BMIJ
ISSN: 2148-2586

Araştırma Makalesi

BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES:
AN INTERNATIONAL JOURNAL
Vol.:8 Issue:2 Year:2020, 1131-1166

Citation: Akkuş, G. & Böyükyılmaz, S., Temel Kaynaklar Ve Çekicilikler Yönünden Kastamonu İli Rekabetçiliğinin Konaklama Sektörü Paydaşları Bakış Açısından Değerlendirilmesi, BMIJ, (2020), 8(2): 1131-1166 doi: http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i2.1444

TEMEL KAYNAKLAR VE ÇEKİCİLİKLER YÖNÜNDEN KASTAMONU İLİ REKABETÇİLİĞİNİN KONAKLAMA SEKTÖRÜ PAYDAŞLARI BAKIŞ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Gülizar AKKUŞ [1]

Savaş BÖYÜKYILMAZ [2]

Received Date (Başvuru Tarihi): 13/03/2020

Accepted Date (Kabul Tarihi): 30/04/2020

Published Date (Yayın Tarihi): 25/06/2020

Çalışmada ilk yazar Sorumlu Yazar (Corresponding Author) rolündedir.

ÖZ

Turizm destinasyonlarının sahip olduğu temel kaynak ve çekicilikler, özellikle yakın rakiplerine kıyasla destinasyonlara üstünlük sağlamaktadır. Bu sebeple birçok destinasyon öncelikli olarak bu kaynak ve çekiciliklerini tespit etmeye odaklanmakta, ardından rekabetçilik ölçümleri yapmaktadır. Ancak kapsamlı literatür taraması sonucu destinasyon rekabetçiliğine ilişkin araştırmaların sıklıkla yabancı yazında yer aldığı, Türkçe yazında ise konuya ilişkin araştırma sayısı oldukça kısıtlı olmakla birlikte yalnızca büyük şehirlere odaklanıldığı saptanmıştır.

Bu araştırmada hem otantik hem de metropol kuvvetli rakipleri bulunan Kastamonu ilinin sahip olduğu temel kaynaklara ve çekiciliklere yönelik turizm sektörü paydaşlarının görüşlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Paydaşlar içerisinde önemli bir rol oynayan konaklama işletmesi yöneticileri ile toplam 15 derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları oluşturulurken Ritchie ve Crouch'un (2003) Kavramsal Rekabetçilik Modeli'nde yer alan temel kaynaklar ve çekicilikler faktörünü oluşturan yedi bileşenden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda paydaşların Kastamonu'yu fizyografi ve iklim bileşeni açısından orman kaynakları ve manzara güzelliği, kültür ve tarih bileşeni açısından geleneksel mimari, etkinlikler karması bileşeni açısından yetişkinlere yönelik ve zor maceraya dayalı etkinlikler, özel etkinlikler bileşeni açısından tarihsel kilometre taşlarına yönelik etkinlikler, eğlence bileşeni açısından geleneksel festivaller, üstyapı bileşeni açısından cami, medreseleri ve doğa harikaları, piyasa bağları bileşeni açısından dini ziyaretler ile rakiplerine kıyasla daha rekabetçi bulduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:
Destinasyon Rekabetçiliği
Konaklama İşletmeleri
Paydaşlar
Kastamonu

JEL Kodları:
L83,
M10,
Z32

Keywords: ***Destination Competitiveness*** ***Hospitality Businesses*** ***Stakeholders*** ***Kastamonu***

JEL Codes: *L83* *M10* *Z32*

[1] Dr. Öğr. Üye., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gakkus@kastamonu.edu.tr, https://orcid.org/0000-0001-9262-2680
[2] Doktora Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, sboyukyilmaz@ogr.kastamonu.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-1162-2273

Bu makale, araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmış ve iThenticate intihal taramasından geçirilmiştir.

EXTENDED ABSTRACT

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF KASTAMONU PROVINCE IN TERMS OF CORE RESOURCES AND ATTRACTORS FROM THE PERSPECTIVE OF HOSPITALITY INDUSTRY STAKEHOLDERS

1. LITERATURE

1.1. RESEARCH SUBJECT

After extensive Turkish and English literature review, it has been determined that there are many conceptual and empirical researches conducted to measure destination competitiveness. It can be said that conceptual studies are mostly done to develop more models and indicators (Akkus, 2017: 101). It is possible to divide empirical research into two as supply-side and demand-side. While the tourism sector stakeholders are taken as a basis in supply-side research, tourists are targeted in demand-side research. Table 1 presents key information on empirical research evaluating destination competitiveness from a stakeholder perspective.

In most of the studies listed in the table, various destination competitiveness models were adapted to the relevant tourism region and stakeholder views on the subject were evaluated. In this research, an interview form was prepared based on the Conceptual Competitiveness Model of Ritchie and Crouch (2003) and in-depth interviews were conducted with stakeholders. For this reason, some information was shared about similar research (Hudson, Ritchie ve Timur, 2004; Hallmann, Müller, Feiler, Breuer ve Roth, 2012; Dragičević, Jovičić, Blešic, Stankov ve Bošković, 2012) based on the model developed by Ritchie and Crouch.

1.2. RESEARCH PURPOSE AND IMPORTANCE

In this study, it was aimed to reveal the core resources and attractors of the province of Kastamonu and evaluate their situation in detail in terms of competitiveness.

1.3. CONTRIBUTION of the ARTICLE to the LITERATURE

After extensive literature review, it has been determined that research on destination competitiveness is frequently included in foreign literature. In Turkish literature, the number of researches on the subject is very limited.

2. DESIGN AND METHOD

2.1. RESEARCH TYPE

In this research, a qualitative method has been adopted as it provides a holistic approach that is more appropriate to the natural environment, collecting first-hand information about the data and communicating with the participants. The research has the nature of exploratory research.

2.2. RESEARCH PROBLEMS

The main research problem is to reveal the core resources and attractors of Kastamonu province.

2.3. DATA COLLECTION METHOD

Interviews can take various forms, and in this research, fixed format survey interviews were adopted. This type is similar to the structured interview in terms of content and method, but there are a number of predefined questions. While creating the interview questions, the seven components that constitute the basic resources and appeal factors in the Conceptual Competitiveness Model of Ritchie and Crouch (2003: 110-129) were used and each component was measured using multiple items and the 5-point Likert scale (1: Well below average, 2: Slightly below average, 3: Average, 4: Slightly above average, 5: Well above average). These components are divided into physiography and climate (10), culture and history (12), mix of events (22), special events (7), entertainment (7), superstructure (21) and market ties (10). Seven components were evaluated in detail and comprehensively with a total of 89 items. In order to increase the comprehensibility of the items for all participants, some probes were added next to the items in parentheses.

The universe of the research consists of the accommodation management managers in Kastamonu province. However, since it is not possible to reach all business managers, sampling has been done. Easily accessible case sampling was preferred from the purposive sampling methods. The research is limited to the accommodation enterprises in the city center. The number of facilities with tourism operation certificate in the city center of Kastamonu is 25 and there are 25 public guesthouses (Kastabil, 2020). Among the 50 facilities in total, 15 facility managers or owners, who were relatively easy to access and warm to the meeting, were interviewed. However, care was taken to select all facility managers included in the sample from stakeholders who play an active role in provincial tourism.

While all the interviews were held in the working environment of the stakeholders, most of them were made appointments via telephone, and some of the interviews were made without an appointment and the meeting was requested. Interviews were held on certain days of November and December 2019 and lasted an average of half an hour.

2.4. QUANTITATIVE / QUALITATIVE ANALYSIS

The analysis of the interview questions designed in the survey format was provided through the SPSS Package Statistics Program. Open-ended questions asked for seven components arranged in accordance with the theoretical framework were subjected to descriptive analysis.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1. FINDINGS as a RESULT of ANALYSIS

In terms of physiography and climate, it is determined that the accommodation sector stakeholders find Kastamonu more competitive than its competitors with the highest average in terms of forest resources (4.66) and landscape beauty (4.60). In terms of culture and history, the statement with the highest attendance of stakeholders with an average of 4.33 was the interior and exterior architecture option, which has a region-specific appearance. In terms of the mix of activities, the stakeholders of the accommodation sector stated that the city is in a competitive position in terms of adult activities (4.66)

and activities based on difficult adventure (4.60) among the activities held in Kastamonu. In terms of special events, the highest participation (4,06) stated that events for historical milestones can be held in Kastamonu. The highest average entertainment element has been traditional festivals (3.33). Tourism superstructure component has been evaluated as quantity and quality in terms of functional elements, improved structural elements and improved natural/normal elements. The component with the highest participation of stakeholders in terms of the quantity of functional elements was bed & breakfast facilities with 3.73. When the same title is evaluated in terms of quality, it is stated that the most competitive superstructure element of Kastamonu with 3.40 is the translation centers. In terms of improved natural/normal elements, stakeholders have quantitatively evaluated Kastamonu as competitive compared to its rivals with its mosques and madrasahs. Qualitatively, mosques, madrasahs and historical sites have the highest participation with the same average. The title with the lowest averages among all tourism superstructure components has been structural superstructure elements, both quantitatively and qualitatively improved. In particular, unique office buildings / towers were found quantitatively and qualitatively, and famous houses were qualitatively inadequate. Finally, stakeholders found Kastamonu slightly above average compared to its competitors, especially in terms of market ties established due to religious visits (4.06).

3.2. DISCUSSING the FINDINGS with the LITERATURE

It was determined that among all components, stakeholders think that the strongest component of Kastamonu compared to its competitors is physiography and climate. Seven of the responses to a total of ten statements have an average of four and above. Similarly, nature and natural richness are accepted by many tourism researchers as an important component of tourism supply (Olalı, 1990: 117; Tuna, 2007: 17). In addition, it has been supported in researches that nature tourism is the main tourism type that is carried out in the province and constitutes a great potential (Akkus and Akkus, 2019a).

4. CONCLUSION, RECOMMENDATION AND LIMITATIONS

4.1. SUGGESTIONS BASED on RESULTS

- Highlighting the city with its climate, air quality, forest and water resources, flora and fauna will provide competitive advantage.
- The protection of historical and cultural values, especially the promotion activities for tourists seeking originality, will provide an important competitive advantage.
- Attention should be paid to the promotion of activities that include authentic experiences of the region such as the herb festival held in Alaçatı.
- The diversification of activities, especially the inclusion of disadvantaged groups (individuals with disabilities), will both increase participation and strengthen the image of which they have awareness. However, only activities for children or activities based on children and families spending time will both provide social benefits and satisfy visitors to the city.

- What mega-event or events Kastamonu can host should be demonstrated through feasibility studies and necessary infrastructure investments should be made. Many such suggestions were made in the text.

4.2. LIMITATIONS of the ARTICLE

Considering the research limitations and findings, more inclusive and generalizable data can be obtained by reaching all the tourism sector stakeholders in Kastamonu in future research. In addition, similar field researches are carried out in provinces with close competitors of Kastamonu, and the competitive aspects of destinations can be compared with each other. In addition, the perceptions of demand and supply side can be evaluated together by measuring the perceptions of the tourists, who are qualified as demand-side stakeholders of the destinations, about the city. By evaluating these and similar research findings, a short, medium and long term action plans can be developed for the future of Kastamonu tourism.

BMIJ

1. GİRİŞ

Kişinin kendi yaşam alanından çıkarak ayak bastığı ya da vardığı her yeri destinasyon olarak tanımlamak mümkündür. Ancak varış yerleri, sahip oldukları turistik kaynaklar ve çekicilikler sayesinde turizm destinasyonu niteliğine kavuşur. Günümüz dünyasında benzer çekiciliklere sahip, benzer hizmetler sunan birçok destinasyon, pazar payını koruyabilmek adına rakiplerinin önüne geçmeye çalışmaktadır. Bu doğrultuda, destinasyonların turizm pazarındaki konumunu koruyabilmek, sürdürebilmek ve/veya zaman içinde geliştirebilmek için sahip olması gereken yetenekler (D'Hauteserre, 2000: 23) destinasyon rekabetçiliği olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte destinasyonların kaynaklarının devamlılığını sağlayacak katma değerli ürünler yaratma ve bu ürünleri bütünleştirme yeteneği (Hassan, 2000: 239) de rekabetçiliği ifade etmektedir. Bir destinasyonun rakiplerine kıyasla bu yeteneklere sahip olma derecesini tespit edebilmesi büyük önem taşımaktadır. Çünkü ancak bu sayede turistin gözündeki konumu daha net biçimde anlaşılacaktır. Bu sebeple araştırmacılar tarafından birçok destinasyon rekabetçiliği modeli geliştirilmiştir. Başlangıçta geliştirilen modellerde geleneksel rekabetçilik modellerinden etkilenilse de zaman içerisinde salt turizm destinasyonlarının rekabetçiliğini ölçmeye odaklanan birçok model ortaya çıkmıştır. Bu modeller içerisinde Kim'in (2000) *Turizm Sektörü Rekabetçiliği Değerlendirme Modeli*, Ritchie ve Crouch'un (2003) *Kavramsal Rekabetçilik Modeli* ile Dwyer ve Kim'in (2003) *Bütünleştirilmiş Rekabetçilik Modeli* önemli bir yer tutmaktadır.

Ritchie ve Crouch'a ait olan *Kavramsal Rekabetçilik Modeli* bugüne kadar destinasyon rekabetçiliği alanında yapılmış en kapsamlı ve en detaylı çalışma olarak kabul edilmektedir. Ayrıca model herhangi bir turizm pazarı ya da destinasyon ile uyum sağlayacak şekilde tasarlanmıştır (Akkuş, 2016: 192). Model temel kaynaklar ve çekicilikler; destekleyici faktörler ve kaynaklar, destinasyon yönetimi; destinasyon politikası, planlaması ve gelişimi; sınırlandırıcı ve güçlendirici belirleyenler olmak üzere beş temel faktör, 36 rekabetçilik niteliği ve 250'den fazla unsuru kapsamaktadır (Ritchie ve Crouch, 2003: 63). Temel kaynaklar ve çekicilikler faktörü, destinasyon çekiciliğinin temel unsurlarını yani destinasyona ziyaret motivasyonu sağlayan kilit unsurları ifade etmektedir (Akkuş, 2016: 115). Faktör, fizyografi ve iklim, kültür ve

tarih, etkinlikler karması, özel etkinlikler, eğlence, turizm üst yapısı ve piyasa bağları olmak üzere yedi nitelik ile sınıflandırılmıştır (Ritchie ve Crouch, 2003: 68-69). Fizyografi ve iklim, destinasyonun coğrafi ve iklimsel açıdan çevresel yapısını yani doğal olarak oluşmuş görsel çekicilik unsurlarını içermektedir. Kültür ve tarih, destinasyonların sahip olduğu tarihi ve kültürel değerleri, özellikle bir destinasyonu diğerlerinden ayıran yerel değerlerin çekiciliğini ifade etmektedir. Etkinlikler karması, destinasyonda sunulan ve zahmetli, dinlendirici, kolay ulaşılan, zor ulaşılan gibi 22 farklı sınıfa ayrılan tüm etkinlikleri kapsamakta, özel etkinlikler ise yerel ya da mega etkinlikler olmak üzere etkinlikler karmasının farklı bir uzantısını temsil etmektedir. Eğlence niteleyeni turizm sektörünün can damarı olan en önemli tedarikçiyi, üstyapı bileşeni destinasyonda bulunan konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım işletmelerinin durumunu analiz etmektedir. Piyasa bağlarında ise en sık bilineni akraba, arkadaş ziyaretleri olan destinasyon sakinleri ile bağlantı kurmaya dayalı seyahatler değerlendirilmektedir (Akkuş, 2017: 44-48).

Kastamonu ili, Türkiye'nin batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan 13.108 km^2 yüzölçümüne sahip yaklaşık 372.000 nüfuslu bir ildir. Toplam 20 ilçesi bulunan şehrin altı ilçesi Karadeniz kıyı şeridindedir (Kuzka, 2019). Bu sebeple kıyılarda Karadeniz iklimi, iç kesimlerde İç Anadolu iklimi etkilidir. Dağlık bir coğrafi yapı yanında bitki örtüsü orman ağırlıklıdır. Ilgaz Dağı ve Küre Dağları olmak üzere iki milli parka sahip bölge, doğaya dayalı turizm türlerine oldukça elverişlidir. Yayla turizmi, kış turizmi, av turizmi, kuş ve yaban hayatı gözlemciliği, botanik turizmi, kırsal turizm bunlardan bazılarıdır. Ayrıca ilçelerinde tarih ve kültür turizmi, inanç turizmi, etkinlik turizmi, gastronomi turizmi ve termal turizm gerçekleştirilebilmektedir. Bununla birlikte Karadeniz'e kıyısı olan ilçeleri de deniz turizmine elverişlidir (Akkuş ve Akkuş, 2019'a: 158-159). Ancak ilin sahip olduğu temel kaynaklar ve çekiciliklere ilişkin araştırmaların yeterli düzeyde olmadığı söylenebilir. Bu durum 2014 yılında Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen ve birçok önemli turizm paydaşının katıldığı "*Kastamonu Turizmcileri Problemlerine Çözüm Arıyor Çalıştayı*'nda da ifade edilmiştir. Buna ilişkin Akkuş ve Akkuş (2019'a) tarafından bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada doküman analizi tekniği kullanılarak tüm basılı ve çevrimiçi kaynaklar taranmış, Kastamonu ilçelerinin temel turistik arz

kaynaklarının tabiat turizmi alt türleri ve doğa sporlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Fakat yalnızca kaynak taraması yoluyla tespit edilen temel turistik kaynaklara ilişkin herhangi bir saha araştırması gerçekleştirilmemiştir. Bu sebeple bu araştırmada Kastamonu ilinin sahip olduğu temel kaynaklara ve çekiciliklere yönelik turizm sektörü paydaşlarının görüşlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Turizm sektörü paydaşları içerisinde önemli bir rol oynayan konaklama işletmesi yöneticileri ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

2. ALANYAZIN TARAMASI

Geniş kapsamlı Türkçe ve İngilizce yazın taraması ardından destinasyon rekabetçiliğini ölçmeye yönelik yapılmış birçok kavramsal ve ampirik araştırma olduğu tespit edilmiştir. Kavramsal araştırmaların daha çok model ve gösterge geliştirmek amacıyla ortaya konduğu söylenebilir (Akkuş, 2017: 101). Ampirik araştırmaları ise arz yönlü ve talep yönlü olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Arz yönlü araştırmalarda turizm sektörü paydaşları baz alınırken, talep yönlü araştırmalarda turistler hedef alınmıştır. Aşağıdaki tabloda destinasyon rekabetçiliğini paydaş bakış açısından değerlendiren ampirik araştırmalara ilişkin kilit bilgiler sunulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde, sıralanan 35 araştırma içerisinde yalnızca dördünün Türkçe olduğu görülmektedir. Buradan çıkarımla konuya ilişkin araştırmaların genellikle yabancı yazında yer bulduğunu söylemek mümkündür. Araştırmalardan yalnızca sekiz tanesi tek yazarlı olup, bunların çoğunu tezler oluşturmaktadır. Özellikle 2012 yılında yoğunluk kazanan araştırmaların yaklaşık 30 farklı ülke ile uygulama alanı açısından çeşitlilik gösterdiği ancak Avustralya ve Sırbistan'ın öne çıktığı söylenebilir. Türkiye'de gerçekleştirilen destinasyon rekabetçiliği araştırmalarının ise İzmir, Nevşehir, Antalya gibi büyük şehirlerde uygulandığı tespit edilmiştir. Araştırmaların büyük çoğunluğunda nicel yöntem benimsenirken, üç tanesinde hem nicel hem nitel yöntemden faydalanılmıştır. Ancak nitel yöntemin kullanıldığı araştırma sayısı nispeten sınırlıdır.

Tablo 1. Arz Yönlü Destinasyon Rekabetçiliği Araştırmalarına İlişkin Bilgiler

Yazar(lar)	**Yıl**	**Yöntem**	**Uygulama alanı**
Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards ve Kim	2004	Nicel	Avustralya ve Kore
Lee ve King	2009	Nitel	Tayvan
Pike ve Mason	2011	Nicel	Avustralya
Schalber ve Peters	2012	Nitel-Nicel	Avusturya, İtalya, Almanya ve İsviçre
Huang ve Peng	2012	Nicel	Çin, Hong Kong, Japonya, Kore, Malezya, Singapur, Tayvan, Tayland ve Filipinler
Dwyer, Cvelbar, Edwards ve Mihalic	2012	Nicel	Slovenya
Armenski, Omerzel, Djurdjev, Ćurčić ve Dragin	2012	Nicel	Slovenya ve Sırbistan
Tseng ve Chen	2013	Nitel	Tayvan
Mulec ve Wise	2013	Nicel	Sırbistan
Sarıışık, Ulama ve Polat	2013	Nitel	Sakarya / Türkiye
Dwyer, Dragićević, Armenski, Mihalič ve Cvelbar	2014	Nicel	Sırbistan
Dragićević, Armenski, Dwyer, Mihalič ve Cvelbar	2014	Nicel	Sırbistan
Wondowossen, Nakagoshi, Yukio, Jongman ve Dawit	2014	Nitel	Etiyopya
Ritchie ve Crouch Modelinin Temel Alındığı Araştırmalar			
Yazar(lar)	**Yıl**	**Yöntem**	**Uygulama alanı**
Faulkner-Oppermann-Fredline	1999	Nitel	Güney Avustralya
Kim ve Dwyer	2003	Nicel	Kore ve Avustralya
Hudson, Ritchie ve Timur	2004	Nicel	Kanada
Ekin	2004	Nitel	Antalya / Türkiye
Enright ve Newton	2004	Nicel	Hong Kong
Enright ve Newton	2005	Nicel	Hong Kong, Singapur, Bangkok
Al-Masroori	2006	Nitel-Nicel	Umman
Wilde ve Cox	2008	Nitel	Avustralya
Omerzel ve Mihalic	2008	Nicel	Slovenya
Chens, Sok ve Sok	2008	Nicel	Kamboçya
Benedetti	2010	Nitel-Nicel	Hollanda
Yüncü	2010	Nicel	Nevşehir / Türkiye
Crouch	2010	Nicel	Çevrimiçi
Armenski, Marković, Davidović ve Jovanović	2011	Nicel	Sırbistan
Omerzel	2011	Nicel	Slovenya
Armenski, Omerzel, Djurdjev, Đeri ve Aleksandra	2011	Nicel	Sırbistan
Hallmann, Müller, Feiler, Breuer ve Roth	2012	Nicel	İsviçre
Dragičević, Jovičić, Blešic, Stankov ve Bošković	2012	Nicel	Sırbistan
Wang, Hsu ve Swanson	2012	Nicel	Çin
Vodeb	2012	Nicel	Slovenya-Hırvatistan sınır bölgesi
Goffi	2013	Nicel	Brezilya
Güripek	2013	Nicel	İzmir / Türkiye

Kaynak: Akkuş, 2017: 164-165.

Tabloda sıralanan araştırmaların çoğunda çeşitli destinasyon rekabetçiliği modelleri ilgili turizm bölgesine uyarlanmış ve konuya ilişkin paydaş görüşleri değerlendirilmiştir. Bu araştırmada Ritchie ve Crouch'un (2003) Kavramsal Rekabetçilik Modeli'nden yola çıkılarak bir görüşme formu hazırlanmış ve paydaşlar ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple Ritchie ve Crouch'un geliştirdiği modeli temel alan benzer araştırmalara ilişkin birtakım bilgiler paylaşılmıştır.

Hudson, Ritchie ve Timur (2004) Crouch ve Ritchie (1999) modelinin kayak alanlarına uygunluğunu tespit edebilmeyi ve her bir model bileşeni için operasyonel ölçümler geliştirmeyi amaçlamıştır. Paydaşlar ile yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde 50 anket sorusu geliştirilmiştir. Kanada'daki 13 kayak merkezinde 130 paydaşa bu anketler uygulanmıştır. Sonuç olarak, her merkezin çeşitli güçlü ve zayıf yönleri ortaya konmuş, kilit paydaş görüşlerinin ne kadar faydalı olabileceği vurgulanmıştır. Hallmann, Müller, Feiler, Breuer ve Roth (2012) ise benzer şekilde kış sporu merkezi paydaşlarının destinasyonun rekabetçiliği açısından önemli buldukları faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. Ritchie ve Crouch (2003) tarafından geliştirilen modelin beş faktörünü de kapsayan bir anket formu hazırlanmıştır. Anketler, İsviçre Alplerinde kolayda örnekleme yöntemine dayalı olarak 71 paydaşa uygulanmıştır. Araştırma neticesinde altı paydaş grubu belirlenmiştir. Paydaşların temel kaynaklar, destinasyon yönetimi ve mevcut destinasyon politikası açısından bakış açılarında önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Dragičević, Jovičić, Blešic, Stankov ve Bošković (2012) yakın rakiplerine kıyasla Sırbistan'ın Vojvodina bölgesinin iş turizmi açısından neden daha az rekabetçi olduğunu tespit edebilmeyi amaçlamıştır. Ayrıca bölgenin rekabetçilikteki en zayıf noktasını ve özellikle destinasyon yönetiminin konumunu belirlemek için destinasyon rekabetçiliği faktörleri arasındaki ilişkileri test etmiştir. Ritchie ve Crouch (2003) modelinin beş temel faktörü için 54 nitelik tespit edilmiştir. Anketler e-posta yoluyla turizm paydaşlarına gönderilmiş ve 118 geçerli anket elde edilmiştir. Çalışmada en yüksek puan temel kaynaklar ve çekicilikler faktörüne verilirken, destinasyon yönetimi ile destinasyon politikası, planlaması ve gelişimi faktörleri ilin en zayıf noktaları olarak tespit edilmiştir.

Bu araştırmalar dışında Ritchie ve Crouch modelinin dahil edildiği çoklu modeller ya da farklı modeller ile değerlendirmelerin yapıldığı çeşitli arz yönlü ampirik çalışmalar mevcuttur. Örneğin, Faulkner, Oppermann ve Fredline (1999) güney Avustralya'nın temel turistik çekiciliklerine ilişkin rekabetçiliğini değerlendirmeyi amaçlamış ve Ritchie ve Crouch (1993) ile Chon ve Mayer'in (1995) modellerinden faydalanmıştır. Üç şehirdeki 47 seyahat acentası ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda şarap endüstrisi ve Murray nehrine yönelik "*büyük nehir*" teması dışında, eyaletin diğer turistik çekiciliklerinin pazarda tanınmadığı belirlenmiştir.

Ekin (2004) ve Al-Masroori (2006) tezlerinde turizm sektörü paydaşlarının destinasyon rekabetçiliği algılarını tespit etmeyi amaçlamış ve bu amaca ulaşabilmek için Yoon (2002) tarafından geliştirilmiş rekabetçilik ölçeğini kullanmıştır. Yoon ise bu ölçeği geliştirirken Ritchie ve Crouch modeli ile birlikte birçok farklı modelden faydalanmıştır. Ekin (2004) Antalya'da gerçekleştirdiği çalışmada 187 paydaşa, Al-Masroori (2006) Umman'da 987 paydaşa anket uygulamıştır. Araştırma sonucunda Ekin (2004) paydaşlar tarafından en çok rekabetçiliğin çevresel boyutları ile mevcut ve gelecekteki çalışanlara yönelik eğitim planlarının desteklendiğini tespit etmiştir. Al-Masroori (2006) ise destinasyon pazarlama çabaları ve sürdürülebilir destinasyon yönetimi gibi rekabetçi destinasyon stratejilerinin desteklenmesi ile turizm çekicilikleri ve kaynakları ile ilgili paydaş tercihleri arasında güçlü bir bağlantı olduğunu saptamıştır.

Kim ve Dwyer (2003), Porter (1990) ve Crouch ve Ritchie (1995, 1999) tarafından geliştirilen modelleri bir araya getirerek bütünleştirilmiş rekabetçilik modelini ortaya koymuştur. Oluşturulan model ve göstergelerine dayanarak, Koreli ve Avustralyalı turizm paydaşlarına anketler yapılmıştır. Koreli paydaşlardan 162, Avustralyalı paydaşlardan ise 132 geçerli yanıt elde edilmiştir. Her gösterge için ortalama ve standart sapmalar hesaplanarak iki ülke arasındaki farklılıklar belirlenmiştir. Avustralyalı paydaşların Koreli meslektaşlarından daha yüksek puanlar verdiği tespit edilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Bir turizm destinasyonun sahip olduğu temel kaynak ve çekicilikler, rakiplerine göre üstünlüğünü ifade etmektedir. Bu kaynakların net bir şekilde ortaya konması ya da gün yüzüne çıkarılması önemli olduğu kadar etkin bir şekilde sürdürülebilir yönetimi de elzemdir. Yalnız bu sayede destinasyonlar rekabet avantajı sağlayabilir. Bu sebeple birçok destinasyon öncelikli olarak temel kaynak ve çekiciliklerini tespit etmeye odaklanmakta ve rakiplerine göre durumunu saptayabilmek amacıyla rekabetçilik ölçümleri yapmaktadır. Ancak kapsamlı literatür taraması ardından destinasyon rekabetçiliğine ilişkin araştırmaların sıklıkla yabancı yazında yer aldığı tespit edilmiştir. Türkçe yazında konuya ilişkin araştırma sayısı oldukça kısıtlı olmakla birlikte yalnızca büyük şehirlere odaklanılmıştır. Günümüz değişen dünyasında turist tipleri de değişmekte ve artık insanlar daha otantik ya da özgün olan destinasyonlara yönelmektedir. Bu sebeple yalnızca büyük şehirlerin rekabetçiliğine odaklanmak bölgeleri ileri değil geri götürmektedir. Bu araştırmada ise Kastamonu ilinin sahip olduğu temel kaynak ve çekicilikleri ortaya çıkararak rekabetçilik açısından durumlarını detaylıca değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için turizm sektörünün en önemli paydaşlarından biri olan konaklama işletmeleri yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirmek hedeflenmiştir.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Literatür taraması ardından destinasyon rekabetçiliğine ilişkin araştırmalarda sıklıkla nicel yöntemin benimsendiği tespit edilmiştir. Bu araştırmada ise doğal ortama daha uygun bütüncül bir yaklaşım ile verilere ilişkin birinci elden bilgi toplamayı ve araştırmaya katılanlar ile iletişim kurabilmeyi sağladığı için (Balcı, 2013: 38) nitel yöntem benimsenmiştir. Yöntemin uygulanmasında birçok teknik kullanılmakla birlikte sıklıkla tercih edilenlerden biri de görüşme tekniğidir. Görüşmeler çeşitli şekillerde olabileceği gibi bu araştırmada sabit format anket görüşmesi benimsenmiştir. Bu tür, içerik ve yöntem açısından yapılandırılmış görüşmeye benzemekle birlikte önceden belirlenmiş bir dizi soru bulunmaktadır. Bu görüşme türünün tercih edilmesinin en önemli sebebi, katılımcıların verdiği bilgiler arasındaki

paralelliği ve farklılığı saptayarak karşılaştırma yapabilmektir. Bununla birlikte araştırmanın başka araştırmacılar tarafından tekrar edilme olasılığını arttırmak hedeflenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 130-133). Ayrıca görüşme süresince öngörülmemiş boyutların ortaya çıkarılabilmesi ve irdelenebilmesini sağlamak amacıyla her bir bileşen altına konuya ilişkin eklemek istenilen düşünceleri tespit edebilmek amacıyla açık uçlu bir soru konmuştur.

Görüşme soruları oluşturulurken Ritchie ve Crouch'un (2003: 110-129) Kavramsal Rekabetçilik Modeli'nde yer alan temel kaynaklar ve çekicilikler faktörünü oluşturan yedi bileşenden faydalanılmış ve her bileşen çoklu maddeler ile 5'li Likert ölçeği (1: Ortalamanın çok altında, 2: Ortalamanın biraz altında, 3: Ortalama, 4: Ortalamanın biraz üstünde, 5: Ortalamanın çok üstünde) kullanılarak ölçülmüştür. Bu bileşenler fizyografi ve iklim (10), kültür ve tarih (12), etkinlikler karması (22), özel etkinlikler (7), eğlence (7), üstyapı (21) ile piyasa bağları (10) olarak ayrılmıştır. Yedi bileşen toplam 89 madde ile detaylı ve kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Tüm katılımcılar açısından maddelerin anlaşılabilirliğini arttırmak amacıyla maddelerin yanına parantez içerisinde birtakım sondalar eklenmiştir.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kastamonu ilindeki konaklama işletmesi yöneticileri oluşturmaktadır. Ancak tüm işletme yöneticilerine ulaşılması imkan dahilinde olmadığından örnekleme yoluna gidilmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örneklemesi tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 123). Araştırma il merkezindeki konaklama işletmeleri ile sınırlandırılmıştır. Kastamonu il merkezindeki turizm işletme belgeli tesis sayısı 25 olup, 25 adet kamu misafirhanesi bulunmaktadır (Kastabil, 2020). Toplam 50 tesis içerisinden ulaşılabilirliği nispeten kolay olan ve görüşmeye sıcak bakan 15 tesis yöneticisi ya da sahibi ile görüşülmüştür. Ancak örnekleme dâhil edilen tüm tesis yöneticilerinin il turizminde aktif rol oynayan paydaşlardan seçilmesine özen gösterilmiştir.

Paydaşlarla yapılan görüşmelere ilişkin detaylı bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Tüm görüşmeler paydaşların çalışma ortamında gerçekleştirilirken, birçoğunda telefon aracığıyla randevu alınmış, bazı görüşmelere ise randevusuz gidilerek

görüşme talep edilmiştir. Görüşmelerin tamamında katılımcı isteği doğrultusunda ses ya da video kaydı alınmamış, görüşmeci tarafından elle not tutulmuştur.

Tablo 2. Görüşmelere İlişkin Bilgiler

Katılımcı Kodları	Kurumdaki Pozisyon	Görüşme Tarihi	Görüşme Saati
K1	İşletme sahibi	14.11.2019	12:00-12:25
K2	İşletme sahibi	14.11.2019	10:30-11:05
K3	İşletme müdürü	14.11.2019	11:30-11:55
K4	İşletme müdürü	21.11.2019	09:30-10:00
K5	İşletme sahibi	21.11.2019	11:00-11:35
K6	İşletme müdürü	28.11.2019	09:30-10:00
K7	İşletme müdürü	28.11.2019	11:00-11:25
K8	İşletme sahibi	28.11.2019	09:30-10:00
K9	İşletme müdürü	05.12.2019	09:30-10:05
K10	İşletme müdürü	05.12.2019	11:00-11:25
K11	İşletme müdürü	12.12.2019	09:00-09:40
K12	İşletme müdürü	12.12.2019	10:00-10:35
K13	İşletme müdürü	12.12.2019	10:45-11:30
K14	İşletme sahibi	19.12.2019	10:30-11:10
K15	İşletme müdürü	19.12.2019	12:00-12:35

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Yaklaşık 30-45 dakika arası süren görüşmeler, 2019 yılı Kasım ve Aralık aylarının belirli günlerinde ikinci yazar tarafından paydaşların çalışma ortamlarında gerçekleştirilmiş olup, veriler 1 Ocak 2020 yılı öncesi toplandığı için etik kurul izin belgesi talep edilmemiştir.

3.4. Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda geçerliğin güvenirliğe nazaran daha öncelikli olduğu söylenebilir. Çünkü bir araştırma verisi geçerli ise aynı türden başka bir araştırmada da benzer bilgilere ulaşılma ihtimali yükselir. Bu araştırmada iç geçerliği sağlamak için derinlik odaklı veri toplama ilkesi benimsenmiş ve anket ifadeleri ile açık uçlu sorular karşılaştırılarak veriler teyit edilmiştir. Dış geçerlik için ayrıntılı betimleme yoluna gidilmiş, ham veriler ortaya çıkan kavram ve temalara binaen yeniden düzenlenerek aktarılmış ve sıklıkla doğrudan alıntılara yer verilmiştir. İç güvenirliği sağlamak için ise tutarlık incelemesi benimsenmiş ve veri toplama araçlarının hazırlanmasında kavramsal çerçeve rehber alınmış ve veriler benzer süreçlerde toplanmıştır. Görüşmeci sorularını her bir paydaşa aynı form ve benzer yaklaşımla sormuştur. Bununla birlikte bulgular yazarlar tarafından karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Dış güvenirliği

sağlamak amacıyla kodları ile birlikte tüm katılımcılar, görüşmelerin yapıldığı ortam ve verilerin kaydedilme biçimi açık bir şekilde tanımlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 269-283). Ayrıca görüşmelerin yapıldığı tarih ve saate ilişkin bilgiler ayrıntılı bir biçimde Tablo 2'de sunulmuştur.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özellikler

Kastamonu ilinin temel turistik kaynaklar ve çekicilikler açısından rekabetçiliğini tespit edebilmek amacıyla Kastamonu il merkezindeki 15 konaklama işletmesi yöneticisi ile görüşülmüştür. Katılımcıların 14'ü erkek, yalnızca biri kadındır. Yaş ortalamaları %40 ile 36-45 aralığında iken, bunu %33 ile 46-55 yaş aralığı takip etmektedir. 26-35 yaş aralığındaki yöneticilerin oranı %20 olup, en düşük oran %7 ile 55 yaş üstü katılımcılara aittir. Öğrenim durumları değerlendirildiğinde %54'ünün lisans mezunu, %33'ünün ise lise mezunu olduğu tespit edilmiştir. En düşük oranı ön lisans mezunları oluşturmaktadır.

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

		f	%			f	%
Cinsiyet	Kadın	1	7	**İşletme Statüsü**	Özel	8	54
	Erkek	14	93		Kamu	3	19
	Toplam	15	100		Tarihi konak	4	27
Yaş	26-35	3	20		Toplam	15	100
	36-45	6	40	**Deneyim Süresi**	1-5	1	7
	46-55	5	33		6-9	4	26
	55 üstü	1	7		10-15	3	20
	Toplam	15	100		16-20	1	7
Öğrenim Durumu	Lise	5	33		20 yıldan fazla	6	40
	Ön lisans	2	13		Toplam	15	100
	Lisans	8	54	**Pozisyon**	İş yeri sahibi	5	25
	Toplam	15	100		İşletme müdürü	10	75

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Katılımcıların çalıştığı konaklama işletmesinin yasal statüsü dikkate alındığında %54 ile önemli bir bölümünün özel işletmelerden oluştuğu, %19 ile kamu misafirhaneleri ve bunu %27 ile tarihi konakların izlediği görülmüştür. Görüşülen paydaşların %40 ile büyük kısmının sektörde 20 yıldan fazla tecrübeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunu %26 ile 6-9 yıl deneyimi olan, %20 ile 10-15 yıl deneyime sahip

katılımcılar takip etmiştir. En düşük orana sahip katılımcıların ise 1-5 yıl ile 16-20 yıl arası deneyimi olanlar olduğu tespit edilmiştir. Görüşülen paydaşların %75'i işletmede müdür pozisyonunda görev alırken, %25'i iş yeri sahibi vasfı taşımaktadır.

Araştırmada sabit format anket görüşmesi benimsendiği için anket formatında tasarlanan görüşme sorularının analizi SPSS 22 Paket İstatistik Programı aracılığıyla sağlanmıştır. Fizyografi ve iklim, kültür ve tarih, etkinlikler karması, özel etkinlikler, eğlence, üstyapı ile piyasa bağları olmak üzere toplam yedi bileşene ilişkin her maddenin ortalama ve standart sapma değerleri sunulmuştur. Kuramsal çerçeveye uygun düzenlenen yedi bileşen için sorulan açık uçlu sorular ise betimsel analize tabi tutulmuştur.

4.2. Fizyografi ve İklim Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Ritchie ve Crouch (2003) modeli temel kaynaklar ve çekicilikler faktörünün ilk bileşeni olan fizyografi ve iklim bileşeni, toplam on madde ile ölçülmüştür. Maddeler Kastamonu'nun doğal ve müdahale edilemeyen turistik kaynakları ve çekiciliklerini değerlendirmeye yöneliktir.

Tablo 4. Fizyografi ve İklim Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	$\bar{X}$	Sd
İklim (kesin, bağıl, değişken, tutarlı)	3,66	,975
Topoğrafya (bölge coğrafi anatomisi)	3,40	,985
Büyüklük/boyut/alan	3,60	,985
Su kaynakları (göl, nehir, şelale)	4,00	,925
Orman kaynakları	4,66	,899
Kırsal ve kentsel alanlar	4,20	,941
Hava kalitesi	4,20	1,014
Manzara güzelliği	4,60	,736
Flora ve fauna (bitki ve hayvan çeşitliliği)	4,53	,833
Vahşi yaşam/doğal ortam	4,53	,743

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 4'te görüldüğü gibi, konaklama sektörü paydaşlarının en yüksek ortalama ile Kastamonu'yu orman kaynakları (4,66) ve manzara güzelliği (4,60) açısından rakiplerine kıyasla daha rekabetçi bulduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ilin flora, fauna ve vahşi yaşam (4,53) açısından rakiplerine göre ortalamanın üstünde olduğunu, kırsal, kentsel alanlar ve hava kalitesi (4,20) ile su kaynakları (4,00) açısından ortalamanın biraz üstünde olduğunu düşündükleri saptanmıştır. En düşük

katılım sağlanan ifade ise 3,40 ile topoğrafya olmuştur, ancak yine bu maddenin de ortalama bir değere sahip olduğu söylenebilir. Özetle katılımcı paydaşların Kastamonu'yu yakın rakipleri göz önüne alarak doğal çekicilikler açısından rekabette ortalamanın biraz üstünde buldukları ifade edilebilir. Konuya ilişkin yorumları sorulan paydaşlardan cevap verenlerin yanıtları ise doğrudan Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Fizyografi ve İklim Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K1	*"İlimizde dört mevsimi yaşayabiliyoruz. Doğası, manzarası, su kaynakları, vahşi yaşamı her şeyiyle harika bir şehir."*
K2	*"Kafa dinlemek için çok sakin ve süper bir nahiye."*
K3	*"Bölge konum itibariyle 168 km. sahil bandında İç Anadolu ile de sınır bağı olduğundan çok değişken rakımlara sahiptir. Bu nedenle dört mevsimi dolu dolu yaşayabileceğiniz benzersiz bir şehirdir."*
K4	*"Kastamonu'nun doğal güzelliklerinin Türkiye'nin üzerinde olduğunu düşünüyorum. Orman kaynakları açısından zengin bir bölge olması neticesinde artan hava kalitesi, flora ve fauna çeşitliliği vahşi yaşam alanlarının çokluğu bu olguyu desteklemektedir."*
K5	*"Coğrafi yeterlilik ve iklim çok iyi ancak değerlendiremiyoruz. Orman kaynakları her yerden daha iyi. Hava kalitesi merkezde olmasa da genelde çok iyi."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Paydaşların açık uçlu yanıtları (Tablo 5) ile ortalama değerlerin (Tablo 4) örtüştüğü görülmektedir. Kastamonu'nun en rekabetçi kaynağı orman kaynakları (4,66) olarak değerlendirilirken, K4 ve K5 bunu destekleyen yorumlar yapmıştır. Benzer şekilde K1, ilin manzara (4,60), vahşi yaşam (4,53) ve su kaynakları (4,00) açısından harika olduğunu ifade etmiştir.

4.3. Kültür ve Tarih Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

İkinci bileşen olan kültür ve tarih bileşeni toplam 12 madde ile değerlendirilmiştir. Bu kısımda Kastamonu'nun yöre insanına dair ayrıcalıklar ya da farklılıklara ilişkin kültürel çekicilikleri temel alınmıştır. Paydaşların bu unsurlara ilişkin düşünceleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo incelendiğinde, paydaşların 4,33 ortalama ile en yüksek katılım sağladığı ifade bölgeye özgü bir görünümü olan iç ve dış mimari seçeneği olmuştur. Paydaşlar Kastamonu'yu yakın rakiplerine kıyasla geleneksel mimari açısından ortalamanın biraz üstünde rekabetçi bulmuştur. Bununla birlikte ilin kültürel anlamda en rekabetçi olduğu unsurlar, bölgeye özgü gastronomi ya da yemek hazırlama tarzı (4,20), bölge

için özel öneme sahip din (4,06) ve görsel hatırlatıcıları da dahil olmak üzere bölgenin tarihi (4,06) olarak saptanmıştır.

Tablo 6. Kültür ve Tarih Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	$\bar{X}$	Sd
Bölge el sanatları (bıçakçılık, taş baskı gibi)	3,26	1,032
Bölge sakinleri tarafından konuşulan dil	3,60	,910
Bölgeyi karakterize eden gelenekler (evlenme gelenek-görenekleri)	3,60	1,298
Bölgeye özgü gastronomi ya da yemek hazırlama tarzı (kuyu kebabı, sarımsak gibi)	4,20	,676
Bölgeye özgü bir görünümü olan iç ve dış mimari (ahşap konaklar)	4,33	,899
Bölge için özel öneme sahip din (görünür faaliyetler dahil)	4,06	,961
Bölge karakteristiğini yansıtan eğitim sistemi (el sanatları kursları gibi)	2,86	1,245
Bölgeye özgü kıyafetler (Pınarbaşı kadınları yöresel kıyafetleri, köçek kıyafetleri gibi)	3,53	1,125
Bölgenin kendine özgü yaşam tarzlarını yansıtan boş zaman etkinlikleri (piknik, avcılık, balık tutma gibi)	3,73	1,162
Resim, heykel ve konserler dahil olmak üzere bölge ile tanımlanan sanat ve müzik (şairleri, yazarları, türküleri gibi)	2,66	1,447
Görsel hatırlatıcıları da dahil olmak üzere bölgenin tarihi (kale, kule, cami gibi)	4,06	1,032
Bölgeye özgü iş veya teknoloji yöntemleri (balıkçılık ve çiftçilik gibi)	2,40	,985

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Katılımcıların 2,40 ile en az rekabetçi olunduğunu düşündüğü alan ise bölgeye özgü iş veya teknoloji yöntemleri olarak tespit edilmiştir. Bunu 2,66 ile resim, heykel ve konserler dahil olmak üzere bölge ile tanımlanan sanat ve müzik faaliyetleri ve 2,86 ile bölge karakteristiğini yansıtan eğitim sistemi takip etmiştir. Konuya ilişkin katılımcı görüşleri ise şu şekildedir:

Tablo 7. Kültür ve Tarih Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K2	*"Marka değeri için bu öğelerden sadece biri ön plana çıkarılmalıdır."*
K3	*"Kastamonu ili çok eski medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Yüzlerce yıl önce şehir kültürü ile tanışmış. Kendine özgü yerel çıktılara ve el becerilerine sahip kimliği olan marka bir şehirdir."*
K4	*"Kültürel unsurlar arasında en çok ön plana çıkan unsur gastronomidir. Özellikle sarımsak dünya çapında üne sahiptir. Bunun yanı sıra diğer unsurlar ortalamadır. Ancak resim, heykel vb. unsurlar ortalamanın çok altındadır."*
K5	*"Dini kaynaklar açısından yeterli ancak turizmi açısından tamamen gelişmiş sayılmaz."*
K6	*"Yöresel yemeklerimiz, geleneksel kıyafetlerimiz, ahşap evler, halk oyunları gibi özellikler Kastamonu'yu kültür başkenti yapan özelliklerdir. Kastamonu'yu Kastamonu yapan bu özelliklerdir."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 7'de belirtildiği gibi, katılımcılar tarafından en rekabetçi bulunan ahşap evlerin önemi, özellikle K6 tarafından vurgulanmıştır. Bununla birlikte özellikle sarımsak sayesinde ilin gastronomik açıdan taşıdığı değer K4, sahip olduğu dini kaynakların yeterliliği K5 tarafından ifade edilmiştir. İlin köklü tarihine ise K3 değinmiştir. Burada farklılık arz eden en önemli konu, katılımcıların doğal çekicilikler

değil özellikle kültür ve tarih unsurları sorulduğunda, şehrin bu unsurlar ile markalaşması gerektiğine ya da markalaştığına değinmesi olmuştur. Yani katılımcı paydaşların Kastamonu'nun doğal güzelliklerinden ziyade kültürel unsurları ile markalaşmasına daha olumlu baktığı ya da güvenilir bulduğu ifade edilebilir.

4.4. Etkinlikler Karması Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Üçüncü bileşen olan etkinlikler karması 22 madde ile ölçülmüştür. Bu bileşen altında destinasyonda sunulan etkinliklerin türüne değinilmiştir. Ancak bu unsurlar birbirine karşıt nitelikler taşıdığı için aralarındaki ilişkiyi de görebilmek amacıyla karşıt unsurlar tabloda aynı satırda sunulmuştur.

Tablo 8. Etkinlikler Karması Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

$\bar{X}$	Sd			$\bar{X}$	Sd
2,73	1,162	Zahmetli/emek isteyen etkinlikler	Dinlendirici etkinlikler	3,20	1,146
2,93	1,162	Hafif maceraya dayalı etkinlikler	Zor maceraya dayalı etkinlikler	4,60	7,679
3,20	,861	Açık alan etkinlikleri	Kapalı alan etkinlikleri	2,86	,990
3,60	,985	Kış sezonu etkinlikleri	Yaz sezonu etkinlikleri	3,33	1,112
3,06	1,099	İz bırakan etkinlikler	İz bırakmayan etkinlikler	2,80	1,207
2,93	1,099	Aktif katılımlı etkinlikler	Pasif katılımlı etkinlikler	3,00	1,133
2,80	1,082	Basit yapılı etkinlikler	Sofistike (gelişmiş) etkinlikler	2,53	,915
2,86	1,060	Yüksek maliyetli etkinlikler	Düşük maliyetli etkinlikler	2,80	1,207
3,13	1,254	Rekreasyonel etkinlikler	Eğitsel etkinlikler	2,40	,736
4,66	4,983	Yetişkinlere yönelik etkinlikler	Ailelere yönelik etkinlikler	2,80	1,207
3,13	,990	Kolay erişimli etkinlikler	Zor erişimli etkinlikler	2,60	1,055

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 8'de gösterildiği gibi, konaklama sektörü paydaşları Kastamonu'da gerçekleştirilen etkinlikler içerisinde en yüksek ortalama ile yetişkinlere yönelik etkinlikler (4,66) ile zor maceraya dayalı etkinlikler (4,60) açısından şehrin rekabetçi konumda olduğunu belirtmiştir. Ancak yetişkinlere yönelik etkinlikler ortalamanın üstünde rekabetçi bulunurken, ailelere yönelik etkinliklerde (2,80) rekabetçilikte ortalamanın biraz altında kalındığını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde zor maceraya dayalı etkinlikler açısından başarılı bulunan Kastamonu, hafif macera etkinliklerinde (2,93) ortalamaya yakın bir değere sahip olmuştur.

Paydaşlar tarafından Kastamonu özellikle eğitsel etkinlikler (2,40) konusunda rakiplerine göre ortalamanın altında bulunmuştur. Ancak rekreasyonel etkinliklerde (3,13) ortalama bir değer almıştır. Bunun yanı sıra sofistike etkinlikler (2,53) açısından

rekabetçilikte ortalamanın altında bir puan alırken, durum basit yapılı etkinlikler (2,80) açısından da değişiklik göstermemiştir. Paydaşların etkinlikler karmasına ilişkin düşünceleri ise Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Etkinlikler Karması Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K1	*"Kastamonu'da etkinlik yapılıyor ama ses getirmiyor. Bunların çekici hale getirilmesi gerekir."*
K2	*"İz bırakan etkinlik yapılmadı."*
K4	*"Kastamonu'da yapılan etkinlikler çok kısıtlıdır. Ön plana çıkanlar hafif maceraya dayalı olanlardır, kış-yaz etkinlikleridir ve dinlendirici etkinliklerdir."*
K6	*"Kastamonu ilimizde yapılan, bir etkinlikten fazla olamaz. Kış sezonunda Ilgaz dağı etkinlikleri olur. Yaz sezonunda etkinlik yapılır ama kayda değer etkinlik yapılmaz."*
K7	*"Eğlenceye dayalı bir etkinlik yoktur."*
K9	*"Bütçe nedeniyle etkinlik az yapılır. Son bir iki yılda Pınarbaşı, Azdavay gibi ilçelerde etkinlikler artmaktadır."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, diğer bileşenlerde daha az madde olmasına rağmen dört ortalamanın üzerinde birçok madde bulunurken, etkinlikler karması bileşeninde paydaşlar 22 madde içerisinden yalnızca iki tanesinde aynı karara varmıştır. Bu durum paydaşların Kastamonu'nun düzenlenen etkinlikler açısından rekabetçilikte geri olduğunu düşündüğünü ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte açık uçlu soruyu yanıtlayan tüm paydaşlar ya sınırlı sayıda etkinlik yapıldığından ya da ses getirmeyen, iz bırakmayan etkinlikler düzenlendiğinden bahsetmiştir.

4.5. Özel Etkinlikler Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Dördüncü bileşen olan özel etkinlikler bileşeni yedi unsuru içermektedir. Bu kısımda bir destinasyonda sunulan ulusal ve uluslararası ölçekteki özel ya da mega etkinlikler ele alınmaktadır. Paydaşlara öncelikle Kastamonu'da gerçekleştirilmiş herhangi bir mega etkinlik olup olmadığı, varsa hangisi olduğu sorulmuş, ancak hiçbirinden yanıt alınamamıştır. Bu durum önceden öngörüldüğü için, katılımcıların bileşene ilişkin maddeleri, gerçekleşebilme ihtimali üzerinden yanıtlamaları istenmiştir.

Tablo 10. Özel Etkinlikler Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	$\bar{X}$	Sd
Dünya fuarları ya da sergileri (Expo gibi)	3,33	1,175
Benzersiz karnaval ya da festivaller (Oktober fest (halk festivali), Kış oyunları gibi)	3,86	,833
Büyük spor etkinlikleri (Olimpiyatlar, Grand Prix gibi)	3,53	1,522
Önemli kültürel ve dini olaylar (Film festivali, müzik festivali gibi)	3,73	1,222
Tarihsel kilometre taşları (Yüzyılda bir olan kutlamalar, kuruluşun 500. Yılı gibi)	4,06	,883
Klasik ticari ve dini olaylar (İpek yolu ticaret fuarı gibi)	3,66	1,290
Başlıca siyasi şahsiyet olayları (Siyasi liderlik sözleşmeleri, zirveler gibi)	2,80	1,082

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 10'da sunulduğu gibi, katılımcılar, en yüksek katılım ile (4,06) Kastamonu'da tarihsel kilometre taşlarına yönelik etkinliklerin gerçekleştirilebileceğini belirtmiştir. Bununla birlikte diğer beş etkinlik türünün de ortalama bir değer ile gerçekleşme ihtimali olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak başlıca siyasi şahsiyet olaylarına (2,80) yönelik etkinliklerin gerçekleşme ihtimali ve rekabetçilik açısından durumu ortalamanın biraz altında değerlendirilmiştir. Katılımcıların konuya ilişkin düşünceleri ise şu şekildedir:

Tablo 11. Özel Etkinlikler Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K1	*"Altyapı eksikliğimiz var. Kastamonu'da her türlü etkinlik yapılabilir. Çünkü her şeyimiz var arazi anlamında ve tarih anlamında."*
K2	*"Kültürel, dini olaylar ve tarih daha kolay uygulanabilir."*
K4	*"Altyapı yetersizliğinden dolayı Kastamonu uluslararası bir organizasyona ev sahipliği yapmaya pek hazır değildir."*
K5	*"Tarihsel kuruluş kutlamaları daha kapsamlı yapılıyordu."*
K6	*"İlimizde sergilenecek birçok şey mevcut, yapılırsa neden olmasın."*
K7	*"Festival dışında bir eğlence yapılmıyor."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 11'de anlatıldığı gibi, paydaşlar özellikle tarihsel kilometre taşlarına yönelik etkinliklere en yüksek ortalamayı verirken, K1, K2 ve K5 bunu destekleyecek cümleler kurmuştur. K6 da etkinliklerin yapılabilirliğine vurgu yapmıştır. Ancak K1 ve K4 bunun gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapının olmadığını belirtmiştir. K7 ise sadece festivaller düzenlendiğini ifade etmiştir.

4.6. Eğlence Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Beşinci bileşen olan eğlence bileşeni yedi unsurdan oluşmaktadır. Bu kısımda paydaşlardan Kastamonu'da gerçekleştirilen eğlenceye dayalı faaliyetlerin rekabetçiliğini değerlendirmeleri istenmiştir. Tablo 12'de görüldüğü gibi, genel olarak tüm bileşenlerin rakiplere kıyasla durumu ortalamanın altında bulunmuştur.

Özellikle gece kulübü açısından şehrin rekabetçiliği ortalamanın çok altında olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 12. Eğlence Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	$\bar{X}$	Sd
Sahne sanatları (tiyatro, konser, şov gibi)	2,60	1,404
Sanatsal faaliyetler (müze, sergi gibi)	2,80	1,473
Kültürel faaliyetler (kitap fuarları, söyleşiler gibi)	2,66	1,175
Geleneksel festivaller (kızak yarışları gibi)	3,33	,899
Sahil beldeleri aktiviteleri (su sporları, oyunları gibi)	2,80	1,014
Gece kulüpleri (bar, disco gibi)	1,60	,910
Eğlence parkı (lunapark gibi)	2,06	1,222

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

En yüksek ortalamaya sahip eğlence unsuru geleneksel festivaller (3,33) olmuştur. Özel etkinlikler bileşenine verilen cevaplar içerisinde K7'nin vermiş olduğu cevap, bu durum ile birebir örtüşmektedir. K7, Kastamonu'da festival dışında bir eğlence faaliyeti gerçekleştirilmediğini ifade etmiştir. Tablo 12'de de görüldüğü gibi paydaşların neredeyse tamamı festivaller dışında tüm eğlence faaliyetlerini ortalamanın altında rekabetçi bulmuştur. Eğlence faaliyetleri rekabetçiliğine ilişkin paydaş görüşleri ise tabloda verilmiştir.

Tablo 13. Eğlence Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K1	*"Eğlence anlamında insanları tatmin edecek bir şey şu an için yok sayılır."*
K2	*"Turist eğlence ister. Bu nedenle park ve eğlence artırılmalı."*
K4	*"Şu anda geleneksel festivaller hariç diğer etkinlikler son derece yetersiz."*
K5	*"Kızak yarışları gibi diğerleri de gelişmeli."*
K6	*"Gençlere yönelik eğlence parkları ve gece kulüpleri olabilir. Halk için olmasa da turistler için olabilir."*
K7	*"Eğlence sektörü artırılmalı, akşam saatleri için eğlence imkanları olması gerekir."*
K8	*"Turist yaş ortalaması genç olması nedeniyle eğlence önemlidir. Sesin minimize edilmesi ile müzik çalma süresi uzatılmalı."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tablo 13'de ifade edildiği gibi paydaşların doğrudan alıntıları, Kastamonu eğlence sektörünün rekabetçiliğine ilişkin düşüncelerini doğrular niteliktedir. Paydaşların tamamı eğlenceye yönelik faaliyetlerin, aktivitelerin ve işletmelerin yetersiz olduğunu, çoğu ise geliştirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Hatta K6 sadece turistler için bile birtakım işletmelerin açılabileceğini ifade etmiştir.

4.7. Üstyapı Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Altıncı bileşen olan üstyapı bileşeni üç başlık ve 21 unsurdan oluşmaktadır. Bu kısımda turizm üstyapısı, işlevsel elemanlar, geliştirilmiş yapısal elemanlar ve geliştirilmiş doğal ya da normal elemanlar açısından nicelik ve nitelik olarak değerlendirilmiştir. Paydaşların bu unsurlara ilişkin düşünceleri Tablo 14'de sunulmuştur.

Tablo 14. Turizm Üstyapısı Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	Nicelik			**Nitelik**	
İşlevsel Elemanlar	**$\bar{X}$**	**Sd**		**$\bar{X}$**	**Sd**
Oteller	3,66	,723		3,13	,833
Oda & kahvaltı tesisleri	3,73	,798		3,26	,798
Restoranlar	3,20	1,082		2,86	,833
Ziyaretçi merkezleri	3,33	,899		2,93	,883
Havaalanı	3,33	,975		3,33	,975
Araç kiralama işletmeleri	2,80	1,264		2,86	1,187
Kongre merkezleri	2,33	1,112		2,46	1,125
Tercüme merkezleri	3,20	5,608		3,40	5,261
Geliştirilmiş Yapısal Elemanları					
Müzeler	2,86	1,245		2,86	1,245
Eşsiz ofis binaları/kuleler	1,80	,676		1,93	,798
Stadyumlar	2,20	,560		2,06	,798
Ünlü evleri	2,13	,990		1,86	,743
Tanınmış ticari yerleşim bölgeleri	2,80	1,082		2,20	,861
Geliştirilmiş Doğal/Normal Elemanlar					
Cami, medrese	4,33	,899		4,00	,755
Doğa harikaları	4,26	,961		4,13	,833
Tarihi mekanlar	4,06	1,032		4,00	,845
Sanayi siteleri	2,93	1,099		2,73	,961
Eşsiz mimari	3,40	1,055		3,26	1,099
Gelişen doğal koşullar (buzullar gibi)	2,80	1,207		2,33	,899
Üniversite	3,33	1,775		3,13	,990
Afet bölgeleri	2,53	,743		2,46	,743

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Tabloda sunulduğu gibi, paydaşların işlevsel üstyapı elemanlarının niceliği açısından en yüksek katılım sağladığı bileşen 3,73 ile oda & kahvaltı tesisleri olmuştur. Bunu 3,66 ile oteller takip etmiştir. Buradan çıkarımla paydaşların Kastamonu'daki konaklama tesisi sayısını yeterli bulduğu söylenebilir. K2'de benzer şekilde ziyaretçi gelmesi halinde hizmetin karşılanacağını ifade etmiştir. Ancak K6 özellikle birtakım organizasyonlarda konaklama tesisi açısından Kastamonu'nun rekabetçilikte zayıf kaldığını belirtmiştir. Aynı başlık nitelik açısından değerlendirildiğinde,

Kastamonu'nun 3,40 ile en rekabetçi üstyapı unsurunun tercüme merkezleri olduğu belirtilmiştir.

Geliştirilmiş doğal/normal üstyapı elemanları yönünden paydaşlar Kastamonu'yu niceliksel olarak cami ve medreseleri ile rakiplerine kıyasla rekabetçi olarak değerlendirmiştir. Bununla birlikte doğa harikaları ve tarihi mekânların sayısal açıdan rekabette üstünlük sağladığını düşündükleri tespit edilmiştir. Niteliksel açıdan ise cami, medrese ve tarihi mekânlar aynı ortalama ile en yüksek katılıma sahiptir. Paydaşların Kastamonu'yu hem niceliksel hem de niteliksel açıdan dini, tarihi mekânlar ve doğa harikaları açısından rekabetçi bulduğu saptanmıştır.

Geliştirilmiş doğal/normal elemanlar içerisinde paydaşlardan üniversiteyi değerlendirmesi istenmiştir. Ancak yapılan görüşmede K7 turizm eğitimi veren bir lise olmamasını eleştirmiş, benzer şekilde K5 de nitelikli personel sorununun çözülmesi gerektiğine değinmiştir.

Tüm turizm üstyapısı bileşenleri içerisinde en düşük ortalamalara sahip başlık hem niceliksel hem niteliksel açıdan geliştirilmiş yapısal üstyapı elemanları olmuştur. Özellikle eşsiz ofis binaları/kuleler niceliksel ve niteliksel açıdan, ünlü evleri niteliksel açıdan yetersiz bulunmuştur. Tablo 15'de görüldüğü gibi K4, bu sonucu destekleyecek şekilde müze, stadyum gibi geliştirilmiş yapısal elemanların yetersizliğine değinmiştir.

Tablo 15. Üstyapı Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K2	*"İhtiyaçlar hizmeti doğurur, ziyaretçi gelirse hizmeti karşılanır."*
K4	*"Kastamonu havalimanı potansiyel açıdan iyi bir öğedir. Bunun yanında müze, stadyum vb. geliştirilmiş yapı elemanları son derece yetersizdir. Doğal normal elemanlar ise hem nitel hem nicel açıdan gayet yeterlidir."*
K5	*"Kastamonu'ya Tıp Fakültesi açılması gerekiyor. Havaalanı sis nedeniyle zayıf, turizme etkisi olmadı. Nitelikli personel sorunu çözülmeli."*
K6	*"Otel sayıları artırılmalı. Yemin törenleri, turistik geziler vb. etkinliklerde yetersiz kalıyoruz."*
K7	*"Ulaşımda her otobüs şehre girmelidir. Halkın turizme alışması gerekmektedir. Turizm lisesi yok."*
K8	*"Spor müsabakasına gelenlerin ücretleri karşılanmalı, sporcular yurtlarda kalmamalı. Konferanslarda Kastamonu'ya gelen misafirler özellikle devlet tarafından tarihi konaklara paylaştırılmalıdır ve böylelikle tarihi yaşamalıdır."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

4.8. Piyasa Bağları Bileşeni Açısından Katılımcı Görüşleri

Son bileşen olan piyasa bağları bileşeni on unsur ile ölçülmüştür. Bu kapsamda konaklama sektörü paydaşlarının Kastamonu'ya gerçekleştirilen, destinasyon sakinleri ile bağlantı kurmaya dayalı seyahatlerin rekabetçiliğini değerlendirmeleri istenmiştir.

Tablo 16'da ifade edildiği gibi, paydaşlar Kastamonu'yu özellikle dini ziyaretler (4,06) sebebiyle kurulan piyasa bağları açısından rakiplerine kıyasla ortalamanın biraz üstünde rekabetçi bulmuşlardır. Bunun yanı sıra, arkadaş ve akraba ziyaretleri (3,80), askeri amaçlı yapılan ziyaretler (3,73), etnik köken ziyaretleri (3,66) ve eğitim amaçlı ziyaretler (3,53) rekabetçilik açısından ortalama seviyede değerlendirilmiştir. Ancak paydaşlar tarafından siber arkadaş grupları ziyaretleri, rekabetçilik açısından ortalamanın çok altında bulunmuştur.

Tablo 16. Piyasa Bağları Açısından Paydaş Görüşlerine İlişkin Değerler

	$\bar{X}$	Sd
Arkadaş ve akraba ziyaretleri (Akraba ziyareti, asker yemin töreni gibi)	3,80	1,014
Dini ziyaretler (Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi ziyaretleri)	4,06	,961
Etnik köken ziyaretleri (Gurbetçilerin yazın Kastamonu ve köylerine ziyaretleri gibi)	3,66	,899
Spor müsabakaları ya da turnuvalar (amatör kulüp sporcuları ve ailelerinin ziyaretleri)	2,73	,593
Siber arkadaş grupları ziyaretleri (internet sohbet gruplarında edinilen arkadaş ziyaretleri)	1,86	,639
Kongre, konferans ve kurumsal toplantılar sebebiyle yapılan ziyaretler (Türk Dünyası Turizm Sempozyumu gibi)	2,53	,915
Dernek toplantıları sebebiyle yapılan ziyaretler (Batı Karadeniz Otelciler Birliği-BAKTOD ziyaretleri)	2,20	,861
Ekonomik ticaret blokları ve siyasi sendikaların ziyaretleri	2,06	,593
Askeri amaçlı yapılan ziyaretler (5. Jandarma Eğit. Alay Kom. Erleri gelişleri)	3,73	,961
Eğitim amaçlı yapılan ziyaretler (Kastamonu Üni. Öğrencileri ya da aileleri gelişleri)	3,53	,833

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Piyasa bağlarına ilişkin açık uçlu soruyu yanıtlayan paydaşlardan ikisi konuyla ilişkili olmayan düşünceler paylaştığı için burada yer verilmemiş, diğerlerinin görüşleri Tablo 17'de doğrudan sunulmuştur.

Tablo 17. Piyasa Bağları Açısından Paydaş Görüşlerine Yönelik Doğrudan Alıntılar

K8	*"Yemin törenleri kaldırıldığı için şehre ziyaretçi gelmiyor. Misafirler çok kısa konakladıktan sonra Sinop ve Samsun'a gidiyor."*
K9	*"Coğrafi alan dağınık, uzak bölgelerde konaklama az. Deniz turizmi 15 Temmuz ve 15 Ağustos arasında çok kısa, misafirin kalma süresi 2-3 gün."*

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Paydaşlar tarafından asker yemin törenleri (3,80) rekabetçilikte üstün piyasa bağları arasında değerlendirilmiştir. Ancak K8, yemin törenleri kaldırıldığı için bu bağın tahrip olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte K9, Kastamonu ili coğrafi yapısı sebebiyle dağınık bir yapıda olduğu için, insanların merkeze uzak olan bölgeler ile bağ kurmakta zorlandığını ifade etmiştir. Ayrıca deniz turizmi sezonunun kısalığının da önemli bir etken olduğunu eklemiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz dünyasında aynı pazara hitap eden birçok turizm destinasyonu benzer hizmetler sunmaktadır, ancak değişen turist tipolojisi sebebiyle turistik talep daha özgün ve benzersiz olana doğru kaymaktadır. Bu sebeple destinasyonların pazardaki konumunu koruması ve bunu sürdürebilmesi özel bir yetenek gerektirmektedir. Bu yetenek sayesinde destinasyonlar rakipleri ile baş edebilmektedir.

Destinasyonların rakiplerine göre durumlarını ortaya koyabilmek amacıyla özellikle yabancı yazında birçok model geliştirilmiş ve saha araştırması yapılmıştır. Ancak Türkçe yazında konuya ilişkin araştırmaların, nispeten daha kısıtlı olduğu ve sıklıkla metropollerde gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Hâlbuki büyük ve kalabalık şehirler aksine, özellikle son yıllarda otantik destinasyonlar arasındaki rekabet artmaktadır. Turistler, herkesin gitmediği ya da gidemediği, kültürü daha yakından ve yoğun hissedebileceği alanları tercih etmektedir. Bu sebeple mikro ölçekli özgün destinasyonların rekabetçiliklerinin değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu araştırmada ise Kastamonu ilinin turistlere sunduğu temel kaynaklar ve çekicilikler açısından rekabetçilikte güçlü ve zayıf olduğu yanları tespit edebilmek amaçlanmıştır. Bu amaca binaen turizm sektörünün en etkin ve etkili aktörlerinden olan turizm işletmeleri paydaşları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerde paydaşların Kastamonu'yu yedi temel bileşen (fizyografi ve iklim, kültür ve tarih, etkinlikler karması, özel etkinlikler, eğlence, üstyapı ile piyasa bağları) bazında değerlendirmesi istenmiştir. Tüm bileşenler içerisinde paydaşların, Kastamonu'nun rakiplerine kıyasla en güçlü olduğu bileşenin fizyografi ve iklim olduğunu düşündüğü tespit edilmiştir. Toplam on ifadeye verilen yanıtların yedisi,

dört ve üstü ortalamaya sahiptir. Benzer şekilde doğa ve doğal zenginlikler birçok turizm araştırmacısı tarafından turizm arzının önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Olalı, 1990: 117; Tuna, 2007: 17). Kastamonu da bulunduğu coğrafya, iklim şartları ve sahip olduğu bereketli topraklar sebebi ile eski tarihlerden beri Anadolu'nun gözde yerleşim yerlerinden biri olarak birçok topluluğa yurt olmuştur. Günümüzde ilde gerçekleştirilen ve büyük bir potansiyel teşkil eden temel turizm türünün tabiat turizmi olduğu yapılmış araştırmalarda desteklenmiştir (Akkuş ve Akkuş, 2019a). Ayrıca ilde bulunan tek üniversitenin tabiat turizmi ve ormancılık alanında ihtisaslaşacak üniversite olarak seçilmesi de Kastamonu'nun bu anlamda ne kadar güçlü olduğunu ve araştırma-geliştirmeye ihtiyaç duyduğunu gözler önüne sermektedir.

Kültür ve tarih bileşeninde Kastamonu, yalnızca 12 maddenin dördünde paydaşlar açısından rekabetçilikte ortalamanın biraz üstünde bulunmuştur. Paydaşlar, destinasyonun özellikle geleneksel mimari yapılar, yemek kültürü, dini unsurlar ve tarih açısından daha rekabetçi olduğunu belirtmişlerdir. Bölgeye özgü görünümü olan iç ve dış mimarinin en önemli rekabetçilik unsuru olarak değerlendirilmesinin en belirgin sebebi, aynı coğrafyada bulunan Safranbolu'nun bu alanda UNESCO Dünya Mirası listesine girmiş olması olarak ifade edilebilir. Bu durum aynı değere sahip iki özgün, mikro ölçekli destinasyonun doğru yönetim felsefesi ile nasıl farklılaştığının ve pazar payını arttırdığının önemli bir göstergesidir. Safranbolu bu açıdan çok daha eski tarihlerde birtakım önlemler alarak koruma çalışmaları yürütmüştür. Kastamonu'da da günümüzde birçok geleneksel ev ya da sokakta sağlamlaştırma ya da yenileme çalışmaları yürütülmektedir. Ancak bunun pazara yansıması, özellikle öncesinde uluslararası bir kuruluş tarafından tescillenmesi zaman alacaktır. Bu sebeple bu değerler yanı sıra, bölgenin sahip olduğu diğer önemli miras unsurlarının da göz ardı edilmemesi gerekir. Çünkü Kastamonu, 1374 sivil mimari yapı yanı sıra 351 dini kültürel yapı, 165 arkeolojik sit alanı, 11 doğal sit alanı, 5 kentsel sit alanı, 3 tarihi sit alanı, 13 kalıntı-anıt-abide gibi toplam 2096 adet önemli esere sahiptir (Kastabil, 2019).

Kastamonu'da düzenlenen etkinlikler karmasına ilişkin, paydaşlar yalnızca yetişkinlere yönelik etkinlikler ve zor maceraya dayalı etkinliklerin rekabetçilikte

ortalamanın biraz üstünde değere sahip olduğunu ifade etmiştir. Kastamonu'da gerçekleştirilen etkinliklerin geneline bakıldığında, paydaşların da ifade ettiği gibi yetişkinlere yönelik etkinlikler dikkat çekmektedir. Bununla birlikte özellikle zor maceraya dayalı birçok doğa sporu etkinliği (kaya tırmanışı, yamaç paraşütü, rafting, motokros ve off road) gerçekleştirilmektedir. Hatta bunlardan bazılarına yönelik ulusal ya da uluslararası festivaller düzenlenmektedir. Örneğin, motokros ve jeep-safari yapılan Azdavay ilçesinde aynı zamanda Uluslararası Azdavay Motosiklet ve Doğa Sporları Festivali düzenlenmektedir. Pınarbaşı ilçesinde kaya tırmanışı ve off road (Akkuş ve Akkuş, 2019a: 158) yapılmakta ve Kanyon ve Doğa Sporları Festivali düzenlenmektedir (Pınarbaşı Belediyesi, 2019).

Özel etkinlikler kapsamında ise paydaşların Kastamonu'yu yüzyılda bir yapılan kutlamalar gibi tarihsel kilometre taşı kabul edilebilecek etkinlerde rekabetçi buldukları saptanmıştır. Millî Mücadele örgütlenişinin 100. yıl dönümü olan 2019 yılında, Kastamonu'da Uluslararası Atatürk ve İstiklâl Yolu Yürüyüşü gerçekleştirilmiştir. Aynı yıl İlk Türk Kadın Mitingi'nin 100. yıl dönümü, Türkiye'nin 81 ilinden üç bin kadının katılımı ile Kastamonu'da kutlanmıştır. Paydaşlar, bunlar gibi özel etkinliklerin Kastamonu'da gerçekleştirilebileceğini düşünmektedir.

Kastamonu'nun eğlence açısından en rekabetçi bulunan değeri, geleneksel festivaller olmuştur. Kastamonu, yılın her döneminde 20 ilçenin 18'inde geleneksel festivallerin düzenlendiği, etkinlik turizmi açısından oldukça aktif bir ildir (Akkuş ve Akkuş, 2019'a: 159). Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü festival ve yerel etkinlikler takvimine göre, 2019 yılında ilde toplam 30 geleneksel etkinlik düzenlenmiştir. Bu etkinliklerin yedisi şehir merkezinde, diğerleri ilçelerde yapılmaktadır. Etkinliklerin ikisi kış aylarında, diğerleri genellikle Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında gerçekleştirilmektedir. Geleneksel Belören Kızak Yarışları, Toplu Pilav Şöleni, Küre Kilim Festivali, Abana Kültür Sanat ve Deniz Şenlikleri, Kestane Balı Festivali, Tosya Kültür ve Pirinç Festivali ile Kastamonu Ahşap Fuarı düzenlenen etkinliklerden bazılarıdır (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

Kastamonu turizm üstyapısının rekabetçiliğini niceliksel ve niteliksel açıdan değerlendiren paydaşların, en rekabetçi bulduğu üstyapı bileşenleri hem niceliksel hem niteliksel açıdan geliştirilmiş doğal/normal elemanlar içerisinden cami, medrese, doğa harikaları ve tarihi mekânlar olmuştur. Kastamonu şehir merkezinde eski dönemlere ait toplam 124 dini eser bulunmaktadır. Bu eserler içerisinde geçmiş dönem cami sayısı 46 adettir ve bu camilerin 30'u Osmanlı döneminde inşa edilmiştir. İlde bulunan toplam beş adet külliyenin ise üçü yine Osmanlı döneminde inşa edilmiş olup, ikisi ilin en önemli inanç turizmi merkezleri olarak kabul edilmektedir. Bunlar Nasrullah Kadı Külliyesi ve Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi'dir (Akkuş ve Akkuş, 2019b: 721). Bu külliyeler, Kastamonu'ya gelen herkesin muhakkak ziyaret ettiği önemli mekânlar arasında ilk sırada yer almaktadır. Paydaşlara Kastamonu'nun piyasa bağları açısından en rekabetçi olduğu değişkenler sorulduğunda, turizm üstyapısına benzer şekilde en yüksek ortalamayı dini ziyaretler (Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi ziyaretleri gibi) almıştır. Bu sebeple iki farklı bileşen (üstyapı ve piyasa bağları) birbirini destekler nitelikte olup, Kastamonu'nun en rekabetçi olduğu temel kaynak ve çekiciliklerden birinin Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte paydaşlara göre, piyasa bağları açısından Kastamonu'nun en rekabetçi olduğu ikinci parametrenin ise arkadaş ve akraba ziyaretleri olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular ışığında, Kastamonu'nun temel kaynaklar ve çekicilikler açısından daha rekabetçi bir niteliğe kavuşabilmesi adına birtakım öneriler de bulunulabilir.

- İlin güçlü olduğu temel kaynaklar ve çekiciliklere odaklanarak, bunlar ile markalaşması sağlanabilir. Bu araştırma sonucunda, Kastamonu'nun özellikle coğrafya ve iklim açısından rakiplerine kıyasla iyi durumda olduğu tespit edilmiştir. Buna binaen ilin, iklimi, hava kalitesi, orman ve su kaynakları, flora ve faunası ile ön plana çıkarılması rekabet avantajı sağlayacaktır.

- Kastamonu el sanatları, konuşulan dil, gelenekler, geleneksel kıyafetler gibi çok çeşitli yöresel unsurları ile oldukça otantik bir yapıya sahiptir. Bununla birlikte il sarımsak, pastırma, siyez gibi önemli yöresel gastronomik unsurların vatanıdır. Bu sebeple bu değerlerin korunması kadar, özellikle özgünlük arayan turistlere yönelik tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi önemli bir rekabet avantajı sağlayacaktır.

- Paydaş görüşleri doğrultusunda özellikle geleneksel etkinliklerin ya da festivallerin çekiciliği konusunda birtakım sıkıntılar yaşandığı saptanmıştır. Bunlardan en belirgini, etkinliklerin neredeyse tamamının ilçelerde gerçekleştirilmesidir. İlçelerde düzenlenen festivaller, hem festival türü hem de ilçenin buna ilişkin potansiyeli sebebiyle oldukça önemlidir. Ancak ilçelere ulaşımın nispeten daha zor olması ve etkinliklere ilişkin duyuruların yetersizliği rekabette geri kalınmasına sebebiyet vermektedir. Bu sebeple ilçelere ulaşımın kolaylaştırılması ya da en azından konforunun arttırılmasına yönelik birtakım girişimlerde bulunulması faydalı olacaktır. Ayrıca, Alaçatı'da gerçekleştirilen ot festivali gibi yöreye dair otantik deneyimler içeren etkinliklerin tanıtımına önem verilmelidir.

- Kastamonu'da gerçekleştirilen yöresel etkinliklerin geneline bakıldığında, paydaşların da ifade ettiği gibi yetişkinlere yönelik etkinlikler dikkat çekmektedir. Ancak bu etkinliklerin çeşitlendirilerek özellikle dezavantajlı grupların (engelli bireyler) da dâhil edilmesi hem katılımı arttıracak hem de farkındalığa sahip olunduğu imajını güçlendirecektir. Bununla birlikte yalnızca çocuklara yönelik faaliyetler ya da çocuklar ile ailelerin birlikte vakit geçirmesine dayalı etkinlikler hem sosyal fayda sağlayacak hem de şehre gelen ziyaretçileri memnun edecektir.

- Kastamonu, yöresel birçok etkinliğe ev sahipliği yapsa da mega/büyük etkinliklere ilişkin önemli altyapı problemleri olduğuna değinilmiştir. Mega etkinlikler, küçük bir ilin, hatta ilçenin bile bilinirliğini arttırmaktadır. İsviçre'deki Davos şehri bunun en belirgin örneklerinden biridir. Her yıl Dünya Ekonomik Forumu'na ev sahipliği yapması dolayısıyla şehir, neredeyse tüm dünya ülkeleri vatandaşları tarafından bilinmektedir. Kastamonu'nun da hangi mega etkinliğe ya da etkinliklere ev sahipliği yapabileceği fizibilite çalışmaları ile ortaya konmalı ve gerekli altyapı yatırımları yapılmalıdır.

- Paydaşlar açısından, Kastamonu'da eğlenceye yönelik faaliyetlerin geleneksel festivaller ile sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Bunun dışında sahne sanatları, kültürel ve sanatsal faaliyetlerin rekabet gücünün düşük olduğu belirlenmiştir. Paydaşlar yorumlarında özellikle turistlerin gece kulüplerine yönelik taleplerinin karşılanamadığına değinmiştir. Bu açığı kapatabilmek amacıyla özellikle kış sezonunda Ilgaz'a gelen turistlere yönelik kapalı ya da açık alan akşam eğlencelerinin

organize edilmesi fayda sağlayacaktır. Uludağ ya da Palandöken gibi birçok kış destinasyonunda, yoğun sezonda birçok sanatçının yer aldığı açık alan konserleri organize edilmektedir. Ilgaz'da da benzer etkinliklerin düzenlenmesi turistin, özellikle şehir merkezine uzak olduğu dağlık alanda istediği şekilde eğlenebilmesine olanak tanıyacaktır. Bu sayede diğer önemli kış destinasyonlarına karşı rekabet gücü kazanılacaktır. Bununla birlikte, şehir merkezinde düzenlenecek kitap fuarları, film gösterimleri, yazar söyleşileri, tiyatro oyunları gibi etkinlikler hem şehir halkı hem de şehre gelen ziyaretçiler için eğlenceli vakit geçirme imkânı sağlayacaktır.

- Paydaşlar, Kastamonu'ya piyasa bağları kapsamında gelenlerin, genellikle dini ziyaretçilerden, arkadaş ve akrabalardan, gurbetçilerden ya da askeri ve eğitim amaçlı gelen bireylerden oluştuğunu ifade etmiştir. Ancak bunun dışında bir bölgeyi diğer destinasyonlar ile bağlayan çok çeşitli ilişkiler söz konudur. Spor turnuvaları, kongre, konferans, sempozyum ve toplantılar bunlardan bazılarıdır. Bu kapsamda Kastamonu'yu ziyaret eden bireylerin birbirinden oldukça farklı bölgelerde yaşadığı düşünüldüğünde, onları memnun edecek faaliyetlerin Türkiye'nin hemen hemen her bölgesine ulaşabilecek bir tanıtım aracı olarak görülmesi gerekmektedir. Bu sebeple Kastamonu'ya piyasa bağları kapsamında gelen ziyaretçilere yönelik yöresel geziler, yemekler organize edilmesi yörenin etkin tanıtımı açısından büyük önem taşımaktadır.

- Paydaşlar, turizm üstyapısını oluşturan işlevsel elemanlar açısından Kastamonu'da araç kiralama işletmeleri ve kongre merkezlerinin sayısını ve niteliğini yetersiz bulmuştur. Özellikle piyasa bağları açısından önemi göz önüne alınarak kongre merkezlerinin arttırılması, düzenlenen kongre sayısının artmasına ve rekabet avantajı yaratılmasına katkı sunacaktır.

- Paydaşlar Kastamonu'daki otel ve oda & kahvaltı tesislerini nicelik ve nitelik açısından rakiplere kıyasla ortalama olarak değerlendirmiştir. Kastamonu ilinin Bakanlık belgeli konaklama tesisi istatistiklerine göre, yatak kapasitesi 1940 olup (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020), bu sayının gelen ziyaretçi sayısı ile karşılaştırılması ve yapılacak fizibilite çalışmaları sonucunda kapasite artırımı olasılığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü K8'in de belirttiği gibi, Kastamonu, turistlerin Sinop ve Samsun'a giderken uğradıkları bir transit destinasyon

olarak değerlendirilmektedir. Bu durumun sebebi, konaklama kapasitesi yetersizliği ya da niteliği olabilir. Bunun araştırılarak rekabet gücünün arttırılmasına çalışılmalıdır.

Araştırma sınırlılıkları ve bulguları göz önüne alınarak, gelecek araştırmalarda Kastamonu'daki tüm turizm sektörü paydaşlarına ulaşılarak, daha kapsayıcı ve genellenebilir veriler elde edilebilir. Kavramsal Rekabetçilik Modeli'nin diğer faktörleri ve alt bileşenleri açısından ilin durumu tespit edilebilir. Kastamonu'nun yakın rakipleri olan illerde de benzer saha araştırmaları yapılarak, destinasyonların rekabetçi yönleri birbirileri ile kıyaslanabilir. Bununla birlikte destinasyonların talep yönlü paydaşları olarak nitelendirilen turistlerin de şehre ilişkin algıları ölçülerek talep ve arz yönlü bakış açıları birlikte değerlendirilebilir. Bu ve benzer araştırma bulguları değerlendirilerek, Kastamonu turizminin geleceği açısından kısa, orta ve uzun vadeli birtakım eylem planları ortaya konabilir.

KAYNAKÇA

Akkuş, G. (2016). *Destinasyon rekabetçiliği için deneyimsel turizm: Turist perspektifinden bir değerlendirme,* (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akkuş, G. (2017). *Destinasyon rekabetçiliği analiz teknikleri.* Ankara: SAGE Yayıncılık.

Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2019a). Kastamonu ilçeleri temel turistik arz kaynakları envanteri: Tabiat turizmi alt türleri ve doğa sporları, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 4*(2), 146-164.

Akkuş, Ç. ve Akkuş, G. (2019b). Kastamonu'nun önemli inanç turizmi merkezlerinin iç turizm pazarındaki durumu, *2. Uluslararası Helal Turizm Kongresi,* 4-6 Nisan 2019, Alanya.

Al Masroori, R. S. (2006). *Destination competitiveness: Interrelationship between destination planning and development strategies and stakeholders support in enhancing Oman's tourism ındustry* (Doktora Tezi). Avustralya: Griffith Business School Department of International Business and Asian Studies.

Armenski, T., Marković, V., Davidović, N. ve Jovanović, T. (2011). Integrated model of destination competitiveness, *Geographica Pannonica, 15*(2), 58-69.

Armenski, T., Omerzel, D. G., Djurdjev, B., Đeri, L. ve Aleksandra, D. (2011). Destination competitivenes: A challenging process for Serbia, *Journal of Studies and Research in Human Geography, 5*(1), 19-33.

Armenski, T., Omerzel, D. G., Djurdjev, B., Ćurčić, N. ve Dragin, A. (2012). Tourism destination competitiveness-between two flags, *Economic Research, 25*(2), 485-502.

Balcı, A. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler* (10. baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Benedetti, J. (2010). *The competitiveness of Brazil as a Dutch holiday destination.* (Yüksek Lisans Tezi). Hollanda: Breda University of Applied Science-Tourism Destination Management.

Chens, C.-Y., Sok, P. ve Sok, K. (2008). Evaluating the competitiveness of the tourism industry in Cambodia: Self-assessment from professionals, *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13*(1), 41-66.

Crouch, G. I. (2010). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes, *Journal of Travel Research, 20*(10), 1-19.

D'Hauteserre, A- M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: The case of Foxwoods Casino Resort, *Tourism Management*, 21, 23-32.

Dragićević, V., Jovičić, D., Blešić, I., Stankov, U. ve Bošković, D. (2012). Business tourism destination competitiveness: *A* case of Vojvodina Province Serbia*, Economic Research, 25*(2), 311-332.

Dragićević, V., Armenski, T., Dwyer, L., Mihalič, T ve Cvelbar, L. K. (2014). Addressing travel trends to achieve destination competitiveness: Evidence from Serbia, *The 45th Annual TTRA International Conference: Tourism and the New Global Economy,* 18-20 Haziran 2014, Brugge-Belçika.

Dwyer, L. ve Kim C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators, *Current Issues in Tourism, 6*(5), 369-414.

Dwyer, L., Cvelbar, L. K., Edwards, D. ve Mihalič, T. (2012). Fashioning a destination tourism future: The case of Slovenia, *Tourism Management, 33,* 305-316.

Dwyer, L., Dragićević, V., Armenski, T., Mihalič, T. ve Cvelbar, L. K. (2014). Achieving destination competitiveness: An importance–performance analysis of Serbia, *Current Issues in Tourism,* 1-28.

Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D. ve Kim, C. (2004). Attributes of destination competitiveness: A factor analysis, *Tourism Analysis, 9*, 1-11.

Ekin, Y. (2004). *Turizm paydaşları perspektifinden turizm gelişimi ve destinasyon rekabetçiliği*: *Antalya örneği.* (Yüksek Lisans Tezi*).* Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Enright, M. J. ve Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach, *Tourism Management, 25*, 777–788.

Enright, M. J. ve Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pasific: Comprehensiveness and universality, *Journal of Travel Research, 43,* 339- 350.

Faulkner, B., Oppermann, M. ve Fredline, E. (1999). Destination competitiveness: An exploratory examination of South Australia's core attractions, *Journal of Vacation Marketing, 5*(2), 125-139.

Goffi, G. (2013). *Determinants of tourism destination competitiveness: A theoretical model and empirical evidence.* (Doktora Tezi). İtalya: Università Politecnica delle Marche-Facoltà di Economia "Giorgio Fuà".

Güripek, E. (2013). *Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama.* (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C. ve Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a Winter Sport Resort, *Tourism Review, 67*(2), 13-21.

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, *38*, 239-245.

Huang, J.-H. ve Peng, K.-H. (2012). Fuzzy Rasch Model in TOPSIS: A new approach for generating fuzzy numbers to assess the competitiveness of the tourism industries in Asian Countries, *Tourism Management*, *33*, 456-465.

Hudson, S., Ritchie, B. ve Timur, S. (2004). Measuring destination competitiveness: An empirical study of Canadian Ski Resort, *Tourism and Hospitalty Planning and Devopment*, 1(1), 79-94.

Kastabil (2019). Erişim adresi: https://www.kastabil.gov.tr/veritablolari/kastamonu/kultur turizm/kulturturizm-turizm Erişim Tarihi: 25.12.2019.

Kastabil (2020). Erişim adresi: https://www.kastabil.gov.tr/veritablolari/kastamonu/kultur-ve-turizm/kultur-ve-turizm-kultur Erişim Tarihi: 25.01.2020.

Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). Etkinlik takvimi. Erişim adresi: https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-250318/2020-yili-festival-ve-yerel-etkinlikler-takvimi.html Erişim tarihi: 15.12.2019

Kim, C. (2000). *A model development for measuring global competitiveness of the tourism industry in the Asia-Pacific Region*. Korea Institute for International Economic Policy, Korea National Committee for Pasific Economic Cooperation, APEC Study Series 00-03.

Kim, C. ve Dwyer, L. (2003). Destination competitiveness and bilateral tourism flows between Australia and Korea, *The Journal of Tourism Studies*, *14*(2), 55-67.

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) (2019). TR82 Bölgesi Kastamonu. Erişim adresi: https://www.kuzka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.kuzka.gov.tr_16_DY3Y51PJ_02-kastamonu.pdf Erişim Tarihi 07.12.2019.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Yatak kapasite istatistiği, Erişim adresi: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati-.html Erişim Tarihi 28.02.2020.

Lee, C.-F. ve King, B. (2009). A determination of destination competitiveness for Taiwan's Hot Springs tourism sector using the delphi technique, *Journal of Vacation Marketing*, *15*(3), 243–257.

Mulec, I. ve Wise, N. (2013). Indicating the competitiveness of Serbia's Vojvodina Region as an emerging tourism destination, *Tourism Management Perspectives*, *8,* 68–79.

Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması,* İşletme Fakültesi Yayını: 272, İstanbul.

Omerzel, D. G. (2011). The local business sector's perception of the competitiveness of Slovenia as a tourist destination, *Tourism Original Scientific Paper, 59*(1), 25-46.

Omerzel, D. G. ve Mihalic, T. (2008). Destination competitiveness—applying different models, the case of Slovenia, *Tourism Management*, *29*, 294–307.

Pınarbaşı Belediyesi (2019). 3. Kanyon Doğa Sporları Festivali. Erişim adresi: http://www.pinarbasibelediyesi.com//etkinlik/turkiye-3-kanyon-doga-sporlari-festivali.html. Erişim tarihi 07.12.2019.

Pike, S. ve Mason, R. (2011). Destination competitiveness through the lens of brand positioning: The case of Australia's Sunshine Coast, *Current Issues in Tourism*, *14*(2), 169-182.

Ritchie, J. R. B. ve Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination-A sustainable tourism perspective.* UK: CABI Publishing.

Sarıışık, M., Ulama, Ş. ve Polat, S. (2013). Sakarya ili turizm sektörünün rekabetçilik analizi. *14. Ulusal Turizm Kongresi, 5-8 Aralık 2013,* Kayseri: Detay Yayıncılık.

Schalber, C. ve Peters, M. (2012). Determinants of health tourism competitiveness: An Alpine case study, *Tourism Review, 60*(3), 307-323.

Tseng, H.-P. ve Chen, C.-H. (2013). Exploration of destination competitiveness framework, city as a destination. *2013 Seventh International Conference on Complex, Intelligent, and Software Intensive Systems, 3-5 Temmuz 2013,* Taichung-Tayvan.

Tuna, M., (2007). *Turizm, çevre ve toplum (Marmaris örneği).* Ankara: Detay Yayıncılık.

Vodeb, K. (2012). Competitiveness of frontier regions and tourism destination management, *Managing Global Transitions*, *10*(1), 51–68.

Wang, C.-Y., Hsu, M. K. ve Swanson, S. R. (2012). Determinants of tourism destination competitiveness in China, *Journal of China Tourism Research, 8*(1), 97-116.

Wilde, S. J. ve Cox, C. (2008). Linking destination competitiveness and destination development: Findings from a mature Australian tourism destination, *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference-Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives*, Helsinki-Finlandiya.

Wondowossen, T. A., Nakagoshi, N., Yukio, Y., Jongman, R. H. G. ve Dawit, A. Z. (2014). Competitiveness as an indicator of sustainable development of tourism: Applying destination competitiveness indicators to Ethiopia, *Journal of Sustainable Development Studies*, *6*(1), 71-95.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Genişletilmiş 10. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüncü, H. R. (2010). *Şarap turizmi bölgelerinin rekabet edebilirliğine yönelik bir model önerisi: Kapadokya örneği.* (Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.