



## Kuşaklara Göre Turistlerin Destinasyon İmaj Algılarının, Hatırlanabilir Turizm Deneyimleri Üzerine Etkisi: Kuşadası Örneği (The Effect of Tourists' Perception of Destination Images on Their Memorable Tourism Experiences With Respect to Generations: Case of Kuşadası)

Özlem ESEN<sup>a</sup> , \* Ahu YAZICI AYYILDIZ<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Aydın Adnan Menderes University, PhD Student, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Aydın/Türkiye

<sup>b</sup> Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Aydın/ Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 09.12.2022

Kabul Tarihi: 13.02.2023

### Anahtar Kelimeler

Hatırlanabilir turizm

deneyimi

Destinasyon imaj algısı

Kuşaklar

### Keywords

Memorable tourism experience

Perception of destination  
image

Generations

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

### Öz

Hatırlanabilir turizm deneyimi yaşamak turistlerin tatil seçimlerine karar verirken etkilenecekleri önemli unsurlardan biridir. Turistlerin tatillerini geçirecekleri destinasyon tercihlerinin belirlenmesinde bir diğer önemli unsur ise destinasyon imaj algısıdır. Turizm soyut bir ihtiyaç olduğundan bireylerin seyahat süreçleri sona erdikten sonra geriye kalan tek şey o seyahate dair hafızalarında kalan izlerdir. Soyut bir ürün olan turizmin değeri de yaşanan deneyimlerle ölçülebilir. Turistlerin yaşadığı deneyim ne kadar hatırlanabilir olursa destinasyon imajı o kadar güçlü konuma gelir. Çünkü yaşanan olumlu deneyimler turistlerin destinasyonlar hakkındaki algılarını da olumlu yönde etkileyecektir. Olumlu hatıralarla sona eren her seyahat yeni bir seyahate referans olacaktır. Ayrıca farklı kuşaklarda yer alan bireylerin sahip olduğu deneyimlerde birbirinden farklıdır. Araştırmanın temel amacı, kuşaklara göre Kuşadası'nda konaklayan yerli veya yabancı turistlerin destinasyon imaj algılarının hatırlanabilir turizm deneyimi üzerine etkisinin ortaya konmasıdır. Bu amaç doğrultusunda veriler Kuşadası'na ziyaret eden yerli ve yabancı 390 turiste uygulanan anketlerle elde edilmiştir. Araştırma sonucunda hatırlanabilir turizm deneyimlerinin kuşaklara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmaya konu edilen kavramlar arasındaki ilişkinin anlaşılmasının ilgili alanlarda çalışan akademisyenlere ve destinasyon yöneticilerine faydalar sağlayacağı düşünülmektedir.

### Abstract

Having memorable tourism experience is one of the significant factors that could affect tourists' preference of holiday destination. Another factor that may influence tourists' decision on holiday destination place is their perception of destination image. Since tourism is an abstract human need, the only remaining thing left behind after their holiday is marks of this travel in their minds. Value of such tourism experience, regarded as an abstract product, could be measured by assessing experiences. The extent of memorability of holiday experience of tourists is determinant of strength of destination image because positive holiday experiences would affect tourists' perception of holiday destinations in the same way. A holiday experience with positive memoirs would be considered as a positive reference for a new travel. Moreover, experiences of individuals from different generations vary from each other. The main objective of the present study is to investigate into the effect of domestic or foreign tourists' perception of destination image on their memorable tourism experience with respect to their generations for Kuşadası. In line with this objective, study data was collected through a survey study conducted over 390 domestic or foreign tourists visited Kuşadası. As a result of the study, it was determined that memorable tourism experiences exhibited difference with respect to generations. It was considered that exploration of the correlation among the concepts regarded within this study would yield benefits for academic researchers and tourism business managers.

\* Sorumlu Yazar

E-posta: ayazici@adu.edu.tr (A. Yazıcı Ayyıldız)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1214