



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



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

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

KASTAMONU YEME-İÇME TESİSLERİ BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI

2021

www.kuzka.gov.tr

Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanmıştır.

Belge No : 2021-RP-12/135
Revizyon No : -
Revizyon Tarihi : -
ISBN : 978-605-9635-78-3
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
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	1
1.7. Evren ve Örneklem.....	2
2. NİCEL BULGULAR	2
2.1. Cinsiyet Dağılımı.....	3
2.2. Yaş Dağılımı.....	4
2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı	4
2.4. Katılımcıların Seyahat Grupları.....	5
2.5. Katılımcıların Yerleşim Yeri	5
2.6. Restoranların Sosyal Medya Hesaplarını Takip Etme Durumu.....	6
2.7. Menüde Yerel Yiyecek ve İçeceklerin Bulunma Durumu	6
2.8. Restoran ile İlgili Çeşitli İfadelere Katılım	7
2.9. Katılımcıların Memnuniyet Oranı	8
2.10. Genel Bulguların Özeti	8
3. SONUÇ	10
KAYNAKÇA.....	12

GRAFİKLER

Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı	4
Grafik 2: Katılımcıların Seyahat Grupları	5
Grafik 3: Katılımcıların Yerleşim Yeri	5
Grafik 4: Restoranların Sosyal Medya Hesaplarını Takip Etme Durumu	6
Grafik 5: Menüde Yerel Yiyecek ve İçeceklerin Bulunma Durumu	6
Grafik 6: Temel İfadelere Katılım Oranları	8

TABLolar

Tablo 1: Temel İfadelere Katılım Oranları	7
-------------------------------------------------	---

ŞEKİLLER

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı	3
Şekil 2: Yaş Dağılımı	4
Şekil 3: Katılımcıların Memnuniyet Oranı	8

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 bazı yeme-içme tesislerine 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, 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 14 soru bulunmaktadır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci kısımda; yiyecek, içecek ve hizmet kalitesini ölçmeye yönelik ifadelerle ilişkin katılımcı yanıtları alınmıştır. İkinci kısımda; tesislerin mevcut donatı elemanlarının beklentiyi ne kadar karşıladığını ortaya koymayı amaçlayan sorular bulunmaktadır. Anketin 7 soruluk son kısmında; katılımcıların yaşı, cinsiyeti, seyahat tercihi 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) Ziyaretçilerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?
- (ii) Doğallık, lezzet, hijyen ve çeşitlilik düşünüldüğünde katılımcıların sunulan yemeklere ilişkin memnuniyet düzeyi nedir?
- (iii) Yerellik, çeşitlilik, servis, lezzet düşünüldüğünde katılımcıların sunulan içeceklere ilişkin memnuniyet düzeyi nedir?
- (iv) Hizmet personelinin servis kabiliyeti, istekliliği ve ilgisi düşünüldüğünde katılımcıların memnuniyet düzeyi nedir?

1.7. Evren ve Örneklem

Anketin hedef kitlesini, Kastamonu'da bulunan yeme-içme tesislerine turistik deneyim için en az bir kez gelmiş turist veya ziyaretçiler oluşturmaktadır. Kastamonu'da faaliyet gösteren yeme içme tesislerinde tablet üzerinden dijital olarak uygulanan ankete toplam 200 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 tesislere ilişkin ulaşım kolaylığı, dekorasyon, konfor, hizmet çeşitliliği, yöresel yiyecek ve içecek çeşitliliği ve pandemi önlemleri ve tesislerin deneyim düzeyi gibi konulara ilişkin genel sonuçlar, bu kısımda ele alınmıştır.

2.1. Cinsiyet Dağılımı

Şekil 1: Cinsiyet Dağılımı



2.2. Yaş Dağılımı

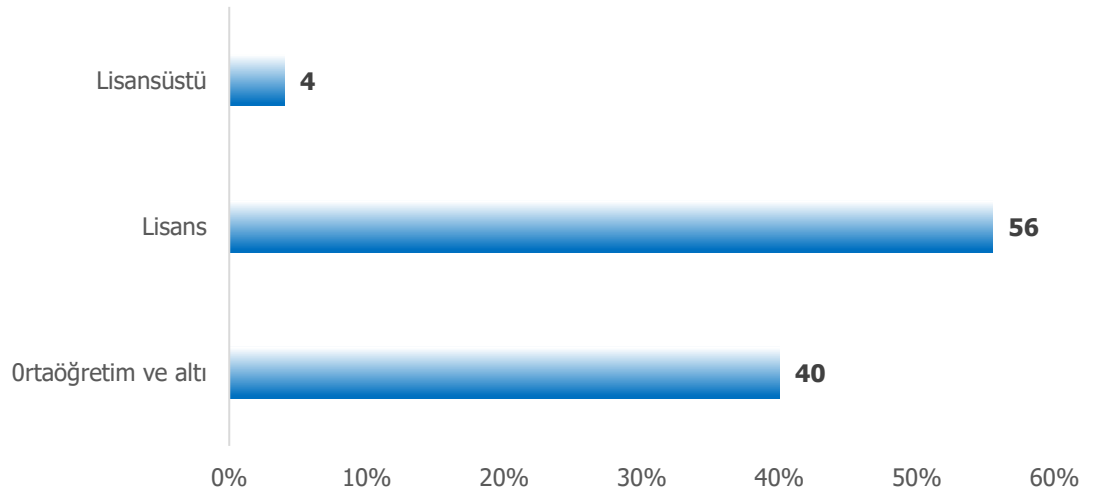
Şekil 2: Yaş Dağılımı



Katılımcıların %64'ü 15-34 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %2,5 ile 55-64 yaş grubu tarafından gerçekleştirilmiştir. Müşteri profilinin ağırlıklı olarak X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür.

2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı

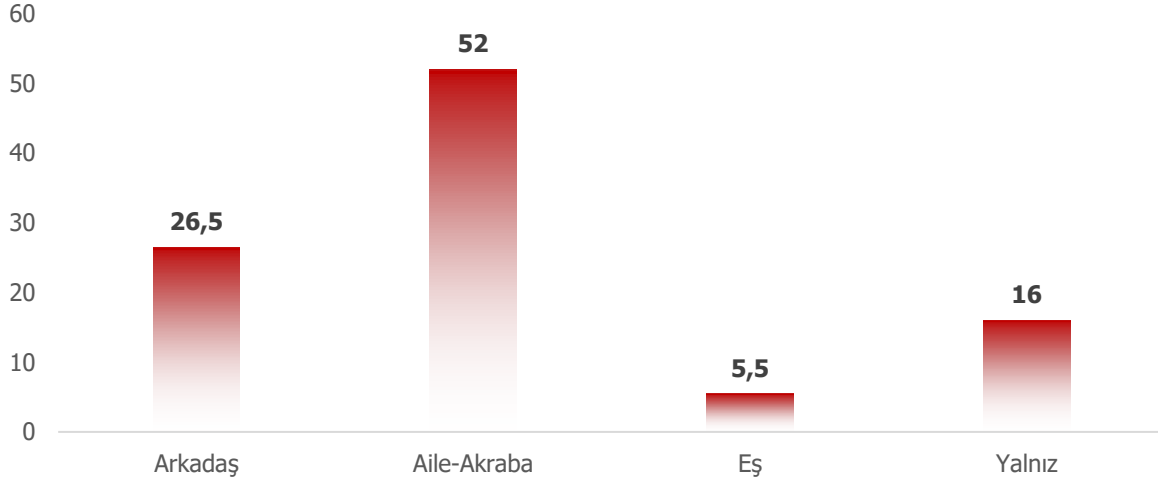
Grafik 1: Öğrenim Durumu Dağılımı



Katılımcıların %56'sı Lisans, %40'ı Ortaöğretim ve altı, %4'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 yeme-içme tesislerini kullanma eğilimlerinin daha güçlü olduğu değerlendirilmektedir.

2.4. Katılımcıların Seyahat Grupları

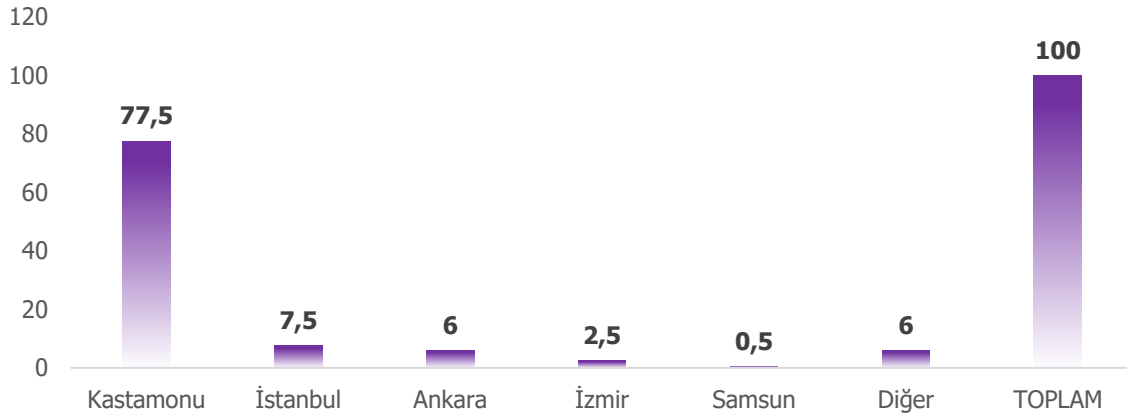
Grafik 2: Katılımcıların Seyahat Grupları



Yeme içme tesislerinin ağırlıklı olarak aileler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Arkadaş grubu ile tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise yüzdeler sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır.

2.5. Katılımcıların Yerleşim Yeri

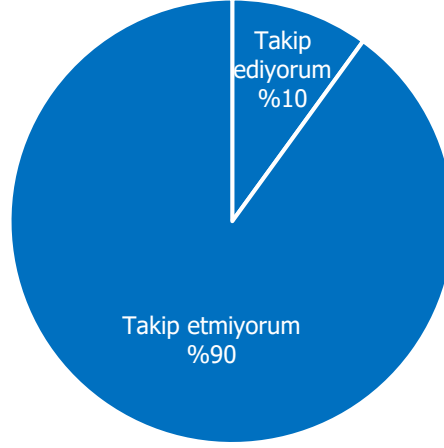
Grafik 3: Katılımcıların Yerleşim Yeri



Katılımcıların %77,5'i Kastamonu'da ikamet etmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğunun önemli bir kısmını oluşturan İstanbul ve Ankara illerinden gelenlerin oranı %13,5'tir. Diğer illerden gelenlerin oranı ise %9 olarak belirlenmiştir.

2.6. Restoranların Sosyal Medya Hesaplarını Takip Etme Durumu

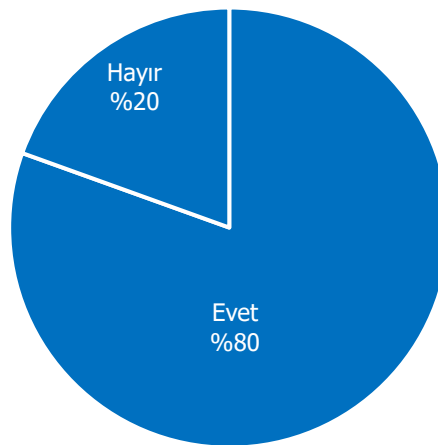
Grafik 4: Restoranların Sosyal Medya Hesaplarını Takip Etme Durumu



Tesislere gelen ziyaretçilerin büyük bir kısmının restoranların sosyal medya hesaplarını takip etmediği görülmüştür. Yeme içme tesislerinin dijital kimliklerinin ve etkileşim trafiğinin nasıl yönetildiği, satışlar üzerinde etkili olduğundan -özellikle pandemi döneminde- sipariş üzerine çalışan tesisler için stratejik bir anlama sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu sebeple, pazar payını artırmak ve rekabet avantajı sağlamak isteyen şirketler için profesyonel sosyal medya yönetimi konusunda çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

2.7. Menüde Yerel Yiyecek ve İçeceklerin Bulunma Durumu

Grafik 5: Menüde Yerel Yiyecek ve İçeceklerin Bulunma Durumu

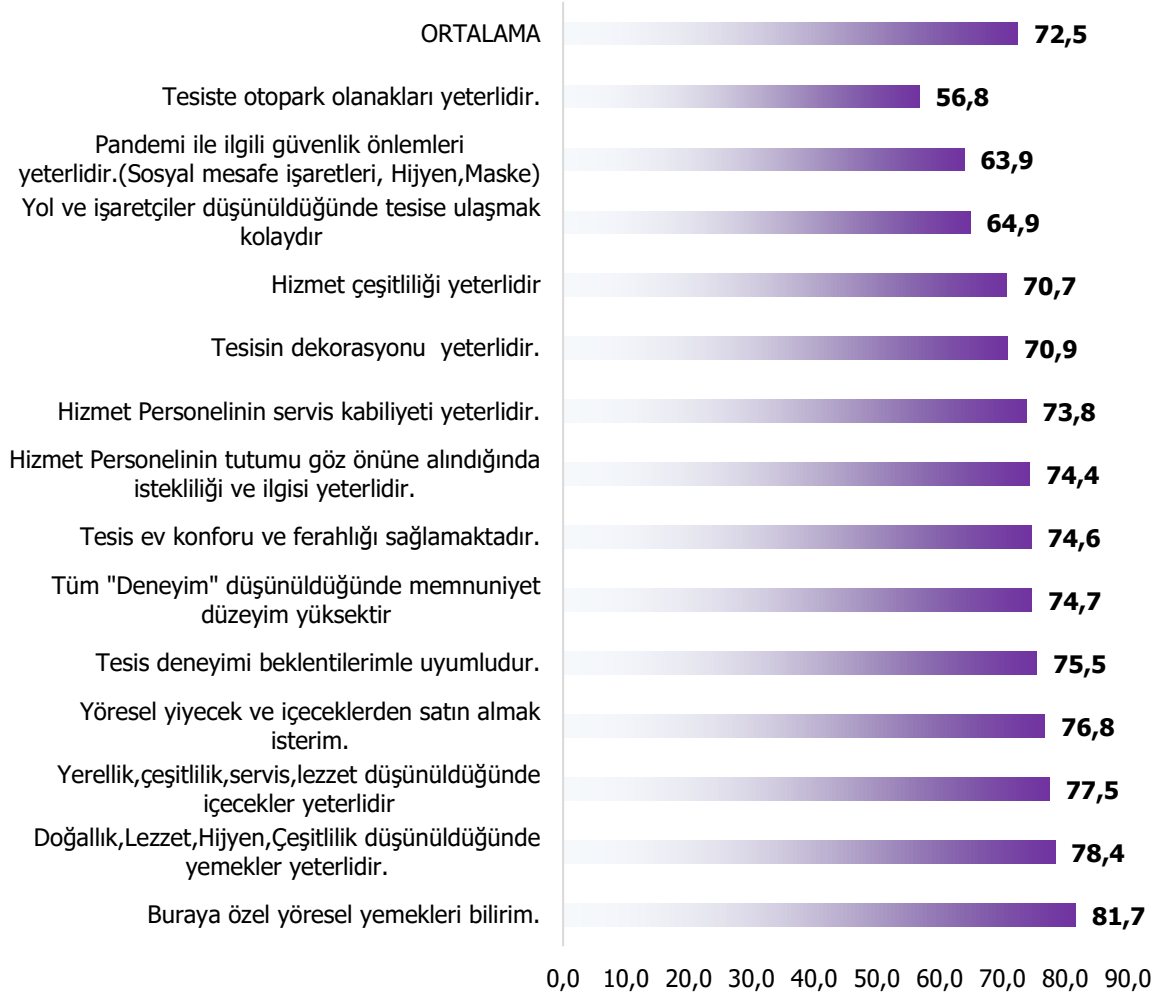


Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu, tesislerde bulunan yerel yiyecek ve içeceklerin oranını yeterli bulmuştur.

2.8. Restoran ile İlgili Çeşitli İfadelere Katılım

Tablo 1: Temel İfadelere Katılım Oranları

Temel İfadelere Katılım Oranları	Sayı	Puan
Doğallık, lezzet, hijyen, çeşitlilik düşünüldüğünde yemekler yeterlidir.	200	3,9
Yerellik, çeşitlilik, servis, lezzet düşünüldüğünde içecekler yeterlidir	200	3,9
Hizmet personelinin servis kabiliyeti yeterlidir.	200	3,7
Hizmet personelinin tutumu göz önüne alındığında istekliliği ve ilgisi yeterlidir.	200	3,7
Tesisin dekorasyonu yeterlidir.	200	3,5
Yol ve işaretçiler düşünüldüğünde tesise ulaşmak kolaydır	200	3,2
Tesis ev konforu ve ferahlığı sağlamaktadır.	200	3,7
Tesiste otopark olanakları yeterlidir.	200	2,8
Tesis deneyimi beklentilerime uygundur.	200	3,8
Tüm "Deneyim" düşünüldüğünde memnuniyet düzeyi yüksektir.	200	3,7
Hizmet çeşitliliği yeterlidir.	200	3,5
Yöresel yiyecek ve içeceklerden satın almak isterim.	200	3,8
Buraya özel yöresel yemekleri bilirim.	200	4,1
Pandemi ile ilgili güvenlik önlemleri (sosyal mesafe işaretleri, hijyen, maske) yeterlidir.	200	3,2
Ortalama		3,6

Grafik 6: Temel İfadelere Katılım Oranları**2.9. Katılımcıların Memnuniyet Oranı****Şekil 3: Katılımcıların Memnuniyet Oranı**

Katılımcıların memnuniyet oranı %72,5'tir.

2.10. Genel Bulguların Özeti**Ziyaretçilerin yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?**

Çalışmaya katılan ziyaretçilerin %49,5'i kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında %64'lük kısmın 15-34 yaş arasında olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin %78,5'lik kısmı aile-akraba

ve arkadaş grubuyla seyahat eden kişilerden oluşmaktadır. Veriler eğitim durumuna göre incelendiğinde, en fazla katılımın %55,5 ile lisans mezunları tarafından oluşturulduğu görülmektedir.

Doğallık, lezzet, hijyen ve çeşitlilik düşünüldüğünde katılımcıların sunulan yemeklere ilişkin memnuniyet düzeyi nedir?

Katılımcıların %80'i menüde bulunan yerel yiyecek çeşitliliğinin yeterli olduğunu ifade etmiştir. Doğallık, lezzet ve hijyen düşünüldüğünde katılımcıların %78,4'ünün yemeklere ilişkin genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Yemekler açısından memnuniyet oranını en olumsuz etkileyen değişkenin "lezzet" olduğu gözlemlenmiştir.

Yerellik, çeşitlilik, servis ve lezzet düşünüldüğünde katılımcıların sunulan içeceklerle ilişkin memnuniyet düzeyi nedir?

Katılımcıların %80'i menüde bulunan yerel içecek çeşitliliğinin yeterli olduğunu ifade etmiştir. Yerellik, servis ve lezzet düşünüldüğünde katılımcıların %77,5'inin içeceklerle ilişkin genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür.

Hizmet personelinin servis kabiliyeti, istekliliği ve ilgisi düşünüldüğünde katılımcıların memnuniyet düzeyi nedir?

Katılımcıların %73,5'i hizmet personelinin servis kabiliyetini yeterli bulurken, %74,4'ü istekliliği ve ilgisini yeterli görmüştür. Genel olarak katılımcıların hizmet personelinin servis kabiliyeti ve isteklilik düzeyini bir bütün olarak algılama eğiliminde olduğu değerlendirilmektedir. Türk misafirperverliğinin olumlu yansımaları, deneyim üzerinde etkili olsa da tek başına yeterli değildir. Servis kabiliyetinin iyileştirilmesine yönelik sonuç odaklı eğitimlere ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu ihtiyacı gidermek üzere Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansının özel işletmelere yönelik ücretsiz eğitim programları bulunmaktadır.

3. SONUÇ

Bu çalışmada, Kastamonu'da bulunan bazı yeme-içme tesislerine gelmiş turist veya ziyaretçilerin beklenti ve memnuniyet düzeyi ortaya konmuştur. Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Tablet üzerinden dijital olarak uygulanan ankete toplam 200 katılımcı cevap vermiştir.

Katılımcıların %64'ü 15-34 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %2,5 ile 55-64 yaş grubu tarafından gerçekleştirilmiştir. Müşteri profilinin ağırlıklı olarak X ve Y kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür. Veriler eğitim durumuna göre incelendiğinde, en fazla katılımın %55,5 ile lisans mezunları tarafından oluşturulduğu görülmektedir.

Yeme içme tesislerinin ağırlıklı olarak aileler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Arkadaş grubu ile tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise yüzdeler sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır. Katılımcıların %77,5'i Kastamonu'da ikamet etmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğunun önemli bir kısmını oluşturan İstanbul ve Ankara illerinden gelenlerin oranı %13,5'tir. Diğer illerden gelenlerin oranı ise %9 olarak belirlenmiştir.

Tesislere gelen ziyaretçilerin büyük bir kısmının, restoranların sosyal medya hesaplarını takip etmediği görülmüştür. Yeme içme tesislerinin dijital kimliklerinin ve etkileşim trafiğinin nasıl yönetildiği, satışlar üzerinde etkili olduğundan -özellikle pandemi döneminde- sipariş üzerine çalışan tesisler için stratejik bir anlama sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu sebeple, pazar payını artırmak ve rekabet avantajı sağlamak isteyen şirketler için profesyonel sosyal medya yönetimi konusunda çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların %80'i menüde bulunan yerel içecek çeşitliliğinin yeterli olduğunu ifade etmiştir. Yerellik, servis ve lezzet düşünüldüğünde katılımcıların %77,5'inin içeceklere ilişkin genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Tüm ifadeler düşünüldüğünde, katılımcıların memnuniyet ortalaması %72,5 olarak gerçekleşmiştir.

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/>

