABLolar

Tablo 1: Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu	8
Tablo 2: Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi.....	10

ŞEKİLLER

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı	3
Şekil 2: Yaş Dağılımı	4
Şekil 3: Katılımcıların Genel Memnuniyet Düzeyi	11

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'da bulunan konaklama tesislerine gelmiş turistlerin beklenti ve memnuniyetlerinin konaklama tesisleri özelinde belirlenmesi, unsur özelinde turistik deneyimin nasıl algılandığı ve turistik arzın tekrar gelme niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi, temel amaçlarını 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

Unsur 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 17 soru bulunmaktadır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci kısımda; mevcut donatı ve hizmetin katılımcı gözünde beklenti ve memnuniyet düzeyini ne ölçüde karşıladığını ortaya koymayı amaçlayan ifadeler yer verilmiştir. İkinci kısımda; geceleme sayısı, en fazla ve en beğenilen öğeler, varsa memnun edici ek hizmetler ve rezervasyon şekli gibi başlıklar yer almaktadır. Anketin 5 soruluk son kısmında; katılımcıların yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, konaklama nedeni ve ikametgâh gibi demografik yapıyı belirlemeye yönelik değişkenlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

1.5. Veri Toplama Aracı

Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. 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) Turistlerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?
- (ii) Turistlerin seyahat öncesi bilgi edindikleri kaynaklar nelerdir?
- (iii) Turistler tesislere hangi amaçla gelmektedir?
- (iv) Turistler tesislerde ortalama kaç gün kalmaktadır?
- (v) Turistlerin tesisleri tekrar ziyaret etme niyetleri ne düzeydedir?
- (vi) Turistlerin tesisleri yakınlarına ve arkadaşlarına tavsiye etme yönündeki düşünceleri nedir?
- (vii) Turistlerin mevcut turistik arzda yetersiz olduğunu düşündüğü kısım var mıdır?

1.7. Evren ve Örneklem

Anketin hedef kitlesini, Kastamonu'da yer alan otellere turistik deneyim için en az bir kez gelmiş turistler oluşturmaktadır. Tablet üzerinden dijital olarak uygulanan ankete toplam 202 katılımcı cevap vermiştir.

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 konaklama nedeni, rezervasyon şekli, kaçınıcı kez ziyaret ettiği, geceleme sayıları, en çok ve en az beğendiği öğeler, deneyim sırasında katılımcıların en çok eksikliğini hissettiği donatı elemanları, beklentilerin ötesindeki ek hizmetlerin varlığı, memnuniyet düzeyi gibi konulara ilişkin genel sonuçlar, bu kısımda ele alınmıştır.

2.1. Cinsiyet Dağılımı

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı



2.2. Yaş Dağılımı

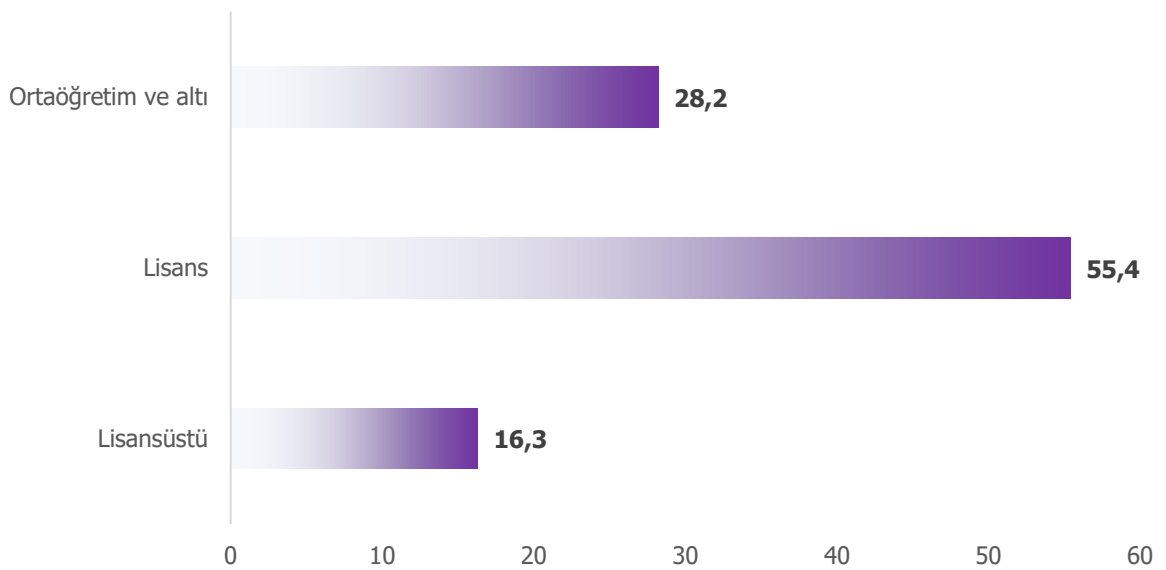
Şekil 2: Yaş Dağılımı



Katılımcıların %64,1'i 25-44 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %0,5 ile 65 yaş üstü katılımcı tarafından gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı olarak turistik hareketliliğin X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür.

2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı

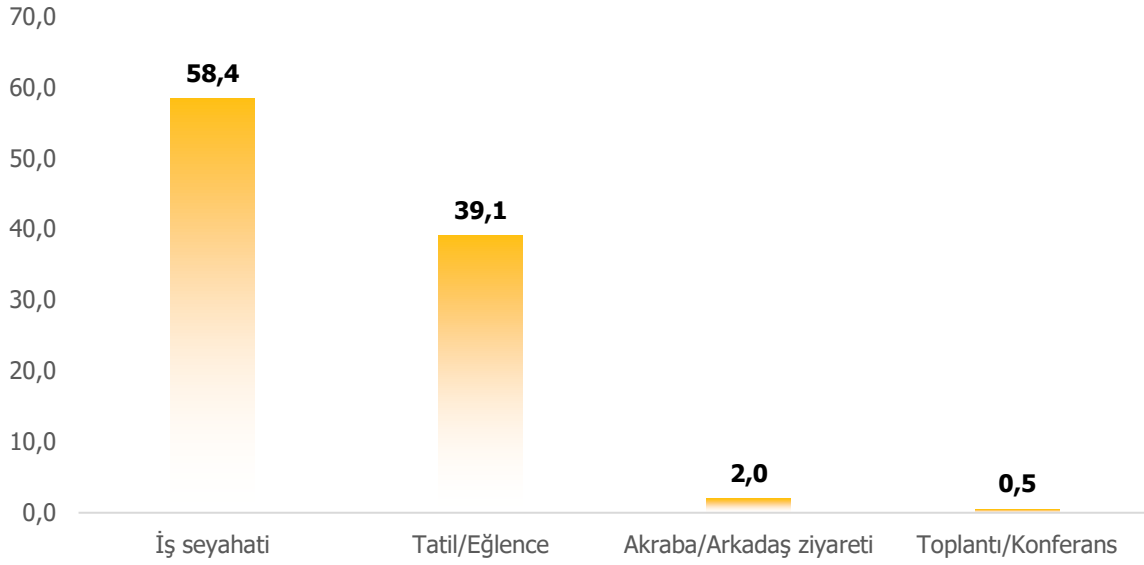
Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı



Katılımcıların %55,4'ü Lisans, %28,2'si Ortaöğretim ve altı, %16,3'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. Buradan hareketle, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki kişilerin bölgedeki konaklama tesislerini tercih etme eğilimlerinin daha güçlü olduğu değerlendirilmektedir.

2.4. Katılımcıların Konaklama Nedeni

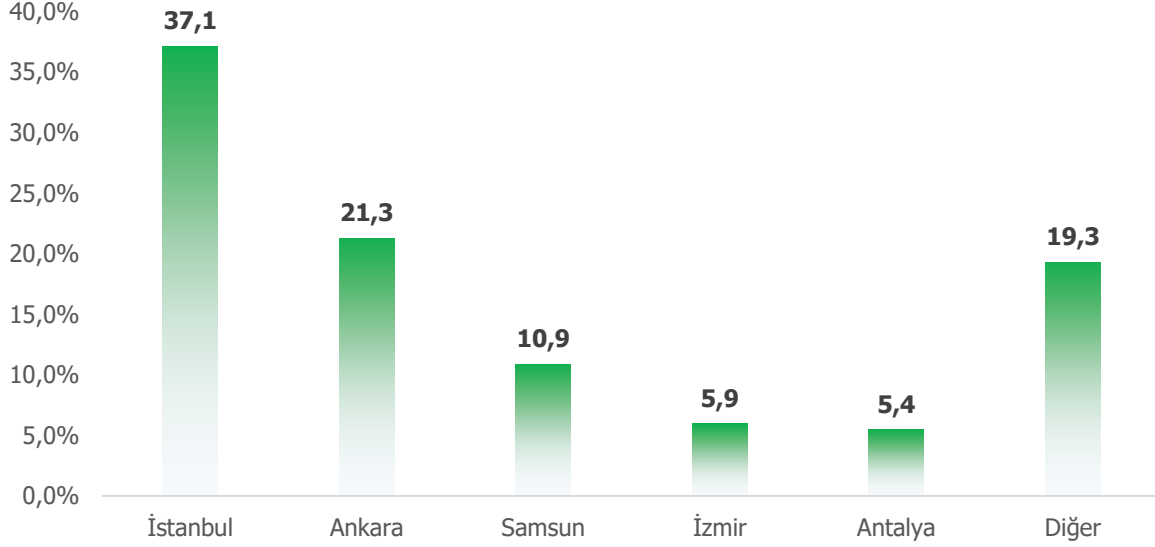
Grafik 2: Katılımcıların Konaklama Nedeni



Konaklama tesislerinin, ağırlıklı olarak iş seyahati nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Tatil/Eğlence nedeniyle tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise, yüzdeler sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır. Tatil ve eğlence için gelenlerin ikinci basamakta yer almasının öncelikli nedeni, anketlerin pandemi döneminde yapılmış olmasıdır.

2.5. Katılımcıların Yerleşim Yeri

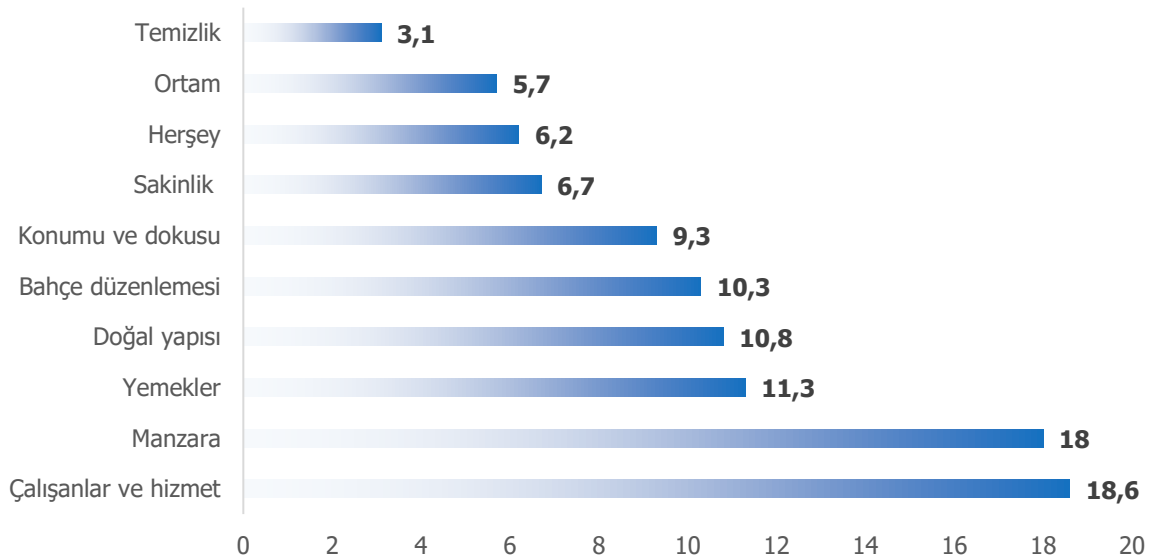
Grafik 3: Katılımcıların Yerleşim Yeri



Katılımcıların %37,1'i İstanbul'da ikamet etmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğunun önemli bir kısmını oluşturan Ankara, yüzdeler sıralamada %21,3 ile ikinci sıradadır. Samsun, İzmir ve Antalya illerinden gelenlerin oranı %22,2'dir. Diğer illerden gelenlerin oranı ise %19,3 olarak belirlenmiştir.

2.6. Konaklama Tesislerinde En Çok Beğenilen Ögeler

Grafik 4: Katılımcıların İfadelerine Göre En Çok Beğenilen Ögeler

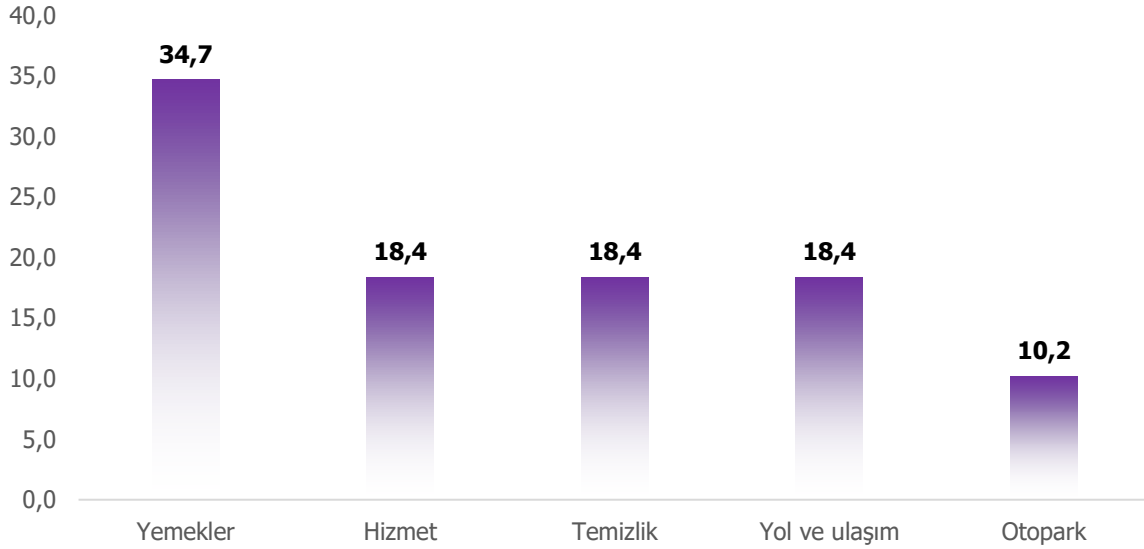


Katılımcılardan kendi ifadeleri ile en çok beğendikleri öğeleri ifade etmeleri istenmiştir. Konaklama tesislerine gelen turistlerin büyük bir kısmının, hizmet personelinin yeterliliği, istekliliği ve şehrin sunduğu

manzara deneyimini en beğenilen ögeler olarak tanımladığı görülmektedir. Daha sonra yemeklerin, şehrin doğal yapısının, tesislerin konumu, dokusu ve peyzaj düzenlemelerinin katılımcıların memnuniyetleri üzerinde belirleyici olduğu görülmüştür. Tesislerin sunduğu sakinlik ve temizlik ise, azalan oranlarda memnuniyet üzerinde etkilidir.

2.7. Konaklama Tesisinde En Az Beğenilen Ögeler

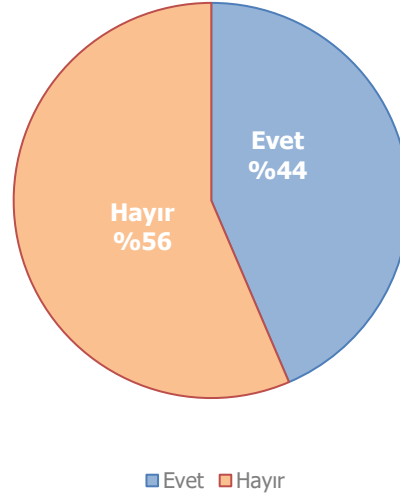
Grafik 5: Katılımcıların İfadelerine Göre En Az Beğenilen Ögeler



Katılımcıların bir kısmı için en az beğenilen ögelerin başında yemekler gelmektedir. Daha sonra, birbirine yakın oranlarla hizmet kalitesi, temizlik ve ulaşım yanıtları elde edilmiştir. Son sırada ise %10,2 ile otopark eksikliğinin memnuniyet üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. En beğenilen ögeler ile en az beğenilenler arasında benzer cevapların bulunması, müşteri beklentilerinin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için olumsuz yorumlara dikkat etmenin elzem olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, servis kabiliyetinin iyileştirilmesine yönelik sonuç odaklı eğitimlere ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu ihtiyacı gidermek üzere Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı'nın özel işletmelere yönelik ücretsiz eğitim programları bulunmaktadır.

2.8. Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı

Grafik 6: Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı



Ziyaretçilerin çoğunluğu, beklentilerin ötesinde memnun edici ek hizmet almadıklarını ifade etmektedir. Tesislerin, müşteri sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu bilinen bu tür ek hizmetler ile rekabet güçlerini artırmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle, müşteri ilişkileri yönetiminin profesyonel biçimde ele alınarak ufak değişiklikler ile fark yaratılabileceği düşünülmektedir. Örneğin; check-in öncesi sıcak havlu ve içecek ikramı, odalara bırakılacak isme özel kartlar veya atıştırmalıklar ya da çocuklu aileler için odalara oyuncak bırakılması, müşteri tercihlerinin bir sonraki ziyaretlerinde kullanılmak üzere kayıt altına alınması gibi müşteri segmentasyonuna göre sayısı artırılacak ufak düzenlemeler ile memnuniyet oranının yükseltilebileceği değerlendirilmektedir.

Müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olabilecek bir diğer konu ise, tesisin kurumsal kimliğinin yönetimidir. Sürdürülebilir çevre farkındalığına sahip ve yerel üreticilere katkı sağlayan tesislerin müşteriler üzerinde olumlu bir etki bırakacağı unutulmamalıdır.

2.9. Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu

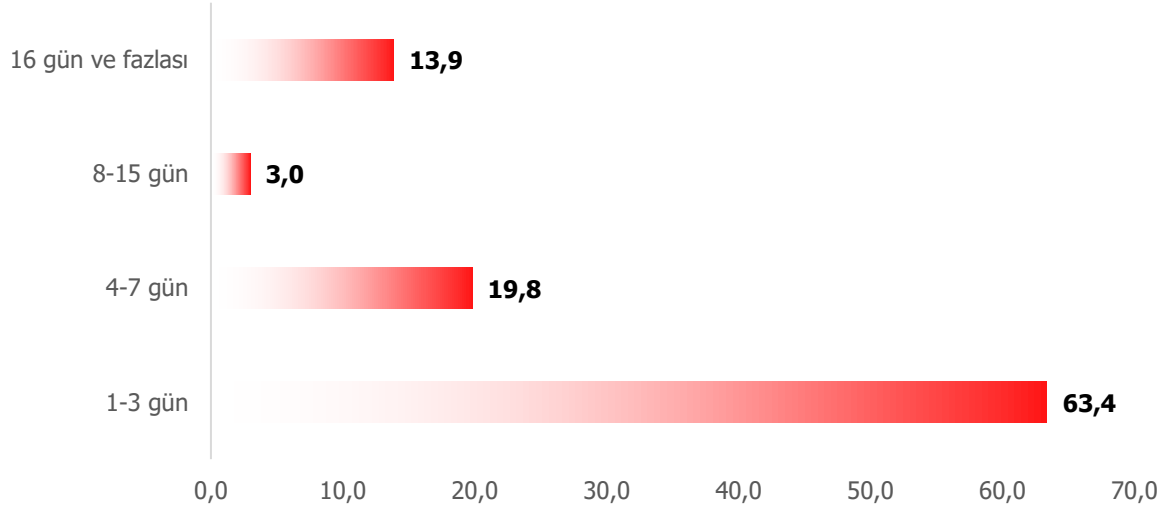
Tablo 1: Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu

Tesislere gelme durumu	SAYI	YÜZDE
Evet	90	44,6
Hayır	112	55,4
Toplam	202	100,0

Konaklama tesislerine gelen katılımcıların %55,4'ü ilk kez gelen turistlerden oluşmaktadır. Yeni gelenlerin oranının daha fazla olması, bölge potansiyelinin yüksek olduğunu düşündürmektedir.

2.10. Katılımcıların Geceleme Sayıları

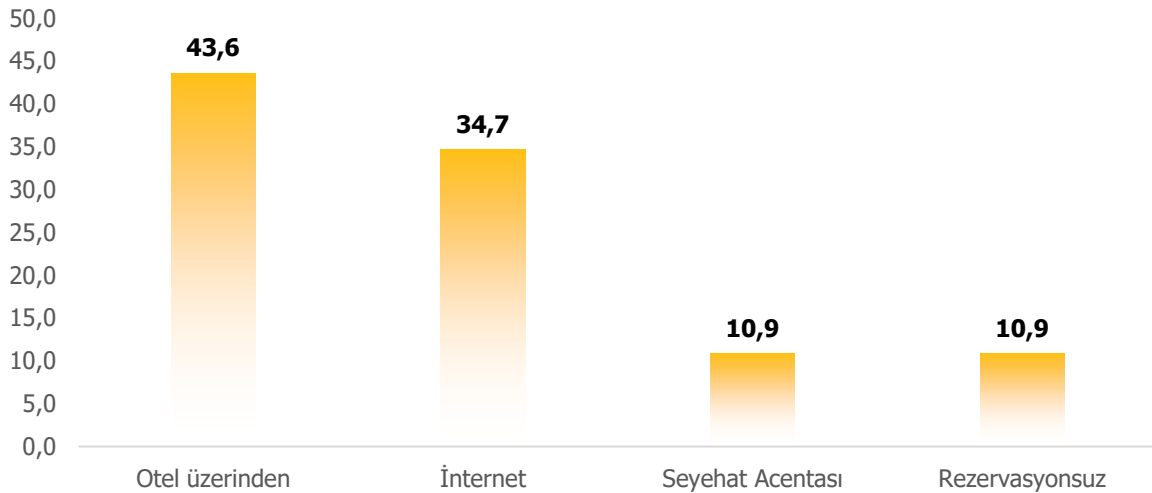
Grafik 7: Katılımcıların Geceleme Sayıları



Katılımcıların büyük kısmı, 1-3 gecelik konaklama seçeneğini tercih etmiştir. Konaklama süresi 4-7 gün olan katılımcı oranı %20 olup, 16 gün ve daha fazla konaklayanların oranı ise yaklaşık %14'tür. En düşük oranda (%3) tercih edilen zaman dilimi, 8-15 gündür. Tesislerdeki konaklama sayılarını artırabilmek için çeşitli reklam ve pazarlama faaliyetlerine, konaklama sürelerinin artırılması için etkinliklerin zenginleşmesine ihtiyaç vardır.

2.11. Rezervasyon Şekli

Grafik 8: Rezervasyon Şekli



Katılımcıların çoğunluğunun, rezervasyonlarını otellerin internet sayfası üzerinden veya telefon ile yaptıkları görülmektedir. Yüzdeler diliminde ikinci sırada ise, internet üzerinden rezervasyon yapanlar gelmektedir. Seyahat acenteleri üzerinden ve rezervasyonsuz olarak gelenlerin oranı ise toplam %21,8'dir.

2.12. Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi

Tablo 2: Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesislerinin Değerlendirilmesi

Genel İfadeler	SAYI	PUAN	YÜZDE
Genel olarak konaklama deneyiminden memnun kaldım.	202	4,3	85,6
Konakladığım tesise tekrar gelmeyi düşünürüm.	202	4,3	85,6
Giriş çıkış işlemleri hızlı ve hatasız yapıldı.	202	4,3	86,2
Standart hizmetin dışında ayrıca bir ihtiyacımız olup olmadığı soruldu.	202	3,9	78,2
Oda zamanında ve temiz biçimde teslim edildi.	202	4,3	85,6
Oda temizliği ve çarşaf değişimi günlük olarak yapıldı.	202	4,2	84,9
Oda donanımı yeterliydi.	202	4,0	79,5
Yiyecek ve içecekler kaliteliydi.	202	4,0	79,4
Menüde yerel yiyecek ve içeceklere yer verilmişti.	202	3,8	76,2
Menüde vejetaryen yemeklerin olması benim için önemlidir.	202	3,4	68,2
Çalışanların tavırları içten ve sıcaktı.	202	4,3	85,9
Çalışanların hizmet kalitesi yeterliydi.	202	4,3	85,5
Konaklama tesisine ödediğim ücrete göre aldığım hizmet yeterliydi.	202	4,0	80,0
Konaklama tesisinin genel fiziki donanımı yeterliydi.	202	4,0	80,4
Ortak alanlar güvenli, temiz ve bakımlıydı.	202	4,1	81,4
Konaklama işletmesinin sorun çözme becerisi yüksekti.	202	4,0	79,6
Şehirdeki turistik faaliyetler ve ulaşım hakkında yeterince bilgi verildi.	202	3,6	71,4
Ortalama		4,0	80,8

Katılımcıların tüm deneyimleri göz önünde bulundurulduğunda, genel memnuniyet düzeyinin %85,6 olduğu görülmektedir. Bu anlamda, Kastamonu'da bulunan konaklama tesislerinin performansının algılanan memnuniyet düzeyi açısından iyi olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, tüm ifadelerin ortalamasına bakıldığında ise, deneyim ortalamasının %80,8 olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Bu sebeple, ortalamaya olumsuz anlamda etki eden standart dışı ek hizmetlerin eksikliği, oda donanımı, yiyecek ve içeceklerin kalitesi, menüde yerel içeceklere yer verilmemesi, işletmenin sorun çözme becerisi, şehirdeki turistik faaliyetler ve ulaşım olanakları ile ilgili bilgilendirme başlıklarında iyileştirmelere ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir.

2.13. Katılımcıların Genel Memnuniyet Düzeyi

Şekil 3: Katılımcıların Genel Memnuniyet Düzeyi

Genel Memnuniyet Düzeyi %85,6'dır.

2.14. Genel Bulguların Özeti

Turistlerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?

Çalışmaya katılan ziyaretçilerin %33,7'si kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında %64,1'lik kısmın 25-44 yaş arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %58,4'ünün yerleşim yeri İstanbul ve Ankara'dır. Veriler eğitim durumuna göre incelendiğinde, en fazla katılımın %55,4 ile lisans mezunları tarafından oluşturulduğu görülmektedir.

Konaklama tesislerinin ağırlıklı olarak X ve Y kuşağı tarafından tercih edildiği görülmüştür.

Turistlerin rezervasyon için kullandıkları kaynaklar nelerdir?

Katılımcıların büyük çoğunluğu, rezervasyonu otel üzerinden yapmaktadır. Yüzdeler sıralamada internet rezervasyonları ikinci basamakta yer almaktadır. Son sırada seyahat acenteleri ve rezervasyonsuz olarak gelen katılımcılar bulunmaktadır.

Geceleme sayısını artırmak için X ve Y kuşağına yönelik internet reklamlarının artırılması ve seyahat acenteleri ile daha etkin iş birliklerinin kurulması önerilmektedir.

Turistler tesislere hangi amaçla gelmektedir?

Katılımcıların %58,4'lük kısmı, iş seyahati nedeniyle tesisleri tercih etmiştir. İkinci sırada ise tatil/eğlence nedeniyle gelenler yer almaktadır. Anketlerin pandemi döneminde yapılmış olmasının sıralamada etkisinin olduğu düşünülmektedir.

Turistler tesislerde ortalama kaç gün kalmaktadır?

Tesislerdeki konaklama sayılarına bakıldığında, 1-3 gün konaklayanların oranının %63,4 olduğu görülmektedir. Yaklaşık %20'lik kısım ise, 4-7 gün konaklamayı tercih etmiştir.

Konaklama tercihinde bulunanların geceleme sayıları düşüktür. Bu sebeple, şehirde daha fazla vakit geçirilmesini sağlayacak etkinliklerin oluşturulması önerilmektedir. Özellikle doğaseverler için ilçeleri de kapsayacak deneyim gücü yüksek etkinlik planlamaları yapmak mümkündür.

Turistlerin tesisleri tekrar ziyaret etme niyetleri ne düzeydedir?

Katılımcıların %44,6'sı tesisleri daha önce de ziyaret etmiştir. Bu durum, katılımcıların tesislerin kalitesine yönelik olumlu bir bakış açısına sahip olduğunu ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek olduğunu göstermekle birlikte, mevcut pazar için geçerlidir.

Turistler, mevcut turistik arzda hangi noktaların yetersiz olduğunu düşünmektedir?

Katılımcıların, oda donanımı, yiyecek ve içeceklerin kalitesi, menüde yerel içeceklere yer verilmemesi, işletmenin sorun çözme becerisi, şehirdeki turistik faaliyetler ve ulaşım olanakları ile ilgili tatmin edici düzeyde bilgilendirme gibi konularda iyileştirme beklediği görülmektedir.

3. SONUÇ

Bu çalışmada, Kastamonu'da bulunan konaklama tesislerine gelmiş turistlerin beklenti ve memnuniyet düzeyi ortaya konmuştur. Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Dijital olarak uygulanan ankete toplam 202 katılımcı cevap vermiştir.

Katılımcıların %64,1'i 25-44 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %0,5 ile 65 yaş üstü katılımcı tarafından gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı olarak turistik hareketliliğin X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür. Katılımcıların %55,4'ü Lisans, %28,2'si Ortaöğretim ve altı, %16,3'ü Lisansüstü eğitim almıştır.

Konaklama tesislerinin, ağırlıklı olarak iş seyahati nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Tatil / Eğlence nedeniyle tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise, yüzdelik sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır. Tatil ve eğlence için gelenlerin ikinci basamakta yer almasının öncelikli nedeni, anketlerin pandemi döneminde yapılmış olmasıdır.

Katılımcıların %37,1'i İstanbul'da ikamet etmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğunun önemli bir kısmını oluşturan Ankara, yüzdelik sıralamada %21,3 ile ikinci sıradadır. Samsun, İzmir ve Antalya illerinden gelenlerin oranı %22,2'dir.

Konaklama tesislerine gelen turistlerin büyük bir kısmının hizmet personelinin yeterliliği, istekliliği ve şehrin sunduğu manzara deneyimini en beğenilen ögeler olarak tanımladığı görülmektedir. Daha sonra yemeklerin, şehrin doğal yapısının, tesislerin konumu, dokusu ve peyzaj düzenlemelerinin katılımcıların memnuniyetleri üzerinde belirleyici olduğu görülmüştür. Tesislerin sunduğu sakinlik ve temizlik ise azalan oranlarda memnuniyet üzerinde etkilidir.

Katılımcıların bir kısmı için en az beğenilen ögelerin başında yemekler gelmektedir. Daha sonra, birbirine yakın oranlarla hizmet kalitesi, temizlik ve ulaşım yanıtları elde edilmiştir. Son sırada ise %10,2 ile otopark eksikliğinin memnuniyet üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. En beğenilen ögeler ile en az beğenilenler arasında benzer cevapların bulunması, müşteri beklentilerinin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için olumsuz yorumlara dikkat etmenin elzem olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, servis kabiliyetinin iyileştirilmesine yönelik sonuç odaklı eğitimlere ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu ihtiyacı gidermek üzere Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı'nın özel işletmelere yönelik ücretsiz eğitim programları bulunmaktadır.

Konaklama tesislerine gelen katılımcıların %55,4'ü ilk kez gelen turistlerden oluşmaktadır. Yeni gelenlerin oranının daha fazla olması, bölge potansiyelinin yüksek olduğunu düşündürmektedir. Katılımcıların büyük kısmı, 1-3 gecelik konaklama seçeneğini tercih etmiştir. Konaklama süresi 4-7 gün olan katılımcı oranı %20 olup, 16 gün ve daha fazla konaklayanların oranı ise yaklaşık %14'tür. En düşük oranda (%3) tercih edilen zaman dilimi, 8-15 gündür. Katılımcıların çoğunluğunun, rezervasyonlarını otellerin internet sayfası üzerinden veya telefon ile yaptıkları görülmektedir. Yüzdelik dilimde ikinci sırada ise internet üzerinden rezervasyon yapanlar gelmektedir.

Katılımcıların tüm deneyimleri göz önünde bulundurulduğunda, genel memnuniyet düzeyinin %85,6 olduğu görülmektedir. Bu anlamda, Kastamonu'da bulunan konaklama tesislerinin performansının algılanan memnuniyet düzeyi açısından iyi olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, tüm ifadelerin ortalamasına bakıldığında, deneyim ortalamasının %80,8 olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Bu sebeple, ortalamaya olumsuz anlamda etki eden standart dışı ek hizmetlerin eksikliği, oda donanımı, yiyecek ve içeceklerin kalitesi, menüde yerel içeceklere yer verilmemesi, işletmenin sorun çözme becerisi, şehirdeki turistik faaliyetler ve ulaşım olanakları ile ilgili bilgilendirme başlıklarında iyileştirmelere ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir.

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.kuzka.gov.tr>.
- <http://www.turkpsikiyatri.org/>
- <http://www.tuik.gov.tr>.
- <https://www.ktb.gov.tr/>



Kuzeykent Mah. Kayın Sk. No:9 37150 / KASTAMONU
Tel.: +90 366 212 58 52 • Faks: +90 366 212 58 55

✉ bilgi@kuzka.gov.tr | www.kuzka.gov.tr

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılmaz



TC_KUZKA



TC KUZKA



tc_kuzka



TC KUZKA