



*Field* : Tourism

*Type* : Research Article

*Received*:15.09.2017 - *Corrected*:12.10.2017 - *Accepted*:07.11.2017

## Genç Bireylerin Turistik Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Balıkesir Kent Merkezinde Bir Araştırma

**Eray POLAT**

Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Balıkesir, TÜRKİYE

**E-Posta:** [eraypolat38@gmail.com](mailto:eraypolat38@gmail.com)

### Öz

Turistik faaliyetler tüm dünya çapında artan bir ivme ile gelişimini sürdürmektedir. Bu gelişime en önemli katkıyı sağlayan turizm türlerinden birisi, bulunduğu destinasyona önemli ekonomik ve sosyal faydalar getiren gençlik turizmi faaliyetleridir. Bu nedenle genç bireylerin turistik tercihlerinin tespit edilerek işletmelerin ve destinasyonların bu beklentilere uygun olacak şekilde hazır hale getirilmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmada da, genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini Dünya Turizm Örgütü tarafından belirlenmiş yaş aralığı olan 15-29 yaş aralığındaki Balıkesir il merkezinde yaşayan genç bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla anket tekniğine başvurulmuş ve yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılan uygulama sonucunda 398 bireye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler yüzde ve frekans dağılımları ile aritmetik ortalamaları verilerek değerlendirilmiş, tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklara sahip olup olmadığı parametrik olmayan testler yardımıyla değerlendirilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre gençlerin destinasyon seçiminde dikkat ettikleri en önemli unsur fiyattır. Genç bireyler tatil yeri seçiminde bilgi kaynağı olarak en çok internete başvuracağını belirtirken, tatil yapmak amacıyla tatil köylerini daha çok tercih edeceğini ifade etmiştir. Ayrıca en çok deniz kenarında yapılacak tatillerden hoşlanmaktadırlar. Bununla birlikte tatil yeri seçiminde etkili olan en önemli faktör paranın karşılığını almak olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Genç, gençlik turizmi, turistik tercihler



## **Research in the Province of Balıkesir on Determination of Touristic Preferences of Youth Individuals**

### **Abstract**

Touristic activities continue to evolve with an increasing acceleration all over the world. One of the types of tourism that provides the most important contribution is the youth tourism activities that bring significant economic and social benefits to the destinations. For this reason, it is important to determine the touristic preferences of youth individuals and make the businesses and destinations ready for these expectations. In this study, it is aimed to determine the touristic preferences of young people. The sample of the research is youth individuals living in Balıkesir province center in the age range of 15-29 years determined by World Tourism Organization. The questionnaire was applied to collect data in the research and 398 individuals were reached as a result of the face-to-face interview method. The obtained data were evaluated by giving percentages and frequency distributions and arithmetic averages. It was evaluated with the help of nonparametric tests whether the factors that are effective in the vacation selection have significant differences according to the demographic variables. According to the results obtained from the research, the most important factor that youth individuals pay attention in selecting the destination is the price. While younger individuals indicated that they would apply the most internets as a source of information in the selection of the resort, they stated that they would prefer resort villages for the purpose of making a holiday. They also enjoy most of the seaside vacations. Nevertheless, the most important factor influencing the choice of holiday place is determined to receive the money back.

**Keywords:** Youth, youth tourism, touristic preferences



## 1. Giriş

Turizm hareketlerinin gelişim göstermeye başladığı ilk yıllarda büyük oranda yüksek maddi güce sahip bireylerin turistik faaliyetlere katılması söz konusu iken günümüzde görece daha düşük bütçeli bireylerin de turistik faaliyetlere katılabildiği görülmektedir. Buna ek olarak ülkelerdeki ekonomik ve sosyal koşulların iyileşmesi neticesinde bireylerin boş zamanlarının da artıyor oluşu (Türkmen vd., 2013: 2142) turistik hareketlerin tüm dünya çapında daha da gelişebileceğinin bir belirtisi olarak ele alınabilir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) raporlarına göre bu turistik hareketler içerisinde gençlik turizmi önemli bir yer tutmaktadır ve bu önem düzeyi gün geçtikçe de artmaktadır.

Gençlerin turizme katılma istekleri diğer yaş grupları ile kıyaslandığında daha yüksek olmaktadır. Çünkü genç bireyler genellikle heyecana, maceraya ve değişime açık bir kişiliği temsil etmektedirler (Koroğlu ve Güleç, 2008: 42). Bununla birlikte genç bireylerin genelinen henüz evlenmemiş olması dolayısıyla daha özgür hareket edebilmeleri ve bununla birlikte çocuk bakma yükümlülüklerinin ya da kredi borcu ödeme gibi yükümlülüklerinin olmaması, seyahat için ayırabilecek geniş zamanlarının olması (Carr, 1998: 309; Labben ve Johnson, 2004: 26) onları turizm faaliyetlerine katılmaya hazır ve istekli hale getirmektedir. Tüm bunlara ek olarak gençlerin ülkelerdeki ekonomik problemler, politik istikrarsızlıklar ve hatta salgın hastalıklar söz konusu olduğunda bile seyahat planlarından vazgeçmemeleri (UNWTO, 2016: 11-12) turizm faaliyetlerine katılmaya hazır ve istekli olduklarının bir diğer kanıtı sayılabilir. Bu gibi nedenlerle de gençlik turizmi gelecek vadede turistik faaliyetlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Carr, 1999: 223).

Gençlik turizminin taşıdığı bu önem derecesine rağmen, özellikle Türkçe yazın incelendiğinde yapılan çalışmaların genel manada turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında ve kavramsal olarak ele alındığı, uygulamalı çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu demektir ki, genç bireylerin turistik faaliyetlere ilişkin beklentileri, talepleri, tatil yeri tercih ederken hangi faktörlere önem verdikleri ya da hangi tatil türlerini daha çok tercih ettikleri gibi hususların tespit edilmesine yönelik araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu noktadan hareketle yapılacak çalışmada genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu düşünceler ışığında yapılan çalışmada alanyazın incelemesi kısmında gençlik turizmi ile yapılacak çalışmalara değinilecek, gençlik turizminin hangi yaş aralığını kapsadığı noktasında yapılan tartışmalar özetlenecek, ekonomik ve sosyal faydaları hakkında bilgi verilecek ve gençlerin turistik faaliyetlere yönelik beklentileri ile ilgili olarak daha önce yapılmış çalışmalar ekseninde değerlendirmeler yapılacaktır. Ardından Balıkesir ili kent merkezinde yapılan anket uygulamasının bulguları ortaya konularak çeşitli değerlendirmeler yapılacaktır; son bölümde ise çalışmadan elde edilen sonuçlar ifade edilecektir.

## 2. Alanyazın İncelemesi

Turistik faaliyetlere katılan bireylerin birçok yönden heterojen özelliklere sahip bir yapıyı temsil etmesi (Mura ve Lattimore, 2011: 721), bu pazarın benzer özelliklere sahip homojen bir yapıyı oluşturacak şekilde alt gruplara ayrılması için pazar bölümlendirme çalışmalarının yapılmasını ve kriterlerin belirlenmesini gündeme getirmektedir (McGuiggan, 2001: 196). Demografik özellikler bu kriterlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Bonn vd., 2001: 188). Demografik özelliklere göre bölümlendirme kriterleri içerisinde yer alan yaş faktörü ise son yıllarda özellikle pazarın lider tur operatörleri tarafından en çok başvurulan kriterlerden biri olarak ifade edilebilir (Horner ve Swarbrooke, 2007: 93). Son yıllarda ortaya çıkan Baby



Boomers, X ve Y kuşakları gibi yapılan sınıflandırmanın temelinde de yaşa göre sınıflandırma yapma mantığının yatmakta olduğu söylenebilir (Bonn vd., 2001: 188).

Yaş faktörü, yaş gruplarının değişmesi ile bireyin eğitiminin, gelir düzeyinin, gelirini yönetme şeklinin yani tüketim davranışının yönünün değişmesi gibi nedenlerle tüketici davranışının önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Yaş, bireylerin istek ve ihtiyaçlarını farklılaştırırken, aynı zamanda istek ve ihtiyaçlarını giderecek alternatifler arasından yapacağı seçimi de etkilemektedir (Kaşlı vd., 2013: 929). Bu bakımdan yaş aralığının belirlenmesi gençlik turizminin kapsamının ortaya konulabilmesi açısından da önem arz etmektedir.

Alanyazın incelendiğinde görülmektedir ki, gençlik turizminin hangi yaş aralığını kapsadığı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır (Carr, 1998: 312; Carr, 1999: 223; Labben ve Johnson, 2004: 26). Carr (1998: 312)'ın yaptığı araştırmada çeşitli yazarlar tarafından gençlik turizmine ait yaş aralığının 15 ile 38 arasında değiştiği görülmüştür. UNWTO ise 15 - 29 yaş aralığındaki bireylerin katıldığı turistik faaliyetleri gençlik turizmi olarak ele almaktadır (Horak ve Weber, 2000: 38).

Gençlik turizmi günümüzde en hızlı büyüyen ve gelecek vadeden turistik hareketlerden birini oluşturmaktadır (Carr, 1998: 311; Rogerson, 2011: 105; Prayag ve Hosany, 2014: 36; Richards, 2015: 341). Öyle ki, 2015 yılında uluslararası seyahatlerin %23'ünü 15 – 29 yaş aralığındaki bireyler gerçekleştirmiştir (UNWTO, 2016: 10). Türkiye söz konusu olduğunda da benzer rakamlar ortaya çıkmaktadır. Zira TURSAB (2014: 3)'ün yaptığı araştırmaya göre ülkemize gelen yabancı turistlerin %25'i 15-27 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. Aynı raporda iç turizm hareketlerine ait istatistikler incelendiğinde 2013 yılındaki 68.4 milyon turistin 17.1 milyonunu 7 – 27 yaş aralığındaki bireylerden oluştuğu ifade edilmektedir.

Gençlik turizmi hareketlerinin bu derece yaygınlık kazanması büyük bir ekonomik hareketliliği de beraberinde getirmektedir. Zira 2014 yılında uluslararası gençlik turizmi hareketlerinin 286 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaştığı ifade edilmektedir. Ayrıca 2013 yılında ortalama turist harcaması 1.097 dolar iken bu rakam, gençlik turizmi söz konusu olduğunda 2.160 dolara yükselmektedir (UNWTO, 2016: 11). Gençlik turizminde harcama miktarı günlük olarak az olmasına rağmen, uzun süreli konaklama toplam harcama miktarının diğer turistik hareketlerden daha fazla olmasını sağlamaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 163). Bunlara ek olarak genç turistlerin yerel yiyecek-içecek talep etmeleri, yerel konaklama işletmelerinde gecelemleri gibi etkenler neticesinde ekonomik getiri bölgede kalmakta ve sızıntı minimum düzeyde gerçekleşmektedir. Bir diğer ekonomik katkı ise kitle turizmine göre altyapı yatırımlarının daha az maliyetle yapılabilmesi noktasında görülmektedir (Carr, 1998: 310). Sosyo-kültürel anlamda ise genç turistlerin, bölge insanı ile kültürel köprüler kurabilmede daha maharetli olması (Mura ve Lattimore, 2011: 722) destinasyon kültürünün dünyanın farklı bölgelerinde konuşulma ve tanınma şansını artırmaktadır. Bu sayede bölge kültürü de bir turistik çekicilik unsuru haline gelebilmektedir.

Gençlik turizminin sosyal ve ekonomik anlamda önemli hale gelmesi, bu bireylerin seyahat karar sürecinde hangi faktörlerin etkisi altında kaldıklarının, hangi tatil türlerinden hoşlandıklarının, daha çok hangi konaklama işletmelerini tercih ettiklerinin ve bu işletmelerden neler beklediklerinin tespit edilmesini önemli hale getirmektedir. Kanada Seyahat Komisyonu (CTC)'nin yaptığı bir araştırmaya göre destinasyon seçiminde rol oynayan en önemli kriterler fiyat, iklim ve destinasyonda ilgi çekici yerlerin varlığı olarak tespit edilmiştir (CTC, 2015: 6). Bu süreçte internet gençler için çok önemlidir. Zira Richards



ve Wilson (2003: 22), havayolu bileti rezervasyonunda internet kullanım oranını %65, Michel (2015: 14) %73 olarak tespit etmiştir. Bununla birlikte Michel (2015: 14) konaklama rezervasyonunda internet kullanım oranını %79 olarak tespit ederken Bizirgianni ve Dionysopoulou (2013: 656) genel manada seyahatin planlanmasında internetin kullanım oranını %89 olarak tespit etmiştir. Bu rakamlar seyahat için rezervasyon yapmada internetin oldukça önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Konaklama işletmesi seçimi söz konusu olduğunda, Richards ve Wilson (2003: 28) gençlerin yaklaşık %40 oranında aile/arkadaş yanında konakladığını tespit etmiştir. Ancak aynı araştırmada Slovenya, Birleşik Krallık, Kanada ve Meksika'lı bireyler için en önemli konaklama tercihinin hosteller olduğu da ifade edilmektedir. Michel (2015: 9) de bu konuda en çok öne çıkan ilk iki tercihin hosteller (yaklaşık %30) ve oteller (yaklaşık %25) olduğunu, Moisa (2010: 644) ise hostellerin çok ciddi bir oranda (%61,5) konaklama tercihi olduğunu tespit etmiştir. WYSE (2015: 6)'nin araştırması da gençlerin hostellerde bulunmasını istediği en önemli iki özelliğin ücretsiz Wi-Fi hizmeti ve merkezi konum olduğunu ortaya koyarken, Michel (2015: 11) gençlerin genel olarak lezzetli yiyecek-içecek, arkadaş canlısı yerel halk ve ücretsiz Wi-Fi hizmeti beklediklerini ortaya koymaktadır.

Gençlerin tatil türü tercihi söz konusu olduğunda farklı araştırmalarda farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Murphy ve Pearce (1995: 7), Richards ve Wilson (2003: 18), Richard ve Wilson (2005: 41), Maoz (2007: 123) ile Richards (2015: 347) bu konuda yeni kültürler keşfetme fikri ile kültür turizmi seçeneğinin öne çıktığını belirtirken; Richards ve Wilson (2006: 41) macera turizminin; Carr (1998: 315), Carr (2002: 2), Horak ve Weber (2000: 7) deniz turizminin öne çıktığını ifade etmiştir. Khoshpakyants ve Vidishcheva (2010: 101) ile UNWTO (2016: 12) ise gençlik turizmine katılan bireylerin en önemli seyahat motivasyonunu dil eğitimi ve kısa süreli çalışma olduğunu ifade etmektedir. Araştırmaların farklı kültürel yapılaraya sahip bölgelerde, farklı beklentilere ve algılamalara sahip bireyler ile yürütülmesi ve bununla birlikte bu bireylerin cinsiyet, medeni durum, gelir seviyesi ve sosyal statü gibi farklı demografik özelliklere de sahip olması sonuçların birbirinden farklılık arz etmesine zemin hazırlamaktadır. Ancak şu bir gerçektir ki, gençler daha önce keşfedilmemiş ya da az sayıda turiste ev sahipliği yapan, bakir bölgeleri daha çok tercih etmektedir (Moisa, 2010: 645).

### **3. Yöntem**

Özellikle Türkçe yazın incelendiğinde görülmektedir ki, gençlik turizmi ile ilgili yapılan çalışmaların genel manada turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında ve kavramsal olarak ele alındığı, uygulamalı araştırmaların sınırlı düzeyde yapıldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle gençlerin turistik tercihlerinin belirlenmesi maksadıyla görüşlerine nadiren başvurulduğu anlaşılmaktadır. Bu noktadan hareketle yapılan çalışmada, betimleyici alan araştırması yöntemi kullanılmıştır ve gençlerin turistik tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle gençlerin turistik tercihlerinin tespit edilerek işletmelerin ve destinasyonların bu beklentilere uygun olacak şekilde hazır hale getirilmesi ve pazarlama faaliyetlerini daha etkili bir tarzda yapabilmesi için öneriler sunulabilecektir. Gençlik turizminin ekonomik ve sosyal faydaları akla getirildiğinde de bunun önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın evrenini UNWTO tarafından belirlenmiş yaş aralığı olan 15 – 29 yaş grubundaki Balıkesir il merkezinde yaşayan gençler oluşturmaktadır. TÜİK verilerinde belirtilen yaş aralığına ait herhangi bir istatistikî bilginin olmadığı görülmüş, bu nedenle sınırsız örneklem için gerekli olan 384 anket sayısına (Sekaran, 2003: 294) ulaşılmak



hedeflenmiştir. Böylelikle kolayda örnekleme yöntemine göre seçilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden 398 genç araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak, standart veriler elde edebilmek ve kıyaslamalar yapabilmek amacıyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Katılımcılarla yüz yüze görüşülerek uygulanan anket formu Kaşlı vd. (2013)'nin çalışmasından uyarlanmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini ve tatil ile ilgili davranışlarını ölçmeye yönelik olarak hazırlanan sorulara yer verilirken; ikinci bölümde katılımcıların tatil yeri seçiminde hangi faktörlere önem verdiğinin tespit edilmesine yönelik beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmış 10 ifadeden oluşan ölçek yer almaktadır.

Verilerin çözümlenmesinde ve analizinde SPSS 21.0 istatistik programı kullanılmıştır. İstatistiksel olarak veriler, betimsel olarak ele alınmıştır. Bu kapsamda öncelikle demografik değişkenlere ve tatil ile ilgili davranışları ölçmeye yönelik olarak hazırlanan sorulara ilişkin bulgular frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir. Katılımcıların tatil yeri seçiminde hangi faktörlere önem verdiğinin tespitine yönelik değerlendirmeler ise ortalama ve standart sapma değerleri verilerek yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı *Kolmogorov Smirnov Z Testi* ile kontrol edilmiş, karşılaştırma testleri ise parametrik olmayan testler ile yapılmıştır.

#### 4. Bulgular ve Yorum

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerinin sunulduğu Tablo 1 incelendiğinde, erkeklerin daha büyük oranda (%53,5) katılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Yaş değişkeni bakımından, 19 – 22 aralığındaki bireylerin katılımcı sayısının yarıdan fazlasını (%53) oluşturduğu, 23 – 26 yaş aralığındaki bireylerin ise %25,6'lık bir orana sahip olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine bakıldığında katılımcıların çok büyük bir kısmının (%74,1) lisans düzeyinde eğitime sahip olduğu dikkati çekmektedir. Yine katılımcıların çok büyük bir kısmının (%87,2) bekar olduğu da görülmektedir. İlgili tablodan katılımcıların en fazla oranda (%37,4) 1001 – 2000 TL aylık gelir elde ettikleri, az bir farkla da (%35,4) 1000 TL ve altı gelire sahip oldukları izlenebilmektedir.

Katılımcıların %39,2'si yılda bir kez tatile çıkabildiğini belirtirken, bunların %36,9'u ailesi ile tatile çıkmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan bireylerin %24,4'ü kendilerine veya ailelerine ait yazlıklarının olduğunu ifade etmiş, %25,1'i tatile dört kişi, %22,9'u beş veya daha fazla kişi ile tatile çıkabileceğini belirtmiştir. Tatile yalnız çıkacağını ifade eden bireylerin oranı ise %17,3 olarak gerçekleşmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin %41,5'i tatilde 7 – 10 gün arasında kalacağını belirtmiş, %31,7'si ise tatil için bir haftadan daha az bir süre ayırabildiğini ifade etmiştir.

Gençlerin düşük bütçelere sahip olması (Richard ve Wilson, 2003: 3) yılda sadece bir kez tatile çıkabilmelerine yol açabilmektedir. Aile ile birlikte tatile çıkma davranışı da yine bütçe ile de ilişkilendirilebilir. Zira tatil için ayrılan bütçe en fazla oranda (%28,1) 1001 – 1500 TL arasındadır. Bu bütçe UNWTO (2016: 10-11)'nin raporlarında ortaya çıkan ortalama harcama miktarının (2.160 dolar) altında kalmaktadır. Bu durum araştırmaya katılan bireylerin düşük sayılabilecek bir aylık gelire sahip olmaları ile ilişkilendirilebilir. Çok kişi ile tatile çıkma davranışı (4 – 5 ya da daha fazla kişi ile) ise ülkemizin sahip olduğu çoğulcu kültürel yapı gereği normal karşılanabilecek bir durum olarak ifade edilebilir. Perrett (2007: 61) ise Kanada'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin %40,7'sinin yalnız seyahat ettiğini tespit



etmiştir. Tatile çıkma süresi bakımından 7 – 10 günlük süre Perrett (2007: 61)'in araştırmasında ortaya çıkan 8,78 günlük seyahat süresi ile örtüşmektedir. Ancak Murphy ve Pearce (1995: 10)'in de belirttiği üzere gençlerin tatil sürelerini uzatma konusunda esnek olması, bu sürenin uzayabileceği konusunda fikir vermektedir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Tatil Davranışları

		<i>n</i>	<i>%</i>			<i>n</i>	<i>%</i>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	185	46,5	<b>Kendinize veya ailenize ait yazlık var mı?</b>	Evet	97	24,4
	Erkek	213	53,5		Hayır	298	74,9
					Eksik veri	3	,8
<b>Yaş</b>	15 – 18	44	11,1	<b>Tatile kaç kişi çıkacaksınız?</b>	Yalnız	69	17,3
	19 – 22	211	53		İki	55	13,8
	23 – 26	102	25,6		Üç	79	19,8
	27 – 29	41	10,3		Dört	100	25,1
<b>Eğitim Düzeyi</b>	İlköğretim	15	3,8	<b>Tatil yeri seçiminde bilgi kaynağı</b>	Beş veya daha fazla	91	22,9
	Ortaöğretim	55	13,8		Eksik veri	4	1
	Ön lisans	32	8		Seyahat Acentası	75	18,8
	Lisans	295	74,1		Gazete	15	3,8
	Eksik Veri	1	,3		Otel broşürleri	23	5,8
<b>Aylık Gelir</b>	1000 TL ve altı	141	35,4	<b>Tatilde ne kadar süre kalmayı planlıyorsunuz?</b>	Arkadaş/Akraba Tavsiyesi	123	30,9
	1001 – 2000 TL	149	37,4		İnternet	161	40,5
	2001 – 3000 TL	71	17,8		Eksik veri	1	,3
	3001 – 4000 TL	21	5,3		Bir haftadan daha az	126	31,7
	4001TL ve üstü	13	3,3		7 – 10 gün	165	41,5
<b>Medeni Durum</b>	Eksik Veri	3	,8	<b>Tatilinizi nerede yapmayı planlıyorsunuz?</b>	11 – 15 gün	60	15,1
	Bekar	347	87,2		15 günden fazla	47	11,8
	Evli	35	8,8		Yurtdışında	21	5,3
	Eksik veri	16	4		Kendi yazlığında	26	6,5
<b>Tatile çıkma sıklığı</b>	Tatile çıkmıyorum	28	7				



İki yılda bir	96	24,1	Arkadaş/Akraba yazlığında	36	9
Yılda bir defa	156	39,2	Kampta/Karavanda	40	10,1
Yılda iki defa	74	18,6	Pansiyonda	33	8,3
Yılda üç veya daha fazla	42	10,6	Tatil köyünde	76	19,1
Eksik veri	2	,5	Şehir otellerinde	24	6
Ailemle	147	36,9	Beş yıldızlı otelde	55	13,8
Yalnız	80	20,1	Beşten daha az yıldızlı bir otelde	47	11,8
<b>Tatile kiminle çıkacaksınız?</b>			Köyde	40	10,1
Arkadaşlarımla	122	30,7	Deniz kenarında	155	39
Ailem ve arkadaşlarımla	43	10,8	Macera dolu	79	19,8
Eksik veri	6	1,5	Sessiz/Orman Manzaralı	50	12,6
500 TL ve altı	59	14,8	Şehir Manzaralı	24	6
<b>Tatilde harcamak için ne kadar bütçe ayırdınız?</b>			Dağ/Bayır/Göl	50	12,6
501 – 1000 TL	89	22,4	Çiftlikte	9	2,3
1001 – 1500 TL	12	28,1	Yeme – İçmenin bol olduğu	23	5,8
1501 – 2000 TL	80	20,1	Tarihi yerler	8	2
2001 TL ve üzeri	58	14,6			

Tatil yeri seçiminde bilgi kaynağı olarak gençler en fazla interneti tercih etmektedir (%40,5). Arkadaş/Akraba tavsiyesi ise %30,9 oranında tercih edilmektedir. İnternet, yazın taramasında bahsedildiği üzere gençlerin tatil yeri seçiminde en önemli faktör konumundadır. Perrett (2007: 62)'in araştırmasında da benzer sonuçlar ortaya çıkmış ve internet bilgi kaynağı olarak en çok başvurulan seçenek olmuştur. Seyahat acentası seçeneği ise %18,8'lik bir kabul görmüştür. Bu noktada seyahat acentalarının sundukları fiyatlar önemli hale gelmektedir. Zira gençler seyahat acentası seçerken en çok fiyata dikkat etmektedirler (WYSE, 2015: 6). Otel broşürleri ve gazete en az tercih edilen seçenekler olmuştur. Tatil broşürlerinin genç turistlerin isteklerini karşılamıyor oluşu (Carr, 1998: 308) bu sonuca zemin hazırlamış olabilir.

Katılımcıların tatil yapmayı planladıkları yer, araştırılan bir diğer unsurdur. Bu konuda en fazla öne çıkan seçenekler tatil köyü (%19,1) ve beş yıldızlı oteldir (%13,8). Ayrıca katılımcıların ciddi bir oranı (%39) tatillerini deniz kenarında yapmak istemektedirler.





Gençlerin ağırlıklı olarak tatil köyü ya da beş yıldızlı otellerde tatil yapma planı deniz kenarında yapılan tatillerden hoşlanma sonucu ile uyumlu bir sonuç arz etmektedir denilebilir. Hâlihazırda yapılan bazı araştırmalarda da (Carr, 1998: 315; Carr, 2002: 2; Horak ve Weber, 2000: 7) gençlerin yoğun bir şekilde deniz turizmi faaliyetlerine katıldığı tespit edilmiştir. Katılımcı kitlesinin %19,8'lik bir kesimi ise macera dolu tatillerden hoşlanmaktadırlar. Macera dolu tatiller gençlerin yeniliklere açık ve heyecan arayan karakter yapılarına uygun bir sonuç olarak ifade edilebilir.

Araştırmada tespit edilmek istenen bir diğer husus gençlerin tatil yeri seçiminde hangi faktörlere dikkat ettiklerinin tespit edilmesidir (Tablo 2). Araştırmaya katılan gençler, tatil yeri seçiminde en önemli unsurun “paranın karşılığını almak” olduğunu belirtmişlerdir. Paranın karşılığını almak, ziyaretçi tatmininin bir diğer karşılığı olarak değerlendirilebilir zira tatmin olma durumu da –özetle– beklentilerin karşılığını almayı ifade etmektedir (Yoon vd., 2010: 337). Burada da gençler harcadıkları paranın, diğer bir tabirle katlandıkları fedakârlıkların karşılığını almayı istemektedirler. İkinci olarak öne çıkan “kolay ulaşım” unsurudur. Bu sonuç gençlerin hostellerde bulunmasını beklediği en önemli iki özellikten birinin merkezi konum olduğu Michel (2015: 11) isteği ile aynı paralel de değerlendirilebilir. Ancak diğer taraftan bu sonuç alanyazında dile getirilen, gençlerin daha önce keşfedilmemiş bölgeleri daha çok tercih ettikleri (Moisa, 2010: 645) düşüncesi ile çelişkili bir sonuç olarak da ele alınabilir. Zira günümüz koşullarında daha önce keşfedilmemiş bölgeler genel olarak ulaşımı zor olan bölgeler olabilir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Tatil Yeri Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Değerlendirmeleri

İfadeler	$\bar{X}$	s.s.
Paranın karşılığını almak	4,45	,834
Kolay ulaşım	4,30	,851
Düşük fiyat	4,17	,981
Alternatiflere göre ucuz olması	4,09	,925
Kalite ve güvenlik konusundaki ünü	4,01	1,020
Kolay yer ayırma	3,90	,952
Geçmiş deneyim	3,81	1,126
Arkadaş tavsiyesi	3,55	1,068
İstenilen tarihte başka alternatif olmaması	3,34	1,123
Çocuk indirimi	2,63	1,377

Katılımcılar tatil yeri seçiminde en az önemli unsurların “istenilen tarihte başka alternatif olmaması” ve “çocuk indirimi” olduğunu belirtmişlerdir. İndirimler genç turistler için anlamlı olsa da, bu indirimlerden ancak kendi tercihlerine uygun olanlar önemli olmaktadır (Kaşlı vd., 2013: 935). Bu nedenle alternatiflerin olmaması seçeneği öne çıkmış olabilir. Çocuk indirimi seçeneği ise katılımcıların büyük bir kısmının bekar olduğu (%87,2) akla getirildiğinde normal karşılanabilecek bir sonuçtur. Arkadaş tavsiyesi ise en az önem verilen bir diğer unsurdur. Arkadaş tavsiyesi tatil yeri seçiminde bilgi kaynağı olarak en çok önem verilen ikinci unsur olmasına rağmen burada en az önem unsurlardan biri olarak derecelenmiştir. Bu durumda gençlerin arkadaş ya da akrabalarını sadece bilgi kaynağı olarak kullandıkları ancak bu bilginin tatil yeri seçiminde önemli bir kriter olmadığı söylenebilir.



Genç bireylerin tatil yeri seçiminde demografik özelliklerinin farklılaşmaya neden olup olmadığını belirlemek için karşılaştırma testleri yapılmıştır. Bunun için öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov Smirnov Z Testi ile incelenmiş ve sonuçta tatil yeri seçimi ile ilgili verilerin normal dağılım şartlarını taşımadığı ( $p < ,05$ ) belirlenmiştir. Bu nedenle karşılaştırmalar için parametrik olmayan testler kullanılmıştır.

Mann-Whitney U testi sonucuna göre cinsiyet değişkenine ait ortamların anlamlı farklılık taşımadığı tespit edilmiştir. Medeni durum değişkeninin ise tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerden beş tanesinde anlamlı farklılık taşıdığı belirlenmiştir (Tablo 3). Buna göre bekar katılımcılar tatil yeri seçiminde paranın karşılığını almak, kolay ulaşım, alternatiflere göre ucuzluk ve düşük fiyat faktörlerini daha çok önemserken, çocuk indirim konusunda evli olan katılımcılar daha hassastırlar.

**Tablo 3.** Tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin medeni durum değişkenine göre karşılaştırması

İfade	Değişken	Gruplar	f	Sıra ortalaması	U	p
Paranın karşılığını almak		Bekar	347	196,95	4180,5	,000
		Evli	35	137,44		
Kolay ulaşım		Bekar	347	195,56	4664,5	,013
		Evli	35	151,27		
Alternatiflere göre ucuz olması	Medeni Durum	Bekar	347	196,23	4061,5	,001
		Evli	35	134,04		
Düşük fiyat		Bekar	347	197,08	4135,5	,001
		Evli	35	136,16		
Çocuk indirim		Bekar	347	184,79	3742,5	,000
		Evli	35	258,07		

Kruskal Wallis H Testi sonucuna göre katılımcıların tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin değerlendirmeleri yaş değişkenine göre anlamlı farklılıklara sahiptir (Tablo 4). Anlamlılık farklılığının kaynağını tespit etmek için Tamhane's T2 testi yapılmıştır.



**Tablo 4.** Tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin yaş değişkenine göre karşılaştırması

İfade	Değişken	Gruplar	f	Sıra ortalaması	Ki-Kare	p	Fark
Paranın karşılığını almak	Yaş	15-18	44	178,27	21,673	,000	19-22 / 27-29
		19-22	211	211,40			
		23-26	102	209,02			
		27-29	41	137,33			
Kolay ulaşım	Yaş	15-18	44	167,43	16,647	,001	19-22 / 27-29
		19-22	211	213,86			
		23-26	102	202,58			
		27-29	41	152,35			
Alternatiflere göre ucuz olması	Yaş	15-18	44	194,15	10,023	,018	19-22 / 27-29
		19-22	211	207,91			
		23-26	102	200,08			
		27-29	41	151,05			
Düşük fiyat	Yaş	15-18	44	177,69	23,931	,000	19-22 / 27-29
		19-22	211	216,16			
		23-26	102	201,84			
		27-29	41	131,35			
Kalite ve güvenlik konusundaki üzü	Yaş	15-18	44	172,70	14,798	,002	19-22 / 23-26
		19-22	211	218,12			
		23-26	102	178,38			
		27-29	41	175,26			
Çocuk indirimi	Yaş	15-18	44	209,57	9,728	,021	19-22 / 27-29
		19-22	211	190,69			
		23-26	102	193,71			
		27-29	41	248,44			



Tablo 3'deki sonuçlara göre yaş düştükçe çocuk indirimi faktörü hariç diğer bütün faktörlerde sıra ortalaması yükselmektedir. Yani yaş düştükçe ele alınan faktör daha da önemli hale gelmektedir. Örneğin 19-22 yaş aralığında paranın karşılığını almak 27-29 yaş aralığına göre daha da önemli hale gelmektedir. Genç bireylerin gelirlerinin daha az olabilmesi harcadıkları parayı daha değerli hale getirebilmekte ve bunu karşılığını almayı daha önemli hale getirebilmektedir. Buna ek olarak yaşın küçük olması düşük fiyatı, alternatiflere göre ucuzluğu, kolay ulaşımı da önemli hale getirmektedir. Kalite ve güvenlik konusundaki ün ise yaşı daha küçük olan bireylerin gösteriş tüketimi yaparak akranları arasında öne çıkma düşüncesi içerisinde olabilmesi (Boğa ve Başçı, 2016: 481) nedeniyle önemli hale gelmiş olabilir. Çocuk indirimi faktöründe ise 19-22 ile 27-29 yaş grupları arasında bulunan anlamlı farklılık, 27-29 yaş grubundaki bireyler tarafından daha çok önemsenmektedir. Yüksek yaş grubundaki bireylerin çocuk sahibi olma ihtimallerinin artması bu sonucu doğurmuş olabilir.

Kruskal Wallis H Testi sonucuna göre katılımcıların tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin değerlendirmeleri eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılıklara sahiptir (Tablo 5). Anlamlılık farklılığının kaynağını tespit etmek için Tamhane's T2 testi yapılmıştır.

**Tablo 5.** Tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırması

İfade	Değişken	Gruplar	f	Sıra ortalaması	Ki-Kare	p	Fark
Paranın karşılığını almak		İlköğretim	15	153,67	20,512	,000	Ortaöğretim / Lisans
		Ortaöğretim	55	150,95			
		Ön lisans	32	189,73			
		Lisans	295	211,27			
Kolay ulaşım	Eğitim Durumu	İlköğretim	15	179,33	9,692	,021	Ortaöğretim / Lisans
		Ortaöğretim	55	169,93			
		Ön lisans	32	170,56			
		Lisans	295	208,51			
Alternatiflere göre ucuz olması		İlköğretim	15	161,00	9,921	,019	Ortaöğretim / Lisans
		Ortaöğretim	55	164,27			
		Ön lisans	32	221,63			
		Lisans	295	203,65			
Düşük fiyat		İlköğretim	15	131,20	27,722	,000	Ortaöğretim / Lisans
		Ortaöğretim	55	142,05			
		Ön lisans	32	193,36			
		Lisans	295	213,68			



Tablo 5'deki sonuçlara göre anlamlı farklılıklara sahip tüm faktörlerde, fark ortaöğretim ile lisans eğitime sahip bireyler arasında gerçekleşmiştir. Buna göre tüm faktörlerde lisans eğitime sahip bireylerin sıra ortalaması anlamlı şekilde daha yüksektir. Diğer bir ifadeyle tüm faktörler itibari ile lisans düzeyinde eğitime sahip bireyler, ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olan bireylere göre daha yüksek önem derecesine sahiptir.

Kruskal Wallis H Testi sonucuna göre katılımcıların tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin değerlendirmeleri aylık gelir değişkenine göre anlamlı farklılıklara sahiptir (Tablo 6). Anlamlılık farklılığının kaynağını tespit etmek için Tamhane's T2 testi yapılmıştır. Ayrıca belirtmek gerekir ki, veri sayısı 30'un altında olduğu için 3001-4000 TL seçeneği ve 4001 ve üstü seçeneği birleştirilmiş ve değerlendirmeler bu şekilde yapılmıştır.

**Tablo 6.** Tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin aylık gelir değişkenine göre karşılaştırması

İfade	Değişken	Gruplar	f	Sıra ortalaması	Ki-Kare	p	Fark
Geçmiş Deneyim		1000 TL ve altı	141	178,75	9,247	,026	1000 TL ve altı / 1001 – 2000 TL
		1001 – 2000 TL	149	217,20			
		2001 – 3000 TL	71	191,73			
		3001 TL ve üzeri	34	201,56			
Alternatiflere göre ucuz olması		1000 TL ve altı	141	201,32	10,915	,012	1001 – 2000 TL / 3001 TL ve üzeri
		1001 – 2000 TL	149	207,92			
		2001 – 3000 TL	71	119,27			
		3001 TL ve üzeri	34	143,46			
Düşük fiyat	Aylık Gelir	1000 TL ve altı	141	200,72	15,344	,002	1000 TL ve altı / 3001 TL ve üzeri
		1001 – 2000 TL	149	210,39			
		2001 – 3000 TL	71	198,09			
		3001 TL ve üzeri	34	132,22			
Kalite ve güvenlik konusundaki üzü		1000 TL ve altı	141	198,38	8,906	,031	1001 – 2000 TL / 2001 – 3000 TL / 3001 TL ve üzeri
		1001 – 2000 TL	149	205,55			
		2001 – 3000 TL	71	165,06			
		3001 TL ve üzeri	34	220,79			
Arkadaş tavsiyesi		1000 TL ve altı	141	183,38	9,446	,024	1000 TL ve altı / 3001 TL ve üzeri / 2001 – 3000 TL / 3001 TL ve üzeri
		1001 – 2000 TL	149	203,29			
		2001 – 3000 TL	71	188,44			
		3001 TL ve üzeri	34	244,15			



Tablo 6'daki sonuçlara göre geçmiş deneyim faktöründe 1000 TL ve altı ile 1001 – 2000 TL gelir grupları içerisinde yer alan bireyler arasında anlamlı farklılıklar vardır. Buna göre yüksek gelir grubunda yer alan katılımcılar tatil yeri seçiminde geçmiş deneyimlere daha çok önem vermektedir. Alternatiflere göre ucuz olması faktöründe 1001 – 2000 TL ile 3001 TL ve üzeri gelir grupları içerisinde yer alan bireyler arasında anlamlı farklılıklar vardır. Buna göre düşük gelir grubunda yer alan bireyler açısından alternatiflere göre ucuzluk daha önemli hale gelmektedir. Düşük fiyat faktöründe 1000 TL ve altı ile 3001 TL ve üzeri gelir grupları içerisinde yer alan bireyler arasında anlamlı farklılıklar vardır. Buna göre düşük gelir grubunda yer alan bireyler fiyatın düşük olmasını daha çok önemsemektedirler. Tatil yerinin kalite ve güvenlik konusundaki ünü söz konusu olduğunda 1001 – 2000 TL grubunda yer alan bireyler 2001 – 3000 TL gelir grubundaki bireylere göre, 3001 TL ve üzeri gelir grubunda yer alan bireyler ise 2001 – 3000 TL gelir grubunda yer alan bireylere göre kalite ve güvenceye daha çok önem vermektedir. Son olarak arkadaş tavsiyesi faktörü ile ilgili olarak; 3001 TL ve üzeri gelir grubunda yer alan bireyler hem 1000 TL ve altı gelir grubunda yer alan bireylere hem de 2001 – 3000 TL gelir grubundaki bireylere göre arkadaş tavsiyesini daha fazla önemsemektedirler.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Genç turist kitlesinin değişik kültürlerden insanlarla tanışma, deniz turizmi faaliyetlerine katılma, macera arama ya da eğitim amacıyla sıklıkla farklı bölgelere seyahat etme istekleri onları günümüz turizm endüstrisi için oldukça önemli hale getirmektedir. Ayrıca gençlik turizminin sosyal ve ekonomik faydaları da akla getirildiğinde önemi daha da artmaktadır. Ancak özellikle Türkçe yazında görülebildiği üzere gençlerin turistik tercihlerinin tespit edilmesine yönelik yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu bakımdan araştırmanın önem taşıdığı düşünülmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre gençlerin destinasyon seçiminde dikkat ettikleri en önemli unsur fiyattır. Ancak şunu ifade etmek gerekir ki, genç bireyler harcadıkları paranın karşılığını alacak şekilde uygun fiyatlı tatil arasalar da, tatil sürelerinin kitle turistlerine göre daha uzun süreli olması onları toplamda daha fazla para harcayan bireyler haline getirmektedir. Ayrıca destinasyonların ve işletmelerin internette yer almaları ve gençlik turizmine yönelik faaliyetlerinin bu sitelerde bulunması önemli bir unsurdur. Zira seyahat planlamasında en önemli bilgi kaynağı internet olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte genç bireyler açısından işletmelerin ve destinasyonların gazete ilanları ya da el broşürü hazırlamamaları da önerilebilir zira bu iki bilgi kaynağı oldukça düşük düzeylerde tercih edilir seçeneklerdir.

Genç bireylerin konaklama tercihinde hosteller öne çıkmaktadır. Bu tercih fiyat kriteri düşünüldüğünde normal sayılabilecek bir tercih olabilir. Ayrıca hostellerde bulunması istenen en önemli iki özellik merkezi konum ve ücretsiz Wi-Fi hizmetidir. Bununla birlikte gençlerin tatil türü tercihleri söz konusu olduğunda heterojen bir yapıyı temsil etmesi, hostellerin, kültür, macera ya da deniz turizmi gibi farklı turizm türlerinin ağırlıkta olduğu destinasyonlarda da bulunmasını gençlik turizmi açısından gerekli kılmaktadır. Ülkemiz açısından bakıldığında bu hostellerin ağırlıklı olarak deniz turizmine sahip destinasyonlarda inşa edilmesi yatırımın daha karlı olmasını sağlayabilir. Çünkü araştırma sonucunda gençler en çok deniz kenarında tatil yapmak isteyeceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu hostellerin inşa edilerek hizmete sunulması gençlerin tatile çıkma sıklığını da artırabilecek bir unsur olabilir.



Araştırma sonucunda gençler tatil yeri seçiminde en önemli unsurların paranın karşılığını almak, kolay ulaşım ve düşük fiyat olduğunu belirtmişlerdir. En az önem verilen unsurlar ise çocuk indirimi, alternatiflere göre ucuz olması ve arkadaş tavsiyesi olarak tespit edilmiştir. Arkadaş tavsiyesi ile ilgili olarak dikkat çekici bir sonuç şudur ki, bu faktör tatil yeri seçiminde bilgi kaynağı olarak en çok önem verilen ikinci unsur olmasına rağmen değerlendirme kriterleri bakımından en az önem unsurlardan biri olarak tespit edilmiştir. Buna göre gençler arkadaş ya da akrabalarından bilgi almaya önem verirken, değerlendirme açısından bu bilgi görece önemini kaybetmektedir.

Araştırmada yapılan bir diğer tespit, gençlerin tatil yeri seçiminde etkili olan faktörlerin cinsiyete göre anlamlı bir farklılığa sahip olmadığıdır. Ancak medeni durum, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre evliler çocuk indirimine daha çok önem verirken, bekarlar paranın karşılığını almaya, kolay ulaşım, alternatiflere göre ucuz olmasına ve düşük fiyata daha çok önem vermektedir. Yaş bakımından ise görece daha genç olanlar paranın karşılığını almaya, kolay ulaşım, alternatiflere göre ucuz olmasına, düşük fiyata, kalite ve güvenlik konusundaki üne önem verirken, çocuk indirimi görece daha büyük yaşta bulunanlar açısından önemlidir. Eğitim durumu açısından lisans eğitimine sahip olanlar açısından ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olanlara göre paranın karşılığını almak, kolay ulaşım, alternatiflere göre ucuz olması ve düşük fiyat daha çok önemlidir. Son olarak aylık gelir bakımından görece yüksek gelire sahip olanlar geçmiş deneyime ve arkadaş tavsiyesine önem verirken, düşük gelire sahip olanlar açısından alternatiflere göre ucuzluk, düşük fiyat ve kalite ve güvenlik konusundaki ün daha çok önemlidir.

Turistik faaliyetlere katılma konusunda istekli olan ve zor koşullarda bile tatil planlarını ertelemeyen genç turist kitlesinin turistik tercihlerinin belirlenmesi ve işletmelerin/destinasyonların bu kitlenin beklentilerine hazır hale getirilmesi, günümüz rekabet şartlarında oldukça önemlidir. Zira gençlik turizminin çeşitli olumlu yönlerinden faydalanabilmenin ön şartı bu beklentilere hazır hale gelebilmekten geçmektedir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırmanın sadece Balıkesir ilinde yürütülmesi önemli bir sınırlılık olarak ifade edilebilir. Araştırma sonuçlarının genellenebilmesi bakımından daha büyük kitleler ile araştırmalar yapılması önemlidir. Araştırma konusu bakımından gençlerin turistik motivasyonlarının tespit edilmemesi de bir diğer sınırlılığı oluşturmaktadır. Bu konu hakkında yabancı yazında çalışmalar görülürken, Türkçe yazındaki eksiklik dikkat çekmektedir. Bu nedenle yerli –genç– turistlerin seyahat motivasyonlarının tespit edilmesi, gençlik turizmi konusunda daha kapsamlı tespitler yapabilmeyi kolaylaştıracaktır.



## KAYNAKÇA

- Bizirgianni I, Dionysopoulou, P (2013). The influence of tourist trends of youth tourism through social media (SM) & information and communication technologies (ICTs). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 73, 652-660.
- Boğa Ö, Başçı A (2016). Ağızdan Ağıza Pazarlamamın Gösterişçi Tüketim Üzerine Etkisi. *Öneri Dergisi*, 12(45), 463-489.
- Bonn M, Furr H L, Hausman A (2001). Using Internet Technology to Request Travel Information and Purchase Travel Services: A Comparison of X'ers, Boomers and Mature Market Segments Visiting Florida. In *Consumer Psychology of Tourism* (Eds. J.A. Mazanec, G.I. Crouch, J.R. Ritchie, A.G. Woodside). UK: CABI Publishing.
- Carr N (1998). The young tourist: A case of neglected research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 307-318.
- Carr N (1999). A study of gender differences: Young tourist behavior in a UK coastal resort. *Tourism Management*, 20(2), 223-228.
- Carr N (2002). The tourism–leisure behavioural continuum. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 972-986.
- CTC (2015). Canada Millennial Domestic Travel Summary Report. Canada Tourism Commission.
- Horak S, Weber S (2000). Youth tourism in Europe: Problems and prospects. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37-44.
- Horner S, Swarbrooke J (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. UK: Elsevier.
- Kaşlı M, Arslaner E, Demirci B, Yılmazdoğan O (2013). Gençlerin Turistik Tercihlerinin Belirlenmesi: Eskişehir’de Yaşayan Gençler Örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, ss. 928-940.
- Khoshpakyants A V, Vidishcheva E V (2010). Challenges of youth tourism. *European researcher*, 1(1), 101-103.
- Köroğlu A, Güleç B (2008). Gençlik Turizmi. İçinde *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (Ed. N.Hacıoğlu ve C.Avcıkurt). Ankara: Nobel Yayın-Dağıtım.
- Labben T, Johnson C (2004). Developing the image of the “Young Tourist”: Details from Swiss festivals. *Tourism Review*, 59(1), 25-33.
- Maoz D (2007). Backpackers’ motivations the role of culture and nationality. *Annals of tourism research*, 34(1), 122-140.
- McGuiggan R L (2001). Which determines our leisure preferences: Demographics or Personality? In *Consumer psychology of tourism, hospitality, and leisure* (Eds. J.A. Mazanec, G.I. Crouch, J.R. Ritchie, A.G. Woodside). UK: CABI Publishing.
- Michel C (2015). A revolution in the hostel sector: Millennial travelers and trends in youth travel accommodation. <http://www.etoa.org/docs/default-source/presentations/2015-european-summit-in-the-alps-presentation-by-carl-michel-from-stay-wyse.pdf?sfvrsn=2>, Erişim Tarihi: 01.08.2017





- Moisa C O (2010). The Distinctiveness of the Youth Travel Product. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(2), 638-648.
- Mura P, Lattimore C (2011). Away from home: A new revelation of young tourist behavior. *Tourism Analysis*, 16(6), 721-727.
- Murphy L, Pearce P L (1995). Young budget travelers: Backpackers in Australia. *Annals of tourism research*, 22(4), 819-843.
- Öztürk Y, Yazıcıoğlu İ (2002). Türkiye'deki Üniversite Gençliğinin Turizm Yönetilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 162-171.
- Prayag G, Hosany S (2014). When Middle East meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. *Tourism Management*, 40, 35-45.
- Richards G (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing World. *Tourism Recreation Research*, 40 (3), 340-352.
- Richards G, Wilson J (2003). Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads: New Horizons in Independent Youth and Student Travel. Amsterdam: International Student Travel Confederation (ISTC).
- Richards G, Wilson J (2005). Youth tourism: Finally coming of age? In *Niche tourism: Contemporary issues, trends, and cases* (Ed. Novelli, M.). Amsterdam: Elsevier.
- Richards G, Wilson J (2006). Youth and adventure tourism. In *Tourism Business Frontiers, Consumers, products and industry*. (Eds. D. Buhalis ve C. Costa). UK: Elsevier.
- Rogerson C M (2011). Youth tourism in Africa: Evidence from South Africa. *Tourism Analysis*, 16(2), 105-120.
- Sekaran U (2003). *Research Methods for Business*. (Fourth Edition). NY: John Wiley & Sons, Inc. Hair
- TURSAB (2014). Gençlik Turizmi 2015 Raporu. [https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu\\_11776.html](https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu_11776.html), Erişim Tarihi: 08.08.2017.
- Türkmen M, Kul M, Genç E, Sarıkabak M (2013). Konaklama İşletmesi Yöneticilerinin Rekreasyon Algı ve Tutumlarının Değerlendirilmesi: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(8), 2139 – 2152.
- UNWTO (2016). Global Report on the Power of Youth Travel. Madrid: World Tourism Organization Publication.
- WYSE (2015). Millennial Traveller. WYSE Travel Confederation.
- Yoon Y S, Lee J S, Lee C K (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335–342