



Z Kuşağının Gastronomi Turizmine İlişkin Tutumlarının Yenilik Arayışı Kapsamında Değerlendirilmesi (Evaluation of The Attitudes of Generation Z on Gastronomy Tourism in The Scope of Novelty Seeking)**

Jale KAHVECİOĞLU^a, Aydan BEKAR^b, *Burhan KILIÇ^b

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Social Science Institute, Muğla/Turkey

^b Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
19.09.2019

Kabul Tarihi: 20.12.2019

Anahtar Kelimeler

Z kuşağı

Gastronomi turizmi

Yenilik arayışı

Öz

Bu çalışma, Z kuşağının gastronomi turizmine ilişkin tutumlarını yenilik arayışı kapsamında değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada nicel yaklaşım benimsenmiştir. Kuşakların sınıflandırılması bazı araştırmacılara göre farklılık gösterse de bu çalışmada Schroer (2015) ve Singh (2014)'in sınıflandırması baz alınarak 1995 ve 2012 tarihleri arasında doğanlar Z kuşağı olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda belirtilen tarihler arasında doğan, 18 yaş ve üzeri tüketiciler çalışmanın evrenini; bu özellikleri taşıyan ve çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul etmiş 397 tüketici çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış; elde edilen veriler mutlak ve % değer, madde analizi, güvenilirlik analizi, ortalama ve standart sapma değerleri, normallik analizi, açıklayıcı faktör analizleri ve doğrulayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; Z kuşağının yenilik arayışı kapsamında daha çok heyecan arama maksatlı olarak gastronomi turizmi etkinliklerine katılma niyetinde olduklarını, bunun yanında kısmen de olsa gastronomi turizmine katılımlarının sıkıntı giderme, sürpriz algısı ve rutinden kaçış ile gerçekleştirme niyetinde oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Keywords

Generation Z

Gastronomy tourism

Novelty seeking

Abstract

This study was carried out to evaluate the attitudes of generation Z on gastronomy tourism within the scope of novelty seeking. Quantitative approach was adopted in this research. Although the classification of the generations varies according to some researchers, in this study, those born between 1995 and 2012 were defined as generation Z based on the classification of Schroer (2015) and Singh (2014). In this context, while the population of the study consists of consumers who born between these dates and 18 years old age and older; the sample of the study consists of 397 consumers with these characteristics who voluntarily accepted to participate in this study. A questionnaire was used as a data collection tool in the research. The results of the data were evaluated using absolute and percentage values, item analysis, reliability analysis, mean and standard deviation values, normality analysis, explanatory factor analysis and confirmatory factor analysis. According to the results, generation Z intend to participate in gastronomy tourism activities for the purpose of seeking more thrill within the scope of novelty seeking. In addition to this, it has been concluded that their participation in gastronomy tourism activities partly in the intention to boredom alleviation, surprise and change from routine.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: bkilic@mu.edu.tr (B. Kılıç)

** Bu çalışma Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresinde aynı adla sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Makale Künyesi: Kahvecioğlu, J., Bekar, A. & Kılıç, B. (2019). Z Kuşağının Gastronomi Turizmine İlişkin Tutumlarının Yenilik Arayışı Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2855-2872.