

Kruvaziyer Turistlerinin Deneyimleri, Memnuniyetleri ve Davranışsal Niyetleri: İstanbul’da Örnek Bir Çalışma¹

*Cruise Tourists’ Experiences, Satisfaction and Behavioral Intentions:
A Case Study in Istanbul*

Öznur ÇETİNKAYA

İstanbul Gelişim Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Avcılar, İstanbul, Türkiye
ocetinkaya@gelisim.edu.tr

Özet

‘Kruvaziyer Turizmi’ dünyada hızla gelişen, ziyaret edilen destinasyonlara ekonomik katkı ve imaj açısından destek sağlayan ve genellikle orta-üst gelir grubuna sahip turistlere hitap eden bir turizm çeşididir. Kruvaziyer turizmde başarı fırsatları sağlamak adına, katılımcıların iyi anlaşılması, çözümlenmesi ve çıkan sonuçlara göre ürün ve hizmet sunumunun doğru yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda kruvaziyer turistlerinin deneyimlerinin, davranışsal niyetlerinin, memnuniyetlerinin araştırılması önem arz etmektedir. Söz konusu çalışmanın amacı İstanbul’a gelen kruvaziyer turistlerinin deneyim, memnuniyet ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi ve birbirinden etkilenme durumunu açıklamaktır. Bu nedenle değişkenler arası ilişkiyi inceleyen bir araştırma modeli İstanbul’da gerçekleştirilen bir alan araştırması ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarında deneyimin dört alt boyutu (eğitim, kaçış, estetik ve eğlence) olduğu; bazı değişkenler arasında anlamlı ilişki saptanırken, bazılarında ilişki ve etki seviyesinin düşük kaldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kruvaziyer Turizmi, Deneyim Boyutları, Memnuniyet, Davranışsal Niyet.

Abstract

‘Cruise Tourism’ is a type of tourism that develops rapidly throughout the world, provides a source of income and support of image for the destinations that are visited and it mostly addresses the middle and upper income classes. In order to provide opportunities for achievement in this type of tourism, it is necessary to have a correct understanding of the participants, analyze them correctly and according to results, offer them correct product and service. In this context, it is important to explore cruise tourists’ experiences, satisfaction and behavioral intentions. The aim of this study,

¹ Bu makale Öznur Çetinkaya’nın “Kruvaziyer Turizmi Katılımcılarının Deneyimleri, Memnuniyetleri ve Davranışsal Niyetleri”, başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

explain the relationship and the interaction between experiences, satisfaction and behavioral intentions of cruise tourists' who visited Istanbul. Therefore, a research model that examined the relationship between these variables was tested by a field study in Istanbul. The results of analyses show that experience has four dimensions (education, escapism, aesthetics, and entertainment) and while there is a significant correlation between some of the variables; for some of the variables correlation and impact effect was lower.

Keywords: *Cruise Tourism, Dimensions of Experience, Satisfaction, Behavioral Intentions.*