

18-25 yaş arası gençlerin turizm faaliyetlerine yönelik algı ve eğilimleri

Elif Kılıçarslan^{1*} , Muhammet Kaçmaz² 

¹Sakarya Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Sakarya, Türkiye.

²Sakarya Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Sakarya, Türkiye.

Anahtar Kelimeler

Turizm
Gençlik
Gençlik Turizmi

Araştırma Makalesi

Geliş: 04.03.2025
Kabul: 21.04.2025
Yayınlanma: 29.06.2025

Bu çalışma, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalında “Gençlik Turizmi; 18-25 Yaş Arası Gençlerin Turizm Faaliyetlerine Yönelik Algı ve Katılım Eğilimleri” adlı tez çalışmasından üretilmiştir.



Özet

Küreselleşmeye katkı sağlayan turizm faaliyetleri bireylerin imkanları ve tercihleri doğrultusunda gerçekleşmektedir. Yaş, cinsiyet, meslek gibi faktörlerin yanı sıra ekonomik, sosyal ve kültürel faktörler de turizm faaliyetlerinin çeşitlilik göstermesinde etkili olmaktadır. Bu bağlamda yeni yerler keşfetmeye meraklı, heyecan ve macera arayışında olan, bağımsızlığı ve özgürlüğü bir tutku olarak ifade eden, deneyimler yolu ile kendini tanımaya odaklı ve turizmin de geleceğini belirleyecek olan gençlerin turizm faaliyetlerine katılımı önem arz etmektedir. Gençlik turizmi olarak literatürde kendine yer bulan bu turizm faaliyetlerinin gençlerin nüfus, ekonomi ve sosyal yaşam içindeki paylarının artması ile önemi daha fazla artmaktadır. Ailelerin yaşam standartlarının yükselmesi, çalışan genç sayısındaki artış, burs ve indirimler şeklinde gerçekleşen kamu kuruluşlarının ve özel şirketlerin gençlere yönelik eğitim, gezi, kamp vb. etkinlikleri de gençlerin turizmdeki varlığını arttıran etkenler olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca internetin özellikle de sosyal medyanın gençlerin gezip görme, yeme içme, seyahat ve konaklama eğilimleri üzerindeki olumlu etkisi de gençleri turizm faaliyetlerine katılıma teşvik etmekte hatta çoğu zaman katılım oranını büyük oranda arttırmaktadır. Gençlerin turizmdeki öneminin ve payının artmasıyla birlikte gençlik turizmi üzerine yapılan çalışmalar da artmaktadır. Bu çalışma, 18-25 yaş aralığındaki gençlerin turizme yönelik ilgi, beklenti ve algılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği seçilmiş olup çevrim içi anket yöntemiyle elde edilen veriler, betimleyici ve çıkarımsal istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermemesi nedeniyle parametrik olmayan analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Araştırma bulguları, gençlerin turizm faaliyetlerine yüksek ilgi duyduğunu, ancak beklentilerinin çeşitlilik ve erişilebilirlik yönünde yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Çalışma, gençlerin turizmdeki eğilimlerine yönelik güncel bir bakış sunarak ilgili paydaşlara yol gösterici nitelikte katkılar sağlamaktadır.

Perceptions and tendencies of young people between the ages of 18-25 towards tourism activities

Keywords

Tourism
Youth
Youth Tourism

Research Article

Received: 04.03.2025
Accepted: 21.04.2025
Published: 29.06.2025

Abstract

Tourism activities that contribute to globalization are carried out in line with the opportunities and preferences of individuals. In addition to age, gender, and occupation, economic, social, and cultural factors are also effective in the diversity of tourism activities. In this context, the participation of young people, who are curious to discover new places, who are in search of excitement and adventure, who express independence and freedom as a passion, who focus on getting to know themselves through experiences and who will determine the future of tourism, in tourism activities is essential. The importance of these tourism activities, which find their place in literature as youth tourism, increases with the increase in the share of young people in the population, economy, and social life. The increase in the living standards of families, the rise in the number of working young people, the activities of public institutions and private companies in the form of scholarships and discounts for young people such as training, trips, camps, etc. also draw attention as factors that increase the presence of young people in tourism. In addition, the positive impact of the internet, especially social media, on young people's tendencies to travel, see, eat, drink, and accommodation encourages and often provokes young people to participate in tourism activities. With the increasing importance and share of young people in tourism, studies on youth tourism are also increasing. This study examines the interests, expectations, and perceptions of young individuals aged between 18 and 25 towards tourism. Data were collected through an online survey and analyzed using

^(*)Sorumlu Yazar/Corresponding Author

Kaynak Göster (APA)

¹Dr. Öğrencisi, elifkilarlan6@ogr.sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7896-8298

²Doç. Dr., mkaemaz@sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1062-8881

Atıf/Citation: Kılıçarslan, E. & Kaçmaz, M. (2025). 18-25 yaş arası gençlerin turizm faaliyetlerine yönelik algı ve eğilimleri. *Journal of Anatolian Geography*, 2(1), 25-35.

descriptive and inferential statistical methods. Nonparametric analysis techniques were employed since the data did not follow a normal distribution. The findings reveal that young people are highly interested in tourism activities, with expectations mainly focused on diversity and accessibility. The study provides an up-to-date perspective on youth tendencies in tourism and offers valuable insights for relevant stakeholders.

1. Giriş

Yeteneklerini diğer bireylerle etkileşim halinde iken ortaya çıkaran insan turizm faaliyetlerine katılarak toplum içerisinde aktif bir rol üstlenmektedir. Üstlendiği rol sayesinde hem bireysel olarak gelişimine katkı sağlamakta hem de topluma sosyal, kültürel ve ekonomik olarak katkı sağlamaktadır. Böylece turizmin küreselleşmesinde rol oynayan önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz dünyasında refah seviyesindeki artış, ulaşım faaliyetlerindeki hız ve çeşitlilik, teknolojinin tatil plan ve rezervasyonlarındaki kolaylaştırıcılığı ve özellikle internet ve sosyal medyanın yaygınlaştırıcı etkisi turistik faaliyetlere katılımı arttırmaktadır. Bu artış içerisinde ise gençlerin payı oldukça dikkat çekicidir.

Turizm ilk zamanlarda çoğunlukla yüksek gelirli bireylerin bir faaliyeti olarak öne çıkarken günümüzde daha düşük gelirli bireylerin de turizm faaliyetlerinde aktif rol oynadığı görülmektedir. Tüm hızıyla gelişim gösteren turizmde olumsuz etkileri en aza indirmek için kitlesel turizme alternatif çeşitli turizm türleri ortaya çıkmaktadır (Doldur, 2023). İnsanların özel ilgisine göre şekillenen turizm; insanların istek ve ilgilerini karşılamaya başlamasıyla birlikte çeşitlenmekte ve böylece turizm ile ilgili yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu kavramlardan biri de günümüzde dikkatleri üzerine çeken gençlik turizmi olmuştur (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002). Diğer yaş gruplarına göre turistik faaliyetlere katılım oranı yüksek olan genç bireyler heyecana, maceraya ve değişime açık bir kişiliği temsil etmektedir (Koroğlu & Güleç, 2008). Seyahat deneyimlerini olumlu bir şekilde değerlendirmek isteyen bireyler için gidilecek yerin araştırılmasından başlayarak eve gelinceye kadar geçen sürede işlemlerin kolay, hızlı, anlaşılır ve sorgulanabilir olması önem arz etmektedir (Kaçmaz & Döker, 2019). Sosyal ağların oluşumuyla birlikte insanlar; Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya mecralarında ziyaret ettikleri turistik destinasyonlar hakkında fikir ve düşüncelerini kolay bir şekilde paylaşma imkânı bularak çektikleri fotoğraf ve video paylaşımlarıyla benzersiz bir etkileşim sahası oluşmuştur (Kapan & Üncel, 2020). Fiziksel ve zihinsel açıdan güçlü, yeni ve farklı destinasyonları keşfetmenin yanında yeni deneyimlere meraklı fazla olan gençlerin deneyimlerinin neredeyse her anını internet ve sosyal medyada paylaşmaya eğilimli olmaları da kültürler arasındaki etkileşimi ve gençler arasında benzer deneyimleri yaşama isteğini arttırmaktadır. Dolayısıyla gençler turizm sektörünün gelişimine ve turizmin küreselleşmesine önemli katkı sağlayan bir nüfus grubu olarak önem kazanmaktadır. Bu bağlamda gençlerin deneyim çeşitliliği arayışı içinde olması ile ülkelerin ve şehirlerin turizm faaliyetlerini bütün bir yıla yayma isteğinin örtüştüğü de görülmektedir. Gençlik turizminin temelini gelecekteki seyahat eğilimlerinin belirleyicisi olarak dinamik, yeniliklere açık, öğrenim ve iş dışında yeni bir şeyleri keşfetmek için sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışında seyahat eden genç nüfus oluşturmaktadır.

Bölgesel ve küresel barış ortamının sağlanmasına ve yerel ekonominin gelişimine katkıda bulunan gençlerin turizm pazarı içerisindeki payının giderek artmasıyla gençlik

turizmi popüler bir turizm türü haline gelmektedir. Gençlerin daha fazla seyahat etmesi ve turizm faaliyetlerine daha fazla zaman ayırması gençlik turizminin alternatif bir turizm türü olarak dikkat çekmesine de yol açmaktadır. Kitle turizminden daha hızlı büyüme ve gelişme gösteren gençlik turizmi; turizmin gelişimine teşvik etmenin, yeni alanlar ve yeni pazarlar açmanın hazırlayıcısı olarak bilinmektedir (Garrido, 1992). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nın elde etmiş olduğu verilere göre dünyada turistik faaliyetlere katılım sağlayan bir milyar birey bulunmaktadır. Bunun %20'sini gençler oluşturmaktadır (TÜRSAB, 2015). Her geçen yıl turizm hareketliliğine katılanların sayısında artış gözlemlenmektedir. Katılımcıların içerisinde gençlerin oranının artması gençlik turizminin gelişimi açısından önemlidir. Çalışmanın amacı turizmde önemi hızla artan nüfus grubu olarak gençlerin turizm algılarını ve turizm faaliyetlerine katılımını etkileyen faktörleri incelemektir.

2. Alanyazın incelenmesi

Gençlik turizmi ile ilgili çalışmalar sayıca sınırlı olsa da konu çeşitliliği açısından alanyazındaki yerini başlıklar hâlinde incelemek daha uygun olacaktır.

2.1. Alternatif turizm kavramı ve gençlik turizmi tanımı, kapsamı ve gelişimi

Fransızca kökenli olan turizm; dinlenme, eğlenme, farklı yerleri görme, tanıma, sportif faaliyetlerde bulunma veya izleme ile bilgi ve görgüyü arttırmak gibi amaçlar taşıyabilen seyahatlerin bütünüdür (Doğanay & Zaman, 2016). Turizm, İkinci Dünya Savaşından sonra hızla gelişme göstererek daha geniş kitlelere ve tüm dünya geneline yayılmaya başlamıştır. İnsanlar geçmişten günümüze kadar olan süreçte birçok farklı sebepten dolayı seyahat etmişlerdir. Sosyal hayatta meydana gelen değişimlerle birlikte bilgi, iletişim ve teknolojiye, ulaşım araçlarında gerçekleşen gelişmeler gibi birçok nedenle tüm dünya insanları etkilenmeye başlamış ve böylece turizm hareketleri daha da genişleyerek küresel çapta bir nitelik kazanmıştır (Soyak, 2013). Küresel çapta önemli bir ivme kazanan turizme katılım sayısı her geçen gün arttıkça çeşitlenmekte ve alternatif turizm türleri ortaya çıkmaktadır.

İnsanların tüketim anlayışlarında meydana gelen değişimlerle birlikte oluşan talepler doğrultusunda turist taleplerini karşılayabilmek adına ortaya alternatif turizm kavramı çıkmıştır (Zengin, vd. 2018). Dört mevsim turistik faaliyetlere olanak sağlayan alternatif turizm türlerinden biri olan gençlik turizmi, 15-25 yaş arası genç bireyler kamusal ve özel kuruluşların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanmaktadır (Oral, 1992). Gençlik turizmi; devamlı olarak yaşadıkları, çalıştıkları ve okudukları yerlerden gezmek, dinlenmek, eğlenmek amacıyla belli bir süreliğine ayrıldığı, seyahat ettikleri bölgedeki turizm işletmelerinin sunduğu mal ve hizmetlerden faydalandığı ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetler bütünüdür (Denizer, 1992). Değişik tüketici gruplarına hitap eden turizm, tüketici toplum eğiliminin sürekli farklı bir varyasyona uğradığı sektördür.

Bu sektörün içindeki en büyük payı ise yaşlarının vermiş olduğu merak ve heyecan duygusuyla hareket ederek turistik faaliyetlere katılım sağlayan “gençler” oluşturmaktadır (Talu, 1995). Sahip oldukları yaş itibarıyla yüksek enerjilerini açığa çıkarmak, bağımsızlıklarını kanıtlamak, hayatlarında bir anlam bulmak ve bir kimlik elde etmek için çevrelerini araştırmak ve değiştirmek isteyen gençler, bu amaçlar doğrultusunda hareket ederek turistik faaliyetlere katılırlar (Doğan, 1992).

Küresel seyahatin yeni öncüleri olarak tanımlanan gençler, her sene seyahat eden bireyler arasında daha fazla bir orana sahiptir. Gençler Birleşmiş Milletler tarafından sosyal bir değişim olarak kabul edilerek turizm sektöründe gelişimin sürekliliği konusunda önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir (UNWTO, 2016). Bütün bir yıla yayılım gösteren gençlik turizmi gelecek vadeden bir turizm türüdür. Önceleri uluslararası turizmde gençlik turizminin etkisi fark edilmemiş ve önemi göz ardı edilmiştir (Richards & Wilson, 2003). Son dönemlerde ise genç gezginlerin turizm içerisindeki payının artmasıyla birlikte güçlü bir pazar oluşturduğu görülmektedir (Khoshpakyants & Vidisecheva, 2010). Bu durumda gençlik turizmi günümüzde hızlı büyüme gösteren ve gelecek vadeden turistik bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençlik turizmi alanında yapılmış olan ve yapılacak olan her bir çalışma önem arz etmektedir.

2.2. Gençlik turizmi üzerine yapılmış araştırmalar

Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002) yapmış oldukları çalışmada gençlerin turizm faaliyetlerine katılım düzeylerini belirleyerek onların bu faaliyetlerden beklentilerine ilişkin bilgileri elde etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarının sonucunda gençlerin eğlenmek amacıyla seyahat ettiklerine, seyahate gidecekleri yerlerde en çok doğal, temiz ve güzel bir çevre istediklerine ve yeme içme imkanlarının yeterli düzeyde olmasını talep ettiklerine ulaşılmıştır. Ayrıca gençlerin tatil amaçlı seyahatlerinde en önemli engelin ekonomik yetersizlikler ve güvenlik sorunları olarak belirtilmiştir. Kaşlı ve ark. (2013) gençlerin turistik tercihleri belirlenmesi üzerine çalışarak Eskişehir’de yaşayan gençler üzerinden örneklemiştir. Araştırmalarının sonucunda gençlerin turistik tercihleri üzerinde ortak bir davranış sergilediklerine, bütçenin önemli bir etkisi olduğuna, tatil yeri seçiminde en çok interneti kullandıklarına ve tatillerini çoğunlukla arkadaşları ve aileleriyle geçirmeyi planladıklarına ulaşılmıştır.

Bizirgani ve Dionysopoulou (2013) çalışmalarında sosyal medyayı aktif kullanan gençlerin profilini ve sosyal medya ve bilgi iletişim teknolojilerinin seyahat kararları üzerine etkisini araştırarak sosyal medyanın seyahat kararları üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Cristea ve ark. (2014) çalışmalarını yerel ölçekte tutarak Bükreş’teki öğrenciler arasında turizm ürünlerine yönelik tüketici davranışlarını ölçmeye yönelik yapmışlardır. Çalışmalarından elde etmiş oldukları sonuca göre gençler seyahat etmekten hoşlanıyor, seyahat edecekleri yerin tercihinde internetten faydalıyor ve genellikle bireysel olarak seyahat etmeyi tercih ediyor. Yazarlar turizm pratiği açısından genç kadın ve erkek arasında farkın olmadığına ortalama gelirin gençlerin seyahat sıklığını etkilemese de kalış sürelerini azalttığı sonucuna varmışlardır. Eusebio ve Carneiro (2014) yaptıkları çalışmada turizmin, genç turistlerin yaşam kalitesinin çeşitli alanlarında (fizyolojik ve psikolojik özellikler, sosyal ilişkiler ve çevre) etkisine

değinmekte. Çalışmanın sonucunda turizmin genç turistlerin yaşam kalitesi üzerinde etkisi olduğuna ulaşılmış olup özellikle seyahat motivasyonlarının, ev sahibi-turist etkileşiminin, seyahat grubunun ve ziyaret edilen destinasyon türünün gençlerin yaşam kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Richards (2015) çalışmasına turizm alanyazında gençlik turizmi olgusunu inceleyerek başlamış ve küresel çapta bir anket çalışması yaparak anket sonucunda gençlerin üç ana seyahat tarzının olduğuna ulaşmıştır. Bu üç ana seyahat tarzı; kendi kendine yetebilen küçük çaplı yerleşim yerlerini tercih eden sırt çantalı gezginler (backpacker), bireyselleştirilmiş yaşam tarzını benimseyen dijital gezginler (flashpacker) ve yerel toplumla bütünleşmeye çalışırken sistemin dayattığı kurallardan uzaklaşan küresel gezginler (konumdan bağımsız gezginler) olarak dikkatleri çekmiştir.

Buffa (2015) çalışmasında gençlerin sürdürülebilirlik konusundaki tutumlarını anlamak, turizmin gelişimini gelecek talebe uygun bir yönde yönlendirmek amacıyla anket çalışması uygulamış ve böylece gençlerin seyahat motivasyonlarını ve davranışlarını ölçerek genç turistlerin farklı turist profillerinde olduğunu belirtmiştir. Çalışmasında genç turist tiplerini zor yol genç turistleri ve yumuşak yol genç turistleri olarak ikiye ayırmış ve gençlerin sürdürülebilirliğin belirli boyutlarına olan ilgisine ve bu ilginin gençlerin seyahate karar verme sürecine, seyahat motivasyonuna ve davranışlarına etki ettiğini belirtmiştir. Eusebio ve Carneiro (2015) çalışmalarında farklı faaliyet profillerine sahip genç ziyaretçilerin turizm deneyimlerinin iyileştirilmesine yönelik çıkarımları tartışarak genç turistleri; kültür severler, eğlence severler, güneş ve plaj severler ve doğa severler olmak üzere dört ana kümede toplamışlardır. Bu bağlamda dört ana küme için daha cazip turizm faaliyetleri oluşturmaya yönelik öneriler sunmuşlardır.

Çakar ve Seyitoğlu (2016) yapmış oldukları çalışmada gençlik turizmi kavramını kapsamlı bir şekilde ele alarak gençlik turizmi motivasyonları hakkında fikir oluşturmayı amaçlamışlardır. Polat (2017) Balıkesir il merkezindeki gençler üzerinde yaptığı çalışmadan elde ettiği sonuçlara göre gençlerin destinasyon seçiminde dikkat ettikleri unsurun fiyat olduğunu, tatil yeri seçimlerinde bilgi kaynağı olarak en çok interneti kullandıklarını, en çok deniz kenarında yapılacak tatillerden hoşlandıklarını belirtirken bununla birlikte tatil yeri seçiminde etkili olan en önemli faktörün paranın karşılığını almak olarak belirlenmiştir. Değişgel ve Bingöl (2018) çalışmalarını yerel ölçekte Türkiye’nin turizm potansiyeli açısından önemli olan Şanlıurfa ili üzerine yapmışlardır. Şanlıurfa’nın gençlik turizmi potansiyeline değinerek bölgenin gençlik turizmi açısından beklentiye karşılayacak düzeye getirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Zengin ve ark. (2018) Sakarya Üniversitesi gençleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre genel bir yorumlama yaparak ortaya çıkan anlamlı farklılıkların genel olarak turizmin negatif etkilerinden kaynaklandığını tespit etmişlerdir. Turizm algısıyla ilgili pozitif etkiler ise zaten olması gerektiği gibi gerçekleşiyor algısını oluşturmuştur. Karataş ve ark. (2020) çalışmalarında Doğu Akdeniz ve Kocaeli Üniversitesi’nde okuyan gençlerin gençlik turizmine bakışını belirlemek amacıyla anket uygulayarak anket çalışması sonucunda genç bireylerin tatil programı yaparken ekonomik, ulaşım, konaklama ve güvenlik unsurlarından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediğini tespit etmişlerdir. Garbatov ve Chuvatkin (2021)

yapmış oldukları çalışmalarında gençlerin önem verdiği turizm motiflerini belirlemeyi tercih etmişlerdir. Yazarlar, ihtiyaçlar teorisi ile farklı yaşlardaki gençlerin turizm tercihleri arasındaki ilişkiyi ele alarak gençlerin ilgi alanlarının turizm pazarında yer alan gençlerin ihtiyaçlarıyla örtüşmediğini ortaya koymuşlardır. Mirea ve ark. (2021) çalışmalarında gençlere 20 soruluk anket uygulayarak gençlerin turizm eğilimlerini belirlemişlerdir. Çalışmanın sonucunda gençlerin doğaları gereği spontane ve dinamik yerleri tercih ettiklerine ulaşarak sürdürülebilir turizmden uzak kalabildiklerini tespit etmişlerdir.

Özay ve Köroğlu (2022) çalışmaların gençlik turizmi üzerine yapılan çalışmaları inceleyerek bibliyometrik analizini yapmışlar ve bunu görselleştirmişlerdir. Araştırmalarının sonucunda gençlik turizmi çalışmalarına bakıldığında yıl ve yazar bazında üretkenliğinin düşük olduğuna, çalışmalarda en çok kullanılan dilin İngilizce hem üretkenlik hem de etkililik bakımından alana en çok *Annals of Tourism Research* dergisi olduğuna, Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya'nın bu alan üzerinde en çok katkısı olan ülkeler olduğuna ulaşmışlardır. Saparniene ve ark. (2022) çalışmalarında genç turistlerin sürdürülebilirlik konusundaki davranışları ve sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumları üzerinde durmuşlardır. Ayrıca çalışmanın sonucunda gençlerin sürdürülebilir davranışa yönelik olduğunu tespit etmişlerdir.

Sonuç olarak, gençlik turizmi, küresel çapta hızla gelişen ve gelecekte daha da önemli hale gelmesi beklenen bir turizm türüdür. Alanyazında yapılan çalışmalar, gençlerin turizm faaliyetlerindeki yerini ve önemini ortaya koyarken, bu alanda gerçekleştirilen bilimsel araştırmalar, genç turistlerin tercihlerini ve motivasyonlarını anlamaya yönelik önemli katkılar sunmaktadır.

3. Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı turizmde önemi hızla artan nüfus grubu olarak gençlerin turizm algılarını ve turizm faaliyetlerine katılımını etkileyen faktörleri incelemektir. Gençlik turizmi üzerine yapılan çalışmalarda, yaş aralığı konusunda farklılıklar bulunmakta ve ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Uluslararası dilde gençlik turizmi; 15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel kuruluşlar tarafından sunulan destek ve teşviklerden yararlanarak ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri kapsamında yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel bir olay olarak ifade edilmektedir (Oral, 1992). UNESCO tarafından yapılan tanımlamada genç, ailesine bağlı çocuktan bağımsız bir yetişkine geçiş evresi olarak veya zorunlu eğitimden mezun olan ve çalışma yaşında olan kişidir. Bu tanımlamadan hareketle bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu, ilgili literatür taranmış olup daha önce yapılmış çalışmalardan yola çıkarak yeniden oluşturulmuş ve araştırmanın amaçlarına uygun olarak geliştirilmiştir.

Araştırma kapsamında, Türkiye'de aileden bağımsız hareket etmeye başlayan gençleri temsil edecek şekilde, 18-25 yaş aralığındaki 400 genç bireye Google Formlar aracılığıyla anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek amacıyla Kolmogorov-Smirnov testi yapılmış ve verilerin normal dağılmadığı ($p < 0,05$) belirlenmiştir. Bu nedenle analizlerde parametrik olmayan testler tercih edilmiştir. İkili grup

karşılaştırmalarında Mann-Whitney U testi, üç ve daha fazla grup karşılaştırmalarında ise Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır.

4. Analiz ve Bulguların Yorumlanması

Araştırmanın bulguları betimleyici istatistiki bulgular ve karşılıklı ilişki testlerine yönelik bulgular olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

4.1. Betimleyici istatistiki bulgular

Araştırmaya toplamda 400 genç katılmış olup gençlerin %61'i (244 kişi) kadın, %39'u (156 kişi) erkektir. Gençlerin %22,8'i (91 kişi) 18-19 yaş aralığında, %21,3'ü (85 kişi) 20-21 yaş aralığında, %18,3'ü (73 kişi) 22-23 yaş aralığında ve %37,8'i (151 kişi) 24-25 yaş aralığında yer almaktadır. Gençlerin %27,5'i (110 kişi) lise mezunu iken %21,5'i (86 kişi) ön lisans düzeyinde, %40,3'ü (161 kişi) lisans düzeyinde, %10,8'i (43 kişi) lisansüstü düzeyindedir. Gençlerin %54,5'i (218 kişi) tatile yaz tatillerinde giderken %26,5'i (106 kişi) yılda birkaç kez, %3'ü (12 kişi) yılda üç beş kez, %16'sı (64 kişi) ise fırsat buldukça gitmektedir (Tablo 1). Bu durum değerlendirildiğinde gençlerin çoğunun eğitim öğretim ve çalışma hayatı süresinde tatile gidemediği düşünülebilir. Ayrıca gençlerin tatile gitme sıklığının sınırlı olduğu ifade edilebilir. Gelir durumu ve tatile ayırdıkları bütçe açısından gençlerin düşük gelire sahip olmaları tatile gitme sıklıklarını etkileyebileceğini düşünmek mümkündür.

Tablo 1. Gençlerin cinsiyet ve yaş özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımı.

Kategori	Alt Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	244	61
	Kadın	156	39
Yaş	18-19	91	22,8
	20-21	85	21,3
	22-23	73	18,3
	24-25	151	37,8
Eğitim durumu	Lise	110	27,5
	Ön lisans	86	21,5
	Lisans	161	40,3
	Lisans üstü	43	10,8
Tatil sıklığı	Yaz Tatilinde	218	54,5
	Yılda bir iki kez	106	26,5
	Yılda üç beş kez	12	3
	Fırsat buldukça	64	16

Turizm türlerine yakınlık ile ilgili soruda (Tablo 2) gençlere üç seçenek seçebilecekleri belirtilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre gençlerin daha çok deniz/ kıyı (%30,4), doğa (%26,1), tarih/kültür (%18,4) ve kamp/çadır (%12,5) turizmi ilgili oldukları görülürken foto/safari (%1,5), inanç (%2,9), spor (%3,3) ve karavan (%4,8) turizmine olan ilgilerinin ise oldukça düşük kaldığı görülmektedir. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'de deniz turizmine olan ilgi fazladır. Gençlerin çoğunlukla tatillerini yaz aylarında yapabilmesi, kıyı turizminin ülkemizde yaygın ve popüler olması başta Ege ve Akdeniz'de olmak üzere çok sayıda şehirde ve

sahilde deniz turizmi yapabilme imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda yaz aylarında gençlik popülasyonunun sahil şehirlerinde ve şeridinde toplanıyor olması da gençler arasında deniz/kıyı turizmini ilk sıraya taşımaktadır. Son yıllarda Türkiye’de doğal alanların turizme kazandırılmasındaki ve kamp alanları sayısındaki artış gençler arasında doğa ve kamp/çadır turizmine olan ilgiyi de arttırmıştır. Doğada olmak, doğada vakit geçirmek, yürüyüş yapmak, doğa ile ilgili aktivitelerde bulunmak sosyal medyanın etkisiyle de yeni eğilimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Heyecanı yüksek, maceraperest ve gezgin ruha sahip olan gençler doğayı bir kaçış ve arkadaşları ile vakit geçirebilecekleri bağımsız mekanlar olarak görmeleri de doğa ve kamp/çadır turizmine olan ilgiyi arttırmaktadır. Tarih ve kültür turizminin öne çıkmasında Türkiye’de çekilen dizi ve filmlerin etkisi yüksek olmakla birlikte, tarihi ve kültürel mekanları ziyaret ile bu mekanlarda ya da yakın çevresinde yeme, içme imkanlarının, eğlence faaliyetlerinin artması da gençleri tarihi ve kültürel mekanlara çekmektedir. Ayrıca tarihi ve kültürel mekanlarda çekilen fotoğrafların sosyal medyada ilgi odağı olması, gençlerin kendini entelektüel olarak ifade etme olanağı sunması, tarih ve kültür turizminin gençler arasında tercih edilmesini etkileyen faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihi ve kültürel turizm olanaklarına sahip şehirlerde düzenlenen kültür festivalleri ve etkinlikler de gençlerin turizm tercihlerini etkilemektedir. Anket sonuçları değerlendirildiğinde gençlerin sporu ve inancı bir turizm faaliyeti olmaktan ziyade bir yaşam faaliyeti olarak gördükleri, özel ilgi alanlarından çok genel turizm türlerin yakın oldukları anlaşılmaktadır. Popüler kültürün gençlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkisi de oldukça fazladır. Sportif faaliyetlere dayalı turizm türlerinin (koşu, yüzmek, dalış, kano, vb.) ciddi bir eğitime gereksinim duyması, niş ve az sayıda kişi ile yapılabileceğinden ve diğer turizm türlerine göre maddi açıdan daha pahalı olması ve spor malzemelerine gereksinim duyması da spor turizmine olan ilgiyi azaltan faktörler olarak belirtilebilir. İnanç genellikle gençler arasında bir turizm faaliyeti olarak görülmemekle birlikte az sayıda gencin katıldığı inanç turizmi faaliyetleri de çoğunlukla ibadet ya da ziyaret olarak nitelendirilmektedir. Foto/safari turizmine olan ilginin düşük olması öncelikle ekonomik açıdan oldukça pahalı bir turizm türü olmasından kaynaklanmakla birlikte Türkiye’de gençlerin düşük bütçeler ile katılabileceği bu tür faaliyetlerinin azlığı da önemli bir etkidir. Ekonomik koşullar gençlerin ulaşım ve konaklama maliyetleri üzerinde direkt etkili olduğundan fiyat artışları gençlerin tatil algı ve beklentileri üzerinde oldukça etkilidir. Hatta Navratil ve Suec (2015) yapmış oldukları çalışmalarında gençlerin kalacak yerin fiyatı konusunda hassas davrandığına ve ucuz konaklamada en çok temizliğe dikkat ettiklerini tespit etmişlerdir. Katılımcı sayısının az, donanım maliyetlerinin yüksek ve ulaşım giderlerinin fazla olduğu turizm türlerine doğal olarak gençlerin de ilgisi az olacaktır.

Tablo 2. Gençlerin “Hangi Turizm Türüne Daha Yakınsınız?” sorusuna verdikleri cevabın frekans ve yüzde dağılımı.

Hangi turizm türüne daha yakınsınız? (*)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tarih/Kültür Turizmi	144	18,4
Doğa Turizmi	205	26,1
İnanç Turizmi	23	2,9
Deniz-Kıyı Turizmi	238	30,4
Spor Turizmi	26	3,3
Foto/ Safari Turizmi	12	1,5
Karavan Turizmi	38	4,8
Kamp/Çadır Turizmi	98	12,5

Tablo 3. Gençlerin "Turizm Sizin İçin Ne İfade Etmektedir?" sorusuna verdikleri cevabın frekans ve yüzde dağılımı.

Turizm sizin için ne ifade etmektedir? (*)	Frekans(n)	Yüzde (%)
Gezmek	152	23,5
Yeni Yerler Keşfetmek	246	38,1
Yeni İnsanlar Tanımak	38	5,9
Dinlenmek	113	17,5
Sosyal Bir Aktivite	97	15,0

Turizmin gençler için ifade ettiği anlam ile ilgili sonuçlar (Tablo 3) değerlendirildiğinde gençler için turizm öncelikli olarak yeni yerler keşfetmek (%38,1) anlamına gelmektedir. Gençlerin yeni mekân deneyimlerine olan açıklığı aynı zamanda farklı insanlarla tanışma ya da çevresindeki insanlarla daha samimi etkileşime girme isteğinin de bir yansıması olarak görülebilir. Keşfetme arzusundan sonra turizmi bir gezi (%23,5) faaliyeti olarak gören gençlerin durağanlık yerine hareketliliği tercih ettiği ifade edilebilir. Gezmek, insanın bulunduğu yerden başka bir yere gitmesi olarak hareketi temsil etmektedir. Turizmi dinlenme (%17,5) ve sosyal bir aktivite (%15) olarak gören gençlerin sayısı da oldukça fazladır. Dinlenme faaliyeti iş ve okulun olmaması açısından değerlendirilebilirken, sürekli yeni bir eylemde bulunma isteği de turizmi bir sosyal faaliyet olarak görme eğilimini arttırmaktadır. 18-25 yaş arasındaki katılımcıların merak, heyecan ve macera peşinde koşmaları, yaşamlarına bir yön ve anlam vermek ve bir kimlik duygusu kazanmak istemeleri ve kendi toplumlarından yabancılaşmaları nedeniyle (Doğan, 1986) “yeni yerler keşfetmek” turizm için daha fazla anlam ifade ederken “yeni insanlar tanımak” %5,9’lu bir oran nedeni ile gençler arasında ilgi görmediği düşüncesi yanlış bir çıkarım olacaktır. Zira yeni insanlarla tanışmak keşfetme ve gezme isteğinin içinde yatan sebepler olarak değerlendirilebilir.

4.2. İkili grup karşılaştırmalarına yönelik bulgular

Bireylerin kişilik özelliklerine göre değişkenler arası farklılıkları belirlemek için ikili gruplarda Mann Whitney- U Testi, üç ve üzeri gruplarda ise Kruskal Wallis H Testi kullanılmıştır (Tablo 4, 5).

Tablo 4. Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre cinsiyete dayalı anlamlı farklılıklar.

İfade	Test Değeri (U)	P Değeri	Anlamlı Farklılaşma
Gezi turlarına katılım	16205,5	0,010*	Kadınlar erkeklere oranla daha fazla katılım sağlamaktadır
Gezi tercihimde yakın mesafe önemlidir	15973,0	0,005*	Kadınlar için yakın mesafe erkeklere göre daha önemlidir
Tatillerde paket turları tercih ederim	15689,5	0,002*	Kadınlar erkeklere oranla paket turları daha çok tercih etmektedir
Tatillerimi ailemle yapmayı tercih ederim	14306,5	0,000*	Kadınlar erkeklere oranla aileleriyle tatil yapmayı daha çok tercih etmektedir
Bireysel olarak tatil yapmak önceliğimdir	15833,5	0,004*	Erkekler kadınlara oranla bireysel tatil yapmayı daha çok tercih etmektedir

*p<0,05

Tablo 5. Kruskal Wallis H testi sonuçlarına göre yaş, eğitim ve tatil sıklığına dayalı anlamlı farklılıklar.

İfade	Değişken	Test Değeri (KW)	P Değeri	Anlamlı Farklılaşma
Gezi turlarına katılım	Yaş	7,875	0,049*	24-25 yaş grubu diğer yaş gruplarına göre daha fazla katılım sağlamaktadır
Gezi turlarına katılım	Eğitim durumu	8,549	0,036*	Lisans seviyesindekiler lise mezunu ve ön lisans düzeyindekilere göre daha yüksek katılım göstermektedir
Gezi turlarına katılım	Tatile gitme sıklığı	8,092	0,044*	Yılda 3-5 kez tatile gidenler daha fazla gezi turlarına katılmaktadır

*p<0,05

Bu testlerin sonuçlarına göre; “gezi turlarına katılım” ifadesinde cinsiyete göre anlamlı farklılaşma görülmektedir. (U= 16205,5 / p=,010*) (p<0,05). Kadınlar erkeklere oranla daha fazla katılım sağlamaktadır. Bu sonuç erkek egemen bir toplumda gençlerle ortaya çıkan bir değişim, dönüşüm dalgasının işareti olarak görülebilir. Gezi ve seyahat konusunda erkeklere göre daha dezavantajlı durumda olan ya da erkeklere bağımlı olarak bu faaliyetlere katılım sağlayan kadınların günümüz Türkiye’inde daha aktif ve erkeklerden bağımsız olarak hareket etmeye başladığının da göstergesidir. Gençler arasında yaş farkına bağlı olarak da anlamlı bir farklılaşma görülmektedir. (KW= 7,875 p=,049*) (p<0,05). 24-25 yaş grubundaki bireylerin gezi turlarına katılımlarının diğer yaş gruplarındaki bireylere göre daha fazla katılım sağladıkları tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilik hayatından çalışma hayatına geçişteki artışa bağlı olarak ekonomik bağımsızlığını kazanan gençlerin turizm algılarının ve beklentilerinin değiştiğine, geliştiğine bir işarettir. Çalışma hayatının getirdiği iş yükü, yoğun tempo ve stres gençlerin turizm faaliyetlerine katılımını arttırmaktadır. Yaş durumunda olduğu gibi gençlerin eğitim durumları da anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir. (KW= 8,549 p= ,036*) (p<0,05). Lisans seviyesinde olanların lise mezunu ve ön lisans düzeyinde olanlara göre gezi turlarına katılımı daha yüksektir. Bu durumda eğitim seviyesinin artması ile gençlerin turistik faaliyetlere katılım oranının da arttığı görülmektedir. Anlamlı bir farklılaşma görülen diğer bir konuda da tatile gitme sıklığıdır (KW= 8,092 p=,044*) (p<0,05). Tatile yılda üç beş kez vakit ayıranların gezi turlarına katılım oranı da yüksek çıkmaktadır. Bu durum ülkemizde tatil anlayışının gençler arasında da değiştiğinin ve yaygınlaştığının bir göstergesi olarak ifade edilebilir.

“Gezi tercihimde yakın mesafe önemlidir.” ifadesinin sonuçları incelendiğinde cinsiyete göre anlamlı farklılaşma görülmektedir (U=15973,0 p=,005) (p<0,05). Kadınların gezilere katılımı erkeklere oranla daha fazla olsa da yakın mesafe konusu erkeklere göre daha fazla önem kazanmaktadır. Bu durumu kadınların yaşadığı, yaşayabileceği güvenlik kaygıları ile ilişkilendirilebilmekle birlikte evli olmayan kadınlar üzerindeki aile etkisi, evli olan kadınların eş ve çocukların durumu ile ilgili meseleler kadınların gezi tercihlerinde yakın mesafeleri tercih etmelerinde etkili olmaktadır. Özellikle evli gençlerin çocuklarının da yaşlarının küçük olduğu düşünüldüğünde küçük çocuklarla seyahat etmenin, tatil yapmanın zorlukları daha yakın mesafelerin tercih edilmesine neden olmaktadır. Ayrıca mesafe artışı ile gezi süresi ve maliyetleri de artacağı için gezilere daha düşük bütçe ayırmak durumunda olan gençlerin yakın mesafeleri tercih ettiği de görülmektedir.

“Tatillerde paket turları tercih ederim.” ifadesine ait puan ortalamaları incelendiğinde cinsiyete göre anlamlı farklılaşma görülmektedir (U= 15689,5 p= ,002) (p<0,05). Kadınlar erkeklere oranla tatillerinde paket turları daha çok tercih etmektedirler. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra yaygınlaşan paket turlar turizm kiteselleşmesine ve gelişimine katkı sağlamıştır. Ülkemiz açısından da önemli bir gelir kaynağı olan paket turlara daha çok yer gezmek, uzak mesafelere güvenli bir şekilde yolculuk yapmak isteyen kadınlar erkeklere oranla daha fazla tercih etmektedir (Hoşcan & Selçuk, 2021). Yapılan bu çalışmada da benzer bir sonuç ortaya çıkmış genç kadınlar benzer sebeplerden paket tur tercihlerinde öne çıkmıştır.

“Tatillerimi ailemle yapmayı tercih ederim” ifadesine ilişkin sonuçlar cinsiyete göre anlamlı farklılaşmaktadır ($U=14306,5$ $p=.000$) ($p<0,05$). Kadınlar erkeklerle oranla aileleriyle birlikte tatil yapmayı daha çok tercih etmektedir. Bireysel ve toplumsal kaygılar, güvenlik endişesi ve kadınların aileleri ile vakit geçirme isteğinin erkeklerle göre daha fazla olması kadınların aileleri birlikte tatil yapma isteklerini arttırmaktadır.

“Bireysel olarak tatil yapmak önceliğimidir” ifadesine ilişkin sonuçlar cinsiyete göre anlamlı farklılaşmaktadır ($U=15833,5$ $p=.004$) ($p<0,05$). Erkeklerin kadınlara oranla bireysel olarak tatil yapmak istemeleri daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup bir önceki ifadeyi de teyit eder niteliğinde karşımıza çıkmaktadır. Tatili her türlü sorumluluktan uzaklaşma ve kaçış olarak görme eğilimi erkeklerde daha fazladır. Bu sonuçlar temel ve genel toplumsal etkiler ve eğilimlerin gençler üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir. Değişim ve dönüşümün tasarımcısı ve taşıyıcısı olan gençler aynı zamanda içinde bulunduğu toplumsal ve kültürel yapıların da etkisi altındadır. Gençlerin sıklıkla yollarını kaybetmelerinin, fikir ayrılıkları ve çatışmalarına düşmelerinin dolayısı ile kırılganlıklarının artmasının en temel sebeplerinden biri olan bu birbirine zıt görünen ikili yapı turizm faaliyetlerinde de fazlası ile kendini göstermektedir. Zira gençler diğer birçok konuda olduğu gibi turizm faaliyetlerini de kendini tanımak ve keşfetmekten ziyade kendini tanıtmak ve ifade etme biçimi olarak görmektedir. Giyim, yeme içme, eğlence, eğitim, kültür, seyahat anlayışlarını özellikle sosyal medya aracılığı ile gösterme eğilimleri gençlerin turizm faaliyetlerinden elde edebilecekleri kazanımların önüne geçmektedir. Zira turizm faaliyetleri bireyin farklı mekanlarda ve farklı insanlarla etkileşim halinde bir kendini keşfetme sürecidir. Oysaki günümüz turizm faaliyetleri bir keşfetme serüvenine değil bir keşfedilme sürecine dönüşmektedir. Keşfetme anlayışı genelde sosyal medya özelde turizm faaliyetlerinin en sıklıkla paylaşıldığı platformlardan biri olarak Instagram’da şekil değiştirmiş dolayısı ile gençlerin turizm algı ve beklentilerini de şekillendirmeye başlamıştır. Anket içerisinde yer alan diğer ifadelerle gençler arasında anlamlı bir farklılaşma görülmüştüğü tespit edilmiştir.

5. Sonuç

Küreselleşen dünyanın en önemli ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetlerinden biri haline gelen turizm sektöründe, gençlerin artan payı, sektörün dinamiklerini kökten değiştirmektedir. Bu çalışma kapsamında 18–25 yaş arası 400 genç üzerinde yapılan anket sonuçları, gençlerin özellikle deniz, kıyı ve doğa turizmüne olan yakınlıklarını ve yeni yerler keşfetme arzusunu ortaya koymuştur. Elde edilen veriler, kadınların gezi turlarına katılımda daha yüksek oranlar sergilemesinin, toplumsal güvenlik ve mesafe tercihlerinin belirleyici olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, evli gençlerin ve küçük çocuklu bireylerin yakın mesafeleri tercih etmesi, ekonomik kısıtlamaların turizm alışkanlıklarını etkilediğini işaret etmektedir.

Araştırmamız, internet ve sosyal medyanın turizmdeki rolünü de net bir şekilde ortaya koymuş; bu mecraları etkin kullanan gençlerin, yeni destinasyonların oluşumuna ve mevcut destinasyonların popülerleşmesine önemli ölçüde katkı sağladığını göstermiştir. Ayrıca, gençlerin turizme katılımı yalnızca bireysel bir etkinlik olmaktan çıkarak, yerel ve küresel ekonomilere, sosyal etkileşimlere ve kültürel entegrasyona da olumlu yansımaktadır.

Covid-19 salgını tüm yaş gruplarının olduğu gibi gençlerin de turizm algı ve beklentilerini etkilemiştir. Gençler hayattan keyif aldıkları, kendilerini iyi hissettikleri ve enerjik oldukları dönemlerde turizm faaliyetlerine daha fazla katılım sağlamaktadır. Tüm sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde gençlerin turizm faaliyetlerindeki küresel, ulusal ve yerel önemi giderek artmaktadır. Özellikle internet ve sosyal medyayı daha iyi ve daha çok kullanan gençler yeni destinasyonların oluşumunda ve var olanlarının popülerleşmesinde de oldukça etkilidir. Dolayısı ile gençlerin daha fazla turizme katılımını sağlayacak ekonomik koşulların oluşturulması turizm faaliyetlerinin gelişimine de önemli katkı sağlayacaktır. Farklı sosyal, kültürel, toplumsal ortamlarda yer alabilen, kendilerini ifade edebilen ve keyif alabilen gençler toplumsal ve kültürel mesafelerin azalmasında, huzur ve barış ortamının sağlanmasında önemli bir aktör olarak görülmelidirler. Nasıl ki gençler dünyanın ve ülkelerin geleceğinde önemli bir yere sahip ise turizmin geleceğindeki konumları da oldukça sağlamdır. Bu nedenle özel sektörün turizm faaliyetlerinde gençlere özel ayrıcalıklı gezi turları ve tatil paketleri düzenlemeleri, kamunun ise gençlere ekonomik olarak destek olması gençlerin turizm faaliyetlerine yönelik beklenti ve algıları üzerinde olumlu etki edecek ve katılımlarını arttıracaktır. Üniversite öğrencilerinin kredi yurtlar kurumuna bağlı yurtları gezi ve tatil amaçlı kullanabilmeleri bu bağlamda başarılı bir örnek olarak değerlendirilebilir. Ayrıca başta Gençlik ve Spor Bakanlığı olmak üzere belediyelerin ve üniversitelerin gençlere yönelik gerek sportif gerek akademik etkinlikleri de gençlerin farklı şehir, kültür, ortam ve insanlarla tanışmalarını sağlamaları da önemli bir kazanımdır. Bu tür faaliyet ve etkinliklerin artması ekonomik nedenler ile turizme katılım sağlayamayan gençlerin önünü açacak, ülkeye ve ülke insanına duyduğu güveni artacaktır. Sonuç olarak gençlerin turizme katılımı önemli bir ekonomik faaliyet olmak ile sosyal, kültürel ve toplumsal barış için de oldukça önemli ve büyük bir adımdır. Gençlerin ülke ve dünya genelinde attığı adımların sayısı arttıkça bilgisi, görgüsü, kültürü, düşleri, düşüncesi, inancı da artacak turizm ülke ve dünya gençleri arasında bir köprü olacak, bir ağ ve en önemlisi bir bağ oluşturacaktır.

Araştırmacıların katkı oranı

Elif Kılıçarslan: Literatür taraması, Anket Uygulaması, Analiz, Makale yazımı; **Muhammet Kaçmaz:** Düzenleme, Makale yazımı.

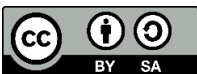
Çatışma Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Buffa, F. (2015). Young tourists and sustainability: Profiles, attitudes, and implications for destination strategies. *Sustainability*, 7(10), 14042-14062.
- Bizirgianni, I. & Dionysopoulou, P. (2013). The influence of tourist trends of youth tourism through social media (SM) and information and communication technologies (ICTs). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 73(2013) 652-660.
- Cristea, A. A., Apostol, M. S. & Dosescu, T. C. (2014). Young consumer behaviour towards tourism products. *Knowledge Horizons. Economics*, 6(3), 136-139.
- Çakar, K. & Seyitoğlu, F. (2016). In the proceedings of the multidisciplinary academic conference. In J. Vopava, V.

- Douda, R. Kratochvil ve M. Konecki (Eds.), *Youth tourism: understanding the youth travellers' motivations* (pp. 248-253). MAC Prague.
- Değişel, S. & Bingöl, Z. (2018). Şanlıurfa ilinin gençlik turizmi potansiyelinin incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(1), 375-390.
- Denizer, D. (1992). *Gençlik turizminde pazarlama stratejisi*. (Gençlik turizmi konferans-workshop). Ankara Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Doğan, H.Z. (1986). "Gençlik ve Turizm". *İçinde Turizm Yıllığı 1986* (ss. 71-79). Türkiye Turizm Bankası Yayını.
- Doğan, H. Z. (1992). *Gençlik turizminin psikolojik temelleri*. (Gençlik turizmi konferans-workshop). Ankara Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Doğanay, H. & Zaman, S. (2016). *Türkiye turizm coğrafyası*. Pegem Akademi.
- Doldur, H. (2023). Yeşilova ilçesinin ekoturizm potansiyeli. *İçinde K. Kapan (Ed.), Doğan ve beşeri özellikleriyle Yeşilova* (ss. 197-212). Pegem Akademi.
- Eusébio, C. & Carneiro, M. J. (2014). The impact of tourism on quality of life: A segmentation analysis of the youth market. *Tourism Analysis*, 19(6), 741-757.
- Eusébio, C. & João Carneiro, M. (2015). How diverse is the youth tourism market? An activity-based segmentation study, tourism. *An International Interdisciplinary Journal*, 63(3), 295-316.
- Garrido, J. (1992). *Hostels and the international youth hostel federation*. (Gençlik turizmi konferans-workshop). Ankara Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Garbatov, S. & Chuvatkin, P. (2021). Competitiveness and the development of socio-economic systems. In E. Popov, V. Barkhatov, V.D. Pham & D. Pletnev (Eds.), *The research of youth travel preferences* (pp. 464-475). European Publisher Ltd.
- Hoşcan, N. & Selçuk, I. (2021). Hane halkı bütçe anketi kapsamında Türkiye'de paket tur harcamaları. *Finans Ekonomi Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 251-264.
- Kaçmaz, M. & Döker, M.F. (2019). Turizm değerlerimizin tanıtılması ve pazarlanmasında web-mobil tabanlı coğrafi bilgi sistemlerinin kullanımı. *İçinde E. Akköprü & M.F. Döker (Eds.), Coğrafya araştırmalarında coğrafi bilgi sistemleri uygulamaları* (ss. 217-240). Pegem Akademi.
- Kapan, K. & Üncel, R. (2020). Gelişen web teknolojilerinin (WEB 1.0- WEB 2.0- WEB 3.0) Türkiye turizmine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 276-289.
- Karataş, İ., Altun, Ö. & Cırcıoğlu, M. N. (2020). Gençlik turizmine üniversiteli gençlerin bakış açısı: Doğu Akdeniz ile Kocaeli Üniversitesi karşılaştırılması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 314-332.
- Kaşlı, M., Arslaner, E., Demirci, B. & Yılmazdoğan, O. C. (2013). Gençlerin turistik tercihlerinin belirlenmesi: Eskişehir'de yaşayan gençler örneği. *İçinde K. Karamustafa (Ed.), 14. Ulusal turizm kongresi bildirileri* (ss. 928-940). Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları.
- Khoshpakyants, A. & Vidischeva, E. (2010). Challenges of youth tourism. *European Researcher*, 1(1), 101-103.
- Köroğlu, A. & Güleç, B. (2008). Turistik ürün çeşitlendirmesi. *İçinde N. Hacıoğlu & C. Avcıkurt (Eds.), Gençlik turizmi* (ss. 41-60). Nobel Yayınevi.
- Mirea, C. N., Sârbu, A. M. & Nistoreanu, P. (2021). Youth: Possible segment of the movement for sustainability in tourism. In M. Arami, P. Baudier & V. Chang (Eds.), *Proceedings of the 3rd international conference on finance, economics, management and IT business (FEMIB 2021)* (pp. 72-79). Science and Technology Publications.
- Navratil, J. & Svec, R. (2015). Perception of the "Cheap Accommodation" in the youth tourism market. In K.S. Soliman (Ed.), *Innovation vision 2020: From regional development sustainability to global economic growth* (pp. 944-954). IBIMA.
- Oral, S. (1992). *Türkiye'de gençlik turizmi ve geliştirilmesi (Sorunlar ve öneriler)*. (Gençlik turizmi konferans-workshop). Ankara Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Özay, Z. & Köroğlu, A. (2022). Gençlik turizmi çalışmalarının bibliyometrik analizi ve görselleştirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1337-1352.
- Öztürk, Y. & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Türkiye'deki üniversite gençliğinin turizme yöneltilmesi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 162-171.
- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir kent merkezinde bir araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 234-250.
- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Richard, G. & Wilson, J. (2003). *Today's youth travellers: Tomorrow's global nomads, new horizons in independent youth and student travel*. International Student Travel Confederation (ISTC).
- World Tourism Organization (UNWTO) (2016). *Affiliate members global reports, Volume thirteen – The power of youth travel*. UNWTO. <https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report-Power-of-Youth-Travel-2016.pdf>
- Saparniene, D., Mejere, O., Raisutienė, J., Juknevičienė, V. & Rupulevičienė, R. (2022). Expression of behavior and attitudes toward sustainable tourism in the youth population: A search for statistical types. *Sustainability*, 14(1), 473.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 1-18.
- Talu, B. (1995). Turizmin çeşitlendirilmesi süreci kapsamında gençlik turizmi-Türkiye'ye yönelik makro düzeyde bir model yaklaşımı (Tez No. 43350) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Gençlik turizmi 2015 raporu, turizmciler 300 milyon gencin peşinde* (2015). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.
- Zengin, B., Kınır, S. & Tezcan, N. Ş. (2018). Gençlerin turizm algısı ve turizme verilen destek; Sakarya Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 147-168.



EK-1

Değerli Katılımcı;

Bu ankette “***Gençlik Turizmi; 18-25 Yaş Arası Gençlerin Turizm Faaliyetlerine Yönelik Algıları ve Katılım Eğilimleri***” isimli yüksek lisans çalışması kapsamında gençlerin turizm algısını ölçmeye yönelik bir araştırma anketidir. Ankette ulaşılmak istenen hedef kitle 18-25 yaş arası gençlerdir. Vereceğiniz yanıtlar **üçüncü şahıslarla paylaşılmayacak** yalnızca “**bilimsel amaçla**” kullanılacaktır. Araştırma ile ilgili soru ve görüşleriniz için aşağıdaki mail adreslerinden bize ulaşabilirsiniz. Göstermiş olduğunuz ilgi ve vermiş olduğunuz destek için teşekkür ederiz.

ARAŞTIRMACILAR

Elif KILIÇARSLAN

Sakarya Üniversitesi

Coğrafya Bölümü

elif.kilicarslan3@ogr.sakarya.edu.tr

Doç. Dr. Muhammet KAÇMAZ

Sakarya Üniversitesi

Coğrafya Bölümü

mkacmaz@sakarya.edu.tr

Bölüm 1: Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyetiniz?

() Kadın () Erkek

2. Yaşınız?

() 18-19 () 20-21 () 22-23 () 24-25

3. Eğitiminiz?

() Lise () Ön Lisans () Lisans () Yüksek Lisans

4. Aylık Geliriniz?

() 500-1000 TL () 1000-2000 TL () 2000-3000 TL () 3000 TL’den fazla

5. Öncelikli Gelir Kaynağınız?

() Burs () Çalışıyorum () Aile

6. Yaşadığınız şehir?

Bölüm 2: Genel Turizm Faaliyetlerini Ölçmeye Yönelik Sorular

7. Tatile ne sıklıkla gidersiniz?

() Yaz tatilinde
() Yılda bir iki kez
() Yılda üç beş kez
() Fırsat buldukça (hafta sonları, resmî tatiller vb.)

8. Tatile yıllık ayırdığınız bütçe ortalama ne kadardır? :

() 0-500 TL () 500-1500 TL () 1500-2500 TL () 2500 TL’den fazla

9. Günübirlik bir geziye ayırdığınız bütçe ortalama ne kadardır? :

() 50-100 TL () 100-250 TL () 250-500 TL () 500 TL’den fazla

10. Hangi turizm türüne daha yakınsınız? (En fazla üç seçenek işaretleyebilirsiniz)

- () Tarih/Kültür turizmi
 () Doğa Turizmi
 () İnanç Turizmi
 () Deniz-Kıyı Turizmi
 () Spor Turizmi
 () Foto/Safari Turizmi
 () Karavan Turizmi
 () Kamp/Çadır Turizmi

11. Turizm sizin için ne ifade etmektedir? (En fazla iki seçenek işaretleyebilirsiniz)

- () Gezmek
 () Yeni yerler keşfetmek
 () Yeni insanlar tanımak
 () Dinlenmek
 () Sosyal bir aktivite

Aşağıdaki her soru için, sağdaki sayılardan konunun önemiyle ilgili görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyiniz.

Soru	Önem Ölçeği				
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
12. Gezi turlarına katılırım.	1	2	3	4	5
13. Yeni yerler keşfetmeyi ve macerayı severim.	1	2	3	4	5
14. Gezi tercihlerimde yakın mesafe önemlidir.	1	2	3	4	5
15. Bir geziye katılmadan önce gideceğim yeri araştırırım.	1	2	3	4	5
16. Sosyal medyada gördüğüm yerleri gezmek isterim.	1	2	3	4	5
17. Gezdiğim yerleri sosyal medya hesaplarımda paylaşıyorum.	1	2	3	4	5
18. Arkadaşlarımdan tavsiye ettiği bir yere gitmek önceliğimdir.	1	2	3	4	5
19. Ekonomik durumum tatil tercihimin etkiler.	1	2	3	4	5
20. Ailem tatil tercihimin etkiler.	1	2	3	4	5
21. Bir gezide seyahat ettiğim aracın konforu benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
22. Otel kalitesi tatil tercihimin etki eder.	1	2	3	4	5
23. Tatil yerini seçerken ulaşım imkânlarının gelişmiş olmasına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
24. Konaklayacağım yerin teknolojik imkânlarının gelişmiş olmasını isterim.	1	2	3	4	5
25. Tatil yerimi tercih ederken tarihi bir yer olmasına dikkat ederim.	1	2	3	4	5

26. Tatillerde deniz turizmini tercih ederim.	1	2	3	4	5
27. Tatil yerimin doğal güzelliklere sahip olması benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
28. Kongre ya da fuarlar turizm faaliyetine katılımımı artırır.	1	2	3	4	5
29. Festival veya şenlikler turizm faaliyetine katılımımı artırır.	1	2	3	4	5
30. Tatillerde paket turları tercih ederim.	1	2	3	4	5
31. Tatillerimi ailemle yapmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
32. Bireysel olarak bir geziye katılmak önceliğimdir.	1	2	3	4	5
33. Genelde akraba veya arkadaş ziyareti yapmak amacıyla turizm faaliyetine katılırım.	1	2	3	4	5
34. Tatillerimi arkadaşlarımla yapmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
35. Uygun fiyatta ulaşım ve konaklama turizm faaliyetlerine katılımımı artırır.	1	2	3	4	5
36. Karavan ile seyahat etmek ilgimi çeker.	1	2	3	4	5
37. Tatillerde alışveriş yapmayı severim.	1	2	3	4	5
38. Tatillerde alışveriş önceliğim yerel halktan yerel ürünler almaktır.	1	2	3	4	5
39. Pandemi süreci turizm alışkanlıklarımı değiştirdi.	1	2	3	4	5
40. Pandemi süreci otellerde tatil yapma isteğimi azalttı.	1	2	3	4	5
41. Pandemi süreci kamp/ çadır turizmine olan ilgimi artırdı.	1	2	3	4	5
42. Turistik gezilerde alışveriş alışkanlığım yoktur.	1	2	3	4	5
43. Ulaşım ve konaklama fiyatları turizm faaliyetine katılımımı etkilemez.	1	2	3	4	5
44. Hayattan keyif aldığım dönemlerde turistik faaliyete katılımım yüksek olur.	1	2	3	4	5