



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 811-822.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.367](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.367)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yerli Turistlerin Destinasyon İmajları ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Mersin Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞİMŞEK, Giresun Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Giresun, e-posta:

mehmetsemsek@giresun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7558-5010>

Öğr. Gör. Dr. Murat ÖZDAMAR, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Mersin, e-posta:

muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Öz

Çalışmada Mersin'e gelen yerli turistlerin Mersin'e yönelik oluşturdukları imaj algıları ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada 420 yerli turistle yüz yüze iletişim kurulmuş, elde edilen anketlerden 395'i analizlerde kullanılmıştır. Analiz sonuçlarında Mersin'e gelen yerli turistlerin Mersin'e yönelik olumlu imaj algısına sahip oldukları ve katılımcıların imaj konusunda medeni hal ve eğitim durumlarına göre aralarında herhangi bir farklılık olmadığı görülmüştür. Öte yandan, katılımcıların Mersin'e yönelik imaj algıları, katılımcıların yaşlarına, cinsiyetlerine, gelir durumlarına ve meslek gruplarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada katılımcıların Mersin'e yönelik imaj algılarının, katılımcıların davranışsal niyetini etkileyip etkilemediğine yönelik yapılan analiz sonucunda, olumlu imaj algılarının olumlu davranışsal niyetlerini pozitif yönde etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İmaj, Destinasyon İmajı, Davranışsal Niyet, İmaj Algısı.

Makale Gönderme Tarihi: 08.10.2019

Makale Kabul Tarihi: 01.04.2020

Önerilen Atıf:

Şimşek, M. ve Özdamar, M. (2020). Yerli Turistlerin Destinasyon İmajları ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Mersin Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 811-822.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Investigation of the Relationship Between Destination Images and Behavioral Intentions
of Local Tourists: The Case of Mersin**

Assistant Prof. Dr. Mehmet ŞİMŞEK, Giresun University, Faculty of Tourism, Giresun, e-mail:

mehmetsimsek@giresun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7558-5010>

Dr. Murat ÖZDAMAR, Mersin University, Vocational School of Social Sciences, Mersin, e-mail:

muratozdamar@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2673-4358>

Abstract

In this study, the relationship between image perceptions and behavioral intentions of domestic tourists who visit Mersin is studied. In the study, 420 domestic tourists have been surveyed face-to-face, and 395 of them have been used for analysis. As a result of analysis, it's found that the domestic tourists who visit Mersin have positive opinions for Mersin. It's also found that participants show no difference in their opinions regarding to their marital status and education. On the other hand, it's found that participants show difference in their opinions regarding to their ages, genders, incomes, and occupations. In the study, as a result of the analysis which is aimed at whether the image perceptions of participants for Mersin have affected their behavioral intentions, it's found that positive image perceptions have affected positive behavioral intentions favorably.

Keywords: Image, Destination Image, Behavioral Intent, Image Perception.

Received: 08.10.2019

Accepted: 01.04.2020

Suggested Citation:

Şimşek, M. and Özdamar, M. (2020). Investigation of the Relationship Between Destination Images and Behavioral Intentions of Local Tourists: The Case of Mersin, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 811-822.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.