



Hizmet Kalitesi, Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Ilgaz Dağı Milli Parkı Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma (Examination of the Relationships Between Service Quality, Destination Image and Behavioral Intentions: A Research on Ilgaz Mountain National Park Visitors)**

*Yakup ÖZTÜRK^a, R. Pars ŞAHBAZ^b

^a Çankırı Karatekin University, Ilgaz School of Tourism and Hotel Management, Department of Tourism Guidance, Çankırı/Turkey

^b Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance and Travel Management, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
30.08.2019

Kabul Tarihi: 06.12.2019

Anahtar Kelimeler

Hizmet kalitesi
Destinasyon imajı
Davranışsal niyetler

Öz

Turistlerin bir destinasyonu tercih etmesinde önemli birer faktör olarak değerlendirilen; hizmet kalitesi ve destinasyon imajı ile davranışsal niyetler arasındaki ilişkiler hakkında destinasyon yönetimi paydaşlarının ve rekreasyonel etkinlik planlayıcıların fikir sahibi olmaları, daha etkin pazarlama stratejileri geliştirilmesinde anahtar bir rol üstlenmektedir. Algılanan hizmet kalitesi ve destinasyon imajının davranışsal niyetler üzerindeki etkilerinin incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada; Ilgaz Dağı Milli Parkı'nda rekreatif etkinliklere katılan 500 ziyaretçiye anket uygulanmış ve analizler için kullanılabilir nitelikte 418 adet anket elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular, algılanan hizmet kalitesi ve destinasyon imajı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğuna işaret etmektedir. Aynı zamanda destinasyon imajının tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

Keywords

Service quality
Destination image
Behavioral intentions

Abstract

Destination managers and recreational activity planners need to know the links between service quality, destination image and behavioral intentions. This information helps to develop more effective marketing strategies as an important factor in tourists' preference for a destination. In this study, it is aimed to investigate the effects of perceived service quality and destination image on behavioral intentions. A questionnaire was applied to 500 visitors who participated in recreational activities in Ilgaz Mountain National Park and 418 questionnaires were obtained which could be used for analysis. As a result of the analyses conducted in the research, it was found that there were significant relationships between perceived service quality and destination image and behavioral intentions. The results of the analyzes indicate that there is a positive relationship between perceived service quality and destination image. It was also found that the destination image had a significant effect on the intention to revisit and recommend.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ozturkykp@gmail.com (Y. Öztürk)

** Bu makale, Yakup ÖZTÜRK'ün, R. Pars ŞAHBAZ danışmanlığında hazırlanmış olduğu "Rekreasyonel Faaliyetlerin Algılanan Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi: Ilgaz Dağı Milli Parkı Örneği" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Makale Künyesi: Öztürk, Y. & Şahbaz, R. P. (2019). Hizmet Kalitesi, Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Ilgaz Dağı Milli Parkı Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2962-2976.