



Turizm Şurası

25 HAZİRAN 2021
KOCAELİ

KOCAELİ TURİZM ŞÛRASI VE ÇALIŞTAYI SONUÇ RAPORU

25 Haziran 2021, Uluslararası Kongre Merkezi, KOCAELİ

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Adına İmtiyaz Sahibi

Doç. Dr. Tahir BÜYÜKAKIN

Genel Koordinatör

Balamir GÜNDOĞDU

Yönetici Editör

Doç. Dr. Ali YEŞİLDAL

KÜLTÜR SANAT TURİZM POLİTİKA KURULU (YÜRÜTME KURULU)

Doç. Dr. Ali YEŞİLDAL

Raşit FİDAN

Prof. Dr. Bilsen BİLGİLİ

Dr. Murat YILDIZ

Ayhan ZEREN

Yasemin DİLEK

Volkan ŞENEL

Atalay KAYA

Hızır Fatih SARIOĞLU

Sedat KÖSE

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı

Kocaeli Üniversitesi

Gebze Teknik Üniversitesi

Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

MARKA Doğu Marmara Kalkınma Ajansı

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kentsel Dönüşüm Dairesi Başkanlığı

Kocaeli Sanayi Odası

Kocaeli Ticaret Odası

Kocaeli Kent Konseyi

DÜZENLEME KURULU

Ayhan VAROL

Menekşe SÖZEN

Ömer Bahadır ÖZYILMAZ

Muhammet BAYRAK

Aysun SABUR

Şeyma TEKİN

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı

MARKA Doğu Marmara Kalkınma Ajansı

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı

EDİTÖR KURULU

Hasan YILMAZ

Dr. Burcu CİNER

Selahattin Ensar KOMUT

Sami TÜMÜÇ

Ömer Bora NAMLI

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Danışman Kurum

Kapak Tasarım

I MEAN IT CREATIVE

Enes Fehim OCAKLI

Kocaeli Turizm Şurası ve Çalıştayı; Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi koordinasyonunda paydaş kurumlarla birlikte 25 Haziran 2021 tarihinde 10.30 - 17.00 saatleri arasında iki oturum şeklinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi – Kozluk Mahallesi Mehmet Ali Kâğırtıcı Sokak No: 71 İzmit / Kocaeli
Telefon: 0 262 271 01 01 www.surakocaeli.com.tr surakocaeli@surakocaeli.com.tr

İçindekiler

05 **SUNUŞ**

06 **AÇILIŞ KONUŞMALARI**

09 **ÇALIŞTAY MASA BAŞLIKLARI**

41 **GENEL DEĞERLENDİRME**

ŞURA
KENT POLİTİKALARI
VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ



**KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ**
CALIŞINCA OLUYOR



KOCAELİ Turizm Şurası



KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

KOCAELİ
Turizm Şurası

ŞURA
KENT POLİTİKALARI



KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

KOCAELİ
Turizm Şurası

ŞURA
KENT POLİTİKALARI



KOCAELİ SANAYİ ODASI



KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

KOCAELİ
Turizm Şurası

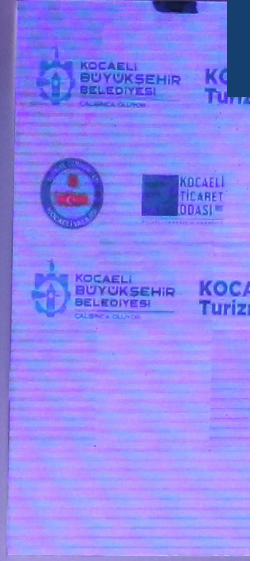
ŞURA
KENT POLİTİKALARI



KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

KOCAELİ
Turizm Şurası

ŞURA
KENT POLİTİKALARI



KOCAELİ
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

CAL



Sunuş



Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi vasıtasıyla tüm paydaşların bir araya gelerek gerçekleştirdiği Kocaeli Turizm Şurası ve Çalıştayı, Kocaeli Turizm Master Planı hedef, strateji ve uygulama araçları ile Kocaeli marka kimliği çerçevesini belirlemek üzere tüm paydaşların geniş katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Kocaeli'nin turizmde destinasyon yönetimi anlayışını benimsemesi, nitelikli ve kapsayıcı pazarlama araçlarına sahip olması, yatırımların planlı ve kaynakların etkin kullanılması, ihtiyaca uygun insan kaynağı niteliğinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir planlama mekanizmalarının kurumsallaşması amaçlanmıştır. Kocaeli Turizm Master Planı hazırlıkları kapsamında yapılan algı ve beklenti araştırmaları, değerler analizi, mevcut durum ve rakip analizleri, paydaş değerlendirmeleri ve odak grup toplantı çalışmaları devamında gelinecek noktanın ve strateji çerçevesinin sunulması ve bu çerçevenin uygulanmasına yönelik eylemlerin ortak akılla tanımlanması amaçları ile gerçekleştirilmiştir. Kocaeli Turizm Şurası ve Çalıştayı, ildeki yöneticilerin, uygulayıcıların ve turizm konusunda dünyada ve ülkede önde gelen isimlerin güncel konulardaki vizyonlarını sunması ve turizm sektöründeki aktörlerin görüş ve değerlendirmelerinin sistemli şekilde alınmasından oluşmuştur.

Bu amaçlar doğrultusunda Kocaeli Turizm Şurası ve Çalıştayı, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kongre Merkezi'nde 25 Haziran 2021 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Kocaeli Turizm Şurası'nda ilgili tüm paydaşlar ile ortak bir platformda buluşarak, kentin kentin sahip olduğu değerler fırsat ve olanaklar geniş bir katılımcı grubuyla 7 farklı çalışma başlığı altında ele alınmıştır. "Doğa ve Ekoturizm", "Kültür, Tarih ve İnanç", "Spor ve Kış Turizmi", "Sağlık Turizmi", "İş, Kongre, Fuar ve Endüstriyel Turizm", "Gastronomi ve Yöresel Değerler", "Deniz Turizmi" başlıklarına yönelik uygun politika, program ve stratejilerin geliştirilmesi için bir araya gelinmiştir.

Tanıtım ve iletişim kanalları ile farklı hedef kitlelerin özgün beklentilerinin doğru yönetimi, tüm bu pazarlardan gelecek turistlerin sayısını ve memnuniyet düzeylerini yükselteceği düşünülmektedir. Kentsel aktiviteler ve kültür altyapısı anlamındaki beklentilerin yönetilmesi için çalışmalarda yarar görülmektedir. Türkiye genelinde yapılan araştırmalar esnasında karşılaşılan bir durum da Güneydoğu Anadolu bölgesinde Kocaeli'nin belediyeçilik ve sosyal destekler anlamında pozitif bir algıya ve bilinirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Yurt içinde alternatif tanıtım ve imaj kanallarının yönetilmesinde bu ve benzeri özel durumların da dikkate alınması faydalı olacaktır. "Kocaeli Algı Araştırması" çalışması genelinde yapılan bu tespitler detaylı olarak rapor genelinde yer almaktadır. Böylelikle sahadan edinilen bilgiler Kocaeli Turizm Master Planı'nın farklı aşamaları için de önemli gir-diler teşkil edecektir.

Kocaeli'yi marka kimliği kapsamında ele alacak bütüncül bir yaklaşım ihtiyacından yola çıkarak, Kocaeli'nin değerleri hakkında bilgi sahibi olmanın Kocaeli'de geçirilen zamanla doğrudan ilişkili olduğu değerlendirme sonuçlarında açıkça görülmektedir. Hedef kitleler, alt destinasyonlar ve temalar ölçeğinde yapılmış olan bu çalışmanın değerlerimizin farkına varmamızı ve zenginliğimiz konusunda gözlerimize inanmamızı sağlayacağını düşünülmektedir. Bu çalışmanın turizm sektörü paydaşlarına ve Turizm Master Planı çalışmalarında yardımcı olmasını dileriz.



**Doç. Dr. Tahir
BÜYÜKAKIN**

Kocaeli Büyükşehir
Belediye Başkanı

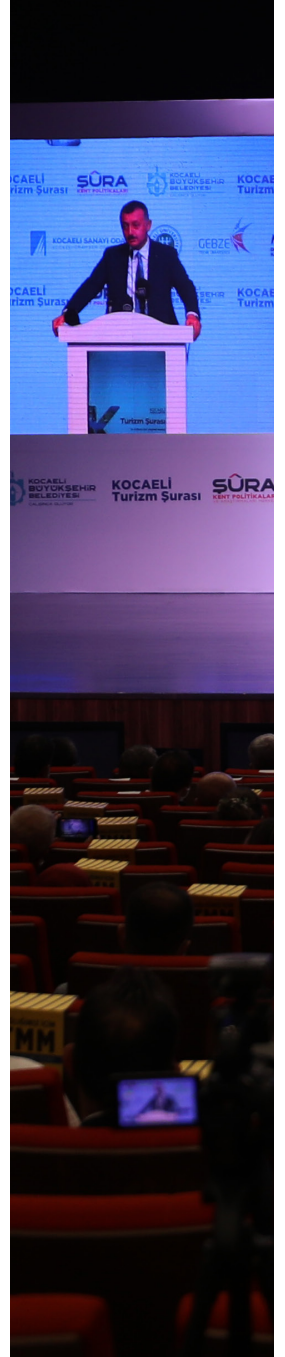
Kocaeli'nin turistik bir destinasyon olarak markalaşmasını sağlamak için yerleşmiş olan üretim kenti algısını ikame etmek üzerine kurgulanacak uzun soluklu bir planlama ve uygulama süreci gerekmektedir. Doğal gelişim süreci içinde yapılan yatırım ve işbirlikleriyle aslında bir turistik destinasyon niteliğine bürünmüş olan Kocaeli, bütünü itibarıyla bu durumunu yeterli şekilde yansıtamamaktadır. Bu ikilem bir potansiyeli ve bir zorluğu ortaya koymaktadır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde tüm kesimlerin katılımıyla kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmüştür.

Hazırlık süreci değerlerin analiz edilmesi, istatistiki verilerin yorumlanması, benzer özellik gösteren alt destinasyonların tespit edilmesi, geniş kitlelere yönelik algı ölçümleri yapılması, paydaşların değerlendirme ve önerilerinin alınması, turizm eğilimlerinin ve politikalarının iyi okunması, Kocaeli tarihinin araştırılması, rakiplerle ve benzerlerle kıyaslama yapılması süreçlerini kapsayan uzun soluklu bir süreç olmuştur.

Farklı yöntemlerle ve farklı çalışmalarda elde edilen tespitlerden yola çıkarak Kocaeli turizminin vizyonunu, bu vizyona yönelik hedeflerini, bu hedeflere ulaşmak için benimsenecek stratejileri ve bu stratejileri gerçekleştirmek için uygulanacak eylemleri içeren “Kocaeli Turizm Master Planı Strateji Dökümanı” oluşturulmuştur.

Markalaşma ve tanıtım stratejileri “Gözlerinize İnancaksınız” marka çerçevesi altında yapılacakları yurtiçi ve yurtdışına yönelik odaklanmış tanıtım faaliyetlerini içermektedir.

Tüm bu çalışmalar ışığında ve ortak akıl çerçevesinde yolumuzun daha da aydınlanabilmesi için Turizm Şurası'nın başarılı olmasını temenni ederim.







ÇALIŞTAY MASA BAŞLIKLARI

1 NO'LU MASA DOĞA VE EKOTURİZM	Sf. 10
2 NO'LU MASA KÜLTÜR, TARİH VE İNANÇ	Sf. 14
3 NO'LU MASA SPOR VE KIŞ TURİZMİ	Sf. 18
4 NO'LU MASA SAĞLIK TURİZMİ	Sf. 22
5 NO'LU MASA İŞ, KONGRE, FUAR VE ENDÜSTRİYEL TURİZM	Sf. 26
6 NO'LU MASA GASTRONOMİ VE YÖRESEL DEĞERLER	Sf. 30
7 NO'LU MASA DENİZ TURİZMİ	Sf. 34



• Doğa ve Ekoturizm Çalışma Masası

1 NO'LU MASA

DOĞA VE EKOTURİZM

Moderatör

Ömer Bahadır ÖZYILMAZ

Kurum/ Unvan

KBB / Turizm ve Doğal Yaşam Alanları Şube Müdürü

Raportörler

Misra MUMYAKMAZ

I Mean It Creative

Masa Koordinatörü

Dilek KUVVET ÖZTÜRE

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Altan ÇAKIR

İlker ÖZOĞLU

İrfan YİĞİT

Ali MİMAROĞLU

Hüseyin YÜCE

Burak ALSAN

Nardane KUŞÇU

Emir DRAHŞAN

Perihan SEVEN

Hüseyin ÇOLAK

Aytekin ŞAHİNBAŞ

Erhan SARANOĞLU

Beyhan MURTEZA

Ömer ÖZAYDIN

Hasan ERARSLAN

İsmail ŞAHİNBAŞ

Önder YILDIZ

Aysel ERGÜL

Volkan ALİOĞLU

Ufuk KOÇAK

Ömer ARAL

Cevdet OĞUZ

Faruk YALÇIN

Aydın KILINÇ

Hüseyin YILMAZ

Bahri ODABAŞ

Şevkiye UĞUR

Alper GÜLEBAŞI

Candan Umut ÖZDEN

Kocaeli Tarım ve Orman Müdürlüğü

Kocaeli Milli Parklar

Kartepe Doğal Hayatı Koruma ve Turizm Derneği

Ketenciler Ekoköy

Kocaeli Ekolojik Yaşam Derneği

Tatuta Kocaeli Farge Organik

Narköy

Kurtyeri Ekoköyü

Gebze Doğa Çiftliği

Yeşil Duş Vadisi Bungalov

TÜRSAB

Ogzala Çiftliği

Zirve Dağ Evi

Babil Bungalov Butik Otel

Eraslan Tatil Köyü

Sirt Çantam Dergisi

Erkansas City

Karamürsel Orman Dede Lavanta Parkı

Cam Teras Ayrı Gezegen

Kent Konseyi Engelli Meclisi

Buffa

Tamzara Tur

Doğa Koruma ve Eğitim Vakfı

TEMA Vakfı

Zirve Dağ Evi

MARKA

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Kocaeli'nin turizm marka kimliği için sanayi kenti imajını ve beraberindeki olumsuz algıları değiştirmesi gerekmektedir. Yıllardır sanayi ile birlikte anılan Kocaeli'nin sahip olduğu tüm değerleri ortaya çıkarabilmesi için özellikle köklü tarihine ve doğal güzelliklerine odaklanması gerekliliği vurgulanmıştır. Sanayi kenti imajıyla birlikte gelen olumsuz algıyı değiştirmek adına temiz sanayiye vurgulayan ve "Yeşil Mutabakat" doğrultusunda yeşile ve ekosisteme saygılı sanayi imajı yaratılması gerekliliği belirtilmiştir.
- Oluşturulacak mesajlar her ilçe bazında ayrışmalıdır. Her ilçenin turizm kapsamında öne çıktığı alanlar farklılaşmaktadır. Örneğin; Kandira deniz turizmi tanıtılabilir, Gölçük kültür turizmi için öne çıkarılabilir.
- Kentin sloganı için mavi ve yeşile vurgu yapılmalıdır. Sahip olunan körfez ve yeşil alanların öne çıkarılması gerekliliği ve ilin bilinmeyen öteki yüzü olarak bu konuya odaklanmanın faydalı olacağı ifade edilmiştir.
- İstanbul'a yakınlık avantajken dezavantajları da bulunmaktadır. Turizm marka kimliği için var olan "İstanbul'un arka bahçesi Kocaeli" imajından "kendine has kültürel ve tarihsel değerlere sahip birçok anlamda turizm potansiyeli bulunan ve ulaşımı kolay Kocaeli imajına" dönüş sağlanmalıdır.
- Hereke halısı markası üzerinde durulması önerilmektedir. Hereke halısının dünyaca ünlü bir değer olduğu ifade edilerek bu değerlerin marka kimliğini şekillendirmede ön planda tutulması beklentisi dile getirilmiştir. Hereke halısı ile ilgili etkinliklerin düzenlenmesinin yerinde olabileceği ifade edilmiştir.

Kocaeli'nin tanıtımı, oluşturulan marka kimliğinin sahiplenilmesi ve yaygınlaştırılması için hangi paydaş (kamu, özel, sivil toplum, akademi) hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Yerel basının Kocaeli kültürüne ilişkin içerikler geliştirilmesi sağlanmalıdır. Kocaeli'de halka erişimde arayüz niteliğinde olan basın ve yayın organlarının kent kül-

türüne ilişkin çalışmalara daha nitelikli ve daha sık yer vermeleri beklentisi ifade edilmiştir.

- Yeşil Mutabakat'a tüm kesimlerin özen göstermesi önemsenmektedir. Kocaeli'de özel sektör başta olmak üzere valilik, belediyeler ve diğer kamu kurumlarının Yeşil Mutabakat konusuna özen göstermesinin önemi-ne değinilmiştir. İldeki ilgili paydaşların izledikleri politikalarda çevre faydası gözetmeleri ve ekolojiye ciddiye aldıklarına dair net bir mesaj vermeleri vurgulanmıştır. Bu kapsamda "meydan okuyan şehir" imajı çizilmeli ve Kocaeli bir ilk olarak bunu gerçekleştirmeli şeklinde öneri dile getirilmiştir.
- Organik tarım uygulamalarının geliştirilmesinin Kocaeli'nin algısını değiştirmede önemli olabileceği ifade edilmiştir. Kocaeli İl Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından organik tarım uygulamalarının yaygınlaşması için çalışmalar yapılması önerisi getirilmiş, bu uygulamaların yaygınlaşması ile Kocaeli'nin sanayi ve kirlilikle ilişkili algısının değişmesine katkı sağlanabileceği ifade edilmiştir.

Kocaeli doğa turizminin hangi alanlarına yönelmelidir?

- Doğa sporlarının yaygınlaştırılmasının doğa turizmini geliştireceği değerlendirilmektedir. Kocaeli'de offroad, oryantiring, trekking, adrenalin sporları gibi doğa sporları konusunda potansiyel olduğu belirtilmiş ve bu alanda çalışmaların artması, etkinliklere ev sahipliği yapılması önerileri getirilmiştir.

Kocaeli'nin doğa turizminde hedef kitleleri hangi bölge ve segmentler olmalıdır? Bu bölge ve segmentlere erişim için hangi kesim tarafından ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir?

- Kentteki ilgili STK'lar yerel halkta doğa bilinci oluşturmak adına çalışmalar yapmalıdır. Kente dışarıdan gelenlerden önce kent içinde yaşayanlar doğa ve ekolojik değerler hakkında bilgi sahibi olmalı ve bu değerlere sahip çıkmalıdır.
- Bölgede doğa turizmini geliştirmek için öncelikle yerel halk eğitilmelidir. Çocukların eğitiminden başlayarak doğanın içinde eğitimin teşvik edilmesi ve tarım yüksekokullarının kalitesine önem verilmesi konusunda görüşler paylaşılmıştır.

Kocaeli’de doğa turizminin gelişmesi ve elde edilen gelirin artması için hangi değerler ön plana çıkarılmalı, bu değerlerin turizmde daha sürdürülebilir ve daha etkili kullanılması için neler yapılmalıdır?

- Kocaeli’de doğa turizminin gelişmesi için huzur ve güvenliğin ön planda tutulması beklenmektedir. Özellikle yaylaları ziyaret eden turistler için etraftan gelen silah seslerinin tedirginlik yarattığı ifade edilmiştir. Yaylarda yapılan atışlar öncelikli olmak üzere huzur ve güvenliği tehdit eden konuların acilen çözüme kavuşturulması beklentisi söz konusudur.

Kocaeli’de doğa turizmi alanında insan kaynağının (çalışan, girişimci, yatırımcı, sanatçı, yönetici vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Doğa turizmi alanında çalışanlara düzenli eğitimler verilmesi beklenmektedir. Doğa turizmi yapısı itibarıyla çevreyle uyumlu şekilde ve uzak alanlarda gerçekleştiği için bu durumlara yönelik düzenli eğitimler verilmesi beklenmektedir. Özellikle bu sektörde çalışanlara doğaya yönelik bilgiler ve ilkyardım ile acil durum yönetimi gibi eğitimlerin verilmesi konusunda öneriler getirilmiştir.

Doğa turizmine yönelik turistik tesislerin ve hizmetlerin (otel, restoran, acente, aktivite alanı, rota vb.) niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kırsal turizm işletmelerine uzun vadeli ve faizsiz kredi olanakları talep edilmektedir. Kırsal turizm yatırımlarında geri dönüş süresinin uzun olduğu belirtilerek buna yönelik olarak uzun vadeli ya da faizsiz kredi gibi uygulamaların kamu desteğiyle sunulması yönünde öneriler getirilmiştir.

Doğa turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, toplu taşıma, kayak pistleri, jeotermal altyapı vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Doğa turizmi alanlarında ulaşım altyapısının geliştirilmesi beklenmektedir. Doğa turizmin yapıldığı ormanlık alanlarda yollarda toz emisyonunun turizme zarar verdiği, erişilebilirliğin artırılmasıyla daha fazla turistin bu alanlara gelebileceği şeklinde ulaşım altyapısına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.
- Kırsal alanlarda taşıma kapasitesinde özen gösterilmesi vurgulanmıştır. Kırsal alanlarda bulunan turizm alanlarında sürdürülebilirliğin sağlanması ve korumaya yönelik olarak kapasitelerin belirlenmesi ve bunların aşılmasına özen gösterilmesinin önemine değinilmiştir.
- Kentin tanıtımı için kullanılan yerlerdeki altyapıların uygunluğu göz önüne alınmalıdır. Altyapısı hazır olmayan yerlerin tanıtımı yapılmamalıdır. İlgili paydaşların tabelalandırmayı sağlaması gerekmektedir. Güzergahlar doğru şekilde tarif edilmeli ve özellikle Zambak Yolu ile Trans-Samanlı arasındaki bölgede bir an önce tabelalandırma sağlanmalıdır.
- Kartepe’de yoğun trafik turizmi olumsuz etkilemektedir. Trafik yoğunluğu nedeniyle Kartepe’ye gitmekten vazgeçenlerin olduğu ifade edilerek bu durumun sürdürülebilir bir şekilde çözümü için projeler geliştirilmesi önerilmiştir. Ulaşımın düzenlenmesi ve alanda bireysel araç kullanımına sürdürülebilir çözümler üretilmesi konusuna değinilmiştir.
- Kartepe ilçesinde imar planları ile ilgili durumların turizm için engel yaratmakta olduğu belirtilmiştir. Özellikle Maşukiye bölgesindeki yapılaşma koşullarının bungalov ve villa turizmi tesislerine çeşitli sıkıntılar yarattığı belirtilmiştir. Ekolojik çıkar gözetilmeden düzenlenen imar planlarının ilin sahip olmak istediği imaj ile çelişmekte olduğuna değinilmiştir.
- Kırsal kesimde iletişim altyapısının iyileştirilmesi beklenmektedir. Kırsal yörelerde ve yerleşime uzak diğer alanlarda bulunan turistlerin iletişim sorunu yaşadıkları, telefon servisi ve internet bağlantısına etkin şekilde erişemedikleri ifade edilmiştir. Bu nedenle turistik açıdan öncelikli kırsal alanlarda iletişim altyapısını geliştirici yatırımlar yapılması beklenmektedir.

● Kültür, Tarih, İnanç Turizmi Çalışma Masası

2 NO'LU MASA KÜLTÜR, TARİH VE İNANÇ TURİZMİ

Moderatör

Prof. Dr. Ayşe ÇALIK ROSS

Kurum/ Unvan

Kocaeli Üniversitesi, Arkeoloji

Raportör

Sami TÖMÜÇ

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Masa Koordinatörü

Sami TÖMÜÇ

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Doç. Dr. Hasan Hüseyin TAYLAN

İsmail KAHRAMAN

Akın Ünlü SEVİNÇ

Nükhet ÖZCAN

Sinem UÇAN

Arif ÖZKAN

Sedat KÖSE

Soner KILIÇ

Ali AKTAŞ

Yasemin AKBULUT

Ertuğrul TERCAN

Cihan KARAGÖZ

Ali Ekber İNCESU

Recep TOPAL

Cengizhan GÜNESEN

İkramettin KAHRAMAN

Elif Serap GÜRKAN

İmran YALNIZ

Hakan ŞENKAL

Eylem SELVİ

Rıdvan ŞÜKÜR

Mehmet AKDENİZ

Halit KOÇ

Muhammet BAYRAK

SÜ - Kent Konseyi

Gebze İKTAV

Art Nicomedia Derneği

İzmit Tarih Koridoru Derneği

Genç Kocaelililer Derneği

Gölcük Kent Konseyi

Kocaeli Kent Konseyi

Kocaeli Turizm Derneği

Kültür ve turizm İl Müdürlüğü

Geleneksel El Sanatları, Kültür Mirasını Koruma,
Yayma ve Yaşatma Derneği

Babalı Sörf Köyü Kültür ve Spor Bilimi Derneği

Kocaeli Büyük Derbent Kartepe Turizm Tanıtma Vakfı

Hacı Bektaş Veli Anadolu Kültür Vakfı

TÜRSAB BTK

Art Nicomedia Kültür Sanat

Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Çoban Mustafa Paşa Vakfı

KOTO

Karamürsel Turizm Derneği

Kartepe Belediyesi Turizm Birimi Sorumlusu

MARKA

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Kültür turizmi alanında her alt destinasyon ve her hedef kitle için ayrı mesajların belirlenmesi önerilmektedir. Her alt destinasyonun potansiyeline ve olası hedef pazarları çerçevesinde ayrı mesajların oluşturulması önerilmiştir. Bununla birlikte alt destinasyon ve hedef kitlelere yönelik mesajların Kocaeli üst marka kimliğini besler nitelikte olmasının önemi vurgulanmıştır. Bu üst marka kimliğinin de sanayi algısının yerini alacak tarih, bilim, kültür ve doğa alanlarını kapsaması beklentisi dile getirilmiştir.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli kültürü ile ilgili bilinirliğin artırılması gerekliliğine değinilmektedir. Kocaeli kültürü ile ilgili olarak Kocaeli Kültür Evi'nin açılmasının ve kültür üzerine çalışmalar yapmasının hem yerel hem genel fayda sağlayacağı belirtilmiştir. Yine bilinirlik arttırma adına Kocaeli'ye ait kültürel değerlerin görselleştirilip tanıtım levhalarında sergilenmesinin gerekliliğine değinilmiştir.

Kocaeli kültür, tarih ve inanç turizminin hangi somut alan ve faaliyet türlerine yönelmelidir?

- Kocaeli'de kültür ve sanat faaliyetlerinin gelişim potansiyeli bulunduğu ifade edilerek bu alanda yapılacak etkinlik ve çalışmaların desteklenmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır. Her yıl rutin olarak tekrarlanacak kültür ve sanat faaliyetlerinin belirlenmesi, anma etkinlikleri gibi çalışmaların artması turizm açısından da önemli görülmektedir.

Kocaeli'nin kültür, tarih ve inanç turizminde hedef kitleleri hangi bölge ve segmentler olmalıdır? Bu bölge ve segmentlere erişim için hangi kesim tarafından ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir?

- Kültür, tarih ve inanç turizminde ilk olarak yerel halkın hedeflenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Kocaeli'de yerel halkın turizm potansiyeline ilişkin bilgi düzeyinin düşük olduğu belirtilerek bu olanaklardan ilk aşamada yerel halkın faydalanması gerekliliğine değinilmiştir. Bu şekilde turizm alanlarının nicelik ve niteliklerinin artacağı ve dış pazarlar için de potansiyellerini tetikleyici olacağı ifade edilmiştir.

Kocaeli'de kültür turizminin gelişmesi ve elde edilen gelirin artması için hangi değerler ön plana çıkarılmalı, bu değerlerin turizmde daha sürdürülebilir ve daha etkili kullanılması için neler yapılmalıdır? Kocaeli'de spesifik olarak kültürel değerler özelinde sorun tespitlerinizi ve gelişim önerilerinizi belirtiniz.

- Kocaeli'nin Batı ülkeleri için önemli bir destinasyon olma potansiyeli bulunmaktadır. Hristiyan kültürü için oldukça önemli bir yer olan Kocaeli'nin bu konuda turist çekme potansiyeli yüksek görülmektedir. Bu nedenle batı dünyasına yönelik buna uygun değerlerin öne çıkartıldığı tanıtım faaliyetleri önerilmiştir.
- İnanç turizminin gelişimi için gerekli ortamın tesisi sağlanmalıdır. Kocaeli'nin yurt dışında daha etkin tanıtımı için Bayraktar bölgesi, Orhan mahallesi ve benzer yerleşimler ile Santa Barbara konusuna önem verilmesi önerilmiştir. Hristiyan dünyasının inanç turizmine yönelik oluşan ve oluşabilecek tepkilerin giderilmesi için tereddütleri ortadan kaldırıcı çalışmaların yapılması beklentisi dile getirilmiştir.

- Eskişehir'in kültür ve sanat faaliyetleri için önemli bir odak olabileceği değerlendirilmektedir. Gebze'de bulunan Eskişehir'in yapı ve konum itibarıyla kültür ve sanat etkinliklerine oldukça uygun olduğu belirtilmekte, burada düzenlenecek etkinliklerin artmasıyla önemli bir turizm hareketliliğinin yaşanabileceği değerlendirilmektedir.

Kocaelililerin marka kimliğini benimsemesi ve tanıtıma katkı sağlaması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Nikomedia üzerine akademik araştırmalar artırılmalıdır. Kocaeli Üniversitesi başta olmak üzere Nikomedia kentinin tarihinin ve kültürünün ortaya çıkarılması için daha kapsamlı araştırmaların yapılmasının gereği vurgulanmıştır. Konuya yönelik akademik etkinliklerin de faydalı olacağı görüşü sunulmuştur.

Kültür turizmine yönelik tesis ve hizmetlerin niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Taşınmaz kültür varlıklarının turizme kazandırılması için teşvik edilmeleri önemli görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, diğer kamu kurumları ve belediyeler ile odaların ve girişimcilerin kültür varlıklarını turizme kazandırma konusunda daha aktif çalışmalarının önemi vurgulanmaktadır.

Kültür turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, toplu taşıma, müzeler, öğrenme yerleri, tarihi yapılar, restorasyon, altyapı vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli'de kültür, tarih ve inanç alanlarında arşiv ve kayıt eksikliği vurgulanmaktadır. Kocaeli'de kent hafızası niteliğinde çalışmaların yetersiz olduğu, bireysel arşivlerin kamuya yeterince açılmadığı, yerel tarihin yeterince bilinmediği gibi tespitler yapılmıştır.
- Kocaeli'de müze eksikliği söz konusudur. Kocaeli'nin potansiyeline karşın müzecilik konusunda geride kaldığı ifade edilmiş ve müzelerin sayılarının artması, mevcut müzelerin bilinirliklerinin geliştirilmesi ve çağdaş müzecilik anlayışının yaygınlaşmasına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.



● Spor ve Kış Turizmi Çalışma Masası

3 NO'LU MASA SPOR VE KIŞ TURİZMİ

Moderatör

Prof. Dr. Bergün MERİÇ BİNGÜL

Kurum/Unvan

Kocaeli Üniversitesi, Antrenörlük - Türkiye Kayak Federasyonu

Raportörler

Okan ÖZEL

I Mean It Creative

Masa Koordinatörü

Fetih KALKAN

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

İsmail Deniz TAŞ

Tahir Turan EROĞLU

İshak ÇELEBİ

Sinan FAKİR

Barış AVCI

Mehmet Zeki KUTLU

Doç.Dr. Levent ATALI

Kamil OCBE

Veli BAŞKURT

Murat YILDIRIM

Yamaç ONGAN

Muzaffer ŞENGÜL

Asya ONGAN

Erdal GÖREN

Süleyman DURAK

Kadir BAŞTUĞ

Burak UZUN

Recep DURMUŞ

Yakup Han KARAGÖZ

Savaş DEMİRTAŞ

Bülent CENGİZHAN

Remzi DEMİRER

Orhan BİLMEZ

Faik KAYHAN

İsmail DEMİRTAŞ

Murat EDİŞ

Mevlüt KOLAY

Aylin ASLAN

Çetin YILDIZ

Kocaeli Gençlik ve Spor Müdürlüğü

Kocaeli Doğa Sporları Kulübü

Sukay Park

Türkiye Dağcılık Federasyonu

Türkiye Oryantiring Federasyonu

Türkiye Bisiklet Federasyonu

Kocaeli Üniversitesi, Spor Yöneticiliği

Kartepe Turizm Derneği

Kocaelispor

Kartepe Green Park Otel

Asil Tur - Kartepe Kar Bisikleti

Kartepe ATV (Kış ve Motor Sporları)

Asil Tur

Nikomedia Trekking Topluluğu

Türkiye Spor Yazarları Derneği

Miraj Atla Yaşam Binicilik Merkezi

Meltem Yamaç Paraşütü

Maşukiye ATV

Gebze Kalender ATV Safari & Paintball

Kocaeli Atlı Spor Kulübü

Kocaeli Engelsiz Gençlik ve Spor Kulübü Derneği

Türkiye Futbol Antrenörleri Derneği Kocaeli Şubesi

GEDOSK

Dağtrek Dağcılık ve Doğa Yürüyüşleri Kulübü

Kartepe Motosikletliler Spor Kulübü

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Spor turizminde 25 yaş altı genç kitlelerin hedeflenmesi önerilmiştir. Kocaeli'de doğa sporları başta olmak üzere sportif faaliyetler için önemli bir altyapı bulunduğu ifade edilmiş, bireysel turistlere yönelik olarak bu alanların etkin değerlendirilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Özellikle gençlerin dalış, sörf, motor sporları, kayak gibi alanlarda Kocaeli'yi daha fazla tercih etmelerinin sağlanmasının önemine değinilmiştir.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Spor turizmi destinasyonu olmak için futbol öncelikli tutulmalıdır. Özellikle yabancı futbol kulüplerinin ilgisinin bulunduğu Kocaeli'nin futbol kulüpleri için kamp organizasyonlarında daha sık tercih edilen bir yer olması için buna yönelik konumlandırma çalışmaları önemli görülmektedir.

Kocaeli'nin spor turizminde hedef kitleleri hangi bölge ve segmentler olmalıdır? Bu bölge ve segmentlere erişim için hangi kesim tarafından ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir? Kocaeli spor turizminin hangi alanlarına yönelmelidir?

- Kocaeli'nin motor sporlarındaki konumunun geliştirilebileceği düşünülmektedir. Halihazırda motor sporları konusunda markalaşmış tesis ve etkinliklere ev sahipliği yapan Kocaeli'nin bu alanda daha da gelişim gösterebileceği düşünülmektedir. Bu konuda uluslararası etkinliklere de ev sahipliği yapılabileceği belirtilmiştir.

Kocaeli'de spesifik olarak spor turizmi ve kış turizmi altyapı ve hizmetleri özelinde sorun tespitlerinizi ve gelişim önerilerinizi belirtiniz.

- Spor federasyonları ile iş birliklerinin geliştirilmesinin spor turizmini canlandıracağı düşünülmektedir. Kocaeli'de sportif altyapının gelişmesi ve etkinliklerin sayılarının artması ile spor turizmini geliştirebileceği değerlendirilmiştir. Bu kapsamda spor federasyonları ile yerel kurum ve kuruluşların iş birliklerini artırmaları ve ortak faaliyetler gerçekleştirmeleri için girişimlerde bulunulması önerilmiştir.

Kocaeli'de spor turizminin ve kış turizminin gelişmesi ve elde edilen gelirin artması için hangi değerler (su yüzeyleri, kayak pistleri, kamp alanları vb.) ön plana çıkarılmalı, bu değerlerin turizmde daha sürdürülebilir ve daha etkili kullanılması için neler yapılmalıdır?

- Sapanca Gölü ve İzmit Körfezi'nin su sporlarında etkin değerlendirilmesi önerilmektedir. Sapanca Gölü ve İzmit Körfezi'nde korumaya ilişkin hususlara dikkat edilerek motorsuz su sporları başta olmak üzere sportif faaliyetlerin desteklenmesi beklenmektedir. Yelken, su kayağı gibi aktivitelerin geliştirilmesi önerisi getirilmiştir.

Kocaeli destinasyonu için oluşturulan marka kimliğinin sahiplenilmesi ve yaygınlaştırılması için hangi paydaş (kamu, özel, sivil toplum, akademi) ne tür faaliyetler yapmalıdır?

- Üniversitelerin ve üniversite kulüplerinin spor turizmine daha etkin katılımının sağlanması beklenmektedir. Verilecek destek ve teşviklerle üniversitelerin sportif faaliyetlerde daha etkin olmasıyla spor turizminin de gelişiminin artacağı savunulmaktadır. Buna yönelik belirli branşlarda özendirme yapılması önerilmiştir.

Kocaeli’de spor turizmi alanında insan kaynağının (çalışan, girişimci, yatırımcı, sporcu, yönetici vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Spor turizmde çift yönlü eğitime önem verilmelidir. Spor turizmi alanındaki insan kaynağının alanında uzman kişilerden oluşturulmasının önemli olduğu ifade edilmiştir. Bu alanda verilecek eğitimlerin de uzmanlar ve akademisyenler tarafından verilmesinin faydalı olacağı belirtilmiştir. Üniversitelerde spor turizmi ile ilgili daha etkin eğitimler verilmesi ve eğitimlerin sürekli olarak güncel konular çerçevesinde revize edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Turizm alanında ihtisas okullara odaklanması gerektiği ve sektördeki niteliğin alan bazlı olarak artırılmasının önemine değinilmiştir. Çift yönlü olarak eğitimin sağlanması için sahada çalışanlar ve uzman ya da akademisyenlerin iletişim içerisinde ve birbirlerini besler şekilde faaliyet göstermeleri önerilmiştir.

Spor ve kış turizmine yönelik turistik tesislerin ve hizmetlerin (acente, spor tesisi, kamp alanı vb.) niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Sportif faaliyetlerle ilgili çalışanların turizm konusunda da eğitilmesi önerilmiştir. Sportif faaliyetle ilgilenen kişi ve işletmelerin turizm konusunda eğitilmeleri ve turizm yetki belgesi ile çalışabilmelerinin sağlanmasına değinilmiştir.

Spor ve kış turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, toplu taşıma, kayak pistleri, jeotermal altyapı vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli’nin uluslararası spor müsabakalarına ev sahipliği yapması istenmektedir. Kocaeli’de spor turizmi altyapısı ve potansiyeline uygun şekilde branş bazında ya da tüm branşları içeren yaz ya da kış oyunlarına ev sahipliği yapmasının algı ve turizm hareketliliği bakımından önemli olduğu vurgulanmıştır. Somut olarak “Universiade” üniversite oyunlarına ev sahipliği yapılabileceği belirtilmiştir.

• Sağlık Turizmi Çalışma Masası



4 NO'LU MASA SAĞLIK TURİZMİ

Moderatör

Ömer SOYDAL

Kurum/Unvan

Başiskele Belediyesi / Belediye Başkan Yardımcısı

Raportörler

Alara DEMİRAĞ

I Mean It Creative

Masa Koordinatörü

Hülya ÇAVDAR

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Prof. Dr. Bilsen BİLGİLİ

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Tümay MERCAN

Kocaeli Sağlık Turizmi Derneği

Berna İKİZ

Gölcük Belediyesi - Gölaş

Çiğdem ÇAKIROĞLU

Başiskele Belediyesi Yeniköy Termal Turizm Tesis

Adem ÇAKIR

Kocaeli Devlet Hastanesi

Veysel BESNİLİ

Medar Hastanesi

Hüseyin GEZER

Cihan Hastanesi

Kazım KAHRAMAN

Kocaeli Üniversitesi

İpek İZGÜN

Çağın Göz Hastanesi

Doç.Dr. Alper GÜLTEKİN

Kent Konseyi

Aslı AKYAVAŞ

Gebze Anadolu Sağlık Merkezi

Can Cengiz ÇETİN

The Ness Termal Otel

Mustafa OF

Kocaeli Üniversitesi

Mahmut TATLI

Akademi Hastanesi

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Kocaeli'nin sağlık turizminde geldiği noktanın vurgulandığı mesajlar oluşturulmalıdır. Kocaeli'de sağlık turizmini zihinsel, bedensel ve ruhsal sağlığı kapsar nitelikte temalarla tanıtarak "Kocaeli iyileştirir" tarzı mesajlarla konumlandırmak önerilmiştir.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Dış kaynaklı fonlardan tanıtım konusunda yararlanma için kurumsal yapıların harekete geçirilmesi beklenmektedir. Kocaeli'nin markasının tanıtılması ve markanın gelişmesi için kalkınma ajansı başta olmak üzere dış kaynaklı fonlardan yararlanma (Avrupa Birliği projeleri vb.) amacıyla çalışmalar yapılması istenmektedir. Ayrıca, kalkınma ajansının başlattığı sürecin devam ettirilerek uluslararası fuarlara katılım sağlanması beklenmektedir.

Kocaeli medikal turizmde hangi branşlara odaklanmalıdır?

- Geriatri konusunda çalışmalar artırılmalıdır. Özellikle Başiskele, Kartepe ve Kandıra gibi bölgelere ücretli yaşlı bakım hizmetleri sunan tesisler açılması önerilmiştir.
- Kocaeli medikal turizmde pek çok branşa yönelmek için uygun potansiyelde görülmektedir. Özellikle nöroloji, estetik cerrahi, fizik tedavi ve rehabilitasyon, göz, saç ekimi, termal turizm ve ayakta sağlık hizmeti alan gününbirlik hastalara odaklanması önerilmiştir.

Kocaeli termal turizm ve SPA-Wellness konseptini hangi bütünleyici unsurlarla ve diğer turizm temaları ile (medikal, doğa, tarih ve kültür vb.) ne şekilde ele almalıdır? Lütfen, somut alan ve faaliyet türlerini belirtiniz.

- Yaylalara sağlık kampüsleri kurulması ve temiz hava avantajlarının kullanılması önerilmiştir. Samanlı Dağları'nda bulunan yaylaların sağlık turizmini bir bileşeni olarak ele alınması konusu vurgulanmıştır. Bu bağlamda trekking ve benzeri sporların teşvik edilmesi, oksijen kampları kurulması önerileri getirilmiştir.

Kocaeli'nin sağlık turizminde (medikal, termal, wellness) hedef kitleleri hangi bölge ve segmentler olmalıdır? Bu bölge ve segmentlere erişim için hangi kesim tarafından ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir?

- Sağlık turizmi için gelenlerin yakınlarına da odaklanması önerilmiştir. Yalnızca hastalara değil aynı zamanda hasta yakınlarına da odaklanması ve hasta yakınlarının konaklayıp vakit geçirebileceği tesisler oluşturulması konusu vurgulanmıştır.
- Sağlık turizminde hem Türkiye içine hem de yurt dışına açılım sağlanmalıdır. Avrupa ülkeleri ile sağlık konusunda ikili anlaşmalar yapılması ve sağlık turları düzenlenmesi önerilmiştir. Maliyet avantajından ve hizmet kalitesinden hareketle Kocaeli'nin İstanbul başta olmak üzere iç pazardan daha fazla pay alabileceği, yurt dışından da pek çok ülkeden sağlık turisti getirebileceği değerlendirilmesi yapılmıştır.

Kocaeli'de spesifik olarak jeotermal kaynaklar özelinde sorun tespitlerinizi ve gelişim önerilerinizi belirtiniz.

- Termal kaynaklar ve termal turizm tesislerinin nitelik ve sayılarının artırılması önerilmiştir. Kocaeli'de Başiskele ve Gölcük ilçelerinde termal kaynakların niteliklerinin ve hizmet kalitesinin geliştirilmesi ile daha üst gelir gruplarına hitap edebilir hale gelebilecekleri ifade edilmiştir.
- Termal kaynakların çeşitlendirilmesi için ilgili kurumlarla birlikte araştırma çalışmaları gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Kocaeli'de Gölcük ve Başiskele ilçelerinde bulunan termal kaynakların sayılarının artırılması ve çevre ilçelerde de kaynakların oluşturulması için Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü ve Jeolojik Araştırmalar Derneği ile ortak çalışmalar gerçekleştirilmesi önerisi getirilmiştir.

Kocaeli’de değerlendirilmeyen jeotermal potansiyeli bulunmakta mıdır? Yeni kaynakların araştırılması ve mevcut kaynaklarda katma değer artırılması için neler yapılmalıdır?

- Arama ruhsat sahalarında yeni araştırma kuyularının açılması beklenmektedir. Kocaeli’nin termal su potansiyelini gösteren veri tabanı oluşturulması beklenmekte, özellikle Başiskele’de bulunan 60 derece sıcaklıkta akışkan termal su kaynağının acilen turizmde değerlendirilmesi istenmektedir.

Kocaeli destinasyonu için oluşturulan marka kimliğinin sahiplenilmesi ve yaygınlaştırılması için hangi paydaş (kamu, özel, sivil toplum, akademi) ne tür faaliyetler yapmalıdır?

- Sağlık hizmetlerine yönelik fuarlarda Kocaeli’nin yer alması önerilmiştir. Sağlık fuarlarına aktif katılım sağlanması ve bu platformlarda sağlık turizminde hastaneler, acentalar ve otellerin iş birlikleri ile yer almaları önerilmiştir. Kocaeli Ticaret Odası’nın bu süreçte öncülük edileceği belirtilmiştir.

Kocaeli’de medikal turizm alanında insan kaynağının (doktor, aracı kuruluş, sigortacı, çalışan, girişimci, yatırımcı, yönetici vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Dış kaynaklı fonlardan tanıtım konusunda yararlanma için kurumsal yapıların harekete geçirilmesi beklenmektedir. Kocaeli’nin markasının tanıtılması ve markanın gelişmesi için kalkınma ajansı başta olmak üzere dış kaynaklı fonlardan yararlanma (Avrupa Birliği projeleri vb.) amacıyla çalışmalar yapılması istenmektedir. Ayrıca, kalkınma ajansının başlattığı sürecin devam ettirilerek uluslararası fuarlara katılım sağlanması beklenmektedir.

- Sporcu sağlığına yönelik çalışmalar yapılması değerlendirilmelidir. Kocaeli’de spor turizmine katılanlar ve özellikle futbol kampları odağında sporcu sağlığı aktivitelerine önem verilmesi önerilmiştir.

Sağlık turizmine yönelik sağlık kuruluşlarının, konaklama tesislerinin ve ilave hizmetlerin niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Sağlık kuruluşlarında yabancı dil ve sağlık turizmi bilgisini artırıcı eğitimler yaygınlaştırılmalı ve desteklenmelidir. Kocaeli’de sağlık turisti ağırlayan sağlık kuruluşlarında çalışan personele ilgili ülkelerin dilleri ile ilgili eğitimler verilmesi ve sağlık turizmi süreçleri ile ilgili düzenli bilgilendirmeler sağlanması önerisi getirilmiştir.

Sağlık turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, paket turlar, termal tesisler vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli’ye gelen sağlık turistine sunmak üzere tanıtıcı materyaller ve tedavi süreci ile uyumlu paket turlar kurgulanmalıdır. Kocaeli’ye doğrudan sağlık turizmi amacıyla gelmiş olan turistin ildeki turistik noktalara çekilmesi için tanıtım faaliyetleri ve bu kitlelere özel tur programları oluşturulması önerilmiştir. Buna yönelik olarak sağlık kuruluşları ve seyahat acenteleri arası iş birliklerinin geliştirilebileceğine değinilmiş, konaklamaya yönelik olarak konaklama tesisleri ile iletişimin güçlendirilebileceği belirtilmiştir.
- Kocaeli’de sağlık turizmine yönelik bir kurul oluşturulması önerilmiştir. Sağlık turizminin gelişimi için kamu kurumları, yerel yönetimler, sağlık kuruluşları ve acenteleri bir araya gelip birlikte çalışabilecekleri bir yapılandırmanın değer katacağı ifade edilmiştir.
- Ulusal sağlık turizmi acenteleri ile iş birliklerini geliştirici platformlar oluşturulması önerilmektedir. İstanbul merkezli sağlık turizmi yetki belgeli seyahat acenteleri başta olmak üzere yurt dışından hasta getiren aracı kuruluşlara Kocaeli’nin tanıtılması ve getirecekleri hastalar için destek sağlanması konusunun önemine değinilmiştir.

İş, Kongre, Fuar ve Endüstriyel Turizm Çalışma Masası



5 NO'LU MASA

İŞ, KONGRE, FUAR VE ENDÜSTRİYEL TURİZM

Moderatör

Mevlüt SOSYAL

Kurum/Unvan

Demokrat Kocaeli Gazetesi / Genel Yayın Yönetmeni

Raportör

I Mean It Creative

Masa Koordinatörü

Fatih DURMUŞ

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Nejat AYDOĞAN

KOGİAD

Aydın BURGUL

KOGİAD

Akgün ÖZTÜRK

Eğlence Yatırımcılar Derneği

Adem TURGUT

Özgür Kocaeli

Fatih SARIOĞLU

Ticaret Odası

İsmail USLU

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

Nazmi ÇAYCI

Otel Asya

Cihan EMEKSİZ

KOTİD

Ercan TANRIKULU

Ramada Otel

Atalay KAYA

Sanayi Odası

Ömer ASLAN

Cengiz Topel Havalimanı

Fatih TÜRKMEN

Tryp by Wyndham

Bahar BAYKAL

Sanayi Odası

Nurhayat GÜLDÜREN

Kocaeli İş Kadınları Derneği

Abdülkadir YILMAZ

TÜMSİAD Kocaeli Şubesi

Tufan KATIRCI

Sanayi Odası

Kahraman BULUT

İnşaat Mühendisleri Odası

Nilay SARIBEY

Beyt Kum Danışmanlık

Av. Selman YARAY

BARO - Kent Konseyi

Ayhan PEKŞEN

Gebze Tic. Odası Bşk.

Kübra ÖZTÜRK

GTO Genel Sekreter Vekili

Kocaeli destinasyon marka kimliğinin yaygınlaştırılması ve yerleşmesi için hangi paydaş ne yapabilir?

- Temiz sanayinin vurgulanması ilin olumsuz imajını giderebilecektir. Endüstriyel turizme odaklanılarak sanayinin kirliliğine yeni bir bakış açısı kazandırılabilir. Gari şehir yerine sanayi turizmi ile gelen renkli şehir ya da temiz sanayiye vurgulayan yeşil şehir imajı oluşturulabilir ifade edilmiştir.
- Endüstriyel turizme odaklanmanın karşılık bulabileceği ifade edilmiştir. Bölgede bulunan eski sanayi kuruluşlarının tarihi sanayi merkezleri olarak turizme açılabilir belirtilmiştir. İş merkezleri ve tersanelerin de bu anlamda değerlendirilebileceği belirtilmiştir.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli'de uluslararası fuarların sayılarının ve katılımcılarının artırılması beklenmektedir. Fuar turizmi konusunda güçlü altyapıya sahip olan Kocaeli'nin pek çok fuarı başarı ile uyguladığı belirtilmiştir. Bu etkinliklerin sayılarının artmasının ve dışa daha etkin açılmalarının önemli olacağı değerlendirilmiştir.

İş turizminde iç ve dış pazardan alınan payı arttırmak için (genel tanıtım harici) hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Bilişim Vadisi'nin Kocaeli'nin kimliğinde daha etkin kullanılması önerilmiştir. Kocaeli'nin sanayi kenti algısından çıkıp temiz bir destinasyon niteliğine bürünmesi için yüksek teknolojiye üretim odaklanması gerekliliği vurgulanmıştır. Buna yönelik olarak Bilişim Vadisi'nin varlığı önemli görülmekte ve tanıtım da daha etkin kullanımı önerilmektedir.

Kocaeli'de düzenlenen fuar, kongre, konferans, sempozyum ve benzeri etkinliklere hangi bölge ve ülkelerden katılımcı ve ziyaretçi çekilebilir? Hangi temalarda etkinlikler yapılabilir? Bunu sağlamak için hangi konuda hangi paydaş ne yapmalıdır?

Kocaeli'deki sanayi kuruluşları iş, kongre ve fuar için gelen misafirlerinin turizme daha etkin katılımı için turizm sektörü ile nasıl çözümler ve programlar geliştirebilir?

- Sanayicilerin Kocaeli'nin turizm markası kimliğini yerleştirmede aktif rol almalarının gereğine değinilmiştir. Kocaeli'de Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşlarının büyük çoğunluğunun yerleşik olduğu, bu kuruluşların Kocaeli markası oluşturmada etkin rol almalarının gereğine değinilmiştir. Bu paydaşların kimliği benimsemelerinin yerel halkın ve turistlerin benimsemesi açısından da önemli olacağı ifade edilmiştir.

Kocaeli'ye gelen iş insanlarına sunmak üzere hangi değer ve çekicilikler ön plana çıkartılabilir? İş, kongre ve fuar amaçlı gelenlerin turizme katılımı nasıl arttırılabilir? Yöresel ürünlerin satışının geliştirilmesi için neler yapılabilir? Bunlar için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- İş amaçlı gelen yabancılar için eğlence olanaklarının çeşitlendirilmesi ve nitelikli mekanların artırılması önerilmektedir. Kocaeli'ye iş amaçlı gelen yabancıların iş dışında otelden çıkmadıkları değerlendirilmesi yapılmış, bu kişilerin kent hayatına daha etkin katkı

limi ve turizmin canlandırılması için nitelikli eğlence mekanlarına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir.

Kocaelililerin marka kimliğini benimsemesi ve tanıtıma katkı sağlaması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli’de endüstri mirası ile örtüşen müzeler oluşturulması beklenmektedir. Kocaeli’nin sanayi ve üretim kimliğini turizme yansıtmak şekilde otomobil müzesi gibi tematik alanların oluşturulması önerisi getirilmiştir. Bu şekilde üretime yönelik turizmin gelişebileceği ifade edilmiştir.

İş, kongre ve fuar turizmine yönelik programların niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir? Kocaeli’de iş, kongre ve fuar turizmi için insan kaynağının (çalışan, girişimci, yatırımcı vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli’de nitelikli seyahat acentelerinin ortaya çıkarılması istenmektedir. Mevcut seyahat acentelerinin yurt dışından turist getirme konusunda yeterli donanım ve tecrübeye sahip olmadığı belirtilmiş, bu konudaki açığın giderilmesiyle turizm gelirinin ilde kalmasının sağlanabileceği ifade edilmiştir.

İş, kongre ve fuar turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (sanayi bölgeleri, havalimanı, ulaşım, toplu taşıma, altyapı, fuar alanı, kongre merkezi vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı’nın kullanım oranının artırılması için çalışmalar yapılması önerilmektedir. Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı’nın il için önemli bir değer olduğu ifade edilmiş, bu olanaktan daha etkin yararlanmak üzere çalışmalar yapılması önerilmiştir. Kocaeli başta olmak üzere Sakarya ve Düzce için de önemli olan bu tesisin daha fazla uçuş talebine kavuşması için girişimler yapılması beklenmektedir.

● Gastronomi ve Yöresel Değerler Çalışma Masası



6 NO'LU MASA

GASTRONOMİ VE YÖRESEL DEĞERLER

Moderatör

Veysel KAVRAYAN

Kurum/Unvan

Uluslararası Haber Ajansı / Yayın Koordinatörü

Raportör

I Mean It Creative

Masa Koordinatörü

Hediye GENÇAL

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Önder YALÇIN

Ketenciler Kültür Derneği

Ali Osman KILCAN

Darıca Gebze Taşköprülüler Derneği

Sedat YENİŞEN

Uzuntarla Adige Kültür Derneği

Emel Uzun ERDAL

Bülent EKİNCİ

Dila Denizhan CENGİZ

Fusun ÇENGELKÖY

Melek ÇELİKÖZ

Yöresel Kültür Platformu

Naif BAGİ

Kocaeli Akademik ve Profesyonel Aşçılar Derneği

Ümmü Gülsüm KAYA

Nurhan ÖR

Han Halıcılık

Kadir ÇETİN

Pişmaniyeciler Birliği

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Özel sektör yöresel ürün geliştirme ve tanıtım süreçlerine dahil olmalıdır. Kocaeli'ye ait yöresel kahvaltılık ürünleri bir araya getirilerek "Kocaeli kahvaltısı" konsepti adı altında bir marka oluşturulması önerilmiştir. Kocaeli'yi tanıtan materyallerde Kocaeli mutfağına yönelik bilgiler eklenmesi istenmekte, yöresel ürünlerin dahil edilmesi önemli görülmektedir.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Her bölgenin sahip olduğu yöresel ürünleri içeren mesajlar oluşturulması önemsenmektedir. Kocaeli'nin farklı yörelerinde o yöreye özgü gastronomik değerleri öne çıkaran tanıtım faaliyetleri yapılması önerilmiştir. Örneğin, İzmit için İzmit simidi, Kandıra için keten, Kandıra bezi, dartı, kıyafetleri, Hereke için halıyı kaplayan mesajlar verilmesi önerisi getirilmiştir.

Kocaeli'ye özgü yiyecek ve içeceklerin, el sanatlarının, sanatsal faaliyetlerin ve yerel soyut kültür unsurlarının markalaşması ve ticarileşmesi için hangi paydaş ne tür faaliyetler gerçekleştirebilir? Lütfen, somut alan ve faaliyet türlerini belirtiniz.

- Coğrafi işaret konusuna verilen önemin artması istenmektedir. Kocaeli'nin yöresel yiyecek ve içecekleri ile el sanatı ürünlerine coğrafi işaret tescili alınması önerilmektedir. Bunun yanında pışmaniye ve simit gibi uluslararası tanınırlığı olan ürünlere yönelik WIPO gibi akreditasyon yapılarından uluslararası tescil alınması gerektiği vurgulanmıştır.

Kocaeli'nin hangi yöresel değerleri hangi kitleye daha etkili sunulabilir? Bu özelleşmiş sunumu geliştirmek için hangi paydaş ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir? Kocaelililerin marka kimliğini benimsemesi ve tanıtıma katkı sağlaması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Pışmaniye ve İzmit simidinin tanıtımda kullanılması önerilmiştir. Kocaeli'nin en önemli görülen değerleri olan pışmaniye ve simidin tanıtımda etkin kullanımı beklenmektedir. Özellikle çölyak hastalığı için, bu hastalığa sahip insanlara uygun pışmaniye ve İzmit simidi üretimi gerçekleştirilebileceği ifade edilmiştir. Satın alım sahası genişliği ve ürün geliştirme konusunda belediyeden maddi destek alınıp çalışmalara başlanabileceğine değinilmiştir.

Kocaeli'de değerlendirilmeyen yöresel değer potansiyeli bulunmakta mıdır? Yeni ürünlerin araştırılması ve mevcut ürünlerde katma değerin artırılması için neler yapılmalıdır? Kocaeli'de spesifik olarak yöresel değerler özelinde sorun tespitlerinizi ve gelişim önerilerinizi belirtiniz.

- Kocaeli halkına ve turizmcilerine yöresel gastronomi değerleri ile ilgili farkındalık çalışması yapılması önerilmektedir. Eğitim müfredatında Kocaeli'ye özgü yöresel ürünlerin de bulunması önerisi getirilmiştir. Konunun eğitim kapsamına alınmasıyla birlikte Kocaeli'ye ait olan, ancak Kocaeli ve alt destinasyonları ile anılmayan ürünlerin bu durumunun da önüne geçilmiş olacağı belirtilmektedir. Kandıra keteni bu soruna örnek olarak verilmiş ve Kandıra ile ilişkili olan ketenin günümüzde Kandıra ile anılmaması ve bölgenin ürüne sahip çıkamamasının yöresel ürünler konusundaki eksikliği gösterdiği ifade edilmiştir.

Kocaeli’de gastronomi turizminde insan kaynağının (çalışan, girişimci, yatırımcı, sanatçı, rehber vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli’de bir gastronomi müzesi açılması önerilmiştir. Kocaeli’nin gastronomi alanında hedeflenen yere gelmesi için bir müze oluşturulması ile konuya ilişkin kente ve turistlere farkındalık kazandırılabilceği ifade edilmiştir.

Gastronomi turizmine yönelik tesislerin ve hizmetlerin niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir? Gastronomi turizmine ve yerel sanatsal faaliyetlere katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, soğuk zincir, tur programları vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Yoğun ziyaretçi alan yerlerde yöresel ürünlerin tanıtılması ve satılması önerilmiştir. Ormanya örneğinden hareketle yoğun turist akışının olduğu alanlarda Kocaeli’nin yöresel ürünlerinin tanıtılması ve satılması için alanlar oluşturulması önerisi getirilmiştir.



● Deniz Turizmi Çalışma Masası



7 NO'LU MASA

DENİZ TURİZMİ

Moderatör

Dr.Öğr.Üyesi. Tülay POLAT ÜZÜMCÜ

Kurum/Unvan

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Raportör

I Mean It Creative

Masa Sorumlusu

Selahattin Ensar KOMUT

ŞÜRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

Katılımcılar

Hülya ÖZER

Kadir Cihan PESTİL

Cengiz ASLAN

Yaprak FİDANCI

Cem BAYRAK

Aycan GÜNAY

Bekir SERİN

Murat GÜNEŞ

Gözdenur GÜLDÜREN

Tolga HADİMOĞLU

Barış ŞEN

Bihter GÖRDÜ

Celal KAVAZ

Zeki ŞİRİNOĞLU

Semih Furkan KOÇ

Sebahattin AYDIN

Aynur Hacı FETTAHOĞLU

Uğur ENÇ

Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tütünçiftlik Sahili Koruma ve Güzelleştirme Derneği
UNDP

Kent Konseyi
Kandıra Turizm Derneği

Dunabe Surf House & Academy

Anadolu Gezi Derneği
Kerpe Dalış Okulu
İMEAK Deniz Ticaret Odası
Kent Konseyi Gençlik Konseyi Bşk.
Bağımsız Kocaeli
Kocaeli Sanayi Odası
Sözcü Gazetesi

Kocaeli'nin turizme yönelik marka kimliği hangi turist bölgesi ve segmenti için hangi mesajları içermelidir?

- Kocaeli'nin denizle anılan bir destinasyon olması istenmektedir. Kocaeli'nin sahip olduğu deniz potansiyelini daha etkin kullanmak ve tanıtmak üzere ilin denizle özdeşleşmesine yönelik mesajların oluşturulması gerektirir vurgulanmıştır.

Kocaeli'nin tanıtımı için hangi paydaş hangi somut uygulamaları yapmalıdır / yapabilir?

- Kocaeli'nin Karadeniz için dalış ve sörf merkezi olarak konumlanması sağlanmalıdır. Odak grup katılımcıları deniz turizminde belirli alanlarda markalaşmanın sağlanmasının yerinde olacağına değinmişlerdir. Bu çerçevede Karadeniz kıyılarında dalış ve özellikle Babalı bölgesindeki sörf olanaklarından bu anlamda yararlanabileceği ifade edilmiştir.
- Kandıra sahillerinde kum kalitesinin iyi olduğu, bunun tanıtımda vurgulanması gerektiği ifade edilmiştir. Kandıra ilçesinde özellikle Kerpe, Kefken ve Cebeci gibi turizmde yoğun kullanılan alanlarda ve Sarısu ile Bağıranlı gibi diğer yörelerde bulunan kumun nitelik bakımından iyi olduğu belirtilmiştir. Bu niteliğin tanıtımda vurgulanması önerilmiştir.

Kocaeli sahillerden yaz sezonu gününbirlik iç ve hafta sonu hareketlilik haricinde turistik olarak yararlanmak için neler yapabilir? Lütfen, somut coğrafi alan ve faaliyet önerilerinizi belirtiniz.

- Kocaeli'nin Karadeniz kıyılarının tamamında deniz turizmi açısından en uygun yer olduğu algısının yerleşmesi için imaj çalışmaları beklenmektedir. Türkiye'nin Karadeniz kıyıları genelinde en iyi plajların

Kocaeli ve Sakarya'da olduğu belirtilmiş, bu durumun ülke genelinde bilinecek şekilde algı çalışmaları yapılmasının önemli olduğuna değinilmiştir.

Kocaeli'nin deniz turizminde hedef kitleleri hangi bölge ve segmentler olmalıdır? Bu bölge ve segmentlere erişim için hangi kesim tarafından ne tür faaliyetler gerçekleştirilmelidir?

- Deniz turizminde üst segment turistlere odaklanılmalıdır. Kocaeli'de denizden turistik olarak faydalanmak üzere üst gelir grubuna yönelik aktivite sunumu ve tanıtım faaliyetleri yapılması beklenmektedir. Bu şekilde turizmden elde edilen gelirin artacağı ifade edilmiştir.

Kocaeli'de spesifik olarak deniz turizmine açık sahiller özelinde sorun tespitlerinizi ve gelişim önerilerinizi belirtiniz.

- Kocaeli'de yılaşırı düzenli "Boat Show" organizasyonları önerilmiştir. İzmit Körfezi'ne yat limanı ya da marina yapılması, bu yatırımla birlikte "Boat Show" etkinliklerinin planlanması hem denizden yararlanma hem de üst gelir grubundan turistleri bölgeye çekme bakımından yararlı görülmektedir. Kocaeli'deki iş insanlarının da bu süreçlerde aktif katılımının sağlanabileceği ifade edilmiştir.
- Kerpe'de sualtı arkeolojisinin gelişim imkanları bulunduğuna ifade edilmiştir. Kerpe'de arkeolojik sualtı kalıntıları olduğu ve yakın çevredeki batık gibi unsurların da ele alınması ile sualtı arkeolojisi ve dalış imkanlarının gelişebileceği belirtilmiştir. Bu konuda özel ilgisi bulunan kitlelerin bu şekilde Kocaeli'ye çekilebileceği vurgulanmıştır.
- Kandıra kıyılarında mavi turların başlaması beklentisi dile getirilmiştir. Kandıra kıyılarında karayolu ile ulaşım imkânı olmayan çok sayıda turistik nokta bulunduğu, bu noktalara deniz yolu ile ulaşılabilmesi ifade edilmiştir. Bu nedenle mavi turların düzenlenmesi konusunda girişimlerin yapılması talebi getirilmiştir.

- Plaj sporlarının canlandırılması önerisi getirilmiştir. Kocaeli’de Kandıra sahillerinde plaj sporlarının yapılması için alanların artırılması ve etkinliklerle bu potansiyelin canlandırılması yönünde öneriler getirilmiştir.

Kocaeli’de deniz turizminin gelişmesi ve elde edilen gelirin artması için hangi değerler ön plana çıkarılmalı, bu değerlerin turizmde daha sürdürülebilir ve daha etkili kullanılması için neler yapılmalıdır?

- Denizle ilgili turizm aktiviteleriyle ilgili içeriklerin güncellenmesi beklenmektedir. Deniz ve deniz sporları alanlarında internette ve sosyal medyada yer alan bilgiler başta olmak üzere tanıtım materyallerinde deniz turizmi olanaklarının güncel tutulması ve nitelikli şekilde içeriklerle zenginleştirilmesi beklenmesi dile getirilmiştir.
- Kocaeli’nin kürek ve yelken sporlarında uluslararası bir merkez olmaya uygundur. İzmit Körfezi’nde He-reke gibi koylar başta olmak üzere su sporları konusunda büyük potansiyel bulunduğu, bu potansiyelin daha da harekete geçirilmesi ile önemli bir turizm hareketliliği oluşturabileceği ifade edilmiştir.

Kocaeli destinasyonu için oluşturulan marka kimliğinin sahiplenilmesi ve yaygınlaştırılması için hangi paydaş (kamu, özel, sivil toplum, akademi) ne tür faaliyetler yapmalıdır?

- Deniz turizmi temsilcileri kamunun bu alanda istihdam olanaklarını çeşitlendirmesini beklemektedir. Deniz turizmi alanında faaliyet gösteren özel sektör ve sivil toplum temsilcileri kamu kaynaklarının Kocaeli’nin deniz turizmi faaliyetlerinde görev alacak ilave insanların istihdamına da ayrılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Kocaeli’de deniz turizmi alanında insan kaynağının (çalışan, girişimci, yatırımcı, görevli vb.) daha etkin değerlendirilmesi için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Deniz turizmi ile ilgili konularda eğitimlerin artması istenmektedir. Deniz turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerde çalışan ve çalışacak insan kaynağının geliştirilmesi için bu alanda daha etkin eğitimler düzenlenmesi talebi dile getirilmiştir
- Boş olan dönemlerin etkinlik ve festivallerle dengelenebileceği belirtilmiştir. Kandıra’da özellikle hafta içi ve hafta sonu arasında ciddi talep farkı olduğu, sezon içinde de belirli dönemlerde bu farklılaşmanın görüldüğü belirtilmiştir. Benzer şekilde kış döneminde deniz turistinin olmamasına değinilmiştir. Bu nedenle boş dönemler için yerel etkinlik ve festivallerin düzenlenmesi önerisi getirilmiştir.

Deniz turizmine yönelik turistik tesislerin ve hizmetlerin (plaj, otel, restoran, acente, aktivite alanı, rota vb.) niteliklerinin ve sayılarının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Sahillerin temizliğine daha da özenilmesi beklenmektedir. Deniz turizminin gelişimine yönelik olarak odak grup katılımcıları tarafından plajlar başta olmak üzere sahillerin temizliğinin daha etkin yapılması, bu etkinliğin sürekliliği için bilgilendirme ve farkındalık çalışmalarının çeşitlendirilmesi önerisi getirilmiştir.

Deniz turizmine katkı sağlayan kentsel altyapı ve hizmetlerin (ulaşım, toplu taşıma, mavi bayrak, tur tekneleri vb.) turizme katkısının artması için hangi paydaş ne yapmalıdır / yapabilir?

- Yeni ulaşım yatırımlarının Kandıra sahillerine olan günöbirlük talebi artıracağı, bu sürecin iyi planlanması gerektiği vurgulanmıştır. Kuzey Marmara Ottoyolu, yeni Kaynarca yolu ve İzmit-Kandıra bölünmüş yol projesinin Kandıra'ya deniz turizmi için gelenlerin sayısını artıracağı, bu durumun iyi yönetilmesi gereken bir durum olduğu ifade edilmiştir.
- Deniz turizmine yönelik turizm işletme belgesi tesis sayısının artırılması beklenmektedir. Kocaeli'nin konaklamalı deniz turizminden aldığı payın artması için nitelikli hizmet sunan tesislerin artması gereği dile getirilmiştir. Buna yönelik olarak da Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi sınırlarında, teşvik olanaklarından da yararlanacak tesisler için yer açılması gereğine değinilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığında turizm işletme belgesi alacak tesislerin hem teşvik olanaklarından yararlanabileceği hem de nitelikli hizmet sunabileceği düşünülmektedir.
- Deniz turizmi potansiyeli bulunan yerlere ve tesislere erişimin kolaylaşması için altyapı yatırımları ve yönlendirme çalışmaları beklenmektedir. Kandıra başta olmak üzere deniz turizmi için uygun alanlara ve tesislerin bulundukları noktalara ulaşım altyapısının daha da geliştirilmesi ve özellikle yönlendirme levhalarının yapılması talebi dile getirilmiştir. Yönlendirme çalışmalarının belirli bir marka kimliği altında yapılmasının yerinde olduğu da ifade edilmiştir.
- Yat limanı ya da marina kurulması beklenmektedir. Odak grup katılımcıları tarafından İzmit Körfezi'nde

belirlenecek bir alanda yat limanı yapılması ile turizmde hareketlilik sağlanacağı ve imaj bakımından önemli bir mesaj verileceği ifade edilmiştir. Özellikle bu alanda Kocaeli'nin İstanbul'a yakın ama İstanbul'dan daha ucuz olması üzerinde durulabileceği belirtilmiştir.

- Deniz turizmine uygun alanlara bisiklet gibi çevreci ulaşım uygulamalarının artırılması önerilmiştir. Kandıra sahilleri ve körfez kıyılarında bisikletle çekim noktalarına ulaşım imkanlarının artırılması hakkında öneriler dile getirilmiştir. Bu şekilde motorlu taşıt kirliliğinin de önüne geçilebileceği belirtilmiştir.
- Deniz turizmde konaklama kapasitesinin geliştirilmesi için Avrupa standartlarında kamp ve karavan olanaklarının desteklenmesi istenmektedir. Denize yakın yerlerde ve tesisleşmenin planlarda öngörölmediği alanlarda karavan park alanlarının ve kamp yerleşkelerinin oluşturulması önerisi getirilmiştir. Covid-19 pandemisi sonrası talep artışı yaşanan bu turizm çeşitlerine da yanıt vermiş olacağı ifade edilmiştir.
- Sarısu deresinin kano için uygun olduğu ve bu alanda kullanılabileceği belirtilmiştir. Sarısu plajına akan Sarısu deresi üzerinde kano sporu yapılabileceği, buna yönelik yatırımların değerlendirilmesinin faydalı olacağı ifade edilmiştir.
- Dalış kulüplerinin izin süreçlerinin hızlandırılması beklenmektedir. Dalış konusunda yatırım yapacak ya da etkinlik düzenleyecek kişi ve grupların izin süreçlerinin uzunluğu nedeniyle zorluk yaşadıkları ifade edilmiştir. Bu kapsamda hızlı ve etkin izin süreçleri kurgulanması konusunda destek beklentisine değinilmiştir.
- Kandıra'da yazlıkların paylaşım ekonomisine açılmasının faydalı olacağı belirtilmiştir. Alan olarak kısıtlı bir yapısı olan Kandıra'nın sahil yerleşimlerinde bulunan yazlık konutların önemli yer kapladığı, bu yapıların sahipleri tarafından boş kalmamaları için paylaşım açılmasının fayda sağlayacağı ifade edilmiştir.





GENEL DEĞERLENDİRME

Teknolojik ve ekonomik gelişmeler, tüm dünyada sosyal-kültürel alanda birçok değişime neden olmuştur. Bilgi teknolojileri aracılığıyla bilgiye ulaşma hızı ve kolaylığı, bireylerin farkındalık düzeyini artırmış, dünya pazarları hakkında bilgi edinme imkanını sağlamıştır. Dolayısıyla, bilinç düzeyi ve sosyo-ekonomik düzeylerindeki değişimler ile birlikte, bireylerin tüketim alışkanlıklarında da değişimler gerçekleşmeye başlamıştır. Dünyada gerçekleşen gelişmeler ve ilerlemeler her alanda olduğu gibi, turizm endüstrisinde de büyük değişimlere sebep olmuştur. Bu değişimlerin başında geleneksel kitle turizm anlayışının, alternatif turizm çeşitlerine doğru yönelmeye başlaması olmuştur.

Turizm faaliyeti temelinde insanların bulundukları yerlerden başka yerlere doğru hareketlerini kapsamaktadır. Yüzyıllardır insan hayatında önemli bir yer tutan seyahat, turizm kavramı, dünyada yaşanan gelişmeler ile birlikte sürekli değişmiştir. 20. Yüzyıla kadar süren teknolojik gelişmeler, turizmde dijital dönüşüme neden olmuş, bu dönüşüm, birçok turizm faaliyetinde hız ve konfor katma değeri ile en önemli imkânları insan yaşamına sunmuştur. Teknolojik ilerlemeler, seyahat, konaklama, yeme-içme, etkinlik ve deneyim gibi birçok turizm hizmetlerinde hız ve konfor düzeyini yükseltmiştir. Bilgi teknolojileri aracılığıyla bilinç düzeyi artan turistlerin beklentilerindeki artış da turizm alanındaki değişim ve dönüşümün daha hızlı gerçekleşmesine neden olmuştur. Turizm endüstrisinde bilginin yoğun kullanımı, bilgi ve iletişim teknolojilerine olan bağımlılığı beraberinde getirmiş ve dijital çağ bu süreci daha da hızlandırmıştır. Turistlerin beklentilerindeki değişim, turizm işletmelerinin yeni ürün ve hizmetler geliştirmelerine, mevcut ürün ve hizmetlerini gelişen teknoloji ile uyumlaştıracak faaliyetler gerçekleştirmelerine neden olmuştur.

Turizm endüstrisinde gerçekleşen bu değişim yalnızca işletmeleri değil, turizme esas teşkil eden mekan, şehir ve ülkelerin turizme açılması ve dünya turizm pazarında rekabet edebilmesi için planlı ve sistematik olarak geliştirilebilmesi için kamu ve yerel yönetimlerin de odak noktası durumundadır. Bacasız endüstri olarak bilinen turizm endüstrisi sıcak döviz girdisi, emek yoğun işgücü yapısı, giderek büyüyen pazarı ile ekonomik gelişimde şehirler, bölgeler ve ülkeler için oldukça önemli bir role sahiptir.

Ülkemizde 1927 yılında yapılan ilk nüfus sayımına göre halkın %75,8'i belde ve köylerde diğer bir ifadeyle kırsal alanlarda yaşarken, 2020 yılında kentsel alanlarda yaşayan nüfus oranı %76'ya ulaşmış, kırsal alanlardaki nüfus %24'e düşmüştür. Kentleşmenin hızla artması, kent yaşamının güçlükllerinden uzaklaşmak ihtiyacı duyan bireylerin turizm faaliyetlerine olan talebinde artışı beraberinde getirmiş ve deniz, kum, güneş olarak bilinen kitle turizm hareketliliğinden ziyade, başta kırsal turizm olmak üzere alternatif turizm alanları değer kazanmaya başlamıştır. Ülkemiz, deniz, kum, güneş zenginliğine olan yoğun ilginin yanısıra, doğal ve kültürel zenginlikleriyle de son yıllarda ulusal ve uluslararası alternatif turizm faaliyetlerinin de cazibe merkezi olmaya başlamıştır.

Önemli turizm merkezlerinden biri olan Kocaeli ilinin tarihi bugün İzmit olarak bilinen merkez ilçesine dayanmaktadır. Dünyanın önemli yollarının kesiştiği İzmit ve civarı, araştırmalara göre yaklaşık olarak M.Ö.3000'den itibaren insanların yaşadığı bir yerleşim yeri olup, Bitinya Krallığı'nın merkezi Nikomedia olup, helenistik bir kent olarak bilinmektedir. Selçuklular döneminde Türklerin hakimiyetine geçen kent, stratejik konumu, doğası, önemli yolların kavşağı üzerinde bulunması ve bir liman kenti olması gibi birçok özelliği nedeniyle, binlerce yıl boyunca büyük imparatorluk ve devletlerin ele geçirmek

istediği önemli bir merkez olmuştur. Bu durum, kentin tarihi ve kültürel köklü bir birikime sahip olmasına ve bu açıdan zengin bir turizm potansiyeline sahip olmasını sağlamıştır. Ülkemizin sanayisinin yaklaşık yüzde 13,5'ini gerçekleştiren Kocaeli ili, en çok göç alan illerin başında gelmekte, günümüzde de adeta bir kültür mozaïği özelliğine sahiptir. Diğer yandan, sanayisinden kaynaklı iş turizmi kapsamında yurt içi ve yurtdışından yoğun turist alırken, son yıllarda kamu ve özel nitelikli birçok sağlık kuruluşunu bünyesinde barındırdığı için sağlık turizmi amaçlı yoğun turist alan illerinin başlarında gelmektedir. Birçok seyyahın seyahat notlarına konu olan Kocaeli, Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde "Ağaç Denizi" olarak yer almış, günümüzde halen korunabilen eşsiz ormanları, doğası, verimli toprakları, yaylaları, şelaleleri, kente kıyısı bulunan Sapanca Gölü, Maşukiye, kar kalitesi yüksek Kartepe kayak merkezi, çok kültürlü nüfus yapısından kaynaklı zengin mutfağı, Marmara Denizi ve Karadeniz'deki sahillerinde mavi bayraklı plajları, antik döneme ait arkeolojik kalıntıların bulunduğu Kefken, Kerpe sahillerinde gizemli dalış imkanı ile birçok turizm çeşidini bünyesinde barındıran dünyada nadir rastlanabilecek kent konumundadır.

Tarihi, kültürel, doğal, ekonomik, demografik varlıkları ile zengin bir turizm çeşitliliğine sahip olan Kocaeli ilinin bütünlük bir turizm planlaması gereksinimi bulunmaktadır. Kentte yer alan kurum ve kuruluşların son yıllarda farklı turizm alanlarında gerçekleştirdikleri proje, çalıştay, bilimsel araştırmalar ile elde edilen temel bilgilerden de hareketle, kent markalaşması süreci ve turizm master planının bütünlük, sistematik ve planlı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için 2020 yılında Kocaeli Büyükşehir Belediyesi yürütücülüğü ve kentin kurum, kuruluş ve sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere tüm paydaşlarının dahil edildiği büyük ölçekli bir çalışma başlatılmıştır.

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi bu kapsamda, kentin turizm varlıkları ve potansiyelini belirlemek ve bu varlıkları koruyarak sürdürülebilir turizm stratejilerinin hayata geçirilmesi için Master Plan çerçevesinin belirlenmesi hedefiyle 2021 yılında Kocaeli Üniversitesi ve Gebze Teknik Üniversitesi'nin katkıları ile çalışma grupları oluşturarak kentin yöneticileri ve halkına yönelik olarak araştırmalar yapmış, elde edilen verilerden hareketle Turizm Şurası gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, kentin öne çıkan turizm varlıkları ve değerleri dikkate alınarak Şura'da aşağıdaki 7 temel başlık altında odak gruplar oluşturulmuş ve her bir konu detaylı bir şekilde tartışılmıştır.

- 1.Doğa ve Eko Turizm
- 2.Kültür Tarih ve İnanç Turizmi
- 3.Spor ve Kış Turizmi
- 4.Sağlık Turizmi
5. İş, Kongre, Fuar ve Endüstriyel Turizm
- 6.Gastronomi ve Yöresel Değerler
- 7.Deniz Turizmi

Bütün odak gruplarda irdelenen başlıklar altında, Kocaeli ilinin turizm potansiyelinde öne çıkan değerlerini belirlemede ve stratejik olarak bütünlük bir turizm hareketliliğinin gerçekleştirilmesi için yol gösterici sonuçlara ulaşılmıştır. Yaklaşık 170 kişinin katıldığı odak grup toplantılarında öne çıkan konular ve ayrıntılar belirlenmiştir.

Kocaeli'nin doğa ve eko turizm değerinin belirgin bir şekilde öne çıktığı, yaklaşık 100 km mesafede bulunan İstanbul'da şehrin stresli yaşamından uzaklaşmak isteyen milyonlarca kişinin cazibe merkezi konumunda olduğu belirlenmiştir. Ancak, yetersiz konaklama ve alt yapı imkanları nedeniyle günübirlik ziyaretlerin yoğunlukta olduğu, turizm endüstrisinden hedeflenen payı alabilme noktasında bu durumun bir olumsuzluk olduğu, çözüm için eyleme geçilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Konaklamalı kırsal turizm faaliyetleri kapsamında yer alan karavan turizmi 2020-2021 yıllarında Amerika'da %80'lik Avrupa'da ise %33,7'lik bir oranda artış göstermiş olması dikkate alındığında, Kocaeli ilinin doğa turizmi açısından çok önemli bir potansiyele sahip olduğu, turizm yatırımları ile birlikte doğanın korunması ve sürdürülebilirliği konusuna da hassasiyet gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Özellikle, ev pansiyonculuğu, eko turizm vurgusu yapılmış bunun için bilgilendirme, farkındalık çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği belirlenmiştir. Kış turizmi ve deniz turizmine yönelik turistlerin alternatif turizm çeşitlerine yönlendirilerek, kentte daha uzun süre kalmalarının sağlanması ve alt yapının da buna göre tamamlanması gerektiği ifade edilmiştir.

Sanayisi nedeniyle, iş turizmi nedeniyle yoğun olarak turist alan kentin, bu turistlere yönelik olarak herhangi bir planlı turizm hizmeti çalışmasının olmadığı, hatta bu kişilerin kentte konaklamadığı ve kentin diğer turizm değerlerinden yararlanmadan kentten ayrıldıkları

ya da bilinen bir yer olarak İstanbul'u tercih ettiklerinin altı çizilmiştir. Kocaeli'nin bölgesel, ulusal ve uluslararası fuar, kongre vb etkinliklerin merkezi olma potansiyeli bulunduğu ve bunun için girişimlerde bulunulması gerektiğine vurgu yapılmıştır. İş turizmi amacıyla gelen turistlerin diğer turizm çeşitlerine yönlendirilerek kentte geceleme süresinin artırılması yönünde turizm acenteleri ile birlikte çalışmalar yapılması gerektiği ortak görüşüne varılmıştır. Aynı durum, sağlık turizmi amacıyla gelen turistler için de geçerli olup, benzer stratejinin bu amaçla gelen turistler için de geliştirilmesi gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Kentin kültürel değerlerinin, tarımsal ve hayvansal ürünler, yöresel ürünlerinin ve çok kültürlü kent nüfusundan kaynaklanan gastronomi değerlerinin çeşitliliğine vurgu yapılmış, turistik değer ifade eden tüm yöresel ürünler için envanter çalışmalarının yapılması, yerel halkın planlı olarak yöresel turistik ürün üretimi ve pazarlamasına katılımının sağlanması, girişimcilik modellerinin oluşturulmasının gerekliliğine yönelik görüş birliğine varılmıştır. Diğer yandan, kentte tarih, kültür ve inanç değerleri noktasında birçok turistik varlığın olduğu, bu değerlerin turizme açılmasında hassasiyet gösterilmesi, sürdürülebilirliğine önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak; Kocaeli'nin dört mevsim alternatif birçok turizm çeşitliliğine sahip olduğu, ancak sistematik, planlı, bütünsel, sürdürülebilir stratejiler geliştirilmeye ihtiyaç olduğunun önemi vurgulanmıştır.

Turizme yönelik doğru stratejileri geliştirmek ve marka kimliğini tutarlı şekilde tasarlamak için doğru ve kapsamlı tespitlere dayanan bir sürecin önemli bileşeni olarak insanların algı ve beklentilerinin ölçümü hedeflenmiştir. Bu çerçevede; Kocaeli halkının, Türkiye genelindeki potansiyel iç turistlerin ve yabancıların değerlendirmelerinden oluşan ve birbiriyle bütünüyle nitelikte bir dizi anket süreci yürütülmüştür.

Nihai hedefi Kocaeli Turizm Master Planı'na ve Kocaeli marka kimliğinin şekillenmesine girdi sağlamak olan "Kocaeli Algı Araştırması" sürecinde zamanı ve kaynakları etkin kullanan, Covid-19 salgını kaynaklı kısıtlamaların neden olduğu olumsuzlukları minimize eden ve mümkün olan en detaylı şekilde analize olanak sağlayacak bir süreç kurgulanması öncelikli görülmüştür.

Bu çerçevede "Kocaeli Algı Araştırması" süreci tamamlanmış ve analizlerde kullanılacak tespitleri içerir şekilde rapor haline getirilmiştir.

Araştırma, dört farklı kitleye yönelik olarak tasarlanmış olup bu kitlelerden edinilen bilgilerin kendi içlerinde ve birbirleriyle sistemli bir şekilde karşılaştırılmasını kapsamaktadır. Bu kitleler;

- Kocaeli halkı (549 kişi),
- Türkiye geneli potansiyel iç turistler (1.567 kişi),
- Türkiye'nin farklı destinasyonlarında ve Kocaeli'de bulunan yabancı turistler (245 kişi),

olmak üzere toplam 2.361 kişilik bir örneklemden oluşmuştur.

"Kocaeli Algı Araştırması" çalışması olarak tanımlanan sürece yönelik olarak bir dizi ön hazırlık aşaması gerçekleştirilmiştir. Ön hazırlık sürecinde araştırma yöntemi ve sistemi kurgulanmış, bu yöntem müzakere edilmiş ve mutabık kalınan yöntem için örneklem seçimi ve anket tasarım süreçleri gerçekleştirilmiştir. Anket tasarım süreci öncesinde Kocaeli'nin turistik değerleri, Kocaeli'deki turistik aktiviteler ve alt destinasyonlar değerlendirilmiş ve anketin mümkün olduğunca katılımcıların yanıtlarını öngörecektir ve gerektiğinde ön bilgilendirmeyi yapabilecek şekilde kurgulanması sağlanmıştır. Sorular Kocaeli'deki ilgili paydaşlarla birlikte müzakere edilerek son halini almış ve uygulama aşamasına geçilmiştir. Uygulama aşamasında saha ekiplerinin seçimi ve gerekli eğitimleri almaları sağlanmış ve anketlerin doldurulması istenen mekanların planlaması yapılmıştır. Alınan yanıtlar olası yazım ya da ifade yanlışlıklarından arındırılmak üzere veri temizleme işlemine alınmış ve SPSS yazılımına işlenmiştir. Yazılım ile her bir yanıt özelinde analiz gerçekleştirilmiş ve farklı anketlere verilen farklı yanıtlarla birlikte ileri analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu süreç teknik ekip tarafından analizle sonlandırılmış ve bu analizlere dayalı yorumlar uzman görüşleriyle birlikte gerçekleştirilmiştir.

Kocaeli Algı Araştırması Metodolojisi ve Süreci



Araştırmaya konu 4 farklı kitleye yönelik olarak;

- Kişilik özellikleri,
- Seyahat tercihleri ve bir destinasyondan beklentileri,
- Kocaeli algısı,
- Kocaeli bilgisi ve deneyimi

temalarında sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen yanıtların veri temizleme sonrasında istatistiki analiz yöntemlerine tabi tutulması ve yorumlanmaları ile Kocaeli için turizm ve markalaşma sürecini yönlendirebilecek nitelikte çıkarımlara ulaşılmıştır. Bu çıkarımların her biri soru ve kitle özelinde tespitler vermesinin yanı sıra birbirleri ile birlikte ele alınarak strateji girdisi niteliğinde çıkarımlara konu edilmiştir.

Kocaeli Halkının Algısı ve Beklentileri

Kocaeli'de ikamet edenlerin Kocaeli ve Kocaeli'nin turistik değerlerine ilişkin algısı ile bilgi düzeyini tespit etmek ve turizmden beklentilerini analiz etmek üzere 3 bölüm ve 22 sorudan oluşan bir anket düzenlenmiştir. 2021 yılı Nisan ayında yüz yüze görüşme yöntemiyle düzenlenen ve mekânsal dağılımda nüfus oranlarına dikkat edilen anket 549 kişi ile yapılmış, bu anketlerin 500 adedi analize uygun olarak doldurulmuş ve çalışmaya girdi olarak kullanılmıştır.

Katılımcı Profili ve Örneklem

Tablo 1. Anket Katılımcılarının Sosyo-demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

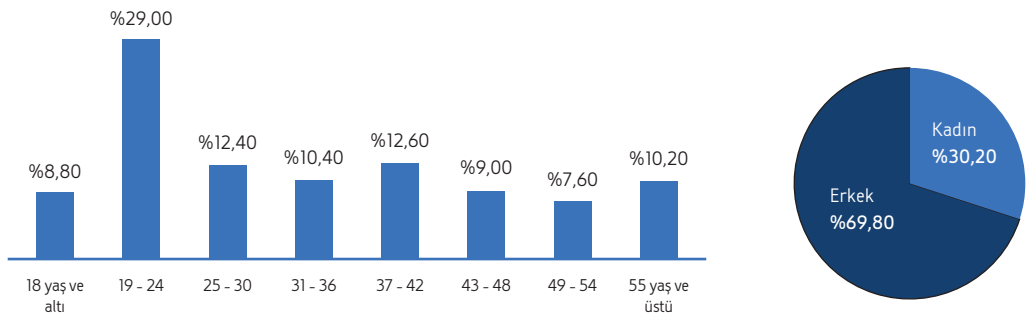
Değişkenler		n	%
Yaş (X ±SS, 33.70±13.66)	18 yaş ve altı	44	8.7
	19-24	145	29.0
	25-30	62	12.4
	31-36	52	10.5
	37-42	63	12.6
	43-48	45	8.9
	49-54	38	7.6
	55 yaş ve üstü	51	10.2

Cinsiyet	Kadın	151	30.3
	Erkek	349	69.7
Yaşanılan İlçe	Başiskele	28	5.7
	Çayırova	36	7.2
	Darıca	51	10.2
	Derince	33	6.5
	Dilovası	11	2.2
	Gebze	99	19.8
	Gölcük	39	7.8
	İzmit	98	19.6
	Kandıra	15	3.1
	Karamürsel	12	2.4
	Kartepe	35	7.0
	Körfez	43	8.5
En Son Bitirilen Okul	Okula Gitmedi/ İlköğretim Terk	4	0.9
	İlköğretim Mezunu (5 ya da 8 yıllık)	92	18.3
	Lise Mezunu (Meslek Lisesi Dahil)	182	36.4
	Yüksekokul (Ön lisans) Mezunu	31	6.1
	Üniversite (Lisans) Mezunu	69	13.7
	Lisansüstü Mezunu	5	1.1
	Öğrenci (Öğrenimi Devam Ediyor)	118	23.5
Çalışma Durumu	Emekli, şu an çalışıyor	27	5.4
	Emekli, şu an çalışmıyor	17	3.5
	Gelir getiren bir işi yok, çalışmıyor	158	31.6
	Maaş ya da ücret karşılığı çalışıyor	175	35.1
	Kendi hesabına çalışıyor	122	24.4
Meslek	İşsiz-şu an çalışmıyor-ek gelir yok, yardım alıyor	14	2.8
	İşsiz-şu an çalışmıyor-düzenli ek gelir var	21	4.1
	Ev kadını-ek gelir yok, yardım alıyor	3	0.7
	Ev kadını-düzenli ek gelir var	12	2.4
	Öğrenci	120	24.0
	İşçi/hizmetli-parça başı işi olan (yevmiye)	16	3.3
	İşçi/hizmetli-düzenli işi olan (maaş)	135	27.0
	Ustabaşı/kalfa-kendine bağlı işçi çalışan	8	1.5
	Yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs.	10	2.0
	Yönetici (1-5 çalışanı olan)	10	2.0

Meslek	Yönetici (1-5 çalışanı olan)	10	2.0
	Yönetici (11-20 çalışanı olan)	2	0.4
	Ücretli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.)	10	2.0
	Çiftçi (kendi başına/ailesiyle çalışan)	1	0.2
	Seyyar-Kendi işi (freelance dahil), dükkânda hizmet vermiyor	1	0.2
	Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil)	84	16.8
	İşyeri sahibi-1-5çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat)	41	8.3
	Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.)	7	1.3
	Diğer	5	1.1
Medeni Durum	Evli	237	47.5
	Bekar	252	50.3
	Dul	3	0.7
	Boşanmış	8	1.5
TOPLAM		500	100.0

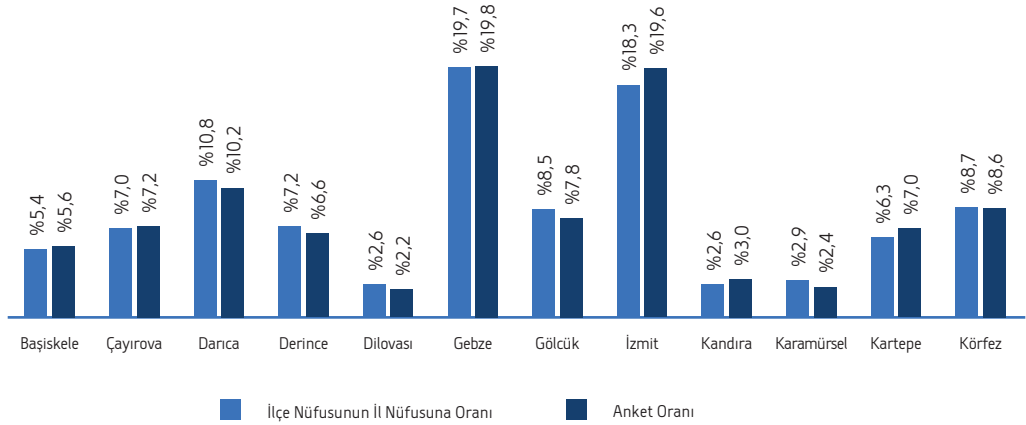
Anket uygulamasında yaş gruplarına ve cinsiyete göre dağılıma dikkat edilmiş, örneklemin profili uyumlu olarak katılanlar arasında gençler ve erkekler çoğunlukta olmuşlardır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımları incelendiğinde; katılımcıların %8,7'sinin 18 yaş ve altı, %29'unun 19-24 yaş aralığında, %12,4'ünün 25-30 yaş aralığında, %10,5'inin 31-36 yaş aralığında, %12,6'sının 37-42 yaş aralığında, %8,9'unun 43-48 yaş aralığında, %7,6'sının 49-54 yaş aralığında ve %10,2'sinin ise 55 yaş ve üstü olduğu görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde; %30,3'ünün kadın, 69,7'sinin erkek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Yaşlarına ve Cinsiyetlerine Göre Dağılımı



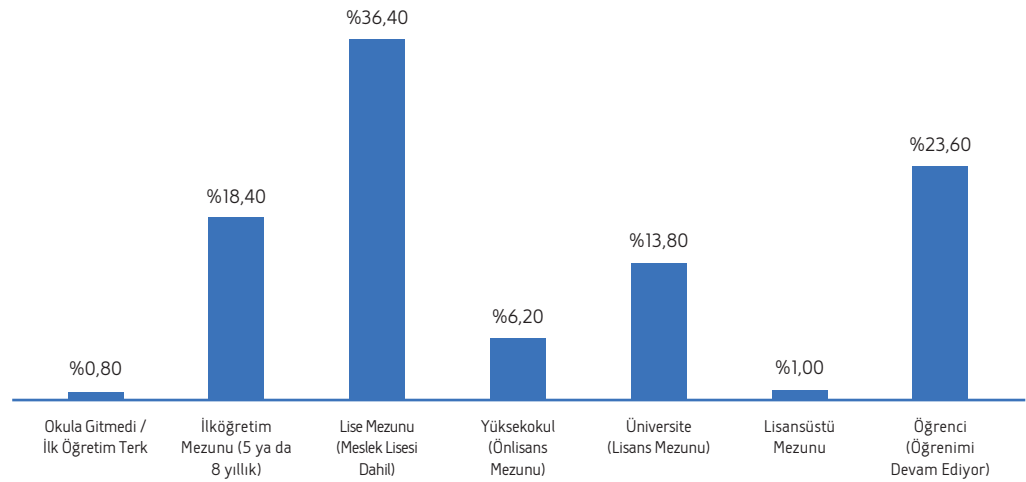
Anketler ilçelerin nüfuslarına oranlı şekilde mekânsal dağılıma dikkat edilerek uygulanmıştır. Katılımcıların %5,7'si Başiskele, %7,2'si Çayırözü, %10,2'si Darıca, %6,5'i Derince, %2,2'si Dilovası, %19,8'i Gebze, %7,8'i Gölçük, %19,6'sı İzmit, %3,1'i Kandıra, %2,4'ü Karamürsel, %7'si Kartepe ve %8,5'i Körfez ilçelerindendir.

Katılımcıların İkamet Ettikleri İlçelere Göre Dağılımı



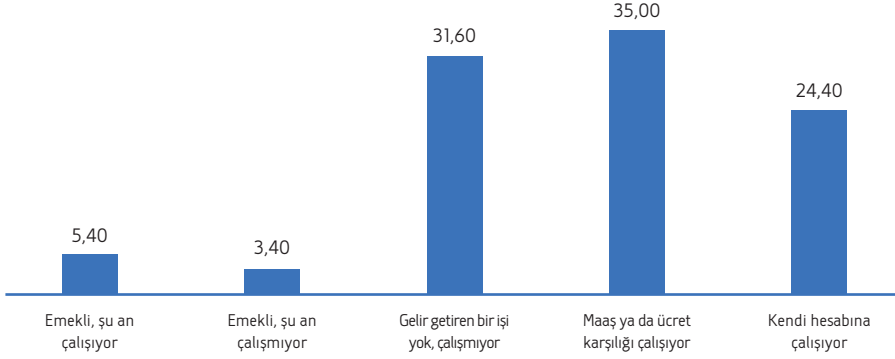
Ankete farklı eğitim seviyelerinden kişilerin katılımı sağlanmıştır. Katılımcıların %0,9'u okula gitmeyen ya da ilköğretim terk, %18,3'ü ilköğretim mezunu, %36,4'ü lise mezunu, %6,1'i yüksekokul mezunu, %13,7'si üniversite mezunu, %1,1'i lisansüstü mezunu ve %23,5'i ise öğrencidir.

Katılımcıların Son Bitirdikleri Okula Göre Dağılımı



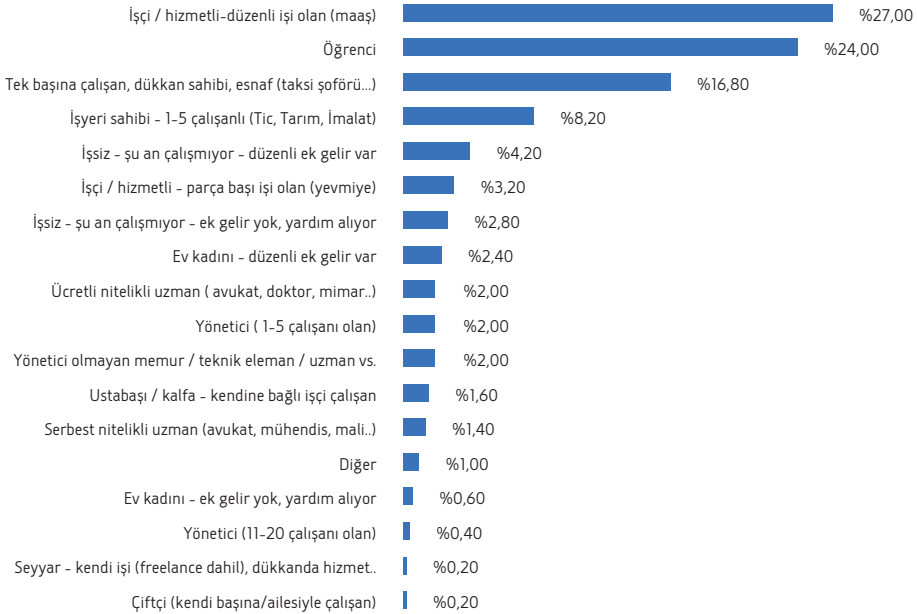
Örneklem çalışma durumlarına göre dağıtılmıştır. Katılımcıların çalışma durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %5,4'ünün emekli olup çalışmakta olan, %3,5'inin emekli olup çalışmayan, %31,6'sının gelir getiren bir işi bulunmayan, %35,1'inin maaş ya da ücret karşılığı çalışmakta olan ve %24,4'ünün kendi hesabına çalışanlardan oluştuğu görülmektedir.

Katılımcıların Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı



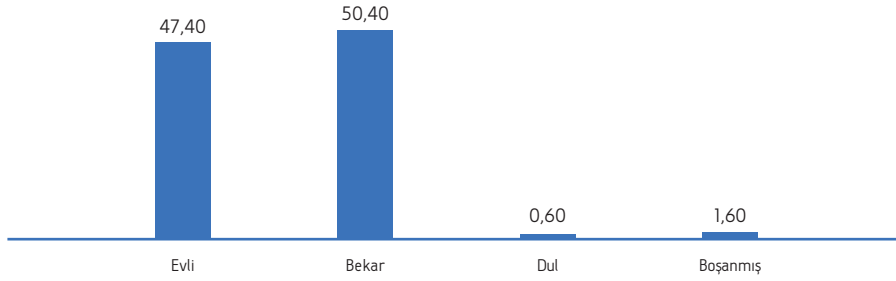
Ankete katılanlarda maaşlı çalışanlar, esnaf ve öğrenciler çoğunluktadır. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı incelendiğinde; %24'ünün öğrenci, %27'sinin işçi/hizmetli-düzenli işi olan (maaş), %16,8'inin tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Mesleklerine Göre Dağılımı



Katılımcılar arasında evli ve bekar olanlar eşit durumdadır. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %47,5'inin evli, %50,3'ünün bekar, %0,7'sinin dul ve %1,5'inin boşanmış olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı



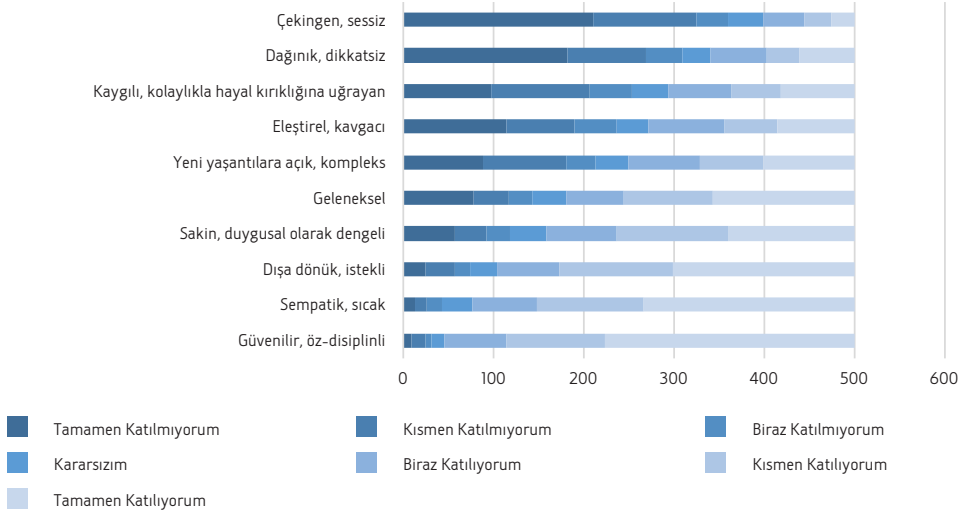
Kocaeli'ye yönelik değerlendirmelerin kişilik türlerine göre durumunu analiz etmek üzere kişisel özelliklere yönelik sorular yöneltilmiştir. Katılımcılara kişilik özelliklerine yönelik sorular yöneltilmiş, alınan yanıtlar Kocaeli algısı, Kocaeli bilgisi ve Kocaeli turizminden beklentilere ilişkin sorularla birlikte analiz edilmiştir.

Tablo 2. Anket Katılımcılarının Kişisel Özelliklere Ait İfadelere Verdiklerin Yanıtlara Göre Dağılımı

	Tamamen katılmıyorum		Kısmen katılmıyorum		Biraz katılmıyorum		Kararsızım		Biraz Katılıyorum		Kısmen katılıyorum		Tamamen katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Dışa dönük, istekli	25	5.0	33	6.6	17	3.4	29	5.8	69	13.8	125	25.0	202	40.4
Eleştirel, kavgacı	114	22.8	76	15.2	46	9.2	36	7.2	84	16.8	58	11.6	86	17.2
Güvenilir, öz-disiplinli	10	2.0	15	3.0	7	1.4	14	2.8	69	13.8	108	21.6	277	55.4
Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan	98	19.6	108	21.6	47	9.4	40	8.0	71	14.2	54	10.8	82	16.4
Yeni yaşantılara açık, kompleks	88	17.6	93	18.6	32	6.4	37	7.4	78	15.6	71	14.2	101	20.2
Çekingen, sessiz	211	42.2	113	22.6	36	7.2	38	7.6	46	9.2	29	5.8	27	5.4
Sempatik, sıcak	13	2.6	13	2.6	17	3.4	34	6.8	71	14.2	118	23.6	234	46.8
Dağınık, dikkatsiz	182	36.4	87	17.4	40	8.0	31	6.2	62	12.4	37	7.4	61	12.2
Sakin, duygusal olarak dengeli	58	11.6	34	6.8	26	5.2	40	8.0	78	15.6	123	24.6	141	28.2
Geleneksel	78	15.6	39	7.8	26	5.2	38	7.6	63	12.6	99	19.8	157	31.4

Katılımcılar arasında çekingen - sessiz, dağınık - dikkatsiz, kaygılı - kolay hayal kırıklığına uğrayan, eleştirel - kavgacı kişilikler öne çıkmıştır. Seçeneklere tamamen, kısmen ya da biraz katıldığını söyleyenlere göre katılımcılar sıralandığında çekingen - sessiz, dağınık - dikkatsiz, kaygılı - kolay hayal kırıklığına uğrayan, eleştirel - kavgacı kişilikler ön plandadır. Buna karşın güvenilir - öz-disiplinli, sempatik - sıcak, dışa dönük - istekli kişilikler en nadir rastlananlar olmuştur.

Anket Katılımcılarının Kişisel Özelliklere Ait İfadelere Verdikleri Yanıtlara Göre Dağılımı



Soruya verilen yanıtlarda;

- **“Dışa dönük, istekli”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5’inin tamamen katılmıyorum, %6,6’sının kısmen katılmıyorum, %3,4’ünün biraz katılmıyorum, %5,8’inin kararsızım, %13,8’inin biraz katılıyorum, %25’inin kısmen katılıyorum ve %40,4’ünün tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Eleştirel, kavgacı”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %22,8’inin tamamen katılmıyorum, %15,2’sinin kısmen katılmıyorum, %9,2’sinin biraz katılmıyorum, %7,2’sinin kararsızım, %16,8’inin biraz katılıyorum, %11,6’sının kısmen katılıyorum ve %17,2’sinin tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Güvenilir, öz-disiplinli”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2’sinin tamamen katılmıyorum, %3’ünün kısmen katılmıyorum, %1,4’ünün biraz katılmıyorum, %2,8’inin kararsızım, %13,8’inin biraz katılıyorum, %21,6’sının kısmen katılıyorum ve %55,4’ünün tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %19,6’sının tamamen katılmıyorum, %21,6’sının kısmen katılmıyorum, %9,4’ünün biraz katılmıyorum, %8’inin kararsızım, %14,2’sinin biraz katılıyorum, %10,8’inin kısmen katılıyorum ve %16,4’ünün tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Yeni yaşantılara açık, kompleks”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %17,6’sının tamamen katılmıyorum, %18,6’sının kısmen katılmıyorum, %6,4’ünün biraz katılmıyorum, %7,4’ünün kararsızım, %15,6’sının biraz katılıyorum, %14,2’sinin kısmen katılıyorum ve %10,2’sinin tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Çekingen, sessiz”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %42,2’sinin tamamen katılmıyorum, %22,6’sının kısmen katılmıyorum, %7,2’sinin biraz katılmıyorum, %7,6’sının kararsızım, %9,2’sinin biraz katılıyorum, %5,8’inin kısmen katılıyorum ve %5,4’ünün tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Sempatik, sıcak”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2,6’sının tamamen katılmıyorum, %2,6’sının kısmen katılmıyorum, %3,4’ünün biraz katılmıyorum, %6,8’inin kararsızım, %14,2’sinin biraz katılıyorum, %23,6’sının kısmen katılıyorum ve %46,8’inin tamamen katılıyorum olduğu,
- **“Dağınık, dikkatsiz”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %36,4’ünün tamamen katılmıyorum, %17,4’ünün kısmen katılmıyorum, %8’inin biraz katılmıyorum, %6,2’sinin kararsızım, %12,4’ünün biraz katılıyorum, %7,4’ünün kısmen katılıyorum ve %12,2’sinin tamamen katılıyorum olduğu,

- “**Sakin, duygusal olarak dengeli**” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %11,6’sının tamamen katılmıyorum, %6,8’inin kısmen katılmıyorum, %5,2’sinin biraz katılmıyorum, %8’inin kararsızım, %15,6’sının biraz katılıyorum, %24,6’sının kısmen katılıyorum ve %28,2’sinin tamamen katılıyorum olduğu,
- “**Geleneksel**” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %15,6’sının tamamen katılmıyorum, %7,8’inin kısmen katılmıyorum, %5,2’sinin biraz katılmıyorum, %7,6’sının kararsızım, %12,6’sının biraz katılıyorum, %19,8’inin kısmen katılıyorum ve %31,4’ünün tamamen katılıyorum olduğu görülmektedir.

Halkın Kocaeli Bilgisi ve Algısı

Kocaeli’de ikamet edenlerin Kocaeli ve Kocaeli’nin değerlerine yönelik bilgi düzeyini ve algısını ölçmek ve stratejilere girdi sağlayacak bulgulara ulaşmak üzere oluşturulmuş 5 soru sorulmuş ve alınan yanıtlar doğrudan ve ileri düzey analizlerde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Anket Katılımcılarının Kocaeli Bilgisi ve Algısına Yönelik Temel Değerlendirmeleri

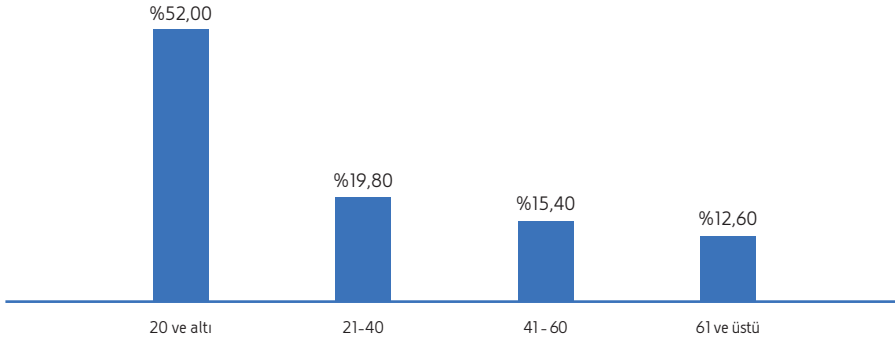
Değişkenler		n	%
Sizce yerli turizm destinasyonları arasında Kocaeli kaçınıcı sırada gelmekte? (X ±SS, 29.69±22.58)	18 yaş ve altı	44	8.7
	1-20	260	52.1
	21-40	99	19.8
	41-60	77	15.5
	61 ve üstü	63	12.6
Sizce Kocaeli’yi ziyaret eden turistlerin temel amacı nedir? (Tek cevap işaretleyiniz)	Yenilik-eğlenmek	13	2.6
	Kaçış-dinlenmek	60	12.0
	Aile-eş-arkadaşımlla vakit geçirmek	42	8.5
	Özgür olmak	5	1.1
	Doğayı yaşamak	84	16.8
	Yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak	14	2.8
	Heyecan-keşfetmek	8	1.5
	Hobi-kişisel beceri geliştirmek	5	1.1
	İş, ticaret veya yatırım yapmak	230	46.0
	Huzur-hayata yeni bir bakış açısı kazanmak	2	0.4
	Kalabalıktan uzak olmak	13	2.6
	Nostalji-anı tazelemek	1	0.2
	Romantizm	1	0.2
	Kampçılık veya karavan	11	2.2
	Gastronomi(yeme-içme)	1	0.2
	Diğer	9	1.7

Tablo 3. Anket Katılımcılarının Kocaeli Bilgisi ve Algısına Yönelik Temel Değerlendirmeleri (Devam)

Değişkenler		n	%
Kocaeli'yi daha önce görmemiş birine nasıl anlatırsınız? (Tek cevap işaretleyiniz)	Kültürel Zenginlikler Kenti	4	0.9
	Doğal Güzellikler Kenti	66	13.3
	Termal Sular ve Şifa Kenti	1	0.2
	Yöresel Yemekleriyle Ünlü Bir Kent	2	0.4
	Kayak Merkezi	37	7.4
	Sahil ve Deniz Kenti	72	14.4
	Macera ve Sportif Faaliyetler Merkezi	1	0.2
	Geçiş Rotası	34	6.8
	Sanayi Kenti	257	51.4
	Liman Kenti	9	1.7
	Diğer	16	3.3
Kocaeli hakkında sayacağım senaryolardan olmasını en çok isterim	Önemli bir turistik destinasyon	156	31.2
	Önemli bir sanayi merkezi	69	13.7
	Önemli bir temiz üretim kenti	117	23.3
	Önemli bir bilim ve ar-ge kenti	111	22.2
	Örnek alınacak bir modern tarım kenti	48	9.6
Kocaeli hakkında sayacağım senaryolardan olmasını en az isterim	Önemli bir turistik destinasyon	48	9.6
	Önemli bir sanayi merkezi	284	56.9
	Önemli bir temiz üretim kenti	21	4.1
	Önemli bir bilim ve ar-ge kenti	16	3.3
	Örnek alınacak bir modern tarım kenti	131	26.1
TOPLAM		500	100.0

Kocaeli halkı Kocaeli'yi Türkiye'nin başlıca turizm destinasyonları arasında görmektedir. Yerli turizm destinasyonları arasında Kocaeli'nin yerini anlamaya yönelik soruya verilen yanıtların dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %52,1'inin 1-20 arası, %19,8'inin 21-40 arası, %15,5'inin 41-60 arası ve %12,6'sının 61 ve üstü cevabını verdiği görülmektedir.

Yerli Turizm Destinasyonlarında Kocaeli'nin Görüldüğü Yer



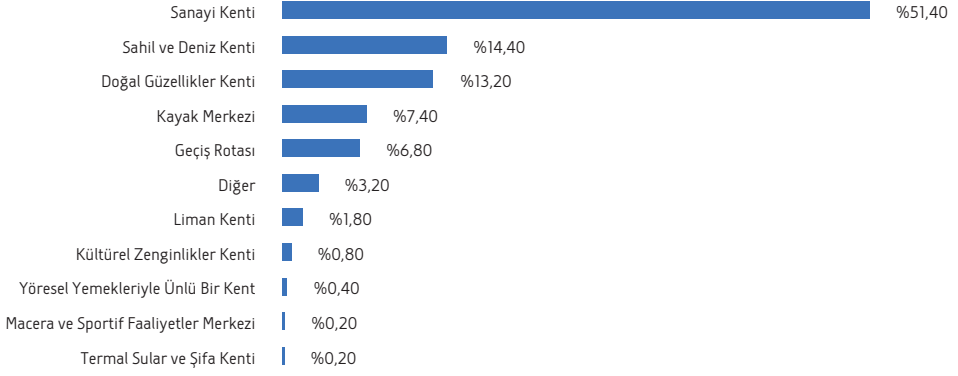
Kocaelililer, Kocaeli'ye gelen turistin iş, ticaret ya da yatırım amaçlı geldiğini düşünmektedir. Kocaeli'yi ziyaret eden turistlerin temel geliş amacına ilişkin yöneltilen sorulara alınan yanıtlarda %46 ile iş, ticaret veya yatırım yapmak yanıtı ilk sırada gelmektedir. Bu yanıtı %12 ile kaçış - dinlenmek ve %16,8 ile doğayı yaşamak takip etmektedir. Bu durum Kocaelililerde Kocaeli'nin iş ve doğa turizmi destinasyonu kimliğinin ön planda yer aldığını göstermektedir.

Kocaeli'nin Ziyaret Edilme Nedenlerine İlişkin Yanıtlar



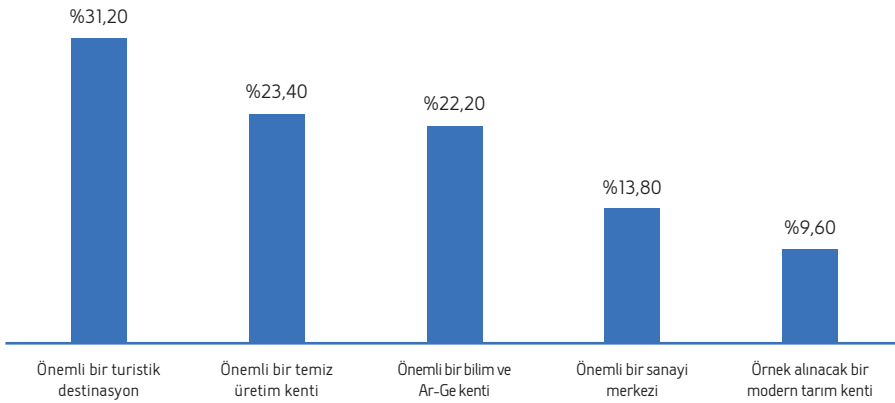
Kocaelililer, Kocaeli'yi daha önce görmemiş birisine sanayi kenti olarak anlatma eğilimindedir. Kocaeli'yi daha önce görmemiş birine Kocaeli'nin nasıl anlatılacağına yönelik soruya verilen yanıtlar arasında %51,4 ile "sanayi kenti" ilk sırada gelmektedir. Bir başka deyişle her iki Kocaeliliden birisi Kocaeli'yi sanayi kenti olarak tanımlamaktadır. Bunu takiben %13,3 ile "doğal güzellikler kenti", %14,4 ile "sahil ve deniz kenti" tanımlamaları öne çıkmaktadır. İlde yoğun şekilde bulunan kültürel mirasa, termal kaynaklara, yöresel yemeklere, macera ve spor olanaklarına yönelik tanımlamalar ise son derece düşük orandadır.

Kocaelililerin Kocaeli'yi Daha Önce Görmemiş Birisine Tanımlama Şekilleri



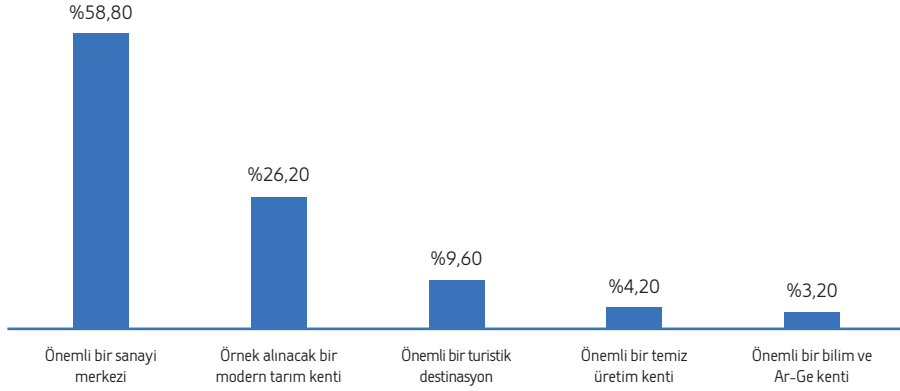
Kocaelililer sanayi kenti olarak tanımladıkları Kocaeli'yi turistik destinasyon olarak görmek istemektedir. Kocaeli'nin daha önce görmemiş olanlara anlatılma şeklinin aksine Kocaelililer tarafından ilin önemli bir turistik destinasyon olması isteği baskındır. Kocaelililer ili tanımlarken sanayi kenti ifadesini ön planda tutarlarken ilin turistik destinasyon olarak görülme isteği %31,2 ile ilk sırada yer almıştır. Bunu %23,3 ile önemli bir temiz üretim kenti ve %22,2 ile önemli bir bilim ve ar-ge kenti olarak görme isteği takip etmiştir. Sanayi ve tarım kenti ifadeleri ise geri planda kalmıştır.

Kocaelililerin Kocaeli'nin Olmasını İstedikleri Senaryolar



Kocaelililer Kocaeli'nin sanayi merkezi olarak anılmasını istememektedir. Kocaelililere yöneltilen il için en istenmeyen senaryoya ilişkin soruya verilen yanıtlarda "önemli bir sanayi merkezi" yanıtı %56,9'luk oranla ilk sırada yer almıştır. Bu senaryoyu %26,1 ile "örnek alınacak modern bir tarım kenti" takip etmiştir.

Kocaelililerin Kocaeli'nin Olmasını İstemedikleri Senaryolar



Kocaelililer Kocaeli'nin benzerlerinden güçlü sanayisi ile ayrıştığını düşünmektedir. Kocaeli'yi diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerine yönelik soruya verilen yanıtlar "güçlü sanayisi" terimini öne çıkarmaktadır. Bu ayırıcı özelliklere yönelik olarak sorulan ve ilk 3 kavramın istendiği soruda ilk olarak sanayi kavramı belirtilmişken, ikinci ve üçüncü özellik olarak "hiçbir şey" kavramının %46,8 ve %65,1 seviyelerinde olması, bu sanayi kenti tanımının alternatifinin dahi düşünülmemiş olduğunu vurgulamaktadır. İlk seçenek olarak sanayi kavramını seçmemiş olup ikinci ve üçüncü sırada bu tanımlı yapanlar da eklendiğinde anketin uygulandığı her 100 kişiden 71'inin bu kavramı tercih ettiği görülmektedir.

Sanayi algısı çıkartıldığında Kocaeli coğrafyası, doğası ve körfezi ile anılmaktadır. Sanayi ile ilgili yanıtlar çıkartıldığında Kocaeli'nin baskın ayırıcı özellikleri coğrafi konumu ve yapısı, eşsiz doğası ile temiz havası ve körfezi ön sıralarda yer almaktadır. Bu durum Kocaeli'nin sanayi harici algısında doğanın ön plana çıktığını göstermektedir.

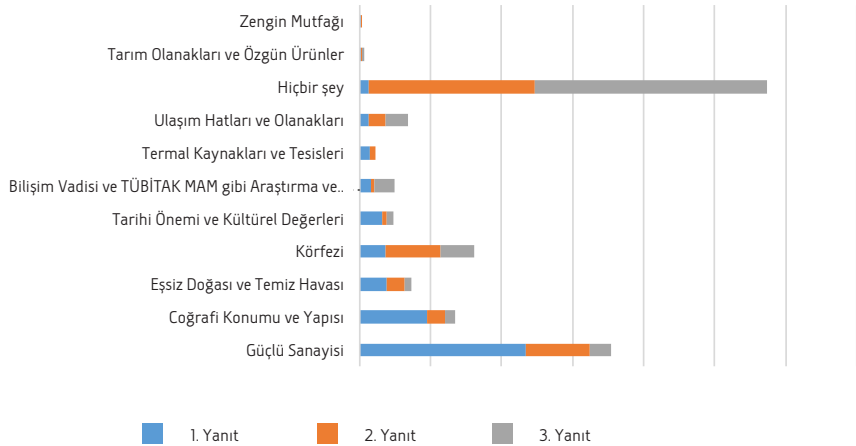
Tablo 4. Kocaeli'yi Benzerlerinden Ayıran Temel Özellikler

	Özellik	n	%
Sizce Kocaeli'yi benzer mekânlardan ayrıştıran temel özelliği nedir? (Azami üç yanıt işaretleyiniz)	Tarihi Önemi ve Kültürel Değerleri	33	6.5
	Termal Kaynakları ve Tesisleri	15	3.1
	Eşsiz Doğası ve Temiz Havası	38	7.6
	Tarım Olanakları ve Özgün Ürünleri	2	0.4
	Coğrafi Konumu ve Yapısı	95	19.0
	Zengin Mutfağı	2	0.4
	Güçlü Sanayisi	234	46.8
	Körfezi	37	7.4
	Ulaşım Hatları ve Olanakları	14	2.8
	Bilişim Vadisi ve TÜBİTAK MAM gibi Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri	16	3.3
	Hiçbir şey	13	2.6

Tablo 4. Kocaeli'yi Benzerlerinden Ayıran Temel Özellikler (Devam)

	Özellik	n	%
Sizce Kocaeli'yi benzer mekânlardan ayıştıran temel özelliği nedir? (Azami üç yanıt işaretleyiniz)	Tarihi Önemi ve Kültürel Değerleri	5	1.1
	Termal Kaynakları ve Tesisleri	8	1.5
	Eşsiz Doğası ve Temiz Havası	26	5.2
	Tarım Olanakları ve Özgün Ürünleri	2	0.4
	Coğrafi Konumu ve Yapısı	26	5.2
	2 Zengin Mutfağı	2	0.4
	Güçlü Sanayisi	90	18.1
	Körfezi	77	15.5
	Ulaşım Hatları ve Olanakları	23	4.6
	Bilişim Vadisi ve TÜBİTAK MAM gibi Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri	5	1.1
	Hiçbir şey	234	46.8
	3 Tarihi Önemi ve Kültürel Değerleri	10	2.0
	Termal Kaynakları ve Tesisleri	0	0.0
	Eşsiz Doğası ve Temiz Havası	9	1.7
	Tarım Olanakları ve Özgün Ürünleri	3	0.7
	Coğrafi Konumu ve Yapısı	14	2.8
	Zengin Mutfağı	0	0.0
	Güçlü Sanayisi	31	6.1
	Körfezi	48	9.6
	Ulaşım Hatları ve Olanakları	31	6.1
	Bilişim Vadisi ve TÜBİTAK MAM gibi Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Merkezleri	29	5.9
	Hiçbir şey	326	65.1
TOPLAM		500	100.0

Kocaeli'yi Benzerlerinden Ayıran Temel Özellikler



Kocaelililer nezdinde Kocaeli'nin başlıca turistik değeri Kartepe Kayak Merkezidir. Ankete yanıt verenlerin %61,8'i Kartepe Kayak Merkezi'ni Kocaeli'nin en önemli turistik değerlerinden biri olarak tanımlamıştır. Bu oranla Kartepe açık ara Kocaelililer nezdinde ilin en önemli turistik değeri olarak öne çıkmıştır.

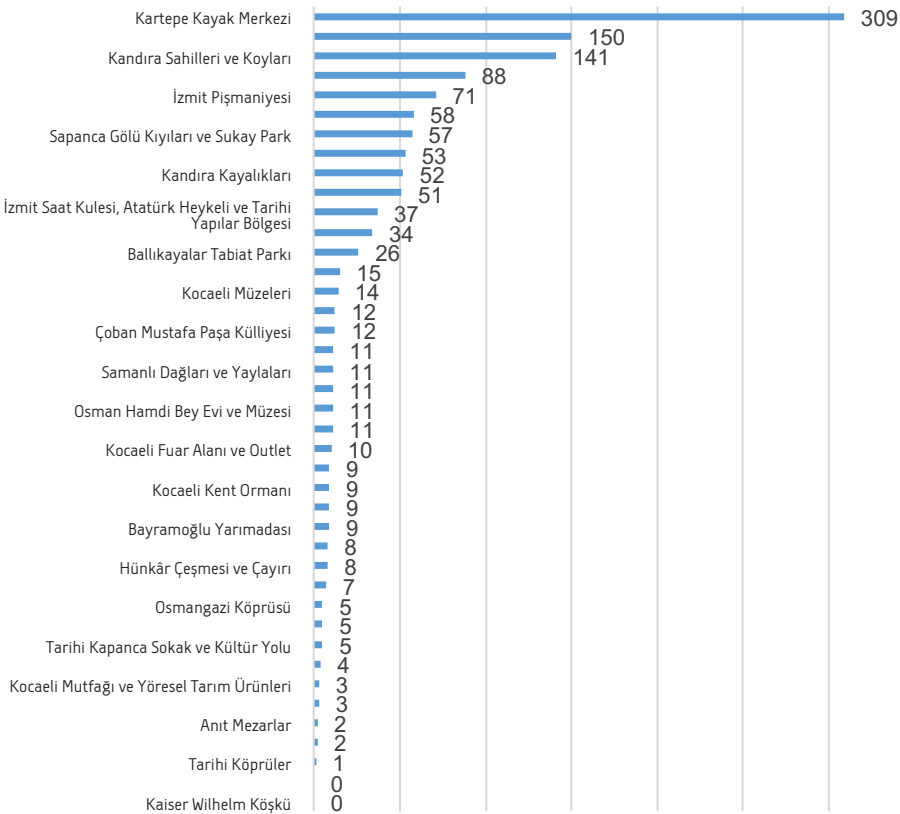
Kandıra sahilleri ile Maşukiye ve Kartepe yamaçları, kayak merkezinin ardından öne çıkan diğer turistik değerlerdir. Ankete yanıt verenlerin %30'u Maşukiye ve Kartepe yamaçlarını, %28,2'si Kandıra sahilleri ve koylarını ilin öne çıkan turistik değerleri olarak tanımlamıştır.

Kocaelililer nezdinde Kocaeli'nin öne çıkan temel yöresel ürünü pişmaniyedir. Kocaeli'nin turistik değerlerine yönelik soruya verilen yanıtlarda İzmit pişmaniyesi yöresel ürün olarak en önde görülen değer olmuştur.

Genel itibarıyla Kocaeli'nin doğal alanları ve sahilleri turistik açıdan öncelikli değerlendirilmektedir. Kocaelililer tarafından yapılan turistik değer önceliklendirmesi Samanlı Dağları'nın Kartepe - Başiskele hattındaki doğal alanları ile Kandıra, İzmit Körfezi ve Sapanca Gölü sahillerini ön plana çıkarmaktadır.

Kocaelililer Kocaeli'nin kültür varlıklarını turistik olarak ön planda görmemektedir. Önemli turistik değerlere yönelik verilen yanıtlar kültür varlıklarının geri planda kaldığı bir resim oluşturmıştır. Eskişehir (%10,6), İzmit Saat Kulesi, Atatürk heykeli ve tarihi yapılar bölgesi (%7,4), İzmit tarihi camileri (%3), Kocaeli müzeleri (%2,8) ve Çoban Mustafa Paşa Külliyesi (%2,4) kültür varlıkları arasında en öncelikli görülenler olsa dahi doğal değerlere ve sahillere göre oldukça geri planda kalmışlardır.

Kocaeli'yi Benzerlerinden Ayıran Temel Özellikler



Tablo 5. Kocaelililer Nezdinde Kocaeli'nin Önemli Turistik Değerleri

			n	%
Sizce Kocaeli'nin en önemli turistik değerleri nelerdir? (Çok cevap işaretleyebilirsiniz)	Kartepe Kayak Merkezi	Evet	309	61,9
		Hayır	191	38,1
	Kandıra Sahilleri ve Koyları	Evet	141	28,1
		Hayır	359	71,9
	Maşukiye ve Kartepe Yamaçları	Evet	150	30,1
		Hayır	350	69,9
	Yuvacık Baraj Gölü ve Serindere Kanyonu	Evet	88	17,6
		Hayır	412	82,4
	Kandıra Kayalıkları	Evet	52	10,5
		Hayır	448	89,5
	Bayramoğlu Yarımadası	Evet	9	1,7
		Hayır	491	98,3
	Beşkayalar Tabiat Parkı	Evet	2	0,4
		Hayır	498	99,6
	Ballıkayalar Tabiat Parkı	Evet	26	5,2
		Hayır	474	94,8
	Sekapark	Evet	51	10,2
		Hayır	449	89,8
	Eskihisar	Evet	53	10,7
		Hayır	447	89,3
	Ormanya	Evet	34	6,8
		Hayır	466	93,2
	Tarihi Kapanca Sokak ve Kültür Yolu	Evet	5	1,1
		Hayır	495	98,9
	İzmit Saat Kulesi, Atatürk Heykeli ve Tarihi Yapılar Bölgesi	Evet	37	7,4
		Hayır	463	92,6
	Sapanca Gölü Kıyıları ve Sukay Park	Evet	57	11,3
		Hayır	443	88,7
	Hünkâr Çeşmesi ve Çayırı	Evet	8	1,5
		Hayır	492	98,5
	Hannibal Anıt Mezarı	Evet	8	1,5
		Hayır	492	98,5
	Kocaeli Müzeleri	Evet	14	2,8
		Hayır	486	97,2
	Karamürsel Altın Kemer Plajı ve Karamürsel Sahilleri	Evet	11	2,2
		Hayır	489	97,8
	Tarihi İzmit Konakları	Evet	9	1,7
		Hayır	491	98,3
	İzmit Tarihi Camileri	Evet	15	3,1
		Hayır	485	96,9
	Osman Hamdi Bey Evi ve Müzesi	Evet	11	2,2
		Hayır	489	97,8
	Anıt Mezarlar	Evet	2	0,4
		Hayır	498	99,6

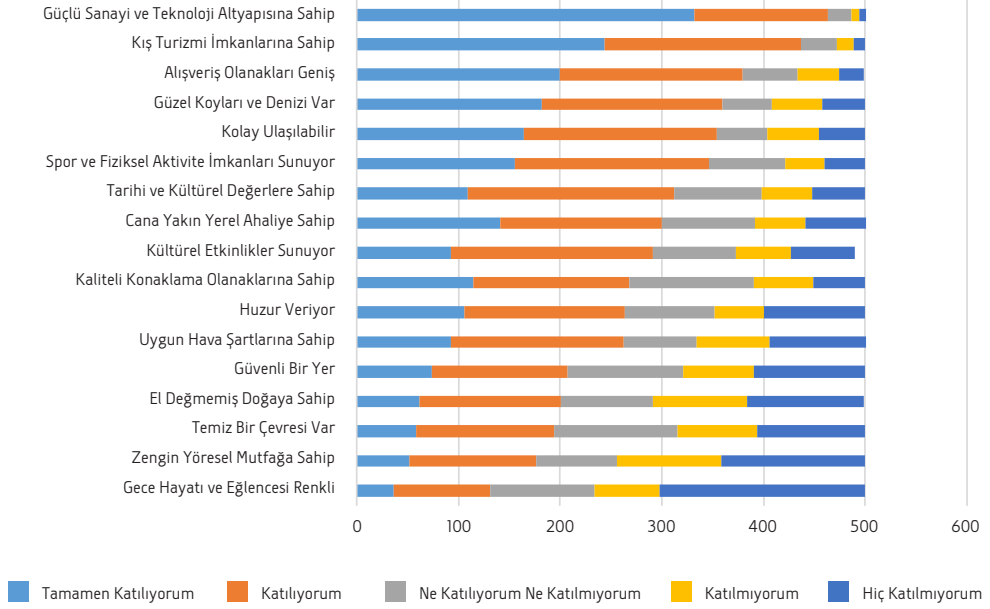
		n	%
Sizce Kocaeli’nin en önemli turistik değerleri nelerdir? (Çok cevap işaretleyebilirsiniz)	Gemi ve Denizaltı Müzeleri	Evet	11 2,2
		Hayır	489 97,8
	Kocaeli Kent Ormanı	Evet	9 1,7
		Hayır	491 98,3
	Nicomedia ve Antik Dönem Eserleri	Evet	3 0,7
		Hayır	497 99,3
	Kaiser Wilhelm Köşkü	Evet	0 0,0
		Hayır	500 100,0
	Hereke Halısı ve Hereke Fabrika-i Hümayun	Evet	9 1,7
		Hayır	491 98,3
	Çoban Mustafa Paşa Külliyesi	Evet	12 2,4
		Hayır	488 97,6
	Kocaeli Fuar Alanı ve Outlet	Evet	10 2,0
		Hayır	490 98,0
	Başdeğirmen Mesire Alanı	Evet	5 1,1
		Hayır	495 98,9
	Tarihi Köprüler	Evet	1 0,2
		Hayır	499 99,8
	Osmangazi Köprüsü	Evet	5 1,1
		Hayır	495 98,9
	İzmit Körfezi Sahilleri	Evet	58 11,5
		Hayır	442 88,5
	Jeolojik Oluşumlar ve Mağaralar	Evet	0 0,0
		Hayır	500 100,0
	Samanlı Dağları ve Yaylaları	Evet	11 2,2
		Hayır	489 97,8
	Darıca Faruk Yalçın Hayvanat Bahçesi ve Botanik Parkı	Evet	11 2,2
		Hayır	489 97,8
	Termal Kaynaklar ve Hamamlar	Evet	12 2,4
		Hayır	488 97,6
Geleneksel Kocaeli Köy Evleri ve Köy Ekoturizm Tesisleri	Evet	7 1,3	
	Hayır	493 98,7	
İzmit Pışmaniyesi	Evet	71 14,2	
	Hayır	429 85,8	
Kocaeli El Sanatları ve Yöresel Ürünleri	Evet	4 0,9	
	Hayır	496 99,1	
Kocaeli Mutfağı ve Yöresel Tarım Ürünleri	Evet	3 0,7	
	Hayır	497 99,3	
TOPLAM		500	100,0

Kocaeli'nin sanayi altyapısı, turizme yönelik potansiyelinin önünde görülmektedir. Kocaelililerin Kocaeli'nin turistik aktivitelerle ilişkilendirilebilecek niteliklerine yönelik soruya verdiği yanıtlar Kocaeli'nin "sanayi kenti" imajıyla örtüşmektedir. Katılımcıların %92,6'sı Kocaeli'nin güçlü sanayi ve teknoloji altyapısına sahip bir yer olduğunu ifade etmiştir.

Kocaeli'nin turistik nitelikleri arasında kış turizmi öne çıkmaktadır. Ankete katılan Kocaelililer arasında "kış turizmi imkanlarına sahip" nitelemesi %87,4 ile sanayi tanımlamasının ardından ikinci sırada yer almıştır. Bu durum kış turizmi kimliğinin deniz turizmi, doğa turizmi, spor turizmi gibi alternatiflerin önünde olduğunu ortaya koymaktadır.

Kocaeli'nin alışveriş olanakları turistik olarak öne çıkarılmaktadır. Kocaeli'nin turizme yönelik tanımlanmasıyla ilgili soruya verilen yanıtlar arasında alışveriş olanaklarının genişliği %72 oranında hemfikir olunan bir olgudur. Bu durum Kocaeli'nin alışveriş olanakları açısından zengin görüldüğünü ortaya koymaktadır.

Kocaelililer Nezdinde Kocaeli'yi Tanımlayan İfadeler



Kocaeli'nin gece hayatı ve eğlence olanaklarının kısıtlı olduğu değerlendirilmektedir. Anket katılımcılarının %53,2'si Kocaeli'nin "gece hayatı ve eğlencesi renkli" bir destinasyon olmadığını ifade etmişlerdir.

Kocaeli'de turizme yönelik yerel mutfağın yeterli olgunlukta olmadığını değerlendiren geniş bir kesim bulunmaktadır. Anket katılımcılarının %48,8'i Kocaeli'nin "zengin yöresel mutfağa sahip" bir destinasyon olmadığını görüşündedir.

Tablo 6. Kocaelililer Nezdinde Kocaeli'yi Tanımlayan İfadeler

	Hiç katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne katılıyorum ne katılmıyorum		Katılıyorum		Tamamen katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Güvenli bir yer	109.0	21.8	70	14.0	114	22.8	133	26.6	74	14.8
Güzel koyları ve denizi var	42.0	8.4	50	10.0	48	9.6	178	35.6	182	36.4
Kolay ulaşılabilir	45.0	9	51	10.2	50	10.0	190	38.0	164	32.8
Temiz bir çevresi var	106.0	21.2	78	15.6	122	24.4	136	27.2	58	11.6
El değmemiş doğaya sahip	115.0	23	93	18.6	90	18.0	139	27.8	62	12.4
Uygun hava şartlarına sahip	95.0	19	72	14.4	71	14.2	171	34.2	92	18.4
Tarihi ve kültürel değerlere sahip	52.0	10.4	50	10.0	86	17.2	203	40.6	109	21.8
Kaliteli konaklama olanaklarına sahip	51.0	10.2	58	11.6	123	24.6	154	30.8	114	22.8
Cana yakın yerel ahalیه sahip	60.0	12	49	9.8	92	18.4	159	31.8	141	28.2
Zengin yöresel mutfağına sahip	141.0	28.2	103	20.6	80	16.0	124	24.8	52	10.4
Alışveriş olanakları geniş	25.0	5	40	8.0	54	10.8	181	36.2	199	39.8
Gece hayatı ve eğlencesi renkli	202.0	40.4	64	12.8	103	20.6	95	19.0	36	7.2
Huzur veriyor	99.0	19.8	49	9.8	88	17.6	158	31.6	106	21.2
Spor ve fiziksel aktivite imkanları sunuyor	40.0	8	39	7.8	75	15.0	191	38.2	155	31.0
Kültürel etkinlikler sunuyor	73.0	14.6	54	10.8	82	16.4	199	39.8	92	18.4
Kış turizmi imkanlarına sahip	11.0	2.2	17	3.4	35	7.0	193	38.6	244	48.8
Güçlü sanayi ve teknoloji altyapısına sahip	7.0	1.4	7	1.4	24	4.8	131	26.2	332	66.4

Ankete katılanların:

- **“Güvenli bir yer”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %21,8’inin hiç katılmıyorum, %14’ünün katılmıyorum, %22,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %26,6’sının katılıyorum ve %14,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Güzel koyları ve denizi var”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %8,4’ünün hiç katılmıyorum, %10’unun katılmıyorum, %9,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %35,6’sının katılıyorum ve %36,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Güzel koyları ve denizi var”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %9’unun hiç katılmıyorum, %10,2’sinin katılmıyorum, %10’unun ne katılıyorum ne katılmıyorum, %38’inin katılıyorum ve %32,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Temiz bir çevresi var”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %21,2’sinin hiç katılmıyorum, %15,6’sının katılmıyorum, %24,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %27,2’sinin katılıyorum ve %11,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“El değmemiş doğaya sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %23’ünün hiç katılmıyorum, %18,6’sının katılmıyorum, %18’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %27,8’inin katılıyorum ve %12,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Uygun hava şartlarına sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %19’unun hiç katılmıyorum, %14,4’ünün katılmıyorum, %14,2’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %34,2’sinin katılıyorum ve %18,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Tarihi ve kültürel değerlere sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %10,4’ünün hiç katılmıyorum, %10’unun katılmıyorum, %17,2’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %40,6’sının katılıyorum ve %21,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Kaliteli konaklama olanaklarına”** sahip ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %10,2’sinin hiç katılmıyorum, %11,6’sının katılmıyorum, %24,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %30,8’inin katılıyorum ve %22,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Cana yakın yerel ahaliye sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %12’sinin hiç katılmıyorum, %9,8’inin katılmıyorum, %18,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %31,8’inin katılıyorum ve %28,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Zengin yöresel mutfağa sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %28,2’sinin hiç katılmıyorum, %20,6’sının katılmıyorum, %16’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %24,8’inin katılıyorum ve %10,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Alışveriş olanakları geniş”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5’inin hiç katılmıyorum, %8’inin katılmıyorum, %10,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %36,2’sinin katılıyorum ve %39,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Gece hayatı ve eğlencesi renkli”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %40,4’ünün hiç katılmıyorum, %12,8’inin katılmıyorum, %20,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %19’unun katılıyorum ve %7,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Huzur veriyor”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %19,8’inin hiç katılmıyorum, %9,8’inin katılmıyorum, %17,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %31,6’sının katılıyorum ve %21,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Spor ve fiziksel aktivite imkanları sunuyor”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %8’inin hiç katılmıyorum, %7,8’inin katılmıyorum, %15’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %38,2’sinin katılıyorum ve %31’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Kültürel etkinlikler sunuyor”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %14,6’sının hiç katılmıyorum, %10,8’inin katılmıyorum, %16,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %39,8’inin katılıyorum ve %18,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- **“Kış turizmi imkanlarına sahip”** ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2,2’sinin hiç katılmıyorum, %3,4’ünün katılmıyorum, %7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %38,6’sının katılıyorum ve %48,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,

- “Güçlü sanayi ve teknoloji altyapısına sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %1,4’ünün hiç katılmıyorum, %1,4’ünün katılmıyorum, %4,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %26,2’sinin katılıyorum ve %66,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Turistin Kocaeli’de yapabileceği aktiviteler arasında da Kartepe’de kayak yapmak ilk sırada yer almaktadır. Turistik değerler ve algıya yönelik sorularla uyumlu şekilde “Kartepe’de kayak yapmak” turistlere yönelik aktiviteler arasında ilk sırada gösterilmiştir. Bu durum Kocaelililer tarafından Kartepe’de kış turizmi faaliyetlerinin ilin turizme yönelik başlıca unsuru olarak algılanması durumunu pekiştirmektedir.

Doğal alanlarda kahvaltı yapmak en sık dillendirilen ikinci aktivite türü olmuştur. Kocaelililer tarafından Maşukiye ve Yuvacık’ta doğal alanlar içerisinde kahvaltı yapmak, en sık belirtilen ikinci aktivite türü olarak Kartepe’de kayak yapılmasını takip etmektedir.

Tablo 7. Kocaelililer Nezdinde Kocaeli’de Bir Turistin Yapabileceği Aktiviteler

	Aktivite		n	%
Sizce bir turistin Kocaeli’de yapabileceği en ilginç şey nedir? (3 cevap seçilebilir)	Kartepe’de kayak yapmak	Evet	296	59.3
		Hayır	204	40.7
	Termal otellerde ve hamamlarda şifa aramak ve rahatlamak	Evet	23	4.6
		Hayır	477	95.4
	İzmit’in tarihi mekanlarını ve müzelerini gezmek	Evet	36	7.2
		Hayır	464	92.8
	Gebze’nin tarihi mekanlarını ve müzelerini gezmek	Evet	22	4.4
		Hayır	478	95.6
	Maşukiye’de kahvaltı yapmak ve zaman geçirmek	Evet	138	27.7
		Hayır	362	72.3
	Ormanya’da doğa yürüyüşü yapmak ve doğal hayatı gözlemlemek	Evet	60	12.0
		Hayır	440	88.0
	Yuvacık’ta kamp yapmak/kahvaltıya gitmek	Evet	82	16.3
		Hayır	418	83.7
	Hediyelik İzmit pişmaniyesi almak	Evet	45	8.9
		Hayır	455	91.1
	Kandıra sahillerinde denize girmek	Evet	77	15.5
		Hayır	423	84.5
TOPLAM			500	100,0

Turistik aktiviteler arasında, katılımcıların;

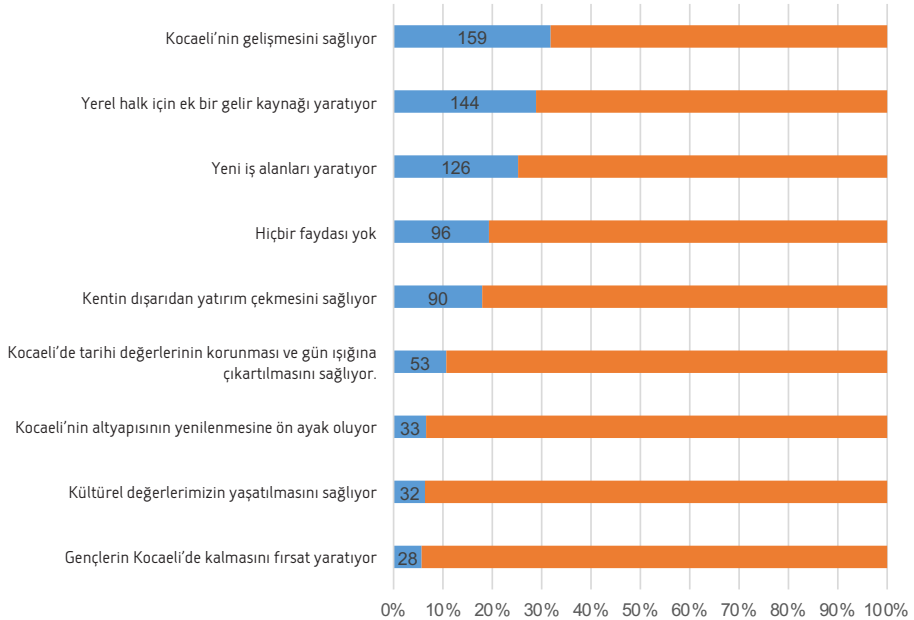
- “Kartepe’de kayak yapmak” ifadesine %59,3’ünün evet, %40,7’sinin ise hayır cevabını verdiği,
- “Termal otellerde ve hamamlarda şifa aramak ve rahatlamak” ifadesine %4,6’sının evet, %95,4’ünün ise hayır cevabını verdiği,
- “İzmit’in tarihi mekanlarını ve müzelerini gezmek” ifadesine %7,2’sinin evet, %92,8’inin ise hayır cevabını verdiği,
- “Gebze’nin tarihi mekanlarını ve müzelerini gezmek” ifadesine %4,4’ünün evet, %95,6’sının ise hayır cevabını verdiği,
- “Maşukiye’de kahvaltı yapmak ve zaman geçirmek” ifadesine %27,7’sinin evet, %72,3’ünün ise hayır cevabını verdiği,
- “Ormanya’da doğa yürüyüşü yapmak ve doğal hayatı gözlemlemek” ifadesine %12’sinin evet, %88’inin ise hayır cevabını verdiği,
- “Yuvacık’ta kamp yapmak/kahvaltıya gitmek” ifadesine %16,3’ünün evet, %83,7’sinin ise hayır cevabını verdiği,
- “Hediyelik İzmit pişmaniyesi almak” ifadesine %8,9’unun evet, %91,1’inin ise hayır cevabını verdiği,

- “Kandıra sahillerinde denize girmek” ifadesine %15,5’inin evet, %84,5’inin ise hayır cevabını verdiği görülmektedir. Ayrıca, daha az sıklıkla dile getirilen aktivite türleri arasında;
- İzmit Körfezi sahillerinde denize girmek,
- Kandıra kayalıklarından dalış yapmak
- Darıca Faruk Yalçın Hayvanat Bahçesi’ni ve botanik parkını gezmek
- İzmit Outlet’te ve alışveriş merkezlerinde alışveriş yapmak
- Tekneyle İzmit Körfezi’ne açılmak
- Tabiat parklarında doğayla baş başa vakit geçirmek
- Gökay veya Sukay Park’ta sörf yapmak
- Hereke halısı almak ve Hereke’nin tarihi mekanlarını gezmek
- Kocaeli Bilim Merkezi’ni ve Seka Kâğıt Müzesi’ni gezmek yer almıştır.

Kocaelililerin Turizmden Beklentileri

Kocaelililer turizmin il ekonomisine katkısının düşük seviyede olduğunu düşünmektedir. Turizmin Kocaeli’ye sağladığı faydalara yönelik soruya verilen yanıtlar turizmin kısıtlı düzeyde bir faydasının olduğu düşüncesini ortaya koymaktadır. %19,2’lik bir oran turizmin ile hiç faydası olmadığını belirtmiş, diğer faydalar konusunda da düşük sayıda yanıt vermiştir. Turizmin Kocaeli’ye fayda sağladığını düşünenler turizmi ağırlıklı olarak iş ve gelir kaynağı olarak görmektedir. En sık verilen yanıtlardan ikisi turizmin halk için ek gelir ve iş imkânı yarattığına yöneliktir. Ankete katılanların %28,8’i ilave gelir kaynağı yarattığını, %25,2’si ise yeni iş alanları oluşturduğunu belirtmiştir.

Kocaelililer Nezdinde Kocaeli için Turizmin Faydaları



Tablo 8. Kocaelililer Nezdinde Kocaeli için Turizmin Faydaları

			n	%
Turizm sektörünün Kocaeli için en önemli faydası nedir? (Çok cevap işaretleyebilirsiniz)	Hiçbir faydası yok	Evet	96	19.2
		Hayır	404	80.8
	Kocaeli'nin gelişmesini sağlıyor	Evet	159	31.8
		Hayır	341	68.2
	Yerel halk için ek bir gelir kaynağı yaratıyor	Evet	144	28.8
		Hayır	356	71.2
	Gençlerin Kocaeli'de kalmasına fırsat yaratıyor	Evet	28	5.7
		Hayır	472	94.3
	Yeni iş alanları yaratıyor	Evet	126	25.3
		Hayır	374	74.7
	Kocaeli'nin altyapısının yenilenmesine ön ayak oluyor	Evet	33	6.5
		Hayır	467	93.5
	Kocaeli'nin tarihi değerlerinin korunmasını ve gün ışığına çıkartılmasını sağlıyor	Evet	53	10.7
		Hayır	447	89.3
	Kültürel değerlerimizin yaşatılmasını sağlıyor	Evet	32	6.3
		Hayır	468	93.7
	Kentin dışarından yatırım çekmesini sağlıyor	Evet	90	18.1
		Hayır	410	81.9
TOPLAM			500	100,0

Kocaelililer turizmin gelişimi için rehberlik yapma eğilimindedir. Kocaeli halkına yöneltilen “turizmin gelişimi için sunabilecekleri katkı” sorusuna verilen yanıtlarda rehberlik faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Ankete katılanların %36’sı yerli turistlere rehberlik yapabileceğini, %26’sı da yabancı turistlere rehberlik yapabileceğini belirtmiştir. Bu oranlar turizmin gelişmesinde Kocaeli halkının aktif katılımının mümkün olacağına işaret etmektedir.

Kocaeli’de turizmin gelişiminde ev pansiyonculuğu da gelişebilecek potansiyelde görülmektedir. Ankete yanıt verenlerin %6,4’ü ev pansiyonculuğuna sıcak baktığını belirtmiş ve ücreti karşılığında evlerinde turist misafir edebileceklerini belirtmiştir.

Kocaelililerin Kocaeli Turizmi için Çalışma Eğilimleri

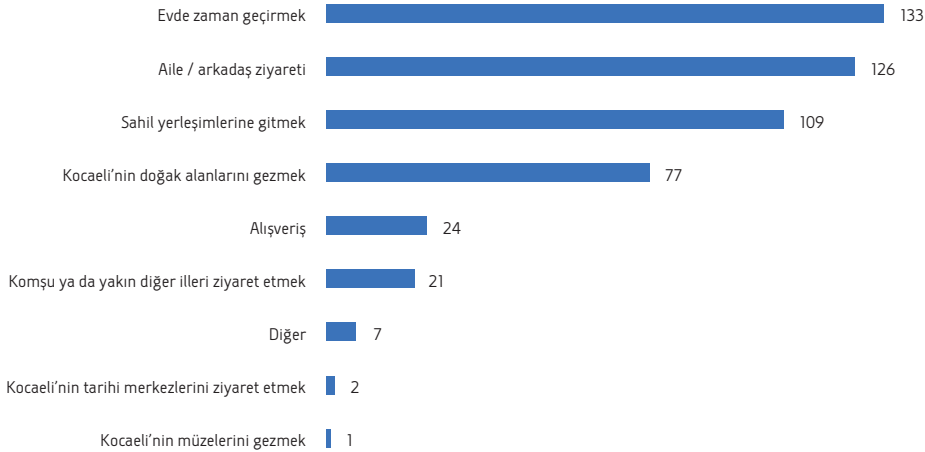


Tablo 9. Kocaelililerin Kocaeli Turizmi için Çalışma Eğilimleri

	Sunulacak Katkı		n	%
Kocaeli'ye gelen bir turistin daha iyi bir tatil geçirebilmesi için şahsen siz neler yapabilirsiniz? (Çok cevap işaretleyebilirsiniz)	Bir katkıda bulunamam	Evet	197	39.4
		Hayır	303	60.6
	Kocaeli'nin geleneksel el sanatları ürünlerini yapıp sergileyebilirim	Evet	37	7.4
		Hayır	463	92.6
	Turistlere geleneksel el sanatları ürünlerinin nasıl yapıldığını öğretebilirim	Evet	23	4.6
		Hayır	477	95.4
	Yerli turistlere rehberlik yapabilirim	Evet	180	35.9
		Hayır	320	64.1
	Yabancı turistlere rehberlik yapabilirim	Evet	130	25.9
		Hayır	370	74.1
	Turistleri ücret karşılığında evimde ağırlayabilirim	Evet	32	6.3
		Hayır	468	93.7
	Tarım arazimin bir kısmını turistlere sunulacak deneyimler için ayırabilirim	Evet	16	3.3
		Hayır	484	96.7
TOPLAM			500	100,0

Kocaelililer boş zamanlarında sahillerde ve doğada zaman geçirmektedir. Kocaeli'de yaşayanlara yöneltilen boş zamanlarını değerlendirme şekilleri sorusuna verilen yanıtlarda evde zaman geçirmek ve aile ya da arkadaş ziyareti en sık verilen yanıtlar olarak öne çıkmaktadır. Sosyal amaçlı olarak değerlendirilebilecek bu aktiviteleri sahillerde ve doğada zaman geçirmek takip etmektedir.

Kocaelililerin Kocaeli'de Boş Zaman Değerlendirme Eğilimleri



Tablo 10. Kocaelililerin Kocaeli’de Boş Zaman Değerlendirme Eğilimleri

	Etkinlik	n	%
Kocaeli’de boş zamanlarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?	Alışveriş	24	4.8
	Aile / arkadaş ziyareti	126	25.3
	Evde zaman geçirmek	133	26.6
	Komşu ya da yakın diğer illeri ziyaret etmek	21	4.1
	Sahil yerleşimlerine gitmek	109	21.8
	Kocaeli’nin doğal alanlarını gezmek	77	15.5
	Kocaeli’nin tarihi merkezlerini ziyaret etmek	2	0.4
	Kocaeli’nin müzelerini gezmek	1	0.2
	Diğer	7	1.3
TOPLAM		500	100,0

Kadınlar sahilde zaman geçirme konusunda daha isteklidir. Katılımcıların cinsiyetleri ile boş zaman aktivitesi arasındaki ilişkiyi test etmek için ki kare uygulanmıştır. Bunun sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri ile boş zaman aktivitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Kadınların %29,5’inin sahil yerleşimlerine gitmek, erkeklerin ise %30,3’ünün evde zaman geçirmek cevabını verdiği görülmektedir.

Tablo 11. Cinsiyete Göre Kocaelililerin Kocaeli’de Boş Zaman Değerlendirme Eğilimleri

			Cinsiyet		Total	Test Değeri	p
			Kadın	Erkek			
Boş Zaman Aktivitesi	Alışveriş	n	9	13	22	20.372	0.009*
		%	6.5	4.1	4.8		
	Aile/arkadaş ziyareti	n	29	87	116		
		%	20.9	27.2	25.3		
	Evde zaman geçirmek	n	25	97	122		
		%	18.0	30.3	26.6		
	Komşu ya da yakın diğer illeri ziyaret etmek	n	4	15	19		
		%	2.9	4.7	4.1		
	Sahil yerleşimlerine gitmek	n	41	59	100		
		%	29.5	18.4	21.8		
	Kocaeli’nin doğal alanlarını gezmek	n	26	45	71		
		%	18.7	14.1	15.5		
	Kocaeli’nin tarihi merkezlerini ziyaret etmek	n	1	1	2		
		%	0.7	0.3	0.4		
	Kocaeli’nin müzelerini gezmek	n	0	1	1		
		%	0.0	0.3	0.2		
	Diğer	n	4	2	6		
		%	2.9	0.6	1.3		
TOPLAM		n	139	320	459		
		%	100.0	100.0	100.0		

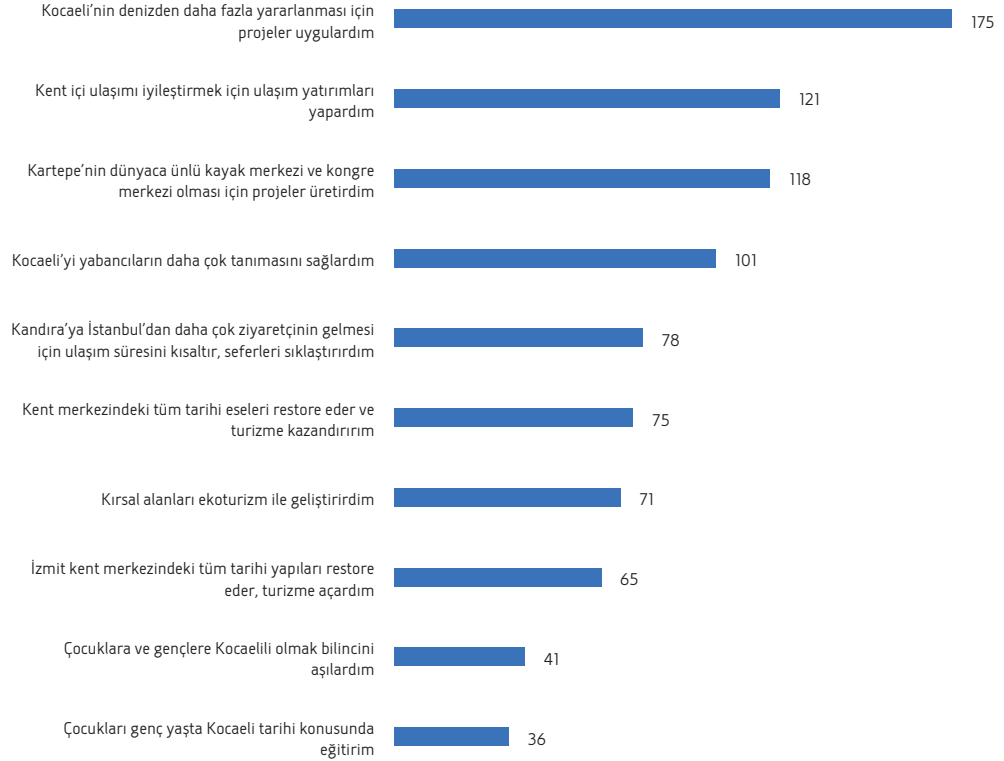
Kocaelililer denizden daha fazla yararlanılmasını istemektedir. Kocaelililere ellerinde bir sihirli değnek olsa neyi değiştirmek isteyeceklerine dair soru yöneltilmiş, en sık verilen yanıt "Kocaeli'nin denizden daha fazla yararlanması için projeler uygulardım" olmuştur. Bu durum Kocaelililerin kentin ve turizm sektörünün denizden daha fazla yararlanması konusunda önemli bir beklentisi bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Kocaelililer kent içi ulaşımın geliştirilmesini beklemektedir. Soruya verilen yanıtlar arasında denizden yararlanma konusundan sonra en sık değinilen husus kent içi ulaşımı iyileştirecek ulaşım yatırımları olarak öne çıkmıştır.

Kartepe'nin uluslararası bir kayak ve kongre merkezi olması beklentisi söz konusudur. Soruya verilen yanıtlarda sıklıkla tekrarlanan bir başka husus da Kartepe'nin uluslararası ölçekte tanınırlığını, turizm hareketliliğinin dört mevsime yayıldığı bir çerçeveyi çizen "dünyaca ünlü bir kayak merkezi ve kongre merkezi olması" ifadesidir.

Kocaeli'nin turizmde dışa daha fazla açılması beklenmektedir. Verilen yanıtlarda öne çıkan bir başka husus da Kocaeli'nin yabancılar nezdinde daha fazla tanınan bir destinasyon olması yer almaktadır.

Kocaeli'ye Gelen Bir Turistin Daha İyi Vakit Geçirebilmesi için Beklentiler



Tablo 12. Kocaeli'ye Gelen Bir Turistin Daha İyi Vakit Geçirebilmesi için Beklentiler

	Beklenti		n	%
Elinizde bir sihirli değnek olsa Kocaeli’de ne gibi bir değişiklik yapardınız? (Çok cevap verebilirsiniz))	Kent merkezindeki tüm tarihi eserleri restore eder ve turizme kazandırırım	Evet	75	15.0
		Hayır	425	85.0
	Kent içi ulaşımı iyileştirmek için ulaşım yatırımları yapardım	Evet	121	24.2
		Hayır	379	75.8
	İzmit kent merkezindeki tüm tarihi yapıları restore eder, turizme açardım	Evet	65	13.1
		Hayır	435	86.9
	Kandıra’ya İstanbul’dan daha çok ziyaretçinin gelmesi için ulaşım süresini kısaltır, seferleri sıklaştırdım	Evet	78	15.7
		Hayır	422	84.3
	Çocuklara ve gençlere Kocaelili olmak bilincini aşıladım	Evet	41	8.3
		Hayır	459	91.7
	Kırsal alanları ekoturizm ile geliştirdim	Evet	71	14.2
		Hayır	429	85.8
	Çocukları genç yaşta Kocaeli tarihi konusunda eğitirim	Evet	36	7.2
		Hayır	464	92.8
	Kocaeli’yi yabancıların daha çok tanımasını sağladım	Evet	101	20.3
		Hayır	399	79.7
	Kocaeli’nin denizden daha fazla yararlanması için projeler uygulardım	Evet	175	35.1
		Hayır	325	64.9
Kartepe’nin dünyaca ünlü kayak merkezi ve kongre merkezi olması için projeler üretirdim	Evet	118	23.5	
	Hayır	382	76.5	
TOPLAM			500	100,0

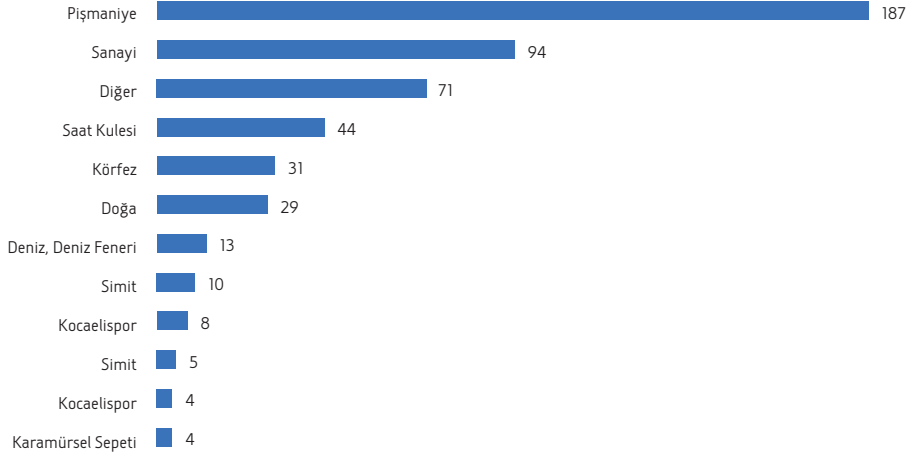
Kocaelililer ilin simgesi olarak pişmaniyeyi görmektedir. Katılımcılara yöneltilen Kocaeli'nin simgesi sorusuna en sık verilen yanıt %37,4 ile "İzmit pişmaniyesi" olmuştur.

Sanayiye tasvir eden simgeler öne çıkanlar arasındadır. %18,8'lik bir oran fabrika, baca, dişi ya da çark gibi sanayiye tasvir eden simgeler ya da doğrudan sanayi kavramını ilin simgesi olarak tanımlamıştır.

İzmit Saat Kulesi, Kocaeli için öne çıkan simgelerdendir. Pişmaniyeye ve sanayi gibi soyut değerler haricinde katılımcıların önemli bir bölümü Kocaeli'nin simgesi olarak İzmit Saat Kulesi yanıtını vermişlerdir. Bunun yanı sıra körfez, doğa, deniz ve deniz feneri, İzmit simidi, Kartepe zirvesi, kiraz ve Karamürsel sepeti tekrar edilen yanıtlar arasında yer almıştır.

Kocaeli için çok sayıda simge tanımı yapılabilir. Katılımcılar serbest uçlu sorulan simge sorusuna fındık, güreş, Kocaelispor, hodri meydan Akçakoca, çınar ağacı, çınar yaprağı, halkevi, Körfez güneşi, yürüyüş yolu, Atatürk heykeli, limanlar, 41, dalga, Hereke halısı, feribot, Bilişim Vadisi, Çoban Mustafa Paşa külliyesi ve kayak takımı gibi çeşitli yanıtlar vermiştir.

Kocaelililer Nezdinde İlin Mevcut Simgesi



Tablo 13. Kocaelililer Nezdinde İlin Mevcut Simgesi

	Simge	n	%
Sizce Kocaeli'nin simgesi nedir?	Deniz, deniz feneri	13	2.6
	Doğa	29	5.9
	Karamürsel Sepeti	4	0.9
	Kartepe	5	1.1
	Kiraz	4	0.9
	Kocaelispor	8	1.5
	Körfez	31	6.1
	Pişmaniyе	187	37.5
	Saat Kulesi	44	8.7
	Sanayi	94	18.7
	Simit	10	2.0
	Diğer	71	14.2
TOPLAM		500	100,0

Yerli Turistin Kocaeli Algısı ve Beklentileri

Türkiye genelinde ikamet eden ve turizm alışkanlığı ve isteği bulunanların Kocaeli ve Kocaeli'nin turistik değerlerine ilişkin algısını, bilgi düzeyini tespit etmek ve turizmden beklentilerini analiz etmek üzere 3 bölüm ve 22 sorudan oluşan bir anket düzenlenmiştir. 2021 yılı Nisan ayında yüz yüze görüşme yöntemiyle düzenlenen ve mekânsal dağılımda nüfus oranlarına dikkat edilen anket 1.567 kişi ile yapılmış ve çalışmaya girdi olarak kullanılmıştır. Araştırmada yer alan 1.000 kişilik gruba genel seyahat tercihleri hakkında, 567 kişilik odak gruba ise detay kişisel özelliklerine ve Kocaeli'ye ilişkin detaylı sorular yöneltilmiştir.

Tablo 14. Yerli Turistin Kocaeli Algısı ve Beklentileri Anketi Katılımcı Profili

Değişkenler		n	%
Yaş	20 yaş ve altı	321	20,49
	21-30	574	36,63
	31-40	317	20,23
	41-50	232	14,81
	51 yaş ve üstü	123	7,85
Cinsiyet	Kadın	764	48,76
	Erkek	803	51,24
Eve en çok gelir getiren kişi siz misiniz?	Evet	960	61,26
	Hayır	607	38,74
Şu an çalışma durumunuzu öğrenebilir miyim?	Emekli, şu an çalışıyor	23	1,47
	Emekli, şu an çalışmıyor	49	3,13
	Gelir getiren bir işi yok, çalışmıyor	363	23,17
	Maaş ya da ücret karşılığı çalışıyor	863	55,07
	Kendi hesabına çalışıyor	269	17,17
Ne işle uğraştığınızı/ mesleğinizi söyler misiniz? (Emekli olanlar için emekli olduğu iş alınacak)	İşsiz-şu an çalışmıyor-ek gelir yok, yardım alıyor	37	2,36
	İşsiz-şu an çalışmıyor-düzenli ek gelir var	27	1,72
	Ev kadını-ek gelir yok, yardım alıyor	112	7,15
	Ev kadını-düzenli ek gelir var	31	1,98
	Öğrenci	156	9,96
	İşçi/hizmetli-parça başı işi olan (yevmiye)	31	1,98
	İşçi/hizmetli-düzenli işi olan (maaş)	438	27,95
	Ustabaşı/kalfa-kendine bağlı işçi çalışan	37	2,36
	Yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs.	221	14,10
	Yönetici (1-5 çalışanı olan)	55	3,51
	Yönetici (6-10 çalışanı olan)	9	0,57
	Yönetici (11 ve üzeri)	9	0,57
	Ordu mensubu (uzman er, astsubay, subay)	13	0,83
	Ücretli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.)	102	6,51
	Çiftçi (kendi başına/ailesiyle çalışan)	10	0,64
	Seyyar-Kendi işi (freelance dahil), dükkânda hizmet vermiyor	21	1,34
	Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil)	100	6,38
	İşyeri sahibi-1-5 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat)	91	5,81
	İşyeri sahibi-6-10 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat)	15	0,96
	İşyeri sahibi-11-20 çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat)	3	0,19
	İşyeri sahibi-20'den fazla çalışanlı (Tic, Tarım, İmalat)	14	0,89
	Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.)	31	1,98

Tablo 14. Yerli Turistin Kocaeli Algısı ve Beklentileri Anketi Katılımcı Profili (Devam)

Değişkenler		n	%
Evinize bir ayda giren tüm geliri düşündüğünüzde evinizin aylık gelirinin okuyacağım aralıklardan hangisine uygun olduğunu öğrenebilir miyim?	3.000 TL ve daha az	164	10,47
	3.001-5.000 TL arası	486	31,01
	5.001-7.500 TL arası	389	24,82
	7.501-10.000 TL arası	187	11,93
	10.001-15.000 TL arası	118	7,53
	15.001-20.000 TL arası	21	1,34
	20.000 TL'den fazla	41	2,62
	Cevap yok	161	10,27
TOPLAM		1567	36,18

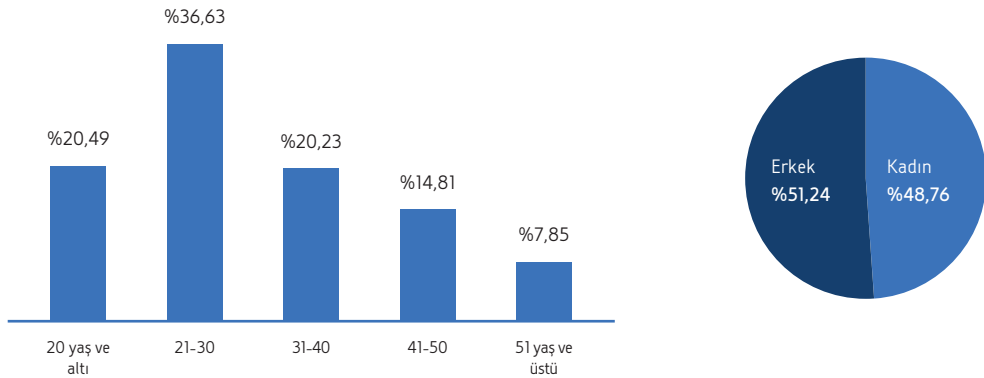
Araştırmaya katılanlar tüm yaş gruplarına göre dağılmış olmakla birlikte ağırlık gençlerdedir. Araştırmaya katılım sağlayan 567 kişinin 32'si 20 yaş ve altı, 211'i 21-30 yaş aralığı, 157'si 31-40 yaş aralığı, 117'si 41-50 yaş aralığı ve 50'si 51 yaş ve üzeridir.

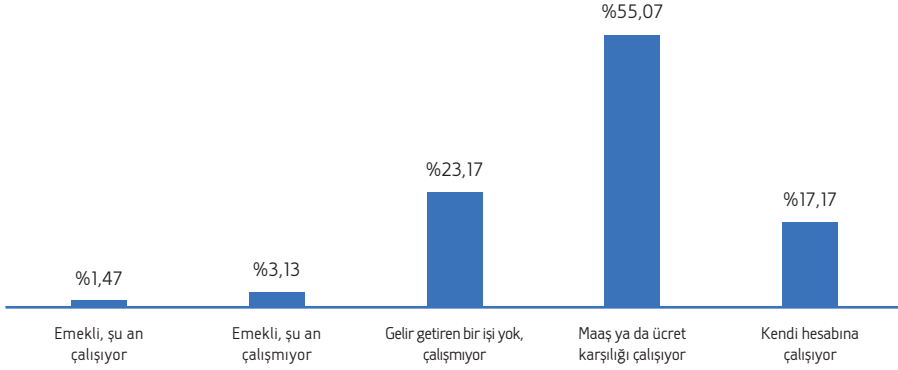
Araştırmada cinsiyet dağılımı gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan 567 kişinin 272'si kadın ve 295'i erkeklerden oluşmuştur.

Araştırmaya katılanların eğitim düzeyleri ülke geneliyle uyum göstermektedir. Ankete katılanlar ağırlıklı ortaöğretim ve lisans düzeylerinde yoğunlaşmaktadır. 567 kişiden 197'si lisans, 165'i lise, 124'ü ilköğretim, 59'u ise ön lisans ve 17'si lisansüstü düzeyinde dereceye sahiptir. Ayrıca, 3 kişi öğrenim görmemiş, 15 kişi ise halihazırda öğrencidir.

Araştırmaya katılanların büyük bölümü ücret ya da maaş karşılığı çalışanlardan oluşmaktadır. 567 kişinin 350'si maaş ya da ücret karşılığı çalışmakta, 94'ü herhangi düzenli bir gelire sahip olmayanlar, 70'i kendi hesabına çalışan, 35'i emekli olup çalışmayan ve 18'i emekli olduğu halde çalışanlardan oluşmaktadır.

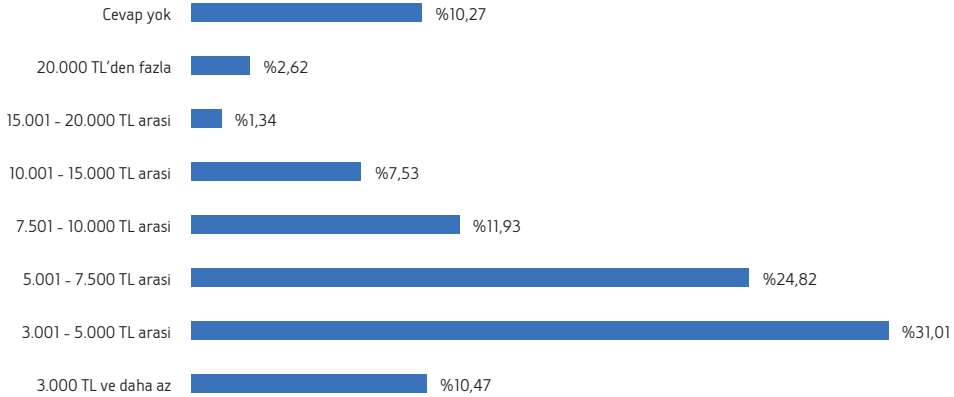
Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Yaş Gruplarına, Cinsiyetlerine ve Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı





Katılımcıların büyük çoğunluğu orta gelir grubunda yer almaktadır. Ankete verilen yanıtlarda 7.500 ve altı aylık gelire sahip olanlar çoğunluğu oluşturmaktadır. 3 bin ve altı gelire sahip olduğunu ifade eden %10,47'lik bir kesim, 3-5 bin aralığında %31,01'lik bir kesim, 5-7,5 bin aralığında %24,82'lik bir kesim, 7,5-10 bin aralığında %11,93'lük bir kesim bulunmaktadır.

Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı

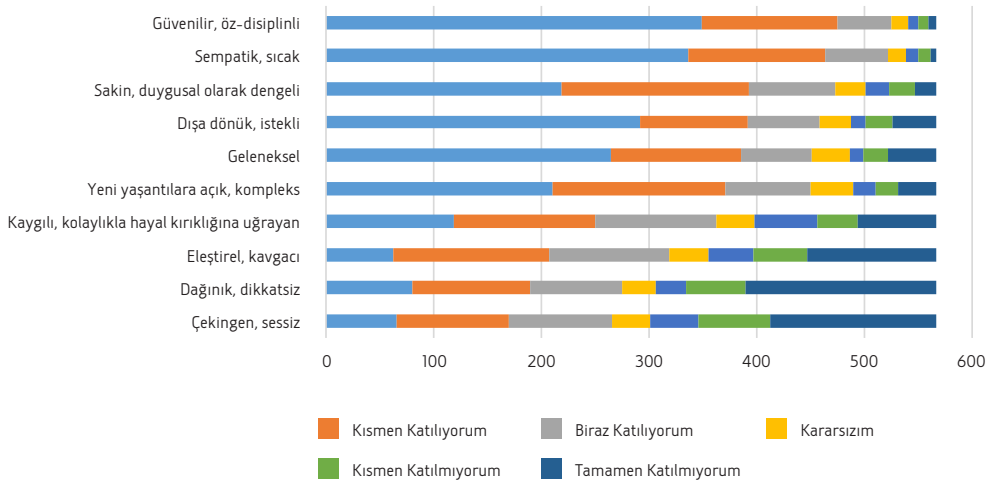


Kişilik özelliklerine göre turist profilini belirlemek ve doğru politikaları geliştirmek üzere ankette sorulan soruya verilen yanıtlarda güvenilir - öz disiplinli, sempatik - sıcak, sakin - duygusal olarak dengeli ve dışa dönük - istekli en sık verilen yanıtlar olmuştur.

- Dışa dönük, istekli ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %7,2'sinin tamamen katılmıyorum, %4,4'ünün kısmen katılmıyorum, %2,3'ünün biraz katılmıyorum, %5,3'ünün kararsızım, %11,6'sının biraz katılıyorum, %17,8'inin kısmen katılıyorum ve %51,3'ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Eleştirel, kavgacı ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %21,2'sinin tamamen katılmıyorum, %8,8'inin kısmen katılmıyorum, %7,4'ünün biraz katılmıyorum, %6,3'ünün kararsızım, %25,6'sının biraz katılıyorum, %10,9'unun kısmen katılıyorum ve %51,3'ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,

- Güvenilir, öz-disiplinli ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %1,2'sinin tamamen katılmıyorum, %1,8'inin kısmen katılmıyorum, %1,6'sının biraz katılmıyorum, %2,8'inin kararsızım, %8,8'inin biraz katılıyorum, %22,2'sinin kısmen katılıyorum ve %61,6'sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %12,9'unun tamamen katılmıyorum, %6,7'sinin kısmen katılmıyorum, %10,2'sinin biraz katılmıyorum, %6,3'ünün kararsızım, %19,8'inin biraz katılıyorum, %23,3'ünün kısmen katılıyorum ve %20,8'inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Yeni yaşantılara açık, kompleks ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %6,3'ünün tamamen katılmıyorum, %3,5'inin kısmen katılmıyorum, %3,7'sinin biraz katılmıyorum, %7,1'inin kararsızım, %13,9'unun biraz katılıyorum, %28,3'ünün kısmen katılıyorum ve %37'sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Çekingen, sessiz ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %27,3'ünün tamamen katılmıyorum, %11,6'sının kısmen katılmıyorum, %7,9'unun biraz katılmıyorum, %6,3'ünün kararsızım, %16,9'unun biraz katılıyorum, %18,3'ünün kısmen katılıyorum ve %11,5'inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Sempatik, sıcak ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %0,9'unun tamamen katılmıyorum, %2,1'inin kısmen katılmıyorum, %1,9'unun biraz katılmıyorum, %3'ünün kararsızım, %10,2'sinin biraz katılıyorum, %22,6'sının kısmen katılıyorum ve %59,3'ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Dağınık, dikkatsiz ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %31,2'sinin tamamen katılmıyorum, %9,9'unun kısmen katılmıyorum, %4,9'unun biraz katılmıyorum, %5,5'inin kararsızım, %15,2'sinin biraz katılıyorum, %19,2'sinin kısmen katılıyorum ve %14,1'inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Sakin, duygusal olarak dengeli ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %3,5'inin tamamen katılmıyorum, %4,2'sinin kısmen katılmıyorum, %3,9'unun biraz katılmıyorum, %4,9'unun kararsızım, %14,1'inin biraz katılıyorum, %30,7'sinin kısmen katılıyorum ve %38,6'sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- Geleneksel ifadesinin dağılımı incelendiğinde, %7,9'unun tamamen katılmıyorum, %4,1'inin kısmen katılmıyorum, %2,3'ünün biraz katılmıyorum, %6,2'sinin kararsızım, %11,6'sının biraz katılıyorum, %21,3'ünün kısmen katılıyorum ve %46,6'sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı



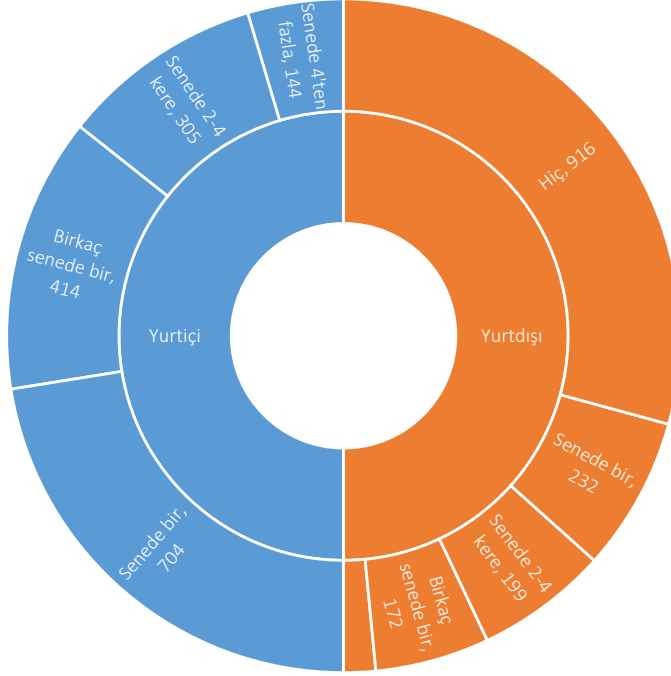
Tablo 15. Yerli Turistin Kocaeli Algısı ve Beklentileri Anketi Katılımcıların Kişilik Özellikleri

	Tamamen katılmıyorum		Kısmen katılmıyorum		Biraz katılmıyorum		Kararsızım		Biraz Katılıyorum		Kısmen katılıyorum		Tamamen katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Dışa dönük, istekli	41	7.2	25	4.4	13	2.3	30	5.3	66	11.6	101	17.8	291	51.3
Eleştirel, kavgacı	120	21.2	50	8.8	42	7.4	36	6.3	112	19.8	145	25.6	62	10.9
Güvenilir, öz-disiplinli	7	1.2	10	1.8	9	1.6	16	2.8	50	8.8	126	22.2	349	61.6
Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan	73	12.9	38	6.7	58	10.2	36	6.3	112	19.8	132	23.3	118	20.8
Yeni yaşantılara açık, kompleks	36	6.3	20	3.5	21	3.7	40	7.1	79	13.9	161	28.4	210	37.0
Çekingen, sessiz	155	27.3	66	11.6	45	7.9	36	6.3	96	16.9	104	18.3	65	11.5
Sempatik, sıcak	5	0.9	12	2.1	11	1.9	17	3.0	58	10.2	128	22.6	336	59.3
Dağınık, dikkatsiz	177	31.2	56	9.9	28	4.9	31	5.5	86	15.2	109	19.2	80	14.1
Sakin, duygusal olarak dengeli	20	3.5	24	4.2	22	3.9	28	4.9	80	14.1	174	30.7	219	38.6
Geleneksel	45	7.9	23	4.1	13	2.3	35	6.2	66	11.6	121	21.3	264	46.6

Türkiye’de Tatil Alışkanlıkları

Katılımcıların tatil alışkanlıklarına göre dağılımı incelendiğinde; %26,42’sinin birkaç senede bir, %44,93’ünün senede bir, %19,46’sının senede 2-4 kere ve %9,19’unun senede 4’ten fazla yurt içi tatil yaptığı görülmektedir. Yurt dışında ise katılımcıların %10,98’inin birkaç senede bir, %14,81’inin senede bir, %12,70’inin senede 2-4 kere, %6,9’unun senede 4’ten fazla tatil yaptığı ve %58,46’sının hiç tatil yapmadığı görülmektedir.

Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Seyahate Çıkma Aralıkları



Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Seyahate Çıkma Aralıkları

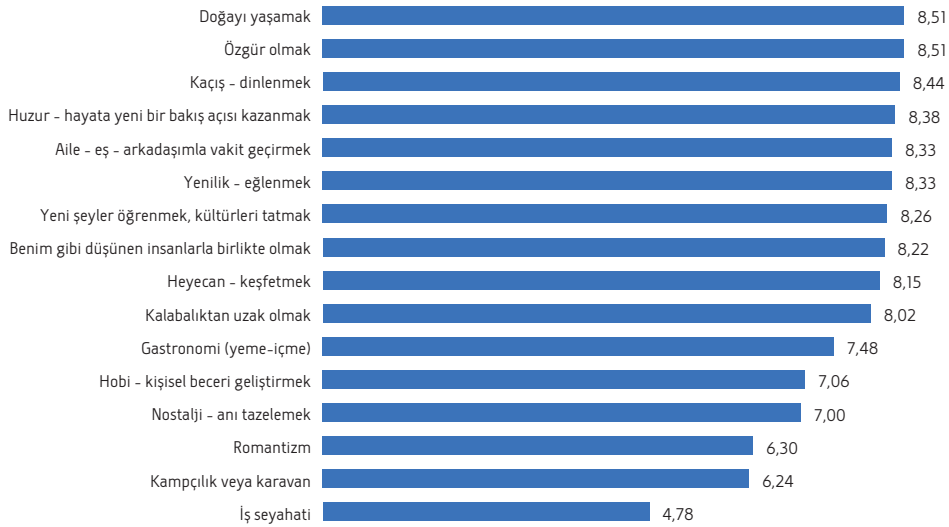
Değişkenler			n	%
Pandemi öncesinde ne sıklıkta tatile çıkıyordunuz? Yurtiçi tatil ve yurtdışı tatil olarak ayrı ayrı belirtiniz.	Yurt içi	Birkaç senede bir	414	26,42
		Senede bir	704	44,93
		Senede 2-4 kere	305	19,46
		Senede 4'ten fazla	144	9,19
	Yurt dışı	Birkaç senede bir	172	10,98
		Senede bir	232	14,81
		Senede 2-4 kere	199	12,70
		Senede 4'ten fazla	48	3,06
		Hiç	916	58,46
TOPLAM			1567	100,0

Yerli turistin tatil motivasyonlarının başında doğa, dinlenme, özgürlük ve huzur ilk sıralarda yer almaktadır. Katılımcılara yöneltilen temel turizm hareketliliği sorularına verilen yanıtlar temel seyahat motivasyonunun doğayı yaşamak (8,51 ortalama), özgür olmak (8,51 ortalama), kaçış - dinlenmek (8,44 ortalama ve huzur - hayata yeni bir bakış açısı kazanmak (8,38 ortalama) olarak öne çıkmaktadır.

Dinlenmeye yönelik seyahat gerekçelerinin yanı sıra akraba ve arkadaşlarla vakit geçirmek ve eğlenmeye yönelik sebepler de öne çıkmaktadır. Ankete katılanlar arasında aile - eş - arkadaş ile vakit geçirmek, yenilik - eğlenmek, yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak gibi motivasyonlar dinlenmeye yönelik gerekçeleri takip etmektedir.

Kocaeli'nin öne çıkan turistik değerleri ve imajı, yerli turistin seyahat motivasyonları ile uyumaktadır. Ankete katılım sağlayanlar arasında Kocaeli'nin turistik değerleri ve algısı doğa ve dinlenme, özgürlük ve huzur kavramlarına uygun nitelikte görülmektedir. Bu nedenle Kocaeli'nin iç turizmde beklentileri karşılayan bir destinasyon olduğundan söz edilebilir.

Türkiye Geneli Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Seyahate Çıkma Aralıkları



Yaş ilerledikçe doğa ve kalabalıktan uzaklaşma arayışı daha yaygınlaşmaktadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre "Doğayı yaşamak" ifadesinin önem derecelerini karşılaştırmak için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda, katılımcıların yaş gruplarına göre "doğayı yaşamak" ifadesinin önem dereceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. 21-30, 31-40, 41-50 yaş aralığında ve 51 yaş ve üstü olan katılımcıların "Doğayı yaşamak" ifadesinin önem derecesinin, 20 yaş ve altı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Aynı durum "kalabalıktan uzak durmak" ifadesi için de geçerli olmuştur.

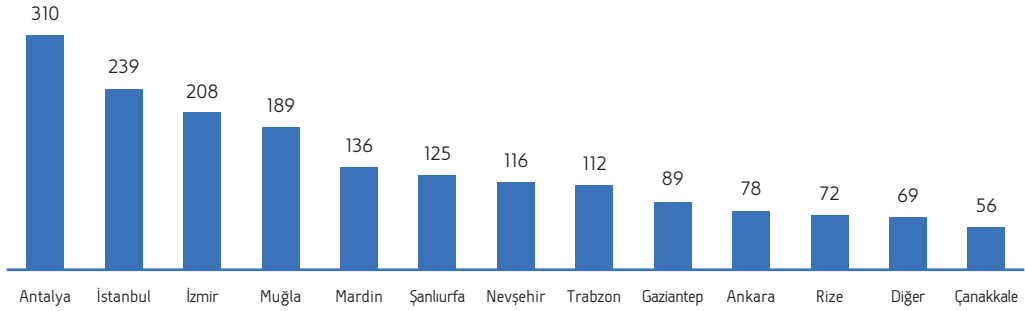
Gençler yeni deneyimleri yaşama arayışında daha aktiftir. Yaş gruplarına göre "yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak" ifadesinin önem derecelerini karşılaştırmak için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda, katılımcıların yaş gruplarına göre "yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak" ifadesinin önem dereceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. 21-30 ve 31-40 yaş aralığında olan katılımcıların "Yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak" ifadesinin önem derecesinin, 21-30 yaş aralığında olan katılımcıların "Yeni şeyler öğrenmek, kültürleri tatmak" ifadesinin önem derecesinin, 51 yaş ve üstü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Orta yaşlarda hobi ve kişisel beceri geliştirmek daha yaygındır. Katılımcıların yaş gruplarına göre "Hobi - kişisel beceri geliştirmek" ifadesinin önem derecelerini karşılaştırmak için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda, katılımcıların yaş gruplarına göre "hobi - kişisel beceri geliştirmek" ifadesinin önem dereceleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. 21-30 ve 31-40 yaş aralığında olan katılımcıların "hobi - kişisel beceri geliştirmek" ifadesinin önem derecesinin diğer katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Turizm denince Türkiye'de ilk akla gelen il Antalya olmuştur. Turizm denince akla gelen destinasyonlar il bazlı olarak sorulduğunda alınan yanıtlarda Antalya ilk sırada yer almaktadır. Antalya'yı İstanbul ve İzmir izlemektedir.

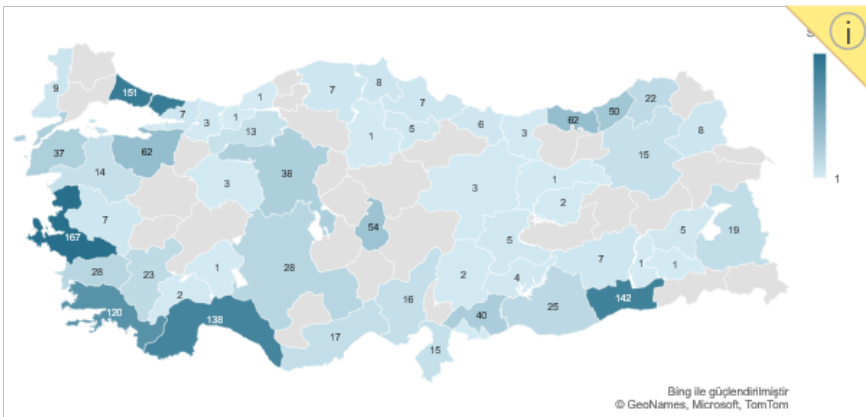
Turizmle birlikte en sık belirtilen iller İzmir, Mardin, İstanbul, Antalya ve Muğla olmuştur. Katılımcılara turizm denince akla gelen ilk beş il sorulduğunda alınan yanıtlarda İzmir en çok belirtilen il olarak öne çıkmış; Mardin, İstanbul, Antalya ve Muğla İzmir'i takip eden iller olarak tespit edilmiştir. Bu iller arasında Kocaeli 26., çevre illeri olan Bursa 6. ve Bolu 25. sıralarda yer almıştır.

Turizm Denince İlk Akla Gelen İller

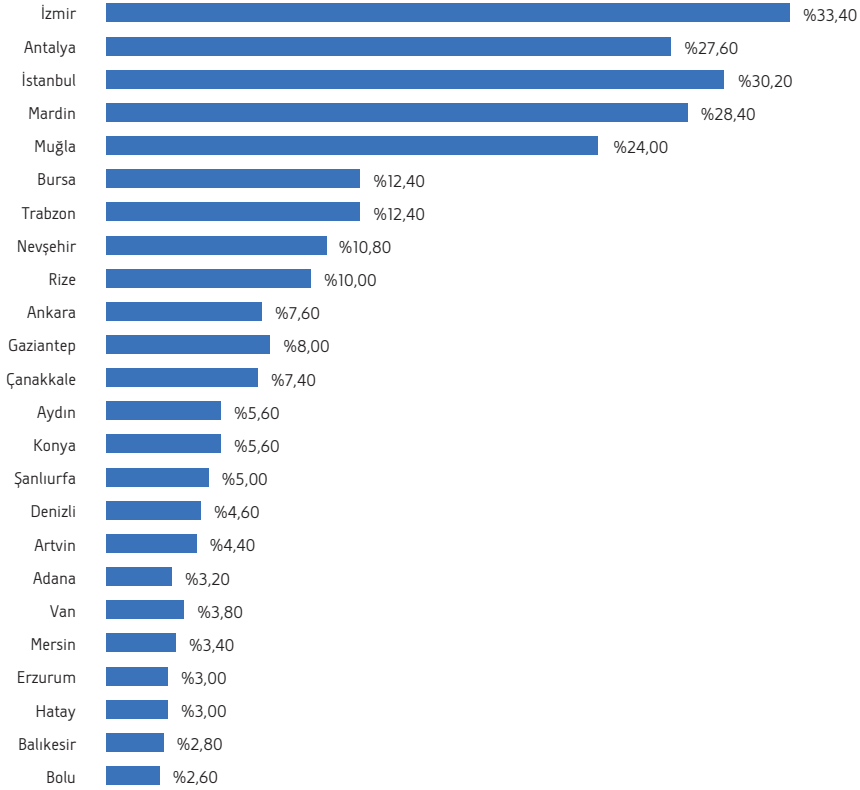


Kocaeli turistik destinasyonlar arasında geri planda kalmaktadır. Katılımcılara yöneltilen "turizm denince ilk akla gelen il" sorusuna verilen yanıtlarda Kocaeli bulunmamakla birlikte beşli bir sıralama istendiği zaman 26. il olarak listelenmiştir. 81 il arasında kayda değer bir oran olmasına karşın ilin nüfusu, konumu, doğal değerleri, kültürel birikimi ve ekonomik yapısı göz önünde bulundurulduğunda oldukça geri planda kaldığı değerlendirilebilir.

Turizm Denince İlk Akla Gelen İller (ilk beş il arasında söylenen) - Harita



Turizm Denince İlk Akla Gelen İller



Türkiye’de Kocaeli Algısı

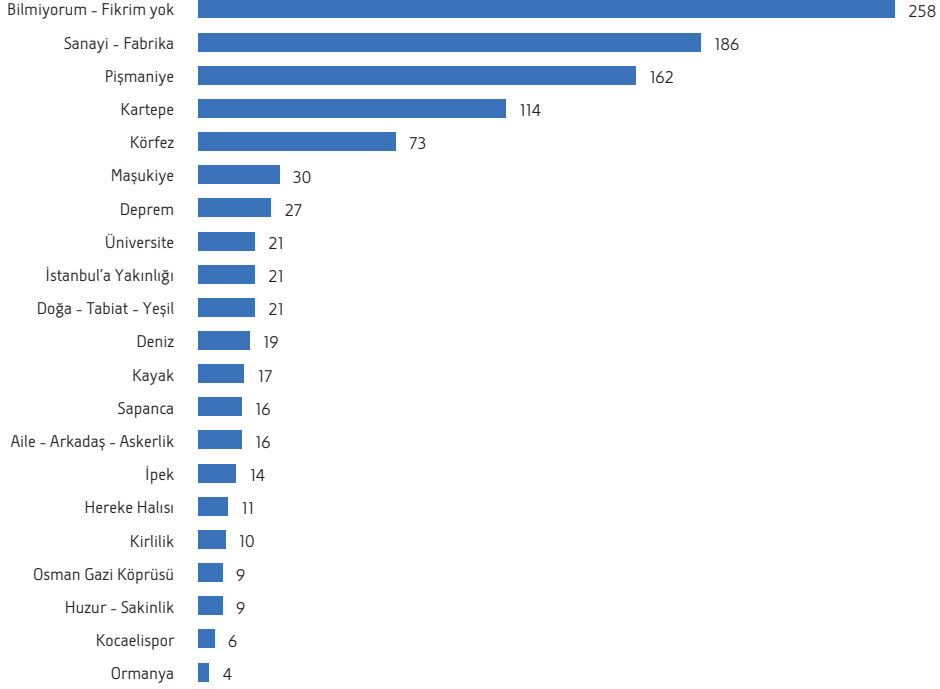
Türkiye genelinde turistik hareketliliğe dahil olan kesimin Kocaeli algısını ölçmek üzere çeşitli sorular tasarlanmış ve katılımcıların verdikleri yanıtlar anket genelindeki farklı sorularla birlikte analiz edilmiştir.

Kocaeli hakkında bilgi sahibi olmayan önemli bir kitle bulunmaktadır. Araştırmaya katılanlara yöneltilen “Kocaeli dendiğinde aklınıza ilk gelen üç şey” sorusuna verilen yanıtlarda bilmiyorum ya da fikrim yok diyenler kayda değer bir çoğunluğa sahiptir. Anketin turistik hareketliliğe katılmış ya da katılabilecek olan kitleyle yapıldığı düşünüldüğünde Kocaeli’yi tanımama durumunun önemli bir eksiklik olduğu söylenebilecektir.

Kocaeli yurt genelinde sanayi kavramı ile özdeşleşmiş durumdadır. Ankete verilen yanıtlarda Kocaeli hakkında ilk akla gelen üç şey arasında sanayi veya fabrika gibi kavramlar öne çıkmaktadır. Öyle ki, Kocaeli hakkında bilgim yok yanıtı verenler haricinde sanayi ve fabrika kavramları ilk sırada yer almaktadır.

Kocaeli ile anılan turistik değerlerin başında Kartepe gelmektedir. İlin yaptığı çağrışımlara yönelik soruya verilen yanıtlarda Kartepe turizm değerleri arasında ilk sırada gelen olmuştur. Bu durum turistik açıdan Kartepe’nin Kocaeli’nin en önde gelen algı unsuru olduğunu göstermektedir. Yine Kartepe’nin eteklerinde bulunan Maşukiye de ikinci olarak belirtilen turistik değer görünümündedir. Bu durum Kocaeli’nin turizm imajında Kartepe’nin önemi öne çıkarmaktadır.

Kocaeli Denince İlk Akla Gelenler



Kocaeli algısıyla örtüşür şekilde ilk akla gelen turistik değer Kartepe ve Maşukiye yöresidir. Anket katılımcılarına yöneltilen “Kocaeli’nin en önemli üç turizm değeri nedir?” sorusunda önemli bir kesim “Kartepe Kayak Merkezi” ve “Maşukiye ve Kartepe Yamaçları” yanıtlarını vermişlerdir. Bu durum turizmde Kocaeli’nin algısal odak noktasının Kartepe yöresi olduğunu göstermektedir.

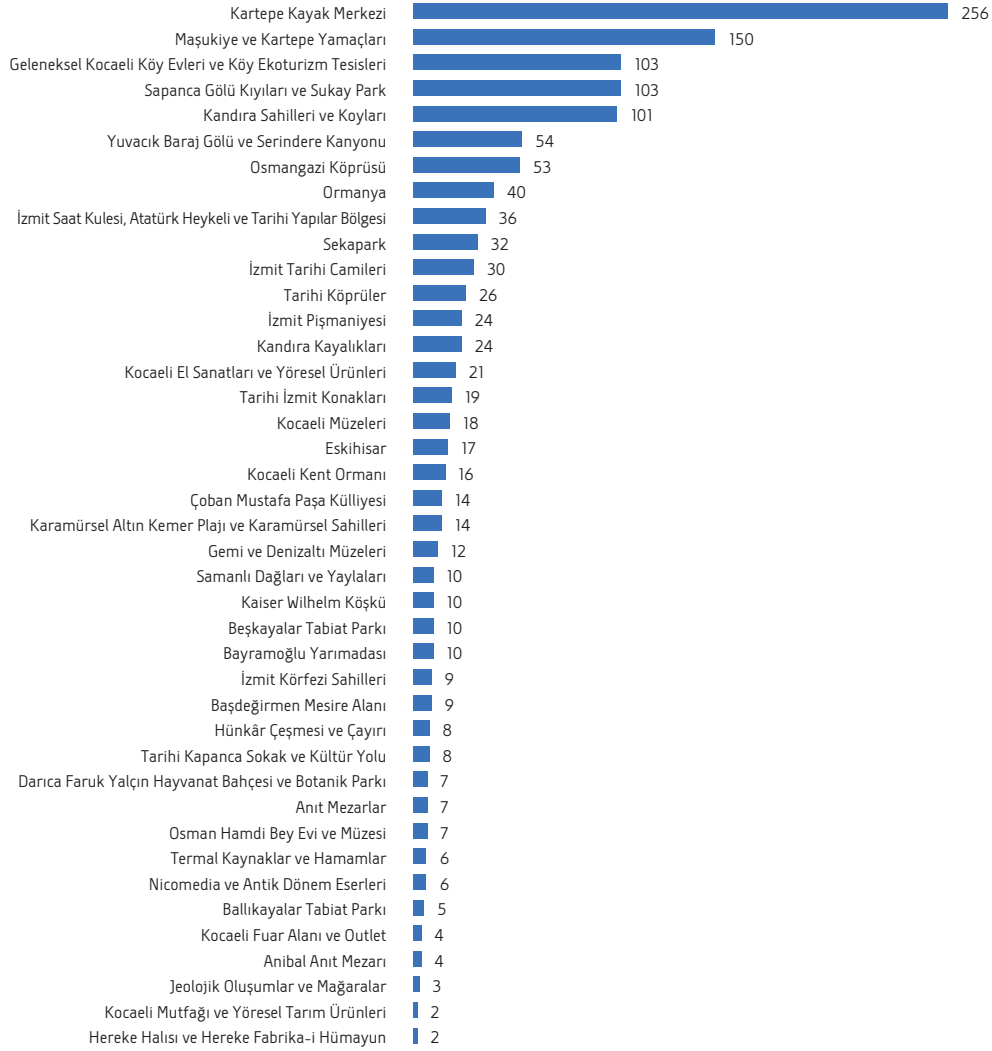
Kocaeli’nin turistik değerleri arasında ikincil olarak doğa ile suyun birleştiği kırsal turizm ve sahil kesimleri öne çıkmaktadır. Verilen yanıtlarda Kartepe ve yöresini “Geleneksel Kocaeli Köy Evleri ve Köy Ekoturizm Tesisleri”, “Sapanca Gölü Kıyıları ve Sukay Park”, “Kandıra Sahilleri ve Koyları” ile “Yuvacık Baraj Gölü ve Serindere Kanyonu” izlemektedir. Bu yanıtlar Kartepe ve çevresinin ardından doğa ve su temalarındaki değerlerin öne çıktığını göstermektedir.

Osman Gazi Köprüsü turistik bir değer olarak öne çıkmaktadır. Kocaeli denince akla gelenler ve Kocaeli’nin öne çıkan değerleri arasında doğrudan turistik bir değerden ziyade nirengi noktası (landmark) niteliğinde olan Osman Gazi Köprüsü öne çıkmaktadır.

Görece yeni bir turistik değer olan Ormanya turistik değer olarak önemli bir kademeye gelmiştir. Noktasal bir destinasyon olan Ormanya ilin öne çıkan turistik değerleri arasında görülmektedir. Görece yeni sayılabilecek olan bu değer bu denli ön plana çıkması dikkate değer bir husustur.

Kocaeli’nin zengin kültürel değerleri ve termal kaynakları geri planda kalmaktadır. Zengin bir kültürel birikimi ve bu birikimin yansımaları olan kültür varlıklarına sahip Kocaeli’nin bu değerleri Türkiye geneline yönelik yapılan ankette geri planda kalmaktadır. Bu durum üzerinde durulması gereken bir algı ve imaj sorunu olarak değerlendirilmektedir.

Kocaeli’de İlk Akla Gelen Turistik Değerler

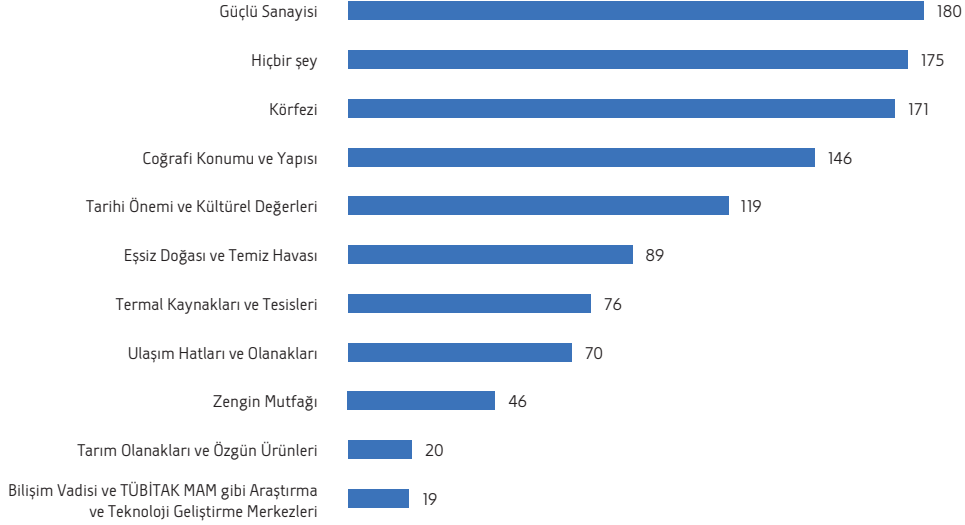


Kocaeli’nin turistik bir destinasyon olarak ayırıcı özelliğinin bulunmadığını, dahası sanayi kimliğinin bu noktada da önde geldiğini düşünen önemli bir kitle bulunmaktadır. Araştırmaya katılım sağlayanlara yöneltilen “Kocaeli’yi diğer destinasyonlardan farklı kılan özellikleri nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlarda güçlü sanayisi ilk sırada yer almıştır. Bunun yanı sıra önemli bir kesim de “hiçbir şey” yanıtını vermiştir.

Kocaeli’yi diğer destinasyonlardan ayıran özelliklerin başında körfezi ve coğrafi yapısı gelmektedir. Katılımcıların %30,2’si “körfezi” ve %25,7’si “coğrafi konumu ve yapısı” yanıtını vermiştir. Benzer şekilde “eşsiz doğası ve temiz havası” yanıtı da önemli düzeyde hemfikir olunan bir özelliği olmuştur.

Kültürel değerler, tarım, termal kaynaklar, erişilebilirlik ve araştırma altyapısının yeterince bilinmediği çıkarımı yapılabilmektedir. Soruya verilen yanıtlar arasında Kocaeli’nin güçlü birikime ve altyapıya sahip olduğu “tarihi önemi ve kültürel değerleri”, “termal kaynakları ve tesisleri”, “ulaşım hatları ve olanakları”, “tarım olanakları ve özgün ürünleri” ile “Bilişim Vadisi ve TÜBİTAK MAM gibi araştırma ve geliştirme altyapısı” yanıtları görece geri planda kalmıştır.

Kocaeli'yi Diğer Destinasyonlardan Farklı Kılan Özellikleri



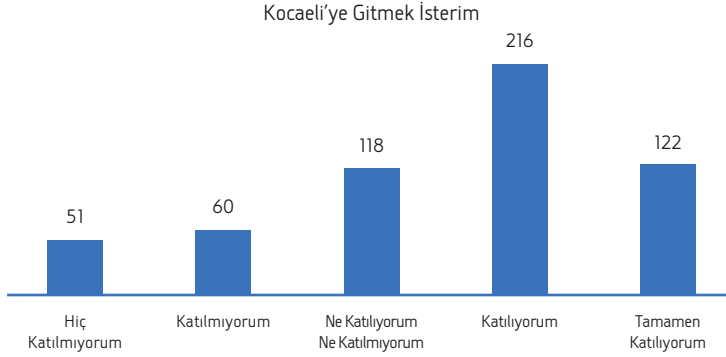
Kocaeli hakkında genel bilgi düzeyi düşüktür. Kocaeli hakkında oldukça bilgiliyim ifadesinin dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %40,7'sinin hiç katılmıyorum, %17,5'inin katılmıyorum, %26,1'inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %10,8'inin katılıyorum ve %4,9'unun tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli'yi Hakkında Bilgi Düzeyi



Kocaeli bilinmemesine karşın gidilmek istenen bir destinasyondur. Kocaeli'ye gitmek isterim ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %9'unun hiç katılmıyorum, %10,6'sının katılmıyorum, %20,8'inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %38,1'inin katılıyorum ve %21,5'inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

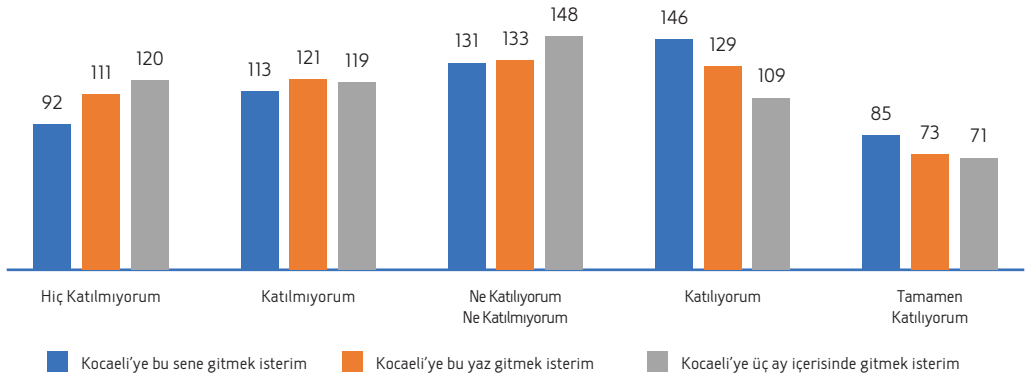
Kocaeli'ye Gitme İsteği Düzeyi



Katılımcıların;

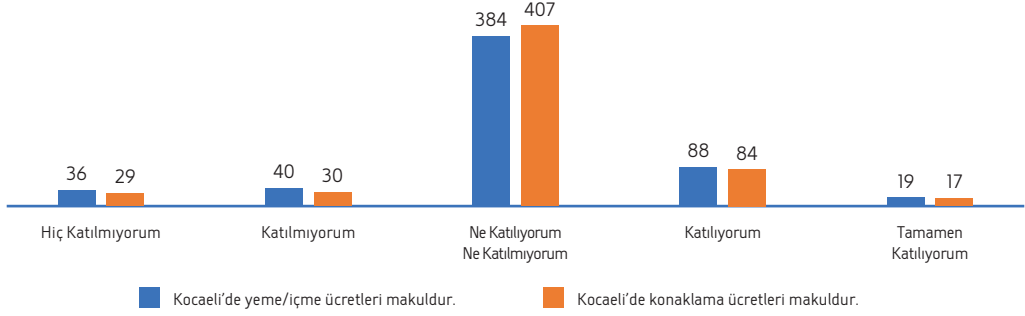
- “Kocaeli’ye bu sene gitmek isterim” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %16,2’sinin hiç katılmıyorum, %19,9’unun katılmıyorum, %23,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %25,7’sinin katılıyorum ve %25,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kocaeli’ye bu yaz gitmek isterim” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %19,6’sının hiç katılmıyorum, %21,3’ünün katılmıyorum, %23,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %22,8’inin katılıyorum ve %12,9’unun tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kocaeli’ye üç ay içerisinde gitmek isterim” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %21,2’sinin hiç katılmıyorum, %21’inin katılmıyorum, %26,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %19,2’sinin katılıyorum ve %12,5’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Zamanlamaya Göre Kocaeli'ye Gitme İsteği Düzeyi



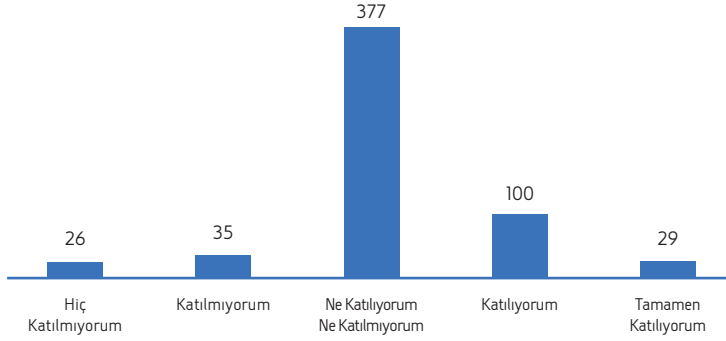
Kocaeli turistik maliyet ve kalite açısından bilinen bir destinasyon değildir. Kocaeli’de yeme/içme ücretleri makuldür ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %6,3’ünün hiç katılmıyorum, %7,1’inin katılmıyorum, %67,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %15,5’inin katılıyorum ve %3,4’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir. Kocaeli’de konaklama ücretleri makuldür ifadesinin dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %5,1’inin hiç katılmıyorum, %5,3’ünün katılmıyorum, %71,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %14,8’inin katılıyorum ve %3’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir. Bir turistik mekân olarak Kocaeli’nin kalitesi yüksektir ifadesinin dağılımı incelendiğinde; katılımcıların %4,6’sının hiç katılmıyorum, %6,2’sinin katılmıyorum, %65,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %17,6’sının katılıyorum ve %5,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli’de Yeme-İçme ve Konaklama Ücretleri Değerlendirmesi



Kocaeli’nin Turistik Kalite Düzeyi Değerlendirmesi

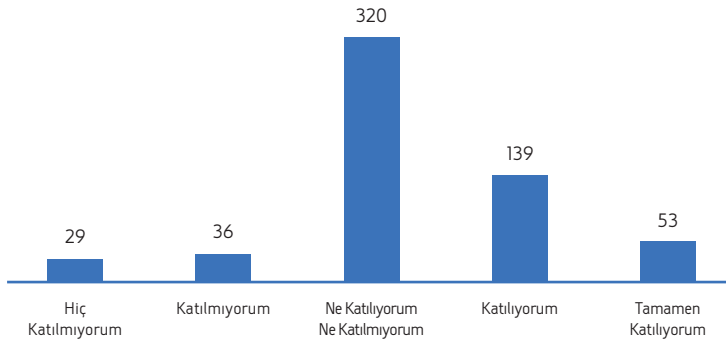
Ei ve dostlarıma Kocaeli’ye gitmelerini öneririm



Kocaeli’ye gelmiş olanlar çevrelerine tavsiye etmede aktif görünmemektedir. Kocaeli’ye gitmiş olanlara yöneltilen “eş ve dostlarıma Kocaeli’ye gitmelerini öneririm” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5,1’inin hiç katılmıyorum, %6,3’ünün katılmıyorum, %56,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %22,8’inin katılıyorum ve %9,3’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli’ye Gidenlerin Çevrelerine Tavsiye Etme Durumu

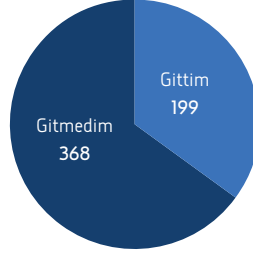
Ei ve dostlarıma Kocaeli’ye gitmelerini öneririm



Yerli Turistin Kocaeli Bilgisi

Araştırmaya katılanların yaklaşık üçte biri Kocaeli'yi ziyaret etmiş kişilerden oluşmaktadır. Kocaeli'yi daha önce ziyaret etme durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %35,1'inin gittim, %64,9'unun gitmedim cevabını verdiği görülmektedir.

Katılımcıların Kocaeli'yi Ziyaret Etmiş Olmalarına Göre Dağılımı

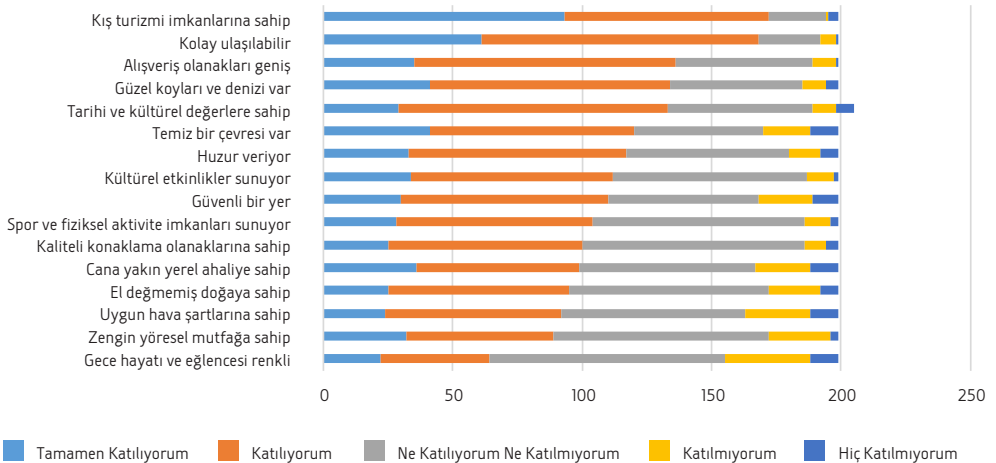


Kocaeli'ye gelmiş olan yerli turist kış turizmi, erişilebilirlik, alışveriş olanakları ve deniz-koy varlığı ile ilgili hemfikirler. Kocaeli'yi ziyaret etmiş olan katılımcıların gözlemlerinin değerlendirilmesine yönelik sorulara verilen yanıtlar "kış turizmi imkanlarına sahip", "kolay ulaşılabilir", "alışveriş olanakları geniş", "güzel koyları ve denizi var" konularında ortak mutabakatı ortaya koymaktadır.

Kocaeli'yi görmemiş olanlar tarih ve kültür destinasyonu olarak tanımlamazken, görenlerde bu durum terse dönmektedir. Yerli turistin algısını ölçmeye yönelik sorularda tarihi ve kültürel değerleri konusunda geri planda kalan Kocaeli, ziyaret edenler arasında bu konuda öne çıkmaktadır.

Kocaeli mutfağı ve eğlence hayatı zayıf görülmektedir. Yapılan değerlendirmelerde "zengin yöresel mutfağa sahip" ve "gece hayatı ve eğlencesi renkli" konularına sahip olmada kayda değer bir olumsuz görüş söz konusudur.

Katılımcıların Kocaeli Deneyimleri Çerçevesinde Değerlendirmeleri



Katılımcıların;

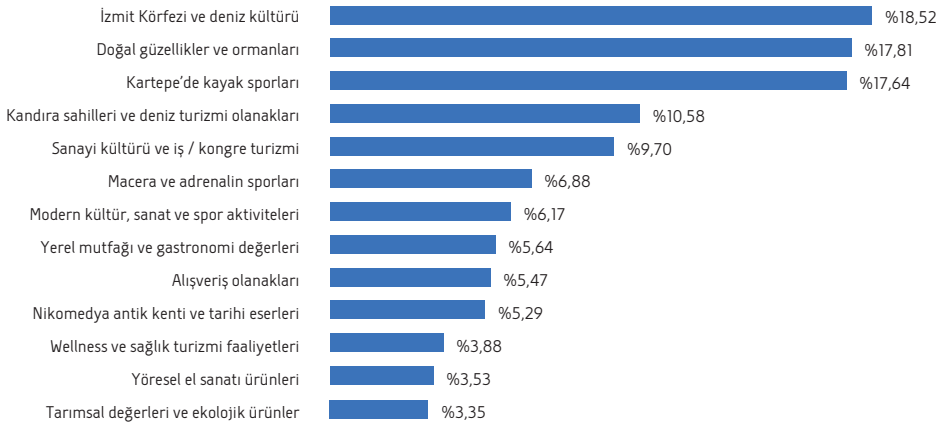
- “Güvenli bir yer” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5’inin hiç katılmıyorum, %10,6’sının katılmıyorum, %29,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %40,2’sinin katılıyorum ve %15,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Güzel koyları ve denizi var” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2,5’inin hiç katılmıyorum, %4,5’inin katılmıyorum, %25,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %46,7’sinin katılıyorum ve %20,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kolay ulaşılabilir” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0,5’inin hiç katılmıyorum, %3’ünün katılmıyorum, %12,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %53,8’inin katılıyorum ve %30,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Temiz bir çevresi var” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5,5’inin hiç katılmıyorum, %9’unun katılmıyorum, %25,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %39,7’sinin katılıyorum ve %20,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “El değmemiş doğaya sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %3,5’inin hiç katılmıyorum, %10,1’inin katılmıyorum, %38,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %35,2’sinin katılıyorum ve %12,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Uygun hava şartlarına sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5,5’inin hiç katılmıyorum, %12,6’sının katılmıyorum, %36,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %34,2’sinin katılıyorum ve %12,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Tarihi ve kültürel değerlere sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0,5’inin hiç katılmıyorum, %4,5’inin katılmıyorum, %28,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %52,3’ünün katılıyorum ve %14,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kaliteli konaklama olanaklarına sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2,5’inin hiç katılmıyorum, %4’ünün katılmıyorum, %43,2’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %37,7’sinin katılıyorum ve %12,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Cana yakın yerel ahaliye sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5,5’inin hiç katılmıyorum, %10,6’sının katılmıyorum, %34,2’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %31,7’sinin katılıyorum ve %18,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Zengin yöresel mutfaka sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %1,5’inin hiç katılmıyorum, %12,1’inin katılmıyorum, %41,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %28,6’sının katılıyorum ve %16,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Alışveriş olanakları geniş” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0,5’inin hiç katılmıyorum, %4,5’inin katılmıyorum, %26,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %50,8’inin katılıyorum ve %17,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Gece hayatı ve eğlencesi renkli” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %5,5’inin hiç katılmıyorum, %16,6’sının katılmıyorum, %45,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %21,1’inin katılıyorum ve %11,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Huzur veriyor” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %3,5’inin hiç katılmıyorum, %6’sının katılmıyorum, %31,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %42,2’sinin katılıyorum ve %16,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Spor ve fiziksel aktivite imkanları sunuyor” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %1,5’inin hiç katılmıyorum, %5’inin katılmıyorum, %41,2’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %38,2’sinin katılıyorum ve %14,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kültürel etkinlikler sunuyor” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %1’inin hiç katılmıyorum, %5’inin katılmıyorum, %37,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %39,2’sinin katılıyorum ve %17,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kış turizmi imkanlarına sahip” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2’sinin hiç katılmıyorum, %0,5’inin katılmıyorum, %11,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %39,7’sinin katılıyorum ve %46,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli’yi görmüş olanlar körfez, doğa ve Kartepe’nin turizmde ön planda tutulmasını önermektedir. Algı ve bilgi düzeyi ölçümlerinde de öne çıkan körfez kavramının Kocaeli’ye gelmiş olanlar tarafından da öne çıkarılması gereken bir değer olarak ilk sırada gelmesi bu anlamda bir tutarlılığı vurgulamaktadır. “Doğal güzellikler ve ormanları” ile “Kartepe’de kayak sporları” da Kocaeli’yi görmüş olanlar tarafından odaklanılması gereken konular olarak öne çıkarılmaktadır.

Kocaeli deniz ve iş turizminin gelişebileceği bir alan olarak görülmektedir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar çerçevesinde "Kandıra sahilleri ve deniz turizmi olanakları" ile "sanayi kültürü ve iş / kongre turizmi" turizm için öne çıkarılabilecek unsurlar olarak görülmektedir.

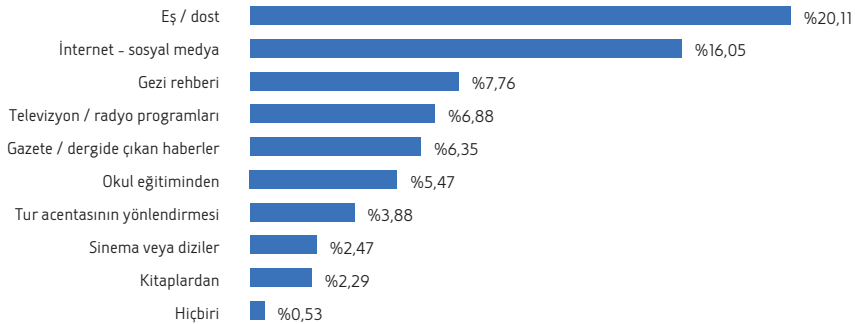
Sağlık turizmi ve wellness konusuna odaklanma Kocaeli'ye gelmiş olanlar tarafından öncelikli görülmemektedir. Kocaeli'de güçlü bir sağlık turizmi ve wellness altyapısı bulunmasına karşın katılımcıların bu konuyu öncelikli görmemesi bu konuda il içerisinde yeterli farkındalık imkanı bulunmamasına yol açabilmektedir.

Katılımcıların Kocaeli Turizmi için Öne Çıkarılması Gereken Değerlere İlişkin Değerlendirmeleri



Kocaeli'ye gelenler Kocaeli hakkında tanıdıklarından ve internet ile sosyal medyadan bilgi sahibi olmaktadır. Kocaeli'nin turistik olanaklarına ilişkin temel bilgi kaynakları sorulduğunda alınan yanıtlar "eş-dost" ve "internet-sosyal medya" üzerinde yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların %45,7'sinin internet-sosyal medya ve %57,3'ünün eş/dost yanıtlarını verdiği görülmektedir.

Katılımcıların Kocaeli'nin Turistik Değerleri Hakkında Bilgi Kaynakları



Yerli Turistin Kocaeli Deneyimi

Kocaeli'ye gelmiş olan anket katılımcılarının buradaki deneyimlerine yönelik detaylar sorularak ziyaretçi profiline yönelik bilgiler derlenmiştir. Katılımcıların %23,1'inin 2015 yılı ve öncesi, %25,6'sının 2016-2018 yılları arası ve %51,3'ünün 2019 yılı ve sonrası Kocaeli'yi ziyaret ettiği görülmüştür. Katılımcıların %25,6'sının Ocak-Şubat-Mart aylarında, %41,7'sinin Nisan-Mayıs-Haziran aylarında, %24,1'inin Temmuz-

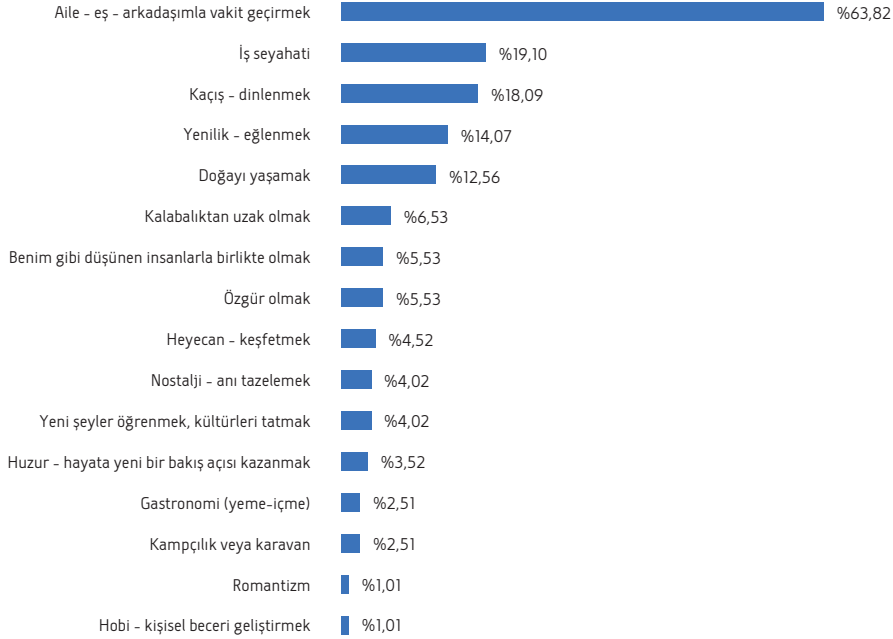
Kocaeli'ye gelen ziyaretçilerin %40,2'si konaklamamış, %27,1'i 1 ila 3 gün kalmış, %32,7'si ise 4 ve üzeri gününü Kocaeli'de geçirmiştir. Yine bu kişilerin %19,1'i yalnız, %46,2'si 2-3 kişi ve %34,7'si 4 veya daha fazla kişi olarak gelmişlerdir.

Tablo 17. Katılımcıların Kocaeli'ye Gelişlerine Yönelik Detaylar

Değişkenler		n	%
Kocaeli'yi (en son) hangi yıl ziyaret ettiniz?	2015 ve öncesi	46	23,1
	2016-2018	51	25,6
	2019 ve sonrası	102	51,3
Kocaeli'yi (en son) ayda ziyaret ettiniz?	Ocak-Şubat-Mart	51	25,6
	Nisan-Mayıs-Haziran	83	41,7
	Temmuz-Ağustos-Eylül	48	24,1
	Ekim-Kasım-Aralık	17	8,5
Bu ziyaretinizde Kocaeli'nin neresinde kaç gün kaldınız?	Kalmadım	80	40,2
	1-3 gün	54	27,1
	4 gün ve daha fazla	65	32,7
Bu ziyaretinizde siz dâhil kaç kişiydiniz?	Yalnız	38	19,1
	2-3 kişi	92	46,2
	4 kişi ve daha fazla	69	34,7
TOPLAM		199	100,0

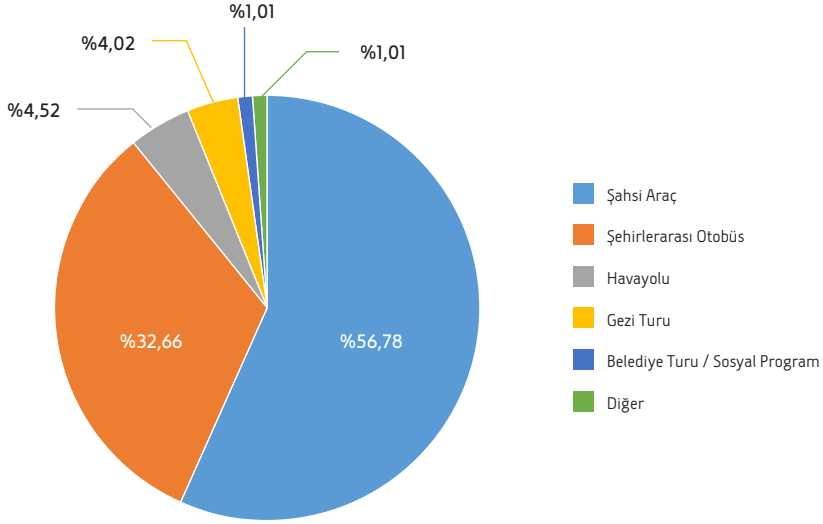
Kocaeli'ye gelenlerin büyük çoğunluğu yakınlarıyla zaman geçirmek için gelmiştir. Anket katılımcılarından Kocaeli'ye gelmiş olanların %63,82'lik oranı yakınlarıyla zaman geçirme motivasyonu ile hareket ettiğini belirtmiştir. Bu grubun içinde Kocaeli'deki yakınlarını görmeye gelmek, İstanbul'dan kısa süreli zaman geçirmek için gelmek ağırlığı teşkil etmektedir.

Katılımcıların Kocaeli'ye Gelme Gerekçeleri



Kocaeli'ye gelişte şahsi araçlar başat yöntemdir. Katılımcıların %56,8'inin şahsi araç, %32,7'sinin şehirlerarası otobüs, %4,5'inin havayolu, %4'ünün gezi turu, %1'inin belediye turu / sosyal program ve %1'inin diğer yöntemlerle geldiği görülmektedir.

Katılımcıların Kocaeli'ye Gelme Yöntemleri



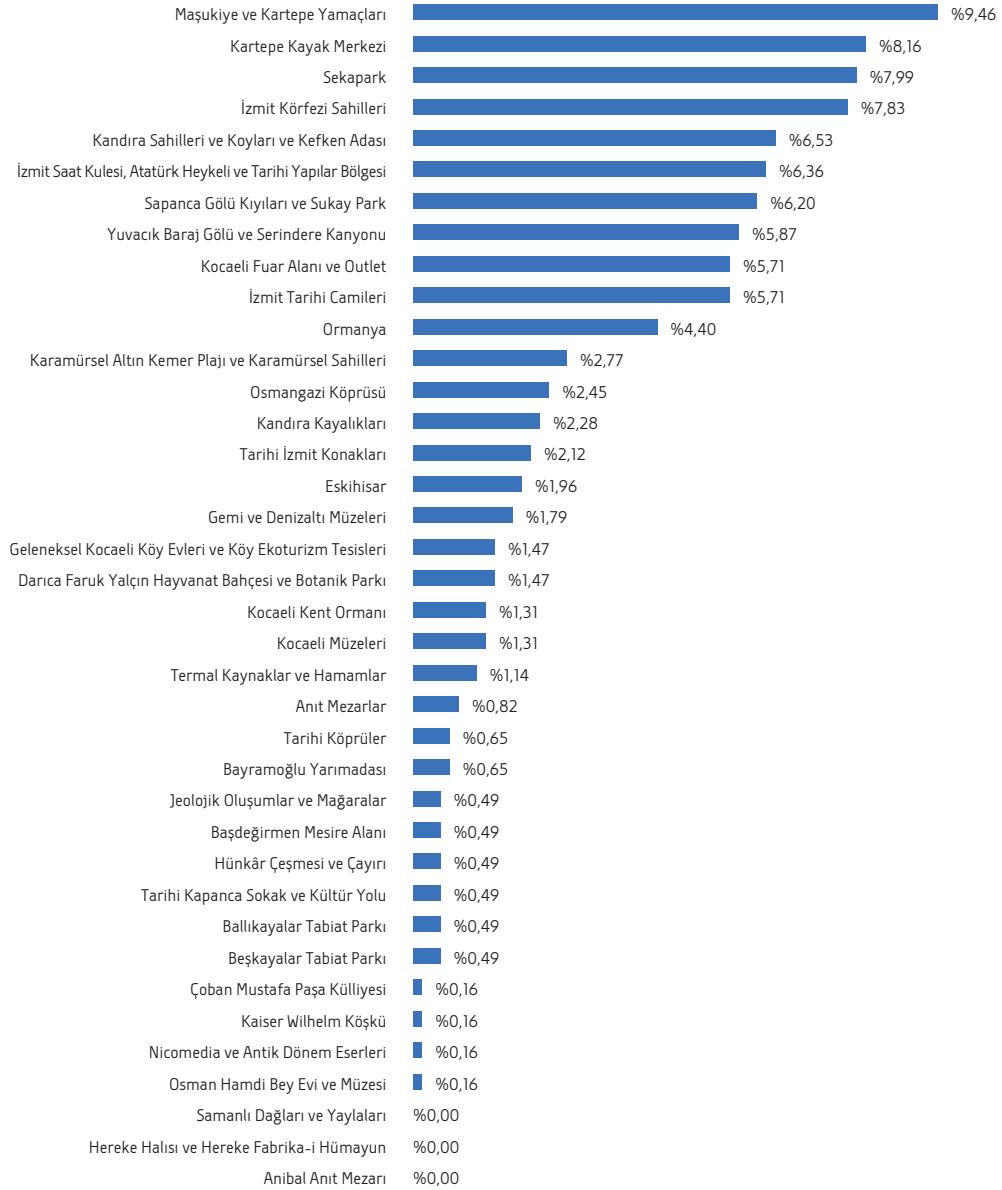
Kartepe ve çevresi katılımcılar tarafından en çok ziyaret edilen yerler olmuştur. Ankete yanıt verenler arasında Kocaeli'ye gelmiş olanların %9,46'lık kısmı Maşukiye ve Kartepe yamaçlarına, %8,16'sı ise Kartepe Kayak Merkezi'ne gitmişlerdir. Algı, bilinirlik ve turistik değer önceliklendirmeleri ile uyumlu şekilde bu yöre ilin en sık ziyaret edilen alanı olarak da öne çıkmıştır.

İzmit Körfezi sahilleri de katılımcıların uğrak mekanlarından olmuştur. Katılımcıların %7,99'u Sekapark ve %7,83'ü İzmit Körfezi'nin çeşitli yerlerinde bulunmuşlardır. Bu durum da körfez sahillerinin ziyaretçilerin ilgisini çeken diğer alanlar olduğunu ortaya koymaktadır. Kentsel rekreasyon alanı niteliğindeki Sekapark'ın aynı zamanda bir turistik çekim noktası olduğu çıkarımı yapılabilecektir.

Kandıra sahilleri ve koyları ile Sapanca Gölü kıyısı da sıklıkla ziyaret edilmiş yerlerdendir. Katılımcıların %6,53'ü Kandıra'nın sahil kesimlerinde bulunduklarını ifade etmişlerdir. Sapanca Gölü'nün Kocaeli il sınırlarında kalan kesimine yönelik de ziyaretler yoğunlaşmakta olup katılımcıların %6,2'sinin ziyaret ettiği bir yer olmuştur.

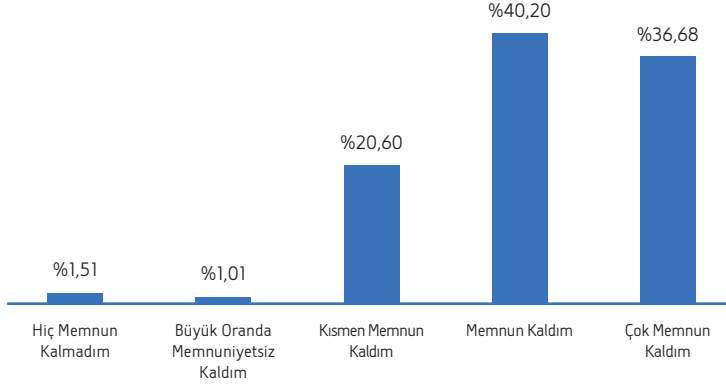
Kültür varlıklarının Kocaeli içinde ilgi çekmede geride kaldıkları tespiti yapılmaktadır. Kocaeli'de turistik olarak öne çıkan tarihi ve kültürel değerler arasında kent merkezinde uğrak yerlerden olan İzmit Saat Kulesi, Atatürk Heykeli ve bu bölgedeki tarihi yapılar ve tarihi camiler haricinde kültürel varlıkların ziyaret için tercih edilmediği anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Kocaeli’de Ziyaret Ettikleri Yerler

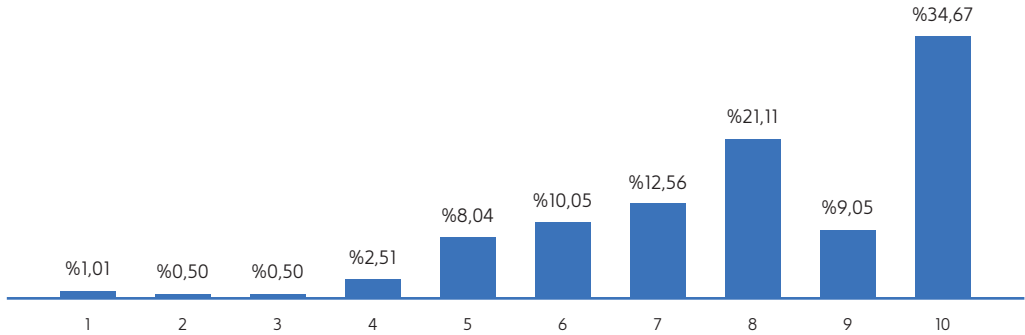


Kocaeli ziyaret edildikten sonra memnun kalınan bir destinasyondur. Katılımcıların %1,5’inin hiç memnun kalmadım, %1’inin büyük oranda memnuniyetsiz kaldım, %20,6’sının kısmen memnun kaldım, %40,2’sinin memnun kaldım ve %36,7’sinin çok memnun kaldım cevabını verdiği görülmüştür. Bu durum Kocaeli deneyiminin beğenilen bir turistik faaliyet olduğunu göstermektedir. Buna karşın, Kocaeli’nin tavsiye edilme düzeyi beğenilme oranının gerisinde kalmıştır. Bu konu üzerinde durulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Katılımcıların Kocaeli'ye Gelme Yöntemleri



Katılımcıların Kocaeli'ye Gelme Yöntemleri



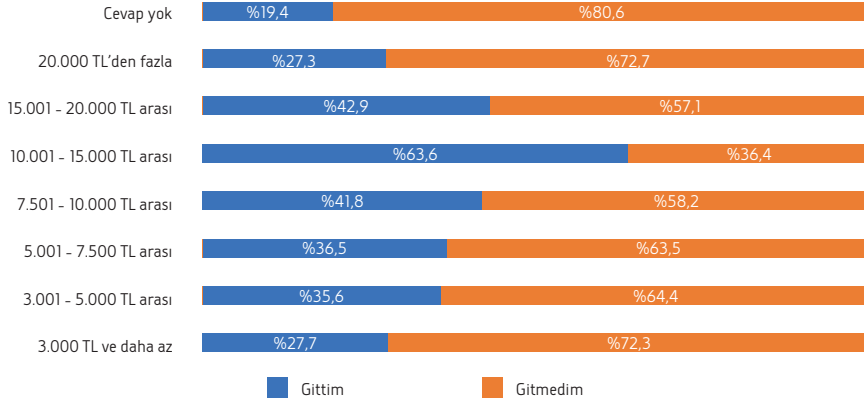
Orta eğitim düzeyindeki kişilerin Kocaeli'den daha memnun kaldıkları görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumlarına göre memnuniyet düzeylerini karşılaştırmak için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda, katılımcıların eğitim durumlarına göre memnuniyet düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Eğitim durumu lise mezunu ve yüksekokul (ön lisans) mezunu olan katılımcıların memnuniyet düzeylerinin, eğitim düzeyi düşük ve yüksek olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 18. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Kocaeli'den Memnuniyet Durumları

	Ortalama	Standart Sapma	Test Değeri	p değeri	Bonferroni
İlköğretim Mezunu (5 ya da 8 yıllık) (1)	7.92	2.278	3.011	0.012*	2>5, 3>5
Lise Mezunu (Meslek Lisesi dahil) (2)	8.54	1.683			
Yüksekokul (Önlisans) Mezunu (3)	8.10	1.795			
Üniversite (Lisans) Mezunu (4)	7.90	1.949			
Lisansüstü Mezunu (5)	6.00	2.646			
Öğrenci (Öğrenimi Devam Ediyor) (6)	8.00	1.871			

Kocaeli'ye gelmiş olanların üst-orta gelir grubunda yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcılar arasında Kocaeli'ye gelmiş olanlar gelir düzeyleri ile birlikte değerlendirildiğinde 10-15 bin seviyesinde aylık hane geliri olanlar en sık gelen grup olarak öne çıkmaktadır. Sayısal olarak bakıldığında ise en fazla gelmiş olan kitle 3-5 bin gelir seviyesindeki hanelerdir. Normalizasyon sonrasında gelir grubu arttıkça ya da azaldıkça gelmiş olma durumunun düştüğü görülmektedir.

Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Kocaeli'ye Gelme Durumları



Yabancı Turistin Kocaeli Algısı

Yabancılar nezdinde Kocaeli algısını ve yabancı turistlerin beklentilerini anlamaya yönelik olarak iki ayrı anket düzenlenmiştir. Türkiye genelinde çeşitli turistik noktalarda bulunan ve Kocaeli'de bulunan 245 yabancı turiste bu anketler yüz yüze uygulanmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde Covid-19 salgını kaynaklı kısıtlamaların bulunuyor olması nedeniyle anket kapsamı kısıtlı kalmış olsa da farklı profildeki yabancı turistlere erişim için çeşitli mekân ve platformlardan yararlanılmıştır.

Türkiye Genelinde Yabancı Turistin Kocaeli Algısı

Araştırmanın bu bölümünde Türkiye genelinde bulunan turistler için yapılan araştırmaya yer verilmiştir.

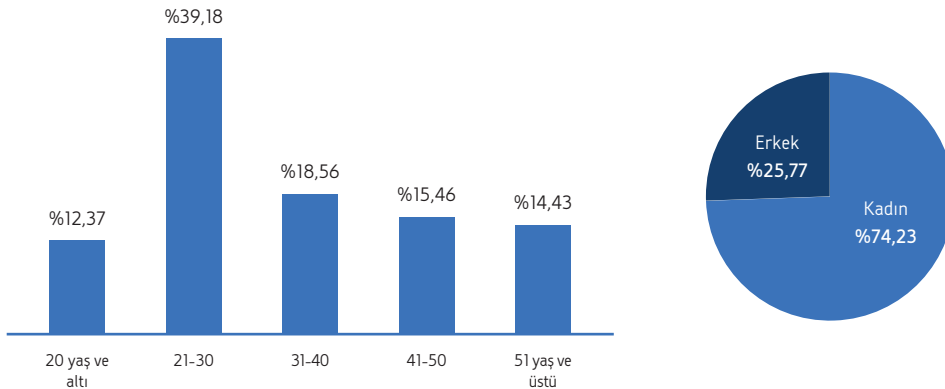
Tablo 19. Katılımcıların Memleketlerine Göre Dağılımı

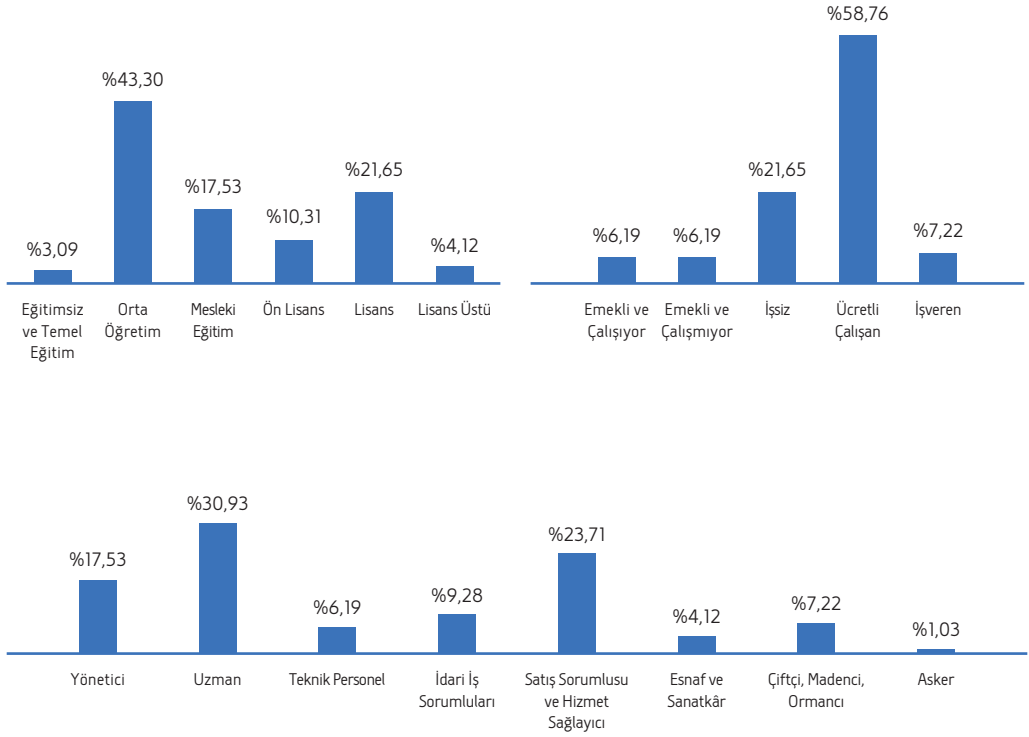
Değişkenler		n	%
Memleketleri Neresi?	Bangladeş	4	4.1
	İngiltere	21	21.6
	İrlanda	5	5.2
	Pakistan	4	4.1
	Rusya	5	5.2
	İskoçya	11	11.3
	Birleşik Krallık	13	13.4
	Ukrayna	4	4.1
	Galler	7	7.2
	Diğer	23	23.7
Türkiye'ye İlk Gelişi mi?	Evet	20	20.6
	Hayır	77	79.4
TOPLAM		97	100,0

Tablo 20. Katılımcıların Profili

	Değişkenler	n	%
Yaş Grubu ($\bar{X} \pm SS$, 33.96 $\pm$ 13.61)	20 ve Altı	12	12.4
	21-30	38	39.2
	31-40	18	18.6
	41-50	15	15.5
	51 ve Üstü	14	14.4
Cinsiyet	Kadın	72	74.2
	Erkek	25	25.8
Eğitim Düzeyi	Eğitimsiz ve Temel Eğitim	3	3.1
	Ortaöğretim	42	43.3
	Mesleki Eğitim	17	17.5
	Ön Lisans	10	10.3
	Lisans	21	21.6
	Lisansüstü	4	4.1
Çalışma Durumu	Emekli ve Çalışıyor	6	6.2
	Emekli ve Çalışmıyor	6	6.2
	İşsiz	21	21.6
	Ücretli Çalışan	57	58.8
	İşveren	7	7.2
Meslek	Yönetici	17	17.5
	Uzman	30	30.9
	Teknik Personel	6	6.2
	İdari İş Sorumluları	9	9.3
	Satış Sorumlusu ve Hizmet Sağlayıcı	23	23.7
	Esnaf ve Sanatkâr	4	4.1
	Çiftçi, Madenci, Ormancı	7	7.2
	Asker	1	1.0
TOPLAM		97	100,0

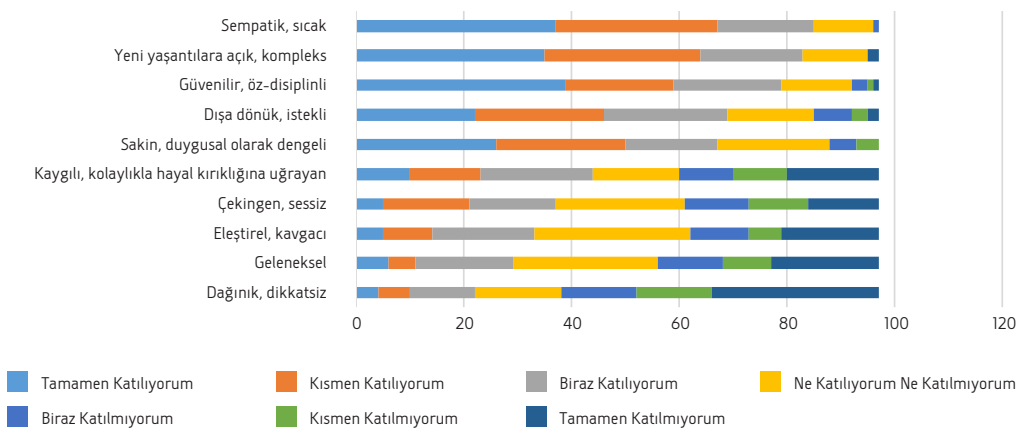
Türkiye'deki Yabancıların Kocaeli Algısı Araştırması Katılımcılarının Yaş Gruplarına, Cinsiyetlerine, Eğitim Düzeylerine ve Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı





Katılımcıların turistik tercihleri ve Kocaeli'ye yönelik algılarını değerlendirmek üzere kişilik özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. Katılımcıların ağırlıklı oranda sempatik - sıcak, yeni yaşantılara açık - kompleks, güvenilir - öz disiplinli, dışa dönük - istekli ve sakin - duygusal olarak dengeli yanıtlarını verdikleri görülmüştür.

Anket Katılımcılarının Kişisel Özelliklere Ait İfadelere Verdikleri Yanıtlara Göre Dağılımı



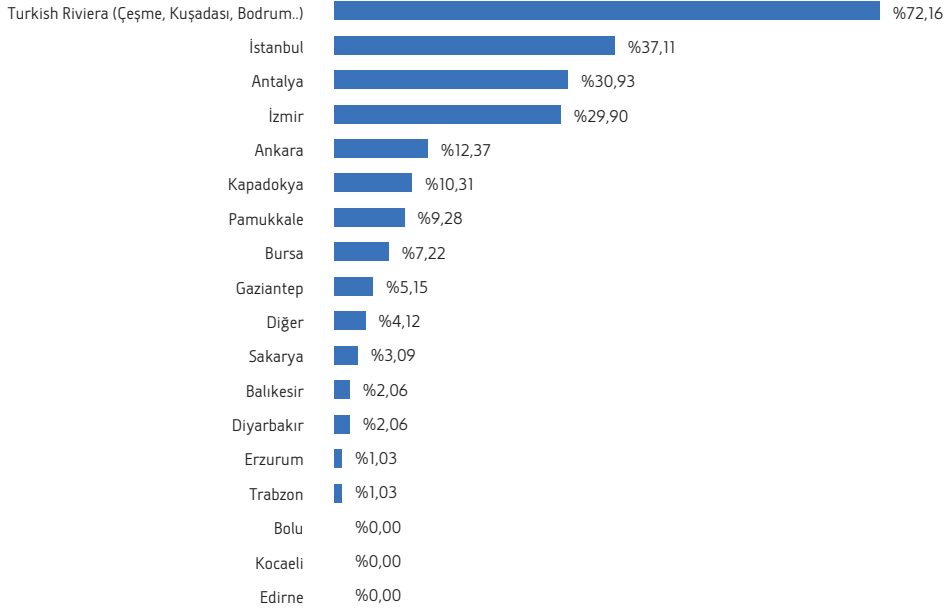
Soruya verilen yanıtlarda;

- “Dışa dönük – istekli” ifadesine katılımcıların %2,1’inin kesinlikle katılmıyorum, %3,1’inin kısmen katılmıyorum, %7,2’sinin biraz katılmıyorum, %16,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %23,7’sinin biraz katılıyorum, %24,7’sinin kısmen katılıyorum ve %22,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Eleştirel – kavgacı” ifadesine katılımcıların %18,6’sının kesinlikle katılmıyorum, %6,2’sinin kısmen katılmıyorum, %11,3’ünün biraz katılmıyorum, %29,9’unun ne katılıyorum ne katılmıyorum, %19,6’sının biraz katılıyorum, %9,3’ünün kısmen katılıyorum ve %5,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Güvenilir, öz disiplinli” ifadesine katılımcıların %1’inin kesinlikle katılmıyorum, %1’inin kısmen katılmıyorum, %3,1’inin biraz katılmıyorum, %13,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %20,6’sının biraz katılıyorum, %20,6’sının kısmen katılıyorum ve %40,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kaygılı – kolay hayal kırıklığına uğrayan” ifadesine katılımcıların %17,5’inin kesinlikle katılmıyorum, %10,3’ünün kısmen katılmıyorum, %10,3’ünün biraz katılmıyorum, %16,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %21,6’sının biraz katılıyorum, %13,4’ünün kısmen katılıyorum ve %10,3’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Yeni yaşantılara açık – kompleks” ifadesine katılımcıların %2,1’inin kesinlikle katılmıyorum, %0’ının kısmen katılmıyorum, %0’ının biraz katılmıyorum, %12,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %19,6’sının biraz katılıyorum, %29,9’unun kısmen katılıyorum ve %36,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Çekingen – sessiz” ifadesine katılımcıların %13,4’ünün kesinlikle katılmıyorum, %11,3’ünün kısmen katılmıyorum, %12,4’ünün biraz katılmıyorum, %24,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %16,5’inin biraz katılıyorum, %16,5’inin kısmen katılıyorum ve %5,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir,
- “Sempatik – sıcak” ifadesine katılımcıların %0’ının kesinlikle katılmıyorum, %0’ının kısmen katılmıyorum, %1’inin biraz katılmıyorum, %11,3’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %18,6’sının biraz katılıyorum, %30,9’unun kısmen katılıyorum ve %38,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir,
- “Dağınık – dikkatsiz” ifadesine katılımcıların %32’sinin kesinlikle katılmıyorum, %14,4’ünün kısmen katılmıyorum, %14,4’ünün biraz katılmıyorum, %16,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %12,4’ünün biraz katılıyorum, %6,2’sinin kısmen katılıyorum ve %4,1’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Sakin – duygusal olarak dengeli” ifadesine katılımcıların %0’ının kesinlikle katılmıyorum, %4,1’inin kısmen katılmıyorum, %5,2’sinin biraz katılmıyorum, %21,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %17,5’inin biraz katılıyorum, %24,7’sinin kısmen katılıyorum ve %26,8’inin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Geleneksel” ifadesine katılımcıların %20,6’sının kesinlikle katılmıyorum, %9,3’ünün kısmen katılmıyorum, %12,4’ünün biraz katılmıyorum, %27,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %18,6’sının biraz katılıyorum, %5,2’sinin kısmen katılıyorum ve %6,2’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Türkiye genelinde araştırmaya katılan turistler arasında en sık gidilmiş olan yer Ege ve Akdeniz sahilleridir. Ülkenin farklı yerlerinde bulunan turistlere Türkiye’de gittikleri turistik destinasyonlar sorulduğunda en sık gidilen yörenin sahil turizmi karakteristiği baskın olan Ege ve Akdeniz sahil yerleşimleri (Turkish Riviera) olduğu görülmüştür. Bu bölgeyi İstanbul, Antalya ve İzmir takip etmektedir.

Kocaeli, yabancı turist nezdinde yakın çevresindeki İstanbul, Bursa ve Sakarya’dan daha düşük bilinirliğe sahiptir. Ülkenin çeşitli destinasyonlarında bulunan yabancılara yöneltilen Türkiye’de bulundukları diğer destinasyonlar sorusuna verilen yanıtlarda İstanbul (%37,11), Bursa (%7,22) ve Sakarya (%3,09) Kocaeli’den daha sık uğranılan yerler olarak öne çıkmışlardır.

Anket Katılımcılarının Türkiye’de Bulundukları Turistik Destinasyonlar



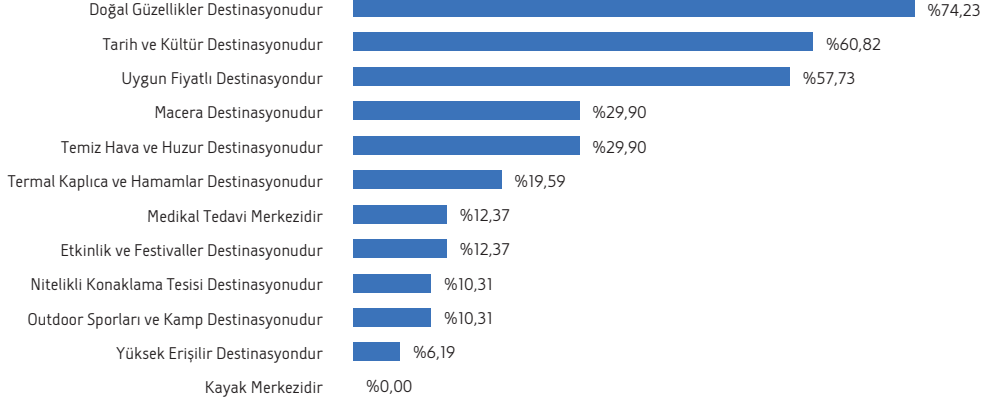
Yabancılar nezdinde Türkiye doğal güzellikleri ile öne çıkmaktadır. Katılımcıların %74,23’ü Türkiye’nin bir doğal güzellikler destinasyonu olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra tarih ve kültür açısından %60,82’lik bir oranla Türkiye’nin bu anlamda da önemi vurgulanmaktadır.

Türkiye’nin maliyet avantajı önemli bir rekabetçi üstünlüğü öne çıkarmaktadır. Farklı ülkelerden araştırmaya katılan %57,73 gibi önemli bir oran Türkiye’nin uygun fiyatlı bir destinasyon olduğunu belirtmiştir. Bu durum turist potansiyeli açısından önemli olsa da turizm geliri bakımından bir olumsuzluğu ortaya koymaktadır.

Türkiye’nin macera turizmindeki önemi de vurgulanmaktadır. Katılımcıların %29,9’luk bir oranı Türkiye’nin macera turizmi konusunda potansiyele sahip olduğunu belirtmiştir.

Türkiye’de etkinlik ve festivaller ile outdoor ve kamp konularında düşük bir mutabakat söz konusudur. Katılımcıların %10,3’ü Türkiye’nin bir outdoor ve kamp destinasyonu olduğunu belirtirken %12,37’si de etkinlik ve festivaller destinasyonu olduğunu ifade etmiştir. Bu alanlarla benzer şekilde önemli bir medikal turizm potansiyeli olmasına karşın bu alanda da yabancı turist nezdinde zayıf bir imaj söz konusudur.

Anket Katılımcılarının Turistik Açidan Türkiye'yi Tanımlamaları



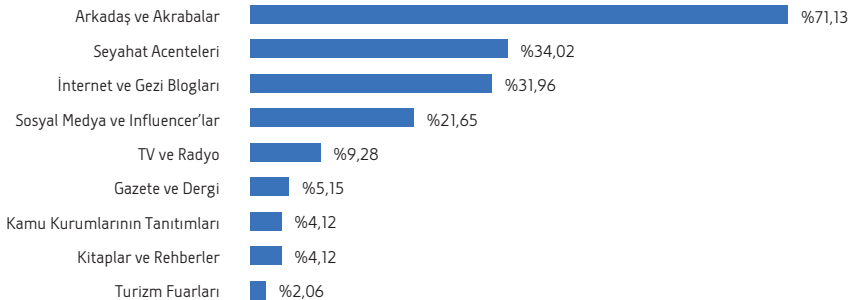
Türkiye Geneli Yabancılar da Seyahat Tercihleri

Yabancıların büyük çoğunluğu tavsiye üzerine destinasyon tercihi yapma eğilimindedir. Araştırmaya katılanların %71,13'ü arkadaşlarının ve akrabalarının önerilerinin turistik destinasyon tercihi için etken olduğunu belirtmişlerdir.

Seyahat acentelerinin programları ve internet ile gezi blogları ve sosyal medya da öne çıkan destinasyon seçimi araçlarıdır. Katılımcıların %34,02'si seyahat acentelerinin, %31,96'sı internet ve gezi bloglarının ve %21,65'i sosyal medya ve influencerların destinasyon tercihlerini etkilediğini belirtmiştir.

Doğrudan müşteriye yönelik fuarlar, basılı materyal ve kamu tarafından yapılan tanıtımların tercihlerde etkisinin düşük olduğu görülmektedir. Katılımcıların destinasyon tercihlerinde gazete ve dergiler (%5,15) ile kitap ve rehberler (%4,12) gibi basılı materyalin etkisinin düşük olduğu görülmektedir. Destinasyon pazarlamada doğrudan müşteriye ulaşma konusunda geri planda kalan diğer araçlar olan kamu kurumlarının tanıtımları (%4,12) ve turizm fuarlarının (%2,06) acen- telere yönelik etkilerinin daha yüksek olduğu tahmini yapılabilecektir. Öte yandan, bu durum pazarlara göre değişim gösterebilecek bir durumdur.

Anket Katılımcılarının Turistik Destinasyon Tercih Etme Araçları



Yabancılar ağırlıklı olarak aile, akraba ya da arkadaşları ile seyahat etmektedir. Katılımcıların %56,7'si en sık olarak ailesi ya da akrabaları ile seyahat ettiğini ifade etmiş, %22,7'lik bir kesim ise arkadaşları ile seyahat yaptığını belirtmiştir. Türkiye'de tur vesilesi ile bulunanların en sık tercih etme durumu ile ele alınması Türkiye'ye gelişte turların daha etkin olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.

Yabancılar uygun fiyatların ideal destinasyon için en önemli bileşen olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında %41,2 ile açık ara öne çıkan bir kesim, ideal destinasyonun uygun maliyetli olması gerektiğini ifade etmiştir. Bunu doğal güzellikler %27,8 ile, tarihi ve kültürel arka plan %14,4 ile takip etmiştir.

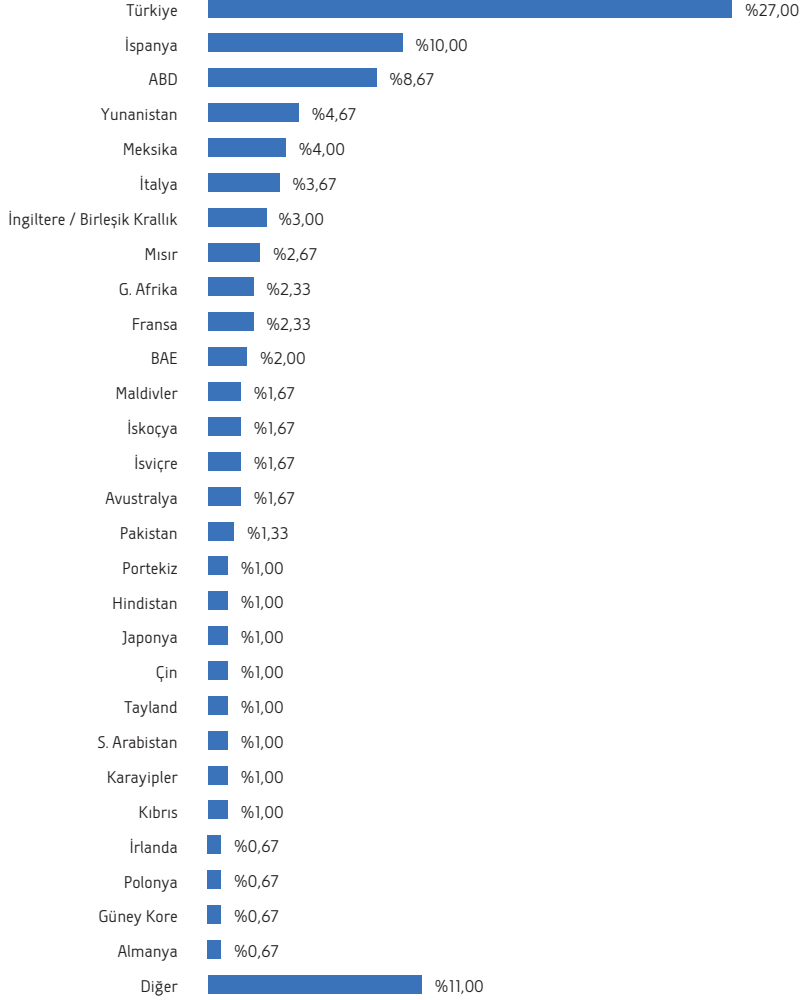
Tablo 21. Yabancıların Seyahat Şekilleri ve Beklentileri

	Değişkenler	n	%
En Sık Kimle Seyahat Ettiği	Yalnız	5	5.2
	Partneri	13	13.4
	Ailesi ya da Akrabası	55	56.7
	Arkadaşları	22	22.7
	İş Ortakları	1	1.0
	Tur ve Grup	1	1.0
İdeal Turizm Destinasyonu Ne Sunmalı?	Doğal Güzellikler	27	27.8
	Tarihi ve Kültürel Arka Plan	14	14.4
	Temiz Hava ve Huzur	1	1.0
	Uygun Fiyatlar	40	41.2
	Etkinlik ve Festivaller	6	6.2
	Macera Olanakları	6	6.2
	Yüksek Erişilebilirlik	1	1.0
	Nitelikli Konaklama	1	1.0
	Diğer	1	1.0
TOPLAM		97	100,0

Katılımcılar nezdinde Türkiye favori destinasyondur. Ankete katılım sağlayanlar %27'lik bir oran dünya genelinde en beğendikleri 5 destinasyon arasında Türkiye'yi saymıştır.

Favori turizm destinasyonları benzer iklimlerde yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların en beğendikleri destinasyonlar arasında ilk sırada dünyanın benzer paralel çizgisinde bulunan Türkiye, İspanya, ABD, Yunanistan, Meksika ve İtalya ilk sıralarda yer almıştır. Bu durum turizmde iklimin payını vurgulamaktadır.

Anket Katılımcılarının Favori Destinasyonları



Türkiye Genelinde Yabancılar Kocaeli Algısı ve Bilgi Düzeyi

Ülke genelindeki yabancıların Kocaeli'yi bilme ve Kocaeli'de bulunma oranları düşük çıkmıştır. Türkiye genelinde ankete katılanların %16'sı Kocaeli'yi duymuş, %5'i ise Kocaeli'de bulunmuştur. Kocaeli'de bulunmuş olanlar iş seyahati, macera arayışı, yenilik ve eğlence ile doğaya kaçış amaçları için gelmiş kişilerdir.

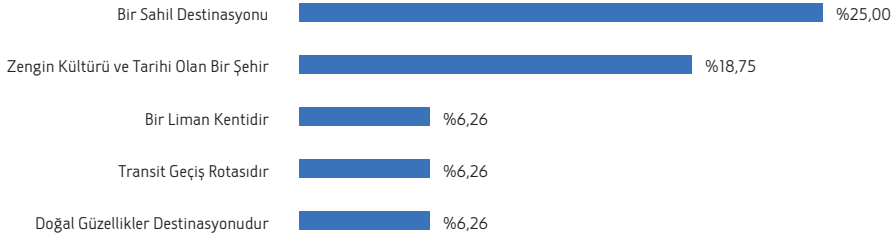
Yabancılar arasında Kocaeli'yi duymamış olup İzmit'i bilen bir grup söz konusudur. Ülke genelindeki yabancı turistler arasında %8,2'lik bir oran Kocaeli'yi duyduğunu ifade etmiş, Kocaeli'yi duymayan kesim içinden de %9'luk bir kesim İzmit'i duyduğunu ifade etmiştir. İzmit'in yanı sıra sorulan Gebze ve Kartepe için tüm katılımcılar duymadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 22. Türkiye Genelindeki Yabancı Turistin Kocaeli'yi Duyma Durumu

	Değişkenler	n	%
Kocaeli'yi Duydunuz mu?	Evet	8	8.2
	Hayır	89	91.8
TOPLAM		97	100.0
(Hayır ise) İzmit'i Duydunuz mu?	Evet	8	9.0
	Hayır	81	91.0
(Hayır ise) Kartepe'yi Duydunuz mu?	Evet	0	0.0
	Hayır	89	100.0
(Hayır ise) Gebze'yi Duydunuz mu?	Evet	0	0.0
	Hayır	89	100.0
TOPLAM		97	100.0

Kocaeli'yi duymuş olanlar sahil destinasyonu olduğunu ve tarihi ile kültürünün zenginliğini bildiklerini ifade etmişlerdir. Düşük bir oranda olan Kocaeli'yi ya da İzmit'i duymuş katılımcılar, Kocaeli'nin sahil destinasyonu olduğunu ve kültürü ile tarihinin zengin olduğunu bildiklerini ifade etmişlerdir.

Kocaeli'yi Duymuş Yabancı Turistlerin Kocaeli'yi Tanımlamaları



Kocaeli'de bulunmuş olan yabancılar genel olarak memnun ayrılmışlar ve tekrar gelebileceklerini belirtmişlerdir. Kocaeli'de bulunmuş olan yabancılar iklim, halkın sıcaklığı, güvenlik, sportif etkinlikler, wellness ve SPA olanakları ile yöresel ürünlerin niteliklerinden memnun kaldıklarını belirtmiştir. Buna karşın eğlence hayatı ve kültür - sanat etkinlikleri konularında düşük memnuniyet düzeyi belirtmişlerdir.

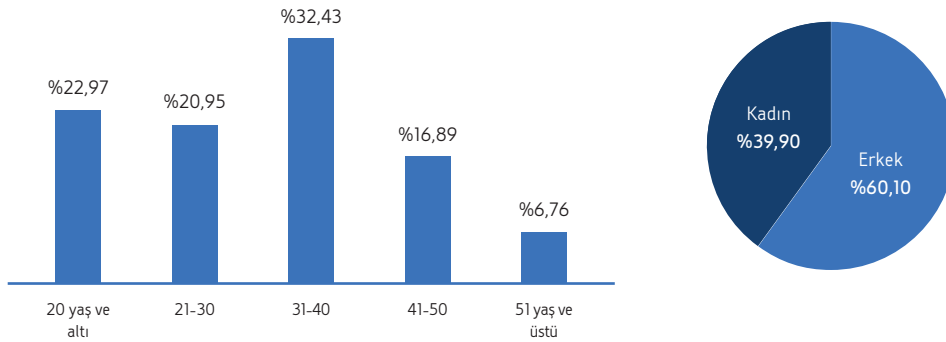
Kocaeli'deki Yabancı Turistin Kocaeli Algısı ve Beklentileri

Tablo 23 Kocaeli'deki Yabancı Turistin Genel Bilgileri

	Değişkenler	n	%
Yaş Aralığı (X ±SS, 32.04±11.48)	20 ve altı	34	23.0
	21-30	31	20.9
	31-40	48	32.4
	41-50	25	16.9
	51 ve üstü	10	6.8
Memleketi	İran	37	25,00
	Almanya	28	18,92
	G.Kore	23	15,54
	UK	10	6,76
	İsrail	9	6,08
	ABD	9	6,08
	Kuveyt	7	4,73
	Irak	6	4,05
	Katar	5	3,38
Cinsiyet	Diğer	14	9,66
	Kadın	59	39.9
Eğitim Düzeyi	Erkek	89	60.1
	Eğitimsiz	0	0,00
	İlköğretim	1	0,70
	Ortaöğretim	16	11,19
	Mesleki Eğitim	2	1,40
	Ön Lisans	59	41,26
	Lisans	42	29,37
	Yüksek Lisans	14	9,79
Çalışma Durumu	Doktora ve Üzeri	9	6,29
	Emekli, Çalışıyor	4	2,7
	Emekli, Çalışmıyor	4	2,7
	Çalışmıyor	46	31.1
	Ücretli Çalışan	68	45.9
	İşveren	26	17.6
Meslek Grubu	Yönetici	19	12.8
	Uzman	24	16.2
	Teknisyen ve Teknik Uzman	25	16.9
	Destekleyici Hizmet Çalışmaları	2	1.4
	Hizmet ve Satış Elemanları	35	23.6
	Tarım, Orman ve Balıkçılık Sektörü Çalışanları	1	0.7
	Nitelik Gerektirmeyen Meslekler	3	2.0
Kiminle Seyahat Ettiği	Diğer	39	26.4
	Yalnız	3	2.0
	Eşi / Partneri	17	11.5
	Aile ve Akrabaları	42	28.4
	Arkadaşları	5	3.4
	İş Arkadaşları	7	4.7
	İş Ortakları	9	6.1
Daha Önce Kocaeli'ye Gelmiş Olma Durumu	Tur ve Grup	65	43.9
	Evet	50	33.8
TOPLAM	Hayır	98	66.2
		148	100.0

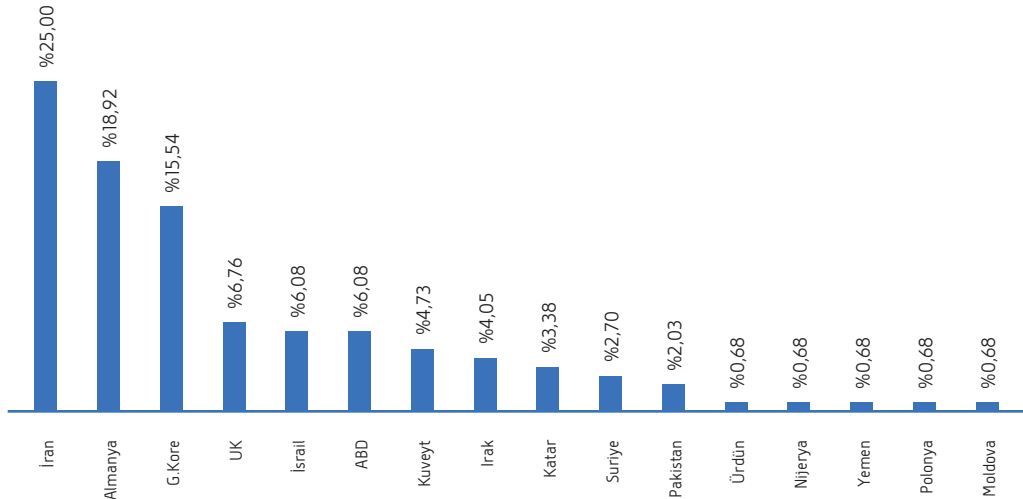
Kocaeli'deki yabancı turistin yaş gruplarına ve cinsiyetlere göre dağılımı şekillerde verilmiştir. Katılımcıların %23'ünün 20 yaş ve altı, %20,9'unun 21-30 yaş aralığında, %32,4'ünün 31-40 yaş aralığında, %16,9'unun 41-60 yaş aralığında ve %6,8'inin 51 yaş ve daha üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %60,1'ini erkekler, %39,9'unu ise kadınlar oluşturmuştur.

Kocaeli'de Bulunan Yabancı Turistlerin Yaş Aralıkları ve Cinsiyetlere Göre Dağılımı



Salgın kaynaklı kısıtlamalar ve belirli Orta Doğu ülkeleri ile yaşanan sıkıntılar da değerlendirildiğinde, araştırma katılımcılarının ülkelere göre dağılımının Kocaeli'nin yabancı turist profili ile uyum gösterdiği görülmektedir. Kocaeli'nin yabancı turist istatistiklerinde öne çıkan Almanya ve Güney Koreli katılımcıların anketlerde yoğun olduğu görülmüştür. Ayrıca, istatistiklerde görece geride kalan İran'ın anket sürecinde önde yer aldığı görülmektedir. Suudi Arabistan başta olmak üzere Körfez ülkelerinden gelen turistlerde ise konu ülkelerin aldığı kararlar neticesinde turist akışındaki daralma saha çalışmalarında da görülebilmektedir.

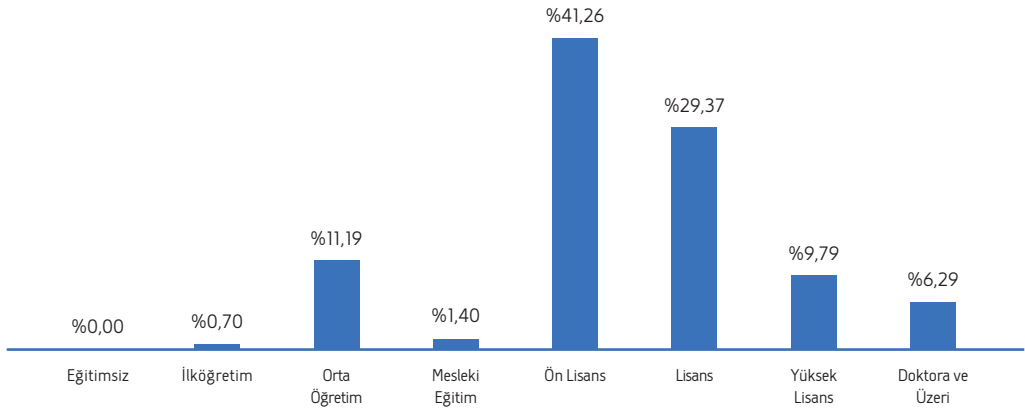
Kocaeli'de Bulunan Yabancı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı



Kocaeli’de bulunan yabancı turistlerin eğitim düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan yabancı turistlerin %41,26’sının ön lisans ve teknik düzeyde üniversite eğitimi, %29,37’sinin lisans düzeyinde üniversite eğitimi aldığı görülmektedir.

Eğitim düzeyi en yüksek grup Almanlar başta olmak üzere Avrupalılar, teknik düzeyde eğitime sahip grupta Güney Koreliler ve ortaöğretim düzeyinde ise Orta Doğulular yoğunlaşmaktadır. Lisans altı üniversite eğitiminin yüksek olduğu grup Güney Koreliler olarak öne çıkmakta ve işle ilgili gerekçelerle Kocaeli’de bulundukları anlaşılmaktadır. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitilmiş turistte ise Alman vatandaşlarının önemli bir ağırlığı bulunmaktadır.

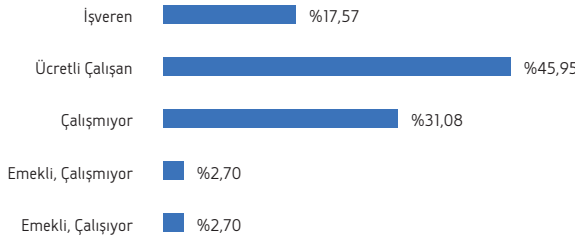
Kocaeli’de Bulunan Yabancı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı



Kocaeli’de bulunan yabancı turistlerin büyük bölümü ücretli çalışan olmakla birlikte düzenli bir işte çalışmayan önemli bir grup bulunmaktadır. Katılımcıların %2,7’sinin emekli, çalışan, %2,7’sinin emekli, çalışmıyor, %31,1’inin işsiz, %45,9’unun çalışan ve %17,6’sının ise işveren olduğu görülmektedir.

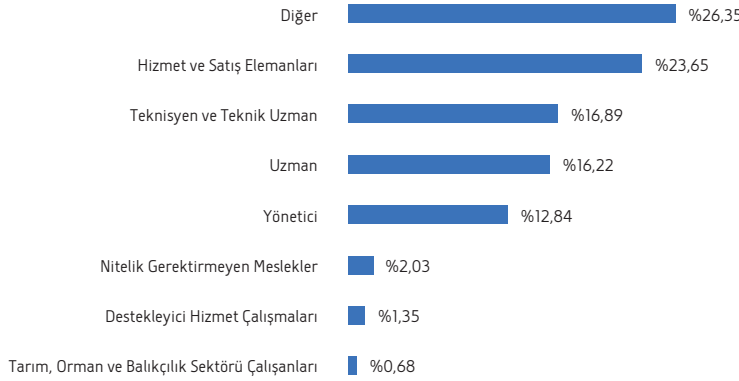
Düzenli bir işte çalışmayanların ağırlığı Orta Doğu ülkelerindendir. İran, Kuveyt, İsrail ve Katar başta olmak üzere Orta Doğu ülkelerinden gelen turistlerde herhangi bir işte çalışmama durumunun yaygın olduğu, bunun her iki cinsiyet için de geçerli olduğu görülmüştür. Bu durum Orta Doğulu turistin iş harici düzenli geliri olma durumunun yaygınlığı ile açıklanabilecektir.

Kocaeli’de Bulunan Yabancı Turistlerin Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı



Güney Koreli turist ağırlıklı olarak teknik eleman, Avrupalı ve Amerikalı turist hizmet sektörü ve Orta Doğulu turist diğer kategorisinde yer almaktadır. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı incelendiğinde, %12,8'inin yönetici, %16,2'sinin profesyonel, %16,9'unun teknisyen ve yardımcı uzman, %1,4'ünün büro destek çalışanı, %23,6'sının servis ve satış çalışanı, %0,7'sinin nitelikli tarım, ormancılık ve balıkçılık işçileri, %2'sinin temel meslekler ve %26,4'ünün ise diğer olduğu görülmektedir.

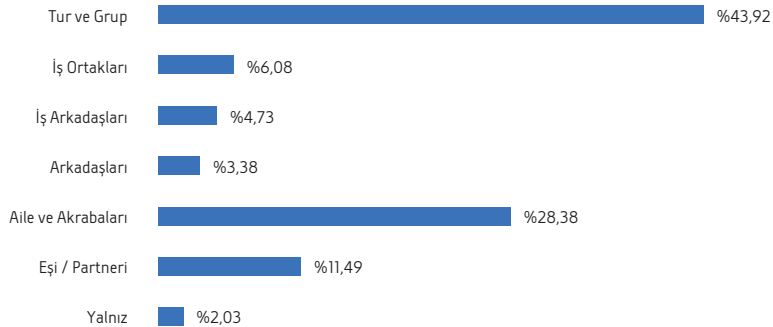
Kocaeli'de Bulunan Yabancı Turistlerin Meslek Gruplarına Göre Göre Dağılımı



Turistlerin milliyetleri ve Kocaeli'ye geliş biçimleri arasında bir korelasyon söz konusudur. Seyahat edilen kişiye göre dağılımı incelendiğinde, %2'sinin yalnız, %11,5'inin partneri ile, %28,4'ünün aile ve akraba ile, %3,4'ünün iş arkadaşları ile, %6,1'inin iş ortakları ile ve %43,9'unun tur grubu ile olduğu görülmektedir. Milliyetlere göre dağılıma göre;

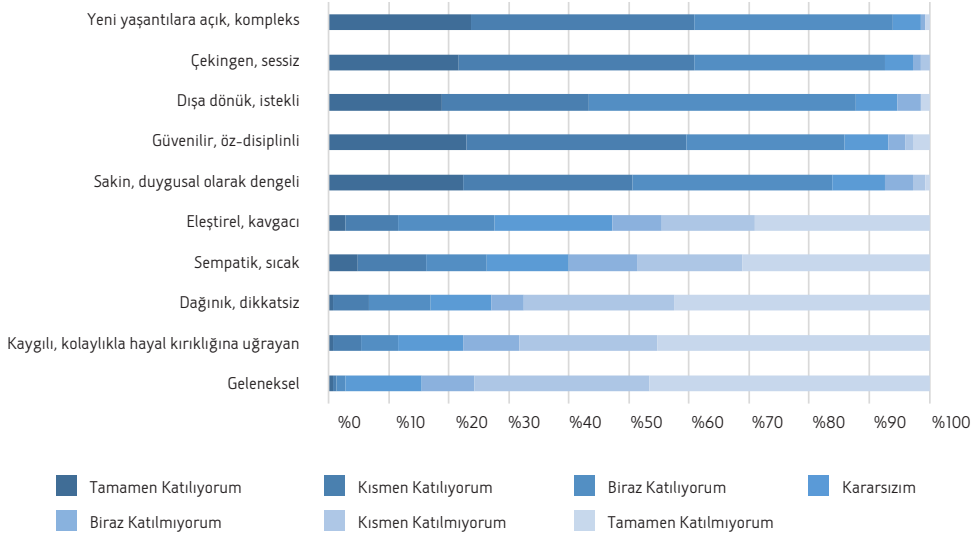
- Arap ülkelerinden gelenler aileleri ile,
- İsrail ve İran'dan gelenler paket turlarla,
- Avrupa'dan gelenler paket turlarla ve bireysel olarak,
- Güney Kore'den gelenler iş ortakları ve iş arkadaşlarıyla seyahat etmektedir.

Kocaeli'de Bulunan Yabancı Turistlerin Gelme Şekillerine Göre Göre Dağılımı



Turistlerin kişilik özellikleri ile milliyetleri arasında doğrudan bir ilişkiden söz edilememektedir. Katılımcılar arasında milliyetlerin kişilik özelliklerini şekillendirme konusunda çok açık bir çıkarıma olanak sağlamadığı görülmektedir. Buna karşın, Avrupalı ve Amerikalı turistte yeniliklere daha açık olma ve sakinlik öne çıkarken Orta Doğulularda sessiz ve çekingen özellikler bir nebze de olsa ön plandadır.

Kocaeli’de Bulunan Yabancı Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımı



Katılımcıların verdiği yanıtlarda;

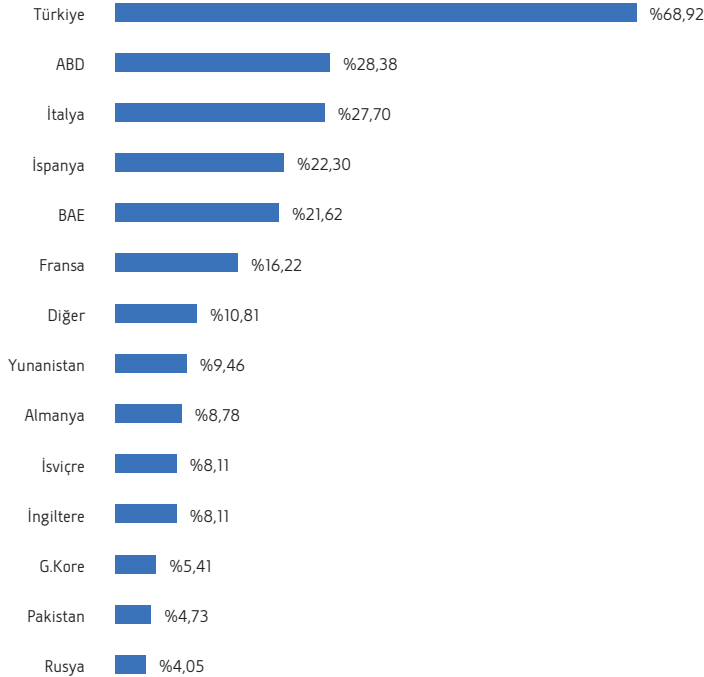
- “Dışa dönük, istekli” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %1,4’ünün tamamen katılmıyorum, %0’ının kısmen katılmıyorum, %4,1’inin biraz katılmıyorum, %6,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %44,6’sının biraz katılıyorum, %24,3’ünün kısmen katılıyorum ve %18,9’unun tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Eleştirel, kavgacı” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %29,1’inin tamamen katılmıyorum, %15,5’inin kısmen katılmıyorum, %8,1’inin biraz katılmıyorum, %19,6’sının ne katılıyorum ne katılmıyorum, %16,2’sinin biraz katılıyorum, %8,8’inin kısmen katılıyorum ve %2,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Güvenilir, öz-disiplinli” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %2,7’sinin tamamen katılmıyorum, %1,4’ünün kısmen katılmıyorum, %7,4’ünün biraz katılmıyorum, %7,4’ünün ne katılıyorum ne katılmıyorum, %26,4’ünün biraz katılıyorum, %36,5’inin kısmen katılıyorum ve %23’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %45,3’ünün tamamen katılmıyorum, %23’ünün kısmen katılmıyorum, %9,5’inin biraz katılmıyorum, %10,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %6,1’inin biraz katılıyorum, %4,7’sinin kısmen katılıyorum ve %0,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Yeni yaşantılara açık, kompleks” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0,7’sinin tamamen katılmıyorum, %0’ının kısmen katılmıyorum, %0,7’sinin biraz katılmıyorum, %4,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %33,1’inin biraz katılıyorum, %37,2’sinin kısmen katılıyorum ve %23,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Çekingen, sessiz” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %31,1’inin tamamen katılmıyorum, %17,6’sının kısmen katılmıyorum, %11,5’inin biraz katılmıyorum, %13,5’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %10,1’inin biraz katılıyorum, %11,5’inin kısmen katılıyorum ve %4,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,

- “Sempatik, sıcak” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0’ının tamamen katılmıyorum, %1,4’ünün kısmen katılmıyorum, %1,4’ünün biraz katılmıyorum, %4,7’sinin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %31,8’inin biraz katılıyorum, %39,2’sinin kısmen katılıyorum ve %21,6’sının tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Düzensiz, dikkatsiz” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %42,6’sının tamamen katılmıyorum, %25’inin kısmen katılmıyorum, %5,4’ünün biraz katılmıyorum, %10,1’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %10,1’inin biraz katılıyorum, %6,1’inin kısmen katılıyorum ve %0,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Sakin, duygusal olarak dengeli” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %0,7’sinin tamamen katılmıyorum, %2’sinin kısmen katılmıyorum, %4,7’sinin biraz katılmıyorum, %8,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %33,1’inin biraz katılıyorum, %28,4’ünün kısmen katılıyorum ve %22,3’ünün tamamen katılıyorum cevabını verdiği,
- “Geleneksel” ifadesinin dağılımı incelendiğinde; %46,6’sının tamamen katılmıyorum, %29,1’inin kısmen katılmıyorum, %8,8’inin biraz katılmıyorum, %12,8’inin ne katılıyorum ne katılmıyorum, %1,4’ünün biraz katılıyorum, %0,7’sinin kısmen katılıyorum ve %0,7’sinin tamamen katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli’deki Yabancıların Seyahat Tercihleri

Kocaeli’de bulunan turistler ülke genelindekilerle benzer şekilde Akdeniz ülkeleri ve benzer paralelde olanları beğenmektedir. Kocaeli’de bulunan yabancı turistler dünya genelinde en beğendikleri turistik destinasyona yönelik soruya Türkiye’nin yanı sıra ABD, İtalya, İspanya yanıtlarını daha sık olarak vermişlerdir.

Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Favori Destinasyonları



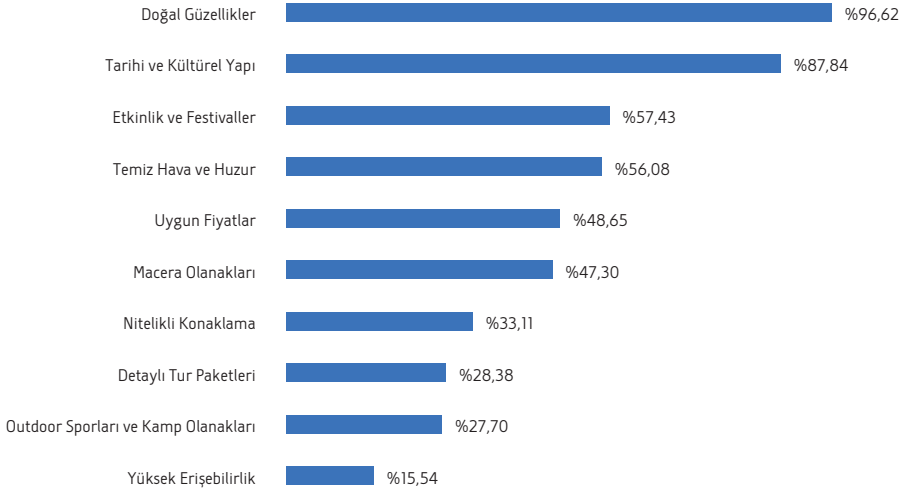
Yabancı turist favori destinasyonlarını tanıdıklarına tavsiye etme eğilimindedir. En beğendikleri destinasyonları tanıdıklarına tavsiye etme ihtimallerine yönelik puanlamalarda %92,6 oranında bir kesim kesinlikle tavsiye edeceğini belirtmiştir. Bu soru Kocaeli'nin tavsiye edilme oranıyla karşılaştırma amacına yönelik olarak sorulmuştur.

Tablo 24. Kocaeli'deki Yabancı Turistin Favori Destinasyonlarını Tavsiye Etme İhtimalleri

	Değişkenler	n	%
Favori Destinasyonlarını Tanıdıklarına Tavsiye Etme İhtimallerinin 1-10 Arasında Puanlanması	7	4	2.7
	8	2	1.4
	9	5	3.4
	10	137	92.6
TOPLAM		148	100.0

İdeal destinasyonda aranan özellikler arasında doğal güzellikler ve tarih ile kültür ilk sırada yer almaktadır. Katılımcılara yöneltilen ideal destinasyonun özelliklerine yönelik soruya verilen yanıtlarda "doğal güzellikler" %96,62, "tarihi ve kültürel yapı" %87,84 oranında mutabık kalınanlar olmuştur.

Kocaeli'de Bulunan Yabancıların İdeal Destinasyonda Aradıkları Özellikler

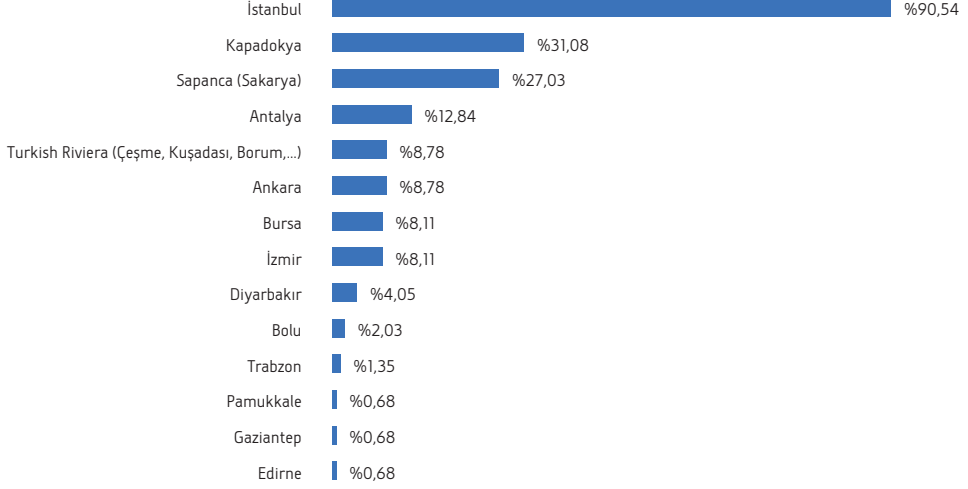


Kocaeli'deki yabancı turistlerin büyük bölümü İstanbul'da bulunmuştur. Ankete katılım sağlayanların %90,54'lük kesimi Türkiye'de bulundukları diğer destinasyonlar arasında İstanbul'u saymıştır.

Kocaeli'deki yabancılar Sakarya ile de etkileşim içerisinde. Ankete yanıt verenler arasında %27'lik bir kesim Sakarya'da da bulunduğunu ifade etmiştir.

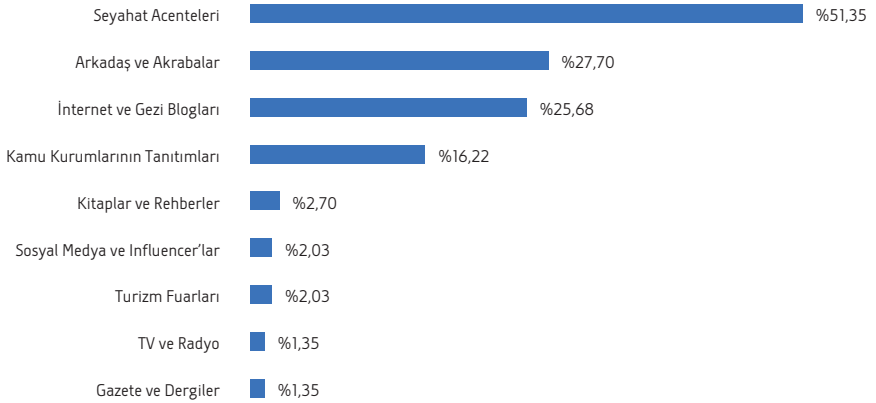
Kocaeli'deki turistlerin bulundukları noktalar Türkiye genelindeki turistten ayrılmaktadır. Türkiye genelindeki turistlerde Ege ve Akdeniz sahilleri baskınken Kocaeli'deki turiste Marmara bölgesi ve Kapadokya baskın durumdadır.

Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Türkiye’de Bulundukları Diğer Destinasyonlar



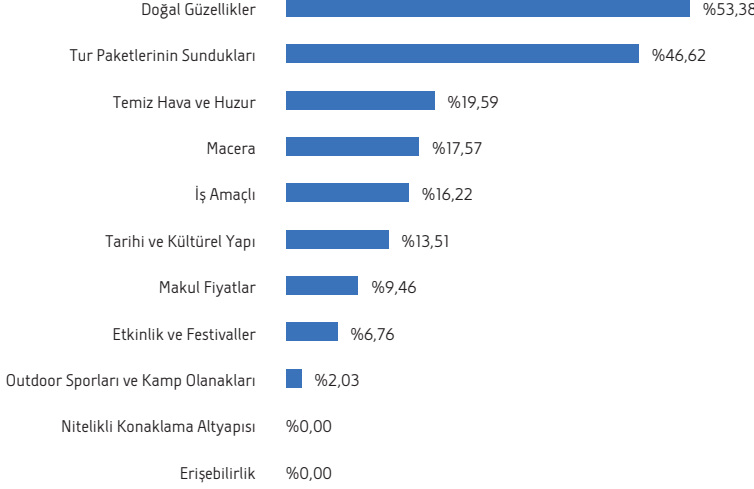
Kocaeli’de bulunan turistlerin temel bilgi kaynakları seyahat acentelerinin programları ve tavsiyeler şeklindedir. Kocaeli’de bulunan yabancılar arasında Arap ülkelerinde arkadaş ve akraba tavsiyeleri ve kamu kurumlarının tanıtımları öne çıkarken; İran, İsrail ve Avrupa ülkelerinde seyahat acentelerinin programlarının etkin olduğu görülmektedir.

Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Kocaeli Hakkında Bilgi Sahibi Olma Platformları



Kocaeli doğal güzellikleri ve tur paketlerinin sundukları sebebiyle tercih edilmiştir. Katılımcıların yarıdan fazlası doğal güzellikleri, yarıya yakını ise tur paketinin sunduklarını tercihlerini şekillendiren unsurlar olarak nitelemiştir. Kocaeli’nin tercih edilmesinde iş seyahati de ön plana çıkarken Türkiye geneline kıyasla maliyet avantajı geri planda kalmaktadır. Ayrıca, yerli turiste kıyasla kültür ve tarih açısından daha tercih edilir olduğu çıkarımı yapılabilecektir.

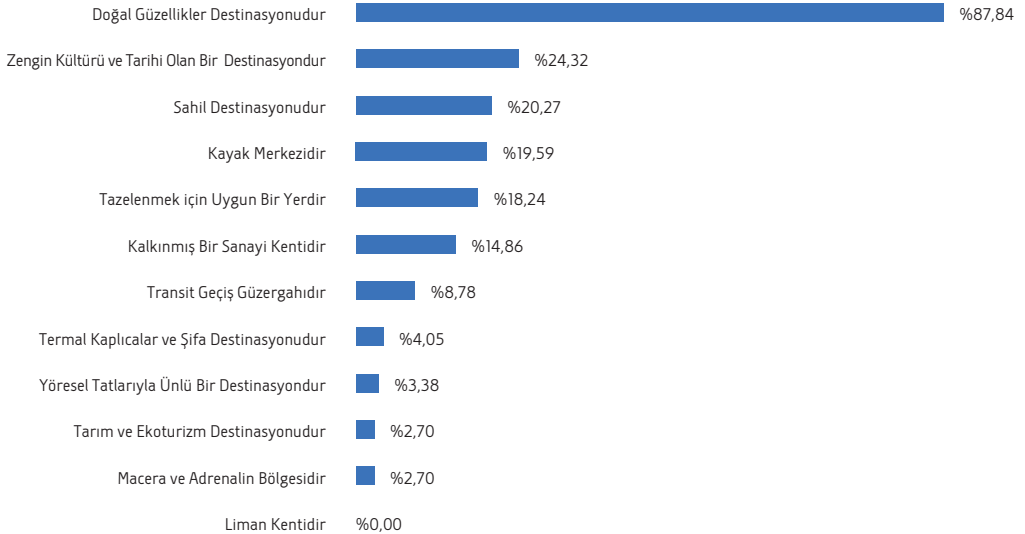
Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Kocaeli’yi Tercih Etme Gerekçeleri



Kocaeli’deki Yabancılarda Kocaeli Algısı

Yabancılar gelmeden önce Kocaeli’nin doğal güzellikler destinasyonu olduğunu düşünmektedir. Katılımcılara Kocaeli’ye ilk gelişlerinden önce Kocaeli hakkında ne düşündükleri sorulduğunda %87,84 gibi çok baskın bir oranda doğal güzellikler destinasyonu olduğu algısı ölçülmüştür.

Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Kocaeli’ye Gelmeden Önceki Algıları

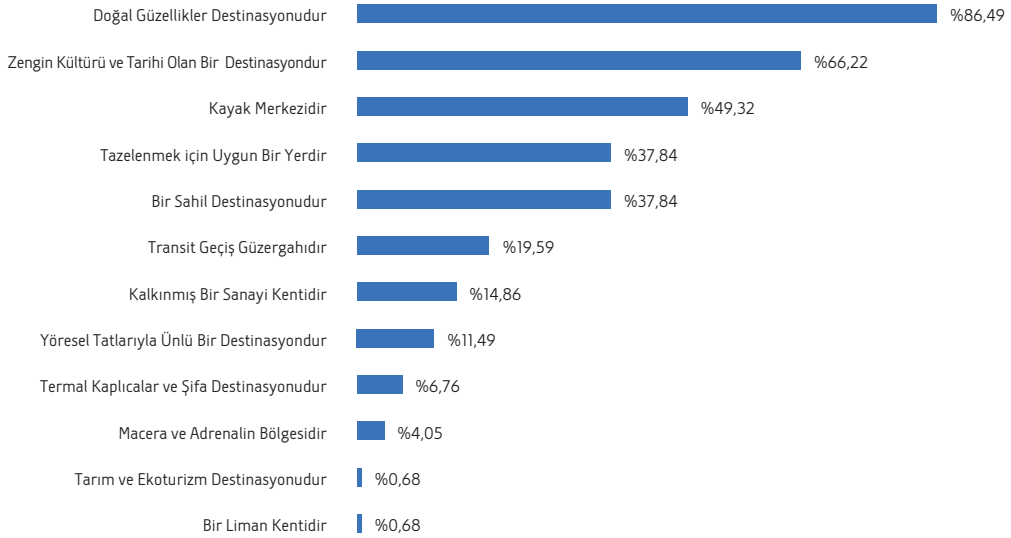


Kocaeli'ye geldikten sonra kültürü ve tarihi daha net görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %24,32'si gelmeden önce Kocaeli'nin zengin kültürü ve tarihi olan bir destinasyon olduğunu düşündüğünü vurgularken, ile gelindikten sonra aynı oran %66,22'ye yükselmiştir. Bu durum Kocaeli'nin zengin kültürü ve tarihinin yeterince tanınmadığını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların bir bölümü Kocaeli'ye geldikten sonra kayak merkezinin ve sahillerin varlığını fark etmiştir. Kocaeli'ye gelmeden önce katılımcıların %20,27'si bir sahil destinasyonu olduğunu düşündüğünü, %19,59'u ise kayak merkezinin varlığını bildiğini ifade etmiştir. Aynı oranlar Kocaeli'ye gelindikten sonra kayak merkezi için %49,32'ye, sahil destinasyonu için %37,84'e yükselmiştir.

Kocaeli'nin yerel mutfağı ve termal kaynakları konusunda gelenlerde dahi algı yükselmemiştir. Kocaeli'nin yerel tatlılarıyla ünlü bir destinasyon olduğu ifadesi ile termal kaplıcalar ve şifa destinasyonu olduğu ifadesine verilen yanıtlar ise kente gelinmiş olmasına rağmen sabit seyretmiştir.

Kocaeli'de Bulunan Yabancıların Kocaeli'ye Geldikten Sonraki Algıları



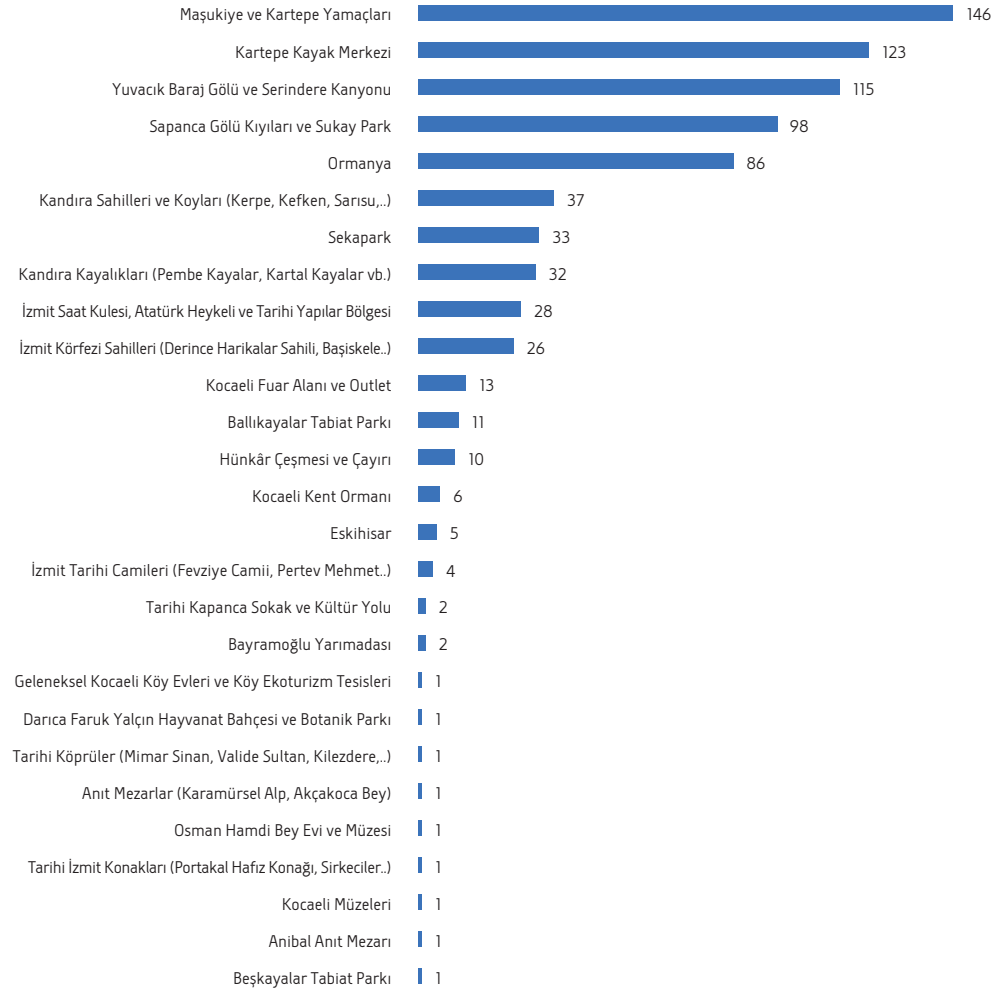
Yabancıların Kocaeli Deneyimi

Kocaeli'deki yabancı turistlerin tamamına yakını Kartepe - Maşukiye yöresini ziyaret etmiştir. Ankete yanıt veren 148 turistin 146'sı bu seyahatleri esnasında Maşukiye ve Kartepe yöresini ziyaret ettiğini belirtmiştir. Anketin uygulandığı Ormanya, İzmit, Gebze ve Kandıra yörelerinden katılımcıların da bu yanıtı vermiş olmaları bu bölgelerin Kocaeli turizmi için anahtar noktalar olduğu vurgusunu güçlendirmektedir.

Yuvacık ve Serindere, Sapanca Gölü kıyısı ve Ormanya da en sık ziyaret edilen yörelerdendir. Katılımcıların yarısından fazlası Kartepe - Maşukiye yöresinin yanı sıra Yuvacık Baraj Gölü ve Serindere Kanyonu, Sapanca Gölü kıyıları ve Sukay Park ve Ormanya'yı da ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir.

Kocaeli'nin kültür noktaları sık uğranan yerler arasında ikinci planda kalmaktadır. Katılımcıların Kocaeli'nin kültürü ve tarihi birikimi olan bir destinasyon nitelermelerine karşın ziyaret etme konusunda bu noktaların geri planda kaldığı görülmektedir.

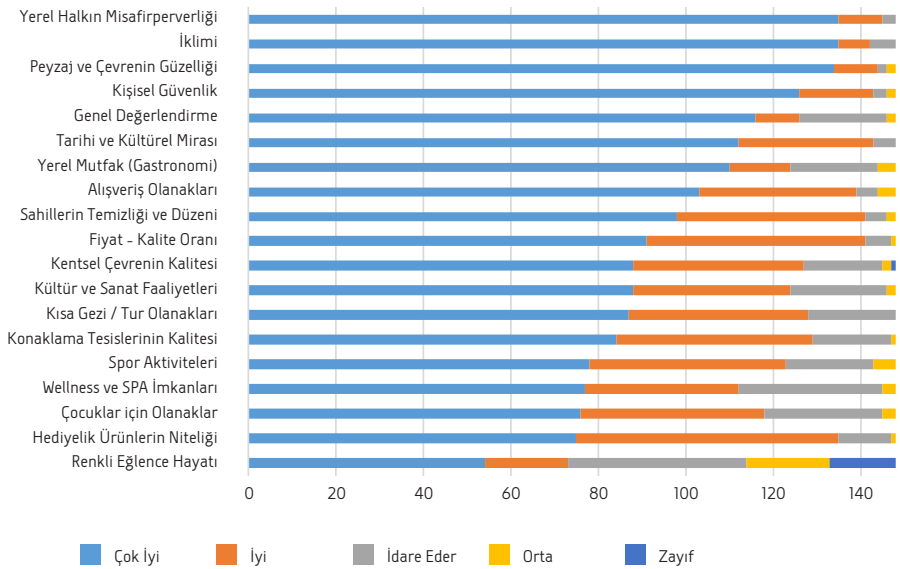
Kocaeli'de Bulunan Yabancıların Kocaeli'de Uğradıkları Yerler



Yabancılar Kocaeli halkını misafirperver, iklimini ve peyzajını güzel bulmakta ve kendini güvende hissetmektedir. Kocaeli’de bulunan yabancı turistler tamamına yakın bir oranda Kocaeli halkını misafirperver olarak nitelemiştir. Ayrıca ikliminin güzel ve peyzaj ile çevresinin iyi olduğunu belirtmişlerdir.

Yabancılar eğlence hayatını, hediyelik eşyaların niteliğini ve çocuklar için olanakları görece kısıtlı bulmaktadır. Kocaeli’de bulunan yabancı turistler arasında eğlence hayatı, hediyelik eşyaların niteliği ve çocuklar için olanaklar en düşük puanları alan unsurlar olmuşlardır. Bununla birlikte wellness ve SPA, spor olanakları, kısa turlar (excursion), kültür ve sanat etkinlikleri ve kentsel çevre de görece düşük puan verilen unsurlardır.

Kocaeli’de Bulunan Yabancıların Değerlendirmeleri



Kocaeli’de bulunan yabancı turistlere yönelik anketlerde;

- “İklim” ifadesine katılımcıların %4,1’inin orta, %4,7’sinin iyi, %91,2’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Yerel halkın misafirperverliği” ifadesine katılımcıların %2’sinin orta, %6,8’inin iyi, %91,2’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Sanat ve kültürel etkinlikler” ifadesine katılımcıların %1,4’ünün ortalama altı, %14,9’unun orta, %24,3’ünün iyi, %59,5’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Kentsel çevrenin kalitesi” ifadesine katılımcıların %0,7’sinin kötü, %1,4’ünün ortalama altı, %12,2’sinin orta, %26,4’ünün iyi, %59,5’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Tarihi ve kültürel miras” ifadesine katılımcıların %3,4’ünün orta, %20,9’unun iyi, %75,7’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Sahillerin temizliği ve düzeni” ifadesine katılımcıların %1,4’ünün ortalama altı, %3,4’ünün orta, %29,1’inin iyi, %66,2’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Peyzajın ve çevrenin güzelliği” ifadesine katılımcıların %1,4’ünün ortalama altı, %1,4’ünün orta, %6,8’inin iyi, %90,5’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Kişisel güvenlik” ifadesine katılımcıların %1,4’ünün ortalama altı, %2’sinin orta, %11,5’inin iyi, %85,1’inin ise çok iyi cevabını verdiği,

- “Çocuklar için olanaklar” ifadesine katılımcıların %2’sinin ortalama altı, %18,2’sinin orta, %28,4’ünün iyi, %51,4’ünün ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Alışveriş olanakları” ifadesine katılımcıların %2,7’sinin ortalama altı, %3,4’ünün orta, %24,3’ünün iyi, %69,6’sının ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Renkli eğlence hayatı” ifadesine katılımcıların %10,1’inin kötü, %12,8’inin ortalama altı, %27,7’sinin orta, %12,8’inin iyi, %36,5’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Konaklama tesislerinin kalitesi” ifadesine katılımcıların %0,7’sinin ortalama altı, %12,2’sinin orta, %30,4’ünün iyi, %56,8’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Spor aktiviteleri” ifadesine katılımcıların %3,4’ünün ortalama altı, %13,5’inin orta, %30,4’ünün iyi, %52,7’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Wellness ve SPA imkanları” ifadesine katılımcıların %2’sinin ortalama altı, %22,3’ünün orta, %23,6’sının iyi, %52’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Yerel mutfak (gastronomi)” ifadesine katılımcıların %2,7’sinin ortalama altı, %13,5’inin orta, %9,5’inin iyi, %74,3’ünün ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Kısa tur / gezi olanakları” ifadesine katılımcıların %13,5’inin orta, %27,7’sinin iyi, %58,8’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Hediyelik eşyaların niteliği” ifadesine katılımcıların %0,7’sinin ortalama altı, %8,1’inin orta, %40,5’inin iyi, %50,7’sinin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Fiyat – kalite oranı” ifadesine katılımcıların %0,7’sinin ortalama altı, %4,1’inin orta, %33,8’inin iyi, %61,5’inin ise çok iyi cevabını verdiği,
- “Genel değerlendirme” ifadesine katılımcıların %1,4’ünün ortalama altı, %13,5’inin orta, %6,8’inin iyi, %78,4’ünün ise çok iyi cevabını verdiği görülmektedir.

Kocaeli’ye daha önce de gelmiş olanlar, büyük ihtimalle tekrar geleceklerini ve tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların Kocaeli’ye 5 yıl içinde tekrar gelme ihtimallerine %2’sinin 5 puan, %2’sinin 7 puan, %10’unun 8 puan, %6’sının 9 puan ve %80’inin 10 puan verdiği görülmektedir. Ayrıca, Kocaeli’ye daha önce de gelmiş olanlar büyük oranda Kocaeli’yi çevrelerine tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Bu duruma katılımcıların %2’sinin 5 puan, %4’ünün 7 puan, %2’sinin 8 puan, %4’ünün 9 puan ve %88’inin 10 puan verdiği görülmektedir.

Tablo 25. Kocaeli’deki Yabancı Turistin Tekrar Gelme ve Tavsiye Etme İhtimalleri

	Skor	n	%
Kocaeli’ye Önümüzdeki 5 Yılda Tekrar Gelme İhtimalini 1-10 Arasında Kaçla İfade Ettiği	5	1	2.0
	7	1	2.0
	8	5	10.0
	9	3	6.0
	10	40	80.0
Kocaeli’yi Bir Tanıdığına Turistik Destinasyon Olarak Tavsiye Etme İhtimalini 1-10 Arasında Kaçla İfade Ettiği	5	1	2.0
	7	2	4.0
	8	1	2.0
	9	2	4.0
	10	44	88.0
TOPLAM		148	100.0

Kocaeli'nin tavsiye edilme ihtimali yüksek olsa da favori destinasyonlar düzeyinde değildir. Katılımcıların favori destinasyonlarını tanıdıklarına tavsiye etme ihtimallerine verilen puanlarla Kocaeli'nin tavsiye edilmesine verdikleri puanlar arasında kısmi de olsa fark bulunduğu görülmektedir.

Kocaeli'nin bir turistik destinasyon olarak yerel halk ile yerli ve yabancı turistler nezdindeki durumunun analizi için kapsamlı ve sistemli bir saha çalışması süreci gerçekleştirilmiştir. Çalışmayla Kocaeli Turizm Master Planı'na ve marka kimliğine yönelik girdi niteliğinde bilgiler edinilmesi amaçlanmıştır.

Çalışma; kişilik özelliklerine ve demografik niteliklerine göre potansiyel ve mevcut turistin genel olarak ve özelde Kocaeli için tercihlerini ortaya koymuştur. Bu tercihlerin Kocaeli deneyimleri doğrultusunda yorumlanması gerçekleştirilmiş ve esneklik durumları değerlendirilmiştir. Kocaeli'ye gelenlerin deneyimleri soyut ve somut şekillerde değerlendirilmiş ve gelmeyenlere göre düşünceleri mukayeseli olarak analiz edilmiştir. Kocaeli'nin belirli durumlar haricinde her yaştan, her sosyo ekonomik düzeyden, dünyadan ve ülkenin farklı noktalarından turist çekme potansiyelini barındırdığı söylene-bilecektir. Doğru turist segmentlerinin doğru alt destinasyonlar, doğru turizm türleri ve aktivitelerle buluşturulması bu potansiyelin etkinleştirilmesi için kritik olacaktır.

Kocaeli tüm kesimler tarafından doğal değerleri ile öne çıkan bir destinasyon olarak görülmektedir. Bu durum görme-yenler nezdinde yüksek kabul görmesinin yanında görenlerde de daha da pekiştirilerek öne çıkarılmaktadır. Kocaeli'de bulunan yoğun kültürel ve tarihi değer arka planı tüm kesimler tarafından algısal olarak geri planda kalmakta, buna karşın gelenler tarafında aksi şekilde güçlü bir şekilde öne çıkarılmaktadır.

Kocaelililerin turistlere nazaran daha eleştirel yaklaştığı, sanayinin turizmin önüne geçtiği değerlendirilmesi yapıldığı görülebilmektedir. Kocaeli halkının turizm potansiyeli, turistik değerlerin önemi ve turizm sektörünün gelir getirici niteliği konusunda da görece olumsuz bir çerçevede olduğu görülmüştür. Bu nedenle, Kocaeli halkına turizmin faydalarının anlatılması ve halkın gerek tanıtım gerekse de sektöre katılımı daha aktif olmalarının sağlanmasında fayda görülmektedir.

Kocaeli'yi bilenler ilin güneydoğusunu kapsayan ve Samanlı Dağları'nın kuzey kesimini oluşturan Kartepe, Maşukiye ve yakın çevresindeki Yuvacık, Sapanca, Serindere gibi çekim noktalarının il turizminin odağı olduğu değerlendirmesini yapmaktadır. Kocaeli, aynı zamanda yöresel ürünün simgeleştiği bir destinasyon niteliğindedir. İzmit pişmaniyesi Kocaeli halkı başta olmak üzere pek çok kesim tarafından ilk akla gelen ve ili tanımlayan unsur olarak ön plana çıkarılmıştır.

Kocaeli'nin turistik açıdan olumsuzluğu, uzun yıllardır imalat sanayii ile özdeşleşmiş görünümüdür. Bu nitelik turizmle kısmen de olsa çelişkili görülebilmektedir. Dünya genelinde endüstriyel dönüşüm sürecinde turistik destinasyon olarak başarılı olan diğer destinasyonlar gibi Kocaeli'nin de bu durumu lehine çevirmesi, hatta turizm potansiyeli için sanayiyi bir girdi olarak kullanması olasıdır. Saha çalışmalarında Kocaeli'de faaliyet gösteren firmaların burayla birlikte anılması sıklıkla karşılaşılan bir durum olmuştur. Güney Koreliler örneğinde karşılaşıldığı gibi doğrudan yabancı yatırım dolaylı bir turizm hareketliliğine olanak sağlamıştır.

Kocaeli'nin iki denize kıyısının olması ve denizden yararlanma konusunda pek çok alan ve yatırımın bulunmasına karşın tüm kesimler tarafından denizle etkileşimin önemi vurgulanmıştır. İzmit Körfezi, Kocaeli ile özdeşleşmiş değerlerden biri olarak öne çıkarılmakta, buna karşın turistik olarak yeterli seviyede değerlendirilmediği konusunda düşünceler bulunmaktadır.

Turist profilinin çeşitli olması önemli bir avantaj görünümündedir. Homojen bir turist profili olmayan Kocaeli; Orta Doğu, Avrupa, Uzak Doğu, Kuzey Amerika ve Güney Asya'dan doğrudan turist çeken bir destinasyon görünümündedir. Tanıtım ve iletişim kanalları ile farklı segmentlerin özgün beklentilerinin doğru yönetimi, tüm bu pazarlardan gelecek turistler ve memnuniyet düzeylerini yükseltecektir. Kentsel aktiviteler ve kültür altyapısı anlamındaki beklentilerin yönetilmesi için çalışmalarda yarar görülmektedir.

Araştırma esnasında karşılaşılan bir durum da Güneydoğu Anadolu bölgesinde Kocaeli'nin belediyeçilik ve sosyal destekler anlamında bir algıya sahip olduğudur. Yörede verilen yanıtlarda sorular haricinde bu durum ifade edilmiştir. Yurt içinde alternatif tanıtım ve imaj kanallarının yönetilmesinde bu ve benzeri özel durumların da ele alınması faydalı olacaktır.

"Kocaeli Algı Araştırması" çalışması genelinde yapılan tespitler rapor genelinde yer almaktadır. Sahadan edinilen bilgiler Kocaeli Turizm Master Planı'nın farklı aşamaları için de önemli girdiler teşkil edecektir.

