

ULUSLARARASI ANTALYA KONGRESİ BAŞVURU FORMU

UNVANLAR	Doç. Dr.* / Arş. Gör.** / Öğr. Gör.***		
AD- SOYAD	F. Özlem GÜZEL* İlker ŞAHİN** Yenal YAĞMUR Özkan ERDEM*** Sezer KARASAKAL** (Sorumlu ve Sunumu Yapacak Yazar) Caner ÜNAL**		
KURUMU	Akdeniz Üniversitesi/ Antalya Bilim Üniversitesi, Türkiye,		
ALANI	Turizm		
ADRES	Akdeniz Üniversitesi/ Kampüs Antalya		
TELEFON	Gsm:05076836389	İş:	Diğer:
E-POSTA	ozlemguzel@akdeniz.edu.tr ; ilkersahin@akdeniz.edu.tr ; yenalyagmur@hotmail.com ; ozkanerdem@akdeniz.edu.tr ; sezer.karasakal@antalya.edu.tr ; caner.unal@antalya.edu.tr		

BİLDİRİ BAŞLIĞI: Antalya Destinasyon Kişiliğinin Keşfi Üzerine Nitel Bir Araştırma (A Qualitative Study on Identification of Antalya Destination Personality)

BİLDİRİ ÖZETİ: Destinasyonlara atfedilen kişilik özelliklerine ilişkin algıların keşfedilmesi küreselleşen dünyada sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, Antalya destinasyon kişiliğine ilişkin algıları ortaya çıkarmaktır. Keşfedici bir yaklaşımla durum çalışması deseninde planlanan bu araştırmada çoklu turizm paydaşlarından elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma periyodu boyunca elde edilen soru formları, katılımcıların mesleklerine göre tasnif edilerek kapsamlı bir içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu kapsamda veriler, anahtar kelimeler yardımıyla kodlamalara tabii tutulmuş ve sonrasında kategorilere ayrılarak çözümlenmiştir. Sonuç olarak destinasyon kişiliğine ilişkin ana temalar ile bunlara bağlı alt temalar oluşturularak tekrar sıklığına göre sınıflamalar elde edilmiştir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda Antalya destinasyonu ile ilişkilendirilen olumlu kişilik özellikleri “*canlı, çağdaş, çok yönlü, hümanist ve samimi*” olarak toplam beş boyutta ortaya çıkarken, olumsuz kişilik özellikleri ise “*metalaşmış, karışık, çıkarıcı ve depresif*” olmak üzere dört boyutta ortaya çıkmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER: *Destinasyon Pazarlaması, Destinasyon Kişiliği, Turizm Pazarlaması, Antalya.*

ABSTRACT: Identification of personality traits attributed to destinations creates a sustainable competitive advantage in the globalizing world. In this context, the main objective of this study is to reveal the perceptions associated with destination personality of Antalya. Researchers obtained the data from the multi-tourism stakeholders by applying case study based on exploratory qualitative research method. The questionnaires obtained during the research period were classified according to the participants' professions and subjected to a comprehensive content analysis. In this context, the data were coded with the help of key words, and then categories have been formed. As a result, the main themes and sub-themes related to the destination personality have been created and classified according to their frequencies. As a result of the content analysis, the positive personality traits associated with the Antalya destination were found out as “*dynamism, modern, versatile, humanist and sincere*” while negative personality traits appeared as “*commodified, mixed, self-seeker and depressed*”.

ANAHTAR KELİMELELER: *Destination Marketing, Destination Personality, Tourism Marketing, Antalya.*

