



Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y Kuşaklarının Seyahat Davranışlarının ve Yavaş Turizme Yönelik Tutumlarının Karşılaştırılması (The Comparison of Baby Boomer, X and Y Generations' Travel Behaviours and Attitudes Towards Slow Tourism)

* Cansu AKBAY^a , Çağrı Hale ÖZEL^b 

^a Gaziantep University, Tourism and Hotel Management Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gaziantep/Turkey

^b Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Eskişehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 01.10.2020

Kabul Tarihi: 18.12.2020

Anahtar Kelimeler

Yavaş hareketi
Yavaş turizm
Bebek patlaması
X kuşağı
Y kuşağı

Öz

Bu araştırmanın amacı, Bebek Patlaması (Baby Boomer), X ve Y kuşaklarının yavaş turizme yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını ortaya koymaktır. Ayrıca, bu kuşakların seyahat davranışları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı da incelenmiştir. Araştırma kapsamında, Eskişehir’de ikamet eden bireylere anket uygulanmıştır. Toplam 391 anket analize dâhil edilmiştir. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının seyahat davranışları arasındaki anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki kare testinin sonuçlarına göre konaklanan gün sayısı ve tatile çıkılan kişiler açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yavaş turizmin boyutlarına yönelik faktör analizi sonucunda ise çevre, yerellik, yavaşlık, yerel ekonomi ve zaman olmak üzere beş faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının, yavaş turizmin faktör boyutlarına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda kuşakların, yavaş turizmin çevre, yerellik, yavaşlık ve yerel ekonomi boyutlarına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Zaman boyutuna yönelik ise anlamlı bir farklılık görülmektedir. Yavaş turizm odaklı pazarlama yapan uygulayıcılar ve konaklama işletmesi yöneticileri, araştırmanın bulgularından yola çıkarak, yavaş turizme eğilimli olan kuşakların farklı özelliklerini göz önünde bulundurarak pazarlama karması oluşturabilecektir.

Keywords

Slow movement
Slow tourism
Baby boom
X generation
Y generation

Abstract

The aim of this study is to determine whether there are significant differences between the attitudes of Baby Boomer, X and Y generations towards slow tourism. Also, it was investigated whether there are significant differences between the travel behaviors of these generations. In the scope of the research, questionnaires were conducted to people residing in Eskişehir. A total of 391 questionnaires were included in the analysis. According to the results of the chi-square test performed to determine the significant differences between the travel behaviors of Baby Boomer, X and Y generations, it was concluded that there is a difference in terms of the number of days stayed and the number of people travelling together. As a result of the factor analysis, a five-factor structure emerged namely environment, locality, slowness, local economy and time. Whether there is a significant difference between the attitudes of Baby Boomer, X and Y generations towards the factor dimensions of slow tourism was examined by One-way ANOVA. As a result of the analysis, it was determined that there is a significant difference between the attitudes of the generations towards the environment, locality, slowness and local economy dimensions of slow tourism. There is no significant difference for the time dimension. Based on the findings of the research, practitioners and hospitality managers who try to market their destinations by revealing the phenomenon of slow tourism will be able to create a marketing mix, taking into account the different characteristics of the generations that tend to slow tourism.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: akbay.cansu@hotmail.com (C. Akbay)

DOI: 10.21325/jotags.2020.759