



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



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

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

# **SİNOP KONAKLAMA TESİSLERİ BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI**







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



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

*Bölgenin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası*

# **SİNOP KONAKLAMA TESİSLERİ BEKLENTİ VE MEMNUNİYET ARAŞTIRMASI**

**2021**

[www.kuzka.gov.tr](http://www.kuzka.gov.tr)

**Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanmıştır.**

**Belge No** : 2021-RP-16/139  
**Revizyon No** : -  
**Revizyon Tarihi** : -  
**ISBN** : 978-605-9635-74-5  
**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](http://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

<b>YÖNETİCİ ÖZETİ</b> .....	<b>I</b>
<b>GRAFİKLER</b> .....	<b>III</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>IV</b>
<b>1. METODOLOJİ</b> .....	<b>1</b>
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
<b>2. NİCEL BULGULAR</b> .....	<b>3</b>
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 Konaklama Nedeni.....	5
2.6. Konaklama Tesisinde En Çok ve En Az Beğenilen Ögeler .....	6
2.7. Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı .....	8
2.8. Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu .....	9
2.9. Konaklama Süresi .....	9
2.10. Rezervasyon Şekli .....	10
2.11. Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesisinin Değerlendirilmesi .....	11
<b>3. SONUÇ</b> .....	<b>11</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>15</b>

## GRAFİKLER

---

Grafik 1: Cinsiyet Dağılımı .....	3
Grafik 2: Yaş Dağılımı .....	4
Grafik 3: Öğrenim Durumu Dağılımı .....	4
Grafik 4: Katılımcıların Yerleşim Yeri .....	5
Grafik 5: Katılımcıların Konaklama Nedeni .....	5
Grafik 6: En Çok Beğenilen Öğeler .....	6
Grafik 7: En Az Beğenilen Öğeler .....	7
Grafik 8: Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı .....	8
Grafik 9: Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu .....	9
Grafik 10: Konaklama Süresi .....	9
Grafik 11: Rezervasyon Şekli .....	10
Grafik 12: Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesisinin Değerlendirilmesi .....	11

## KISALTMALAR

---

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

Sinop Destinasyonu'na gelmiş turist veya ziyaretçilerin beklenti ve memnuniyetlerinin konaklama tesisleri özelinde belirlenmesi, unsur özelinde turistik deneyimin nasıl algılandığının 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

Sinop'ta bulunan konaklama işletmelerine ilişkin 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 28 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 17 soru sorulmuştur. İkinci kısımda; unsur bazlı ziyaret sadakatini, konaklama sürelerini 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. 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) Turist yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?
- (ii) Katılımcılar konaklama tesislerine hangi amaçla ve ne sıklıkla gelmektedir?
- (iii) Katılımcılar konaklama tesislerinde ortalama kaç gün kalmaktadır?
- (iv) Katılımcıların en beğendikleri öğeler nelerdir?
- (v) Katılımcılar mevcut turistik arzda hangi noktaların yetersiz olduğunu düşünmektedir?

### 1.7. Evren ve Örneklem

Anketin hedef kitlesini, Sinop Destinasyonu'na turistik deneyim için en az bir kez gelmiş turistler oluşturmaktadır. Dijital olarak uygulanan ankete toplam 200 katılımcı cevap vermiştir.

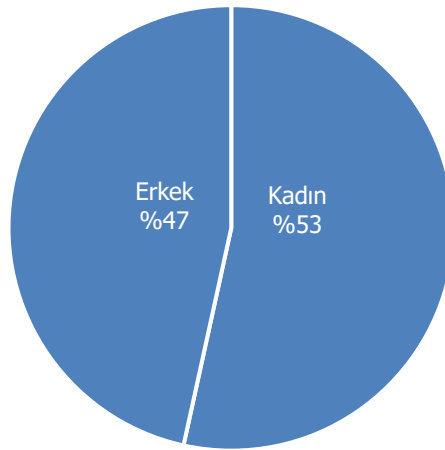
## 2. NİCEL BULGULAR

---

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

### 2.1. Cinsiyet Dağılımı

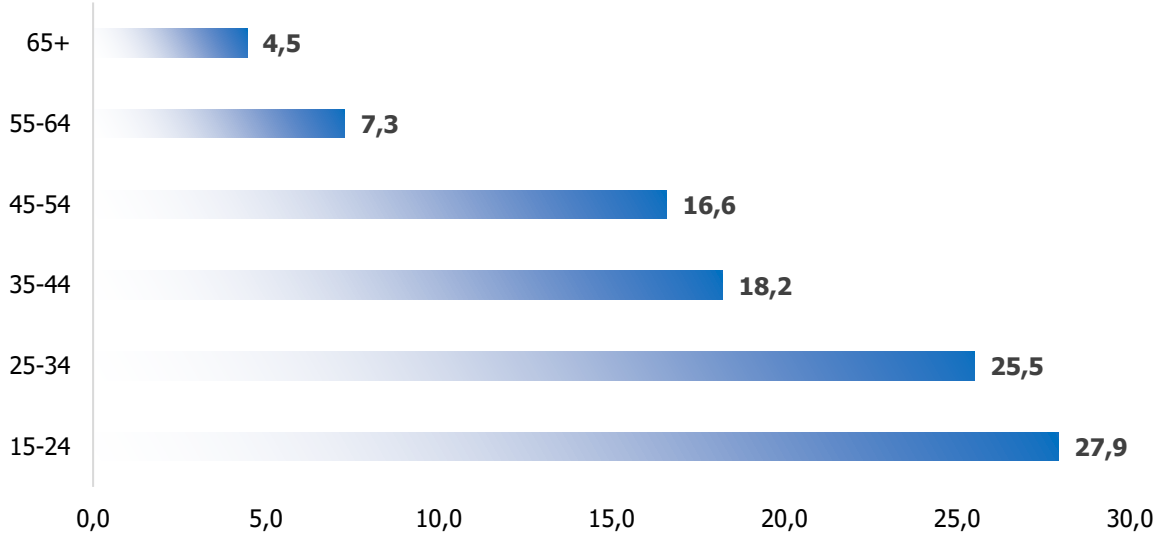
**Grafik 1: Cinsiyet Dağılımı**



Anket uygulanırken, katılımcıların cinsiyet dağılımının yaklaşık olarak birbirine yakın biçimde dağılmasına dikkat edilmiştir. Kadın katılımcı oranı %53, erkek katılımcı oranı %47 olarak gerçekleşmiştir.

## 2.2. Yaş Dağılımı

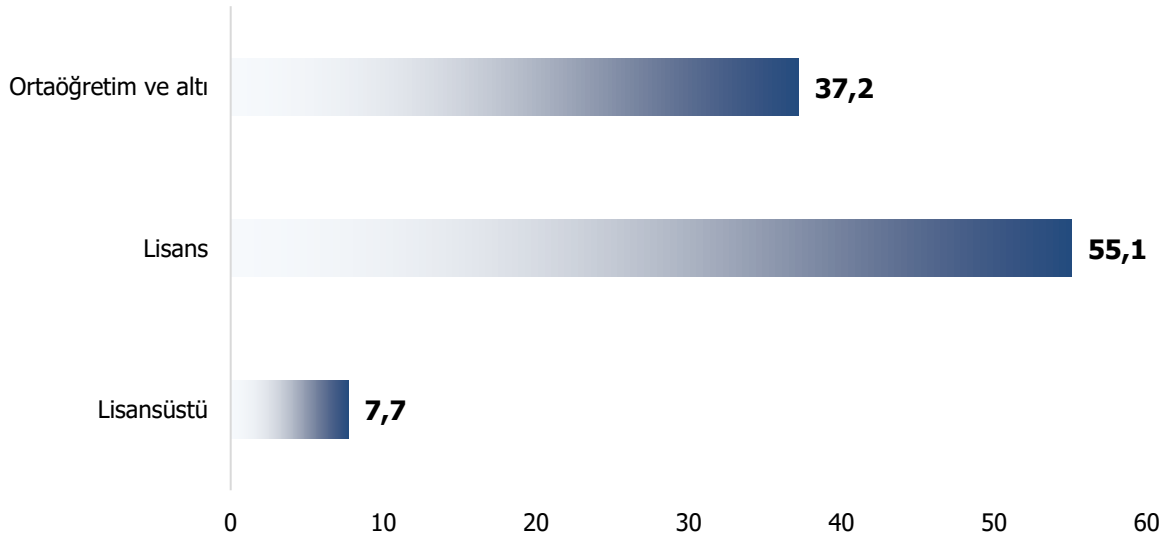
**Grafik 2: Yaş Dağılımı**



Katılımcılarının %53,4'ü 15-34 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %4,5 ile 65 yaş üstü katılımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı olarak turistik hareketliliğin Y ve Z kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür.

## 2.3. Öğrenim Durumu Dağılımı

**Grafik 3: Öğrenim Durumu Dağılımı**

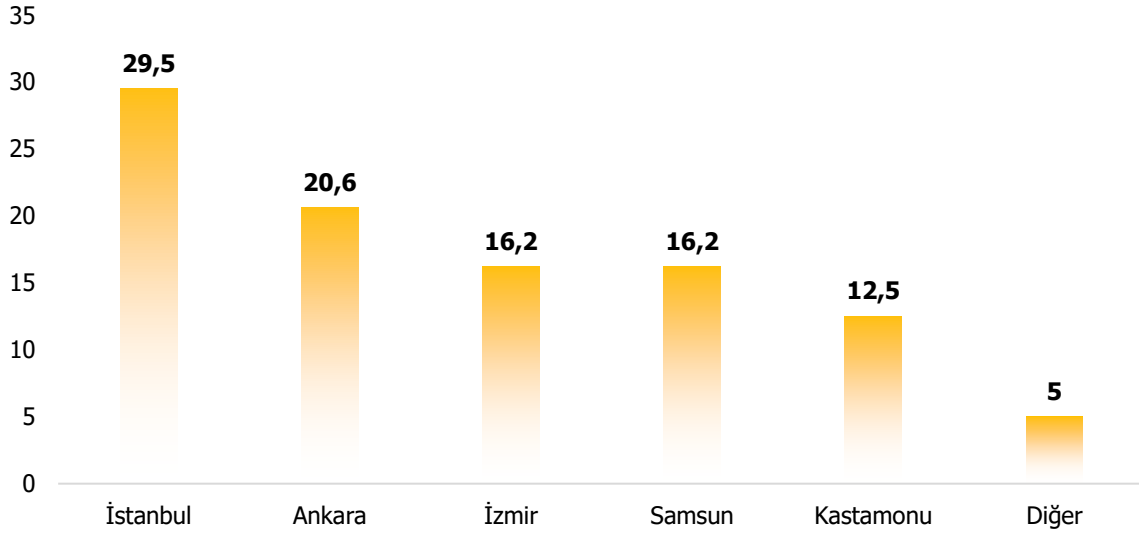


Katılımcıların %55,1'i Lisans, %37,2'si Ortaöğretim ve altı, %17,7'si Lisansüstü eğitim almıştır. TÜİK tarafından 2019 yılında Türkiye genelinde lisans mezunları oranı %13,9; yüksek lisans ve doktora mezunlarının oranı ise %1,8 olarak açıklanmıştır (TÜİK, 2021). Buradan hareketle, lisans ve lisansüstü

eğitim seviyesindeki kiřilerin b3lgedeki konaklama tesislerini tercih etme eđilimlerinin daha g3çl3 olduğu değerlendirilmektedir.

#### 2.4. Katılımcıların Yerleşim Yeri

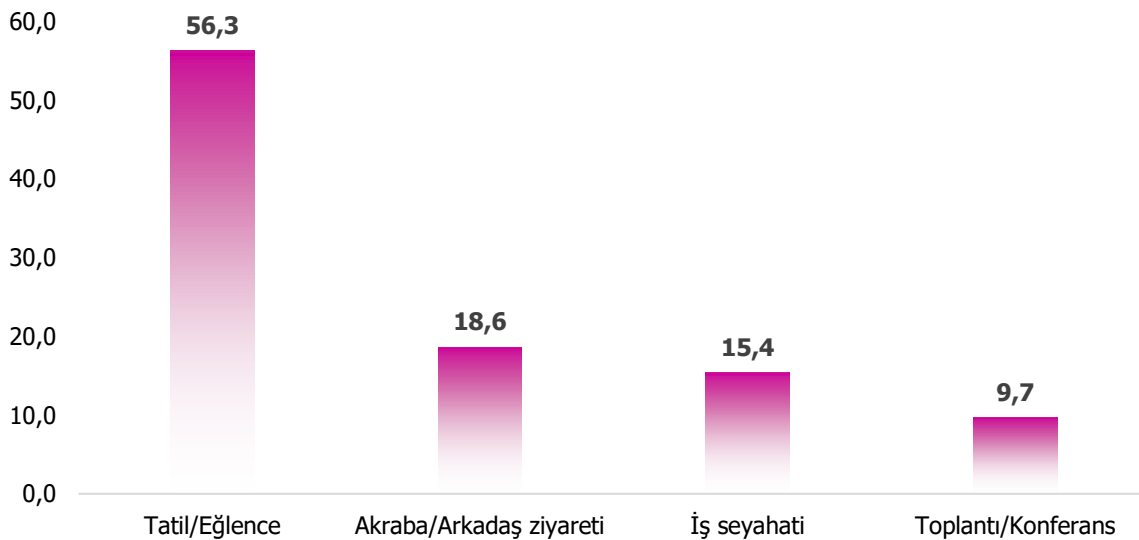
Grafik 4: Katılımcıların Yerleşim Yeri



Katılımcı oranlarına bakıldığında, %29,5 ile İstanbul'da ikamet edenler ilk sırada gelmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğu için anlamlı bir hareket oluşturan Ankara, yüzdelik sıralamada %20,6 ile ikinci sıradadır. İzmir, Samsun ve Kastamonu illerinden gelenlerin oranı %44,9'dur. Diğer illerden gelenlerin oranı ise %5 olarak belirlenmiştir.

#### 2.5. Katılımcıların Konaklama Nedeni

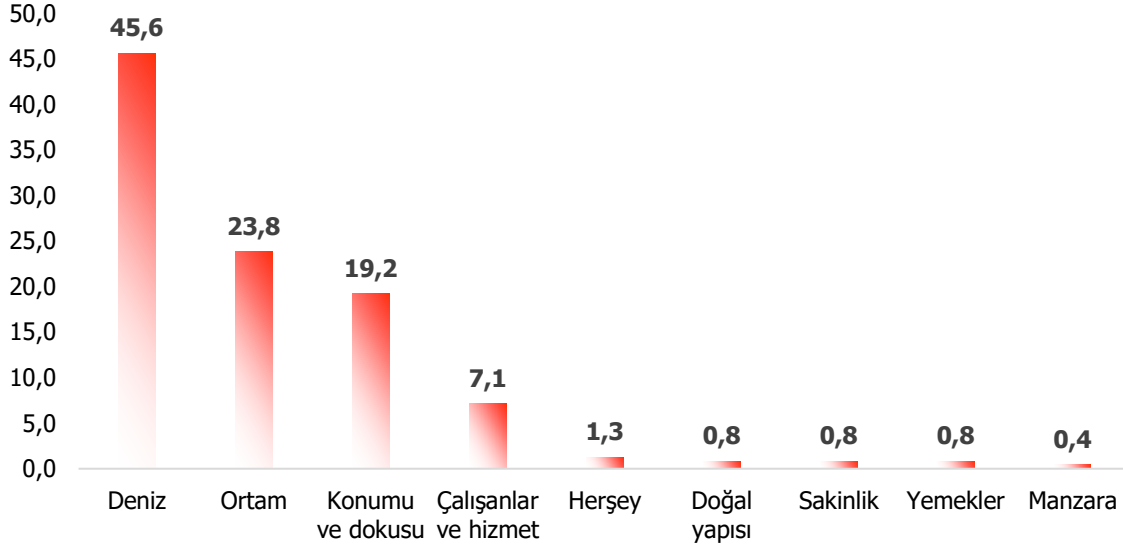
Grafik 5: Katılımcıların Konaklama Nedeni



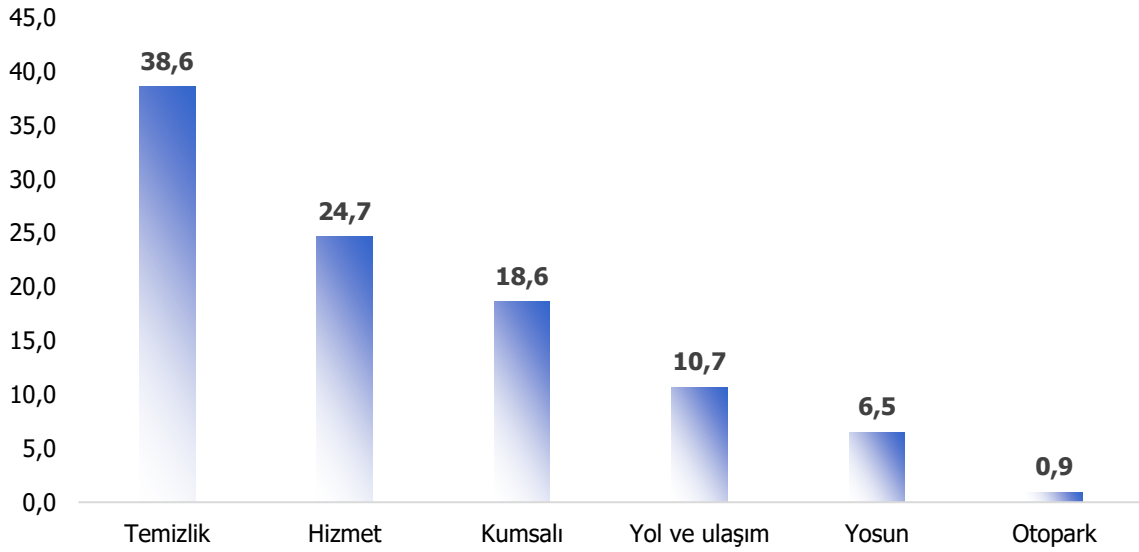
Konaklama tesislerinin ağırlıklı olarak Tatil/Eğlence nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Akraba/arkadaş ziyareti amacıyla tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise yüzdelik sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır. Konaklama hareketliliğini oluşturan diğer sebepler ise sırasıyla, iş seyahatleri ve toplantı/konferans olarak belirlenmiştir.

## 2.6. Konaklama Tesisinde En Çok ve En Az Beğenilen Öğeler

**Grafik 6: En Çok Beğenilen Öğeler**



Katılımcılardan kendi ifadeleri ile konaklama deneyimlerini tanımlamaları istenmiştir. Konaklama tesislerine gelen turistlerin büyük bir kısmının deniz, şehrin konumu, dokusu ve manzarasını en beğenilen öğeler olarak tanımladığı görülmektedir. Çalışanlar ve hizmet ifadesinin yüzdelik dağılımda 4'üncü sırada olduğu görülmüştür. Tesislerin sunduğu sakinlik ve yemeklerin ise memnuniyet üzerinde oldukça sınırlı oranlarda etkili olabildiği görülmüştür.

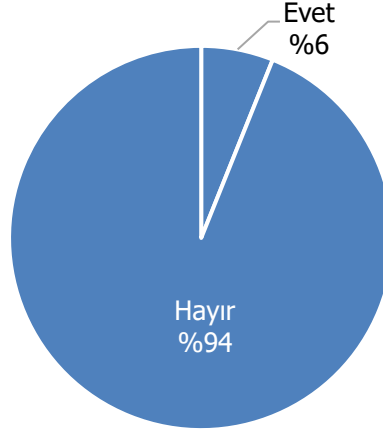
**Grafik 7: En Az Beğenilen Ögeler**

Katılımcıların bir kısmı için en az beğenilen ögelerin başında temizlik gelmektedir. Yüzelik sıralamada hizmet kalitesi, genel olarak kumsal veya plaj deneyimi ve ulaşım ifadeleri, katılımcılar tarafından iyileştirme beklenen başlıklar olarak öne çıkmıştır. Son sırada ise %0,9 ile otopark eksikliğinin memnuniyet üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuç, şehir genelinde yaz aylarında hissedilen otopark probleminin anketin uygulandığı konaklama tesisleri özelinde çözüldüğünü düşündürmektedir.

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.

## 2.7. Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı

**Grafik 8: Beklenti Dışında Memnun Edici Ek Hizmetlerin Varlığı**



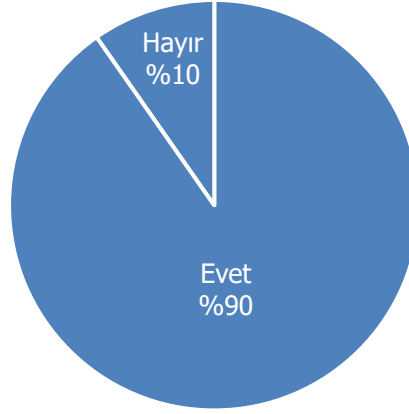
Ziyaretçilerin çoğunluğu, beklentilerin ötesinde memnun edici ek hizmet almadıklarını ifade etmektedir. Tesislerin, müşteri sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu bilinen bu tür ek hizmetler ile rekabet güçlerini arttırabileceği bilinmektedir. Bu nedenle, müşteri ilişkileri yönetiminin profesyonel biçimde 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 kullanmak 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.



## 2.8. Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu

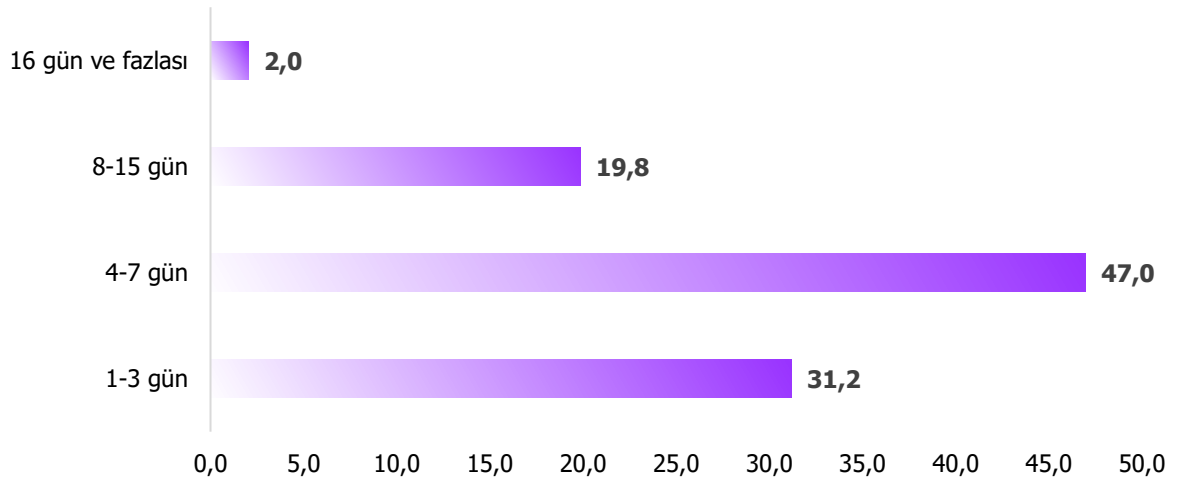
**Grafik 9: Konaklama Yapılan Tesise Daha Önce Gelme Durumu**



Konukların büyük çoğunluğu (%90) konaklama yapılan tesise daha önce gelmiş olup, %10'luk bir kısmı daha önce gelmemiştir.

## 2.9. Konaklama Süresi

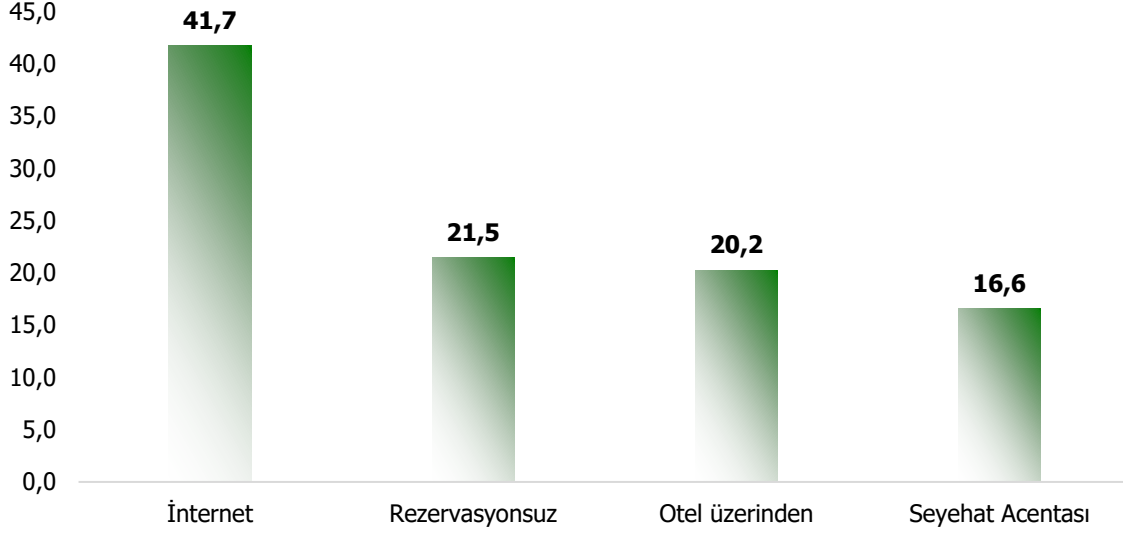
**Grafik 10: Konaklama Süresi**



Katılımcıların büyük kısmı, 4-7 gün arası konaklama seçeneğini tercih etmiştir. Konaklama süresi 1-3 gün olan katılımcı oranı %31,2 olup, 8-15 gün ve daha fazla konaklayanların oranı %21,8'dir. Tesislerdeki konaklama sayılarını artırabilmek için çeşitli reklam ve pazarlama faaliyetlerine, konaklama sürelerinin artırılması için etkinliklerin zenginleşmesine ihtiyaç vardır.

## 2.10. Rezervasyon Şekli

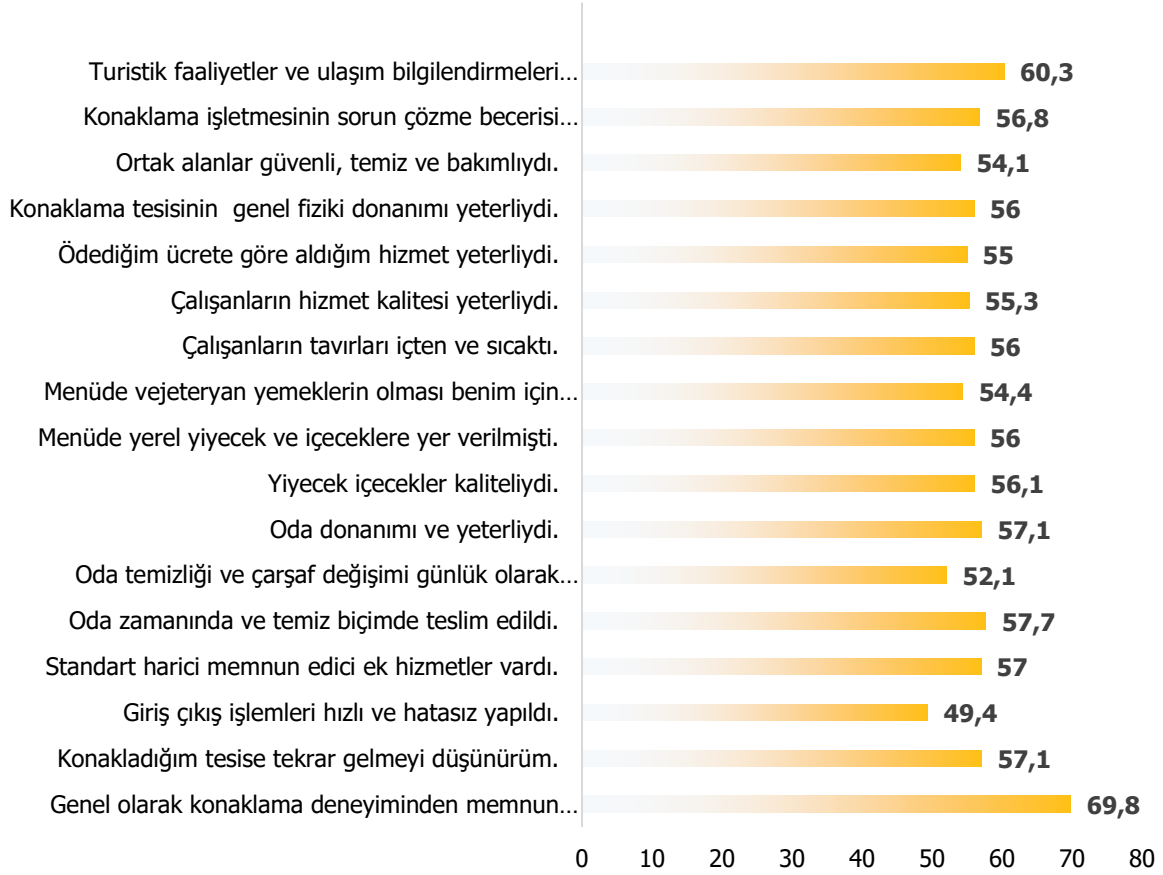
**Grafik 11: Rezervasyon Şekli**



Katılımcıların çoğunluğunun, rezervasyonlarını internet üzerinden yaptığı görülmektedir. Rezervasyonsuz olarak gelen katılımcılar ise yüzdelik dilimde ikinci sırada yer almaktadır. Otellerin internet sayfası üzerinden veya telefon ile rezervasyon yapanlar gelenlerin oranı %20,2'dir. Son sırada ise %16,6 ile seyahat acenteleri üzerinden gelen katılımcılar bulunmaktadır.

## 2.11. Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesisinin Değerlendirilmesi

**Grafik 12: Çeşitli Unsurlar Bakımından Konaklama Tesisinin Değerlendirilmesi**



Genel olarak konaklama deneyiminden memnun kalanların oranı %70 olarak gerçekleşmiştir. %49,4 ile 'Giriş, çıkış işlemleri hızlı ve hatasız yapıldı.' ifadesinin yüzdelik dilimde son sırada geldiği görülmektedir. Turistlerin katılım oranının %50-60 arasında değiştiği ifadeler ise aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

- ✓ Konakladığım tesise tekrar gelmeyi düşünürüm.
- ✓ Standart hizmetin dışında ayrıca bir ihtiyacımız olup olmadığı soruldu.
- ✓ Oda zamanında ve temiz biçimde teslim edildi.
- ✓ Oda temizliği ve çarşaf değişimi günlük olarak yapıldı.
- ✓ Oda donanımı yeterliydi.
- ✓ Yiyecek ve içecekler kaliteliydi.
- ✓ Menüde yerel yiyecek ve içeceklere yer verilmişti.
- ✓ Menüde vejeteryan yemeklerin olması benim için önemlidir.
- ✓ Çalışanların tavırları içten ve sıcaktı.
- ✓ Çalışanların hizmet kalitesi yeterliydi.
- ✓ Konaklama tesisine ödediğim ücrete göre aldığım hizmet yeterliydi.
- ✓ Konaklama tesisinin genel fiziki donanımı yeterliydi.
- ✓ Ortak alanlar güvenli, temiz ve bakımlıydı.
- ✓ Konaklama işletmesinin sorun çözme becerisi yüksekti.
- ✓ Şehir, turistik faaliyetler ve ulaşım hakkında yeterince bilgi verildi



### 3. SONUÇ

---

Bu çalışmada, Sinop destinasyonuna gelmiş turist veya ziyaretçilerin konaklama tesisleri özelindeki beklenti ve memnuniyet düzeyleri ortaya konmuştur. Araştırmada, nicel yöntemlerden yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Dijital olarak uygulanan ankete toplam 200 katılımcı cevap vermiştir.

#### **(i) Turist yaşı, eğitim durumu, yaşadığı yer gibi demografik özellikleri nelerdir?**

Araştırmada, ziyaretçilerin %53'ünün kadın, %47'sinin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %53,4'ü 15-34 yaş aralığındadır. Araştırmaya en az katılım ise %4,5 ile 65 yaş üstü katılımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Ağırlıklı olarak turistik hareketliliğin Y ve Z kuşağına ait bireylerden kaynaklı olduğu görülmüştür. Katılımcıların öğrenim durumu dağılımına bakıldığında, %55,1'inin Lisans, %37,2'sinin Ortaöğretim ve altı, %17,7'sinin ise Lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Katılımcı oranlarına bakıldığında, %29,5 ile İstanbul'da ikamet edenler ilk sırada gelmektedir. Bölgenin turistik iç pazar yoğunluğu için anlamlı bir hareket oluşturan Ankara, yüzdelik sıralamada %20,6 ile ikinci sıradadır. İzmir, Samsun ve Kastamonu illerinden gelenlerin oranı %44,9'dur. Diğer illerden gelenlerin oranı ise %5 olarak belirlenmiştir.

#### **(ii) Katılımcılar konaklama tesislerine hangi amaçla ve ne sıklıkla gelmektedir?**

Konaklama tesislerinin ağırlıklı olarak Tatil/Eğlence nedeniyle tercih edildiği görülmektedir. Akraba/arkadaş ziyareti amacıyla tesislere gelmeyi tercih eden katılımcılar ise, yüzdelik sıralamada ikinci basamakta yer almaktadır. Konaklama hareketliliğini oluşturan diğer sebepler ise sırasıyla, iş seyahatleri ve toplantı/konferans olarak belirlenmiştir. Konukların büyük çoğunluğu (%90) konaklama yapılan tesise daha önce gelmiş olup, %10'luk bir kısmı daha önce gelmemiştir.

#### **(iii) Katılımcılar konaklama tesislerinde ortalama kaç gün kalmaktadır?**

Katılımcıların büyük kısmı, 4-7 gün arası konaklama seçeneğini tercih etmiştir. Konaklama süresi 1-3 gün olan katılımcı oranı %31,2 olup, 8-15 gün ve daha fazla konaklayanların oranı %21,8'dir. Katılımcıların çoğunluğunun, rezervasyonlarını internet üzerinden yaptığı görülmektedir. Rezervasyonsuz olarak gelen katılımcılar ise, yüzdelik dilimde ikinci sırada yer almaktadır. Otellerin internet sayfası üzerinden veya telefon ile rezervasyon yapanlar gelenlerin oranı %20,2'dir. Son sırada ise %16,6 ile seyahat acenteleri üzerinden gelen katılımcılar bulunmaktadır.

#### **(iv) Katılımcıların en beğendikleri öğeler nelerdir?**

Katılımcılardan kendi ifadeleri ile konaklama deneyimlerini tanımlamaları istendiğinde, konaklama tesislerine gelen turistlerin büyük bir kısmının deniz, şehrin konumu, dokusu ve manzarasını en beğenilen öğeler olarak tanımladığı görülmektedir. Çalışanlar ve hizmet ifadesinin yüzdelik dağılımda 4'üncü sırada olduğu görülmüştür. Tesislerin sunduğu sakinlik ve yemeklerin ise memnuniyet üzerinde oldukça sınırlı oranlarda etkili olabildiği görülmüştür. Genel olarak konaklama deneyiminden memnun kalanların oranı %70 olarak gerçekleşmiştir.

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

Katılımcıların bir kısmı için en az beğenilen ögelerin başında ise temizlik gelmektedir. Yüzdeler sıralamada hizmet kalitesi, genel olarak kumsal veya plaj deneyimi ve ulaşım ifadeleri, katılımcılar tarafından iyileştirme beklenen başlıklar olarak öne çıkmıştır. Son sırada ise %0,9 ile otopark eksikliğinin memnuniyet üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. 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.

Aynı zamanda, ziyaretçilerin çoğunluğu, beklentilerin ötesinde memnun edici ek hizmet almadıklarını ifade etmiştir. Tesislerin, müşteri sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu bilinen bu tür ek hizmetler ile rekabet güçlerini artırabileceği bilinmektedir. Bu nedenle, müşteri ilişkileri yönetiminin profesyonel biçimde ele alınarak ufak değişiklikler ile fark yaratılabileceği düşünülmektedir. 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.

## **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