



Sosyal Medyanın Tatil Tercihlerine Etkisi: Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (The Impact of Social Media on Holiday Preferences: A Research on Students of Kırklareli University Tourism Faculty)

* İlke BAŞARANGİL ^a 

^a Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Travel Management and Tourism Guidance, Kırklareli/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 25.02.2019

Kabul Tarihi: 07.06.2019

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya

Seyahat blogları

Tatil tercihleri

Turizm

Öz

İnternet teknolojisi ile birlikte günümüzde bilginin çok hızlı yayılması ve bu yayımda aktif rolü bulunan sosyal medya, turizmde bireylerin tatil kararlarını etkileyen önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu gerekçe ile bu çalışmada, geleceğin potansiyel turistleri olarak gençlerin tatil kararlarında sosyal medyanın etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda katılımcıların ne sıklıkla sosyal medya kullandıkları, hangi sosyal medya araçlarını en sık kullandıkları, sosyal medyada en sık takip ettikleri seyahat blogları ve sosyal medyanın tatil tercihlerine etkisi gibi konuların değerlendirilmesine çalışılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Veriler, anket aracılığı ile toplanmış ve SPSS 22.0 paket programında analiz edilmiştir. Kolayda örnekleme tekniği ile 269 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Araştırma sonuçlarını özetlemek gerekirse, sıklıkla sosyal medya ile ilgili oldukları, sosyal medya kullanıcılarının en yoğun Instagram'ı kullandıkları, çeşitli seyahat bloglarını takip ettikleri görülmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının tatil yerlerindeki fotoğraflardan/videolardan etkilendikleri, tatil sonrası deneyimlerini hem fotoğraf veya videolarla paylaştıkları ve diğer tatilcilerin deneyimlerinden etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara dayalı olarak, destinasyonların pazarlanmasından sorumlu olan destinasyon yönetim örgütleri önemli takipçi sayısı bulunan seyahat blogları sahipleri ile ortak pazarlama etkinlikleri gerçekleştirebilir.

Keywords

Social media

Travel blogs

Holiday preferences

Tourism

Abstract

Social media, which has an active role in this dissemination, has become an important factor affecting the holiday decisions of individuals. In this study, the effect of social media on the holiday decisions of young people as potential tourists of the future is examined. In this context, it was tried to evaluate how frequently the participants used social media, which social media tools they used most frequently, travel blogs that they followed most frequently on social media and the effect of social media on holiday preferences. Quantitative research method was used in the research. Data were collected by means of questionnaire and analyzed in SPSS 22.0 package program. A simple face-to-face questionnaire was applied to 269 people via sampling technique. Descriptive statistics were used to analyze the data. To summarize the results of the research, it is seen that social media users frequently use social media and they use the most intensive Instagram and follow various travel blogs. In addition, it was found out that social media users were influenced by photographs / videos in their holiday places, shared their experiences after holidays with photographs or videos, and were influenced by other holidaymakers' experiences. Based on these results, destination management organizations responsible for the marketing of destinations can perform joint marketing activities with owners of travel blogs with a significant number of followers.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ilkekaya33@hotmail.com (İ. Başarangil)

Makale Künyesi: Başarangil, İ. (2019). Sosyal Medyanın Tatil Tercihlerine Etkisi: Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma.

Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7 (2), 839-852.

DOI: