



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2021, 5(3): 189-206

DOI: [10.29226/TR1001.2021.264](https://doi.org/10.29226/TR1001.2021.264)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizmde X, Y Ve Z Jenerasyonlarının Dijital Ayak İzi Farklılıkları

Elif Şenel, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: eezelmas@hotmail.com,
ORCID ID: [0000-0002-0374-6962](https://orcid.org/0000-0002-0374-6962)

Dr. Öğr. Üyesi O. Can Yılmazdoğan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: cyilmazdogan@ogu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0003-0642-5395](https://orcid.org/0000-0003-0642-5395)

Öz

Bu çalışmada turizmde X, Y ve Z jenerasyonlarına ait bireylerin dijital ayak izlerinin belirlenmesi ve jenerasyonlar arası oluşan turizmde dijital ayak izi farklılıklarının ortaya koyulması amaçlanmıştır. Çalışmanın örnekleme tabakalı amaçlı örnekleme ile seçilen X jenerasyonu yaş aralığından 5, Y jenerasyonu yaş aralığından 5 ve Z jenerasyonu yaş aralığından 5 olmak üzere toplam 15 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler 01-30 Nisan 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, ortalama 17-41 dakika aralığında sürmüştür. Verilerin çözümünde nitel veri analizi yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda sosyal medya kullanım yoğunluğunda Z jenerasyonunun X ve Y jenerasyonunu geçtiği görülmüştür. X ve Z jenerasyonuna ait katılımcıların, dijital ayak izinin kavramsal tanımı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıkları, yine benzer şekilde, dijital ortamlarda gerçekleştirilen eylemlerin gizliliği hakkında X ve Z jenerasyonunun nispeten yeterli bilgi sahibi olmadığı ancak Y jenerasyonunun bu konuda daha fazla bilgi sahibi olduğu ulaşılan bir diğer sonuçtur. Gidilen destinasyonda sosyal medya paylaşımları konusunda Z jenerasyonuna ait katılımcıların X ve Y jenerasyonuna ait katılımcılardan daha fazla paylaşım yaptıkları görülmektedir. X, Y ve Z jenerasyonlarının tamamında seyahat öncesi ve seyahat esnasında dijital ayak izi bırakma eğilimi oldukça yüksekken, seyahat sonrasında Y ve Z jenerasyonlarında dijital ayak izi bırakma eğiliminin azaldığı sonucuna varılmıştır. Araştırma bulgularından yola çıkılarak sosyal medya ve diğer dijital platformlar üzerinden pazarlama faaliyetleri bulunan işletmelere ve ilgili alanda çalışan araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: X, Y ve Z Jenerasyonu, Dijital Ayak İzi, Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 10.04.2021

Makale Kabul Tarihi: 22.05.2021

Önerilen Atıf: Şenel, E., Yılmazdoğan, O, C. (2021). Turizmde X, Y Ve Z Jenerasyonlarının Dijital Ayak İzi Farklılıkları, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 189-206.

© 2021 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2021, 5(3): 189-206

DOI: [10.29226/TR1001.2021.264](https://doi.org/10.29226/TR1001.2021.264)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

Digital Footprint Differences of X, Y and Z Generations in Tourism

Elif Şenel, Eskişehir Osmangazi University, Institute of Social Sciences, e-mail: ezelmas@hotmail.com,

ORCID ID: [0000-0002-0374-6962](https://orcid.org/0000-0002-0374-6962)

Assist. Prof. Dr. O. Can Yılmazdoğan, Eskişehir Osmangazi University, Tourism Faculty, e-mail:

cyilmazdogan@ogu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0003-0642-5395](https://orcid.org/0000-0003-0642-5395)

Abstract

In this research it is aimed to understand the digital footprints of X, Y and Z generations and to determine differences between generations' digital footprint tendencies in the context of tourism. The sample of the study is 15 individual; 5 individual selected from each generations with stratified purposive sampling method. Interviews were performed between 01-30 April and were around 17-41 minutes. Descriptive analysis method was used in the analyses of collected data. As a result of analyses; it was understood that Z generation's social media usage intensity is higher than other generations. Also, it was found that the individuals from X and Z generations did not have enough knowledge about the conceptual definition of digital footprint. Similarly they also did not have sufficient information about the privacy of acitons performed in digital platforms, compared to Y gen. As for the social media posts at the destination, it is seen that the participants from Z gen share more than the participants from the X and Y gens. While the tendency to leave digital footprints before and during travel is quite high in all generations, it has been observed that the tendency to leave a digital footprint in the Y and Z gens after the trip has decreased. Based on the research findings, suggestions were made to businesses that have marketing activities through social media and other digital platforms and to researchers working in the relevant field.

Keywords: Generation X, Y and Z, Digital Footprint, Tourism

Received: 10.04.2021

Accepted: 22.05.2021

Suggested Citation: Şenel, E., Yılmazdoğan, O. C. (2021). Digital Footprint Differences of X, Y and Z Generations in Tourism, *Journal of Management, Economics and Marketing Research*, 5(3), 189-206.

© 2021 Journal of Management, Economic and Marketing Research
