



Yayla Turizmine Katılan Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Algılanan Değer, Tatmin Düzeyleri Ve Sadakatleri Üzerine Bir Araştırma (A Study on the Travel Motivations, Perceived Values, Satisfaction Levels and Loyalties of the Tourists Joining Tableland Tourism)

*Ali DALGIÇ^a, Kemal BİRDİR^a

^aMersin University, Faculty of Tourism, Çiftlikköy Campus, Mersin/ Turkey.

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:25.06.2015

Kabul Tarihi:21.08.2015

Anahtar Kelimeler

Seyahat motivasyonu
Algılanan değer
Tatmin
Sadakat
Yayla turizmi

Öz

Son yıllarda kentlerde yaşayan bireylerin kırsal alanlara turistik ziyaretlerde bulunmaları artan eğilimlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür ziyaretlerin sayısının artması, kırsal alanların gelişmesi ve kalkınması adına önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda bireylerin seyahat motivasyonları faktörlerini (itici ve çekici seyahat motivasyonları) bilmek, destinasyona verdikleri değer ve tatmin düzeylerini arttırmak ve sadakat durumlarını ortaya çıkarabilmek yerel yönetimler, destinasyondaki işletmeler ve yerel halk için büyük bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmada yayla turizmine katılan bireylerin sahip oldukları seyahat motivasyonları, algılanan değer, tatmin düzeyleri ve sadakatleri arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın verileri 1 Temmuz – 1 Ekim 2014 tarihleri arasında, kolayda örnekleme yolu seçilerek toplanmıştır. Veri toplama süreci sonunda toplamda 231 geçerli anket elde edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda bireylerin sahip oldukları seyahat motivasyonlarının yaş aralıklarına göre farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. Ayrıca bireylerin algılanan değer ve tatmin düzeylerinin sadakatleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu diğer önemli bir bulgudur. Bu bulgular doğrultusunda destinasyon yöneticilerinin, işletmelerin ve yerel halkın yayla turizmine katılan bireylerin seyahat motivasyonlarını karşılayabildikleri düzeyde “sadık turistler” yaratabilecekleri ileri sürülebilir.

Keywords

Travel motivation
Perceived value
Satisfaction
Loyalty
Tableland tourism

Abstract

In recent years, the visits of the individuals living in urban areas to the rural areas for touristic purposes has emerged as an increasing inclination. The increase in the number of these types of visits is important for the development of rural areas. In this context, knowing the travel motivation factors of the individuals (the pull and push travel motivations), increasing the value and satisfaction levels with destinations and understanding their loyalty status are important for local administrations, the businesses on the destinations, and for local people. Therefore, the travel motivations of the individuals joining tableland tourism, the relation between their perceived values, the satisfaction levels and loyalties are investigated in this study. The data of the study were collected using the convenience sampling method between July 1 and October 1, 2014. A total of 231 questionnaires were obtained after the data collection process. It was found upon the analysis of the data that the travel motivations of the individuals varied according to the age values. In addition, the fact that the perceived values of the individuals and their satisfaction levels have an important effect on the loyalty of the individuals is another finding. In the light of these findings, it may be claimed that as long as the managers of the businesses located in the destinations and the local people meet the travel motivations of the individuals joining the tableland tourism, it is possible for them to create “loyal tourists”.

*Sorumlu Yazar

alidalgic@mersin.edu.tr (A. Dalgıç), kemalbirdir@mersin.edu.tr (K. Birdir)