

PAPER DETAILS

TITLE: DESTINASYON PERFORMANSININ ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ VE GELECEGE
YÖNELİK ZİYARETÇİ DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

AUTHORS: Dilara Eylül KOÇ,Duygu EREN

PAGES: 57-72

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1506365>

DESTİNASYON PERFORMANSININ ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ VE GELECEĞE YÖNELİK ZİYARETÇİ DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ¹

The Impact of Destination Performance on Tourist Satisfaction and Future Intentions: Case of Cappadocia

Arş. Gör. Dilara Eylül KOÇ

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

dkoc@kastamonu.edu.tr

0000-0003-3990-7366

Doç. Dr. Duygu EREN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

deren@nevsehir.edu.tr

0000-0002-9959-9521

Öz

Ziyaretçilerin tercih etmiş oldukları destinasyonda ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmesi, gidilen destinasyondan memnun olması ve destinasyonu tekrar ziyaret etmesi destinasyonun önemli bir performans ölçütü olduğu söylenebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Kapadokya Bölgesi'nin destinasyon performansını ölçmek ve ölçülen destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyetine ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışlarına olan etkiyi ortaya koymaktır. Kapadokya Bölgesi'nin destinasyon performansını, ziyaretçi memnuniyetini ve ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmek için daha önce geliştirilen ölçeklerden faydalanılarak bu çalışma için bir ölçek oluşturulmuştur. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiş ve çalışmanın kapsamına Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistler dâhil edilmiştir. Veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, Kapadokya Bölgesi'nin doğal güzelliklere, tarihi yerlere, çeşitli kültürel mirasa sahip olması ve balon turlarının yapılması; ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca bölgenin eşsiz doğal güzelliklere sahip olması destinasyon performansını da olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Destinasyon Performansı, Ziyaretçi Memnuniyeti, Ziyaretçi Davranışı, Kapadokya

¹ Bu çalışma, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Destinasyon Performansının Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Abstract

It can be said that it is an important performance criterion of the destination to satisfy the needs and desires of the visitors in the destination they have chosen, to be satisfied with the destination and to visit the destination again. The purpose of this study is to measure the destination performance of Cappadocia region and to show the effect of the destination performance on tourist satisfaction and future intentions. The scale was developed in order to measure the destination performance of Cappadocia region, tourist satisfaction and future intentions by using the previously developed scales. Sampling method was preferred as convenience sampling method and domestic and foreign tourists who visited Cappadocia region were included in the scope of the research. The data were collected by the survey technique. As a result of the research, Cappadocia region's natural beauty, historical places, various cultural heritage and balloon tours effect tourist satisfaction and future intentions positively. In addition, it has been revealed that the unique natural beauty of Cappadocia has a positive impact on the destination performance. It is seen that ... in the same year.

Keywords: Destination Performance, Tourist Satisfaction, Tourist Behavior, Cappadocia

Giriş

Tüm dünyada birçok ülkenin büyük bir ekonomi kaynağı olması açısından önem taşıyan turizm sektörü için de destinasyonlar oldukça önemlidir. Çünkü turizm destinasyonları turizm sektörünün yapı taşlarındandır. Turizm hareketlerine ve ülke ekonomisine sağladığı katkılar nedeniyle, ülkelerin devamlı olarak turistik destinasyonlarını iyileştirme çabalarının olması çok olağan bir durum olarak karşılanmaktadır. Bu nedenle küreselleşmenin beraberinde ortaya çıkan rekabet, destinasyon üzerine yoğunlaşmaktadır.

Ziyaretçilerin tercih etmiş oldukları destinasyonda ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmesi, gidilen destinasyondan memnun olması ve destinasyonu tekrar ziyaret etmesi destinasyonun önemli bir performans ölçütü olduğu söylenebilmektedir. (Baloglu, Pekcan, Chen ve Santos, 2003). Bu bağlamda, destinasyon ve destinasyon performansı kavramlarının anlaşılması, destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını ne derece etkilediğini belirlemek bu çalışmanın konusu olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada destinasyon performansı özelliklerine, ziyaretçi memnuniyeti ve davranış kavramlarına, ziyaretçi davranışını etkileyen faktörlere değinilmiştir. Aynı şekilde destinasyon performansı kavramının ziyaretçi davranışı ve ziyaretçilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiş ve model oluşturularak test edilmiştir.

Çalışmanın amacı, Kapadokya Bölgesi ziyaretçilerinin destinasyon performansı algılarını ve destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ile ilişkiyi istatistiki açıdan ortaya koymaktır. Destinasyon performans düzeyini belirlemek destinasyonun başarısı açısından önem arz etmektedir. Destinasyon performansını arttırmaya yönelik verilen önem başarının önemli belirleyicilerindendir. Birçok araştırma ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasındaki ilişkiye yönelik yapılmıştır. Ancak bir destinasyon ne

kadar yüksek performansa sahipse o kadar yüksek ziyaretçi memnuniyetine sahip olması muhtemeldir. Destinasyon performansındaki herhangi bir artış, ziyaretçilerin hizmet kalitesi algılarının da artışına neden olacaktır. Bu nedenle, bir destinasyonun yeterli performansa sahip olması ve böylece ziyaretçilerin de destinasyondan memnun olmaları oldukça önem arz etmektedir. Destinasyon memnuniyeti, destinasyon performansı ve tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme isteğiyle açıklanmaktadır. Bu çalışmanın sonucunda destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ilişkisi ortaya koyulmaktadır. Bu çalışmanın destinasyon yöneticileri rekabette önemli bir konu olan destinasyon performansını nasıl ölçebileceklerine ve destinasyon performansının artırılması doğrultusunda yeni stratejiler belirlemelerine yol göstermesi ön görülmektedir.

Destinasyon ve Destinasyon Performansı

Destinasyonlar turizm sisteminin en temel unsurlarıdır ve en bilinen tanımıyla “varılacak yer” anlamına gelmektedir (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2019; Yaşarsoy, 2019). Destinasyon kavramına yönelik çeşitli tanımlar yapılmıştır. Örneğin, Erdoğan (1995) destinasyonu, turizmin faaliyet gösterdiği ve hayatta kalmayı sürdürdüğü yerler olarak tanımlarken, Goeldner ve Ritchie (2006) ziyaretçilerin çeşitli türdeki seyahat deneyimlerinden zevk aldığı belirli bir coğrafi alan, Pike (2008) ise geçici konaklamalar için ziyaretçileri çeken yerler olarak ifade etmiştir. Geniş bir tanımla destinasyon ise; aynı kültüre, iklime ve doğal koşullara, doğal ve kültürel zenginliğe, turistlere sağlanabilecek belirli faaliyetlere, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim olanaklarına sahip olan ve turistik bir merkez olan coğrafik alan olarak tanımlanmaktadır. Kısacası, bir turizm destinasyonu için turizm kaynakları ile turist çekim merkezi haline gelmiş ve çok sayıda turisti ağırlayan coğrafi bir alanlar (Ersun ve Arslan, 2011; Bahar ve Kozak, 2012; Doğan ve Doğan, 2013) olarak ifade etmek mümkündür.

Yukarıda yapılan tanımlar göz önünde bulundurulduğunda destinasyonun birçok bileşenden meydana geldiği görülmektedir. Murphy, Pritchard ve Smith (2000), turistik destinasyonun, diğer tüketici ürünlerine benzer olarak çok boyutlu çekicilikleri olan turistik tesisler ve hizmetler paketinden oluştuğunu belirtmiştir. Benzer şekilde Fuller, Wilde, Hanlan ve Mason (2007), turistik destinasyonların, yerel turlar, yiyecek içecek hizmetleri, konaklama, alışveriş olanakları ve diğer turistik etkinlikler gibi bir dizi ticari turizm hizmetleri ile sahiller, ormanlar, doğal görünüm gibi doğal unsurlar, tarihi ve kültürel değerler ve yerel halkın yaşam tarzı gibi, sosyo-kültürel varlıklar gibi ticari olmayan unsurları da kapsayan turistik çekiciliklerden oluştuğunu ileri sürmüştür. Fyall ve Garrod (2005) ise, turistik destinasyonların, çekim ürünleri, etkinlikler ve tesisler, yardımcı hizmetler, ulaşım alanları gibi turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan tesisler ile bu tesislerdeki hizmetler topluluğunu bünyesinde barındırdığını belirtmişlerdir.

Turistik destinasyonların çeşitli özelliklere sahip olduğu bilinmektedir. Turistik bir destinasyonun temel özellikleri olarak iklim, ekoloji, kültür ve geleneksel mimariyi içerdiği görülürken, ikincil destinasyon özelliklerinin ise, özellikle konaklama, yeme-içme, ulaşım ve eğlence gibi hizmetleri ile ilgili olduğu görülmektedir. İki özellik grubu

da turistik destinasyonunun çekiciliğine katkıda bulunmaktadır (Kozak ve Rimmington, 1999).

Destinasyon pazarlaması açısından oldukça önemli olan destinasyonların, türlerini ve özelliklerini anlamak gerekmektedir. Çünkü, destinasyon türlerini bilmek, destinasyon pazarlamacılar için tercih edilebilir bir pazarlama karması meydana getirebilme ve meydana getirilen pazarlama karmasını hedef pazara sunma fırsatı sağlamaktadır (Buhalis, 2000). Turizm destinasyonlarını, kullanılan kriterler bakımından farklı şekillerde sınıflandırmak mümkün olmaktadır. Öztürk, Kozak, Yeşiltaş ve Özel (2013), destinasyon türlerini siyasi yetki ölçütüne göre ayırırken, Buhalis (2000) destinasyonları temel çekiciliklerine göre ayırmaktadır.

Yukarıda verilen sınıflandırmalardan da anlaşılacağı üzere, destinasyonlar coğrafi konumları ve turistik çekicilikleri bakımından sınıflandırılmaktadır. Destinasyonların coğrafi özelliklerine ve turistik çekiciliklerine göre turist profilleri ve turistlerin seyahat türleri de farklılık göstermektedir. Örneğin, kış sporlarıyla ilgilenen bir turist dağ destinasyonlarını seçerken, tatil amaçlı seyahat eden bir turist genellikle sahil destinasyonlarını tercih etmektedir.

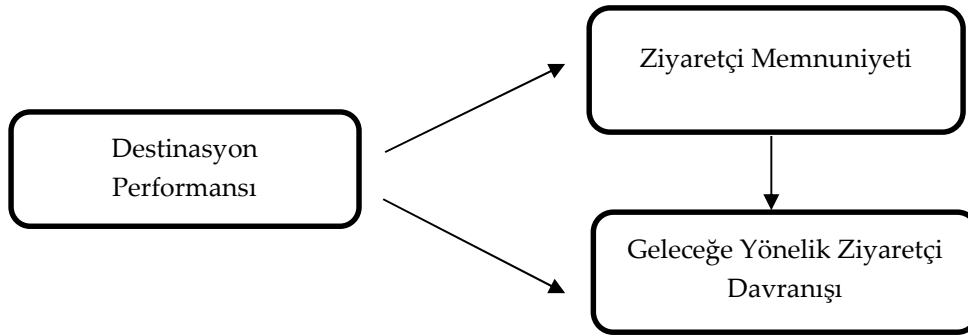
Destinasyon yönetimi ile ilgili araştırmalar, destinasyon çekiciliğini artırmak için iş birliği içinde olan konaklama işletmelerinin yer aldığı coğrafi sistemlerin, ulaşımın, eğlencenin ve kültürel hizmetlerin giderek artan rekabetini ve destinasyonun ziyaretçi kazanma kabiliyetini iyileştirmesini vurgulamaktadır. Başarılı destinasyon yönetimi için, sistemdeki katılımcıların başarımlarını ve destinasyon rekabetinin etkinliğini kontrol etmek amacıyla bir göstergeye gereksinim duymaktadır. Performans değerlendirme, sistem katılımcıları birbirleri ile entegrasyonunu sağlamayı, yönetim araçlarına karar vermeyi ve destinasyonun önceden belirlenmiş hedeflerini korumayı amaçlamaktadır (Carlo, Cugini ve Zerbini, 2008).

Performans kelimesinin Türk Dil Kurumu sözlüğündeki karşılığı “başarım”dır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2021) ve geniş anlamı ile “belli bir hedefe ulaşmak için önceden belirlenmiş bir faaliyetin sonucunda ortaya çıkan, sayısal olarak ve geniş kalite açısından ortaya koyan bir kavramdır” (Akçakaya, 2012: 173).

Yönetim bilimci Drucker performans kavramının temelinde etkinlik ve verimlilik olmak üzere iki önemli boyutunun olduğunu ileri sürmüştür. Ancak küreselleşen dünyanın koşullarına bağlı olarak günümüze ulaşan bu boyutlara, kalite ve yenilik gibi yeni boyutlar eklenmiştir. Bu nedenle performans kavramını çok daha geniş bir yelpazede incelenmesi gerekliliği doğmuştur (Karaman, 2009). İşletmelerin hitap ettiği pazar ve belirlemiş oldukları hedef ve amaçlara göre, işletmeye uygun performans boyutu ya da boyutları seçilmektedir. Destinasyon performansı açısından düşünüldüğünde ise, seçilmesi gereken performans boyutları; etkinlik, etkenlik ve verimliliğe ek olarak hedeflenmiş karlılık veya turist sayısı, tamamlanan altyapı eksiklikleri gibi boyutlardır (Onbaş, 2009). Bu boyutların yerine getirilmesi, nicel ve nitel unsurlardan etkilenen destinasyon performansını arttıracaktır. Artan destinasyon performansı ise yine birbirine bağlı birçok unsura dayanan destinasyon başarısını etkileyecektir. Bu nedenle, destinasyona özgü bir ölçek geliştirilmeli ve destinasyonun performansını değerlendirmek için kullanılmalıdır (Çalhan, 2010).

Kozak ve Rimmington (1999)'a göre, destinasyon performans ölçütleri, halkın konukseverliği, para değeri, personelin tutumu, güvenlik, yerel ulaşım hizmetleri, doğal çevre, havaalanına giriş ve çıkış hızı, restoran ve barların hizmet kalitesi, müşteri şikayetlerini çözümü, sahillerin temizliği ve imkanları, turist çekiciliklerinin çeşitliliği, alışveriş olanakları, havaalanından ulaşım kolaylığı, İngilizce dil standardı, gece hayatı ve eğlence olanakları, çocuklar için imkanlar, konaklama imkanları, hijyen ve sanitasyon, yönlendirme ve bilgilendirme tabelaları, sportif imkanlar, davranışsal niyet ve bütün tatmin düzeyi gibi özellikleri kapsamaktadır. Enright ve Newton (2004) çalışmasında ise destinasyon performansında yer alan destinasyon çekicilikleri boyutuna dikkat çekerek, bu boyutun temel kaynaklar ve çekicilikler, fizyografi, kültür ve tarih, pazar bağları, aktiviteler, özel etkinlikler, turistik üst yapılar özelliklerinden oluştuğunu belirtmişlerdir.

Bütün bu açıklamalar doğrultusunda destinasyon performansının ölçülmesi başarılı bir destinasyon yönetimine katkı sağlayacağı kanısına varılmakta fakat destinasyon performansı nicel ve nitel birçok faktöre bağlı olarak değişebilmektedir. Destinasyon performans ölçütleri olarak kullanılan özellikler doğal çevre, güvenlik, yerel halkın konukseverliği, personelin tutumu gibi faktörler de farklılaşmaktadır. Bu faktörler destinasyon performansı ölçümü sırasında farklılıklar yaratabilmektedir. Yapılan çalışmalar daha yüksek performansa sahip destinasyonların daha yüksek ziyaretçi memnuniyetine sahip olmasının muhtemel olduğunu göstermektedir. Bu durum da geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma modeli geliştirilmiştir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’de gösterilen araştırma modeline göre destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını etkilediği varsayılmaktadır. Bu modelde, araştırmanın bağımsız değişkeni destinasyon performansı, bağımlı değişkenleri ise ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışdır. Bu bağlamda, araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla hipotezler geliştirilmiştir. Belirlenen hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁: Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Destinasyon performansının geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Ziyaretçi memnuniyetinin geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Yöntem

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın evrenini, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örneklem yönteminde amaç, ankete cevap vermek isteyen herkesin örneklem içerisine dâhil edilmesidir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007). Araştırmada cevaplayıcılara 400 anket dağıtılmıştır ancak bu anketlerden 45 adeti geçersiz olması nedeniyle çıkarılmış ve geriye kalan 355 adet anket analiz edilebilmiştir. Önceden belirli tekniklerle belirlenmiş örneklem grubuna, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan sorular sorularak veriler toplanmıştır. Oluşturulan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ziyaretçilerin özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde destinasyon performansını ve ziyaretçi memnuniyetini ölçmek amacıyla bu çalışma için oluşturulmuş bir ölçek kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ve ziyaretçilerin genel memnuniyet ölçeği yer almaktadır. Ölçek oluşturulurken çalışmanın birinci ve ikinci bölümlerinde destinasyon performansını ve ziyaretçi memnuniyetini belirleyen özellikler dikkate alınmıştır. Söz konusu özellikler konu ile ilgili literatürde Tribe ve Smith, 1998; Kozak 2002; Baloğlu vd., 2003; Yoon ve Uysal, 2005; Kayar ve Kozak, 2008; Mcdowall ve Ma, 2010'nun yer alan çalışmalarından elde edilmiştir.

Bulgular ve Yorumlar

Çalışmada Kapadokya Bölgesi yerli ve yabancı ziyaretçilerinin destinasyon performansı algıları ve destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ile ilişkisi istatistiki açıdan ele alınmıştır. Kapadokya bölgesi ziyaretçilerinden elde edilen verilere ilişkin yorumlar şu şekildedir:

Tablo 1'de araştırmaya katılanların özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır (%56,3). Kadınlar ise %43,7'lik bir orana sahiptir. Katılımcıların yaş aralığı dikkate alındığında %38,9'luk bir oranla 20-29 yaş aralığında olanların çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların milliyeti incelendiğinde Türk katılımcıların %57,7'lik bir orana sahip olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumu değerlendirildiğinde anketi cevaplayanların %4,5'inin orta öğretim, %15,6'sının lise, %23,8'inin ön lisans, %35,1'inin lisans ve %21,5'inin lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Özetle araştırmaya katılanların çoğunluğu erkeklerdir ve yaş aralığı bazında 20-29 yaş arası katılımcılar çoğunluğu oluşturmaktadır. Katılımcıların milliyeti açısından Türk katılımcılar diğer milliyetlere göre daha fazladır. Eğitim durumları bazında katılımcıların büyük bir kısmının lisans mezunu olduğu saptanmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	155	43,7
	Erkek	200	56,3
Yaş	20 yaş altı	46	13
	20-29	138	38,9
	30-39	83	23,4
	40-49	43	12,1
	50 yaş üstü	45	12,6
Milliyet	Türk	205	57,7
	Çinli	18	5,1
	Amerikalı	16	4,5
	Hintli	13	3,7
	İngiliz	13	3,7
	Avustralyalı	11	3,1
	Diğer	79	22,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	16	4,5
	Lise	55	15,6
	Ön lisans	84	23,8
	Lisans	124	35,1
	Lisansüstü	76	21,5

Tablo 2’te destinasyon performansının ölçekte yer alan ifadelerle verilen cevapların ortalamaları incelenmiştir. Bu değerlere göre, balon turlarının en yüksek ortalamaya sahip olarak performansının rakip destinasyonlardan daha yüksek algılandığı görülmektedir (3,823). Bu veri de göstermektedir ki; araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu Kapadokya Bölgesi’nde yapılan balon turlarının performansını yüksek düzeyde değerlendirmişlerdir. Özellikle tarihi yerler ve kültürel miras (3,706), doğal güzellikler (3,674), bölgesel turlar (3,596), turizm personelinin yabancı dil düzeyi (3,592), halkın kibarlığı ve misafirperverliği (3,589), destinasyon imajı (3,586), halkın yardımseverliği (3,579), müzeler (3,558) ve toplam harcamalarının karşılığını alma (3,553) ifadelerine verilen cevapların ortalamaları yüksektir. Kapadokya Bölgesi’nin dünyada eşsiz güzelliğe sahip bir destinasyon olması nedeniyle UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)’nun hem kültürel hem de doğal miras olarak dünya miras listesinde yer alması, tarihi yerler ve kültürel miras ile doğal güzellikler özelliklerinin yüksek performans düzeyine sahip olmasıyla ilgili olduğu söylenebilir. Ancak balon turları performansının tarihi yerler ve kültürel miras ve doğal güzellikler özellikleri performansından daha yüksek olması dikkat çekicidir. Bu durumu balon turlarının Türkiye’de sadece Kapadokya Bölgesi’nde yapılması ve Kapadokya Bölgesi’nin sahip olduğu tarihi yerlerin ve doğal güzelliklerin ziyaretçiler tarafından farklı bir açıdan görülmek istenmesi ile açıklanabilir. Ulaşılabilirlik (3,368), yerel ulaşım olanakları (3,343), kültürel etkinlikler ve festivaller (3,326), havaalanı hizmetleri (3,314), eğlence olanakları (3,280), otobüs terminali hizmetleri (3,280), sağlık hizmetleri (3,266), turistik ürünlerin fiyatları (3,263), alışveriş olanakları (3,239) ve gece hayatı ve eğlence (3,219) ile ilgili özelliklere verilen cevapların ortalaması nispeten daha düşüktür. Nispeten düşük performans özellikleri incelendiğinde Kapadokya Bölgesi’nde ulaşım ve eğlence olanakları ile ilgili olarak rakip destinasyonlara göre eksikliklerinin olduğu

söylenabilir. Kapadokya'ya gelen ziyaretçilerin gün içerisinde zamanlarını değerlendirdikleri ancak günlerinin gece kısmında eğlenmek istediklerinde gidebilecekleri çok fazla eğlence noktalarının olmayışı Kapadokya Bölgesi'nin gece hayatı ve eğlence performansının en düşük ortalamaya sahip olmasına neden olmuştur denilebilir.

Tablo 2. Kapadokya Bölgesi'nin Destinasyon Performansının Değerlendirilmesi

Özellikler	Ortalama ^a	Standart Sapma
Balon Turları	3,823	1,1084
Tarihi Yerler ve Kültürel Miras	3,706	,9799
Doğal Güzellikler	3,674	1,0389
Bölgesel Turlar	3,596	,9942
Turizm Personelinin Yabancı Dil Düzeyi	3,592	,9507
Halkın Kibarlığı ve Misafirperverliği	3,589	,9686
Destinasyon İmajı	3,586	1,0060
Halkın Yardımseverliği	3,579	,9737
Müzeler	3,558	,9454
Toplam Harcamalarının Karşılığını Alma	3,553	,9141
Turizm Personelinin Kibarlığı ve Anlayışlılığı	3,551	,9390
Hatıra ve Hediye Eşyalar	3,532	,9018
Emniyet ve Güvenlik	3,518	,9096
Geleneksel El Sanatları	3,511	,8968
Çevre Kalitesi	3,509	,9713
Turizm Personelinin Mesleki Becerileri	3,502	,9467
Çevre Temizliği ve Hijyen	3,476	,9848
Kapadokya'dan ve Kapadokya'ya Ulaşım Hizmetleri	3,473	,9354
Konaklama İşletmelerinin Hizmet Kalitesi	3,470	,9540
Yerel Seyahat Acentalarının Yeterli Sayıda Olması	3,468	,9189
Yerel Seyahat Acentalarının Hizmet Kalitesi	3,462	,8969
Gelenekler ve Görenekler	3,461	,9872
Ziyaretçi Bilgilendirme Merkezi / Danışma	3,439	,9377
Yerel Altyapı Kalitesi	3,435	,9609
Açık Hava Sporları	3,425	,9701
Restoranların Hizmet Kalitesi	3,418	,9537
Restoranların Yeterli Sayıda Olması	3,416	,9223
İklim	3,413	,9027
Yöresel Yemekler	3,411	1,0568
Halkın Yabancı Dil Düzeyi	3,408	,9950
Ulaşılabilirlik	3,368	,9152
Yerel Ulaşım Olanakları	3,343	,9352
Kültürel Etkinlikler ve Festivaller	3,326	,8746
Havaalanı Hizmetleri	3,314	,9488
Eğlence Olanakları	3,280	1,0059
Otobüs Terminali Hizmetleri	3,280	,9207
Sağlık Hizmetleri	3,266	,8042
Turistik Ürünlerin Fiyatları	3,263	,9430
Alışveriş Olanakları	3,239	,9359

Gece Hayatı ve Eğlence	3,219	1,0424
------------------------	-------	--------

Tablo 3'te ziyaretçi memnuniyetini ölçeğinde yer alan ifadelerle verilen cevapların ortalamaları yer almaktadır. Bu değerlere göre, doğal güzelliklerin en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir (4,621). Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu doğal güzelliklerden oldukça tatmin olduğu görülmektedir. Özellikle tarihi yerler ve kültürel miras (4,575), bölgesel turlar (4,398), balon turları (4,388), destinasyon imajı (4,362), turizm personelinin kibarlığı ve anlayışlılığı (4,275), halkın kibarlığı ve misafirperverliği (4,269), konaklama tesislerinin yeterli sayıda olması (4,265), halkın yardımseverliği (4,265), turizm personelinin mesleki becerileri (4,257) ifadelerine verilen cevapların ortalamaları yüksektir. Bu durumda ziyaretçilerin tarihi yerler ve kültürel mirastan, bölgede yapılan tur hizmetlerinden, balon turlarından memnun kaldıkları ve Kapadokya Bölgesi halkı ile turizm personelinin ziyaretçilere karşı kibar, anlayışlı ve misafirperver bir tutum sergilediği söylenebilir. Yerel ulaşım olanakları (3,834), halkın yabancı dil düzeyi (3,800), yerel altyapı kalitesi (3,748), çevre temizliği ve hijyen (3,734), alışveriş olanakları (3,716), eğlence olanakları (3,673), sağlık hizmetleri (3,634), kültürel etkinlikler ve festivaller (3,619), gece hayatı ve eğlence (3,513) ve turistik ürünlerin fiyatları (3,435) ile ilgili ifadelerle verilen cevapların ortalaması nispeten daha düşüktür. Düşük memnuniyet düzeyine sahip özellikler incelendiğinde gece hayatı ve eğlence imkânları ile turistlere yönelik ürünlerin fiyatlarından memnun kalınmadığı görülmektedir. Ayrıca kültürel etkinlikler ve festivaller özelliğinin düşük memnuniyet düzeyine sahip olması, Kapadokya Bölgesi'nin köklü bir kültüre ve eşsiz bir coğrafyaya sahip olmasıyla ziyaretçilerin bu konudaki beklentilerinin fazla olması ile ilişkilendirilebilir.

Tablo 3. Kapadokya Bölgesi'nin Ziyaretçi Memnuniyetinin Değerlendirilmesi

Özellikler	Ortalama ^a	Standart Sapma
Doğal Güzellikler	4,621	,5488
Tarihi Yerler ve Kültürel Miras	4,575	,6007
Bölgesel Turlar	4,398	,7537
Balon Turları	4,388	,8893
Destinasyon İmajı	4,362	,7425
Turizm Personelinin Kibarlığı ve Anlayışlılığı	4,275	,7828
Halkın Kibarlığı ve Misafirperverliği	4,269	,7990
Konaklama Tesislerinin Yeterli Sayıda Olması	4,265	,7448
Halkın Yardımseverliği	4,265	,8431
Turizm Personelinin Mesleki Becerileri	4,257	,7813
Gelenekler ve Görenekler	4,249	,8140
Yerel Seyahat Acentalarının Yeterli Sayıda Olması	4,221	,7847
Turizm Personelinin Yabancı Dil Düzeyi	4,217	,8778
Geleneksel El Sanatları	4,211	,7318
Müzeler	4,206	,8018
Emniyet ve Güvenlik	4,198	,8493
Yerel Seyahat Acentalarının Hizmet Kalitesi	4,181	,8397
Toplam Harcamalarının Karşılığını Alma	4,179	,8006

Konaklama İşletmelerinin Hizmet Kalitesi	4,163	,8056
Hatıra ve Hediyelik Eşyalar	4,107	,8421
Kapadokya'dan ve Kapadokya'ya Ulaşım Hizmetleri	4,099	,8071
İklim	4,097	,8348
Restoranların Yeterli Sayıda Olması	4,097	,7788
Restoranların hizmet kalitesi	4,043	,8410
Yöresel Yemekler	4,035	,9501
Ulaşılabilirlik	3,991	,8717
Havaalanı Hizmetleri	3,927	,8880
Ziyaretçi Bilgilendirme Merkezi / Danışma	3,885	,9244
Çevre Kalitesi	3,872	1,0213
Otobüs Terminali Hizmetleri	3,858	,8356
Açık Hava Sporları	3,855	,9783
Yerel Ulaşım Olanakları	3,834	,8582
Halkın Yabancı Dil Düzeyi	3,800	1,0725
Yerel Altyapı Kalitesi	3,748	1,0127
Çevre Temizliği ve Hijyen	3,734	1,0446
Alışveriş Olanakları	3,716	,9239
Eğlence Olanakları	3,673	1,0048
Sağlık Hizmetleri	3,634	,8256
Kültürel Etkinlikler ve Festivaller	3,619	,9437
Gece Hayatı ve Eğlence	3,513	1,0418
Turistik Ürünlerin Fiyatları	3,435	1,1415

Tablo 2’te ve Tablo 3’te görüldüğü üzere doğal güzellikler, tarihi yerler ve kültürel miras, balon turları ve bölgesel turların performans düzeyleri rakip destinasyonlara göre yüksektir. Ziyaretçi memnuniyeti açısından bakıldığında da bu özelliklerden ziyaretçilerin oldukça memnun kaldıkları görülmektedir. Elde edilen bu verilere göre yüksek performans düzeyine sahip özelliklerin ziyaretçi memnuniyetini olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Ayrıca turistik ürün fiyatları, gece hayatı ve eğlence olanakları, kültürel etkinlikler ve festivaller, alışveriş olanakları, sağlık hizmetleri ile yerel ulaşım olanakları özelliklerinin düşük performans düzeyine sahip olması, ziyaretçilerin de bu özelliklerden memnuniyetsizlik duymasına neden olduğu ile açıklanabilir. Bu sonuçlar incelendiğinde destinasyon performansı ile ziyaretçi memnuniyeti arasında güçlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir.

Tablo 4’te geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı olarak değerlendirilen tekrar ziyaret etme (3,951) ve tavsiye etme (4,257) niyetlerinin yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Bu veriler ise, Kapadokya Bölgesi’ni ziyaret edenlerin gelecekte Kapadokya Bölgesi’ni tekrar ziyaret etmek istediklerini ve arkadaşlarına Kapadokya Bölgesi’ni tavsiye edebilecekleri anlamına gelmektedir.

Tablo 4. Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışının Değerlendirilmesi

İfadeler	Ortalama ^a	Standart Sapma
Bir Tatil Destinasyonu Olarak Kapadokya'yı Arkadaşlarıma Tavsiye Edeceğim.	4,257	,9638
Sonraki Tatillerim için Kapadokya'yı Tekrar Ziyaret Edeceğim.	3,951	1,0390

Tablo 5'te görüldüğü gibi, Kapadokya Bölgesi'nin destinasyon performansı, destinasyonu ziyaret edenlerin memnuniyeti ve geleceğe yönelik davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Şekil 1'de yer alan araştırma modeli test edilmiştir. Bağımsız değişken olan destinasyon performansının bağımlı değişkenler olan ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını ve ziyaretçi memnuniyetinin de geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını anlamlı olarak etkileyip etkilemediğini tespit etmek için basit doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 6, 7 ve 8'de sunulmuştur.

Tablo 5. Destinasyon Performansı, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Arasındaki Korelasyon Katsayıları (Pearson)

		Destinasyon Performansı	Ziyaretçi Memnuniyet	Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı
Destinasyon Performansı	Pearson Correlation	1	,347**	,145**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006
	N	355	355	355
Ziyaretçi Memnuniyeti	Pearson Correlation	,347**	1	,324**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	355	355	355
Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı	Pearson Correlation	,145**	,324**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	
	N	355	355	355

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (Çift Yönlü).

Tablo 6 incelendiğinde yapılan basit regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F(1,353)=48,26$, $p<0,001$). Analiz sonuçlarına göre R^2 değeri 0,12'dir. Bu değere göre, ziyaretçi memnuniyetindeki %12'lik varyansın destinasyon performansına bağlı olduğu görülmektedir. Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerinde bir etkisinin olduğu söz konusudur ($\beta=0,347$). Bu durumda H1 desteklenmekte ve destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerinde etkisi olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 6. Destinasyon Performansının Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerine Etkisine ilişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırma Modelinin Özet İstatistikleri (Uyum İyiiliği)					
R katsayısı= ,347					
R ² = ,120					
Uyarlanmış R ² =,118					
Standart hata= 18,31463					
	B	SE_β	β	t	Sig.
MemnuniyetTOP	,259	0,037	,347	6,947	,000

Tablo 7 incelendiğinde yapılan basit regresyon analizi sonuçlarının anlamlı ortaya çıkmaktadır (F (1,353) =7,57, p<0,05). Analiz sonuçlarına göre R2 değeri 0,02’dir. Bu değere göre destinasyon performansı geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı varyansının %2’sini açıklamaktadır. Destinasyon performansının geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir ($\beta=0,145$). Bu verilere göre H2 desteklenmekte ve destinasyon performansının geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde etkisi olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 8. Destinasyon Performansının Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisine ilişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırma Modelinin Özet İstatistikleri (Uyum İyiiliği)					
R katsayısı= ,145					
R ² = ,021					
Uyarlanmış R ² =,018					
Standart hata= 1,86169					
	B	SE_β	β	t	Sig.
DavranışTOP	,010	,004	,145	2,753	,006

Tablo 8’de görüldüğü üzere yapılan basit regresyon analizi sonuçları anlamlıdır (F(1,353)= 41,52, p<0,05). Analiz sonuçlarına göre R2 değeri 0,105’tir. Bu değere göre ziyaretçi memnuniyeti geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı varyansının %10,5’ini açıklamaktadır. Ziyaretçi memnuniyetinin geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisinin olduğu görülmektedir ($\beta=0,324$). Bu durumda H3 desteklenmekte ve ziyaretçi memnuniyetinin geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde etkisi olduğu kanıtlanmıştır. Dolayısıyla, destinasyona gelen ziyaretçiler destinasyondan memnun kaldıkları sürece o destinasyonu tekrar ziyaret etmek isteyecekleri ve yakınlarına o destinasyonu tercih etmeleri için tavsiye edecekleri söylenebilir.

Çalışmada test edilen hipotez sonuçlarında da görüleceği üzere (Tablo 9), destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine, ziyaretçi memnuniyetinin de geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre, Kapadokya Bölgesi’nde tatil için harcanan paranın karşılığının alındığı, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel çekicilikleri olan, misafirperver ve yardımsever halka, personele, kaliteli bölge turlarına ve balon turlarına sahip olmasının ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

Tablo 9. Araştırma Modelinde Yer Alan Hipotezlerin Test sonuçları

H₁: Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H₂: Destinasyon performansının geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL
H₃: Ziyaretçi memnuniyetinin geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	KABUL

Sonuç ve Öneriler

Destinasyonların performansını değerlendirmek ya da destinasyonlar ile ilgili geleceğe yönelik stratejik kararlar vermek için doğru performans göstergelerini belirlemek, uygun turizm yöneticilerini belirlemek kadar önem arz etmektedir. Ayrıca turizm endüstrisinde sürekli yeni destinasyonların ortaya çıkması ve birbirlerine benzemeleri güçlü bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Bu rekabet ortamında rekabet üstünlüğü sağlanması destinasyonlar için oldukça önemli bir konudur. Çünkü turistik destinasyonlar daha çok turist çekerek varlıklarının sürekliliğini hedeflemektedirler.

Destinasyonları ziyaret edenlerin deneyimlerinden memnun kalmalarının sağlanması ve bu memnuniyetle birlikte destinasyon sadakatinin sağlanması ve ziyaretçilerin yakın çevresine destinasyonu tavsiye etmesi adına destinasyonların performansları ile ziyaretçi memnuniyetlerinin ölçülmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, Kapadokya Bölgesi ziyaretçilerinin destinasyon performansı algısı, ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ölçülmüş ve ölçülen destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyetine ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışlarına ve ziyaretçi memnuniyetinin de geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi incelenmiştir.

Çalışmada yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret edenlerin destinasyon performansı algılamaları ile ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasında olumlu ve istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur. Ziyaretçi memnuniyeti ile geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasında da olumlu ve anlamlı bir ilişki vardır. En yüksek korelasyonun destinasyon performansı ve ziyaretçi memnuniyeti arasında olduğu ortaya çıkmıştır. Ziyaretçi memnuniyeti ile geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasında da anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki gözlenmiştir. Destinasyon performansı ile geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasındaki ilişki ise anlamlı fakat düşük düzeylidir.

Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerinde bir etkisinin olduğu regresyon analizinde katsayısının diğerlerine oranla yüksek çıkması araştırma sonucunda ortaya çıkan destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti üzerine etkisinin varlığını destekler niteliktedir. Destinasyon performansının yüksek olması, destinasyona gelen ziyaretçilerin memnun olmasını, gelecekte tekrar Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret etmelerini ve tanıdıklarına Kapadokya Bölgesi'ni tavsiye etmelerini etkilediği söylenebilir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar konu ile ilgili daha önce yapılan araştırma sonuçları ile kıyaslandığında benzer sonuçların elde edildiği anlaşılmaktadır. Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde etkili olduğunu gösteren Baloglu vd.'nin (2003) ve McDowall ve Ma'nın (2010) çalışmalarıyla benzer sonuçlara sahiptir. Ziyaretçi memnuniyetinin geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar da (Yoon ve Uysal, 2005) çalışmamızın sonuçlarıyla benzerlik taşımaktadır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını etkilediğini göstermektedir. Dolayısıyla çalışmanın destinasyon performansını arttırmak ve bu sayede ziyaretçi memnuniyeti ve sadakati sağlamak isteyen destinasyon yöneticilerine yardımcı olacağı ve yol göstereceği düşünülebilir. Bunun için destinasyon yöneticilerinin ziyaretçiler tarafından performansı yüksek olarak algılanan destinasyon özelliklerini koruması ve sürdürmesi, performans algılaması nispeten düşük olan ve aynı zamanda daha az memnun olunan destinasyon özelliklerini ise iyileştirmesi önemlidir. Örneğin; farklı gece hayatı ve eğlence olanaklarına yönelik imkânların arttırılabilir, daha çeşitli alışveriş olanakları yaratılabilir, turistik ürün fiyatlarına yönelik düzenlemeler yapılabilir, sağlık hizmetlerinin iyileştirilebilir, şehir terminali ve havaalanı yenilenebilir.

Araştırmada destinasyon performansı ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ile ilişkilendirilirken sınırlı bir bölge seçilmiştir. Bu nedenle bu çalışmada önerilen model daha büyük bir örnek hacmi ile ülke genelinde test edilebilir. Destinasyon performansı algılamalarının ve ziyaretçi memnuniyetinin ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir. Bununla birlikte gelecek çalışmalarda destinasyon performansının farklı değişkenlerle (örneğin; destinasyon seçimi, destinasyon imajı, destinasyon rekabetçiliği gibi) değişkenlerle ilişkisi araştırılabilir.

Kaynakça

- Akçakaya, M. (2012). Kamu Sektöründe Performans Yönetimi ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar.Karadeniz Araştırmaları, (32): 171-202.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baloglu, S., Pekcan, A., Chen, S.L. and Santos, J. (2003). The Relationship Between Destination Performance, Overall Satisfaction and Behavioral Intention For Distinct Segments. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 4(3-4): 149-165.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future. Tourism Management, 21(1): 97-116.
- Büyükmehmetoğlu, N. ve Oktay,K. (2019). Turizmde Yeni Ürün Geliştirme ve Pazarlama Stratejileri: Kastamonu Destinasyonu Örneği. İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), 7(2): 653-676.

- Çalhan, H. (2010). Tüketici Odaklı Yaklaşımla Destinasyon Performansının Değerlendirilmesi: Kapadokya Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mustafa Kemal Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- De Carlo, M., Cugini, A. and Zerbini, F. (2008). Assessment of Destination Performance: A Strategy Map Approach. *Tourism Review*, 63(2): 25-37.
- Doğan, H. ve Doğan, İ. (2013). Göller Bölgesinin Sessiz ve Mağrur Beldesi Barla: Destinasyon Yönetimi Bağlamı Bir Analiz Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(18): 1-21.
- Enright, M.J. and Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25(6): 777-788.
- Erdoğan, O. (1995). Turizm Sektörü. İstanbul: Sektör Araştırmaları Serisi.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(2): 229-248.
- Fuller, D., Wilde, S., Hanlan, J. ve Mason, S. (2007). Destination Decision Making in Tourism Regions on Australia's East Coast. *Flinders Business School Research Paper Series*.
- Fyall, A. ve Garrod, B. (2005). *Tourism Marketing: A Collaborative Approach*. UK: Channel View Publications.
- Goeldner, Charles R. ve Ritchie, J.R.B. (2006). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. 10th Edition, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Karaman, R. (2009). İşletmelerde Performans Ölçümünün Önemi ve Modern Bir Performans Ölçme Aracı Olarak Balanced Scorecard. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1(16): 410-427.
- Kayar, Ç.H. ve Kozak, N. (2008). Measuring Destination Competitiveness: An Application of The Travel and Tourism Competitiveness Index, The 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Lesiure. Antalya, 22-27 April, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Resarch*, 78-85.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1999). Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings, *Hospitality Management*, 18(3): 273-283.
- Kozak, M. (2002). Measuring Comparative Destination Performance: A Study in Spain And Turkey. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3): 83-110.
- McDowall, S. and Ma, E. (2010). An Analysis Of Tourists' Evaluation Of Bangkok's Performance, Their Satisfaction, And Destination Loyalty: Comparing İnternational Versus Domestic Thai Tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(4): 260-282.
- Murphy, P., Pritchard, M. ve Smith, J. (2000). The Destination Product and Its Impact on Traveler Perceptions, *Tourism Management*, 27: 43-52.
- Pike, S. (2008). *Destination marketing*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Onbaş, İ.D. (2009). Turizmde Destinasyon Performansı ve Antalya için Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Öztürk, Y., Kozak, M., Yeşiltaş, M., Özel, H. Ç.ve Akçasöz, O. (2013). Destinasyon Tanımı ve Özellikleri: Destinasyon Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

KOÇ, D. E. ve EREN, D. (2021). Destinasyon Performansının Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1): 57-72.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri Performans sözcüğü, <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 31.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Tribe, J. and Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19 (1): 25–34.

Yaşarsoy, E. (2019). Destinasyonda Markalaşma Olgusu: Şanlıurfa İçin Bir Model Önerisi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Kastamonu Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26(1): 45-56.