

Türk turizm pazarında yaşlı yabancı tüketicilerin turistik tercihleri

NURAY SELMA ÖZDİPÇİNER¹ Pamukkale Üniversitesi,

Öz

Tüketici ihtiyaçlarının tatmini farklı alt bölümlerin tanımlanması ile mümkündür. Üçüncü yaş turizmi de farklı alt bölümlere dolayısıyla da farklı ihtiyaç ve beklentilere sahip önemli bir pazardır. Türk turizminin yaşlı pazar bölümünden daha fazla yarar sağlayabilmesi için bu pazardaki farklılıkların ve bunların değişimlerinin izlenmesi gerekir.

Bu amaçla, Antalya, Muğla ve İzmir illerinde tatil yapan 276 yaşlı turist araştırma kapsamına alınmıştır. Veriler anket tekniği ile elde edilmiş, yaş grupları, eğitim ve gelir değişkenlerine göre likert ölçeği ile analiz edilmiştir. Analiz SPSS 11.0 istatistik paket programı ile yapılmıştır.

Araştırma sonucunda eğitim, gelir ve yaş grupları arasında turizm tercihleri açısından farklılıklar önemli bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Üçüncü yaş turizmi, yaşlı turist, tatil tercihleri,

Abstract

Satisfactions of consumer needs are possible in defining different sub segmentation. Third age tourism is an important market which has different sub segmentations, consequently different needs and expectations. In order to gain more benefits from older market segmentation, Turkish tourism has to observe differences and those changing's.

For this purpose 276 tourists have taken into researches that are on holiday in Antalya, Muğla and İzmir. Data are obtained by questionnaire techniques and analyzed by Likert scale according to age groups, education and income variables. Analysis is done by SPSS 11.0 statistics package program.

At the end of the study, differences have been found important in terms of tourism preferences among education, income and age groups.

Key Words: Third age tourism, elderly tourist, holiday preferences

¹ Yrd.Doç.Dr. Pamukkale Üniversitesi, Denizli Meslek Yüksekokulu, İktisadi ve İdari Programlar Bölümü Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Denizli nselma@pamukkale.edu.tr

Giriş

Elli yaş ve üstündeki insanların ikametleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yaptıkları seyahatleri ve seyahatleri esnasında genellikle turizm sektörünün ürettiği

mal ve hizmetleri talep ederek, geçici sürelerle konaklamalarından kaynaklanan ilişkiler bütünü, üçüncü yaş turizmi olarak tanımlanmaktadır (Gökdeniz,1995). Uluslararası turizm hareketleri içerisinde üçüncü yaş grubunun seyahat eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir. Bu yaş grubunun en yoğun olduğu ülkeler ABD, Kanada Almanya, Avusturya, İngiltere, İsviçre, Fransa ve Japonya'dır. Bu ülkelerde üçüncü yaş grubu toplam nüfusun %17-25'ni oluşturmaktadır (Özdipçiner, 2004).

Çalışma yaşamından ayrılmış, yaşlılık dönemine girmiş bu kitlelere günümüzde önemli bir tüketici topluluğu gözüyle bakılmaktadır. Turizm alanındaki bu yeni tüketici grubunun varlığı, turistik mal ve hizmetlerin de bu kitleye özgü nitelikler kazanmasına yol açmaktadır (Usta,1982). Yaşlılar üzerine yapılan çalışmalar, onların farklı ihtiyaç ve tercihlerinin olduğunu göstermektedir. Eğer endüstri bu önemli pazarı ele geçirmek istiyorsa bu bölümün özel ihtiyaçlarını tatmin etmelidir (Fleischer and Pizam,2002). Yaşlıların çoğu seyahat için gereken zamana ve paraya sahiptirler, ayrıca bu paradan önemli miktarda harcama eğilimindedirler (Fleischer and Pizam,2002). Günümüzde pek çok yaşlı birey, kazandığı parayı çocuklarına miras bırakma gibi geleneksel yaklaşımı değiştirmiş, kendi ilgi ve isteğine harcamayı tercih eder hale gelmiştir (Huang and Tsai,2003). Bol zaman ve bol miktardaki parayı nereye harcamaktadırlar? Araştırmalar göstermektedir ki, insanlar emekli olunca seyahat istekleri birinci sırada yer almaktadır(Gladwell and Bedini,2004). Araştırmacılara göre turizm, yaşlılar arasında yaygın bir aktivitedir (McGuire et al.,1988). Dahası yaşlılar da turizmi, boş zaman ve rekreasyon ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir parça olarak görmektedirler. Bu bölümdeki bireyler, emeklilik sonrasındaki seyahatlerini emekli olmadan önce planlamaya başlamaktadırlar. Bu durum, emeklilik öncesi gruba hedeflenmesi gerektiğini göstermektedir (Ann et al.,1992).

Bireylerin yaşlanma sürecinde rol kayıpları oluşabilir. Turizm hizmet ve deneyimleri yeni rollerin edinilmesine, yeni ve pozitif imaj elde edilerek emeklilikte kaybolan rollerin yeniden kazanılmasına yardımcı olabilir. Böylece turizm, yaşlıların yaşam stillerinin devamına ve yaşam tatmininin artışına katkıda bulunabilir (Ann et al.,1992).

Gelişmiş ülkelerde 55 yaş ve üzeri bireyler nispeten daha fazla miktarda gelirlerini turizm için ayırmaktadırlar. Çünkü onlar evlerine ve ailelerine yatırımlarını tamamlanmışlardır. Çocukları da onlara bağımlı değildir (Anderson and Langmeyer,1982). Bu nedenle gelecekte yaşlı turistlerin tüketimlerinin kalite ve kantite olarak artacağı beklenmektedir (Huang and Tsai, 2003). Sağlığın iyileşmesi, yaşlı bireylerin yaşam beklentileri ve tüm

değişimler göstermektedir ki, yaşlı topluluğunun ihtiyaç ve beklentilerinin düzenli bir şekilde gözden geçirilmesi ve yenilenmesi önemlidir (Kim et al.,2003).

Yaşamın herhangi bir döneminde tatil kararı ve onun süresi, açıkça bireyin motivasyon ve tercihlerine bağlıdır. Tercih, zaman ve bütçe engeli olan bir konudur. Tercihler, bireyin sağlığı, daha doğrusu fiziksel ve mental yeteneğine bağlı olarak konumlanır (Fleischer and Pizam,2002).

Literatür

Yaşlı grubun seyahat, destinasyon ve tatil çeşidinin belirlenmesine yönelik hangi motivasyonların etkisi altında olduklarının belirlenmesine ihtiyaç vardır (Uysal and Zimmerer,1991). Yapılan araştırmalar, yaşlı turistlerin seyahat motivasyonlarının gençlerinkine benzediğini ortaya koymuştur. Bu motivasyonlar; dinlenme ve rahatlama, sosyal etkileşim, fiziksel egzersiz, öğrenme, nostalji ve heyecan olarak belirlenmiştir (Guin,1980 ; Mc Guire et al.,1988). Ancak tüm yaşlıların aynı turizm motivasyon ve tercihlerine sahip olduğunu düşünmek yanlış olur. Bu konuda cinsiyet, yaş kategorisi, sosyo demografik karakteristikler, sağlık durumu ve diğer faktörler önemli farklılıklar oluşturur (Fleischer and Pizam,2002).

Yaşlı pazarında yaş, demografik bir değişken olarak kullanıldığında homojen olmadığı görülür (Javalgi,et al.,1992). Amerika'da yaş grupları esas alınarak yapılan bir çalışmada tatile gitmek isteyen ve istemeyenler arasında farklı karakteristikler bulunmuştur. Seyahate katılan kadınlarda daha fazla benzerlikler tespit edilmiştir. 65-74 yaş arasındakilerde düşük gelire rağmen mükemmel ya da ortalamanın üzerinde bir sağlık durumu tespit edilmiştir. Diğer taraftan seyahate katılmak istemeyen erkekler arasında da benzerlikler bulunmuştur. 55-64 yaş arası ve 74+ yaş gruplarının yüksek gelire rağmen nispeten daha zayıf sağlık durumuna sahip oldukları belirlenmiştir (Blazey,1987).

Bir araştırma da 50 yaş ve üzeri grubun evli olup olmamasına göre motivasyon ve aktivite farklılıklarının olduğu belirlenmiştir (Uysal and Zimmerer,1991). Yine yaş grupları itibarıyla yapılan bir başka çalışmada 50 yaş ve üzeri kadınların turizmle ilgili yaşam biçimleri araştırılmış ve farklı sonuçlar bulunmuştur. 55-59 yaş arası kadınların, deniz aşırı seyahatlere en yüksek ilgiyi gösteren grup olduğu, 55-64 yaş arası ile 70+ grubunun, diğer yaş gruplarına göre dinlenme ve rahatlama motivasyonu ile daha az ilgili olduğu ve 50 yaş ve üzeri kadınlarda büyük şehir tatillerinin çok az ilgi uyandırdığı belirlenmiştir. Turizm deneyimi ile ilgili bulunan sosyo demografik profil ise şunları içermektedir; yüksek eğitim, gelir seviyesi, ev sahibi olma, fiziksel olarak seyahat yapabilme yeteneği ve belirsizliğin kabullenilmesi (Hawes,1988).

Yaşlı pazarının homojenliğini araştıran bir başka çalışmada da yaşlı pazarı turizm motivasyonuna göre üçe ayrılmıştır; 1) ailece seyahat edenler, 2) aktif

dinleniciler, 3) daha yaşlı grup. İlk gruptakiler, aileleri ile zaman geçirdiklerinde mutlu olmaktadır, bunlar pasif yaşlılardır. Çok az aktiviteye katılırlar ve yolculuklarının önceden planlanmasından hoşlanmazlar. İkinci grup, entelektüel ve manevi zenginlik arayanlardan oluşur. Dinlenme, rahatlama ile günlük rutinlerden kaçış, yeni insanlarla karşılaşma ve sosyalleşme güdüleri ile hareket ederler. Bu grubun üyeleri tatillerinin aktivitelerle dolu olmasından hoşlanırlar. Üçüncü gruptakiler ise seyahatlerinin aktivite ile dolu olmasından hoşlanır ve her şey dahil tatil sistemini tercih ederler (Shoemaker,1989). Shoemaker'ın bu çalışması daha sonra kış aylarında Teksas'ı ziyaret eden yaşlılar üzerine uygulanmıştır. Onlar da Shoemaker'ın çalışmasını destekleyen sonuçlara ulaşmıştır (Vincent and Los Santos,1990).

Amerika'nın güney doğusundaki turizm pazarında psikografik unsurlar kullanılarak yapılan bir diğer çalışmada da beş ayrı bölüm belirlenmiştir; 1) Eğitsel/doğa, 2) kamp/çadır, 3) sosyalleşme, 4) rahatlama, 5) bilgi . Yaş grupları arasında da farklılıklar bulunmuşlardır. Daha genç olan grubun (55-64), 64+'ya göre eğitim/doğa ve bilgilenme ile daha az ilgili oldukları belirlenmiştir (Backman et al.,1999).

Kuzey Amerika'yı ziyaret eden İngiliz turistler üzerine yapılan bir başka çalışmada da talebin farklılığı ve davranışlardaki değişkenlik ortaya konulmuştur. İtme ve çekme faktörleri kullanılarak üç farklı bölüm belirlenmiştir; 1)pasif ziyaretçiler, 2)heyecan arayanlar, 3)kültür arayanlar (You and O'Leary,1999). Avustralya'da yapılan bir başka çalışmada ise yaşlılar; 1) öğrenciler, 2) arkadaşlık arayanlar, 3) nostaljikler, 4) gerçeklerden kaçınanlar olmak üzere dört geniş bölüme ayrılmışlardır (Cleaver et al.,1999).

Batı Avustralya'da yapılan yerel ve uluslar arası seyahate katılan yaşlılar üzerine uygulanmış bir çalışmada yaşlılar dört bölüme ayrılmıştır(Kim et al.,2003); Grup1 (active learner): Genellikle kadınlardan oluşmaktadır. Diğer aile bireyleri ve arkadaşları ile seyahati tercih ederler. Grubun büyük bir çoğunluğu duldur. Çok yüksek gelire sahip olmamalarına rağmen, seyahat motivasyonları oldukça yüksektir. Kişisel öğrenme ve gelişime önem verip, aktivitelere katılma eğilimi gösterirler. Hastalığın azalması, uygun doktor bulunması, kişisel güvenliğin sağlanması, hijyen ve sanitasyonun sağlanması halinde turizme daha yoğun ilgi gösterirler. Grup 2 (relaxed family body): Yıllık geliri düşük kadın grubudur. Çoğu aile bireyleri ile beraber seyahat eder ve seyahatçilerin çoğu duldur. Bu grubun seyahat motivasyonları dinlenme ve rahatlama, aile ve arkadaş ziyaretidir. Birinci gruba benzerlik gösterir. Hastalığın azalması, uygun doktor bulunması, kişisel güvenliğin sağlanması, hijyen ve sanitasyonun sağlanması halinde turizme daha yoğun ilgi gösterirler. Grup 3 (careful participant): Yüksek gelir sahibi erkeklerden oluşur. Eşiyle yada bir partner ile seyahat ederler. Bu grup yeni deneyimler arama, sağlıklı ve iyi olma gibi oldukça yüksek motivasyonlara sahiptir. Hastalığın iyileşmesi, doktor bulunması, güvenlik ve huzur, emniyet, hijyen ve sanitasyon konularına da önem verirler. Grup 4 (elementary vacationer): Bu grup destinasyonda ve

seyahatte sunulan hizmetlerin en temel olanlarına ilgi gösterdiğinden başlangıç düzeyinde tatilci olarak adlandırılır. Yüksek gelir sahibi erkeklerden oluşur. Eşiyle yada partner ile seyahat ederler. Yeni deneyimleri gözlemek ve benimsemek, uzun otobüs yolculukları, emniyet, hijyen ve sanitasyon gibi unsurlarla motive olurlar.

Yaşlı Almanlar üzerinde yapılan bir çalışmada da tatil yapma isteğinin yaş ilerledikçe azaldığı bulunmuştur. Yaşlılar arasında kısa tatillerin daha yaygın olduğu belirlenmiştir. Tatil yapılan ayların ise yılın beş ayına yayıldığı görülmüştür (Mayıstan Eylül'e kadar). Yaşlıların büyük bir kısmı yerel seyahati tercih etmektedir. Fakat bu tercihin araba kullanabildikleri sürece geçerli olduğu belirlenmiştir. Bu yetenek ise yaş ilerledikçe zayıflamaktadır. Yapılan bu çalışmada yaşlı Almanların daha uzun tatil yaptıkları, arkadaşları ve akrabaları ile birlikte konaklamayı tercih ettikleri belirlenmiştir (Romsa and Blenman,1989). Kanadalı turistlerde de Almanlar gibi yaş ilerledikçe seyahat isteklerinin azaldığı bulunmuştur (Zimmer et al.,1995).

Yaşlıları seyahate iten motivasyonlar araştırıldığında sağlıklı ve iyi olma, yeni arkadaşlıklar kurma, aktivitelerin içinde yer alma önemli faktörler olarak belirlenmiştir. En yüksek ilgi duyulan konular ise; hastalığın düzelmesi, doktor bulunması, güvenlik ve huzur, emniyet, hijyen ve sanitasyondur (Kim et al.,2003).

Çeşitli çalışmalarda birçok yazar tarafından aile yaşam döneminin turizm üzerindeki etkisi de incelenmiştir (Gibson and Yiannakis, 2002). Bazı yazarlar ürün yaşam dönemini destinasyona uygulamışlar, bazıları ise turizm tercihleri ile aile yaşam dönemi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yeni Zelanda'da uluslararası turistlerin araştırılmasında modernize edilmiş aile yaşam dönemi kavramı uygulanmış ve aile yaşam dönemine göre davranışların şekillendiği bulunmuştur. Çocukların varlığı ve yaşları, farklı tatil süreleri, farklı ayrılabilir gelir miktarları gibi unsurlarla aile yaşam dönemi oluşmaktadır (Lawson,1991) Avrupa'yı ziyaret eden 2000 Amerikalı üzerinde yapılan bir çalışmada da tatil aktiviteleri, çocukların varlığı ve yaşı, turizme ayrılabilir gelir gibi unsurların tatil stiline şekillenmesinde etkili olduğu bulunmuştur (Bojanic,1992). Benzer şekilde boş zaman motivasyon ölçeği ve aile yaşam dönemi modeli kullanan diğer yazarlar da yaşam döneminin önemli bir seçim öngörüsü olarak sürekli ortaya çıktığını bulmuştur. Aslında bireysel psikolojik ihtiyaçlar ve yaşam şartlarına odaklanmak yerine bireysel yaşam dönemine adapte edilen modeller, pek çok konunun ve aile yaşam dönemi ile bağlantılı problemlerin çözümlenmesine yardımcı olabilir. Bireyin yaşam dönemi modelinde, turist rol ve tercihleri, ihtiyaçları, sosyal sınıf ile cinsiyet ve yaşam dönemi arasındaki ilişkiyi araştıran yazarlar Lewinson'un modeli uygulamışlardır. (Lewinson'un modeli, turistlerin psikolojik ihtiyaçları ile tercihlerini birbirine bağlamaya çalışır.) Araştırmacıların bulguları, değişkenler arasında karşılıklı etkileşimin desteklediği açık bir bağlantıyı ve yaşam dönemi gelişimini ortaya çıkarmıştır (Gibson and Yiannakis,2002).

Yapılan araştırmaların genelinde bu pazar bölümündeki turistlerin, saygıya, ilgiye, kaliteye, diyet yemeklerine, sağlık hizmetlerine, yabancılik hissi

uyandırmayan seyahat programlarına önem verdikleri ortaya konulmuştur (Sengir,1994).

Metod

Amaç

Yaşlılar homojen bir grup olmayıp, kendi içinde önemli farklılıklara sahiptir. Bu farklılıklar farklı turistik tercihler oluşturabilir. Türkiye'yi ziyaret eden yaşlılara daha iyi hizmet verebilmek ve tüketici tatminini sağlayabilmek için bu farklılıkların ortaya konulması gerekmektedir. Bu amaçla Türkiye'yi ziyaret eden yaşlıların çeşitli demografik değişkenlere dayalı olarak tatil tercihleri araştırılmış ve aralarındaki farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır.

Örneklem

Araştırma kapsamına tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden yargısal yöntem ile Antalya, Muğla ve İzmir illerinin tatil yörelerinde konaklayan farklı milliyetlere sahip 276 yaşlı birey alınmıştır.

Veri toplama araçları

Araştırma verilerinin toplanması araştırmacı tarafından hazırlanan anket formunun uygulanması ile elde edilmiştir. Anketör olarak, Pamukkale Üniversitesi, Denizli Meslek Yüksekokulu, Turizm Programın öğrencilerinden yararlanılmıştır. Anket formları, turistlerin otelde konakladıkları sırada uygulanmıştır.

Anket formu iki kısımdan oluşmuştur. Birinci kısım, yaşlı turistlerin demografik yapılarını ortaya çıkarmaya yönelik 12 sorudan oluşmaktadır. İkinci kısım ise yaşlı turistlerin tatil tercihlerini ortaya çıkarmaya yönelik 23 adet tutum cümlesinden oluşmakta ve bu cümleler 5'li skalaya dayalı likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Bu skala 5 (Kesinlikle katıyorum)' ten 1 (kesinlikle katılmıyorum)' e kadar giden bir ölçektir.

Veri analizi

Veriler SPSS 11.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için madde toplam korelasyonu (cronbach's alpha) hesaplanmış ve güvenilirlik katsayısı 0.7889 olarak bulunmuştur. Yaşlıların demografik durumları frekans analizi ile değerlendirilmiş olup, tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine yaş gruplarının etkisini incelemek için t test uygulanmış, eğitim ve gelirin etkisini ortaya çıkarmak içinse ANOVA ve Scheffe test uygulanmıştır.

Bulgular

Yaşlı turistlerin demografik karakteristikleri: Deneklerin % 42'sini Almanlar, %37.7'sini İngilizler ve % 20.3'nü Ruslar oluşturmaktadır. Bu yaşlıların % 75'ni 60-74 yaş grubu, % 25'ni ise 70 yaş ve üzerindeki yaşlılar oluşturmaktadır. Deneklerin % 45.7'si erkek, % 54.'ü ise kadındır. Bu grubun % 60.5'i evli, %39.5'i bekar olup, %45.3'ü lise, %38.8'i üniversite, %15.9'u ise

ilköğretim düzeyinde eğitim almışlardır. Yaşlıların çalışma durumu ise yarıya yakındır. %50.4'ü halen çalışmakta, %49.6'sı ise emekli durumundadır. Genel olarak yaptıkları işlere bakıldığında ise %55.1'inin işçi, %24.3'ünün memur, %20.7'sinin ise serbest meslek sahibi olduğu görülür. Deneklerin %38'i eşi ile birlikte, %27.2'si yalnız, %18.8'i akrabaları ile birlikte, %14.1'i eşi ve çocukları ile birlikte, %1.8'i sosyal kurumlarda yaşamaktadır. Euro bazında yıllık toplam gelirleri ise; %37'si 10.000-30.000 aralığında kazanç elde ederken, %28.3'ü 30.000-50.000 aralığındadır. %18.5'i 50.000 ve daha üzerinde kazanırken, %16.3'ü 10.000 Euro'nun altındaki gelir dilimindedir. En az bir kronik hastalığa sahip olanların oranı %52.2, herhangi bir hastalığı bulunmayanların oranı ise %47.8'dir.

Yaşlıların %7.9'u tur organizasyonu ile seyahati tercih etmekte, %22.1'i ise bireysel seyahat yapmaktadır. Tur organizatörü olarak %54.3'ü seyahat acentalarından tatil satın almakta, %40.9'u ise tur operatörlerinden. Sosyal denekler ve diğer kanalları tercih edenlerin oranı ise %4.7'dir. Türkiye'de tur operatörlüğü faaliyetini A grubu seyahat acentaları yüklenmesine rağmen, Avrupa'da tur operatörü ve seyahat acentası kavramları birbirinden farklıdır.

Çizelge 1 . Yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine yaş grubunun etkisi (T test) . 60-74 yaş grubunda N= 207, 75+ yaş grubunda N= 69.

Tutum Cümleleri	Yaş grupları		F	p
	60 – 74	75 +		
T14: Yılda en az bir kez yurt içinde tatile çıkmayı tercih ederim.	3.27	2.90	0.209	0.03 *
T15: Yılda en az bir kez yurt dışında tatile çıkmayı tercih ederim	3.44	3.00	2.599	0.01 **
T16: Her yıl tatilde farklı ülkeleri tercih ederim	3.46	2.86	0.051	0.00 **
T17: Kültürel seyahatleri tercih ederim	3.35	2.99	1.898	0.04 *
T29: Klasik otelleri diğerlerine tercih ederim	3.28	2.96	0.297	0.04 *

**p<0.01, *p< 0.05

Çizelge 1'de yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine yaş grubunun etkisi incelenmiştir. Yaş önce 3'lü skala ile gruplanmış, ancak araştırma sonrası yoğunluğa göre yeniden değerlendirilerek skalanın 2'ye indirilerek incelenmesi uygun görülmüştür.

Yapılan inceleme sonucunda 75 yaş ve üzerindeki yaşlı turistlerin, ilişki bulunan tüm tutum cümlelerinde tutum puanlarının 60-74 yaş grubundan daha düşük bulunmuştur.

Hem yurt içi hem de yurt dışı tatil tercihinde 60-74 yaş grubundaki turistlerin 75 yaş ve üzerinelere göre daha yüksek tercih oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Tatilde farklı ülkelere yönelik tercihte de 60-74 yaş grubu daha

yaşlı olan gruba göre her yıl tatilde farklı ülkeleri tercih eğilimindedir. Kültürel seyahatleri tercihte de 60-74 yaş grubunun tercihi diğer gruptan fazla bulunmuştur. Klasik otelleri diğerlerine tercih ederim” cümlesinde 60-74 yaş grubu klasik otel tercihinde bulunurken diğer grubun tercihi daha düşük bulunmuştur.

Çizelge 2 . Yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine eğitimin etkisi (One-Way ANOVA)

Tutum Cümleleri	Öğrenim durumu			Scheffe	F	p
	İlk	Orta	Yüksek			
T17: Kültürel seyahatleri tercih ederim	3.00	3.06	3.59	1-3 , 2-3	6.51	0.00 **
T19: Aynı yaş grubumdaki insanlarla birlikte tatil yapmayı tercih ederim	3.02	2.98	3.54	2-3	6.39	0.00 **
T21: Bireysel seyahatten çok paket tur ile tatili tercih ederim	2.93	3.10	3.51	1-3 , 2-3	4.52	0.01 **
T22: Bilgisayarlı rezervasyon sistemlerini tercih ederim	3.02	2.98	3.39	2-3	3.23	0.04 *
T26: Gittiğim bölgenin insanları ile iletişim kurmayı isterim	3.56	3.22	3.65	2-3	3.78	0.02 *
T34: Mönüde kendi kültürümün yemeklerini tercih ederim	3.42	2.80	2.96	1-2 , 1-3	4.15	0.01 **
T35: Tatil yapılan yörenin kültürünü ve eğlence anlayışımı yansıtacak animasyon gösterilerini tercih ederim	3.60	3.13	3.43	1-2	2.99	0.05 *
Toplam tutum	73.3	71.3	77.4	2-3	5.45	0.00 **

**p<0.01, *p< 0.05

Çizelge 2’de yaşlı turistlerin tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine eğitimin etkisi incelenmiştir. Çizelgeden anlaşılacağı üzere üniversite eğitimi almış yaşlıların, diğer seviyelerde eğitim alanlardan daha fazla kültürel seyahatleri ve aynı yaş grubumdaki insanlarla birlikte tatil yapmayı tercih ettiği belirlenmiştir. Ayrıca paket tur tercihi en yüksek olan grup, yine üniversite eğitimi almış olanlardır. Eğitim seviyesi düştükçe bireysel tura doğru bir eğilim tespit edilmiştir.

Teknoloji kullanımının eğitim seviyesi en yüksek olan yaşlı turistlerde daha fazla tercih edildiği ve lise eğitimi alanlar ile aralarındaki farklılığın önemli olduğu belirlenmiştir.

Turistik bölge sakinleri ile iletişim kurma isteği, üniversite ve ilkokul seviyesinde eğitim alan yaşlı turistlerde yüksek, lise mezunlarında ise daha düşük düzeyde bulunmuştur.

İlköğretim düzeyinde eğitim almış yaşlı turistler, mönüde kendi kültürlerine ait yemekleri tercih etmekte ancak eğlence anlayışında farklı kültürlerle önem vererek, gittikleri bölgenin kültürünü yansıtan animasyon gösterilerine önem vermektedirler. Lise eğitimi alan yaşlılar ise her iki konuda da daha düşük tercih göstermişlerdir.

Toplam tutum puanları açısından değerlendirildiğinde ise lise ve üniversite eğitimi alan yaşlılar arasında farklılık önemli bulunmuştur.

Çizelge 3 . Yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine gelirin etkisi (One-Way ANOVA)

Tutum Cümleleri	Gelir grubu				Scheffe	F	p
	(1)	(2)	(3)	(4)			
T13: Tatil için zaman tercihim bahar aylarıdır	2.96	2.93	2.85	2.33		2.65	0.04 *
T17: Kültürel seyahatleri tercih ederim	3.09	3.59	3.27	2.73	2-4	5.89	0.00 **
T23:Eskortlu turları bağımsız yada karşılayıcı turlara tercih ederim	3.18	3.32	3.15	2.55	2-4	4.55	0.00 **
T24: Tıbbi refakatçi ile birlikte tatili tercih ederim	3.11	3.36	3.00	2.76		2.71	0.04 *
T33: Diyet ürün seçeneği olan mönüleri tercih ederim	3.29	3.00	2.67	2.75		2.88	0.03 *
Toplam tutum	75.62	76.32	73.01	69.37	2-4	2.96	0.03 *

**p<0.01, *p< 0.05, (1) 10.00 Euro'da az, (2) 10.000-30.000 Euro arası, (3) 30.000-50.000 Euro arası, (4) 50.000 Euro ve daha fazla

Çizelge 3'te yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin tutumları üzerine gelirin etkisi incelenmiştir.

"Tatil için zaman tercihim bahar aylarıdır" cümlesinde, gelir arttıkça bu tutum cümlesine katılımın azaldığı, gelir azaldıkça da bu tutum cümlesine katılımın arttığı tespit edilmiştir. Genellikle bahar ayları hem sağlık nedeni ile hem de zaman sorunlarının olmaması ve daha düşük fiyatla tatilin elde edilebilmesi açısından yaşlılar tarafından tercih edilen sezon olarak bilinir. Elde edilen analiz sonucu, geliri yüksek olan yaşlı grubun bu eğilim içinde olmadığını göstermektedir.

Kültürel seyahat tercihinde, geliri 10.000-30.000 Euro arasında değişenlerle 50.000 Euro üzerinde kazancı olanlar arasındaki fark anlamlı bulunmuş olup,

geliri 10.000-30.000 Euro arasında olan grubun kültürel turizme daha fazla eğilimi olduğu belirlenmiştir.

Bağımsız yada karşılayıcı turlara karşılık, eskortlu turlara ilişkin tercihte 10.000-30.000 Euro arasında değişen gelir grubundaki yaşlı turistler ile 50.000 Euro üzerinde kazancı olanlar arasındaki fark anlamlı bulunmuş olup, geliri 10.000-30.000 Euro arasında olan grubun eskortlu turlara daha fazla eğilimi olduğu belirlenmiştir.

Tıbbi refakatçi ile birlikte tatil yapma tercihinde, ikinci ve üçüncü gelir grubunun tıbbi refakatçi ile birlikte tatil yapmaya daha fazla önem verdiği belirlenmiştir. Bunu sırası ile birinci ve dördüncü gelir grupları takip etmiştir. Bu sonuç, alt gelir grubundakilerin bu tercih için maddi yeterliliğinin olmayışına, üst gelir grubundakilerin ise tıbbi refakatçi yerine farklı seçenekleri olabileceği düşüncesini doğurmaktadır.

“Diyet ürün seçeneği olan mönüleri tercih ederim” cümlesinde daha alt gelir gruplarının bu düşünceye katılımının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum alt gelir grubundaki yaşlıların diyet ürün ihtiyacını ekstra ücretle karşılamak istemedikleri anlamını taşıyabilir.

Gelir grupları itibarıyla yaşlı turistlerin toplam tutumları incelendiğinde ise, geliri 10.000-30.000 Euro arasında değişenlerle 50.000 Euro ve üzerinde yıllık kazanç elde edenler arasındaki fark anlamlı bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerin yaşlanma sürecinde oluşabilecek rol kayıpları, turizm hizmet ve deneyimleri ile yeniden kazanılabilir. Böylece turizm, yeni ve pozitif imaj elde edilerek emeklilikle kaybolan rollerin yeniden kazanılmasına yardımcı olabilir. Yaşlıların seyahat ve turizm faaliyetine ilişkin güdülerine bakıldığında yeni arkadaşlıklar edinmenin önemli olduğu bunun ise bir anlamda pozitif imaj elde etme isteği olduğu açıktır. Bunun sonucu olarak turizm, yaşlıların yaşam stillerinin devamına ve yaşam tatmininin artışına katkıda bulunabilir.

Yaşamının herhangi bir döneminde tatil kararı ve süresi, bireyin motivasyon ve tercihlerine bağlıdır. Tercih, zaman ve bütçe engeli olan bir konudur. Tüm araştırmalar göstermektedir ki gelişmiş ülkelerdeki yaşlıların zaman ve bütçe engelleri bulunmamaktadır. O halde yaşlıların tercihleri, onları turizme yönelten güdülere, sağlık durumlarına, daha doğrusu fiziksel ve mental yeteneklerine bağlı olarak konumlanır.

Üçüncü yaş turizmi olarak ifade edilen turizm pazar bölümünde, alt bölümlerin tanımlanmasına ve bu bölümlerdeki beklenti ve tercihlerin sürekli gözden geçirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Özellikle demografik değişkenlere bağlı olarak beklenti ve tercihlerde önemli farklılıklar meydana gelebilmektedir.

Yapılan araştırmada da yaş grupları, eğitim ve gelir değişkenlerine göre yaşlılar arasında önemli tercih farklılıkları belirlenmiştir. Yaş grupları açısından yapılan inceleme sonucunda 75 yaş ve üzerindeki yaşlı turistlerin, ilişki bulunan tüm tutum cümlelerinde tutum puanlarının 60-74 yaş grubundan daha düşük olduğu bulunmuştur. 60-74 yaş grubundaki turistlerin 75 yaş ve üzerinelere göre, yılda en az bir kez, hem yurt içi hem de yurt dışı tatil tercihinde bulunduğu, tatilde farklı ülkeleri tercih ettikleri, kültürel seyahatleri benimsedikleri ayrıca klasik otelleri tercih ettikleri bulunmuştur.

Eğitim açısından yapılan incelemede ise üniversite eğitimi almış yaşlıların, diğer seviyelerde eğitim alanlardan daha fazla kültürel seyahatleri ve aynı yaş grubundaki insanlarla birlikte tatil yapmayı tercih ettiği belirlenmiştir. Ayrıca paket tur tercihi en yüksek olan grup, yine üniversite eğitimi almış olanlardır. Eğitim seviyesi düştükçe bireysel tura doğru bir eğilim tespit edilmiştir. Teknoloji kullanımının ise eğitim seviyesi en yüksek olan yaşlı turistlerde daha fazla tercih edildiği ve lise eğitimi alanlar ile aralarındaki farklılığın önemli olduğu belirlenmiştir. Turistik bölge sakinleri ile iletişim kurma tercihi ise, üniversite ve ilköğretim seviyesinde eğitim alan yaşlı turistlerde lise eğitimi alanlardan daha yüksek düzeyde bulunmuştur. İlköğretim düzeyinde eğitim almış yaşlı turistler, münüde kendi kültürlerine ait yemekleri tercih etmekte ancak eğlence anlayışında farklı kültürlerle önem vererek, gittikleri bölgenin kültürünü yansıtan animasyon gösterilerine önem vermektedirler. Lise eğitimi alan yaşlılar ise her iki konuda da daha düşük tercih göstermişlerdir. Toplam tutum puanları açısından değerlendirildiğinde ise lise ve üniversite eğitimi alan yaşlılar arasında farklılık önemli bulunmuştur.

Yaşlıların tatil tercihlerine ilişkin gelirin etkisi incelendiğinde ise; bahar aylarında tatilin, kültürel seyahatlerin ve eskortlu turların ve diyet ürün seçeneğinin geliri düşük olan grup tarafından şaşırtıcı bir şekilde daha fazla tercih edildiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca orta gelir gruplarının tıbbi refakatçi ile birlikte tatili daha fazla tercih ettiği de belirlenmiştir.

Gelir grupları itibariyle yaşlı turistlerin toplam tutumları incelendiğinde ise, geliri 10.000-30.000 Euro arasında değişenlerle 50.000 Euro ve üzerinde yıllık kazanç elde edenler arasındaki fark anlamlı bulunmuştur.

Araştırmada, bazı konularda beklenenden farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu nedenle herhangi bir konuda genelleme yapılması pek uygun olmayacaktır. Bundan sonraki çalışmalarda daha geniş bir tüketici kitlesi ile araştırmanın derinleştirilmesinde yarar görülmektedir. Bu araştırmalar, bölgesel temelde ya da destinasyon temeline göre de yapılabilir. Böyle bir ayırımın daha detaylı sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Ayrıca, tüketici tercih ve beklentilerinin zaman içinde değişeceği gerçeği de gözden uzak tutulmamalı, bu nedenle bu

türdeki araştırmalar özellikle hedef pazarlarımıza yönelik olarak sıklıkla yenilenmelidir.

Kaynaklar

Anderson, B.B. and L.Langmayer, (1982), The under 50 and over 50 travelers: a profile of similarities and differences, *Journal of Tourism Research* , 20(4) : 20-24.

Ann, L., R.Penalta and M.Uysal, (1992), Aging and the future travel market, *Parks & Recreation Magazine* : 96-99.

Backman, K.F., S.J.Backman and K.E.Silverberg, 1999, An investigation into the psychographics of senior nature-based travelers, *Tourism Recreation Research*,24(1) : 13-22.

Blazey, M.,(1987), The difference between participants and non-participants in a senior travel program, *Journal of Travel Research*, 26(1): 7-12.

Bojanic, D.,(1992), A look at a modernized family lifecycle and overseas travel, *Journal of Travel and Tourism Marketing* 1(1) :61-79.

Cleaver, M., T.E. Muller, H.F.M. Ruys and S.Wei, (1999), Tourism product development for the senior market based on travel motive research, *Tourism Recreation Research*, 24(1) : 5-11.

Fleischer, A. and A.Pizam, (2002) Tourism constraints among Israeli seniors, *Annals of Tourism Research*, 29(1):106-123.

Gibson, H. and A.Yiannakis, (2002), Tourist roles, needs and life course, *Annals of Tourism Research*, 29(2) : 358-383.

Gladwell,N.J., and L. A.Bedini, (2004), In search of lost leisure: the impact of caregiving on leisure travel, *Tourism Management*:25:685-693.

Gökdeniz A.(1995) “Türkiye’ye Gelen 3.Yaş Grubuna Yönelik Turistler Üzerinde Yapılan Bir Uygulama Örneği”, V. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası (s.301-317).

Guin, R., (1980), Elderly recreational vehicle tourists: motivation for leisure, *Journal of Travel Research*, 19(2) :9-12.

Hawes,D.K., (1988), Travel related lifestyle profiles of older women, *Journal of Travel Research*, 27(2): 22-32.

Huang, L. and H.T.Tsai, (2003), The study of senior traveler behaviour in Taiwan, *Tourism Management*, 24 : 561-574.

Javalgi, R.G., E.G.Thomas and S.R.Rao, (1992), Consumer behaviour in the U.S. travel marketplace : an analysis of senior and nonsenior travelers , *Journal of Tourism Research*, 31(2) : 14-19.

- Kim, J., S.Wei and H.Ruys, (2003), Segmenting the market of west Australian senior tourists using an artificial neural network, *Tourism Management*, 24 : 25-34.
- Lawson, R., (1991), Patterns of tourist expenditure and types of vacation across the family lifecycle, *Journal of Travel Research*, 29(4):12-18.
- McGuire, F., M.Uysal and C.McDonald, (1988), Attracting the older traveler, *Tourism Management*, June : 161-164.
- Özdipçiner, N.S., (2004), Üçüncü yaş turizmi, *Yaşlılık : Disiplinlerarası Yaklaşım, Sorunlar, Çözümler*, (Ed:V.Kalinkara), Odak yayınevi, Ankara: 219-236.
- Romsa, G. and M. Blenman, (1989), Vacation patterns of elderly Germans, *Annals of Tourism Research*, 16: 178-188.
- Sengir Ü. (1994), *Üçüncü Yaş Turizmi ve Alınacak Sağlık Tedbirlerinin Bu Turizm Üzerindeki Etkileri*, İst Ün. İktisat Fak., Sos.Bil.Ens. Turizm Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Shoemaker, S., (1989), Segmentation of the senior pleasure travel market, *Journal of Travel Research*, 27(3): 14-21.
- Usta Ö. (1982), *Sosyal Turizm*, İstiklal Matbaası, İzmir.
- Uysal, M. and P.Zimmerer, (1991), Marketing resorts to the gray traveler, *Leisure Information Quarterly*, 16(4) : 4-7.
- Vincent, V.C. and G.de Los Santos, (1990), Winter Texans: two segments of the senior travel market, *Journal of Travel Research*, 29(1):9-12.
- You, X. and J.T. O'Leary, (1999), Destination behaviour of older UK travellers, *Tourism Recreation Research*, 24(1) : 23-34.
- Zimmer, Z., R.E.Brayley and M.S.Searle, (1995), Whether to go and where to go: Identification of important influences on seniors' decision to travel, *Journal of Travel Research*, 33(3): 3-10.