

KASTAMONU'YA GELEN YERLİ TURİST PROFİLİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR UYGULAMA

Ahmet GÜRBÜZ*

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, Kastamonu'yu ziyaret eden yerli turistlerin profillerini belirlemektir. Turist profiline yönelik çalışmalar gelen turistlerin değişik özellikleri hakkında bilgi verebilir. Sağlanan bu bilgiler gelecekte uygulanması planlanan turizm politikası ve stratejileri için gerekli olabilir. Bu amaçla çalışma, 2000'li yılların başından itibaren turizm hareketlerinin yoğunluk kazandığı Kastamonu'nun üç değişik noktasında yapılmıştır. Araştırma, yöreyi ziyaret eden yerli turist profilinin belirlenmesi amacıyla 420 turist üzerinde yürütülmüştür. Gerçekleştirilen araştırma sonucunda ana hatlarıyla şu belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır. İstatistikî verilere göre yöreye gelen turistlerin % 98' ini yerli turistler oluşturmaktadır. Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin genelde arkadaş tavsiyesi üzerine ve grup psikolojisi ile hareket ederek yöreye geldikleri belirlenmiştir. Yöreye geliş zamanı olarak özellikle hafta sonlarını ve bayram tatillerini tercih ettikleri turistlerce belirtilmiştir. Kastamonu'ya gelen ziyaretçilerin % 10'unu öğrenci, % 24,3' ünü değişik meslek gruplarından memur, % 35'ini değişik iş kolları ile uğraşan esnaf, % 15,7' sini emekli % 15' ini ise diğer meslek gruplarına ait daha düşük dilimler oluşturmaktadır. Bu durum, her meslek grubundan insanın kültür turizmi amaçlı seyahate katıldığını göstermektedir. Araştırmaya dahil edilen turistlerin büyük bir çoğunluğunun yıldızlı otel ve dağ otelinde konaklamayı tercih ettiği gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, yerli turist, turist profili, yerli turist profili.

A RESEARCH TO DETERMINE THE LOCAL TOURIST PROFILE OF VISITORS TO KASTAMONU

ABSTRACT

The main aim of this study was to determine the local tourist profile of visitor to Kastamonu. The study indicates that a tourist profile research can provide insights information about tourists who visit to the destination. This information can be useful tool in the course of developing new tourism policies and strategies. This research was made in three different points of Kastamonu. Since 2000 Kastamonu became a city of interest both in Turkey and the world and an increase in the amount of tourist has been observed day by day. The research was made over 420 tourists to determine the tourist profiles of the visitors. The following results were gained as a result of this research. According to the statistical data, 98 % of the visitors are local. It was determined that visitors came to Kastamonu either as a result of their friends' and travel agencies' recommendations or group psychology. Visitors prefer either weekends or

* Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu (Doç.Dr.)

festivals holidays concerning times of visit. Among the visitors coming to Kastamonu, 10 % is student, 24,3% is civil servant, 35% is businessmen, 15,7 % is retired. There are also lower percentages belonging to other professions. This shows that Kastamonu is visited by people belonging to many different profession groups. It was observed that visitors included in the research generally prefer staying in the modern hotels and mountain hotels for the night.

Key Words: Kastamonu, local tourist, tourist profile, local tourist profile.

GİRİŞ

Türk ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında gösterilen turizm sektörü gün geçtikçe büyümektedir. Günümüzde bölgesel ve yerel ölçekte kalkınmanın önemli bir unsuru olarak turizm sektörü gösterilmektedir (Gürbüz, 2002:30). 2004 yılı itibariyle Türkiye'ye yönelik turizm hareketlerinde önemli bir artış sağlanarak ülkemize gelen turist sayısı 17 milyon kişiyi aşmıştır (<http://www.turizm.gov.tr/istatistikler>, 2005). Dış turizm hareketlerindeki bu olumlu gelişmelere iç turizm hareketleri de aynı yönde paralellik göstermiştir.

Türkiye geneline yönelik rakamlardaki olumlu gelişmeler, farklı turizm türlerini bünyesinde barındıran ve gün geçtikçe gelişme eğiliminde olan Kastamonu ölçeğinde de kendisini hissettirmiştir. Turizm hareketlerinden daha fazla pay alabilmek için turistlerin istek ve beklentilerine cevap verebilen mal ve hizmetlerin üretilip sunulması gerekir. Bu ise ancak etkili bir pazar araştırması ile sağlanabilir. Turizm sektöründeki olumlu gelişmelerin sürdürülebilmesi turizme yönelik gerçekleştirilen pazarlama çabalarının etkililiğine bağlıdır.

Pazarlama stratejilerinin belirlenip tatbik edilmesinde turistlerin karar süreçlerini, seyahat motiflerini, seyahat amaçlarını ve turist profilini bilmek oldukça önemlidir (İslamoğlu, 1995:23). Modern pazarlama teorilerine göre etkin pazarlama yöntemlerinden birisi de ileri düzeyde müşteri memnuniyetine ulaşmak ve bu yolla sadık bir müşteri altyapısı oluşturmaktır (Duman ve Öztürk, 2004:9). Turizm talebini etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlerin en önemlisi sosyal ve ekonomik olanlardır. Diğer taraftan arz kapasitesinin nicelik ve nitelik olarak durumu turizmi teşvik eden başlıca unsurdur. Turizmde arz, kendi özel talebini oluştururken, pazarlama ise, satışı artırma amacını güder ve turizm talebini teşvik eder (Gürbüz, 2003:36). Turizm talebini etkileyen başlıca faktörler; ekonomik, sosyal, politik, psikolojik ve irrasyonel (gelenekler, sosyal çevre, moda reklam vb.) faktörlerdir (Olalı ve Timur, 1988:197-206).

Talebin analizi konusunda davranışsal yaklaşım turizm sektöründe ürünlerin oldukça karmaşık, ihtiyaçların ve ürün bilgi düzeyinin ise oldukça farklı olması nedeni ile daha fazla önem taşımaktadır.

Bu nedenle, turistler arasında bölümlenme ve bireysel değerlendirmeler yapılarak farklı turist tiplerinin özellik ve motivasyonlarının bilinmesi ve değerlendirilmesi son derece önemlidir (İçöz ve Kozak, 1998:129). Bu kapsamda, söz konusu olan bölge, mevcut olan turizm

arzını turizm talebi ile uyumlu hale getirmelidir. Diğer bir ifadeyle sahip olunan arz özelliklerine uygun turist tipi arayışında olmalıdır.

Eğitim düzeyi ile turizm talebi arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır (Kozak ve diğerler, 2001:39). İyi eğitim almış olan insanların daha fazla değişik yerleri ve değişik kültürleri tanıma ve öğrenme eğilimleri vardır. Ayrıca eğitim düzeyi yükseldikçe, çeşitli rekreatif faaliyetlere katılma isteği de artmaktadır. Örneğin, konsere gitme, sanat olaylarını izleme, tenis yada golf oynama, kayak yapma gibi faaliyetlere katılan turistlerin genelde iyi eğitim almış kişiler olduğu bilinmektedir. Bireysel ve toplumsal boyutlar bir arada değerlendirildiğinde, bir kişi için doyumlu ve rekreatif olan bir aktivitenin başkabiri için belki de "eziyet" ya da "işkence" olabilmesi mümkündür (Himmetoğlu, 1989:37).

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre; iyi eğitim almış kişilerin toplam turizm harcamaları içindeki payının oldukça yüksek olduğu belirtilmektedir. Örneğin, hane reisinin lise diploması bulunmayan ailelerin yalnızca %50'si tatil harcaması yaparken, bu oran lise diploması alanlarda %65, üniversite bitirmiş olanlarda %75 ve lisanüstü derecesine sahip olanlarda %85 olarak bulunmuştur (İçöz ve Kozak, 1998:129).

Kültür ve eğitim, insanları turistik harekete yönelten faktörlerin başında gelmektedir. Bazı ülkeler, kültür ve eğitim turizminden büyük döviz kazancı sağlamaktadır. Örneğin, Paris kenti ve sanat kültür dünyasındaki ünü ile turistik ziyaretlerin merkezi olmuştur (Sezgin ve Acar 1991:12).

Turistlerin bir destinasyondan memnun veya memnun olmadan ayrılmalarını etkileyen birçok neden olabilir. Destinasyona ulaşım, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesi, eğlence imkanları, yerel halk ve esnafın davranış ve tutumları ve fiyatlar gibi birçok unsur turistlerin tatil değerlendirmelerinde önemli rol oynamaktadır (Kozak, 2003:130). Bu nedenle çalışmanın temel amacı olarak Kastamonu'yu turistik destinasyon olarak seçen turistlerin seyahat motiflerini, seyahat amaçlarını ve demografik açıdan profillerini belirlemektir. Alt amaç ise, araştırma sonucunda elde edilen bulguların işletmelerin turistik mal ve hizmetlerini konumlandırmaları açısından fayda sağlayabileceği düşünülmektedir.

1. TURİSTİK DESTİNASYON OLARAK KASTAMONU

Destinasyon kavramı olarak, yerel ölçekte sunulan mal, hizmet ve tatil tecrübelerinin bileşimi olarak ifade edilmektedir (Buhalis, 2000:97). Coltman (1989:4) ise, destinasyonu; içinde turistler için cazip kabul edilecek farklı doğal çekicilikleri ve özellikleri barındıran yerler olarak ifade etmiştir. Daha kısa bir ifade ile destinasyon; turistik yer, varış noktası, turistik çekim merkezi, turistlerin gittikleri yer anlamlarına gelmektedir. Araştırmalar, güçlü ve olumlu bir imaja sahip olan destinasyonların, turistlerin karar verme sürecinde daha fazla tercih edildiğini belirtmektedir. Seyahat kararını etkileyen tatmin veya tatminsizlikler, destinasyon

hakkındaki önceden elde edilmiş imajlara ve destinasyonların kişilerin tatminine yönelik olarak yapmış olduğu faaliyetlerin performansına bağlı olarak değişecektir (Pike, 2002:543). Destinasyon pazarlamacıları, olası seyahatçileri kendilerine çekmek ve onların ikna olmasını sağlamak amacıyla hoş giden bir imaj oluşturmak için çok büyük para, zaman ve güç harcarlar (Baloğlu ve McCleary, 1999:114).

Turizmde destinasyonları, çekim gücü, imkanlar, ulaşım, konukseverlik ve alt yapı hizmetleri meydana getirir (Tekeli, 2001:60). Buhalis (2000:98) turizm destinasyonlarını oluşturan kısımların altı başlık altında toplanabileceğini belirtmektedir. Bunlar; çekicilikler (doğal oluşumlar veya inşa edilmiş yapılar v.b.), ulaşım sistemleri ve yapıları, konaklama, yiyecek-içecek ve alışveriş imkanları, planlı turlar, aktiviteler (turistlerin katılabilecekleri her türlü aktivite) ve diğer hizmet birimlerinden (bankalar, iletişim araçları v.b.) oluşmaktadır. Bir yerleşim biriminin turistik destinasyon olarak tanımlanabilmesi için taşıması gereken bu belirtilen kriterler, Cumhuriyet sonrası Büyük Önder Atatürk'ün Şapka İnkılabı'nı başlattığı ve aynı zamanda Kurtuluş Savaşının başarıya ulaşmasında yeri büyük olan Kastamonu ilinde mevcuttur.

Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesinde yer alan Kastamonu'nun doğusunda Sinop, batısında Bartın ve Karabük, güneyinde Çankırı, güney doğusunda Çorum illeri ile komşudur. Kuzeyi ise Karadeniz ile çevrilidir. Karadeniz'e 170 km'lik bir sahil bandı ile açılır. İlin turistik açıdan görülmeye değer 19 ilçesi bulunmaktadır (Evliyaoğlu, 1994:141).

Kentin adının Bizans hanedanlarından Komnenoslar tarafından burada yaptırılan bir kaleden geldiği ileri sürülmektedir. Latince Komnenos Kalesi anlamında Kastr Komneni olarak adlandırılan yerleşme, Bizans dönemi sonlarında Kastamonia ve Kastamon, Candaroğulları döneminde de Kastamoniya adıyla anılmış, bu ad daha sonra Kastamonu'ya dönüşmüştür. Kastamonu ve çevresinde ele geçen buluntular, ilk yerleşimin Paleolitik Döneme dayandığını göstermektedir. Yöreye daha sonra Hititler, Persler, Makedonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Çobanoğulları, Candaroğulları ve Osmanlılar hakim olmuşlardır (Evliyaoğlu, 1994:142).

Kastamonu, doğal ve kültürel değerler açısından zengin bir yerleşim alanıdır. Küre dağları, bir milyon yıllık Ilgarini Mağarası, dünyaca ünlü Valla Kanyonu, Ilgaz Dağı, kaya mezarları, Osmanlı-Türk sivil mimarisine ait tarihi konakları, Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait tarihi ve mimari özellikleri olan diğer değerleri ile turizm potansiyeli büyük olan bir yerdir. Özellikle Ilgaz Dağındaki turistik yatırımlarla birlikte 2000'li yılların başından itibaren bölgeye yönelik turizm hareketlerinde gözle görülür bir artış olmuştur.

Yıllar İtibariyle Kastamonu'ya Gelen Turist Sayıları

YILLAR	YERLİ	YABANCI	TOPLAM
1998	17 779	437	18 216
1999	19 425	209	19 634

2000	19 190	473	19 663
2001	22 225	275	22 500
2002	87 453	441	87 904
2003	88 868	729	89 597
2004	94 490	1079	95 569

Kaynak: Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, 2005.

2.ARAŞTIRMANIN AMACI

Diğer alanlarda olduğu gibi turizm alanında da yatırım yapmak isteyen girişimciler konuyla ilgili olarak derlenmiş güvenilir bilgiye gereksinim duyarlar. Turizme yönelik yatırım yapmak isteyen girişimciler yapacakları bir tesis ile kimlerden talep bulabilecekleri ve dolayısıyla kimlere mal ve hizmet sunabilecekleri konularındaki belirsizlikleri ancak kişisel gözlem ve deneyimleri ile aşmaya çalışırlar. Bilimsel araştırma sonuçlarına dayanmayan kişisel birikimle yapılan işlerden her zaman istenen sonucun alınması beklenemez. Bu nedenle araştırmanın temel amacı; turizmin gelişim süreci açısından yeni sayılabilecek, doğa, kültür, kış, deniz, çiftlik, inanç, yayla ve daha birçok turizm türünün gelişmesi bakımından elverişli olan Kastamonu'yu ziyaret eden yerli turistlerin profillerini ortaya çıkarmaktır. Alt amaç olarak ise, araştırma sonucunda elde edilen bulguların işletmelerin turistik mal ve hizmetlerini konumlandırmalarına katkı sağlamaktır.

3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ve ÖRNEKLEM

Araştırmanın kapsamını 2004 yılında Kastamonu iline turistik amaçlı ziyarette bulunan yerli turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın kapsamına sadece yerli turistlerin dahil edilmesinde yöreye gelen turistlerin büyük çoğunluğunu (%98) oluşturmaları etkili olmuştur (Turizm İl Müdürlüğü, 2005). Araştırma ağırlıklı olarak Kastamonu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde ve değişik turistik uğrak yerlerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacına yönelik olarak 2005 yılının ilk yarısı içinde Mayıs ve Haziran aylarında Kastamonu'yu değişik amaçlarla ziyaret eden 425 yerli turiste Kastamonu'nun değişik turistik uğrak noktalarında (Kastamonu merkez, İnebolu ve Ilgaz Dağı) önceden pilot uygulaması (25 turist üzerinde) yapıldıktan sonra gözden geçirilmiş olan anket formları dağıtılarak doldurmaları sağlanmıştır. Eksik ve hatalı şaahletmelerden dolayı 420 anket formu değerlendirme kapsamına dahil edilmiştir.

Bu araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde Ryan'ın (1995:24) formülünden faydalanılmıştır. Formül:

$$n = \frac{NPq}{(N-1)B^2 + Pq} \cdot Z^2$$

Formülde yer alan semboller şunlardır:

n: Örneklem sayısını,

N: Araştırmaya konu olan topluluğu

P: Topluluk oranını veya tahminini,

q: 1-P'i

B: Katlanılabilir hata oranını ve

Z²: Z sayısını sayısını ifade etmektedir (istenilen güven aralığında).

N: 94490 (2004 yılı yerli turist sayısı)

p= 0,5

$$n = \frac{944490 (0,5)(0,5)}{(94490 - 1)0,5^2 + (0,6)(0,5)} \quad \begin{array}{l} A \\ B \\ C \end{array}$$

q= 0,5

B=0,5

z= 1,96²

A=94490*0,5*0,5=23623

B=(94490-1)*0,05²+0,5*0,5=236,4725

C=1,96²=3,8416

Buradan

n=A*C/B=23623*3,8416/(236,4725)=383,7660

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Kastamonu'ya gelen yerli turistler hakkında detaylı bilgiler elde edebilmek için veri toplama yöntemi olarak anket tekniği seçilmiş ve ankete katılanlar tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan anket formları, yerli turistlere yönelik olduğu için anket sorularının tamamı Türkçe olarak hazırlanmıştır. Ankette yer alan 30 adet sorudan 4 tanesi boşluk doldurma şeklinde iken, 26 tanesi çoktan seçmelidir. Hazırlanmış olan anketlerdeki soruların cevapları Kastamonu'nun değişik noktalarında ziyaretçi yerli turistlere "birebir yöntem" kullanılarak alınmıştır. Anket uygulamasında anketör olarak bölgeyi iyi bilen turizm otel işletmeciliği ve turizm rehberliği programı öğrencileri görev yapmışlardır.

5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Gerçekleştirilen çalışma kapsamında bazı değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla çeşitli hipotezler belirlenmiştir. Bunlar:

- H₁: Kastamonu'ya gelen turistlerin gelir düzeyi ile kalış süreleri arasında ilişki vardır.
- H₂: Ziyaretçilerin eğitim düzeyleri ile kalış süreleri arasında ilişki vardır.
- H₃: Turistlerin Kastamonu'ya gelirken kullanılan ulaşım aracı türü ile eğitim durumları arasında ilişki vardır.
- H₄: Kastamonu'ya gelen turistlerin geliş amaçları ile eğitim durumları arasında ilişki vardır.
- H₅: Ziyaretçilerin gelir durumu ile ziyaret etme sıklığı arasında ilişki vardır.
- H₆: Kastamonu'yu ziyaret edenlerin yaş grubu ile ziyaret etme sıklığı arasında ilişki vardır.
- H₇: Ziyaretçilerin gelir durumları ile tercih ettikleri konaklama yeri arasında ilişki vardır.
- H₈: Kastamonu'yu ziyaret etme sıklığı ile cinsiyet arasında ilişki vardır.
- H₉: Kastamonu'yu ziyaret etme sıklığı ile eğitim durumu arasında ilişki vardır.
- H₁₀: Ziyaretçileri Kastamonu'ya yönlendiren kanal ile eğitim düzeyleri arasında ilişki vardır.
- H₁₁: Kastamonu'ya gelen turistlerin eşleriyle birlikte seyahat etmeleri ile eğitim durumları arasında ilişki vardır.
- H₁₂: Ziyaretçilerin Kastamonu'ya geliş şekli ile eğitim düzeyleri arasında ilişki vardır.
- H₁₃: Ziyaretçilerin geceleme arzu ettikleri konaklama türü ile eğitim düzeyleri arasında ilişki vardır.

6. BULGULAR VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket sorularında ziyaretçilerin; cinsiyet, yaş medeni durum, evli olanların eşleriyle birlikte seyahat edip etmedikleri, öğrenim durumları, meslekleri, aylık gelirleri, Kastamonu'ya gelmeden önce ziyaret edilen yer, Kastamonu'dan sonra gidecekleri yer, Kastamonu'yu ziyaret etmelerinde etkili olan faktörler, Kastamonu'ya geliş şekilleri, Kastamonu'ya hangi ulaşım aracı ile geldiği, Kastamonu'da kalış süreleri ve son olarak da Kastamonu'da ne tür bir konaklama işletmesinde geceleme arzu ettikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulguların değerlendirilmesinde SPSS (Statistical Package For Social Sciences) bilgisayar programı kullanılmış olup veriler çapraz tablolarla sunulmakla birlikte değişkenler arasında ilişki olup olmadığını belirlemek için Ki-Kare bağımsızlık testi yapılmıştır (Tokol, 1996:72) . Aralarında ilişki bulunan değişkenler için ilişkinin derecesini veren tahmini Cramer's V katsayısı hesaplanmıştır (Düzgüneş vd., 1983:67).

Tablo 1. Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	n	%
Cinsiyet		
Bay	276	65,7
Bayan	144	34,3
Medeni Durum		
Evli	225	53,6
Bekar	195	46,4
Eğitim Durumu		
İlköğretim	30	7,1
Lise	180	42,9
Üniversite	189	45,0
Yüksek Lisans	21	5,0
Aylık Gelir Düzeyi		
Asgari Ücret	39	9,3
500-750 YTL	90	21,4
751-1000 YTL	141	33,6
1001 –1250 YTL	93	22,1
1251- +	57	13,6
Yaş Durumu		
20-30	195	46,4
31-40	138	32,9
41-50	78	18,6
51- +	9	2,1

Araştırma kapsamına alınan yerli turistlerin % 65,7'sini bay % 34,3'ünü ise bayan ziyaretçi oluşturmaktadır. Medeni durumları incelendiği zaman gelen ziyaretçilerin büyük bir bölümünün evli (% 53,6) olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim düzeyi bakımından gelen ziyaretçilerin % 45'ini üniversite %42,9'unu lise eğitimi almış olanlar oluşturmaktadır. Kastamonu'yu ziyaret eden yerli turistlerin gelir seviyesinin ağırlıklı bir bölümünü orta gelir seviyesindeki kişiler oluşturmakla birlikte % 13,6'lık bir kısmını üst gelir grubundan ziyaretçiler oluşturmaktadır. Yaş grubu açısından değerlendirildiğinde ise her yaş grubundan ziyaretçinin Kastamonu'yu ziyaret ettiği görülmekle birlikte ağırlıklı olarak gençler dikkat çekmektedir.

Tablo 2. Ziyaretçilerin Kastamonu'yu Turistik Bir Destinasyon Olarak Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılımları

F*	1		2		3		4		5		Aritmetik Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	45	10,7	42	10,0	141	33,6	126	30,0	66	15,7	3,3000
2	39	9,3	39	9,3	63	15,0	192	45,7	87	20,7	3,5929
3	30	7,0	12	2,9	63	15,0	159	37,9	156	37,1	3,9500
4	111	26,4	42	10,0	93	22,1	111	26,4	63	15,0	2,9357
5	75	17,9	9	2,1	66	15,7	156	37,1	114	27,1	3,5357
6	51	12,1	33	7,9	114	27,1	162	38,6	60	14,3	3,3500
7	36	8,6	24	5,7	126	30,0	129	30,7	105	25,0	3,5786
8	21	5,0	27	6,4	66	15,7	201	47,9	105	25,0	3,8143
9	18	4,3	9	2,1	87	20,7	135	32,1	171	40,7	4,0286
10	93	22,1	57	13,6	111	26,4	108	25,7	51	12,1	2,9214
11	153	36,4	42	10,0	60	14,3	123	29,3	42	10,0	2,6643
12	75	17,9	39	9,3	99	23,6	126	30,0	81	19,3	3,2357
13	33	7,9	24	5,7	108	25,7	180	42,9	75	17,9	3,5714
14	42	10,0	24	5,7	66	15,7	153	36,4	135	32,1	3,7500
15	9	2,1	18	4,3	39	9,3	120	28,6	234	55,7	4,3143

1- Önemli Değil 2- Az Önemli 3- Orta Derece Önemli 4- Önemli 5- Çok Önemli

(F) Etkili Faktörler*

- 1-İklimin güzel olması
- 2-Dost, sıcak kanlı insanlar
- 3-Görülecek çok şey olması
- 4-Deniz kıyısına yakınlık
- 5-Güvenlik
- 6-Kaliteli otellerin olması
- 7-Mutfağının zenginliği
- 8-Fiyatların uygunluğu
- 9-Tarihsel zenginlik
- 10-Macera
- 11-Kayak yapma imkanı
- 12-Diğer turistik yörelere yakın olması
- 13-Aile tatili için uygun olması
- 14-Merak
- 15-Tarihi ve kültürel değerler

Tablo 2'den de anlaşılacağı gibi, turistlerin Kastamonu'yu tercih etmelerini etkileyen en önemli faktörlerin başında öncelikli dağılıma göre; tarihi ve kültürel değerler, görülecek çok unsurun olması, fiyatların uygunluğu, tarihsel zenginlik, merak, dost ve sıcak kanlı insanların olması, güvenlik, aile tatili için uygun bir destinasyon olması, yöre mutfağının zenginliği gibi hususlar belirtilmiştir. Burada gözardı edilmemesi gereken en önemli husus, Kastamonu'ya yönelik turizm hareketlerinin yaygınlaşması doğrultusunda en etkili yatırım Ilgaz Dağı'nda yapılan kış turizmi ağırlıklı kayak pistlerinin de yer aldığı tesisleşmedir. Araştırmanın yaz döneminde yapılmış olması nedeniyle bölgeye gelen turistlerin tercihlerinde öncelik sıralamasında kayak yapma imkanının olması hususu alt sıralarda yer almıştır.

Tablo 3. Ziyaretçilerin Gelir Düzeyleri İle Kalış Süresi Arasındaki İlişkinin Dağılımı (YTL)

GELİR DÜZEYİ	KALIŞ SÜRESİ				Toplam	Yüzde
	Günübirlik	Haftasonu	3-7 gün	7 gün +		
Asgari Ücret	18 (8,1)	9(17,3)	6 (10,6)	6 (3,1)	39	9,3
500-750	21 (18,6)	39 (39,9)	21(24,4)	9 (7,1)	90	21,4
751-1000	30 (29,2)	51 (62,4)	48(38,3)	12(11,1)	141	33,6
1001-1250	15 (19,3)	57(41,2)	21(25,2)	0 (7,3)	93	22,1
1251- +	3 (11,8)	30(25,2)	18(15,5)	6 (4,5)	57	13,6
TOPLAM	87	186	114	33	420	100
YÜZDE	20,7	44,3	27,1	7,9		100
Pearson: 50,369 Phi: 0,346 Cramer's V: 0,200 sd:12						

Tablo 3'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin aylık gelir durumları ile Kastamonu'da kalış sürelerinin dağılımı verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin %20,7'si Kastamonu'ya günübirlik gelirirken, %44,3'ü hafta sonunu Kastamonu'da geçirmektedir. Ziyaretçiler genelde 1 yada 2 gün kaldıktan sonra Kastamonu'dan ayrılmaktadır. 3-7 gün yada 7 gün ve üstü seçeneğini belirten %35'lik kısmın, Kastamonu'ya akraba yada arkadaş ziyareti amacıyla gelen insanları kapsadığı söylenebilir. Ziyaretçilerin büyük bir bölümünü orta gelir grubu kişiler oluştururken %13,6'lık bir kısmını ise üst gelir grubu ziyaretçilerden oluştuğu görülmektedir. İki değişken arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. İlişkinin derecesi 0,20 olarak hesaplanmıştır. Bu verilere göre H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Ziyaretçilerin Eğitim Durumu İle Kalış Süreleri Arasındaki İlişkinin Dağılımı

EĞİTİM DÜZEYİ	KALIŞ SÜRESİ				Toplam	Yüzde
	Günübirlik	Haftasonu	3-7 gün	7 gün +		
İlköğretim	12(6,2)	6 (13,3)	3 (8,1)	9 (2,4)	30	7,1
Lise	39 (37,3)	81 (79,7)	45(48,9)	15(14,1)	180	42,9
Üniversite	33(39,2)	84(83,7)	63(51,3)	9(14,9)	189	45,0
Yük. Lisans	3(4,3)	15(9,3)	3 (5,7)	0 (1,7)	21	5,0
TOPLAM	87	186	114	33	420	100

YÜZDE	20,7	44,3	27,1	7,9	100
	Pearson: 44,589		Phi: 0,326	Cramer's V: 0,188	sd:9

Tablo 4'de ziyaretçilerin eğitim durumları ile Kastamonu'da kalış süreleri arasındaki ilişkinin dağılımı görülmektedir. Bu verilere göre üniversite ve lise eğitimi olanların bölgeye daha fazla geldikleri ve daha uzun süreli kaldıkları anlaşılmaktadır. İki değişken arasında 9 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişki tespit edildiği için H_2 hipotezi kabul edilmiş olup, ilişkinin derecesi 0,19 olarak belirlenmiştir.

Tablo 5. Ziyaretçilerin Gelişte Kullandıkları Ulaşım Aracı Türü İle Eğitim Durumları Arasındaki İlişkinin Dağılımı

ULAŞIM ARACI	EĞİTİM DURUMU				Toplam	Yüzde
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		
Özel Araç	12 (15,0)	96(90,0)	87(94,5)	15(10,5)	210	50,0
Otobüs	18 (15,0)	84(90,0)	102 (94,5)	6 (10,5)	210	50,0
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	4,0	31,0	54,0	11,0	100	
Pearson:7,048 sd:3						

Tablo 5'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'ya gelirken kullandıkları ulaşım araçlarının yüzdeler dağılımı ve ziyaretçilerin eğitim durumunun dağılımı verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin %50'si özel araçlarıyla gelirken, %50'side otobüsle gelmektedir. Bu veriler oldukça tesadüf bir şekilde eşit çıkmıştır. Kastamonu'ya seyahat acentası, okul, dernek yada iş yeri arıcılığıyla gelen insanların, grup halinde seyahat ederken otobüsü tercih ettiklerini göstermektedir. İki değişken arasında 3 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişkinin bulunmadığı (Tablo değeri: 7,815) belirlenmiş ve bu durumda H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 6. Ziyaret Amaçları İle Eğitim Durumları Arasındaki İlişkinin Dağılımı

ZİYARET AMACI	EĞİTİM DURUMU				Toplam	Yüzde
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lis.		
Kültürel	6(12,6)	63(75,9)	96(79,7)	12(8,9)	177	42,1
Akraba Ziyareti	9(5,6)	39(33,4)	30(35,1)	0 (3,9)	78	18,6
İş	6(7,1)	42(44,4)	45(44,6)	6 (5,0)	99	23,6
Mesleki Arş.	3(1,1)	3(6,4)	9 (6,8)	0 (0,8)	15	3,6
Eğlence	6(3,6)	33(21,9)	9(23,0)	3(2,6)	51	12,1
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	4,0	31,0	54,0	11,0	100	
Pearson: 40,785 Phi: 0,312 Cramer's V: 0,180 sd:12						

Tablo 6'da Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'yu ziyaret etme amaçları verilmiştir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 42,1'i Kastamonu'yu kültürel seyahat amacıyla ziyaret etmiştir. İki değişken arasında 12 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. İlişkinin derecesi % 18 olarak bulunmuştur. Buna göre, H₄ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Ziyaretçilerin Gelir Durumları İle Ziyaret Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı (YTL)

GELİR DÜZEYİ	ZİYARET SIKLIĞI				Toplam	Yüzde
	İlk kez	2-4	5-8	9 +		
Asgari Ücret	24 (22,8)	3 (8,4)	9 (4,2)	3 (3,6)	39	9,3
500-750	42 (52,7)	21 (19,3)	12 (9,6)	15 (8,4)	90	21,4
751-1000	84(82,6)	30(30,2)	12 (15,1)	15 (13,1)	141	33,6
1001-1250	54(54,5)	30 (19,9)	3 (10,0)	6 (8,6)	93	22,1
1251- +	42(33,4)	6(12,2)	9(6,1)	0(5,3)	57	13,6
TOPLAM	246	90	45	39	420	100
YÜZDE	58,6	21,4	10,7	9,3	100	
Pearson: 41,105 Phi: 0,313 Cramer's V: 0,181 sd:12						

Tablo 7'de ziyaretçilerin gelir düzeyleri ile ziyaret sıklığı arasındaki ilişkinin dağılımı verilmektedir. Bu tabloda dikkat çeken husus ziyaretçiler arasında dar gelir grubunda yer alan (asgari ücretli) bir kesiminde bölgeyi ziyaret ettiği görülmektedir. Bölgenin ilgili konularda araştırma yapmak durumunda bulunan öğrenciler için elverişli olması nedeniyle özellikle mimarlık eğitimi alan öğrenciler tarafından sıkça ziyaret edildiği görülmektedir ki asgari ücret gelirliler öğrenci kesimi oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra her gelir grubundan insanın bölgeyi ziyaret ettiği söylenebilir.

Bu iki değişken arasında 12 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişki tespit edilmiş olup, ilişkinin derecesi 0,18'dir. Bu veriler doğrultusunda H₅ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Ziyaretçilerin Yaş Grupları İle Ziyaret Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı

YAŞ DURUMU	ZİYARET SIKLIĞI				TOP.	%
	İlk kez	2-4	5-8	9 +		
20-30	129(114,2)	36 (41,8)	15(20,9)	15(18,1)	195	46,4
31-40	75(80,8)	27(29,6)	15(14,8)	21(12,8)	138	32,9
41-50	39(45,7)	24(16,7)	15(8,4)	0(7,2)	78	18,6
51 +	3(5,3)	3(1,9)	0(1,0)	3(0,8)	9	2,1
TOPLAM	246	90	45	39	420	100
YÜZDE	58,6	21,4	10,7	9,3	100	
Pearson: 35,606 Phi:0,291 Cramer's V: 0,168 sd:9						

Tablo 8'de görüldüğü üzere bölgeye 20-30 ve 31-40 yaş grubu ziyaretçilerin büyük oranda ilk kez geldiği (% 82,9). İki değişken arasında yapılan değerlendirme sonucunda 9 sd

ve 0,05 önem düzeyinde ilişki bulunmuştur. İlişkinin derecesi 0,17 olup buna göre H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Ziyaretçilerin Kalmayı Arzu Ettikleri Konaklama Yeri İle Gelir Düzeyi Arasındaki İlişkinin Dağılımı

KONAKLAMA YERİ	GELİR DÜZEYİ					TOP.	%
	Asgari Ücret	500-750 YTL	751-1000 YTL	1000-1250 YTL	1251- +		
Geleneksel Kastamonu Evi	15(6,7)	12(15,4)	24(24,2)	15 (15,9)	6(9,8)	72	17,1
Otel	6(10,9)	42(25,1)	36(39,3)	21(25,9)	12(15,9)	117	27,9
Lüks Otel	6(5,3)	12(12,2)	12(19,1)	9(12,6)	18(7,7)	57	13,6
Motel	3(2,0)	3(4,5)	6(7,1)	6(4,7)	3(2,9)	21	5,0
Bel. Bel. Otel	0(1,4)	0(3,2)	3(5,0)	9(3,3)	3(2,0)	15	3,6
Dağ Oteli	0(7,2)	9(16,7)	33(26,2)	24(17,3)	12(10,6)	78	18,6
Diğer	9(5,6)	12(12,9)	27(20,1)	9(13,3)	3(8,1)	60	14,3
TOPLAM	39	90	141	93	57	420	100
YÜZDE	9,3	21,4	33,6	22,1	13,6	100	
Pearson: 87,526 Phi: 0,457 Cramer's V: 0,228 sd:24							

Tablo 9'da Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'da kalmayı arzuladıkları konaklama türü ile aylık gelir düzeylerinin dağılımı verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 27,9'u yıldızlı otelde, %18,6'sı dağ otelinde % 17,1'i ise geleneksel Kastamonu evinde konaklamak istediğini belirtmiştir. Bu durum, Kastamonu'da turizm sektörünün gelişim ve ilerleme süreci içinde konaklama türlerinin belirlenmesinde ve yatırımların yapılmasında göz önüne alınması gereken bir husustur. Değişkenler arasında 6 sd ve 0,05 önem düzeyinde pozitif bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. İlişkinin derecesi (Cramer's V) 0,228'dir. Buna göre H_7 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Ziyaret Etme Sıklığı İle Cinsiyet Arasındaki İlişkinin Dağılımı

ZİYARET SIKLIĞI	CİNSİYET		TOPLAM	YÜZDE
	BAY	BAYAN		
İlk kez	171	75	246	58,6
2-4 kez	60	30	90	21,4
5-8 kez	24	21	45	10,7
9 + kez	21	18	39	9,3
TOPLAM	276	144	420	100
YÜZDE	65,7	34,3		100
Pearson:7,111 sd:3				

Tablo 10'da Kastamonu'ya ilk kez gelenler arasında bayların daha fazla oranda (% 69,5) oldukları görülmektedir. Yapılan istatistiki analiz sonucunda 3 sd ve 0,05 önem düzeyinde iki değişken arasında ilişkinin bulunmadığı (Tablo değeri 7,815) belirlenmiştir. Buna göre H_0 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 11. Ziyaret Etme Sıklığı İle Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin Dağılımı

ZİYARET SIKLIĞI	EĞİTİM DURUMU				TOP.	%
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		
İlk kez	12(17,6)	96(105,4)	123(110,7)	15(12,3)	246	58,6
2-4	9(6,4)	36(38,6)	42(40,5)	3(4,5)	90	21,4
5-8	6(3,2)	24(19,3)	15(20,3)	0(2,3)	45	10,7
9 +	3(2,8)	24(16,7)	9(17,6)	3(2,0)	39	9,3
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	7,1	42,9	45,0	5,0		100
Pearson: 21,426		Phi: 0,226	Cramer's V: 0,130	sd:9		

Tablo 11'de Kastamonu'yu ziyaret eden yerli turistlerin ziyaret etme sıklığı ile eğitim düzeylerinin dağılımı verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 58,6'sının Kastamonu'yu "ilk kez" ziyaret ettiği anlaşılmaktadır. Bu grubun % 50'sini üniversite eğitimi almış olanlar oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin %21,4'lük bir bölümü ise 2-4 kez arasında Kastamonu'ya geldiklerini belirtmişlerdir.

Ziyaret sıklığı ile eğitim durumunun ilişki boyutunun belirlenmesine yönelik yapılan istatistiki analiz sonucunda 9 sd ve 0,05 önem düzeyinde iki değişken arasında düşük düzeyde de olsa pozitif ilişkinin varlığı belirlenmiştir. İlişkinin derecesi (Cramer's V) 0,13 olarak hesaplanmış ve H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12. Ziyaretçileri Kastamonu'ya Yönlendiren Kanal İle Eğitim Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	EĞİTİM DURUMU				TOP.	%
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		
Arkadaş Tavsiyesi	9(7,3)	48(43,7)	36(45,9)	9(5,1)	102	24,3
Yazılı Basın	0(0,9)	3(5,1)	6(5,4)	3(0,6)	12	2,9
Görsel Basın	0(1,3)	0(7,7)	15(8,1)	3(0,9)	18	4,3
Seyahat Acentası	3(5,8)	33(34,7)	42(36,5)	0(4,1)	81	19,3
İş	3(5,8)	36(34,7)	36(36,5)	6(4,1)	81	19,3
Diğer	12(9,0)	60(54,0)	54(56,7)	0(6,3)	126	30,0
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	7,1	42,9	45,0	5,0		100
Pearson: 52,552		Phi: 0,354	Cramer's V: 0,204	sd:15		

Tablo 12'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'yu ziyaret etmelerine neden olan faktörlerle birlikte eğitim düzeyleri birlikte verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 24,3'ü arkadaş tavsiyesi, % 19,3'ü seyahat acentası, %4,3'ü görsel basın, % 2,6'ı yazılı basın ve, % 19,3'ü iş nedeniyle Kastamonu'ya gelirken, % 30'u diğer seçeneğini işaretlemiştir ki bu grupta özellikle özel turlar ve araştırma amacıyla gelenlerin oluşturduğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçilerin % 24,3 gibi bir kısmı arkadaş tavsiyesi üzerine Kastamonu'ya geldiğini belirtmişler ve bu grubun % 82,3'lük büyük bir bölümünün üniversite ve lise düzeyinde eğitimi bulunmaktadır. İki değişken arasında 15 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. İlişkinin derecesi 0,204 olarak bulunmuş olup H_{10} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13. Ziyaretçilerin Eşleriyle Seyahat Etme Alışkanlıkları İle Eğitim Durumları Arasındaki İlişkinin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	EĞİTİM DURUMU				TOP.	%
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		
Evet	27(13,5)	90(81,0)	57(85,1)	15(9,5)	189	45,0
Hayır	3(16,5)	90(99,0)	132(104,0)	6(11,6)	231	55,0
TOPLAM	30	180	189	21	420	
YÜZDE	7,1	42,9	45,0	5,0		100
Pearson: 49,110		Phi: 0,342		Cramer's V: 0,342		sd:3

Tablo 13'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin eşleriyle birlikte seyahat etme oranları verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 45'i seyahate eşleriyle birlikte çıkarken, eşleriyle birlikte seyahat etmeyenlerin oranı %55'tir. Tablo 1 incelendiğinde ankete katılan ziyaretçilerin % 53,6'sının evli olduğu görülmektedir. Ayrıca, eşleriyle birlikte seyahat eden ziyaretçilerin % 77,7'sinin üniversite ve lise düzeyinde eğitimi olduğu görülmektedir. Eşleriyle birlikte seyahat etme alışkanlığı ile eğitim durumunun ilişkili olup olmadığına dair yapılan istatistiki değerlendirme sonucunda 3 sd ve 0,05 önem düzeyinde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Cramer's V (ilişkinin derecesi) 0,34 olarak bulunmuş ve H_{11} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 14. Ziyaretçilerin Geliş Şekli İle Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	EĞİTİM DURUMU				TOP.	%
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		

Sey. Acentası	6(5,6)	30(33,4)	39(35,1)	3(3,9)	78	18,6
Okul-Dernek vb.	0(3,6)	18(21,9)	33(23,0)	0(2,6)	51	12,1
Ferdi	15(15,0)	90(90,0)	90(94,5)	15(10,5)	210	50,0
Diğer	9(5,8)	42(34,7)	27(36,5)	3(4,1)	81	19,3
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	7,1	42,9	45,0	5,0		100
Pearson: 20,480		Phi: 0,221		Cramer's V: 0,127		

Tablo 14'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'ya geliş şekilleri verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 50'si Kastamonu'ya ferdi olarak, % 18,6'sı seyahat acentası aracılığı ile gelmektedir. Kastamonu'ya okul, dernek vb. aracılığıyla gelen ziyaretçilerin oranı ise % 12'dir. Değişkenler arasında 9 sd ve 0,05 önem düzeyinde düşük oranda olsa da pozitif bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiş ve H_{12} hipotezi kabul edilmiştir. İlişkinin derecesi 0,13 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 15. Ziyaretçilerin Kalmayı Arzu Ettikleri Konaklama Türü İle Eğitim Durumları Arasındaki İlişkinin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	EĞİTİM DURUMU				TOP.	%
	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans		
Geleneksel Kastamonu Evi	6(5,1)	27(30,9)	36(32,4)	3(3,6)	72	17,1
Otel	12(8,4)	54(50,1)	48(52,7)	3(5,9)	117	27,9
Lüks Otel	0(4,1)	18(24,4)	30(25,7)	9(2,8)	57	13,6
Motel	0(1,5)	12(9,0)	9(9,5)	0(1,1)	21	5,0
Bel. Bel. Otel	0(1,1)	9(6,4)	3(6,8)	3(0,8)	15	3,6
Dağ Oteli	3(5,6)	24(33,4)	48(35,1)	3(3,9)	78	18,6
Diğer	9(4,3)	36(25,7)	15(27,0)	0(3,0)	60	14,3
TOPLAM	30	180	189	21	420	100
YÜZDE	7,1	42,9	45,0	5,0		100
Pearson: 65,514		Phi: 0,395		Cramer's V:0,228		sd:18

Tablo 15'de Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin Kastamonu'da kalmayı arzuladıkları konaklama türü ile eğitim düzeylerinin dağılımı verilmektedir. Ankete katılan ziyaretçilerin % 27,9'u yıldızlı otelde kalmayı arzu ederken bunun % 41'ini üniversite eğitimi olanlar oluşturmaktadır. Değişkenler arasında 18 sd ve 0,05 önem düzeyinde pozitif bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. İlişkinin derecesi (Cramer's V) 0,22 olarak bulunmuş ve H_{13} hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Turizm sektörüne yönelik talep değişimi iç bölgelere yönelik turizm hareketlerine katılım düzeyinde son yıllarda artış olduğu görülmektedir. Bu gelişmeden 2000'li yılların başından

İtibaren Kastamonu'da olumlu yönde etkilenmiş ve bölgeye olan turistik talepte artış gözlenmiştir. Kastamonu'nun Dünya Miras Şehirler Listesinde yer alan ve önemli oranda turistik talep gören Safranbolu ve yine turistlerin uğrak sayfiye yeri olan Amasra'ya yakın olması da yöreye olan talebi olumlu yönde etkilemektedir.

Turistlerin Kastamonu'yu tercih etmelerini etkileyen en önemli faktörlerin başında öncelikli dağılıma göre; tarihi ve kültürel değerler, görülecek çok şeyin olması, fiyatların uygunluğu, tarihsel zenginlik, merak, dost ve sıcak kanlı insanların olması, güvenlik, aile tatili için uygun bir destinasyon olması, yöre mutfağının zenginliği gibi hususlar belirtilmiştir. Burada gözardı edilmemesi gereken en önemli husus, Kastamonu'ya yönelik turizm hareketlerinin yaygınlaşması doğrultusunda en etkili yatırım İlgaz Dağı'nda yapılan kış turizmi ağırlıklı kayak pistlerinin de yer aldığı tesisleşmedir.

Araştırmanın yaz döneminde yapılmış olması nedeniyle bölgeye gelen turistlerin tercihlerinde öncelik sıralamasında kayak yapma imkanının olması hususu alt sıralarda yer almıştır.

Yapılan çalışma sonucunda Kastamonu'da turizme yönelik uygun planlama-politika ve stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlamak için şu belirtilen önerilerde bulunmak mümkündür:

- Yöreye gelen ziyaretçilerin ortalama yarısını evlilerin oluşturduğu ve yöreyi aile seyahatine uygun bir destinasyon olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Bu nedenle insanların bu görüşlerini muhafaza etmelerini sağlayabilme açısından mevcut değerleri korumaya yönelik tedbirler alınmalıdır.
- Çalışma sonucunda yöreyi ziyaret edenlerin %45'ini üniversite, %42,9'unun ise lise eğitimi almış oldukları görülmektedir. İnsanların eğitim düzeyi ile beklentileri arasında doğru orantının olduğu düşünülür ise, sunulacak hizmet ve ürün kalitesinin de bu beklentiye cevap verebilir nitelikte olmasına dikkat edilmelidir.
- Kastamonu ve çevresindeki turistik hizmetlerden faydalanmak üzere gelenlerin büyük bir çoğunluğunu (%79,3) 20-40 yaş grubu içinde yer alan orta gelir düzeyine sahip kişiler oluşturmaktadır. Bu nedenle yörede planlanan yatırımlarda bu hususa dikkat edilmelidir.
- Yöreye yönelik talebin ağırlıklı olarak (%44,3) hafta sonları 1-2 günlük olduğu, geceleme için ağırlıklı olarak yıldızlı otel ve dağ otelini tercih ettikleri ayrıca seyahatlerinde özel araç ve otobüsü tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu nedenle, alt yapı ve üst yapı yatırımlarında bu verilerin değerlendirilmesi yatırımcılar için faydalı olabilir.

KAYNAKÇA

Baloğlu, Ş. ve Ken, W. McCleary (1999)", U.S. International Pleasure Travelers Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison Of Visitors and Nonvisitors", *Journal of Travel Research*, 38:114-129.

- Buhalis, D., (2000), "Marketing the Competitive Destination of the Future", *Tourism Management*, 21:97-116.
- Coltman, M.M., (1989), *Tourism Marketing*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Duman, T., ve Öztürk, A.B., (2005), "Yerli Turistlerin Mersin Kız Kalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri İle İlgili Algılamaları", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:16, Sayı:1, 9-23.
- Düzgüneş, O., Kesici, T. Ve Gürbüz, F., (1983), *İstatistik Metodları I*, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları:861, Ankara.
- Evliyaoğlu, S., (1994), *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Ankara.
- Gürbüz, A., (2002), "Yerel kalkınım Stratejisi İçinde Turizm ve Safranbolu", *Bilgi-Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 22:29-47.
- Gürbüz, A., (2003), "Safranbolu'yu Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Araştırma", *Standard Dergisi*, 42 (498): 36-46.
- Himmetoğlu, B., (1989), "Rekreasyon Nedir?", *Turizm Yıllığı*, Türkiye Kalkınma Bankası Yayını, Ankara, 36-42.
- İçöz, O. Ve Kozak, M. (1998), *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- İslamoğlu, H., (1995), "Bağımsız Seyahat Eden Turistleri Turlarla Seyahat Eden Turistlerden Ayıran Kişilik Özellikleri", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 9(51):23-32.
- Kozak, M., (2003), "Measuring Tourist Satisfaction with Multiple Desrination Attributes", *Tourism Analysis*, 7:229-240.
- Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, *Kastamonu Turizm İstatistikleri*, 2005.
- Olalı, H. Ve Timur, A., (1988), *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.
- Pike, S. (2002), "Destination Image Analysis-A Review of 142 Paper From 1973 to 2000", *Tourism Management*, 23:541-549.
- Ryan, C. (1995), "Researching Tourist Satisfaction", Issues, Concepts, Problems London: Routledge.
- Sezgin, O. Ve Acar, Y., (1991), *Turizm – Tanıtma-Pazarlama-Ekonomi*, Baştem Yayınları, Ankara.
- Tekeli, H., (2001), *Turizm Pazarlaması*, Detay Yayıncılık.
- Tokol, T., (1996), *Pazarlama Araştırması*, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No:97, Bursa.