

Termal Turizm İşletmelerinde, Turistik Tüketicilerin Tatmin Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Kırşehir İli Üzerine Bir Uygulama

Identification of Factors Affecting the Level of Consumer Satisfaction in Thermal Tourism Business: An Application on Kırşehir

Burcu Gülsevil BELBER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Nevşehir Meslek Yüksekokulu
Nevşehir, Türkiye
bgulus@hotmail.com

Ayşegül TURAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim
Dalı Doktora Öğrencisi, Nevşehir, Türkiye
furkan.berna@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada; termal turizmin Türkiye ve dünyadaki durumuna, Türkiye'nin jeotermal potansiyeli ve termal turizmdeki kullanım oranlarına, termal suların özellikleri ve sağlık açısından faydalarına, Turizm Bakanlığı'nın konuyla ilgili faaliyetlerine, termal turizm işletmelerinde pazarlama karması unsurlarına, Kırşehir'deki termal tesislerin durumuna değinilmiş ve Kırşehir'de termal turizm hizmeti veren işletmelerde konaklayan turistik tüketicilerin tatmin düzeylerine etki eden faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırmaya yer verilmiştir. Araştırma, termal tesislerde konaklayan turistik tüketicilere anket uygulanarak yapılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik faktör analizi ve MANOVA analizi yapılarak, katılımcıların tatmin düzeylerine etki eden faktörler ortaya konulmuş ve demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre termal tesislerde konaklayan turistik tüketicilerin tatmin düzeylerinde, “süreç yönetimi”, “tesis çalışanlarının niteliği”, “tesisin nitelikleri” ve “yeniden satın alma ve önerme davranışları” faktörlerinin etkisi olduğu ve bu faktörlerin tüketicilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Termal turizm, pazarlama, jeotermal, tatmin.

Abstract

In this study, it was mentioned the situation of thermal tourism in Turkey and in the world, Turkey's geothermal potential and utilization of the thermal tourism, the characteristics of the thermal waters and benefits in terms of health, activities related to the subject of the tourism ministry, elements of the marketing mix in the thermal plant, the status of the thermal plant in Kırşehir, a research about determining the level of satisfaction of the consumer who staying in thermal plants. Research was conducted by applying the survey methods to the tourist consumer accommodate in thermal plants. It has been demonstrated the factors affecting the level of satisfaction of participants by the agency of factor analysis and MANOVA analysis were made for the purpose of

research and were determined whether if they show changes according to demographic characteristics. According to results, it has appeared as the impact of factors “process management”, qualifications of the facility employees”, “qualifications of the facility”, “repurchase and recommend behaviors” on satisfaction of the consumer and these factors vary according to their demographic characteristics.

Key words: *Thermal tourism, marketing, geothermal, satisfaction.*