

ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİNE YÖNELİK ALGININ MEMNUNİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF EFFECT OF THIRD AGE TOURISM PERCEPTION ON SATISFACTION

Şükran KARACA

Doç. Dr., Sivas
Cumhuriyet Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm
İşletmeciliği,
Sivas/Türkiye.
Assoc. Prof., Sivas
Cumhuriyet University,
Faculty of Tourism,
Tourism Management,
Sivas/Türkiye.
sukrankaraca@gmail.com
ORCID: 0000-0002-
0268-1810

Esra ÖZKAN ÖNEM

Öğr. Gör., Sivas
Cumhuriyet Üniversitesi,
Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak
Sanatları,
Sivas/Türkiye.
Lect., Sivas Cumhuriyet
University, Faculty of
Tourism, Gastronomy
and Culinary Arts,
Sivas/Türkiye.
eozkanonem@cumhuriyet.edu.tr
ORCID: 0000-0001-
5951-3466

Muhammed YILDIZ

(Sorumlu Yazar)
Öğr. Gör., Sivas
Cumhuriyet Üniversitesi
Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak
Sanatları,
Sivas/Türkiye.
Lect., Sivas Cumhuriyet
University, Faculty of
Tourism, Gastronomy
and Culinary Arts,
Sivas/Türkiye.
yildizmd@yandex.com.tr
ORCID: 0000-0002-
0407-8783

Makale bilgisi | Article Information

DOI: 10.47994/usbad.1268646

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 22.03.2023

Kabul Tarihi / Date Accepted: 14.09.2023

Yayın Tarihi / Date Published: 20.12.2023

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Aralık / December

Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article: Karaca, Ş., Önem Özkan, E., & Yıldız, M. (2023). Üçüncü Yaş Turizmüne Yönelik Algının Memnuniyet Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 5(13), 607-625.

İntihal: Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.



İletişim: Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>
mail: usbaddergi@gmail.com

Öz: Son yıllarda dünya genelinde 65 yaş ve üzeri kişilerin genel nüfus içerisindeki oranı hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu yaş grubunun özellikle sezon dışı zamanlarda seyahat etmesi, turizmin tüm yıla yayılmasına ve planlarının esnekliğe açık olmasından dolayı üçüncü yaş turizminin önemi artmaktadır. Dolayısıyla üçüncü yaş turizmi, ülkelerde turizm ve sağlık sektörlerinin büyümesine önemli katkı sağlayabilecek önemli bir sektördür. Bu çalışma 65 yaş ve üzeri kişilerin üçüncü yaş turizmine yönelik algılarının destinasyon memnuniyetine etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'de yaşayan 65 yaş ve üzerindeki 413 katılımcıdan çevrimiçi anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler, SPSS ve AMOS programları kullanılarak analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler, kullanılan ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olduğu belirlendikten sonra, yapısal eşitlik modellemesi çerçevesinde doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yapılmıştır. Yapılan yol analizinden elde edilen sonuçlar, tercih ve nitelik boyutlarının memnuniyet üzerinde pozitif, tesis imkânlarının ise negatif yönde etkisi olduğunu göstermiştir. Bu bulgular doğrultusunda, üçüncü yaş turizminin potansiyelini artırmaya yönelik çeşitli öneriler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Üçüncü Yaş, Üçüncü Yaş Turizmi, Memnuniyet

Abstract: In recent years, the proportion of people aged 65 and over in the general population has been increasing rapidly around the world. The importance of third-age tourism is increased by the fact that this age group travels especially in off-season periods, ensuring that tourism spreads throughout the year, and that their plans are open to flexibility. Therefore, third age tourism is an important sector that can contribute greatly to the growth of tourism and health sectors in countries. This study was carried out to examine the effect of the perceptions of people aged 65 and over towards third-age tourism on destination satisfaction. In this context, data was collected via online survey method from 413 participants aged 65 and over living in Turkey. The data obtained was analyzed using SPSS and AMOS programs. The analyzes performed showed that the scales used were valid and reliable. After determining that the data had a normal distribution, confirmatory factor analysis and path analysis were applied within the framework of structural equation modeling. The results obtained from the path analysis showed that preference and quality dimensions had a positive effect on satisfaction, while facility facilities had a negative effect. In line with these findings, various suggestions have been put forward to increase the potential of third age tourism.

Key Words: Third Age, Third Age Tourism, Satisfaction

GİRİŞ

Dünya nüfusunun hızla yaşlanmasıyla birlikte üçüncü yaş turizmi, giderek daha fazla önem kazanan bir turizm türü haline gelmiştir. Tüm dünyada üçüncü yaş grubundaki bireylerin daha aktif olmasını sağlamaya yönelik programlar geliştirilmektedir. Türkiye, "Sağlıklı Yaşam Köyü" ve "Geriatik Tedavi Merkezleri" gibi girişimlerle, bu alandaki varlığını güçlendirmeye çalışmaktadır. İkliminin uygunluğu, gelişmiş Avrupa ülkelerine olan yakınlığı, sahip olunan tarihi, kültürel ve dini çekicilikler ile Türkiye, üçüncü yaş turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Özellikle belli bölgelerde yılların birikimiyle oluşmuş ciddi bir turizm deneyimine sahip olunması da önemli bir avantajdır. Turizm alanında söz sahibi olabilmek için kaliteli hizmet sunulması ve turistlerin destinasyondan memnun ayrılmasının önemli olduğu ve üçüncü yaş turizminde kaliteli hizmet sunumu ve memnuniyet faktörlerinin ön plana çıktığı belirtilmektedir (Aydemir ve

Kılıç, 2017). Turist memnuniyeti; turizm faaliyetlerine katılan turistlerin seyahatten beklentileri ile algılanan performans arasındaki fark olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda turistlerin beklentilerinin karşılanması neticesinde yaşadıkları mutluluk ve haz duygusu ile seyahat deneyimlerinin olumlu izlenimleri olarak tanımlanabilmektedir (Pizam ve Ellis, 1999; Zhang, 2007; Güngör, 2010; Dağıstan ve Mısırlı, 2021).

Hizmet kalitesi ve memnuniyet, turistlerin beklentilerinin karşılanma düzeyi ile ilgili olduğundan ilk olarak bir destinasyonla ilgili turist beklentisinin oluşma süreci ele alınmalıdır. Bireyin bir destinasyonla ilgili beklentisi temelde destinasyon algısı ile şekillenmektedir. Üçüncü yaş turizmine yönelik algının, turistin o destinasyonla ilgili beklentisini belirlemesinden hareketle konuk memnuniyetini etkilediği düşünülmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın odak noktası, Türkiye'de yaşayan 65 yaş ve üzerindeki bireylerin üçüncü yaş turizmiyle ilgili algılarının destinasyon memnuniyetine olan etkilerini incelemektir. Yerli ve yabancı literatür incelendiğinde bu konuda yapılmış bir çalışmaya rastlanılamamış olmasından dolayı çalışmanın özgün olduğu ve literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Geriatric turizmi, ileri yaş turizmi, gri turizm, gümüş turizm gibi çok farklı şekillerde adlandırılan üçüncü yaş turizmi tanımlarına bakıldığında özellikle hangi yaş aralıklarının "yaşlılık" olarak tanımlanması gerektiği konusunda genel bir fikir birliğine varılamadığı gözlemlenmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütüne (UNWTO) göre, üçüncü yaş turistleri 50 yaş ve üzeri bireylerdir. Avrupa Birliği raporlarında 55 yaş ve üzeri, Birleşmiş Milletler tanımında 60 yaş ve üzerindeki bireyler yaşlı olarak nitelendirilirken Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve birçok gelişmiş ülke bu sınırı 65 yaş olarak kabul etmektedir (Sert, 2019). Çok yakın bir geçmişte ortalama 50 yıl olan insan ömrünün günümüzde beslenme, sağlık, tıp, eğitim vb. birçok alanda yaşanan ilerlemeler ve teknolojik gelişmelerin de etkisiyle ortalama 80 yıla kadar uzamış olduğu bilinmektedir. Bu nedenle üçüncü yaş turizminde yaşlılık için farklı kriterlerin dikkate alındığı tanımlara odaklanılmasının daha doğru olacağı düşünülmektedir. Laslett (1991) tarafından belirtildiği üzere insan ömründe yaşa bağlı olmaksızın birinci yaş, ikinci yaş, üçüncü yaş ve dördüncü yaş dönemleri bulunmaktadır. Laslett'e göre üçüncü yaş dönemi sorumlulukların önemli bir kısmının tamamlandığı dönemdir (Ateş ve Sunar, 2020). Bu bağlamda sorumlulukların büyük oranda tamamlandığı ve emeklilik olarak isimlendirilen yaş döneminde, boş zamanın değerlendirilmesinin yanı sıra sağlıkla ilgili birtakım ihtiyaçların da giderilmesi amacıyla ikamet edilen yerden farklı destinasyonlara gerçekleştirilen seyahatler üçüncü yaş turizmi olarak tanımlanmaktadır (Hacıoğlu ve Şahin, 2011; Özkan, 2014).

Üçüncü yaş turizminin belirgin bazı özellikleri dolayısıyla diğer turizm türlerine göre avantajlı ve dezavantajlı olduğu hususlar bulunmaktadır. Emeklilik yaşındaki turistlerin boş zaman sıkıntılarının bulunmaması, ebeveyn ve çocuk bakımı gibi kısıtlayıcı sorumluluklarının olmaması turistik tesislerde konaklanan gün sayısında

artış şeklinde kendini göstermektedir. Bunun yanı sıra özellikle gelişmiş ülkeler için düzenli bir gelire sahip olmaları, seyahatleri sırasında ekonomik olarak daha rahat olmalarını sağlamaktadır. Çalışma yükümlüsü olmamaları nedeniyle turizm sezonu dışındaki dönemlerde de tatil yapma avantajları bulunmaktadır. Ancak bu yaş döneminde turizm faaliyetleri açısından sağlık durumunun en önemli kısıt olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra güvenlik endişesi, yalnızlık, stres, turizm olanaklarından haberdar olmama, internet kullanımında zorluklar gibi sebepler bu grup açısından turizm faaliyetlerini güçleştirmektedir (Özkan, 2014; Sert, 2019). Bu nedenle üçüncü yaş turistlerin ağırlanacağı destinasyonlarda bu grubun fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlarının dikkate alınması önem kazanmaktadır (Nikitina ve Vorontsova, 2015; Akoğlan Kozak vd., 2019).

Çeşitli motivasyonlarla hareket eden üçüncü yaş turistleri aldıkları hizmetleri de farklı değerlendirmektedirler. Çünkü turistlerin destinasyonla ilgili beklentileri ve bu beklentilerin seyahatleri esnasında karşılanma düzeyi bireyden bireye farklılık göstermektedir. Destinasyonla ilgili beklentilerin oluşumunda ise destinasyona yönelik algı devreye girmektedir. Konunun destinasyon seçimini doğrudan etkileyen algı, psikolojik kökenleri bir kavramdır. Turist açısından düşünüldüğünde algı, bireylerin bir destinasyonla ilgili duyu organları vasıtasıyla kendisine ulaşan sinyalleri geçmiş tecrübeleri, inançları ve duyguları ile birleştirerek o yer ile ilgili bir yargıya varması durumudur. Bu süreçte duyu organlarından alınan sinyaller aynı olsa bile geçmiş deneyimler, duygular, inançlar bireyden bireye farklılaştığından destinasyonla ilgili algı da farklılaşmaktadır (Karabulut, 2014; Hamzaçebi ve Yozgat, 2019). Dolayısıyla turistlerin algıları beklentilerini, beklentileri ise memnuniyetlerini belirlemektedir. Turist memnuniyetinin gidilecek destinasyonun seçiminde, destinasyonu tekrar ziyaret etmede, başkalarına tavsiye etmede önemli etkilerinin olduğuna dair birçok araştırma mevcuttur (Hosany ve Prayag, 2013; Umur, 2015; Türkmen vd., 2018; Davras ve Uslu, 2019; Dağistan ve Mısırlı, 2021; Mancı, 2022).

Bu araştırmada üçüncü yaş turizmüne yönelik algının ölçülmesinde bireylerin bir destinasyon veya işletmeyi tercih etmelerindeki sebepler, tercih boyutu altındaki ifadelerle tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu boyut üçüncü yaş turistlerinin işletmeden beklentilerinin ortaya çıkarılması açısından önemlidir. Literatür incelendiğinde, üçüncü yaş turizmi özelinde yapılmış bir çalışma bulunmamakla birlikte genel olarak bir destinasyon tercihiinde çekicilik unsurları üzerine yapılmış araştırmalar göze çarpmaktadır. Ulaşım imkânları, altyapı ve üst yapı olanakları, coğrafi özellikler, yiyecek ve içecekler, sunulan hizmetin kalitesi gibi unsurların, destinasyon tercihiinde dış çekicilik unsurları olarak etkili olduğunu gösteren araştırmalara rastlanmıştır (Çakıcı ve Aksu, 2007; Çakır ve Küçükkambak, 2016; Davras ve Uslu, 2019). Memnuniyet; bireylerin seyahatle ilgili beklentileri ve tatil deneyimleri neticesinde oluştuğundan tercih boyutunun üçüncü yaş turistlerinin memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bilgilerden hareketle araştırma kapsamında şu hipotez oluşturulmuştur:

H₁: Üçüncü yaş turizminde tercih algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Üçüncü yaş turizmine yönelik algının oluşmasında bu alana yapılan yatırımlar ve devlet teşviklerinin de önemli olduğu düşünülmektedir. Teşvik en genel anlamıyla üçüncü yaş turizmi ile ilgili faaliyetleri bulunan işletmelere devletin sağlayacağı bazı kolaylıklardır. Bu kolaylıklar bu alanın diğer yatırım alanlarına oranla daha hızlı kalkınmasına yardımcı olmaktadır (Tengilimoğlu, 2021). Özellikle üçüncü yaş turizmi gibi ekonomik bir katma değer yaratacağı düşünülen ve ciddi yatırımlara ihtiyaç duyulan alanlarda devlet teşvikleri önem kazanmaktadır. Bu destekler sektörde ihtiyaç duyulan özellikte hizmet sunulabilmesi, dolayısıyla konuk memnuniyeti açısından önemlidir. Konu hakkında literatürde bir araştırmaya rastlanılamamıştır. Ancak devlet teşviklerinin sunulan hizmetin nicelik ve nitelik olarak gelişmesini sağlayacağı düşünüldüğünden araştırma kapsamında şu hipotez oluşturulmuştur:

H₂: Üçüncü yaş turizminde teşvik algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tesis imkânları boyutu ile üçüncü yaş turizm algısı açısından önemli olan yiyecek içecek hizmetleri ile tesiste sunulan boş zaman aktiviteleri konusu ele alınmaktadır. Üçüncü yaş grubu turistler ileri yaşlarda görülen hastalıklar açısından risk grubundadır. Bu sağlık sorunları nedeniyle turizm işletmelerinde, bu grubun ihtiyaçlarına cevap verebilecek bir diyet mutfağının bulunması memnuniyet açısından etkilidir. Bunun yanı sıra bu grubun sosyalleşmesine olanak sağlayacak boş zaman etkinlikleri de önemlidir. Yerli ve yabancı literatürde konu üzerinde yapılmış bir araştırmaya rastlanılamamıştır. Ancak termal turizm işletmeleri için yiyecek içecek hizmet kalitesinin konuk memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşılan bir araştırmadan (Özkan Önem, 2020) hareketle şu hipotez oluşturulmuştur.

H₃: Üçüncü yaş turizminde tesis imkânları algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Nitelik boyutu üçüncü yaş turizmi ile ilgili sunulan hizmetlerin kalitesi ile ilgilidir. Literatür taraması neticesinde, üçüncü yaş turizminde bu konuyla ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılamamış olsa da termal ve medikal turizm alanlarında hizmet kalitesinin memnuniyet üzerinde olumlu etkisinin olduğunu gösteren araştırmalar oldukça fazladır (Akdu, 2014; İlban vd., 2016; Akşit Aşık, 2016; Aksu vd., 2016; Kılınc, 2017; Şahin ve Şen, 2017; Kazan ve Güneş, 2022). Bu araştırmalardan elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak şu hipotez oluşturulabilir.

H₄: Üçüncü yaş turizminde nitelik algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, üçüncü yaş turizmine yönelik algının destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmaktır. Nicel yöntem ve anket tekniği kullanılarak yürütülen bu araştırmada, evren Türkiye'de yaşayan 65 yaş ve üzeri

bireylerden; örneklem ise kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 413 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, üç temel bölümden meydana gelmektedir. İlk kısımda, Karaca ve diğerleri (2022) tarafından geliştirilen "Üçüncü Yaş Turizmine Yönelik Algı Ölçeği" yer almaktadır. İkinci bölümde, Voss ve diğerleri (1988) tarafından tasarlanan ve Akşit Aşık (2016) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği test edilen "Memnuniyet Ölçeği" bulunmaktadır. Son kısımda ise katılımcıların demografik özelliklerine dair sorular bulunmaktadır. İfade değerlendirmesi için beşli Likert ölçeği (1: Kesinlikle Katılmıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, Aralık 2022 - Şubat 2023 tarihleri arasında çevrimiçi anket tekniğiyle toplanılmıştır. Google Forms platformunda oluşturulan anket formu, katılımcılara sosyal medya araçları, özellikle WhatsApp ve Instagram üzerinden ulaştırılmıştır. Toplanan veriler, SPSS ve AMOS programları ile analiz edilerek, geçerlilik ve güvenilirlik testlerinden sonra yapısal eşitlik modeli, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Çalışmanın etik yönü için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu'ndan alınan 05/01/2022 tarihli ve 7 nolu kararlar etik kurul izni sağlanmıştır.

ANALİZ VE BULGULAR

Tablo 1, araştırmaya katılanların demografik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı istatistik bilgilerini içermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin İstatistik Bilgiler

Cinsiyet	f	%	Meslek/Mesguliyet	f	%
Kadın	223	54	Emekli	142	34,4
Erkek	190	46	Kamu Sektörü Çalışanı	39	9,4
Yaş	f	%	Özel Sektör Çalışanı	14	3,4
65-74	345	83,5	Ev Hanımı	101	24,5
75-84	51	12,3	Serbest Meslek	12	2,9
85 yaş ve üzeri	17	4,1	Diğer	105	25,4
Medeni Durum	f	%	Gelir	f	%
Evli	295	71,4	5500 TL'den az	155	37,5
Bekar	118	28,6	5501-7000 TL	106	25,7
Eğitim	f	%	7001-8500 TL	69	16,7
İlkokul	142	34,4	8501-10000 TL	36	8,7
Ortaokul	72	17,4	10001-10500 TL	21	5,1
Lise	99	24	10501 TL ve üzeri	26	6,3
Önlisans	32	7,7			
Lisans	59	14,3			
Lisansüstü	9	2,2			
Toplam	413	100	Toplam	413	100

Tablo 1'e göre; katılımcıların %54'ü kadın, %71,4'ü evli, %83,5'i 65-74 yaş aralığında, %34,4'ü ilkokul mezunu, %34,4'ü emekli ve %37,5'i 5500 TL'den az bir gelire sahiptir.

Normallik Testi Sonuçları

Araştırmada elde edilen verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını doğrulamak amacıyla çarpıklık ve basıklık analizleri uygulanmıştır. Toplanan verilerin çarpıklık ve basıklık sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Faktörlerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Faktörler	n	\bar{x}	ss	Çarpıklık	Basıklık	Min	Maks
Tercih	413	3,96	,807	-,520	-,237	1,00	5,00
Teşvik	413	3,39	,882	-,269	-,266	1,00	5,00
Tesis İmkanları	413	3,56	,915	-,299	-,512	1,00	5,00
Nitelik	413	3,4	,844	-,219	-,045	1,00	5,00
Memnuniyet	413	3,58	,941	-,473	-,115	1,00	5,00

Tablo 2 incelendiğinde, çarpıklık ve basıklık değerlerinin Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından normal dağılımın ölçütü olarak belirtilen +1,5 ile -1,5 aralığında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla yapısal eşitlik modellemesi için gerekli önkoşul sağlanmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Sayfa | 613

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği, iç tutarlılık güvenilirliğini belirlemek için Cronbach Alfa katsayısı değerlendirilmiştir. Ölçeklerin geçerliliğini değerlendirmek için yakınsak geçerliliğe ait Average Variance Extracted (AVE) ve Composite Reliability (CR) değerleri de incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	AVE	CR
Tercih	TRC6	,808	,859	,542	,892
	TRC5	,781			
	TRC7	,738			
	TRC2	,729			
	TRC1	,728			
	TRC4	,718			
	TRC3	,645			
Teşvik	TSV3	,766	,787	,542	,855
	TSV2	,764			
	TSV4	,735			
	TSV1	,729			
	TSV5	,687			
Tesis İmkanları	İMK2	,818	,803	,629	,871
	İMK4	,803			

	İMK1	,802			
	İMK3	,748			
Nitelik	NTL3	,803	,789	,546	,857
	NTL4	,760			
	NTL1	,731			
	NTL5	,701			
	NTL2	,695			
Memnuniyet	MEM3	,867	,816	,731	,891
	MEM2	,858			
	MEM1	,841			

Tablo 3'e bakıldığında Cronbach Alfa katsayılarının Hair vd. (2017) tarafından eşik değer olarak belirtilen 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Buna göre ölçeklerin iç güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir. Ölçeklerin geçerli kabul edilebilmesi için AVE değerinin 0,50'nin, CR değerinin 0,70'in üzerinde olması (Hair vd., 2010) ve ayrıca CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olması gerekmektedir (Chin, 1998). Tablo 3'e göre AVE ve CR değerleri belirtilen eşik değerlerin üzerinde olduğu için yakınsak geçerlilik sağlanmıştır.

Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları

Daha önce keşfedilmiş ve daha az faktör altında birleştirilmiş ölçeklerin, mevcut araştırmanın örnekleminde de benzer sonuçlar verip vermediğini test etmek amacıyla doğrulatoryı faktör analizi gerçekleştirilmektedir (Meydan ve Şeşen, 2015). Araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik doğrulatoryı faktör analizi uygulanmıştır ve ölçeklerin uyum iyiliği değerleri Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Ölçeklerin Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları

Uyum İyiliği Değerleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçekler	
			Üçüncü Yaş Turizmüne Yönelik Algı	Memnuniyet
X2 /sd	$\chi^2 / sd \leq 3$	$\chi^2 / sd \leq 5$	2,468	-
GFI	$0,90 \leq GFI$	$0,85 \leq GFI$,911	1,000
CFI	$0,95 \leq CFI$	$0,90 \leq CFI$,920	1,000
TLI (NNFI)	$0,95 \leq TLI$	$0,90 \leq TLI$,907	-
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$RMSEA \leq 0,08$,060	,587
SRMR	$SRMR \leq 0,05$	$SRMR \leq 0,08$,057	,000

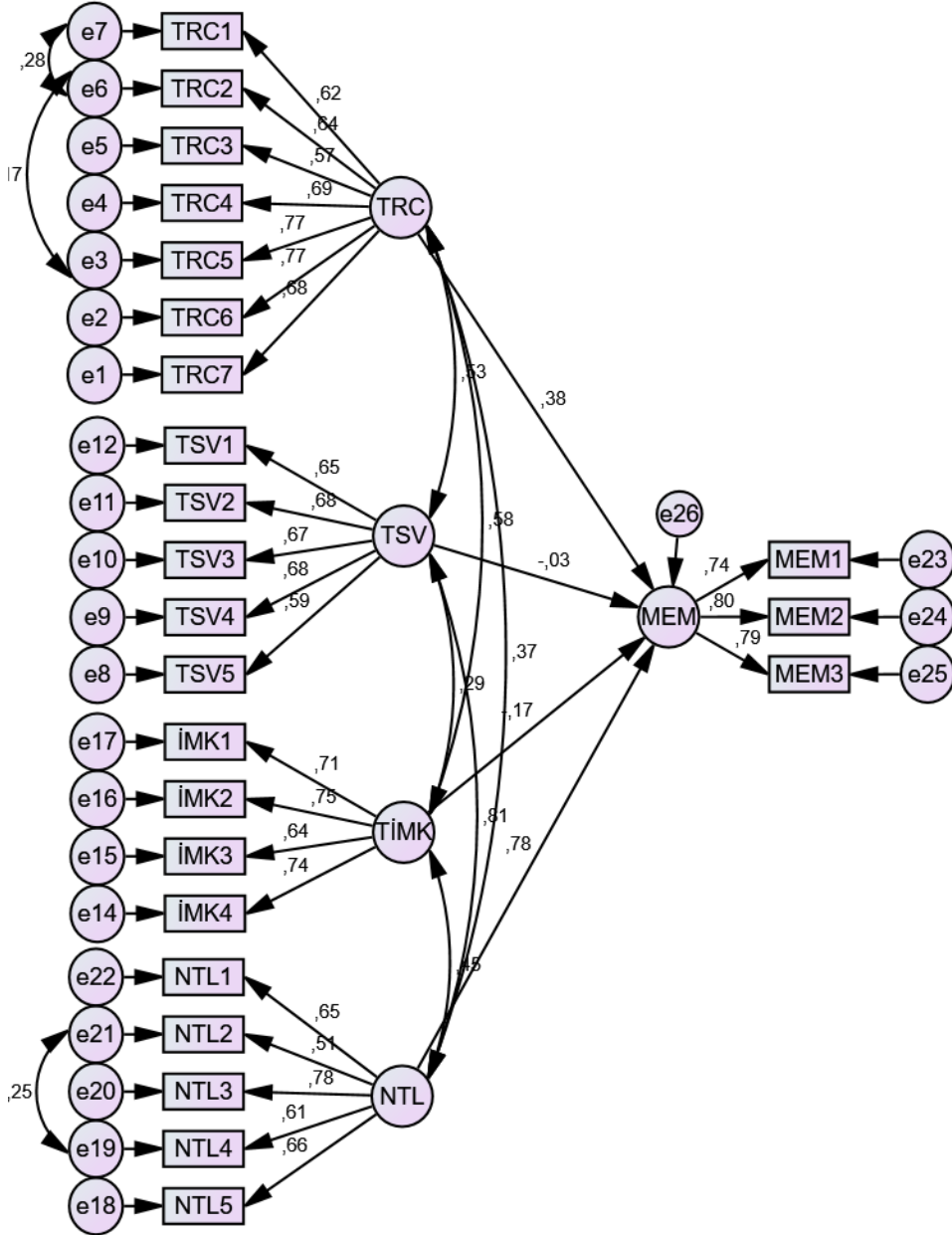
Kaynak: Baumgartner ve Homburg, 1996; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003

Tablo 4'e göre üçüncü yaş turizmüne yönelik algı ile memnuniyet ölçekleri doğrulatoryı faktör analizi kapsamında iyi ve kabul edilebilir uyum göstermektedir.

Yol Analizine İlişkin Sonuçlar

Yol analizi, teorik olarak kurulan modeldeki değişkenler arasındaki ilişkilerin gücünü ve anlamlılığını test ederek, bütüncül bir şekilde bu ilişkileri ortaya çıkaran bir analiz yöntemidir (Meydan ve Şeşen, 2015). Çalışmada, doğrulatoryı faktör

analizinin ardından yol analizi uygulanmıştır. Araştırma modelinin AMOS diyagramı Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modelinin İlk Halinin AMOS Diyagramı

Araştırma modelinin yol analizi sonuçlarına göre elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli
X^2/sd	≤ 3	≤ 5	2,326
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$,905
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$,923
TLI (NNFI)	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$,911
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$,057
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$,054

Kaynak: Baumgartner ve Homburg, 1996; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003

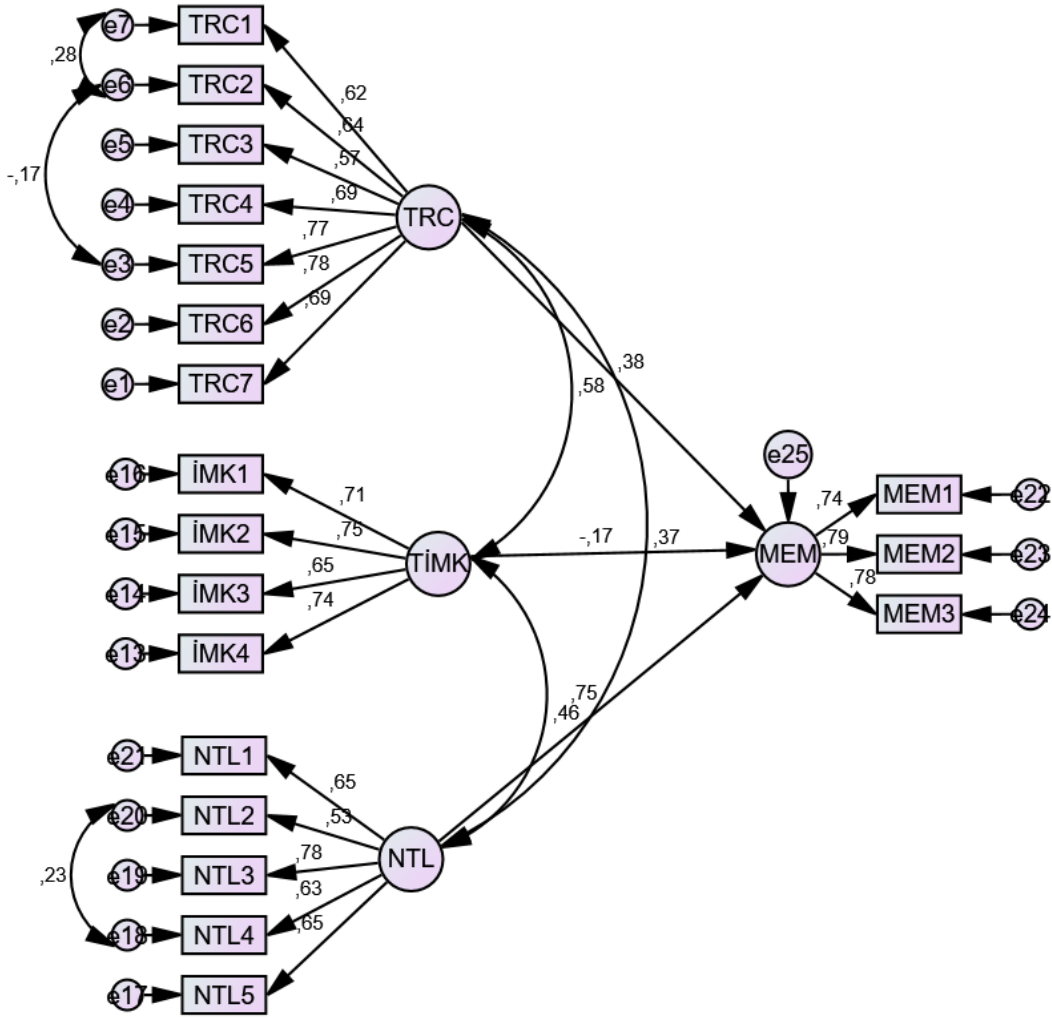
Tablo 5'teki uyum iyiliği değerlerine göre, araştırma modelinin değerlerinin kabul edilebilir ve iyi bir uyum gösterdiği görülmektedir. Yol analizi sonuçları ise Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Yol Analizi Sonuçları

Yollar	β	S.E.	C.R.	p
TRC --> MEM	,381	,106	4,002	,000
TS --> MEM	-,029	,172	-,185	,853
TİMİK --> MEM	-,173	,088	-1,903	,057
NTL --> MEM	,777	,163	4,736	,000

Sayfa | 616

Tablo 6 incelendiğinde; tercih ($p < 0,01$; $\beta = ,381$) ve nitelik boyutlarından memnuniyete giden ($p < 0,01$; $\beta = ,777$) yolların anlamlı; tesis imkânları ($p > 0,05$; $\beta = -,173$) ve teşvik boyutlarından memnuniyete giden ($p > 0,05$; $\beta = -,029$) yolların ise anlamsız olduğu görülmektedir. Bu nedenle anlamsız olan yolların modelden çıkarılması gerekmektedir. Çıkarma işlemi, anlamlılık düzeyi en düşük olan yoldan başlayarak gerçekleştirilir ve tüm yollar anlamlı hale gelene kadar analiz tekrarlanır (Meydan ve Şeşen, 2015). Dolayısıyla, anlamlılık düzeyi en düşük olan teşvik boyutundan memnuniyete giden yol modelden çıkarılarak yol analizi tekrarlanmıştır. Ortaya çıkan modelin AMOS diyagramı Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Modelinin AMOS Diyagramı

Anlamsız olan yol çıkarıldıktan sonra elde edilen modelin uyum iyiliği değerleri Tablo 7'deki gibidir:

Tablo 7. Araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli
X^2/sd	≤ 3	≤ 5	2,914
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$,910
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$,916
TLI (NNFI)	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$,900
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$,068
SRMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$,056

Kaynak: Baumgartner ve Homburg, 1996; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003

Tablo 7 incelendiğinde; anlamsız yol çıkarıldıktan sonra ortaya çıkan modelin uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir aralıkta olduğu gözlemlenmektedir. Bu sonuçlar, araştırma modelinin verilerle uyumlu olduğunu, istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğunu göstermektedir. Elde edilen araştırma modelinin yol analizi sonuçları ise Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Araştırma Modelinin Yol Analizi Sonuçları

Yollar	B	S.E.	C.R.	p
TRC --> MEM	,376	,069	6,047	,000
TİMİK --> MEM	-,173	,064	-2,680	,007
N TL --> MEM	,754	,080	9,691	,000

Tablo 8'e göre, tercih ($p < 0,05$; $\beta = ,376$) ve nitelik ($p < 0,05$; $\beta = ,754$) boyutlarının memnuniyet üzerinde pozitif ve anlamlı; tesis imkânları ($p < 0,05$; $\beta = -,173$) boyutunun ise memnuniyet üzerinde negatif ve anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Sonuç olarak H_1 , H_3 ve H_4 hipotezleri desteklenmiş; H_2 hipotezi desteklenmemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın temel amacı, üçüncü yaş turizminin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu bağlamda, Türkiye'de yaşayan 65 yaş ve üzerindeki 413 kişiden çevrimiçi anket tekniğiyle veri toplanmıştır. Verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edildikten sonra geçerlilik ve güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Sonrasında yapısal eşitlik modeli kapsamında yol analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir.

Yapılan yol analizi sonucunda; üçüncü yaş turizminde tercih algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bir destinasyonun tercih edilebilirliği destinasyonun sahip olduğu çekicilik unsurları ile ilgilidir (Wu, 2003; Sangpikul, 2008; Hsu vd., 2009; Davras ve Uslu, 2019;). Destinasyon tercihinde ulaşım imkânları, altyapı ve üst yapı olanakları, coğrafi özellikler, yiyecek ve içecekler vb., dış çekicilik unsurları olarak kabul edilmektedir (Çakıcı ve Aksu, 2007; Çakır ve Küçükkambak, 2016; Davras ve Uslu, 2019). Huang ve Tsai (2003) ile Wang (2005) tarafından yapılan çalışmalarda, üçüncü yaş turizmi destinasyonlarında medikal tesislerin bulunmasının çekici bir unsur olduğu belirtilmiştir. Norman vd., (2001) ise, üçüncü yaş turizminde çekici unsurlar arasında kaliteli tesislerin olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla bu unsurların bir üçüncü yaş turizmi destinasyonunun tercih edilmesindeki etkenler olduğu söylenilebilir. Çekicilik unsurlarının yani tercih algısının turist memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini belirten araştırmalar literatürde yer almaktadır (Kesici ve Çakır, 2020; Rahim vd., 2022; Jung vd., 2022). Literatürdeki bu çalışmalar mevcut çalışmadan elde edilen bulguları desteklemektedir.

Çalışmanın bir diğer sonucu, üçüncü yaş turizminde nitelik algısının destinasyon memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkisinin olmasıdır. Nitelik boyutunun hizmet kalitesi ve özellikle personel kalitesi ile ilgili olduğu söylenebilir (Karaca vd., 2022). Literatürde tesis niteliklerinin memnuniyeti etkilediği üzerine çalışmalar

bulunmaktadır (Gülmez, 2005; Akdu, 2014; Akşit Aşık, 2014; Belber ve Turan, 2015; İlban vd., 2016; Şahin ve Şen, 2017). Mevcut araştırmadan elde edilen bu bulgu literatürdeki çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada üçüncü yaş turizminde tesis imkânları algısının destinasyon memnuniyetini negatif etkilediği ve teşvik boyutunun destinasyon memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgular literatürdeki çalışmalardan farklılık göstermektedir. Tesis imkânları boyutunda boş zaman ve sosyalleşmek için aktiviteler ile rehberlik hizmetleri gibi unsurlar yer almaktadır. Üçüncü yaş turistleri, seyahat ederken daha çok sağlığı koruma ve rehabilitasyon gibi unsurları göz önünde bulundurmaktadır (Huang ve Tsai, 2003; Wang, 2005). Dolayısıyla tesis imkanları ve teşvik unsurları katılımcılar tarafından ikinci planda tutulmuş olabilir. Elde edilen sonuçlar kapsamında üçüncü yaş turizmüne yönelik destinasyonların tercih edilebilirliğini ve turistlerin memnuniyetini arttırmak için şu önerilerde bulunabilir:

- Üçüncü yaş turizmi destinasyonlarında destekleyici sağlık hizmetleri ve medikal hizmetleri sunacak tesisler bulunmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmi kapsamında termal tesisler de ön plana çıkarılmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmi tesisleri ileri yaş grubundaki kişilerin hizmetlere erişiminin kolay olacağı şekilde (tekerlekli sandalyeye uygunluk, yürüme mesafesinin kısa tutulması gibi) düzenlenmelidir.
- Üçüncü yaş turizmi tesislerinde rehabilitasyon ve yaşlı bakımı konusunda hizmet verilmeli, bu konuda uzmanlar istihdam edilmelidir.
- Üçüncü yaş turizmi tesislerinde sunulan yiyecek içecekler ileri yaş grubundaki kişilerin tüketimine uygun nitelikte sunulmalıdır. Ayrıca yaşlılığa bağlı farklı sağlık sorunlarına yönelik uygun menüler düzenlenmelidir.

Bu çalışmada zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı veriler kısa bir sürede küçük bir örneklemden elde edilmiştir. Türkiye geneli olarak yapılan bu çalışmada sonuçların tam olarak genellenmesi mümkün olamayabilir. Bu konuda yapılacak sonraki çalışmalar daha uzun bir zaman diliminde daha büyük bir örneklem ile yapılabilir. Aynı zamanda yaşlı dostu şehirlerde yerli ve yabancı turistler üzerinde çalışma tekrarlanarak kıyaslamalar yapılabilir. Ayrıca nicel yöntemler yerine nitel yöntemler kullanılarak farklı çalışmalar yürütülebilir.

KAYNAKÇA

Akdu, U. (2014). *Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akoğlan, K. M., Acar, D., & Zencir, Ç. E. (2019). Üçüncü Yaş Turizminin Geliştirilmesinde Yaşlı Dostu Şehir (YDŞ) Teması, *Turizm Akademik Dergisi* 6(2), 99-114.

Aksu, M., Korkmaz, H., & Sünnetçioğlu, S. (2016). Yiyecek ve İçecek İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerinde Etkisi: Bozcaada'da DINESERV Modeliyle Bir Araştırma. *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute* 19(35), 1-18.

Akşit Aşık, N. (2016). Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9(47), 1161-1168.

- Ateş, A., & Sunar, H. (2020). Üçüncü Yaş Turizmi. A. Ateş & A. Akmeşe (Ed.) içinde, *Turizmde Güncel Konular*. Ankara: İksad Yayıncılık.
- Aydemir, A., & Kılıç, S. N. (2023). Dünyada ve Türkiye'de Üçüncü Yaş Turizmi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 1(Özel Sayı 3)*, 1-11.
- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: A review. *International Journal of Research in Marketing 13(2)*, 139-161.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS quarterly 22(1)*, 7-16.
- Çakıcı, A. C., & Aksu, M. (2007). Çekim Yeri Seçiminde Grup Etkisi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi 18(2)*, 183-194.
- Çakır, F., & Küçükkambak, S. E. (2016). Destinasyon pazarlaması ve Fethiye yöresinin algılanan imajının ölçümü üzerine ampirik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 18(2)*, 400-425.
- Dağıstan, M. T., & Mısırlı, İ. (2021). Destinasyon İmajı ve Ziyaretçi Memnuniyetinin Destinasyon Aidiyeti Üzerine Etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi 11(2)*, 537-567.
- Davras, Ö., & Uslu, A. (2019). Destinasyon seçimini belirleyen faktörlerin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi: Fethiye'de İngiliz turistler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi 8(1)*, 679-696.
- Güngör, E. (2010). *Turistik Yörelere Memnuniyet ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışları: Antalya Örneği*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Hacıoğlu, N., & Şahin, B. (2011). Üçüncü Yaş Turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.) içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. 2. Basım, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Hamzaçebi, A. B., & Yozgat, U. (2019), Turizm Sektöründe Algı Yönetiminin Rolü. *IJMA International Journal of Management and Administration 3(5)*, 51-65.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hosany, S., & Prayag, G. (2013). Patterns of Tourists' Emotional Responses, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Business Research 66*, 730-737.
- Huang, L., & Tsai, H. T. (2003). The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan. *Tourism Management 24(5)*, 561-574.
- İlban, M. O., Bezirgan, M., & Çolakoğlu, F. (2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 27(2)*, 181-194.
- Jung, J. H., Ha, J. Y., & Shin, J. I. (2022). The relationship between attractiveness, convenience, experiential quality, tourism satisfaction, and revisit intention in a local tourism destination: After the easing of the COVID-19 quarantine guideline. *관광연구저널*, 36(10), 37-52.
- Karabulut, B. (2014). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınevi.

- Karaca, Ş., Özkan Önem, E., & Yıldız, M. (2022). Üçüncü Yaş Turizmüne Yönelik Algı Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* 7(2), 26-43.
- Kazan, A., & Güneş, E. (2022). Otel İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Davranış Niyeti Üzerine Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 14(1), 465-482.
- Kılınç, İ. (2017). Türkiye Medikal Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Üzerine Bir Alan Araştırması . *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* 8(17), 130-143.
- Laslett, P. (1991). *A Fresh Map of life: The Emergence of the Third Age*. Harvard University Press.
- Mancı, A. R. (2022). Destinasyon Özelliklerine İlişkin Memnuniyetin Tekrar Ziyaret ve Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Şanlıurfa örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 6(2), 344-357.
- Meydan, H. C., & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nikitina, O., & Vorontsova, G. (2015). Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the "Senior Tourism" Segment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 214, 845-851.
- Norman, W. C., Daniels, M. J., McGuire, F., & Norman, C. A. (2001). Whither the Mature Market: An Empirical Examination of the Travel Motivations of Neo-Mature and Veteran-Mature Markets. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 8(3-4), 113-130.
- Özkan Önem, E. (2020). *Termal Tesislerdeki Yiyecek İçecek Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Sivas İli Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkan, A. (2014). Bir Modern İşletme Yaklaşımı Olarak Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi Harcamalarında Müşteri Memnuniyetinin Rolü: Bolu Karacasu Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and its Measurement in Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 11(7), 326-339.
- Sangpikul, A. (2008). Travel Motivations of Japanese Senior Travellers to Thailand. *International Journal of Tourism Research* 10, 81-94.
- Sert, A. N. (2019). Üçüncü Yaş Yerli Turistlerin Seyahat Kısıtları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 42, 200-211.
- Şahin, A., & Şen, S. (2017). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi. *Journal of International Social Research* 10(52), 1176-1184.
- Schermelleh-Engel, K., & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online* 8(2), 23-74.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson.
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri. *Journal of Life Economics* 8(1), 1-10.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.

- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Devlet Teşvikleri. *Journal of Life Economics* 8(1), 1-10.
- Türkmen, S., Lütfi, A., & Türkmen, E. (2018). Destinasyon Kişiliği, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Çanakkale örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 13(49), 22-32.
- Umur, M., (2015). *Destinasyon İmajı ve Destinasyon Kişiliğinin, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Voss, G., Parasuraman, A., & Grewal, D. (1998). The Role of Price and Quality Perceptions in Prepurchase and Postpurchase Evaluation of Services. *Journal of Marketing* 62(4), 46-61.
- Wang, Y. (2005). *An Exploratory Study of Travel Constructs in Mature Tourism*. United States: PhD South Carolina University.
- You, X., & O'Leary, J. T. (1999). Destination Behaviour of Older UK travellers. *Tourism Recreation Research* 24, 23-34.
- Zhang, K. (2007). *Understanding Chinese Tourists' Satisfaction with Their Travel Experiences in Canada*. (Unpublished Master's Thesis). Lakehead University, Thunder Bay, Ontario.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET: Üçüncü yaş turizmi dünya nüfusunun hızla yaşlanması ile birlikte önemi artan turizm türlerinden birisidir. Tüm dünyada üçüncü yaş grubundaki bireylerin daha aktif olmasını sağlamaya yönelik programlar geliştirilmektedir. Türkiye de "Geriatric Tedavi Merkezleri" ve "Sağlıklı Yaşam Köyü" gibi projelerle bu alanda varlığını göstermeye çalışmaktadır. İkliminin uygunluğu, gelişmiş Avrupa ülkelerine olan yakınlığı, sahip olunan tarihi, kültürel ve dini çekicilikler ile Türkiye, üçüncü yaş turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Özellikle belli bölgelerde yılların birikimiyle oluşmuş ciddi bir turizm deneyimine sahip olunması da önemli bir avantajdır. Turizm alanında söz sahibi olabilmek açısından kaliteli hizmet sunulması ve turistlerin destinasyondan memnun ayrılmasının da önemli olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda üçüncü yaş turizminde de kaliteli hizmet sunumu ve memnuniyet faktörleri ön plana çıkmaktadır (Aydemir ve Kılıç, 2017). Turist memnuniyeti; turizm faaliyetlerine katılan turistlerin seyahatten beklentileri ile algılanan performans arasındaki fark, beklentilerinin karşılanması neticesinde yaşadıkları mutluluk ve haz duygusu ile seyahat deneyimlerinin olumlu izlenimleri olarak tanımlanabilmektedir (Pizam ve Ellis, 1999; Zhang, 2007; Güngör, 2010; Dağıstan ve Mısırlı, 2021). Hizmet kalitesi ve memnuniyet turistlerin beklentilerinin karşılanma düzeyi ile ilgili olduğundan öncelikle destinasyonla ilgili turist beklentisinin oluşma süreci ele alınmalıdır. Bireyin bir destinasyonla ilgili beklentisi temelde destinasyon algısı ile şekillenmektedir. Üçüncü yaş turizmüne yönelik algının, turistlerin o destinasyonla ilgili beklentisini belirlemesinden hareketle konuk memnuniyetini etkilediği düşünülmektedir. Bu etkinin ortaya çıkarılması amacıyla yürütülen bu çalışmada Türkiye'de üçüncü yaş turizm potansiyeline yönelik algının memnuniyet üzerindeki etkisi incelenmektedir. Yerli ve yabancı literatürde üçüncü yaş grubu örneğinde, üçüncü yaş turizmüne yönelik algının memnuniyet üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmanın bulunmadığı tespit edildiğinden, araştırmanın özgün olduğu ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın amacı, üçüncü yaş turizmüne yönelik algının memnuniyet üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Bu kapsamda Türkiye'de yaşayan 65 yaş ve üzeri 413 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Toplanan veriler SPSS ve AMOS programları ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerli ve

güvenilir olduğu görülmüştür. Verilerin normal dağıldığı tespit edildikten sonra yapısal eşitlik modellemesi kapsamında doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi yapılmıştır. Yapılan yol analizi sonucunda; üçüncü yaş turizmini tercih boyutunun konuk memnuniyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Tercih boyutu konaklama tesislerinde sağlık hizmetlerinin de verilmesinin, tesislerin yaşlılara uygun düzenlenmesinin tercih sebebi olduğu gibi unsurları içermektedir. Literatürdeki çalışmalarda üçüncü yaş turizminde destinasyonda medikal tesislerin bulunmasının çekici bir unsur oluşturduğu belirtilmektedir (Huang ve Tsai, 2003; Wang, 2005). Buna göre üçüncü yaş turistlerine hizmet vermeyi planlayan tesislerin bu hususları göz önünde bulundurmasının turistlerin memnuniyetlerini artıracığı ifade edilebilir. Üçüncü yaş turizminin nitelik boyutunun konuk memnuniyeti üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır. Nitelik boyutunda destinasyonun sunduğu yaşlı bakım ve rehabilitasyon hizmetlerinin kalitesine yönelik, sağlıklı yiyeceklere ulaşma imkânı gibi ifadeler yer almaktadır. Nitelik boyutunun hizmet kalitesi ile ilgili olduğu söylenebilir. Literatürde hizmet kalitesinin memnuniyeti etkilediği üzerine çalışmalar bulunmaktadır (Akdu, 2014; Akşit Aşık, 2016; İlban vd., 2016; Şahin ve Şen, 2017). Ayrıca üçüncü yaş turizminde çekici unsurlar arasında kaliteli tesisler yer almaktadır (Norman vd., 2001). Elde edilen bu bulgu literatürdeki çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Buradan yola çıkarak üçüncü yaş turizmi alanında turist çekmek isteyen destinasyonların bu unsurları sağlaması turistlerin memnuniyetini artırabilecektir. Üçüncü yaş turizminde tesis imkânlarının konuk memnuniyeti negatif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Tesis imkânları boyutunda sosyalleşmek için aktiviteler, boş zaman aktiviteleri, rehberlik hizmetleri gibi unsurlar yer almaktadır. Literatürde, üçüncü yaş turizminde çekicilik unsurları arasında boş zaman aktiviteleri ve sosyalleşmeye yönelik aktiviteler olduğu belirtilmektedir (You ve Olerary, 1999; Norman vd., 2001; Sangpikul, 2008). Buna göre elde edilen bu bulgu literatürdeki çalışmalardan ayrılmaktadır. Üçüncü yaş turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin sağlığını koruma ve rehabilitasyon (Huang ve Tsai, 2003; Wang, 2005) gibi unsurları da önemseydiği için böyle bir sonucun çıkmış olabileceği düşünülmektedir. Teşvik boyutunun memnuniyet üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Teşvik boyutu devlet tarafından tesislere verilen teşvikler ve sunulan kolaylıklar ile ilgilidir. Üçüncü yaş turistlerinin seyahat ederken daha çok sağlığını koruma ve rehabilitasyon (Huang ve Tsai, 2003; Wang, 2005) gibi unsurları göz önünde bulundurmasının bu sonucu etkilediği düşünülmektedir. Elde edilen sonuçlar kapsamında aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- Üçüncü yaş turizmi destinasyonlarında destekleyici sağlık hizmetleri ve medikal hizmetleri sunacak tesisler bulunmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmi kapsamında termal tesisler de ön plana çıkarılmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmi tesisleri yaşlıların hizmetlere erişiminin kolay olacağı şekilde (tekerlekli sandalyeye uygunluk, yürüme mesafesinin kısa tutulması gibi) düzenlenmelidir.
- Üçüncü yaş turizmi tesislerinde rehabilitasyon ve yaşlı bakımı konusunda hizmet verilmeli, bu konuda uzmanlar istihdam edilmelidir.
- Üçüncü yaş turizmi tesislerinde sunulan yiyecek içecekler yaşlıların tüketimine uygun nitelikte sunulmalıdır. Ayrıca yaşlılığa bağlı faklı sağlık sorunlarına yönelik uygun menüler düzenlenmelidir.

EXTENDED ABSTRACT: Third age tourism is one of the tourism types that its importance is increasing with the rapid aging of the world population. All over the world, programs are being developed to ensure that individuals in the third age group are more active. Türkiye is trying to show its presence in this field with projects such as "Geriatric Treatment Centers" and "Healthy Living Village". Türkiye has an important potential in terms of third

age tourism with its climate suitability, proximity to developed European countries, historical, cultural and religious attractions. Also, Türkiye has important tourism experience serve potential, which has been formed with throughout years, especially in certain regions. In order to have important role in the field of tourism, it is important to provide quality service and have satisfied tourists. In this context, quality service and satisfaction factors stand out in third age tourism (Aydemir and Kılıç, 2017). Tourist satisfaction can be defined as the difference between the expectations of the tourists participating in tourism activities and the perceived performance, the feeling of happiness and pleasure they experience as a result of meeting their expectations, and the positive impressions of their travel experiences (Pizam and Ellis, 1999; Zhang, 2007; Güngör, 2010; Dagestan and Mısırlı, 2021). Since service quality and satisfaction are related to the level of meeting the expectations of tourists, the process of forming tourist expectations about the destination should be addressed first. An individual's expectation about a destination is basically shaped by the perception of the destination. It can be said that the perception towards third age tourism affects guest satisfaction, since it determines the tourist's expectation about the destination. In this study, which was carried out to reveal this effect, the effect of the perception of the third age tourism potential on satisfaction in Türkiye is investigated. Since it has been determined that there is no study examining the effect of the perception of third age tourism on satisfaction in the third age group sample in the literature, it is thought that the research is original and will make an important contribution to the literature. The aim of the study is to investigate the effect of perception towards third age tourism on satisfaction. In this context, data were obtained from 413 people aged 65 and over living in Türkiye by online survey technique. The collected data were analyzed with SPSS and AMOS programs. As a result of the analysis, it was seen that the scales used in the study were valid and reliable. After it was determined that the data were normally distributed, confirmatory factor analysis and path analysis were performed within the scope of structural equation modeling. As a result of the path analysis, it has been determined that preference dimension of third age tourism has a positive effect on guest satisfaction. The preference dimension covers factors such as providing health services in accommodation facilities and arranging the facilities suitable for the elderly are among the reasons for preference. Studies in the literature, state that the presence of medical facilities in the destination is an attractive element in third age tourism (Huang and Tsai, 2003; Wang, 2005). This finding is similar to the results of studies in the literature. The quality dimension of third age tourism has a positive effect on guest satisfaction. In the quality dimension, there are statements about the quality of the elderly care and rehabilitation services and availability healthy foods in the destination. It can be said that the quality dimension is related to the service quality. Akdu, (2014); Akşit Aşık, (2016); İlban et al., (2016); Şahin and Şen, (2017) states that service quality affects satisfaction. In addition, quality facilities are among the attractive factors in third age tourism (Norman et al., 2001). This finding is similar to the results of studies in the literature. Facilities dimension of third age tourism affect guest satisfaction negatively. Facilities are related to activities for socializing, leisure activities and guidance services. You & Olerary, (1999); Norman et al., (2001); Sangpikul, (2008) states that leisure activities and activities for socialization are among the attractive elements in third age tourism. Accordingly, this finding differs from the studies in the literature. It is thought that such a result may have arisen because the third age tourists care about the health protection and rehabilitation (Huang and Tsai, 2003; Wang, 2005). The incentive dimension of third age tourism has no effect on satisfaction. The incentive dimension is related to the incentives provided to the facilities by the state. It is thought that this result is influenced by the fact that third age tourists

consider factors such as protecting their health and rehabilitation (Huang and Tsai, 2003; Wang, 2005) while traveling. The following recommendations can be made:

- Third age tourism destinations should have facilities to provide supportive health services and medical services.
- Thermal facilities should also be highlighted within the of third age tourism.
- Third age tourism facilities should be arranged in such a way that elderly people can easily access services (wheelchair accessibility, short walking distance etc.).
- Rehabilitation and elderly care services should be provided in third age tourism facilities, and experts should be employed in this regard.
- Food and beverages offered in third age tourism facilities should be suitable for the consumption of the elderly. In addition, appropriate menus should be prepared for different health problems related to old age.