



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 927-945.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.374](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.374)

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



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Yeni Tüketiciler Arasındaki Kuşak Z'nin Tatil Tercihleri: Üniversite Öğrencileri Örneği

Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN, Bağımsız Araştırmacı, e-posta: [gunseli-8148@hotmail.com](mailto:gunseli-8148@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2866-459X>

Dr. Gamze ÖZOĞUL, Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, İzmir, e-posta: [gamze\\_ozogul@hotmail.com](mailto:gamze_ozogul@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1169-5533>

Elçin NOYAN, Doktora Öğrencisi Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, e-posta: [elcinnoyan@hotmail.com](mailto:elcinnoyan@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2630-0274>

#### Öz

Kuşakların davranış kalıpları, dönemin teknik, kültürel ve ekonomik olaylarına bağlı olarak farklı özelliklere sahiptir. Buna göre üreticiler için farklı bir pazar bölümüne yönelik yeni bir fırsat doğar. Buna rağmen günümüzün yeni turistik tüketicileri arasında yer alan Z Kuşağı ile ilgili sınırlı sayıda çalışma olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı Z Kuşağının tatil tercihlerini belirlemektir. Bu bağlamda nicel çalışma yöntemi temel alınmıştır. Örneklem kapsamında toplam 225 katılımcı verisi analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre Z Kuşağındaki katılımcıların tatil süresini 4-6 gün, turizm türünü kıyı turizmi, konaklama işletmesini otel, yiyecek içecek işletmesini kafe-restoran ve ulaşırma yolunu karayolu bakımından tercih ettiği ve tatilde eğlence işletmesine gitme eğilimleri de olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçlara dayanarak Z Kuşağının genellikle tercih ettiği kıyı turizmi çekim yerlerinde yer alan otel, kafe-restoran ve eğlence işletmeleri gibi işletmelerin bu kuşağın ilgi ve beklentilerini karşılamak üzere çalışmalar yapması önerilir. Diğer taraftan Z Kuşağı daha çok ailesiyle birlikte tatile gitme ve tatile çıkmadan önce plan yapma eğilimleri gösterirken, ayrıca tatil ücretini kendi karşılamama eğilimindedirler. Kümeleme analizi sonucuna göre toplam üç küme ortaya çıkmıştır. Değişkenler arasından en önemli değişken tatile gidilen kişi tercihi ve en az önemli değişken ise hediyelik eşya işletmelerinden faydalanma tercihidir. Seyahat acentaları ve tur operatörleri bu bilgileri göz önüne alarak pazarlama çalışmaları gerçekleştirebilirler.

**Anahtar Kelimeler:** Z Kuşağı, Tatil, Tüketici Davranışı, Pazarlama, Profil/Tercih.

**Makale Gönderme Tarihi:** 17.01.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 08.04.2020

#### Önerilen Atıf:

Güçlütürk Baran, G., Özoğul, G. ve Noyan, E. (2020). Yeni Tüketiciler Arasındaki Kuşak Z'nin Tatil Tercihleri: Üniversite Öğrencileri Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 927-945.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



**RESEARCH PAPER**

**Holiday/Vacation Preferences of the Generation Z among New Consumers: Sample of University Students**

Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN, Independent Researcher, e-mail: [gunseli-8148@hotmail.com](mailto:gunseli-8148@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2866-459X>

Dr. Gamze ÖZOĞUL, Dokuz Eylül University, Efes Vocational School, İzmir, e-mail: [gamze\\_ozogul@hotmail.com](mailto:gamze_ozogul@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1169-5533>

Elçin NOYAN, PhD. Student, Muğla Sıktı Koçman University, Social Sciences Institute, Muğla, e-mail: [elcinnoyan@hotmail.com](mailto:elcinnoyan@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2630-0274>

**Abstract**

The behavior patterns of generations have different characteristics depending on the technical, cultural and economic events of the period. Accordingly, it arises a new opportunity for a different market segment for producers. Even so, it is understood that there is a limited number of studies on Generation Z, which is among the new tourist consumers of today. In this direction, the aim of this study is to determine the preferences of the Z Generation for holiday. In this context, quantitative research method is based on. A total of 225 participant data were analyzed within the scope of the sample. According to the results of the study, it was understood that the participants in generation Z preferred 4-6 days as holiday duration, the type of tourism is the coastal tourism, accommodation establishment is the hotel, food and beverage establishment is the café-restaurant, and transportation way is the highway, and also they have tendencies to go to entertainment/recreation establishments. Based on these results, enterprises such as hotels, cafes, restaurants and entertainment enterprises should carry out researches, in order to meet the interests and expectations of this generation in the coastal tourism destinations which are usually preferred by the Z Generation. It can be stated that the research will fill the gap in the literature by revealing its preferences for meeting the needs of Z Generation and so shedding light on the researchers and practitioners. On the other hand, Gen Z mostly tends to go on holiday with their family and make plans before going on holiday, also, they tend not to pay the holiday fee themselves. According to the result of cluster analysis, a total of three clusters emerged. Among the variables, the most important variable is the preference of the person to go on holiday and the least important variable is the preference for benefiting from the souvenir enterprises. Travel agencies and tour operators can carry out marketing studies considering this information.

**Keywords:** Generation Z, Holiday/Vacation, Consumer Behaviour, Marketing, Profile/Preference.

**Received:** 17.01.2020

**Accepted:** 08.04.2020

**Suggested Citation:**

Güçlütürk Baran, G., Özogul, G. and Noyan, E. (2020). Holiday/Vacation Preferences of the Generation Z among New Consumers: Sample of University Students, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 927-945.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.