

## Kastamonu Halkının Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algılarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

Niyazi GÜMÜŞ<sup>1</sup>, Esmâ ERTÜRK<sup>2</sup>, Şerife ŞEN<sup>3</sup>

### Özet

Türkiye'de yükseköğretim kurumlarının bilinen fonksiyonlarına ek olarak özellikle sanayi-turizm vb. sektörlerinin gelişmediği merkezlerde şehirlerin gelişimine öncülük etme misyonu da yüklenmektedir. Bu amaç doğrultusunda üniversitelerden öğrenci ve çalışan sayılarını artırması öncelikle beklenmekte sonraki adım olarak ise üniversitenin gerçekleştireceği ya da öncülük edeceği projeler, eğitimler, etkinlikler ile bulunduğu şehrin ekonomisine doğrudan ya da dolaylı olarak katkıda bulunması beklenmektedir. Bu çalışmada Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu halkı tarafından nasıl algılandığının öğrenilmesi amaçlanmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda; Kastamonu Üniversitesi'nin şehrin ekonomik hayatına canlılık getirdiği ve yeni işyerlerinin açılmasına katkı sağladığı, Kastamonu'ya yapılan yeni yatırımlar için çekicilik unsuru olduğu, Üniversite'nin her geçen gün geliştiği ve şehrin yaşam kalitesini yükselttiği sonuçları ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kastamonu Üniversitesi, Üniversite Algısı.

## A Research Conducted to Investigate Perception of Kastamonu Citizens about Kastamonu University

### Abstract

In Turkey, in addition to the known functions of higher education institutions and industry- especially the development of tourism and industry in the city center to lead the development of the mission are also installed. For this purpose, universities, students and staff, increase the number of priorities is expected as the next step of the university will be realized or would lead the projects, trainings, events, and where the city's economy, directly or indirectly contribute is expected. It has been aimed with this study to determine the perceptions of the Kastamonu peoples about Kastamonu University. As a result of the research; in conclusion of the study, it has been found out that Kastamonu University has brightened the economic life of the city and new shops have been opened, it has been a sign of appealingness for new investments, University develops day by day and increases the life standards of the city.

**Keywords:** Kastamonu University, Perception of University

<sup>1</sup> Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kastamonu-TÜRKİYE  
ngumus@kastmonu.edu.tr

<sup>2</sup> Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kastamonu-TÜRKİYE  
esma.erturk@hotmail.com

<sup>3</sup> Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kastamonu-TÜRKİYE  
serifesen92@hotmail.com

## Giriş

Türkiye’de üniversitelerin kurulma amaçlarına bakıldığında öncelikle üniversite eğitimi almak isteyen ve gittikçe sayısı artan genç nüfusun eğitim ihtiyacının karşılanması ikinci olarak ise kurulacak üniversitenin şehrin sosyo-ekonomik hayatına önemli etkiler yapması gelmektedir. Kurulan üniversitelerin birinci amaca ek olarak bu çalışmanın konusuyla ilgili olan ikinci amacı doğrultusunda şehirlerin ekonomik ve ticari hayatına önemli katkılar sağladığı böylelikle şehirleşme sürecini hızlandırdığı bilinmektedir (Sargın, 2007: 134). Şüphesiz bu amaçlar doğrultusunda bilim ve teknolojinin yansımalarının toplum üzerindeki faydalarının diğer alanlara kıyasla daha açık olduğu düşünüldüğünde üniversitelerin kurulmasının doğru bir strateji olduğu düşünülmektedir. Ancak bilim ve teknoloji merkezleri olarak üniversitelerin öncelikle kurulduğu şehrin dolaylı olarak da toplumun her anlamda ilerlemesine katkı yapabilmesinin halkın, akademisyenlerin, sivil toplum örgütlerinin ve üniversite yönetiminin aynı amaç etrafında birleşmelerine ve birlikte çalışmalarına bağlı olduğu unutulmamalıdır (Adıgüzel ve Özkan, 2013: 280). Ancak bunun için öncelikle halkın üniversiteden beklentilerinin ve üniversiteye yönelik algılarının belirlenmesi gerekmektedir.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi’ne yönelik algılarının incelenmesi olarak belirlenmiştir. Bu amaç çerçevesinde aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi’ne yönelik algıları hangi boyutlarda ortaya çıkmaktadır?
- Katılımcıların demografik değişkenleri açısından algılar arasında farklılık var mıdır?

Araştırma amacı ve araştırma soruları çerçevesinde ortaya çıkacak sonuçların farklı iş birliği çalışmalarına zemin oluşturmak adına önemli olacağı düşünülmektedir.

## Üniversitelerin Şehirlerin Ekonomik ve Sosyal Hayatına Katkısı

Türkiye’de bölgeler arasında bir gelişmişlik farkının olduğu şüphesiz herkes tarafından kabul edilmektedir. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılığının en aza indirilmesi bölgelerde veya şehirlerde kalkınmanın sağlanmasına bağlıdır (Bilgin, 2002: 313). Bu doğrultuda şehirlerin ekonomik ve sosyal gelişmişlik düzeyini geliştirecek (Ceyhan ve Güney, 2011: 84) yerel ekonomiye canlılık kazandıracak unsur olarak üniversiteler görülmekte ve her şehire bir hatta daha fazla üniversite kurulması politikası uygulanmaktadır. Bu bakımdan başta üniversiteler olmak üzere eğitim-öğretim kurumları, ülke ekonomilerini yalnızca ekonomik anlamda geliştiren

kurumlar olarak değil aynı zamanda ekonomik gelişmenin devamlılığını sağlayan ve bunu sosyo-kültürel gelişmeyle destekleyen ayrıca entelektüel birikimin oluşmasını sağlayan kurumlar olarak düşünülmektedir (Dalğar vd., 2009: 40). Buldukları şehirlerin kalkınmasına önemli katkılar sağlayan üniversitelerin temel işlevleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Kaşlı ve Serel, 2008: 100);

- Bölgesel bilgi ekonomisinin gelişiminin ve toplumun destekleyicisi olmak,
- Ekonomik istikrarın ve gelişimin önemli bir unsuru olmak,
- Bölgenin sosyal yaşamının temel gücü olmak,
- Bölgede ki kültürel kaynakların temelini oluşturmak ve güçlendirmek,
- Bölgenin uluslararası işbirliğinde ve dışa açılmasında etkili olmak,
- Yenilikçi aktivitelerin ve girişimciliğin temel kaynağı olmak.

Üniversitelerin buldukları şehirlerin ekonomilerine sağladıkları katkılar; doğrudan, dolaylı ve uyarılmış katkılar olarak gruplandırılmaktadır. Doğrudan katkılar olarak, üniversitelerin gerçekleştirmiş olduğu doğrudan işe alımlar ve personeline yaptığı harcamalar kabul edilmektedir. Dolaylı katkılar içerisinde ise, üniversite öğrencilerinin yaptıkları harcamalar, üniversitenin faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla satın aldığı mal ve hizmet harcamaları sebebiyle gerçekleşen istihdam artışı yer almaktadır. Üniversitelerin buldukları şehirlerin ekonomilerinde ortaya çıkardığı uyarılmış etkiler ise, şehre gelen öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla iş yerlerinin açılması ve şehrin üniversitenin önemini kavrayarak bu alanda uzun vadeli düşünebilmesi ile ortaya çıkabilmektedir (Tugay ve Başgöl, 2005: 1020). Bu katkılar yoluyla, üniversitelerin kuruldukları şehirlerin, ekonomik ve sosyal yaşamında önemli değişim ve gelişimler meydana getirdikleri düşünülmektedir (Ceyhan ve Güney, 2011: 84).

Üniversitelerin kuruldukları şehrin ticari hayatına yaptığı doğrudan ve dolaylı katkıların yanı sıra o şehrin sosyal ve kültürel hayatına da önemli katkıları söz konusu olmaktadır. Şehir halkının çocuklarını başka şehirler yerine kendi şehirlerinde yükseköğrenime devam ettirmelerini sağlaması, üniversite öğrencilerine yönelik düzenlenen sosyal ve kültürel etkinliklerden, önemli gün ve geceler için düzenlenen etkinliklerden şehir halkının faydalanması, şehirdeki ticari işletmelerin genç kitleye yönelik farklılaşması nedeniyle hizmet kalitesinin ve çeşitliliğinin artması, üniversitelerin şehrin sosyal ve kültürel hayatına yaptığı katkılar olarak öne çıkmaktadır. Üniversitelerin kurulmasıyla birlikte yaşanan küçük çaplı göçler nedeniyle yeni ve farklı yaşam tarzları, farklı kültürler, şehirde toplumsal çeşitlilik ve kaynaşmaya da neden olmaktadır (Yılmaz ve Kaymak, 2012: 56). Ayrıca

üniversitedeki akademik personelin yaşadığı şehrin problemlerine yönelik yaptığı akademik çalışmalarla şehrin gelişmesine katkı sunması da bir diğer katkı olarak görülmektedir (Adıgüzel ve Özkan, 2013: 286).

Bu katkıların yanı sıra üniversitenin hayat boyu öğrenme eğitimleri, düzenlediği kurslar, sektörlere yönelik eğitimler, teknoloji parkları, geliştirilen araştırma projeleri, merkezler aracılığı ile verilen destek ve danışmanlıklar üniversitelerin buldukları şehirlere yaptıkları katkılar arasında yer almaktadır (Sürmeli, 2008).

Üniversitelerin kuruldukları şehirlerin sosyal-kültürel ve ekonomik hayatına yaptıkları katkılara, şehri stratejik olarak daha fazla geliştirmek, diğer şehirler karşısında öne çıkarmak için yapılan çalışmalar da eklenebilecektir. Çünkü günümüzde rekabet yalnızca markalar veya firmalar arasında değil, ülkeler ve şehirler arasında da yaşanmaktadır. Bu rekabet karşısında şehirlerin daha fazla ziyaretçi çekebilmesi için marka şehir olmaları gerekmektedir. Marka bir şehir ayrıca ziyaretçi sayısının artmasının yanı sıra yatırımcıları teşvik etmekte şehirde oturanların sorunlarının kısa sürede çözümlenmesine katkı sağlamaktadır (Marangoz vd., 2010: 679). Bu doğrultuda bulunduğu şehirle bütünleşen bir üniversitenin şehri marka yapacak değerleri tespit etmesi ve bu değerler üzerinden yerel yönetim ve sivil toplum örgütleri ile birlikte çalışmalar yapması gerekmektedir. Küreselleşmeyle birlikte dünyada büyük bir rekabet içinde bulunan şehirler, daha fazla yatırımcı ve yerli-yabancı turist çekebilmek ve diğer şehirlerden kendilerini daha farklı konumlandırabilmek için markalaşma faaliyetlerine daha fazla yatırım yapmak zorunda kalmışlardır. Şehirlerin marka olabilmelerinin gereklerinden biri de yüksek düzeyli araştırma üniversitelerinin varlığı olmaktadır (Görkemli ve Solmaz, 2012: 103). Bu tür üniversiteler gerçekleştirecekleri proje ve çalışmalarla şehrin tanınmasına ve diğer şehirlere karşı farkındalık kazanmasına şüphesiz daha fazla katkı sağlayabileceklerdir.

### **Kastamonu Üniversitesi'ne Genel Bir Bakış**

Kastamonu Üniversitesi 5467 sayılı Kanunla 01 Mart 2006 tarihinde kurulmuştur. Haziran 2015 itibarıyla Kastamonu Üniversitesi bünyesinde 10 Fakülte, 2 Enstitü, 4 Yüksekokul ve 11 Meslek Yüksekokulu bulunmaktadır. Ayrıca kampüs alanında konferans salonu, 1'i Eğitim Fakültesi kampüsü diğeri Kuzeykent Kampüsü içinde olmak üzere 2 adet kapalı spor salonu, 1 adet kondisyon salonu, 6 laboratuvar ve atölye, 1 futbol sahası, 2 sosyal tesis, açık spor sahaları ve Eğitim Fakültesi kampüsü içinde uygulama Anaokulu bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerine yönelik Kredi ve Yurtlar Kurumuna bağlı 5 binada hizmet veren 562 erkek, 882 kız öğrenci kapasitesine sahip karma yurt bulunmaktadır. Ayrıca Kredi Yurtlar

Kurumu'nun 400 kişilik yeni yurdu da yakın zamanda hizmet vermeye başlayacaktır. Üniversite bünyesinde farklı alanlarda aktif olarak faaliyet gösteren 34 adet öğrenci kulübü bulunmaktadır (www.kastamonu.edu.tr, 2015). Kastamonu Üniversitesi'nin Haziran 2015 itibariyle toplam öğrenci sayısı 20476 olarak ifade edilmektedir (www.kastamonu.edu.tr, 2015). Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu şehrine yaptığı doğrudan ve dolaylı katkılara bakıldığında 2010/2011 akademik yılı baz alınarak yapılan bir akademik çalışmada toplam katkı 281,047,678 TL olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde toplam öğrenci sayısı 9695, akademik ve idari personel toplamı ise 635 olmaktadır (Yolcu vd., 2012: 582).

Öğrencilerin en fazla konaklama için harcama yaptığı sonrasında ise yiyecek ve içecek için harcama yaptığı görülmektedir. Öğrenciler en az harcamayı eğitim amaçlı gezilere ve eğitim için temel materyallere yapmaktadırlar. Öğrencilerin toplamda bir ay içinde ortalama kişi başına 685 TL harcama yaptığı aylık olarak 9695 öğrencinin Kastamonu ekonomisine 6,342,420 TL katkı sağladığı görülmektedir. Bu harcamanın da Kastamonu'da kaldıkları 8 ay (konaklama 12 ay) dikkate alındığında toplamda 55,788,320 TL'ye ulaştığı görülmektedir (Tablo 1). Bu katkının Kastamonu ekonomisi için son derece önemli olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Haziran 2015 itibariyle toplam öğrenci sayısının 20476 olduğu düşünüldüğünde öğrencilerin yaptıkları harcamaların değişmediği aynı kaldığı varsayılması durumunda Kastamonu iline yapılan katkının Tablo 2'de ki gibi ortaya çıkacağı düşünülmektedir. Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin en fazla harcama yaptığı harcama türünün aylık 3,296,631 TL ile konaklama olduğu görülmektedir. Konaklama için üniversite öğrencilerinin Kastamonu ekonomisine yıllık 39,559,632TL katkı yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Genellikle şehre dışarıdan gelen öğrencilerin konaklama için harcama yaptığı düşünüldüğünde bu öğrencilerin 39,559,632 TL ile Kastamonu ekonomisine doğrudan katkı yaptıkları görülmektedir. Şehre Üniversite okumak için dışarıdan gelen öğrencilerin konaklama bağlamında ekonomik katkılarının yanı sıra diğer harcama türleri açısından da Kastamonu ekonomisine önemli katkıları söz konusu olmaktadır. Ayrıca ekonomik katkılarının yanı sıra farklı şehirlerden gelmeleri, farklı yeme-içme, sosyal alışkanlıklara kısaca farklı kültürlerle sahip olmaları şehir için bir diğer kazanım ve zenginlik olmaktadır. Bu öğrenciler sayesinde şehir kendi yaşam tarzı dışında ki yaşam tarzlarını, kültürleri doğrudan görme ve temas etme imkânı bulmaktadır. Şüphesiz bu durum şehir ve ülke olarak farklılıklarla birlikte yaşama kültürümüzün gelişmesine olumlu yönde katkı yapmaktadır. Sonuç olarak, Üniversite öğrencilerinin 2014-2015 akademik yılında toplam yaptıkları harcama aylık bazda 14,578,907TL olurken bu rakam 8 aylık bir dönem için (konaklama 12 ay) toplamda

125.395,024TL'ye ulaşmaktadır. (Öğrenci sayısı \* harcama tutarı \* 8 ay) Bu rakamların gerçekleşmesi durumunda Kastamonu Üniversitesi'nin sadece öğrencileri ile Kastamonu'ya ekonomik anlamda önemli katkılar sağladığı görülmektedir.

Tablo 1: Kastamonu Üniversitesi Öğrencilerinin 2010-2011 Akademik Yılı Aylık Ortalama Harcamaları

Harcama Türü	Harcama Tutarları (TL)	Öğrenci Harcamalarının Kastamonu İline 1 Aylık Katkısı (TL)	Öğrenci Harcamalarının Kastamonu İline 1 Yıllık Katkısı (TL)
Yiyecek ve alkol dışı içecekler	140	1,357,300	10,858,400
Konaklama	161	1.262,240	15,146,880
Kitap, defter fotokopi vb harcamalar	12	116,340	930,720
Elbise ve ayakkabı	22	213,290	1,706,320
Ulaşım	41	397,495	3,179,960
Isınma	95	921,025	7,368,200
Elektrik-su	37	358,715	2,869,720
Sağlık	25	242,375	1,939,000
İletişim	40	387,800	3,102,400
Kültürel etkinlikler	43	416,885	3,335,080
Eğlence ve şans oyunları	16	155,120	1,240,960
Kişisel bakım	23	222,985	1,783,880
Alkollü içecekler, sigara vb.	22	213,290	1,706,320
Eğitim amaçlı seyahatler, geziler	3	29,085	232,680
Çeşitli mal ve hizmetler	5	48,475	387,800
Toplam Harcamalar	685	6,342,420	55,788,320
Kaynak: Yolcu vd. (2012: 580).			

Tablo 2: Kastamonu Üniversitesi Öğrencilerinin 2014-2015 Akademik Yılı Aylık Tahmini Harcamaları

Harcama Türü	Harcama Tutarları (TL)	Öğrenci Harcamalarının Kastamonu İline 1 Aylık Katkısı (TL)	Öğrenci Harcamalarının Kastamonu İline 1 Yıllık Katkısı (TL)
Yiyecek ve alkol dışı içecekler	140	2,866,640	22,933,120
Konaklama	161	3,296,631	39,559,632
Kitap, defter fotokopi vb. harcamalar	12	245,712	1,965,696
Elbise ve ayakkabı	22	450,472	3,603,776
Ulaşım	41	839,516	6,716,128
Isınma	95	1,945,220	15,561,760
Elektrik-su	37	757,612	6,060,896
Sağlık	25	511,900	4,095,200
İletişim	40	819,040	6,552,320
Kültürel etkinlikler	43	880,468	7,043,744
Eğlence ve şans oyunları	16	327,616	2,620,928
Kişisel bakım	23	470,948	3,767,584
Alkollü içecekler, sigara vb.	22	450,472	3,603,776
Eğitim amaçlı seyahatler, geziler	3	614,28	491,424
Çeşitli mal ve hizmetler	5	102,380	819,040
Toplam Harcamalar	685	14,578,907	125.395,024

Kaynak: Araştırmacı tarafından Tablo 1 dikkate alınarak oluşturulmuştur.  
(Öğrenci sayısı: Haziran 2015 itibariyle 20.476)

### Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın ana kütlesini Kastamonu halkı oluşturmaktadır. Ancak tüm halka ulaşmanın zorluğu nedeniyle araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve örnekleme büyüklüğü %95 güven aralığında 384 olarak hesaplanmıştır (Altunışık vd., 2007: 127). Veriler, 20 Mart -20 Nisan 2014 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik algılarını öğrenmeye ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeler Eceral ve Özmen (2009), Yılmaz ve Kaynak'ın (2012) çalışmalarından adapte edilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik sorular yer almaktadır. Çalışmada kullanılan ifadeler 5'li likert ölçeği (1: Kesinlikle

katılmıyorum, ..., 5: Kesinlikle katılıyorum) esas alınarak hazırlanmıştır. Araştırmanın verileri SPSS 16.0 istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde ise frekans dağılımları, faktör analizi ve tek yönlü varyans analizi testi kullanılmıştır.

## Bulgular

### *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%	Değişkenler		f	%	
Cinsiyet	Erkek	265	65,8	Meslek	Memur	23	5,7	
	Kadın	138	34,2		İşçi	43	10,7	
İş yeri	Bana/aileme ait	51	12,7		Emekli	20	5,0	
	Kira	125	31,0		Ev hanımı	13	3,2	
	Çalışan	108	26,8		Esnaf	209	51,9	
	Diğer	119	29,5		Serbest meslek	10	2,5	
Yaş	18-25	119	29,5		Çalışmıyor	6	1,5	
	26-35	82	20,3		Diğer	79	19,6	
	36-45	102	25,3		Şehir Kökeni	Kastamonu	269	66,7
	46-55	74	18,4			Diğer	134	33,3
	56 ve üstü	26	6,5	Kastamonu'da Yaşama Süresi	1-5 yıl	134	33,3	
Gelir	1000 ve altı	134	33,3		6-11 yıl	113	28,0	
	1001-2000	120	29,8		12-17 yıl	67	16,6	
	2001-3000	87	21,6		18-23 yıl	34	8,4	
	3001 ve üstü	62	15,4		24-29 yıl	15	3,7	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	69	17,1		30 yıl ve üzeri	25	6,2	
	Lise	153	38,0		Diğer	15	3,7	
	Ön lisans	80	19,9					
	Lisans	95	23,6					
	Lisansüstü	6	1,5					



### ***Kastamonu Halkının Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algılarının Belirlenmesi***

Araştırmada katılımcıların Kastamonu Üniversite'sine yönelik algılarını belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Üniversite'ye yönelik algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan ölçeğe uygulanan güvenilirlik analizi sonucu 3 değişken elendikten sonra analize 26 değişken girmiştir. Kullanılan ölçeğin Alpha katsayısı 0,924 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucu 26 değişkenden özdeğeri 1'den büyük 7 faktör elde edilmiştir. Değişkenlerin faktör yükleri 0,40 ve üzeri olanlar dikkate alınmıştır. Bu faktörler toplam varyansın %67,462 açıklamaktadır.

Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterlilik ölçütü % ,90Barlett Küresellik testi: 5124,704 ve  $p < 0,000$  olarak hesaplanmıştır. Tablo 4'te yer alan özdeğer ise her bir faktörün faktör yüklerinin kareleri toplamı, her bir faktör tarafından açıklanan varyansın oranının hesaplanmasında ve önemli faktör sayısına karar vermede kullanılan bir katsayıdır. Özdeğer yükseldikçe, faktörün açıkladığı varyans da yükselmektedir (Büyüköztürk, 2002: 473).

Tablo 4'te analiz sonuçları gösterilmiştir. Araştırma sonucunda, Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik algılarının yedi faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler; yerel destek, ticari etki, kültürel kaynaşma, yerel imaj, tanınma, yerel iletişim ve ekonomik katkı olmaktadır. Tablo 4'te görüldüğü gibi katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik algılarını en fazla 11,226 varyans ile yerel destek faktörünün açıkladığı ikinci olarak 11,068 ile ticari etki faktörünün açıkladığı görülmektedir.

Yerel destek faktöründe, katılımcıların Kastamonu'da ki yerel yöneticilerin, zengin hemşehrilerin, Kastamonu'nun yerel basınının ve Kastamonu'daki sivil toplum kuruluşlarının Kastamonu Üniversitesi ile ilişkileri ve Üniversiteye bakış açıları değerlendirilmektedir. Ticari etki faktörü ile Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu'nun ekonomik hayatına, satılan mal ve hizmetlerin fiyatına, Kastamonu'ya yapılan yeni yatırımlara ve Kastamonu halkının yaşam kalitesine etkisi değerlendirilmektedir.

Kültürel kaynaşma faktörü ile Kastamonu Üniversitesi'ne gelen öğrencilere Kastamonu halkının bakış açısı değerlendirilmektedir. Yerel imaj faktöründe ise; Kastamonu halkının Üniversite'ye yönelik bakış açısı değerlendirilmektedir. Tanınma faktöründe ise Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu şehrinin tanınmasına ve markalaşmasına yaptığı katkı değerlendirilmektedir. Yerel iletişim faktörü ile de; Kastamonu halkının ve esnafının Kastamonu Üniversitesi ile iletişim kurabilme düzeyi değerlendirilmektedir. Son olarak Ekonomik katkı faktörü ile de Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu esnafı ve halkının refah seviyesine yaptığı katkı değerlendirilmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algı Faktörleri

İfadeler	Faktör yükü	Varyans yüzdesi	Özdeğer
<b>Faktör 1: Yerel Destek</b>			
Kastamonu Üniversitesi'ne varlıklı hemşerilerimiz destek olmaktadır.	,840	11,226	35,524
Sivil toplum kuruluşları Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir.	,804		
Kastamonu Üniversitesi yerel basın tarafından desteklenmektedir.	,729		
Yerel yöneticiler Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir.	,676		
<b>Faktör 2: Ticari Etki</b>			
Kastamonu Üniversitesi ile birlikte yeni iş yerleri açılmaktadır.	,712	11,068	8,7416
Kastamonu Üniversitesi kentin ekonomik hayatına canlılık getirmiştir.	,693		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'ya yapılan yeni yatırımlar için çekicilik unsuru olmaktadır.	,661		
Kastamonu Üniversitesi ile ürün ve hizmetlerin fiyatları artmaktadır.	,588		
Kastamonu Üniversitesi ile kentte ulaşım imkânları iyileşmektedir.	,583		
Kastamonu Üniversitesi ile Kastamonu halkının yaşam kalitesi yükselmektedir.	,482		
<b>Faktör 3: Kültürel Kaynaşma</b>			
Kastamonu Üniversitesi'ni tercih eden öğrenciler sayesinde Kastamonu halkı başka şehirlerdeki vatandaşları tanıma fırsatı bulmaktadır.	,811	9,353	6,020
Kastamonu Üniversitesinin öğrencileri farklı kültürleri tanıma fırsatı vermektedir	,751		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'ya daha hoşgörülü ve özgürlükçü bir hava kazandırmaktadır	,611		

Tablo 4: Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algı Faktörleri (Devam)

İfadeler	Faktör yükü	Varyans yüzdesi	Özdeğer
<b>Faktör 4: Yerel İmaj</b>			
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu esnafına nazik, güvenli hizmet sağlama ve yardım etmede gönüllüdür.	,827	9,337	4,746
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu halkına, nazik, güvenli hizmet sağlama ve yardım etmede gönüllüdür.	,786		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde olumlu bir imaja sahiptir	,462		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde benimsenmektedir.	,453		
<b>Faktör 5: Tanınma</b>			
Kastamonu Üniversitesi kentin tanınmasına katkı yapmaktadır.	,823	9,274	4,601
Kastamonu Üniversitesi kentin markalaşmasına katkı yapmaktadır.	,767		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'nun çehresinin değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır.	,581		
<b>Faktör 6: Yerel İletişim</b>			
İşletme sahipleri rahatlıkla Üniversiteyle iletişime geçebilmektedir.	,811	8,754	4,142
Kastamonu halkı rahatlıkla Kastamonu Üniversitesi ile iletişime geçebilmektedir.	,770		
Kastamonu Üniversitesi, halkı ve işletmeleri ilgilendiren her konuda seminerler düzenlemektedir.	,703		
<b>Faktör 7: Ekonomik Katkı</b>			
Kastamonu Üniversitesi ile Kastamonu halkının refah düzeyi yükselmektedir.	,727	8,450	4,012
Kastamonu Üniversitesi'nin girişimleriyle Kastamonu ekonomik alanda daha ileriye gitmektedir.	,674		
Kastamonu Üniversitesi ile birlikte esnafın gelir düzeyi artmaktadır.	,590		

Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik değerlendirmeleri yer almaktadır (Tablo 5). Yerel destek faktörü altında 3,44 ile en yüksek ortalama değerini “Kastamonu Üniversitesi yerel basın tarafından desteklenmektedir” değişkeni almaktadır. Bu faktör içinde ikinci sırada 3,32 ortalama ile “Yerel yöneticiler Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir” değişkeni, üçüncü sırada ise 3,24 ortalama ile “Sivil toplum kuruluşları Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir” değişkeni gelmektedir. Bu sonuçlar ışığında Kastamonu halkının Kastamonu yerel basınının Kastamonu Üniversitesi'ni desteklediğine yönelik çok az da olsa bir inancının olduğu görülmektedir. Sivil toplum kuruluşları ile yerel yöneticilerinin de Kastamonu Üniversitesi ile ilişkileri geliştirdiğine küçük düzeyde bir inanç besledikleri sonucu çıkarılabilmektedir.

Ticari etki faktöründe ise 4,28 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi kentin ekonomik hayatına canlılık getirmiştir” değişkeninin ilk sırada geldiği ikinci sırada ise 3,90 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi ile birlikte yeni iş yerleri açılmaktadır” değişkeninin, üçüncü sırada ise 3,86 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'ya yapılan yeni yatırımlar için çekicilik unsuru olmaktadır” değişkeninin geldiği görülmektedir. Ortalama değerler dikkate alındığında Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu'nun ticari hayatına önemli bir canlılık getirdiğine, yeni iş yerlerinin açılmasına katkı yaptığına ve Kastamonu halkının refah seviyesini artırdığına yönelik güçlü bir inancının olduğu sonucu çıkarılabilmektedir.

Kültürel kaynaşma faktöründe ise ilk sırada 4.11 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi öğrencileri başka şehirlerdeki vatandaşları tanıma fırsatı sağlamaktadır” değişkeni, ikinci sırada 3.97 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi'nin öğrencileri farklı kültürleri tanıma fırsatı vermektedir” değişkeni gelmektedir. Bu sonuçlarda da Kastamonu halkının bu ifadelere yönelik güçlü bir inanç sergilediği görülmektedir.

Yerel imaj faktöründe ise 4,24 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde olumlu bir imaja sahiptir” değişkeninin ilk sırada geldiği ikinci sırada ise 3,96 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde benimsenmektedir” değişkeninin geldiği görülmektedir. Bu değerlere bakıldığında da Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi'ni güçlü şekilde benimsediği sonucu çıkarılabilmektedir.

Tanınma faktöründe 4,13 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi kentin tanınmasına katkı yapmaktadır” değişkeninin ilk sırada, ikinci sırada 4,06 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'nun çehresinin değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır” değişkeni, üçüncü sırada 3,99 ortalama ile “Kastamonu Üniversitesi kentin markalaşmasına katkı

yapmaktadır” değişkeni gelmektedir. Bu veriler katılımcıların Kastamonu Üniversitesi’nin Kastamonu’nun gelişmesine, tanınmasına ve marka olmasına katkı yaptığına yönelik bir inanca sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi’ne Yönelik Değerlendirmeleri

İfadeler	Ort.	Standart Sapma
<b><i>Yerel destek</i></b>		
Yerel yöneticiler Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir.	3,320	1,255
Kastamonu Üniversitesi’ne varlıklı hemşerilerimiz destek olmaktadır.	3,158	1,285
Kastamonu Üniversitesi yerel basın tarafından desteklenmektedir.	3,434	1,204
Sivil toplum kuruluşları Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirmektedir.	3,240	1,213
<b><i>Ticari etki</i></b>		
Kastamonu Üniversitesi kentin ekonomik hayatına canlılık getirmiştir.	4,275	1,209
Kastamonu Üniversitesi ile birlikte yeni iş yerleri açılmaktadır.	3,904	1,251
Kastamonu Üniversitesi ile kentte ulaşım imkânları iyileşmektedir.	3,305	1,458
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu’ya yapılan yeni yatırımlar için çekicilik unsuru olmaktadır.	3,854	1,148
Kastamonu Üniversitesi ile Kastamonu halkının yaşam kalitesi yükselmektedir.	3,300	1,418
Kastamonu Üniversitesi ile ürün ve hizmetlerin fiyatları artmaktadır.	3,751	1,418
<b><i>Kültürel kaynaşma</i></b>		
Kastamonu Üniversitesi’nin öğrencileri farklı kültürleri tanıma fırsatı vermektedir	3,970	1,160
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu’ya daha hoşgörülü ve özgürlükçü bir hava kazandırmaktadır	3,722	1,187
Kastamonu Üniversitesi öğrencileri başka şehirlerdeki vatandaşları tanıma fırsatı sağlamaktadır.	4,104	1,096

Tablo 5: Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Değerlendirmeleri (Devam)

İfadeler	Ort.	Standart Sapma
<b>Yerel imaj</b>		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde benimsenmektedir.	3,954	1,171
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu esnafına nazik, güvenli hizmet sağlama ve yardım etmede gönüllüdür.	3,788	1,286
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu halkına, nazik, güvenli hizmet sağlama ve yardım etmede gönüllüdür.	3,765	1,252
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu ilinde olumlu bir imaja sahiptir	4,235	1,178
<b>Tanınma</b>		
Kastamonu Üniversitesi Kastamonu'nun çehresinin değişmesinde önemli bir rol oynamaktadır.	4,054	1,137
Kastamonu Üniversitesi kentin tanınmasına katkı yapmaktadır.	4,126	1,277
Kastamonu Üniversitesi kentin markalaşmasına katkı yapmaktadır.	3,983	1,327
<b>Yerel iletişim</b>		
Kastamonu Üniversitesi, halkı ve işletmeleri ilgilendiren her konuda seminerler düzenlemektedir.	3,856	1,343
İşletme sahipleri rahatlıkla Üniversiteyle iletişime geçebilmektedir.	3,911	1,278
Kastamonu halkı rahatlıkla Kastamonu Üniversitesi ile iletişime geçebilmektedir.	3,362	1,388
<b>Ekonomik Katkı</b>		
Kastamonu Üniversitesi ile birlikte esnafın gelir düzeyi artmaktadır.	3,320	1,554
Kastamonu Üniversitesi ile Kastamonu halkının refah düzeyi yükselmektedir.	3,302	1,299
Kastamonu Üniversitesi'nin girişimleriyle Kastamonu ekonomik alanda daha ileriye gitmektedir.	3,952	1,245
<i>1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Kısmen Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Kısmen Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.</i>		

Yerel iletişim faktörü altında ise ilk sırada 3,91 ortalama ile “İşletme sahipleri rahatlıkla Üniversite ile iletişime geçebilmektedir” değişkeni gelirken ikinci sırada 3,86 ortalama değer ile “Kastamonu Üniversitesi, halkı ve işletmeleri ilgilendiren her konuda seminerler düzenlemektedir” değişkeni gelmektedir. Bu değerlere bakıldığında ise işletmeler ile Kastamonu Üniversitesi’nin rahatça iletişim kurabildikleri sonucu çıkarılabilmektedir.

Ekonomik katkı faktöründe ise 3,95 ortalama değer ile “Kastamonu Üniversitesi’nin girişimleriyle Kastamonu ekonomik alanda daha ileriye gitmektedir” değişkeninin ilk sırada geldiği, ikinci olarak ise 3, 32 ile “Kastamonu Üniversitesi ile birlikte esnafın gelir düzeyi artmaktadır” değişkeninin geldiği görülmektedir. Bu ortalama değerler de Kastamonu Üniversitesi ile Kastamonu ekonomisinin ileri gittiğine ve Kastamonu esnafının ekonomik anlamda gelir düzeyinin arttığına yönelik bir inancın var olduğu sonucu çıkarılabilecektir.

### ***Kastamonu Üniversitesi’ne Yönelik Algıların Demografik Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi***

Kastamonu halkının demografik özellikleri açısından Kastamonu Üniversitesi’ne yönelik algılarının farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesi amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Tablo 6: Kastamonu Üniversitesi’ne Yönelik Algıların Eğitim Düzeyi Açısından Anlamlılıkları

Algı Boyutları	f	p
Yerel destek faktörü	,611	,655
Ticari etki faktörü	,048	,996
Kültürel kaynaşma faktörü	7,873	,000
Yerel imaj faktörü	,630	,641
Markalaşma faktörü	1,108	,353
Yerel iletişim faktörü	1,396	,234
Ekonomik katkı faktörü	1,781	,132

Analiz sonucunda katılımcıların sadece kültürel kaynaşma boyutunda eğitim ve yaş özellikleri açısından farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların gelir, cinsiyet, meslek, Kastamonu’da yaşam süreleri açısından algı boyutlarında herhangi bir anlamlı farklılık söz konusu olmamıştır.

Yapılan ANOVA analizi sonucunda katılımcıların ( $p<0,05$ ) anlamlılık düzeyinde eğitim düzeyleri arasında sadece kültürel kaynaşma faktörü açısından bir farklılık söz konusu olmuştur. Diğer algı boyutları açısından herhangi bir anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için Post Hoc (LSD) testi uygulanmış ve sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 7: Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algı Boyutlarının Eğitim Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi

Eğitim Düzeyi		Ortalama farkı	Standart hata	p	
Kültürel Kaynaşma	Lise	Lisans	,559	,126	,000
		Lisansüstü	1,261	,402	,016
	Ön lisans	Lisans	,594	,146	,001
		Lisansüstü	1,296	,409	,014

Bu farklılığa göre lise mezunlarının lisans ve yüksek lisans mezunlarına göre, ön lisans mezunlarının lisans ve lisansüstü mezunlara göre kültürel kaynaşma ifadelerine daha fazla katıldıkları görülmektedir.

Tablo 8: Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algıların Yaş aralıkları Açısından Anlamlılıkları

Algı boyutları	f	p
Yerel destek faktörü	3,011	,018
Ticari etki faktörü	1,461	,213
Kültürel kaynaşma faktörü	7,842	,000
Yerel imaj faktörü	1,371	,243
Markalaşma faktörü	1,813	,125
Yerel iletişim faktörü	,713	,584
Ekonomik katkı faktörü	1,250	,289

ANOVA analizi sonucunda katılımcıların ( $p<0,05$ ) anlamlılık düzeyinde yaş aralıkları ile sadece kültürel kaynaşma faktörü açısından bir farklılık söz konusu olmuştur. Diğer algı boyutları açısından herhangi bir anlamlı farklılık söz konusu olmamıştır. Bu anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek



için Post Hoc (LSD) testi uygulanmış ve sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 9 incelendiğine 26-35 yaş arasındaki katılımcılar ile 36-45 yaş arasındaki katılımcıların 18-25 yaş arasındaki katılımcılara göre kültürel kaynaşma boyutunu daha yüksek oranda algıladıkları görülmektedir.

Tablo 9: Kastamonu Üniversitesi'ne Yönelik Algı Boyutlarının Yaş Aralıkları Açısından Değerlendirilmesi

Yaş Düzeyi			Ortalama farkı	Standart hata	p
Kültürel Kaynaşma	26-35	18-25	,592	,138	,000
	36-45	18-25	,656	,130	,000

## Sonuç

Kastamonu halkının Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik algılarının incelendiği bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Yolcu vd. (2012) yaptığı çalışmadan hareketle yapılan hesaplama sonucunda 2014-2015 akademik yılı itibariyle Kastamonu Üniversitesi öğrencilerinin Kastamonu ekonomisine aylık bazda 14,578,907TL, 8 aylık bir dönem içinde (konaklama 12 ay) toplamda 125.395,024TL katkı sağladığı düşünülmektedir.
- Genellikle şehre dışarıdan gelen öğrencilerin konaklama için harcama yaptığı düşünüldüğünde bu öğrencilerin 39,559,632 TL ile Kastamonu ekonomisine doğrudan katkı yaptıkları görülmektedir. Öğrencilerin konaklama bağlamında ekonomik katkılarının yanı sıra diğer harcama türleri açısından da Kastamonu ekonomisine önemli katkıları söz konusu olmaktadır. Ayrıca ekonomik katkılarının yanı sıra farklı şehirlerden gelmeleri, farklı yeme-içme, sosyal alışkanlıklara kısaca farklı kültürlere sahip olmaları şehir için bir diğer kazanım ve zenginlik olmaktadır
- Katılımcıların Kastamonu Üniversitesi'ne yönelik algıları yapılan faktör analizinde, yerel destek, ticari etki, kültürel kaynaşma, yerel imaj, tanınma, yerel iletişim ve ekonomik katkı faktörleri altında toplanmıştır.
- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi'nin yerel basın tarafından kısmen desteklendiğini düşünürken, yerel yöneticilerin Kastamonu Üniversitesi ile ilişkilerini geliştirdiği konusunda kararsız kalmaktadırlar.

- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi ile kentten ekonomik hayatının canlandığını, yeni iş yerlerinin açıldığını, Kastamonu Üniversitesi'nin yeni yatırımlar için çekicilik unsuru olduğunu düşünmektedirler.
- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi öğrencilerinin farklı kültürleri ve başka şehirlerdeki vatandaşları tanıma imkânı verdiklerini düşünmektedirler. Ayrıca Kastamonu Üniversitesi ile şehrin hoşgörülü ve özgürlükçü bir hava kazandığına da inanmaktadırlar.
- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu ilinde benimsendiğini ve olumlu bir imaja sahip olduğunu belirtmektedirler.
- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi'nin Kastamonu'nun değişmesine, tanınmasına ve şehir olarak markalaşmasına katkı yaptığını inanmaktadırlar.
- Katılımcılar Kastamonu Üniversitesi ile esnafın gelirinin arttığı ve Kastamonu Üniversitesi'nin girişimleriyle Kastamonu ekonomisinin daha da ileriye gideceğine inandıklarını belirtmektedirler.
- Tek Yönlü Varyans Analizinde ise katılımcıların sadece kültürel kaynaşma boyutunda eğitim ve yaş özellikleri açısından farklılık ortaya çıkmıştır. Bu farklılığa göre lise ve ön lisans mezunlarının lisans ve yüksek lisans mezunlarına göre, kültürel kaynaşma ifadelerine daha fazla katıldıkları görülmektedir. Yaş özellikleri bakımından ise 26-35 yaş arasındaki katılımcılar ile 36-45 yaş arasındaki katılımcıların 18-25 yaş arasındaki katılımcılara göre kültürel kaynaşma boyutunu daha yüksek oranda algıladıkları görülmektedir.
- Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmaya katılanların Kastamonu'nun ekonomik gelişimine, tanıtımına markalaşmasına önemli katkılar yapan Kastamonu Üniversitesi'nden genel olarak memnun olduğu, yerel yöneticilerden, yerel basından ve özellikle Kastamonu'lu zenginlerin Kastamonu Üniversitesi'ne daha fazla yardım etmelerini ve iş birliği içinde hareket etmelerini beklediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Özkan, D.S. (2013). Üniversite-Sanayi-Kent Etkileşimi Ve Bir Markalaşma Stratejisi Olarak: Bilim Kent Uygulamaları Ve Isparta Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(18): 279-307.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya Yayıncılık.
- Bilgin, M. (2002). Yerel Yönetimlerin Bölgesel Kalkınmadaki Etkinliği: Göller Bölgesi Uygulaması. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2002(2): 313-330.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi. Güz (32): 470-48.
- Ceyhan, M.S., Güney, G. (2011). Bartın Üniversitesinin Bartın İlinin Gelişimine 20 Yıllık Projeksiyonda Katkılarının Değerlendirilmesi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(2): 183-207.
- Dalğar, H., Tunç, H., Kaya, M. (2009). Bölgesel Kalkınmada Yükseköğretim Kurumlarının Rolü ve Bucak Örneği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(1): 39-50.
- Özelci Eceral, T., Altınkaya Özmen, C. (2009). Beypazarı'nda Turizm Gelişimi Ve Yerel Ekonomik Kalkınma. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(2): 46-74.
- Görkemli, H.N., Solmaz, B. (2012). Bilim Merkezlerinin Kent Markalaşmasındaki Rolü ve Konya Örneği. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2012(34): 98-109.
- Kaşlı, M., Serel, A. (2008). Üniversite Öğrenci Harcamalarının Analizi Ve Bölge Ekonomilerine Katkılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Yönetim Ve Ekonomi. 15(2): 99-113.
- Marangoz, M., Önce, G., Çelikkan, H. (2010). Şehirlerin Markalaşması ve Şehir Markası Oluşturmada Sembol Yapılar: Çanakkale Örneği. Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu. Bildiriler kitabı, 1-2 Ekim 2010, Kırklareli
- Sargın, S. (2007). Türkiye'de Üniversitelerin Gelişim Süreci Ve Bölgesel Dağılımı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(5): 133-150.
- Sürmeli, F.(2008). Anadolu Üniversitesinin Eskişehir'e Etkileri ve Şehrin Üniversiteyi Algılayışı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 073623 Nolu Proje Raporu.

- Tugay, O., Başgöl, N. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Yöre Ekonomisine Katkıları: Burdur'da Bir Araştırma I. Burdur Sempozyumu <http://Sempozyum.Mehmetakif.Edu.Tr/1burdursempozyumu/Cilt9/9.18.Pdf>.
- Yılmaz, M.K., Kaynak, S. (2012). Sosyo - Ekonomik Dönüşüm Sürecinde Üniversitelerin Rolü Ve Yöre Halkının Üniversite'den Beklentileri İle İlgili Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(4): 55-73.
- Yolcu, H., Aktaş, Y., Güney, O. (2012). The Economic Contributions of the University of Kastamonu to Kastamonu Province. European Journal of Social Sciences, 33(4): 573-587.

### **İnternet Kaynakları**

- [www.kastamonu.edu.tr/\(2015\)Hakkımızda](http://www.kastamonu.edu.tr/(2015)Hakkımızda).  
[www.kastamonu.edu.tr/index.php/tr/universitemiz-tr/menu-universitemiz-hakkimizda-tr](http://www.kastamonu.edu.tr/index.php/tr/universitemiz-tr/menu-universitemiz-hakkimizda-tr) (Erişim Tarihi: 23.03.2015)
- [www.kastamonu.edu.tr/\(2015\)  
https://www.kastamonu.edu.tr/images/dokumanlar/idaribirimler/ogrenci-isleri/haziran\\_2015\\_ogrenci\\_sayilari.pdf](http://www.kastamonu.edu.tr/(2015)https://www.kastamonu.edu.tr/images/dokumanlar/idaribirimler/ogrenci-isleri/haziran_2015_ogrenci_sayilari.pdf) (Erişim Tarihi: 21.05.2015).