



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3): 261-270.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.159](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.159)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Tatilde Nereye Gitsek? Turizmde Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Destinasyon Seçimi

Öğr. Gör. Dr. Uğur UĞUR, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gemerek MYO, e-posta: uugur@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6009-6356>

Dr. Öğr. Üyesi Sevtap SARIOĞLU UĞUR, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-posta: sevtap.ugur@usak.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7872-1110>

Öz

Tüketiciler için tatil planlamasında, farklı özellikleri olan destinasyonlar arasında karar vermek oldukça karmaşık bir durumdur. Araştırmanın amacı, farklı destinasyonlar arasında, çok sayıda kritere göre karar almada Analitik Hiyerarşi Süreci'nin kullanılabilirliğini test etmektir. Betimsel özellikteki araştırma, beş destinasyondan her birini en az bir kez ziyaret etmiş olan 80 katılımcıya uygulanmıştır. Anket yöntemiyle veri toplanan araştırmada, kolayda örneklem yöntemine göre örneklem seçilmiştir. Katılımcılardan, Türkiye'deki beş destinasyon (Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Bodrum, Alanya) arasında, yedi kritere (fiyat, tarihi/doğal güzellikler, kalite, eğlence olanakları, alışveriş olanakları, imaj, ulaşım) göre karşılaştırma yapmaları istenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların destinasyonları değerlendirirken kullandıkları kriterler, önem sırasına göre fiyat, ulaşım, kalite, eğlence, tarihi/doğal güzellikler, alışveriş ve imajdır. Ayrıca katılımcıların yedi kriteri kullanarak yaptıkları değerlendirmeye göre, beş destinasyonun tercih sıralaması, Bodrum, Kuşadası, Ayvalık, Alanya ve Çeşme şeklindedir. Araştırma, farklı kriterlerin söz konusu olduğu destinasyon seçiminde Analitik Hiyerarşi Süreci'ne başvurmanın, karar vermede kolaylaştırıcılık ve objektiflik sağladığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Pazarlaması, Destinasyon Pazarlaması, Analitik Hiyerarşi Süreci.

Makale Gönderme Tarihi: 20.03.2019

Makale Kabul Tarihi: 03.07.2019

Önerilen Atıf:

Uğur, U. ve Sarioğlu Uğur, S. (2019). Tatilde Nereye Gitsek? Turizmde Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Destinasyon Seçimi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 261-270.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Where should we go on holiday? Destination Selection with Analytic Hierarchy Process Method in Tourism

Dr. Uğur UĞUR, Sivas Cumhuriyet University, Gemerek Vocational High School, e-mail: uugur@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6009-6356>

Assistant Prof. Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR, Uşak University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, e-mail: sevtap.ugur@usak.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7872-1110>

Abstract

In holiday planning for consumers, it is quite complicated to decide between different destinations with different properties. The purpose of the study is to test the availability of the Analytic Hierarchy Process in decision making according to a number of criteria, among different destinations. The descriptive study was applied to 80 participants who had visited each of the five destinations at least once. The data were collected by survey method and the sample was chosen according to the convenience sampling method. Participants were asked to make a comparison from five destinations in Turkey (Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Bodrum, Alanya) among the seven criteria (price, historical/natural beauty, quality, leisure facilities, shopping facilities, images, transportation). According to the results of the research, the criteria used by the participants in evaluating the destinations are price, transportation, quality, entertainment, historical/natural beauties, shopping and image in order of importance. In addition, according to the evaluation of the participants by using seven criteria, the ranking of the five destinations is in the form of Bodrum, Kuşadası, Ayvalık, Alanya and Çeşme. The research shows that applying to the Analytic Hierarchy Process in the selection of destinations in which different criteria are in place provides facilitation and objectivity in decision making.

Keywords: Tourism Marketing, Destination Marketing, Analytic Hierarchy Process.

Received: 20.03.2019

Accepted: 03.07.2019

Suggested Citation:

Uğur, U. and Sarioğlu Uğur, S. (2019). Where should we go on holiday? Destination Selection with Analytic Hierarchy Process Method in Tourism, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 261-270.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.