



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(1): 31-49.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.298](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.298)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gözünden Kuşadası'nın Destinasyon İmajı ve Destinasyon Kişiliği: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği

Arş. Gör. Turan OKUL, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: turanokul@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2129-3271>

Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: tayyildiz@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6332-975X>

Dr. Öğr. Üyesi Ahu YAZICI AYYILDIZ, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: ayazici@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

Öz

Destinasyonlar arası rekabetin oldukça arttığı günümüzde pazarlama açısından destinasyonların sahip oldukları imaj ve kişilikleri bu destinasyonların tercih edilebilirliklerinde önemli birer rol oynamaktadır. Turistlerin destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği algılamalarında önemli bir role sahip olan turist rehberlerinin gözünden tanıtımlarını yaptıkları birçok turisti gezdirdikleri destinasyonun, imajını ve kişiliğini nasıl algıladıkları da bir o kadar önemlidir. Buradan hareketle, çalışmanın temel amacı geleceğin turist rehberi adayı olan Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin Kuşadası destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği algılamaları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışmada Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Rehberliği bölümünde eğitime devam eden tüm öğrencilerden veri toplanmaya çalışılmıştır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Öğrencilerin demografik özelliklerine göre yapılan karşılaştırılmalı analizlerde öğrenim görülen sınıfa göre anlamlı farklılıklar olduğu ortaya koyulmuştur. Destinasyon imajı boyutları ile destinasyon kişiliği boyutları arasındaki korelasyon analizi sonucunda tüm destinasyon imajı boyutları ile tüm destinasyon kişiliği boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon İmajı, Destinasyon Kişiliği, Turist Rehberi, Kuşadası.

Makale Gönderme Tarihi: 15.10.2019

Makale Kabul Tarihi: 09.01.2020

Önerilen Atıf:

Okul, T., Ayyıldız, T. ve Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gözünden Kuşadası'nın Destinasyon İmajı ve Destinasyon Kişiliği: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 31-49.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

The Destination Image and Destination Personality of Kuşadası from the View of Tourism Guiding Students: The Case of Aydın Adnan Menderes University Faculty of Tourism

Research Assistant Turan OKUL, Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-mail: turanokul@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2129-3271>

Assistant Prof. Dr. Tuğrul AYYILDIZ, Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-mail: tayyildiz@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6332-975X>

Assistant Prof. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ, Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-mail: ayazici@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

Abstract

Competition between destinations is increasing. In terms of marketing, the image and personalities of the destinations play an important role in the preferability of these destinations. Tourist guides play an important role in tourists' perception of destination image and destination personality. Therefore, how tourist guides perceive the image and personality of the destination is thought to be as important. From this point of view, the main purpose of the study is to reveal the relationship between destination image and destination personality of Aydın Adnan Menderes University Tourism Faculty Tourism Guidance Department students. In this study, data was collected from all students who are continuing their education in Aydın Adnan Menderes University Tourism Guidance Department. In this study, a questionnaire was used as data collection technique. According to the demographic characteristics of the students, it was revealed that there were significant differences according to the class of study. As a result of the correlation analysis between destination image dimensions and destination personality dimensions, a statistically significant relationship was found between all destination image dimensions and all destination personality dimensions.

Keywords: Destination İmage, Destinasyon Personality, Tourist Guide, Kuşadası.

Received: 15.10.2019

Accepted: 09.01.2020

Suggested Citation:

Okul, T., Ayyıldız, T. and Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). The Destination Image and Destination Personality of Kuşadası from the View of Tourism Guiding Students: The Case of Aydın Adnan Menderes University Faculty of Tourism, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 31-49.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.