



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 964-976.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.222](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.222)

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



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Fuar Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algıları: Expo 2016 Antalya Örneği

Altan ÇETİN, Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, e-posta: [altanctn26@gmail.com](mailto:altanctn26@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4271-4760>

Doç. Dr. Rıdvan KOZAK, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta: [rkozak@anadolu.edu.tr](mailto:rkozak@anadolu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5846-0489>

## Öz

Bir destinasyon potansiyeline sahip bir turistik yerin geliştirilmesi ve mevcut tüketicileri tarafından nasıl algılandığı büyük önem taşımaktadır. Turistik destinasyonların değerlendirilmesinin ürünlerin, hizmetlerin ve deneyimin bir kombinasyonu olduğunu ve bu faktörlerin tüketici davranışını etkileyen hayati bir boyut olduğu ortaya koyulmuştur. EXPO etkinliklerinin destinasyonların imajına, kalitesine ve algısına katkı sağladığı görülmektedir. Bu sebeple EXPO Antalya 2016 buluşması da büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, A1 seviyesinde bir uluslararası fuar olan EXPO 2016 Antalya'nın yerli katılımcılar açısından Antalya destinasyonunun imaj algılarını ölçmektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda Expo 2016 Antalya'yı ziyaret eden yerli ziyaretçilere anket uygulanmıştır. Uygulanan ankette kullanılan ölçekte Antalya'nın destinasyon imajı, *Genel Altyapı, Çekicilikler, Aktiviteler, Kalite ve Misafirperverlik* boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Boyutların puan ortalamaları değerlendirildiğinde Antalya'nın destinasyon imajının *Kalite ve Misafirperverlik* dışında iyinin üzerinde olduğu görülmüştür. Expo 2016'nın Antalya'nın destinasyon imajına olumlu katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon, Destinasyon İmajı, Destinasyon Markası, EXPO, EXPO Antalya 2016.

**Makale Gönderme Tarihi:** 11.06.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 02.10.2019

## Önerilen Atıf:

Çetin, A. ve Kozak, R. (2019). Fuar Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algıları: Expo 2016 Antalya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 964-976.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Destination Image Perceptions of Fair Participants: Expo 2016 Antalya Case Study**

Altan ÇETİN, PhD Student, Anadolu University, Institute of Social Sciences, Eskişehir, e-mail:  
[altanctn26@gmail.com](mailto:altanctn26@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4271-4760>

Associate Prof. Dr. Rıdvan KOZAK, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail:  
[rkozak@anadolu.edu.tr](mailto:rkozak@anadolu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5846-0489>

**Abstract**

The development of a tourist destination, the destination potential and how it is perceived by its current consumers are so important issues. It has been shown that the evaluation of tourist destinations is a combination of products, services and experience, and that these factors are a vital dimension affecting consumer behavior. EXPO events seem to contribute to the image, quality and perception of destinations. For this reason, the meeting of EXPO Antalya 2016 is also had great importance. In this thesis, the effects of EXPO 2016 on the destination image of Antalya were investigated. For this aim, a survey was conducted for those who visited Expo 2016. The scale used in the survey was evaluated with respect to Antalya's destination image, General Infrastructure, Attractiveness, Activities, Quality and Hospitality. When the average scores of the dimensions are evaluated, it is seen that the image of Antalya's destination is above the good average score except Quality and Hospitality. As a result, Expo 2016 has a positive contribution to Antalya's destination image.

**Keywords:** Destination, Destination Image, Destination Brand, Expo, Expo Antalya 2016

**Received:** 11.06.2019

**Accepted:** 02.10.2019

**Suggested Citation:**

Çetin, A. ve Kozak, R. (2019). Destination Image Perceptions of Fair Participants: Expo 2016 Antalya Case Study, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 964-976.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.