



## Üniversite Öğrencilerinin Destinasyon İmajı Algısı: Sinop İli Örneği

### University Students' Perception of Destination Image: The Case of Sinop

Nurettin AYZAZ<sup>1</sup>, Recep BAKAR<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye  
<sup>2</sup>Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, Türkiye

#### ORCID

N.A.: 0000-0003-2117-2015

R.B.: 0000-0003-0854-5649

#### Corresponding Author:

Nurettin AYZAZ

#### Email:

nurettinayaz@karabuk.edu.tr

**Citation:** Ayaz, N. ve Bakar, R. (2020). Turizm öğrencilerinin şehir imajı algısı: Sinop ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 610-626.

**Submitted:** 17.05.2020

**Accepted:** 26.08.2020

#### Özet

*Bu çalışmada üniversite öğrencileri perspektifinden Sinop ili destinasyon imajının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Sinop ili destinasyonuna ilişkin olumlu ve olumsuz yönlerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu kapsamda 501 üniversite öğrencisinden anket tekniği ve kolayda örneklem yöntemi kapsamında veri toplanmıştır. Öğrencilerden toplanan verilerinin analizi sonucunda Sinop destinasyonu için öğrencilerin imaj algısında şehir güvenliği, tarihi ve coğrafi değer, şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları önceliğinde olmak üzere yedi boyutta ulaşılmıştır. Öğrencilerin genel olarak Sinop şehri imaj algısı ortalaması ise  $\bar{x}=2,78$  olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda görülmüştür ki öğrenciler Sinop şehrini tarihi ve coğrafi değer yönünden görülmeye değer çok sakin ve güvenli bir şehir olarak görmekle birlikte şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden yeterli düzeyde bulmamaktadır.*

**Anahtar Sözcükler:** Turizm, Destinasyon İmajı, Üniversite Öğrencileri, Sinop.

#### Abstract

*This study was aimed to find out the destination image of Sinop from the perspective of university students. Besides, it is aimed to reveal the positive and negative aspects of Sinop province. In this context, data were collected from 501 university students by questionnaire technique and convenience sampling method. As a result of the analysis of the data, it is determined that the destination image perception of students for Sinop consists of seven dimensions, such as city security, historical and geographical value, locals, health, accommodation and cleaning facilities, transportation facilities, culture, art, and sporting events, entertainment and shopping opportunities. The average perception of the Sinop destination image was determined as  $\bar{x}=2.78$ . As a result of the study, it is seen that the students think that Sinop is a place of interest in terms of historical and geographical value. Moreover, although it was determined that students found Sinop to be a very quiet and safe city, it was considered insufficient in terms of locals, health, accommodation and cleaning facilities, transportation facilities, culture, art, and sporting events, entertainment and shopping opportunities.*

**Keywords:** Tourism, Destination Image, University Students, Sinop.

## 1. GİRİŞ

Bireyin yaşamaya başladığı kentle ilk teması ile başlayan, kurduğu ilişkilerle devam eden ve bu ilişkiler sonucunda ortaya çıkan deneyimler (değer sistemleri, motivasyonları, ihtiyaçları, duyarlılıkları, önyargıları, yaşı, sosyal konumu, grup aidiyeti ve eğitim düzeyi) etrafında şekillenebilen “şehir imajı algısının” öğrenilmesi kentlerin geleceğine yönelik planlamalar için temel öncelikler arasında yer almakta ve bir kentin sürdürülebilirliği açısından önemli bir gereklilik olarak görülmektedir (Borsdorf ve Bender, 2010). Bir kentin imajı ile anlam kazanabileceğini ve imaj bilinmeden geleceğe yönelik pazarlama ve marka stratejilerinin ihtiyacı karşılamasının mümkün olmadığı öne çıkartılmaktadır (Lynch, 1960; Düvenci, 2009; Topcu ve Topcu, 2012).

Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde toplumsal değişmelerin hızlı bir şekilde yaşanmakta olduğu dünyamızda üniversite gençliği; doğası gereği toplumun en dinamik ve değişime en açık kesimidir. Değişmelere açık ve en hızlı uyum sağlayan dinamik kesimi olarak öne çıkan toplumsal bir gruptur (Poyraz vd., 2003). Bu anlamda bu gruptan sağlanabilecek geri bildirimler önemli kazanımlar olarak görülebilir.

Bu çalışmada Sinop ilinde üniversite eğitimi almakta olan öğrencilerinin Sinop destinasyonuna ilişkin imaj algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilere destinasyonun soyut ve somut unsurları ile avantaj ve dezavantajlarına yönelik ifadeler yöneltilmiş ve destinasyona yönelik bir geri bildirim sağlanmıştır. Sinop iline yönelik daha önce böyle bir çalışmanın yapılmaması bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Çalışmanın öğrencilerin kent imajına yönelik davranışlarını anlama yönüyle destinasyon imajını yükseltmede yardımcı olması beklenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İktisadi, siyasi, demografik ve sosyolojik kriterleri dikkate alan bir tanımlamayla kent; nüfusu belirli bir büyüklüğü ve yoğunluğu aşan, ekonomisi daha çok tarım dışı faaliyetlerde yoğunlaşan ve kendi nüfusundan başka, etki alanı içinde yaşayanlara da hizmet sağlayan yerleşim yeridir (Şahin, 2013). Bu yerleşim yerinin tercih edilmesinde etkili olan çok sayıda ölçüt olup, bu ölçütlerden biri de o kentin imajıdır. 21. yüzyılda kent olgusu bir imaj ve tüketim alanına dönüşmüş durumdadır (Çelik, 2009). Küreselin yerele uyarlanarak özgü motiflerin, değerlerin kullanılmasını öngören global marka stratejisi (Koçoğlu ve Aydoğdu, 2017: 224) kapsamında kent imajı, şehirlerin pazarlanmasında önemli bir bileşen haline gelmektedir.

İmaj, herhangi bir nesneye, olaya, duruma, etkinliğe, bireye, örgüte, kente ve ülkeye ilişkin zihinlerde oluşan resim, harita veya izlenimler olarak tanımlanmaktadır (Bakan, 2008). İmaj; bireylerin herhangi bir obje, nesne, kurum, yer, çevre, ülke, şehir, ürün, hizmet gibi çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere ve kişisel deneyimlere ayrıca bunlarla kurdukları bağlarla dayanan; inançları, fikirleri, izlenimleri ve algılarından oluşan zihinsel ve duygusal öğeleri bulunan davranışsal bir kavram olarak da görülmektedir (Tolungüç, 1992; Robins, 1999; Kotler, 2000; Okay, 2005; Yaraşlı, 2007; Özdemir, 2008; Kıyıcı, 2010; Avcıkurt, 2010). İmaj; coğrafi bölge araştırmalarında destinasyonun doğal ve kültürel çekicilikler ile ekonomik yönlerinin analizinde, pazarlama araştırmalarda destinasyonda yer alan rekabet avantajlarının belirlenmesinde, sosyoloji araştırmalarda ise çeşitli topluluklardaki farklı insan profillerin değerlendirilmesinde önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Pekyaman, 2008: 29). Kent imajı ise bir insanın bir kent ile ilgili olarak izlenim, düşünce ve kanaatlerinden oluşan inançlar topluluğudur. Kent ile ilgili hedef kitle üzerinde oluşan psikolojik özelliklerin toplamıdır (Gecikli, 2012). Paydaşların kente güvenini artırma, kente gurur duymalarını sağlama, kente yönelik yeni ve uzun vadeli yatırımlar yaparak ekonomik büyümeyi hızlandırma ve kentin pazarlama marka değerini yükseltme fırsatı sağlar

(Killingbeck ve Trueman, 2002). Bununla birlikte, mekansal ve zamansal farklılıklara göre kent algısı değişim gösterebilir (Zmudzinska-Nowak, 2003).

Günümüzde rekabet yalnızca ürünler veya firmalar arasında değil ülkeler ve kentler arasında da yaşanmaktadır. Rekabet avantajı elde etmek isteyen kentlerin marka olmalarını sağlayabilecek özelliklerini belirleyip bunlardan faydalanma yoluna gitmeleri gerekmektedir (Özdemir ve Karaca, 2009). Bu bağlamda kentler; kaynaklarını daha etkin kullanmak, yaşanabilir mekanlar yaratmak, cazibe merkezi haline gelebilmek adına kentin doğal yapısı, mimarisi ve kentte özgü düzenlenen faaliyetleri kent markası oluşturmada kullanır hale gelmiştir (Cevher, 2012). Bu süreçte kent ile ilgili direkt deneyimlerle, arkadaş, dost ve çevreden duyumlarla, üçüncü el kamu kaynakları, gazete yazıları, televizyon programları, belgeseller ve yayınlanmış araştırmalarla ve kente yönelik bilgilendirmeler, broşürler, tanıtım kitapçıkları, reklam gibi iletişim faaliyetleri ile şekillenebilen kent imajın önemi büyüktür (Gecikli, 2012). İnsanların yatırım, alışveriş, yerleşim, çalışma ve seyahat etme kararlarını etkileyebilen kent imajı (Özdemir ve Karaca, 2009) son yıllarda üniversite eğitimi bağlamında öğrencilerinin üniversite tercihinde etkili olan bir faktör haline gelmiştir (İri vd., 2011). Azoury ve arkadaşları kent imajının ve duygusal bileşenlerin öğrenci memnuniyetini artırdığına Tunçel (2009), öğrencilerin çoğunlukla kendilerine yönelik ürünler sunan işyerleri (spor kıyafet mağazası, lokanta, kafe, pastane vb.) etrafında kent imajını şekillendirdiğine ve Sağdıç (2014) ise öğrencilerin olumsuz imaj algısını trafik, kalabalık, çevre kirliliği ve çarpık kentleşme ; olumlu imaj algısında da üniversite, hareketlilik, kültür, gizem, ve fırsatların belirleyici olduğuna dikkat çekmiştir.

Bir destinasyon (turistik varış noktası) olarak nitelik kazanmış kentler için imaj daha da önem kazanan bir kavramdır. Bireylerin belirli bir yer hakkında sahip olduğu bütün nesnel bilgiler, beklentiler, izlenimler, önyargılar ve duygusal düşünceleri "destinasyon imajı" olarak adlandırılmakta (Avcıkurt, 2010: 44) ve turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir etken olarak görülmektedir (Yüksek, 2014: 73).

Bir destinasyon için imaj; karmaşık, göreceli ve dinamik bir yapıya sahip olup, bilişsel ve duygusal değerlendirmeler olmak üzere iki bileşene dayanır. Bilişsel bileşenler; turistlerin bir varış noktası hakkındaki bilgi ve düşüncelerine atıfta bulunurken duygusal bileşenler ise turistlerin destinasyona yönelik hislerini yansıtır. Bu iki kombine bileşen etrafında oluşturulan olumlu bir destinasyon imajı; turistlerin tekrar ziyaret ve başkalarına tavsiye etme niyetini doğrudan etkiler ((Walmsley ve Young, 1998; Gallarza vd., 2002; Qu Kim ve Im, 2011).

Turizm deneyiminin gerçekleştiği yerler olarak destinasyonlar; turizm pazarlaması sürecinde en önemli odak noktalarından bir tanesini oluşturur. Bu nedenle farklı paydaşların bakış açısıyla destinasyonlara yönelik bilimsel araştırmalar önemli bir gereklilik olarak görülebilir. Turistlerin evlerinden ayrıldıkları andan geri dönüşlerine kadar memnuniyet peşinde koşmaları, destinasyonları tekrar ziyaret etme niyetini etkiler. Bu nedenle bir destinasyonda sunulan ürün ve hizmetler için farklı paydaşlardan geri bildirimler alınması ve analizi önem arz eder (Alegre ve Garau, 2010: 52).

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Turistlerin evlerinden ayrıldıkları andan geri dönüşlerine kadar memnuniyet peşinde koşmaları, destinasyonları tekrar ziyaret etme niyetini etkiler (Alegre ve Garau, 2010: 52). Bu nedenle bir destinasyonda sunulan ürün ve hizmetler için farklı paydaşlardan geri bildirimler alınması ve analizi önem arz eder. Bir destinasyon için turizm gelişimi; faydaların en üst, maliyet ve olumsuz etkileri ise en alt seviyeye indirgenmesi ile mümkündür (Türker vd., 2016: 2).

Bu araştırmada Sinop iline üniversite eğitimi için farklı şehirlerden gelen üniversite öğrencilerinin bir destinasyon olarak Sinop'u nasıl algıladıklarının ortaya çıkarılması ve Sinop'un

turizm bağlamında gelişimine destek sağlayabilecek görüşlerinin destinasyon gelişiminde kullanılması amaçlanmaktadır. Ayrıca eğitim turizmi bağlamında destinasyon imajı konusunda turizm literatürüne katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu çalışma, Sinop iline üniversite eğitimi için farklı şehirlerden gelen üniversite öğrencilerinin bir destinasyon olarak Sinop'u nasıl algıladıklarının ortaya çıkarılması yönüyle önemli olup, bu öğrencilerin Sinop destinasyonu için akraba ve arkadaşlarına tavsiye etme yönüyle de önem arz etmektedir.

#### 4. YÖNTEM

Bu çalışma; bir şehir üniversite eğitimi görmekte olan öğrencilerin bakış açısıyla şehir imajının belirlenmesine yönelik betimsel bir çalışmadır. Bu çalışmada Sinop şehrine yönelik üniversite öğrencilerinin algıları nicel ve nitel araştırma yöntemleri kapsamında ortaya konulmaktadır.

##### 4.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 öğretim yılında Sinop Üniversitesi'nde toplam 7.595 öğrenci öğrenim görmekte olan öğrenciler olarak öngörülmüştür. Erişilebilirlik, zaman ve maliyet kapsamında Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından öngörülen örneklem büyüklüğü tablosu kapsamında %5 hata payı ile 357 öğrenci olarak belirlenmiştir. Çalışma 501 öğrenciden sağlanan verilerle analiz edilmiştir.

##### 4.2. Verilerin Toplanması

Çalışmada verilerin toplanmasında anket tekniğine başvurulmuştur. Araştırmada kullanılan anket ölçeği, Özdemir ve Karaca (2009) ve Demirel (2014) çalışmalarından uyarlanarak hazırlanmıştır. Ölçek, akademisyen görüşü ile desteklenerek geliştirilmiştir. Öğrencilerin eğitim gördükleri kentin destinasyon imajına yönelik algılarının ortaya çıkarılmasına yönelik geliştirilen anket formu üç bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde tanımlayıcı bilgilere (cinsiyet, yaş, okuduğu okul, öğrenim şekli, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop'ta konaklama şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop'a gelme durumu) ikinci bölümde Sinop ili destinasyon imajı çağrışımı ve üçüncü bölümde ise Sinop ili destinasyon imaj algısına yönelik ifadeler yer verilmiştir. Ankette yer alan tanımlayıcı bilgilere ait ifadelerde sınıflama ölçeği, Sinop destinasyon imajı çağrışımında açık uçlu sorular, Sinop destinasyon imajı algısında ise Likert tipi aralıklı ölçek kullanılmıştır. Ölçek aralığı 1-5 olmak (1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum) üzere belirlenmiştir. Anket, kolayda örnekleme yöntemi Mart-Nisan 2016 döneminde yüz yüze görüşme tekniği kapsamında 501 üniversite öğrencisine doldurtulmuştur. Güvenirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları sonucunda ölçeğin güvenilir (0,84) ve geçerli olduğuna karar verilmiştir.

##### 4.3. Verilerin Analizi

Bu araştırmada birinci aşamada üniversite öğrencilerinin "*Sinop ili destinasyon imajı algısının ortaya çıkarılması*" kapsamında aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi öngörülmüştür:

**H<sub>1</sub>:** Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>2</sub>:** Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>3</sub>:** Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öğrenim gördüğü okula göre anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>4</sub>:** Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öğrenim şekline göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5</sub>: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin okuduğu sınıfa göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6</sub>: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin geldiği bölgeye göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>7</sub>: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin konaklama şekline göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>8</sub>: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin Sinoplu olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>9</sub>: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin önceden Sinop'a gelme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi bağlamında nicel veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Nicel verilerin analizinde yüzde, frekans, güvenilirlik ve faktör analizi, iki değişkenli gruplar için t testi ve ikiden fazla değişkenli gruplar için One Way Anova testi kullanılmıştır.

Bu araştırmanın ikinci aşamasında ise Sinop destinasyonu imajı çağrışımı kapsamında öğrencilerden toplanan açık uçlu soruların cevapları nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kapsamında çözümlenmiştir.

## 5. BULGULAR

### 5.1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Sinop Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada katılımcıların demografik ve diğer özelliklerine yönelik tanımlayıcı bilgiler (cinsiyet, yaş, okuduğu okul, öğrenim şekli, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop'ta konaklama şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop'a gelme durumu), Tablo 1'de gösterilen biçimde belirlenmiştir.

Tablo 1. Üniversite Öğrencilerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler (n=501)

Değişkenler	Gruplar	f	%	Kümülatif (%)
Cinsiyet	Erkek	257	51,3	51,3
	Kadın	244	48,7	100
Yaş	18-20	280	55,9	55,9
	21-23	183	36,5	92,4
	24 ve üzeri	38	7,6	100
Okuduğu Okul	Fakülte	266	53,1	53,1
	Yüksekokul	132	26,3	79,4
	Meslek Yüksekokulu	103	20,6	100
Öğrenim Şekli	Birinci Öğretim	403	80,4	80,4
	İkinci Öğretim	98	19,6	100
Okuduğu Sınıf	1.Sınıf	215	42,9	42,9
	2.Sınıf	187	37,3	80,2
	3.Sınıf	53	10,6	90,8
	4.Sınıf	46	9,2	100
Geldiği Bölge	Marmara Bölgesi	71	14,2	14,2
	Ege Bölgesi	33	6,6	20,8
	Akdeniz Bölgesi	26	5,2	25,9
	İç Anadolu Bölgesi	60	12	37,9
	Karadeniz Bölgesi	243	48,5	86,4
	Doğu Anadolu Bölgesi	20	4	90,4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	30	6	96,4
Sinop İlinde Konaklama Şekli	Yurtdışı	18	3,6	100
	Kiralık Ev	209	41,7	41,7
	Yurt (KYK)	144	28,7	70,5
	Özel Yurt-Pansiyon	92	18,4	88,8
	Aile veya Akraba Yanında	42	8,4	97,2
Sinoplu Olma Durumu	Diğer	14	2,8	100
	Evet	65	13	13
Önceden Sinop'a Gelme Durumu	Hayır	436	87	100
	Evet	128	25,5	25,5
Önceden Sinop'a Gelme Durumu	Hayır	373	74,5	100

Tablo 1 kapsamında araştırmaya dahil olan 501 öğrencinin tanımlayıcı bilgileri incelendiğinde; %51,3 oranla erkek, %55,9 oranla 18-20 yaş grubu, %53,1 oranla fakülte, %80,4 oranla birinci öğretim, %42,9 oranla birinci sınıf, %14,2 oranla Marmara Bölgesi, %41,7 oranla kiralık evde kalan, %87 oranla Sinoplu olmayan ve %74,5 oranla daha önce Sinop iline hiç gelmeyen öğrencilerin öne çıktığı görülmektedir.

## 5.2. Güvenirlilik ve Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajı algısının ortaya çıkarılması için yapılan araştırma kapsamında katılımcılara sunulan toplam 36 ifade içerisinden, 22 ifadeden toplanan veriler için güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,84 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç kapsamında veriler için faktör analizi yapılması uygun görülmüştür. Toplanan verilerin faktör analizine uygunluğu bağlamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem hacminin yeterliği 0,854 ve Bartlett testi değeri sonuçları ise  $\chi^2 = 3550,874$  ve  $p < 0,001$  olarak gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar kapsamında verilerin faktör analizi için uygun olduklarına karar verilmiş ve açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 2.** Öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajı Algısına Yönelik Faktör Analizi

Faktörler	$\bar{x}$	$\sigma$	Faktör Yüğü	$\alpha$	Varyans Açıklama (%)
<b>Şehir Halkı</b>	<b>2,91</b>	<b>0,92</b>		<b>0,600</b>	<b>18,272</b>
Sinop halkı naziktir.	3,10	1,19	0,822		
Sinop halkı cömerttir.	2,83	1,20	0,817		
Sinop halkı sıcakkanlıdır.	3,18	1,21	0,774		
Sinop halkı dürüsttür.	3,02	1,17	0,770		
Sinop halkı girişimcidir.	2,58	1,12	0,682		
Sinop halkı çalışkandır.	2,75	1,19	0,638		
<b>Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri</b>	<b>2,13</b>	<b>0,93</b>		<b>0,614</b>	<b>11,754</b>
Kültürel etkinlikleri çoktur.	2,16	1,06	0,864		
Sanatsal etkinlikleri çoktur.	2,03	0,98	0,856		
Spor faaliyetleri çoktur.	2,19	1,08	0,834		
<b>Şehir Güvenliğı</b>	<b>4,01</b>	<b>0,75</b>		<b>0,666</b>	<b>8,411</b>
Sinop kenti sakindir.	4,30	0,93	0,830		
Sinop kenti güvenlidir.	4,00	0,90	0,673		
Sinop halkı sakindir.	3,72	1,16	0,646		
<b>Eğence ve Alışveriş İmkanları</b>	<b>1,60</b>	<b>0,82</b>		<b>0,637</b>	<b>7,893</b>
Eğence imkanları çoktur.	1,66	1,03	0,810		
Alışveriş imkanları çoktur.	1,53	0,84	0,749		
<b>Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları</b>	<b>2,78</b>	<b>0,83</b>		<b>0,609</b>	<b>6,969</b>
Sağlık imkanları iyidir.	2,38	1,14	0,650		
Konaklama imkanları iyidir.	2,59	1,22	0,612		
Sinop kenti temizdir.	3,37	1,20	0,558		
<b>Ulaşım İmkanları</b>	<b>2,47</b>	<b>1,27</b>		<b>0,684</b>	<b>6,729</b>
Şehir içi ulaşım kolaydır.	2,73	1,85	0,816		
Şehirler arası ulaşım kolaydır.	2,22	1,20	0,776		
<b>Tarihi ve Coğrafi Değer</b>	<b>3,56</b>	<b>0,89</b>		<b>0,658</b>	<b>6,356</b>
Coğrafi konumu iyidir.	3,24	1,29	0,799		
Tarihi açıdan zengindir.	3,89	0,92	0,730		
<b>Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)</b>				<b>0,843</b>	<b>66,383</b>

KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliğı: 0,854

Bartlett Kürsellik Testi (Chi-Square / df / Sig): 3550,874/210/0,000

Tablo 2’de görüldüğü üzere Üniversite öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajına yönelik algıları için 7 faktör (Şehir Halkı, Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri, Şehir Güvenliğı, Eğence ve Alışveriş İmkanları, Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları, Ulaşım İmkanları, Tarihi ve Coğrafi Değer) saptanmıştır. Bu yedi faktörün toplam varyans açıklama oranı %66,38 olarak belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyansın %18,27’si Şehir Halkı, %11,75’i Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri, %8,41’i Şehir Güvenliğı, %7,89’u Eğence ve Alışveriş İmkanları, %6,96’sı Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları, %6,72’si Ulaşım İmkanları, %6,35’i Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutları olarak adlandırılmıştır.

**Tablo 3.** Şehir Halkı Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum		
Sinop halkı naziktir.	68	66	172	133	62	3,10	1,19	
	13,6	13,2	34,3	26,5	12,4			
Sinop halkı cömerttir.	95	78	189	91	48	2,83	1,20	
	19	15,6	37,7	18,2	9,6			
Sinop halkı sıcakkanlıdır.	66	59	167	133	76	3,18	1,21	
	13,2	11,8	33,3	26,5	15,2			
Sinop halkı dürüsttür.	74	56	209	105	57	3,02	1,17	
	14,8	11,2	41,7	21	11,4			
Sinop halkı girişimcidir.	112	101	196	67	25	2,58	1,12	
	22,4	20,2	39,1	13,4	5			
Sinop halkı çalışkandır.	103	81	195	78	44	2,75	1,81	
	20,6	16,2	38,9	15,6	8,8			

Tablo 3'teki sonuçlara göre Şehir Halkı alt boyutunun özelliklerini belirlemeye yönelik unsurlarda "Sinop halkı sıcakkanlıdır" ifadesi ( $\bar{x}=3,18$ ) aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin orta düzeyde katıldıkları ifade olmuştur. Bu ifadeyi sırasıyla "Sinop Halkı Naziktir" ( $\bar{x}=3,10$ ) ortalaması ile "Sinop Halkı Dürüsttür" ( $\bar{x}=3,02$ ) ortalaması ile "Sinop Halkı Cömerttir" ( $\bar{x}=2,83$ ), ortalaması ile "Sinop Halkı Çalışkandır" ( $\bar{x}=2,75$ ) ortalaması ile ve son olarak "Sinop Halkı Girişimcidir" ( $\bar{x}=2,58$ ) ortalaması ile üniversite öğrencilerinin en az seviyede katıldığı ifadeler olmuştur. Şehir halkı alt boyutunun ( $\bar{x}=2,91$ ) olan toplam aritmetik ortalaması değerlendirildiğinde Üniversite öğrencilerinin yerel halka ait belirgin ve net bir görüşünün oluşmadığı ve yeterince etkileşimde bulunmadığı söylenebilir.

**Tablo 4.** Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum		
Kültürel etkinlikleri çoktur.	165	158	120	46	12	2,16	1,06	
	32,9	31,5	24	9,2	2,4			
Sanatsal etkinlikleri çoktur.	184	163	115	32	7	2,03	0,98	
	36,7	32,5	23	6,4	1,4			
Spor faaliyetleri çoktur.	163	150	127	47	14	2,19	1,08	
	32,5	29,9	25,3	9,4	2,8			

Tablo 4 sonuçlarına göre Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri alt boyutunda "Spor faaliyetleri çoktur" ifadesi ( $\bar{x}=2,19$ ) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi "Kültürel etkinlikleri Çoktur" ( $\bar{x}=2,16$ ) ortalaması ile "Sanatsal etkinlikleri çoktur" ( $\bar{x}=2,03$ ) ortalaması ile izlemektedir. Kültür, sanat ve spor etkinlikleri alt boyutunun ( $\bar{x}=2,13$ ) olan toplam aritmetik ortalaması



değerlendirildiğinde üniversite öğrencilerinin bu ifadeye çok düşük oranda katıldığı ve şehirdeki kültür, sanat ve spor alanlarında yapılan faaliyetlerin yetersiz olduğu söylenebilir.

**Tablo 5.** Şehir Güvenliği Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum				
Sinop kenti sakindir.	14	16	35	175	261	4,30	0,93		
	2,8	3,2	7	34,9	52,1				
Sinop kenti güvenlidir.	9	19	94	219	160	4,00	0,90		
	1,8	3,8	18,8	43,7	31,9				
Sinop halkı sakindir.	34	41	97	185	144	3,72	1,16		
	6,8	8,2	19,4	36,9	28,7				

Tablo 5 sonuçlarına göre Şehir Güvenliği alt boyutunda “Sinop kenti sakindir” ifadesi ( $\bar{x}=4,30$ ) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi “Sinop kenti güvenlidir” ( $\bar{x}=4,00$ ) ortalaması ile “Sinop halkı sakindir” ( $\bar{x}=3,72$ ) ortalaması ile izlemektedir. Şehir Güvenliği alt boyutunun ( $\bar{x}=4,01$ ) olan toplam aritmetik ortalaması değerlendirildiğinde bütün alt boyutlar içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır. Üniversite öğrencilerin Sinop şehrini sakini ve güvenli bir yer olarak tanımladığı görülmektedir.

**Tablo 6.** Eğlence ve Alışveriş İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum				
Eğlence imkanları çoktur.	309	103	49	26	14	1,66	1,03		
	61,7	20,6	9,8	5,2	2,8				
Alışveriş imkanları çoktur.	318	122	42	13	6	1,53	0,84		
	63,5	24,4	8,4	2,6	1,2				

Tablo 6 sonuçlarına göre Eğlence ve Alışveriş İmkanları alt boyutunda “Eğlence imkanları çoktur” ifadesi ( $\bar{x}=1,66$ ) aritmetik ortalaması saptanmış, bu ifadeyi “Alışveriş imkanları çoktur” ( $\bar{x}=1,53$ ) ortalaması ile izlemektedir. Eğlence ve Alışveriş İmkanları alt boyutunun ( $\bar{x}=1,60$ ) olan toplam aritmetik ortalaması ile tüm alt boyutlar içerisinde üniversite öğrencilerinin bu ifadeye çok düşük oranda katıldığı ve şehirdeki eğlence ve alışveriş imkanlarının çok yetersiz olduğu söylenebilir.

**Tablo 7.** Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	S. S
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum		
Sağlık imkanları iyidir.	151	109	155	70	16	2,38	1,14	
	30,1	21,8	30,9	14	3,2			
Konaklama imkanları iyidir.	125	106	149	87	34	2,59	1,22	
	25	21,2	29,7	17,4	6,8			
Sinop kenti temizdir.	51	58	140	156	96	3,37	1,20	
	10,2	11,6	27,9	31,1	19,2			

Tablo 7 sonuçlarına göre Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları alt boyutunda “Sinop kenti temizdir” ifadesi ( $\bar{x}=3,37$ ) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi “Konaklama imkanları iyidir” ( $\bar{x}=2,59$ ) ortalama ile “Sağlık imkanları iyidir” ( $\bar{x}=2,38$ ) ortalaması ile izlemektedir. Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları alt boyutunun ( $\bar{x}=2,78$ ) olan toplam aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin bu ifadeye düşük oranda katıldığı ve Sinop şehrini nispeten temiz bir yer olarak tanımlarken, şehirdeki sağlık ve konaklama imkanlarını yetersiz bulduğu görülmektedir.

**Tablo 8.** Ulaşım İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	S. S
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum		
Şehir içi ulaşım kolaydır.	121	113	113	117	37	2,73	1,85	
	24,2	22,6	22,4	23,4	7,4			
Şehirler arası ulaşım kolaydır.	182	140	83	76	20	42,22	1,20	
	36,3	27,9	16,6	15,2	4			

Tablo 8’de görüldüğü üzere Ulaşım İmkanları alt boyutunda “Şehir içi ulaşım kolaydır” ifadesi ( $\bar{x}=2,73$ ) ortalama ile değerlendirilmiş, “Şehirler arası ulaşım kolaydır” ifadesi ( $\bar{x}=2,22$ ) ortalama ile düşük düzeyde kabul görmüştür. Ulaşım İmkanları alt boyutunun ( $\bar{x}=2,47$ ) olan toplam aritmetik ortalaması, üniversite öğrencilerinin bu boyutta yer alan ifadelere düşük oranda katıldığı ve şehrin sağladığı ulaşım olanaklarını çok yetersiz bulduğu söylenebilir.

**Tablo 9.** Tarihi ve Coğrafi Değer Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	$\bar{x}$	s. s.
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum			
Coğrafi konumu iyidir.	72	67	118	154	90	43,24	1,29	
	14,4	13,4	23,6	30,7	18			
Tarihi açıdan zengindir.	10	29	99	231	132	43,89	0,92	
	2	5,8	19,8	46,1	26,3			

Tablo 9 sonuçlarına göre Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutunda “Tarihi açıdan zengindir” ifadesi ( $\bar{x}=3,89$ ) ortalaması ile öne çıkmış, “Coğrafi konumu iyidir” ( $\bar{x}=3,24$ ) ortalama ile orta düzeyde kabul görmüştür. Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutunun ( $\bar{x}=3,56$ ) olan toplam aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin bu boyutta yer alan ifadelere yüksek oranda katıldığı ve özellikle şehri tarihi açıdan zengin bulduğu söylenebilir.

### 5.3. Araştırma Hipotezlerin Testine İlişkin Analiz Bulguları

Sinop ilinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencilerinin tanımlayıcı özellikleriyle Sinop şehri destinasyon imaj algısının karşılaştırılmasında parametrik veya parametrik olmayan testlerin kullanılması kararında çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları esas alınmıştır. Sinop şehri destinasyon imaj algısı ölçeği için çarpıklık ve basıklık katsayıları 0,306 ve 0,264 olup sonuçlar (-) (+) 1 aralığında yer almaktadır. Bu kapsamda verilerin normal dağılım sergilediği kabul edilmiştir (Hair Jr vd., 2010). Bu nedenle araştırmada farklılık ölçümlerinde parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda Üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon İmajı algısının; demografik özellikler ve diğer değişkenler ile karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplarda (cinsiyet, öğrenim şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop’a gelme durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla değişkeni olan gruplar (yaş, okuduğu okul, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop’ta konaklama şekli) içinse “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve hangi gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesinde “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları esas alınmıştır.

Üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının cinsiyet değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık ( $p=0,860$ ;  $p<0,05$ ) bulunamamıştır. Bu sonuç kapsamında  $H_1$  hipotezi bu araştırma için kabul edilmemiştir. Benze şekilde destinasyon imajı algısının yaş değişkeni ile karşılaştırılmasında bir farklılık ( $p=0,978$ ;  $p<0,05$ ) tespit edilemediği için araştırmada öngörülen  $H_2$  hipotezi de kabul edilmemiştir.

**Tablo 10.** Okuduğu Okul ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Okuduğu Okul	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Fakülte (a)	266	2,72	0,524	4,716	0,009*	a-b
	Yüksekokul (b)	132	2,89	0,514			
	Meslek	103	2,81	0,603			
	Yüksekokulu (c)						

\* $p<005$

Tablo 10 sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının okuduğu okul değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ( $p=0,009$ ;  $p<0,05$ ) belirlenmiştir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen  $H_3$  hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığının hangi gruplar arasında ortaya çıkarılması bağlamında başvuru

### Turizm Öğrencilerinin Şehir İmajı Algısı: Sinop İli Örneği

Tukey Testi sonucuna göre şehir imaj algısının fakülte ( $\bar{x}=2,72$ ) ile yüksekokul ( $\bar{x}=2,89$ ) öğrencileri arasında gerçekleştiği görülmüştür. Bu durum, yüksekokullardaki (turizm, sağlık) öğrencilerin eğitim gördükleri alanlar itibarıyla şehir ve halkla daha iç içe olması ilişkilendirilebilir.

**Tablo 11.** Öğrenim Şekli ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Öğrenim Şekli	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Birinci Öğretim	403	2,79	0,543	0,953	0,341	
	Orta Öğretim	98	2,73	0,543			

\* $p<0,05$

Tablo 11’de yer alan veriler incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının öğrenim şekli değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık ( $p=0,341$ ;  $p<0,05$ ) bulunamamıştır. Bu bulgu kapsamında  $H_4$  hipotezi bu araştırma için kabul edilmemiştir.

**Tablo 12.** Okuduğu Sınıfla Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Okuduğu Sınıf	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	1.Sınıf (a)	215	2,86	0,604	3,315	0,020*	a-d
	2.Sınıf (b)	187	2,72	0,488			
	3.Sınıf (c)	53	2,77	0,491			
	4.Sınıf (d)	46	2,65	0,461			

\* $p<0,05$

Tablo 12 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının okuduğu sınıf değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ( $p=0,020$ ;  $p<0,05$ ) olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen  $H_5$  hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda şehir imaj algısının 1.sınıf ( $\bar{x}=2,86$ ) ile 4. sınıf ( $\bar{x}=2,65$ ) öğrencileri arasında gerçekleştiği görülmüştür. Bu durum, üniversiteye yeni gelen öğrencilerin olumlu bir yaklaşımla geldikleri, şehir ve halkla ilgili duygu ve düşüncelerinin henüz yeni oluşmaya başladığı ve 4.sınıfta olan öğrencilere göre tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca sınıflar ilerledikçe öğrencilerin tutumlarının düşüş yönünde eğilim gösterdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 13. Geldiği Bölge ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Geldiği Bölge	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Marmara Bölgesi (a)	71	2,70	0,417	4,542	0,000*	b-h d-h e-h f-h g-h
	Ege Bölgesi (b)	33	2,60	0,538			
	Akdeniz Bölgesi (c)	26	2,88	0,517			
	İç Anadolu Bölgesi (d)	60	2,78	0,561			
	Karadeniz Bölgesi (e)	243	2,80	0,528			
	Doğu Anadolu Bölgesi (f)	20	2,49	0,434			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (g)	30	2,78	0,629			
	Yurtdışı (h)	18	3,33	0,732			

\*p&lt;0,05

Tablo 13 sonuçları kapsamında üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının geldiği bölge değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ( $p=0,000$ ;  $p<0,05$ ), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen  $H_0$  hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda öğrencilerin geldikleri bölgeler açısından, Yurtdışı ( $\bar{x}=3,33$ ) ile Marmara ( $\bar{x}=2,70$ ), Ege ( $\bar{x}=2,60$ ), İç Anadolu ( $\bar{x}=2,78$ ), Karadeniz ( $\bar{x}=2,80$ ), Doğu Anadolu ( $\bar{x}=2,49$ ) ve Güneydoğu Anadolu ( $\bar{x}=2,78$ ) bölgeleri arasında olduğu görülmüştür. Bu bulgular kapsamında yurtdışından gelen öğrencilerin kökeninin daha çok Türkiye Cumhuriyetleri olduğu düşünüldüğünde, öğrencilerin kendi geldikleri bölgelerin imkan ve olanakları ile Sinop ili için yaptıkları kıyaslama sonucunda şekillendiği şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 14. Konaklama Şekli ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Sinop İlinde Konaklama Şekli	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Kiralık Ev (a)	209	2,78	0,591	4,734	0,001*	a-d b-d c-d
	Yurt (KYK) (b)	144	2,71	0,488			
	Özel Yurt-Pansiyon (c)	92	2,72	0,463			
	Aile veya Akraba Yanında (d)	42	3,05	0,476			
	Diğer (e)	14	3,07	0,698			

\*p&lt;0,05

Tablo 14 sonuçları kapsamında üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının Sinop ilinde konaklama şekli ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ( $p=0,001$ ;  $p<0,05$ ), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen  $H_0$  hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda aile veya akraba yanında kalanlarla ( $\bar{x}=3,05$ ), kiralık ev ( $\bar{x}=2,78$ ), yurt (KYK) ( $\bar{x}=2,71$ ), özel yurt veya pansiyonda ( $\bar{x}=2,72$ ) kalanlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Aile veya akraba yanında kalan öğrencilerin çoğunun Sinoplu

olduğu düşünüldüğünde şehirle ilgili doğal olarak kurulan güçlü bağlarında etkisi ile Sinop destinasyon imajına yönelik tutumlarının diğerlerine oranla yüksek olduğu söylenebilir.

**Tablo 15.** Sinoplu Olma Durumu ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Sinoplu Olma Durumu	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Evet	65	3,03	0,510	4,098	0,000*
	Hayır	436	2,74	0,538		

\*p<0,05

Tablo 15 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının Sinoplu olma durumu ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık (p=0,000; p<0,05), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H<sub>8</sub> hipotezi KABUL edilmiştir. Bu durum Sinoplu olan öğrencilerin ( $\bar{x}$ =3,03) olmayanlarla ( $\bar{x}$ =2,74) göre etnosentrizm (milliyetçilik) algısı ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca Sinop ili dışında başka bir ilde eğitim görmedikleri için kıyaslama yapmamaları ile açıklanabilir.

**Tablo 16.** Önceden Sinop'a Gelme Durumu ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Önceden Sinop'a Gelme Durumu	n	$\bar{x}$	s.s.	t/F	p
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Evet	128	2,92	0,503	3,448	0,001*
	Hayır	373	2,73	0,548		

\*p<0,05

Tablo 16 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının önceden Sinop'a gelme durumu ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık (p=0,001; p<0,05), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H<sub>9</sub> hipotezi KABUL edilmiştir. Bu durum daha önce gelen öğrencilerin ( $\bar{x}$ =2,92), gelmeyenlere göre ( $\bar{x}$ =2,73) kenti tanınması ve önceki gelişlerinde elde ettikleri deneyimlerle oluşan olumlu düşüncelerinin etkisi şeklinde yorumlanabilir.

## SONUÇ

Bir yöre, bölge veya ülke için kalkınmanın önemli dinamiklerinden biri olarak görülen turizm, özellikle ekonomik ve sosyal gelişim yönünde ilerleme çabasında olan kentler için daha büyük anlamlar taşıyan bir sektör konumundadır. Anadolu'nun en uç noktası olması özelliği ile öne çıkan ve sakin bir şehir olan Sinop, bu kentlerden bir tanesidir.

Sinop, turizm konusunda kendisini geliştirmeye odaklanmış bir destinasyon olarak coğrafi konumu ve doğal güzellikleri ile son dönemlerde Türkiye'de özellikle iç turizm kapsamında cazip bir yer haline gelmiş ve 2018 yılı sonu itibari ziyaretçi sayısı bir milyon kişiye yaklaşmıştır. Bununla birlikte, ziyaretçi sayısı ile aynı oranda gelişmeyen turizm altyapısı bağlamında her kesimin katkısı beklenmektedir.

Bu çalışmada üniversite eğitimi için Sinop kentine misafir olan öğrenciler perspektifinden Sinop ili turizmine bir bakış açısı oluşturulması ve turistik kent olan Sinop'un destinasyon imajının gelişimine destek olunması hedeflenmiştir. Üniversitelerin önemli paydaşları arasında yer alan ve farklı kültürlerden gelen öğrencilerin eğitim gördükleri kente ilişkin imaj algıları önemli bir çalışma görülebilir.

Araştırma sonucunda görülmüştür ki öğrenciler Sinop; denizi, olumsuzlukları ve doğal güzellikleri ile öne çıkan bir destinasyon konumundadır. Öğrencilerin genel olarak Sinop şehri imaj algısı ortalaması ise  $\bar{x}$ =2,78 olarak tespit edilmiştir. Öğrenciler, Sinop kentini çok sakin ve

güvenli bir şehir olarak görmekte ve tarihi ve coğrafi değer yönünden kent imajına olumlu yaklaşmaktadırlar. Bununla birlikte şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden yeterli bulmamaktadırlar. Öğrencilerin destinasyon imajı kapsamında Sinop; tarihi ve doğal güzelliklerin ile ön plana çıktığı, az gelişmiş, pahalı, küçük, denizle iç içe rüzgarı bol olan bir yarımada, Türkiye'nin en kuzeyinde yer alan, altyapı, kültür, sanat, eğlence ve alışveriş imkanlarının kısıtlı olduğu, mutlu insanların yaşadığı, insana huzur veren küçük bir turizm kenti şeklinde tasvir edilmektedir.

Üniversite öğrencilerinin okuduğu okul, sınıf, geldiği bölge, konaklama şekli, Sinoplu olma durumu ve önceden Sinop'a gelme durumu gibi değişkenlerinde destinasyon imajında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Okuduğu okul açısından fakülte ile yüksekokula devam eden öğrenciler arasında; sınıflar itibarıyla 1.sınıf öğrencileri ile 4.sınıf öğrencileri arasında; öğrencilerin geldikleri bölgeler açısından yurtdışından gelen öğrenciler ile Marmara, Ege, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden gelen öğrenciler arasında; Sinop'ta aile veya akraba yanında kalanlarla, kiralık ev, devlet yurdu ve özel yurt veya pansiyonda kalanlar arasında; Sinoplu olanlarla olmayanlar arasında; Sinop'a üniversiteyi kazanmadan önce gelenlerle gelmeyenler arasındadır. Bu bağlamda Sinop ilinin destinasyon imajını yükseltilmesi bağlamında şu öneriler sıralanabilir:

-Ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde Sinop destinasyon imajı oluşturulmasına yönelik sistematik çalışmalar yapılmalı ve bu çalışmaların çıktıları destinasyon paydaşları ile paylaşılmalıdır.

-Sinop destinasyonunun gelişiminde birer elçi konumunda olan üniversite öğrencilerinin görüşleri dikkate alınmalıdır. Özellikle şehir halkının davranışları, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden Sinop şehri kendini geliştirmeli ve bu anlamda kamu ve özel sektör işbirliğinde çalışmalar yapılmalıdır.

-Üniversite öğrencileri ile yerel halkın kaynaştırılması kapsamında projeler geliştirilerek işbirliği çalışmaları artırılmalıdır. Bu anlamda turizm sektörü, üniversite öğrencilerinin yerel işletmelerle kaynaştırılmasında önemli bir fırsat olarak görülebilir.

-Yaz döneminde Sinop'ta artan turist hareketliliğine bağlı olarak bozulan trafik düzenine turist memnuniyetini, şehirde yaşayanların refahını ve kamu hizmetlerinin verimli bir şekilde sunulmasını sağlayacak ulaşım planlaması yapılmalıdır.

-Üniversite öğrencilerin en çok eksikliğini çektiği eğlence, alışveriş, kültür, sanat ve spor etkinlikleri boyutlarında şehir yöneticileri ve üniversite yönetimi işbirliği çalışmalarına yönelmelidir.

Unutulmamalıdır ki bireylerin şehir ile ilgili kendi deneyimleri herhangi bir vasıta ile edinilen bilgilerden daha somut ve kalıcıdır. Ayrıca bu kişiler deneyimlerini diğer insanlarla paylaşarak onları da etkileyebilme gücüne sahiptirler. Bu anlamda bir şehir için önemli ekonomik hareketlilik ve sosyal gelişim kaynağı olan üniversite öğrencileri dikkate alınmalıdır. Çünkü, öğrenciler üniversite tercihlerini yaparken birçok faktörü göz önüne almaktadır. Bu faktörlerden birisi de üniversitenin bulunduğu kentin imajının nasıl olduğudur. İyi bir imaja sahip olan kentler yükseköğrenim için öğrenciler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Üniversitelerin imkanlarının iyi olmasının yanında, kentin imkanlarının da iyi olması, o kentte bulunan üniversitelerin tercih edilme oranını artırmaktadır. Bu nedenle, özellikle yerel yönetimlerin, üniversitelerin kente olan katkılarını da dikkate alarak, iyi bir imaj oluşturmak için planlı çabaların içine girmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada Sinop'a üniversite eğitimi kapsamında gelen öğrencilerinin bakış açısından destinasyon imajına yönelik bir çerçeve oluşturulmuştur. Gelecekte Sinop ilinde veya farklı destinasyonlarda yapılacak imaj çalışmalarında bu araştırma kapsamında geliştirilen ölçek, farklı paydaşlara (yerel halk, turistler, yerel yöneticiler) uygulanarak farklı öngörüler oluşturulabilir.

#### KAYNAKÇA

- Alegre, J. ve Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73.
- Avcıkurt, C. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bakan, Ö. (2008). *Kurumsal Kimlik ve İmaj*, Konya: Tablet Yayınları.
- Borsdorf, A. & Bender, O. (2010). *Allgemeine Siedlungsgeographie*, Wien: Böhlau Verlagsgesellschaft
- Cevher, E. (2012). Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt. 4(1), 105-115.
- Çelik, Y. (2009). Modernlik Kıskaçında Şehir ve Şehirli. *Hece Dergisi*, Şehirlerin Dili Özel Sayısı, 535-536.
- Demirel, M. (2014). Burdur Kent İmajı: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(6), 230-241.
- Düvenci, E. (2009). Şehir Algısının Şehrin Marka İmajına Etkisi ve İstanbul'da Yaşayan Şehir Sakinleri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. & Garcia, H. C. (2002). Destination Image Towards A Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gecikli, F. (2012). *Şehir İmajı Amasya Şehri Üzerine Bir Uygulama*, Ankara: Fenomen Yayınları.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. USA: Pearson.
- İri, R., İnal, M. E. ve Türkmen, H. H. (2011). Şehir Pazarlamasında Bilinirliğin Önemi: Niğde Yöresinin Bilinirliğinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(1), 81-96.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. England: The M.I.T. Press.
- Kıyıcı, Ş. (2010). Bir İmaj Çeşidi Olarak Destinasyon İmajı ve Turizmde Destinasyon İmajının Ölçülmesi (Amasra Örneği). Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Zonguldak.
- Killingbeck, A. J. & Trueman, M. M. (2002). Redrawing the Perceptual Map of a City Working Paper, No 02/08. [Online] <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=59525532B4BAAB3FA103FCB810FDF3AA?doi=10.1.1.201.7960&rep=rep1&type=pdf> [Erişim Tarihi: 28.01.2018].
- Koçoğlu, C. M. ve Aydoğdu, A. (2017). Küresel Pazarlama Kapsamında Glokal Pazarlama Stratejilerinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(44), 218-235.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*, 10. Baskı, (Çev.: N. Muallimoğlu), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Okay, A. (2005). *Kurum Kimliği*, 5. Baskı, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). Kent markası ve marka imajının ölçümü: Afyonkarahisar kenti imajı üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(2), 113-134.
- Pekyaman, A. (2008). Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Afyonkarahisar.



- Poyraz, T., Zorlu, A., Şahin B. ve Arıkan G. (2003). Üniversite Gençliğinin Güncel Sorunlara Bakış: H.Ü. Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20(1), 1-32.
- Robins, K. (1999). *İmaj Görmenin Kültür ve Politikası*. (Çev.: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of Branding and Destination Image. *Tourism Management*, (32), 465-476.
- Sağdıç, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin İstanbul'a İlişkin Algılarının Şehir İmajı Açısından Analizi. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkishor Turkic*, 9(2), 1267-1283.
- Tolungüç, A. (1992). *Tanıtım ve İmaj*, Ankara: Doruk Ofset.
- Topcu, K. D. & Topcu, M. (2012). Visual Presentation of Mental Images in Urban Designeducation: Cognitive Maps. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (51), 573-582.
- Tuncel, H. (2009). Kentsel Mekânın Algılanması: Elazığ Örneği, *TÜCAUM V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu* 2008, Ankara, 16-17 Ekim.
- Türker, N.; Selçuk Ş. & Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 1-13.
- Walmsley, D. J. & Young, M. (1998). Evaluative Images and Tourism: The use of Constructs to Describe the Structure of Destination Images. *Journal of Travel Research*, 36(3), 65-69.
- Yaraşlı, G. Y. (2007). Destinasyon İmajı ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zmudzinska-Nowak, M. (2003). Searching for Legible City Form: Kevin Lynch's Theory in Contemporary Perspective. *Journal of Urban Technology*, 10(3), 19-39.