

## Üniversite Gençliğinin Turizme Bakış Açısı: İstanbul Arel Üniversitesi Örneği

DOI: 10.26466/opus.441059

\*

Gül Yılmaz\*

\*Dr Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul/Türkiye  
E-Posta: [gulyilmaz@arel.edu.tr](mailto:gulyilmaz@arel.edu.tr) ORCID: [0000-0002-1882-867X](https://orcid.org/0000-0002-1882-867X)

### Öz

Turizm faaliyetlerinin temelinde seyahat olgusu yatmaktadır. Kişiler devamlı oturdukları yerin dışına seyahat ederek, geçici olarak konaklayarak ve turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek turizm olayını gerçekleştirmektedirler. Genç nüfus olarak adlandırılan 15-24 yaş arasındaki kesim; yeni toplumları ve kültürleri keşfetmek için uzak yerlere ferdi veya grup halinde seyahat ederek gençlik turizmini oluşturmaktadırlar. Gençlerin kişiliklerinin gelişmesinde, özgüvenlerinin kazanılmasında etkili olan gençlik turizmi; sadece dinlenme ve eğlenme faaliyeti olmayıp eğitim ve öğrenim özelliği de taşımaktadır. Ayrıca gençlik turizminin bir diğer misyonu da ulusal ve uluslararası barışa ulaşmada katkı sağlayacak olmasıdır. Bu bağlamda; gençlik turizminden beklenen faydanın tam olarak sağlanabilmesi için gençlerin tatil anlayışlarının ne şekilde olduğu, beklentilerinin neler olabileceği hususunun tespit edilmesi de gerekmektedir. Çünkü genç insanın beklenti ve davranışı orta yaş ve yaşlılara göre daha da farklı olmaktadır. Bu çalışmada; gençlik turizmi kavramı ele alınarak gençlik turizmine yönelik eğitim, organizasyon ve özellikle gençleri seyahate teşvik eden coğrafi çekicilik faaliyetlerinin dünyada ve Türkiye’de neler olduğu aktarılacaktır. Yine genç talebin seyahat öncesi ve esnasında beklenti ve davranışlarının neler olduğunu objektif olarak değerlendirebilmek için üniversite öğrencileri arasında anket çalışması yapılacaktır. Bu anket çalışması sonucunda genç kesimin turizm hareketlerine ivme kazandırabilmek için merkezi ve yerel yönetimler ile turizme hizmet veren özel ve kamu sektörünün yatırım ve yönetim ile pazarlama-tanıtım alanlarında yapılması gerekenler ayrıntılı olarak incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, gençlik turizmi, dünyada ve Türkiye’de gençlik turizmi, üniversite gençliği, üniversite gençliği ve turizm

## University Youth Tourism Analysis: Case Study of Istanbul Arel University

\*

### Abstract

*The basis of tourism activities is Travel. People are constantly traveling outside the place they live in, temporarily staying in and demanding goods and services produced by tourism activities. The section between the ages of 15 and 24, called the young population, create youth tourism by traveling individually or in groups to remote places to discover new societies and cultures. Youth tourism, which is effective in the development of young people's self-esteem, it is not just a recreation and entertainment activity but also a training and learning facility. In addition, another mission of youth tourism is to contribute to national and international peace. In this context; it is also necessary to determine what the youth's understanding of the holiday is and what the expectations might be so that the expected benefit from youth tourism can be fully achieved. Because young people's expectations and behaviors are more different than middle age and old ones. In this study; by considering the concept of education for the youth tourism youth tourism, especially that of the youth organization of the trip and will be transferred to activities that promote geographic attractiveness is happening in the world and in Turkey. A survey will be conducted among the university students in order to be able to objectively evaluate what their expectations and behaviors are before and during the young students' journey. As a result of this survey study, the needs of the central and local governments and private and public sector investment and management and marketing-promotion areas that provide tourism services will be examined in detail in order to accelerate the tourism movements of young people.*

**Keywords:** *Tourism, Youth tourism, Youth tourism in the world and Turkey, University youth, University youth and tourism.*

## Giriş

Dünyada 1930'lu yıllarda, Türkiye'de 1980'li yıllarda gelişmeye başlayan turizm faaliyeti ülkelerin ekonomilerinde rol oynaya başlamış ve her yapılan seyahatin turizm içerisinde değerlendirilemeyeceği yapılan tanımlarla vurgulanmıştır. Nitekim 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından yapılan bir tanım, kişinin devamlı ikâmet ettiği ülkenin dışına, 24 saatten az olmamak şartıyla yaptığı seyahati "turizm" olarak belirlemiştir. 1963 yılında Roma'da Birleşmiş Milletler Seyahat ve Turizm Konferansı toplantısında ise turizm olayı çerçevesinde değerlendirilebilecek seyahatlerin kapsamı çizilmiştir (Toskay, 1983). Tüm bu çalışmalardan hareketle turizmin, "sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç amacına dayanmayan nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelenmeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli olay ve ilişkilerin bütünü" olarak geniş bir tanımla yapılabilmektedir (Usta, 2001).

Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi turizm, yalnızca bir seyahat olayı değil, aynı zamanda gidilen yörede turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerin talep edilmesi olayıdır. Bu durum aslında turizmin bir ekonomik boyut taşıdığına da göstergesidir. Çünkü turizm yarattığı istihdam ve milli gelir artışı, döviz rezervlerini arttırıcı etkisi, ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesindeki etkileri ile ülke ekonomilerinde önemli rol oynamaktadır.

Turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi için gidilecek yerin çekici- cazibe unsurunun olması, erişilebilir (ulaşılabilirlik) olması ve faydalılık faktörünün yani yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanabilir olması önemlidir. İnsanların turizme katılmalarının nedenlerinde sadece değişik yerler görme, doğayla iç içe olma gibi nedenler bulunmama- la birlikte kongrelere katılma termal alanlardan yararlanma vb gibi isteklerde bulunmaktadır. Bu durum alternatif turizm faaliyetlerinin oluşmasını sağlamaktadır. Alternatif turizm faaliyetleri olarak sayılabilecek olanlar da sırasıyla; Kongre Turizmi, Golf Turizmi, Spor Turizmi, Macera Turizmi, Kültür Turizmi, Eko Turizm, Termal Turizm, Gençlik Turizmi'dir.

Çalışmada alternatif turizm türlerinden olan gençlik turizmi tanımı, kavramı üzerinde durularak, Dünyada ve Türkiye’de gençlik turizminin durumu göz önüne serilerek günümüz gençlerinin turizme bakış açıları araştırılıp somut örnekler sunulacaktır.

## Gençlik Turizmi

Günümüzde uluslararası turizm; geleneksel olarak yapılan, fiziksel ve eğitsel deneyimlerle, ve de maceraya yönelik gençlerin yapabileceği spor aktivitelerine dayalı turizm olarak üç tipe ayrılabilir. Birincisi ve en yaygın, esas olarak turistlerin dinlenmeye ve en önemli bölgesel atraksiyonları görmeye yönelik ilgisinin odaklandığı geleneksel turizm, ikinci tip ise ancak fiziksel mücadeleyle, eğitsel deneyimlerle, spor ve doğayla temasla yapılabilen macera turizmidir. Gençler de genellikle maceraya ve fizik gücüne dayanan trekking, rafting gibi enerjilerini sarf edecekleri turizmleri tercih etmektedirler. Bir ülke nüfusunda 15-24 yaş dilimi arasında kalan, öğrenim yapan kendi evini kurmamış, öğrenim görmüyorsa ailesine katkıda bulunup çalışan bireyler olarak tanımlanan genç nüfus gençlik turizminin öznesini oluşturmaktadır (Küçükaltan, 1995). Gençlik turizmine yönelik olarak yapılan tüm tanımlar genel olarak benzer kavramları kapsamaktadır (Öztürk, 2002).Yapılan tanımlamalara göre; (Toskay, 1983) gençlik turizmini “15-24 yaş arasında olan anne, baba veya kendilerinin meydana getirdiği aile fertleri olmaksızın seyahat edenlerin yarattığı turizm olarak, Oral ise (Oral, 1992) “15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri ile yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomi, sosyal ve kültürel motifli bir olay olarak tanımlamaktadır.

Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere gençlik turizminde belirleyici unsur bireylerin yaşı olmaktadır. Ayrıca gençlerin turizm olayına katılmaları ailelerinin eğitim ve ekonomik durumlarıyla yakından ilgilidir. Yapılan araştırmalar, kültür ve gelir düzeyi yüksek ailelerin 18 yaşını aşmış çocuklarının tek başına tatil yapma isteklerine sıcak

baktıklarını, hatta teşvik ettiklerini göstermektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre dünyada 1 milyar kişiyi aşan turistlerin yüzde 20'sini gençler oluşturmaktadır. Yani yaklaşık 200 milyon genç, eğlenmek, dinlenmek, öğrenmek ve keşfetmek için seyahate çıkmaktadır. Bu sayının çok değil, 6 yıl sonra; 100 milyon kişi daha artarak 300 milyonu, yaptıkları harcamanın ise 320 milyar doları aşması beklenmektedir ([http:// tursab.org.tr](http://tursab.org.tr)). Gençlik turizmini destekleyen birçok kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Dünyada; UNWTO, WYSE, FIYTO, ISTC, IYHF, Azerbaycan Youth Tourism Organisation vb. kurum ve kuruluşlar desteklerken; Türkiye'de ise GençTur, Milli Eğitim Bakanlığı Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu, Spordan Sorumlu Devlet Bakanlığı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü, Turizm Bakanlığı vb. kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenmektedir ( <http:// academia.edu>). Gençlik turizmi, gençlerin turizme kazandırılması için çeşitli faaliyetlerle kendini gösterebilmektedir. Bu faaliyetler arasında; Au-pair, eğitsel turizm, gönüllü programlar, “work and travel” programları, kültürel değişim, spor turizmi ve macera turizmi bulunmaktadır (Olimpia, 2011).

### **Dünyada ve Türkiye’de Gençlik Turizmi Faaliyetleri**

Gençlik turizminin tarihsel açıdan gelişimine bakıldığında, Ortaçağ Dönemi turizm hareketleri içerisinde 17.ve 18. Yüzyıllarda asil sınıfa ait aileler çocuklarını bir ile üç yıl süren ve adına “Grand tour” denilen kültürel seyahatlere gönderdikleri bilinmektedir. Bu seyahatlerin kültürel açıdan geleceğin idarecisi olan gençlere diğer ülkeleri ve kültürlerini tanımaları için fırsat olduğunu düşündüklerinden kültür yönünden belli başlı şehirler olarak bilinen Roma, Floransa ve Paris tercih edilmekteydi. 20.yüzyılın başına gelindiğinde ise Richard Schirrmann isimli öğretmenin, gençler için konaklama faaliyetini geliştirmesi fikrini ortaya atmasıyla gençlik turizmi önemli bir aşama daha kaydetmiştir (Şahin ve İstanbullu Dinçer). Türkiye’de ise; gençlik turizmi faaliyetleri için en önemli adım, 1953 yılında kurulmuş olan Milli Talebe Federasyonu ile atılmıştır (Acır, 2010)

Dünyadaki genç turistlerin seyahat etmekteki en önemli amaçlarının “yerel’i” tanımayı istemek olduğu belirtilmektedir. Gençlerin

yüzde 55'i seyahat etme isteğini yerel insanlarla tanışmak olarak belirtilmektedir. Gençlerin yüzde 46'sı gittiği yerdeki günlük hayatı deneyimlemek, yüzde 43'ü de yerle ilgili bilgilerini artırmak amacıyla seyahat ettiğini dile getirilmektedir. Genç turistler, seyahat etmeyi yalnızca hayatın farklı alanlarında deneyim kazanmak olarak değil, bu kazandığı deneyimleri sosyo-ekonomik hayatlarında kullanabilmek yolunda bir araç olarak algılamaktadır. Küresel genç turistlerin özellikleri şöyle öne çıkmaktadır:

- Genç turistler çoğu zaman ortalama turistten daha çok harcıyor, bunun nedeni daha uzun süre seyahatte kalabilmesidir.
- Genç turistlerin çoğu gittikleri bir ülkeyi tekrar seyahat etme veya tavsiye etme eğilimi taşıyor.
- Gençlik turizminin dünya turizminin büyüme motorlarından biri olması bekleniyor. Çünkü yüksek gelir grubuna mensup Batılı ekonomilerde nüfusun yaşlanması büyük pastada gençlere daha çok yer açılmasına neden olacak.
- Genç turistler yeni destinasyonları keşfetmeye daha açık.
- Genç turistler üzerinde siyasi, toplumsal olayların ya da doğal afetlerin caydırıcı etkisi daha düşük.
- Genç turistler teknolojiyle içiçe yaşıyor. Deneyimlerini de internet üzerinden paylaştıkları için daha çok kişiye ulaşma anlamında en etkili yaş grubu olarak değerlendiriliyor (TURSAB, 2014).

Günümüzde, Avrupa'da genç nüfus seyahat pazarında lokomotif rolü oynamakta ve gençlik turizmi Avrupa seyahat pazarının en dinamik kesimini oluşturmaktadır. Avrupalı gençler bir yandan iç turizm faaliyetlerine katılırken diğer yandan da dış turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Bu amaçla yapılan seyahatlerin önemli bölümü gençliğe hitap eden konaklama ünitelerinin fazla olduğu Fransa, İspanya, Almanya, Avusturya, İtalya, İngiltere ve İrlanda'ya yapılmaktadır (Maviş, 2002). 2012 yılında yapılan bir araştırmaya göre; Doğu Avrupa genç kesimi % 46 ile turizm olayına katılmaktadır (Richards, 2015). Genç gezginlerin sayısı genel olarak turizm hacmi olarak büyüme göstermiştir. Bu grup; gezgin, turist, gönüllü, dil öğrencisi, de-

ğışım öğrencisi ve stajyer olarak nitelendirilirler. 2002 yıllarına kadar kendini sırt çantalı olarak tanımlayan genç gezginler, 2012 yılında yapılan çalışmalarda özellikle Asya ülke gençliği kendilerini sırt çantalı olarak nitelendirmemekte Flashpackers (daha iyi bir bütçeye sahip sırt çantalı) olarak tanımlamaktadırlar. Backpackers olarak tanımlanan sırt çantalı gezginler genellikle ucuz konaklama yerlerini ve toplu taşıma ya da otostopu tercih etmektedirler. Flashpackers'lar ise yine sırt çantalı fakat yüksek teknoloji ürünlerini kullanan; örneğin dizüstü bilgisayarları olan, i-phone telefon ve tabletleri yanında taşıyan daha büyük bir bütçeye sahip zaman zaman konaklama tesislerini ve oradaki yiyecek içecek ünitelerini kullanmak isteyen kişiler olabilmektedirler. Bu kesim dijital göçebe olarak da adlandırılmaktadır (Sorensen, 2002). Diğer bir tanımlama "Global nomads" (Küresel Göçebe) ise Kannisto'ya göre; yerleşik toplum ideolojisini reddeden uzun süreler bağımsız olarak gezen kişiler olarak tanımlanmaktadır (Kannisto, 2014). İster sırt çantalı, ister daha iyi bütçeye sahip sırt çantalı ya da küresel göçebe olarak tanımlansa da gençlerin 2012 yılında artan küresel ekonomik krizle birlikte iş piyasasına girmeyip seyahati tercih ettikleri fark edilmektedir. Seyahat süreleri de genellikle 60 gün ve daha fazla sürmektedir. Çünkü yapacak bir işleri olmadığı için zamanları müsaittir. Bu seyahatler esnasında flaspackers'lerin özellikle sosyal medyayı kullandıkları da gözlemlenmiştir. WISE ( Dünya Gençlik Öğrenci ve Eğitim), gençlik turizmini tanımlarken bir yıldan daha az süre ile yeni kültürleri deneyimlemek için ebeveynlerinin ekonomik desteği olmadan gezen kişilerin yaptığı turizm olarak gençlik turizminden bahsetmektedir (Ghete, 2015). 2012 yılı verilerine göre; toplam turizm olayına katılanların içerisinde yaklaşık 207 milyon genç bulunduğu ifade edilmektedir (WTM, 2014). UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) tahminlerine göre 2020 yılında yaklaşık 300 milyon gencin turizm olayına katılacağı ve gençlik turizminden 320 milyar dolar gelir elde edileceği belirtilmektedir.

Gençleri diğer yaş gruplarından daha çok seyahat etmeye iten nedenler, onların psikolojik özellikleriyle de bağlantılıdır. Yapılan araştırmalar kişinin yaşının turizm hareketi üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Özellikle kişinin yaşı turizme katılmasını, seyahat edeceği yerin ve ulaşım aracının tercihini, konaklama şeklini ve seyahat

çeşidini belirlemektedir. Değişiklik arama isteği ve merak, insanların turistik hareketlere katılmasını sağlayan etmenlerden biridir. Bazı yazarlar bu durumu, turizmin bir “merak hastalığı” olduğunu ifade etmişlerdir (Olalı, Nazilli ve Diğerleri, 1978). Bütün yaş grupları içinde merak ve değişiklik arama ihtiyacı en çok gençlik çağında görülmektedir. Gençler, bağımsızlıklarını kendi kendilerine ispatlamak, gençlik dönemlerindeki yüksek enerjilerini açığa vurmak, hayatta bir anlam bulmak ve kimlik kazanmak için çevrelerini araştırmak ve değiştirmek isterler. Yeni insanlar tanımak, yeni düşünceleri, değişik yaşam biçimlerini görme imkanı veren etkinlik ise turizm olayıdır. Bireyleri seyahate yönelten etmenler arasında dinlenmenin yanı sıra eğlenmek ve doyum verici etkinliklere katılma isteği de önemli rol oynamaktadır. Zevk verici etkinlikler dans, oyun ve hareket isteği insanların düşünmelerinde etkili olabilmektedir. Gece kulüpleri, kumarhaneler, festivaller ve karnavallar bu isteği karşılamak amacıyla ortaya çıkmışlardır (Göksan, 1978). Gençler diğer yaş gruplarına oranla daha fazla hayattan zevk almak, gelecekte mesleki ve ailevi sorumlulukları yükledikten sonra fırsat bulamayacağı zevkleri tatmak, gençliklerini yaşamak için koşullanmışlardır. Yine doyum arama isteği gençlerin diğer yaş gruplarına göre daha çok turizm hareketlerine katılmasını açıklayan faktörlerden birisidir (Küçükaltan, 1995a).

İlk gençlik dönemlerindeki ve yirmi yaşlarının başlarındaki insanlar daha serüven düşkünü olma eğilimi içinde olduklarından yaş ilerlemiş kişilerin fazla rağbet göstermeyeceği, otostop yapma, gençlik yurtlarında veya diğer düşük fiyatlı konaklama yerlerinde yemek yeme ve kalma gibi seyahat tarzlarına düşkünlük göstermektedirler (Özdemir, 1990).

Gençleri seyahate iten temel faktörler arasında merak ve değişiklik arama, eğlenme ve hayatın zevklerinden yararlanma isteği en başta gelen özelliklerden biridir. Bunun yansısı eğitim ve spor amaçlı seyahatlerde bu tür etkinliklerin gençlik çağıyla ilgili olması münasebetiyle genci daha çok cezbetmektedir. İleri yaşlarda ( 60 yaş ve yukarısı) turist daha pasif hale gelebilmektedir. Gencin turizm hareketine katılması, hiç şüphesiz ailelerinin eğitim ve ekonomik durumları ile yakından ilgilidir. Gerçekten de yapılan araştırmalar, kültür ve gelir



düzeyi yüksek ailelerin 18 yaşını aşmış çocuklarının, tek başına tatil yapma isteklerine sıcak baktıklarını, hatta teşvik ettiklerini göstermektedir. Dünyada 1970'lerden itibaren her ülke Gençlik Bakanlıkları aracılığı ile düzenlediği kamplar ile turizm hareketini gençler için bir misyon haline getirdi. Özellikle kiliseler burada başrolde idi. Her yaz gençlerin Meksika'ya, Şikago'ya, Afrika'ya, Hindistan veya Güney Dakota 'ya gitmelerini teşvik etmiştir. Burada amaç hizmet ve misyon "kutsal" dır, "asil" ve "cesur" dur temalarını işlemektir. Çünkü bu geziler esnasında birçok farklı ekonomik seviyesi olan, farklı düşüncelere sahip olan insanlarla tanışılır ve hayatın sadece eğlenmek, çalışmak, para kazanmaktan ibaret olmayıp; acıkmış bir çocuğun yemeğini yerken hissettiği duyguyu da paylaşmayı, dua etmeyi, yoksulluğu ve acı içinde yaşayan insanların acılarını paylaşmayı da öğrenme açısından gençlerin seyahatlerinin öğretilerle dolu olduğu ifade edilir (Root ve Winter 2008). Dünya gençleri hem seyahati hem de eğitimi bir arada turizm aracıyla yürüttüklerinden dünya barışına katkıları da kaçınılmazdır. Türkiye'de de gençler eğitimleri esnasında okul gezileri aracılığıyla ilk turizm hareketi ile karşılaşmaktadırlar. Ülkemizde Genç tanımı kurumdan kuruma farklılık gösterse de TÜRSAB 7-27 yaş arası çocuk ve gençlere yönelik faaliyetleri gençlik turizmi olarak kabul etmektedir. Gençlere yönelik gerçekleşen faaliyetler ağırlıklı olarak;

- Gençlik kampları
- Gönüllü çalışma kampları
- Yurt dışı yaz okulları ve yaz kampları
- Okul gezileri
- Gençlik festivalleri adı altında yapılmaktadır.

Bu faaliyetlere katılan gençler, ağırlıklı olarak 2 gün ile 3 hafta arasında değişen sürelerde gerçekleşen, ulaşım, konaklama ve rehberlik gibi hizmetleri içeren ve paket tur özelliği taşıyan organizasyonlara katılmaktadırlar. Okul gezileri ise ağırlıklı olarak gününbirlik gerçekleştirilmektedir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) 'Gençlik Turizmi 2015 Raporu'na göre, 2013 yılında 33.8 milyon kişi olan Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı içerisinde yaşları 7 ile 27 arasında bulunan genç turistlerin sayısı 8.5 milyona ulaştığı bildirilmektedir. Bununla birlikte yurtiçi seyahatlerin de yüzde 25'ini genç-

ler gerçekleştirmektedir. Gerek yerli, gerekse yabancı turistlerde 'gençlerin' yüzde 75'lik kısmının 500 Euro ve üzerinde harcama yapması pazarın ne kadar büyük ve değerli olduğunu ortaya koymaktadır (TURSAB, 2014a). Aynı Rapora göre elde edilen veriler şu şekilde sıralanmaktadır.

- Türkiye'de gerçekleştirilen 68.4 milyon yurt içi seyahat hareketinin yaklaşık yüzde 25'ini gençler, yani 7-25 yaş arası gerçekleştirmektedir
- Türkiye'de kamunun ücretsiz gençlik kamplarına 22 binin üzerinde genç katılmaktadır. Özel sektörün düzenlediği gençlik kamplarının fiyatları 750 TL ile 15 bin TL arasında değişmektedir. Türkiye'de yaklaşık 30 bin genç özel sektörün düzenlediği gençlik kamplarına katılmaktadır.
- Türkiye'ye gelen 34 milyon yabancı turistten yaklaşık 8.5 milyonu gençlerden oluşmaktadır.
- Gençlik turizminin küresel büyüklüğü 2020 yılında 320 milyar dolara ulaşacaktır. Genç turistlerin yılda yaptığı seyahat sayısının da 190 milyondan 300 milyona yükselmesi öngörülmektedir.
- Sosyal medyayı çok yoğun ve etkin kullandıkları için tanıtıma büyük katkı yapıyorlar. Yüzde 56'sı seyahat ile ilgili değerlendirmelerini online mecralarda paylaşmaktadır.
- Gençlere yönelik kampları, okul gezileri, yurt dışı yaz okulları gibi turizm organizasyonları düzenleyen firmalar bu faaliyetlerin turizm kapsamına girdiğini kabul etmedikleri için TÜRSAB acentesi olmayı kabul etmemektedir. Bu tür firmaların veya kişilerin yaptıkları kaçak ve yetersiz işler nedeniyle her yıl binlerce genç ve ebeveyn sıkıntı yaşayabilmektedirler.
- Gençlere yönelik turizm tesislerinin sayısının ve kalitesinin azlığı gençlik turizmi yapan acenteleri büyüklere yönelik tesislere yönlendiriyor, bu da maliyeti arttırmaktadır.
- 18 yaş ve altı gençlere yönelik turizm faaliyetlerinin belli kurallar çerçevesine oturtulmamış olması ve bu durumun denetimsiz şekilde yürütülmesi gençler açısından risk içermektedir.

**Tablo 1. Yaş Gruplarına Göre Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı**

Yaş gruplarına göre yabancı turist sayısı (bin)						
Yıl	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	Toplam
2008	4.700	2.989	10.743	6.616	1.381	26.431
2009	4.222	3.027	10.973	7.376	1.714	27.314
2010	4.292	3.285	11.432	7.782	1.715	28.510
2011	4.713	3.656	12.399	8.360	2.195	31.324
2012	5.198	3.581	12.551	8.259	2.063	31.655
2013	5.651	3.802	13.746	8.571	2.056	33.827

Tablo1 'de de görüldüğü üzere; Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 34 milyona yakın olduğu düşünülecek olursa; bunun 3.8 milyonunu, yani yaklaşık yüzde 11.3'ünü 15-24 yaş arası grup oluşturmaktadır. 25-44 yaş arası yabancı turist sayısı da 14 milyona yakındır. 0-14 yaş grubu içerisinde 7-14 yaş, 25-44 yaş grubundan da 24-27 yaş grubu alındığında Türkiye'ye gelen 'genç' yabancı turist sayısı 8.5 milyonun üzerinde olduğu ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle her 4 yabancı turistten birinin 'genç.' olduğu söylenebilmektedir.

Türkiye'de yurtiçi seyahatlerin sayısının TURSAB verilerine göre 2013 yılında 68.4 milyonu aştığı belirtilmektedir. Bu seyahatler için 8.2 milyonunu 15-24 yaş arası, 25.8 milyonunu da 25-44 yaş arasında gerçekleştirdiği ifade edilmektedir. Genç tanımı 7-27 yaş arası olarak kabul edildiğinde seyahatlerin yaklaşık 17.1 milyonunun gençler tarafından gerçekleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Bu da yerli turist hareketlerinin yüzde 25'inin gençler tarafından yapıldığını ortaya koymaktadır. Ülkemizde gençlerin turizm olayına katılımlarının desteklenmesi için Gençlik ve Spor Bakanlığı düzenlediği gençlik kampları ile destek vermektedir. Ücretsiz olarak gerçekleşen bu kamplara katılan gençler eğitim, spor, kültürel eğlence faaliyetlerinde bulunmaktadır.

**Tablo 2.Yerli Turistlerin Seyahatlere Katılımı**

Yaş gruplarına göre yerli turistlerin yurtiçi seyahat sayısı (bin)						
Yıl	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	Toplam
2008	5.786	3.132	8.593	4.682	1.457	23.650
2009	13.360	8.078	22.506	13.630	3.314	60.888
2010	14.847	9.284	24.997	15.343	3.901	68.373
2011	14.173	8.284	24.999	14.851	3.548	65.854
2012	14.095	8.386	24.312	14.738	3.391	64.922
2013	14.754	8.248	25.807	15.937	3.706	68.452
2014*	5.383	3.306	10.620	7.116	2.030	28.455

\*İlk 6 ay

Gençlerin yararlanmaları için gerek deniz kampı gerekse doğa kampı olmak üzere çeşitli kamplar yapılmaktadır. 2015 yılında Aydın-Kuşadası Davutlar, Samsun-19 Mayıs, Hatay-Arsuz Uluçınar, Mersin-Silifke Kapızlı, Antalya-Duacı, Trabzon-Düzköy, Kastamonu-Yolkonak, Osmaniye Aslantaş, Van-Gevaş, Bolu-Aladağ, Kırşehir-Kaman, Karabük-Ovacık ve Manisa-Kırkağaç kamplarında 22 bin 500 genç tatil yapma imkanı bulmuşlardır. Türkiye’de zaman zaman ücrete tabi olarak özel sektör tarafından da kamplar düzenlenmektedir. Ülkemizde üniversite gençliğine yönelik yapılan festivallerde gençler tarafından ilgi görmektedir. Kış ve bahar döneminde sınavları bittikten sonra gençlerin rağbet gösterdiği festivaller 4-7 gün sürdüğünden yurt içi turizm açısından canlandırıcı etki olarak değerlendirilebilmektedir. Ayrıca ülkemizde öğrenim gören gençler zaman zaman yurt dışı yaz okulu, çocuk bakıcılığı, gönüllü çalışma faaliyetleri adı altında toplanan çeşitli organizasyonlara da katılmaktadırlar. Türkiye’de yurt dışı eğitim danışmanlığı adıyla yaygınlaşan firmalar tarafından düzenlenen organizasyonlarda genelde yabancı dil, sanat ve spor eğitimi hedeflenmektedir. Ek olarak şehir ve müze gezileri de

yapılmaktadır. Gençlerin tercih ettiği ülkelerin başında İngiltere, ABD, İsviçre, Malta ve Fransa gelmektedir. Gençlerin bu destinasyonları seçerken dikkat ettikleri en önemli unsurun fiyat, konaklanacak yer ve bu konaklanacak yerde internet ağının olması da onları diğer turist profillerinden ayırmaktadır.

### **Yöntem**

Bu çalışmada Bilimsel araştırma yöntemi olarak Anket Tekniği kullanılmıştır. Anket, belli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak bir evren ya da örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yönelmek suretiyle sistemli veri toplama tekniği olarak tanımlanabilir (Balcı, 2005). İstanbul Arel Üniversitesi'nde öğrenim gören gençlere yapılan ankette  $n_1=N_1/N$  ( $n$ ) formülü ile başlangıçta 253 öğrenciye uygulanmıştır. Bu çerçevede sonuçlara bakıldığında aşağıdaki tablolar ortaya çıkmıştır.

### **Bulgular ve Yorumlar**

#### **Üniversite Gençliğinin Turizme Bakış Açısı: İstanbul Arel Üniversitesi Örneği**

Gençlerin turizm ve seyahat konularındaki eğilimlerini tespit edebilmek amacıyla, İstanbul Arel Üniversitesi'nin Tepekent ve Sefaköy Yerleşkelerinde eğitim gören toplam 11.170 öğrencisi arasından örnekleme yöntemi % 95 güvenle % 5 hata ile fakülteler için 131 ve yüksekokullar için 253 öğrenciyi kapsayacak şekilde hazırlanmıştır. Böylece 384 öğrenci örnekleme girmesi planlanmıştır. Buna karşılık yaptığımız anket sonucu 253 öğrenci tam olarak anketi doldurduğundan bu öğrenciler analize tabii tutulmuşlardır. Arel Üniversitesi; Fen-Edebiyat Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İletişim Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Sağlık Yüksekokulu, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Meslek Yüksekokulu'ndan oluşmaktadır. Üniversitede 5 Fakülte ve 2 yüksekokul ile 1 Meslek Yüksekokulu mevcuttur. Ankete katılan öğrenciler de yukarıda adı geçen muhtelif fakülte ve yüksekokul öğrencileridir. İstanbul

Arel Üniversitesi'nde öğrenim gören gençlerin turizme bakış açıları ve tatil tercihleri ile ilgili bilgilere ulaşılmıştır.

**Tablo 3. Ankete Katılan Öğrencilerin Yaş Aralığı**

Yaş Aralığı	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
18-20 yaş aralığı	156	61,7
21-23 yaş aralığı	84	33,2
24 yaş ve üstü	13	5,1
TOPLAM	253	100,0

18-20 yaş aralığı gençler 156 kişi, 21-23 yaş arası ise 84 kişiden oluşmaktadır.

**Tablo 4. Ankete Katılan Öğrencilerin Cinsiyeti**

Cinsiyet	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
Kadın	131	51,8
Erkek	122	48,2
TOPLAM	253	100,0

Ankete 131 kadın 122 erkek katılmıştır.

**Tablo 5. Ankete Katılan Öğrencilerin Tatile Çıkma Sıklıkları**

Tatil sıklığı	Kişi Sayısı (n)	Yüzde (%)
Sürekli çıkarım	80	31,6
Hiç çıkmam	13	5,1
Bazen	160	63,2
TOPLAM	253	100,0

İstanbul Arel Üniversitesi öğrencilerinin 160 kişisi bazen tatile çıktıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 6. Ankete Katılan Öğrencilerin Tatile Çıkmama Sebepleri**

<b>Tatile Çıkmama Sebepleri</b>	<b>Kişi Sayısı (n)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Ekonomik nedenler	39	15,4
Tatile yeteri kadar zaman ayıramadığımdan	45	17,8
Ailem izin vermediğinden	21	8,3
Belli bir arkadaş kitlem olmadığından	2	0,8
Diğer	146	57,7
<b>TOPLAM</b>	<b>253</b>	<b>100,0</b>

Öğrencilerin tatile çıkmama nedeni olarak tatile yeteri kadar zaman ayıramadıkları şikkını tercih etmeleri de okul dönemi ve staj sürelerinin etkili olduğunu düşündürmektedir.

**Tablo 7. Ankete Katılan Öğrencilerin Tatile Çıkma Amaçları**

<b>Tatile Çıkma Amaçları</b>	<b>Kişi Sayısı (n)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Yeni insanlar tanımak	16	6,3
Yeni yerler görmek	197	77,9
Aile ve akraba çevresine daha çok zaman ayırmak	13	5,1
Çalışarak ekonomik fayda sağlamak	3	1,2
Diğer	24	9,5
<b>TOPLAM</b>	<b>253</b>	<b>100,0</b>

Tatile çıkan öğrenciler yeni yerler görmek amacıyla tatil olayını gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir.

**Tablo 8. Ankete Katılan Öğrencilerin Tatilde Tercih Ettikleri Yerin Niteliği**

<b>Tatile Çıktığı Yerin Niteliği</b>	<b>Kişi Sayısı (n)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Doğa ve kültürel zenginlik	118	46,6
Sosyal yönden hareketlilik	63	24,9
Ekonomik açıdan uygun yer	9	3,6
Sessiz, sakin ortam	46	18,2
Önemli değil	17	6,7
<b>TOPLAM</b>	<b>253</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 9. Turizmde Tercih Edilen Yerin Yaş Sınıflarına Göre Dağılımı**

Turizmde Tercih Edilen Yerin Niteliği	Yaş Sınıfı			TOPLAM	$\chi^2$	P	
	18-20	21-23	24 ve+				
Doğa ve kültürel zenginlik	Kişi (n)	74	41	3	118	14,054	0,080
	Yüzde %	29,2	16,2	1,2	46,6		
Sosyal yönden hareketlilik	Kişi (n)	36	24	3	63		
	Yüzde %	14,2	9,5	1,2	24,9		
Ekonomik açıdan uygun yer	Kişi (n)	5	2	2	9		
	Yüzde %	2,0	0,8	0,8	3,6		
Sessiz, sakin ortam	Kişi (n)	31	10	5	46		
	Yüzde %	12,3	4,0	2,0	18,2		
Önemli değil	Kişi (n)	10	7	0	17		
	Yüzde %	4,0	2,8	0,0	6,7		
TOPLAM	Kişi (n)	156	84	13	253		
	Yüzde %	61,7	33,2	5,1	100,0		

Katılımcıların turizmde tercih ettikleri yerin niteliği ile yaşları arasında bir bağıllığının olup olmadığı ki-kare bağımsızlık testi kontenjan tablosu Tablo 15'e göre değerlendirildiğinde; doğal ve kültürel zenginlik için katılımcıların %46.6'sından %29.2'sinin 18-20 yaş arasındaki gençlerden oluşurken, sosyal yönden hareketlilik yönünden %14.2'si 18-20 yaş arası, %9,5'i ise 21-23 yaş arasında %1.2'si ise 24 yaş ve üzeri yaş grubu tarafından benimsendiği tespit edilmiştir. Ekonomik açıdan uygunluğu tercihinin ise toplam katılımcıların %3.6'sı, sessiz ve sakin ortamı tercih edenlerin ise %24.9'u belirleyici olmuştur (P=0,141 p>0,05).

Yapılan çalışmada turizmde tercih edilen yerlerin katılımcıların gelir düzeyi ile bir bağıllığının olup olmadığı ki-kare bağımsızlık testi kontenjan tablosu Tablo 16'ya göre değerlendirildiğinde; %17'sinin aylık 800 TL ve üzeri gelire sahip olup doğa ve kültürel zenginlik bakımından turizm hareketine katıldıkları, %10,7'sinin aylık 800 TL ve üzeri gelire sahip olup sosyal yönden hareketlilik için katıldığı belirlenmiştir. Ekonomik açıdan bakıldığında ankete katılanların %1,2'si 400 TL ve alt gelire sahipken, geliri 400 ile 800 TL arasında olup sessiz ve sakin bir ortam için katılanların oranı %10,7 olduğu gözlemlenmiştir (P=0,672 p>0,05).



**Tablo 10. Turizmde Tercih Edilen Yerin Gelir Düzeyine Göre Dağılımı**

Turizmde Tercih Edilen Yerin Niteliği		Gelir Sınıfı			TOPLAM	$\chi^2$	P
		400 ve az	401-800	801ve+			
Doğa ve kültürel zenginlik	Kişi (n)	34	41	43	118	4,642	0,795
	Yüzde %	13,4	16,2	17,0	46,6		
Sosyal yönden hareketlilik	Kişi (n)	14	22	27	63		
	Yüzde %	5,5	8,7	10,7	24,9		
Ekonomik açıdan uygun yer	Kişi (n)	3	4	2	9		
	Yüzde %	1,2	1,6	0,8	3,6		
Sessiz, sakin ortam	Kişi (n)	8	21	17	46		
	Yüzde %	3,2	8,3	6,7	18,2		
Önemli değil	Kişi (n)	4	6	7	17		
	Yüzde %	1,6	2,4	2,8	6,7		
TOPLAM	Kişi (n)	63	94	96	253		
	Yüzde %	24,9	37,2	37,9	100,0		

## Sonuç

Günümüzde turizm potansiyeline sahip ülkeler turizmden fazlasıyla pay sahibi olmak amacıyla yoğun bir faaliyet halindedirler. Her yaştan bireylerin tatil yapmalarının hak olarak değerlendirilmesiyle birlikte, ülkeler kitleler halinde turlar aracılığıyla tatil olayına katılmakta ve ülke ekonomilerine katkıda bulunmaktadır. Yeni yerler görmek, bilgi ve deneyimleri arttırmak toplum bireylerinin tümü için geçerli bir özellik olsa da gençler için daha enerjik yapıları ve merakları sayesinde turizm olayına katılmaları daha çabuk gerçekleşmektedir. Bu duruma ülkelerin ülkelerarası sağladığı kolaylıklar ve fırsatlar da neden olmaktadır. Gençlerin tatil olayına katılmaları için ulaştırma araçlarında sağlanan ucuz bilet uygulamaları, konaklama tesislerinde hostellerden yararlanmaları, aile olmadıklarından dolayı tek başlarına karar verip hemen yola çıkabilme imkanları sayesinde eğitim ve öğrenimlerinden fırsat buldukça turizm olayına katılımı gerçekleştirebilmektedirler.

Dünya gençliğinin seyahat etme isteği desteklenerek uygun ekonomik imkanlarla çeşitli finans kurumlarının uygun koşullu kredi

olanakları sunmasıyla ekonomik nedenlerle seyahat edemeyen gençler desteklenmelidir. Gençlerin turizm bölgelerinde istihdam edilmesi de işten arta kalan zamanlarında tatil olayını gerçekleştirmelerine olanak sağlayacaktır. İstanbul Arel Üniversitesi gençleri arasında yapılan örnekleme yöntemi kullanılarak yapılan anket neticesinde de gençlerin kısıtlı gelir imkanlarına sahip olduğu ve seyahat edememelerinin nedeni ekonomik yetersizlikler olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda hem çalışıp hem eğitimlerine devam ettikleri için zaman bulamadıklarını da belirtmektedirler. Öğrenimleri esnasında eğitim aldıkları bölümleri gereği staj yapma zorunluluğu olan gençler yaz tatilini çalışarak geçirdiklerinden yeni yerler görmeyi çok istemelerine rağmen tatile çıkamamaktadırlar. Gençlerin tatile çıkma eğilimlerinin arttırılabilmesi için onların beklentilerine uygun arz imkanlarının neler olabileceği ortaya konulmalıdır. Özellikle Türkiye gibi genç nüfusa sahip ülkelerin gençlik turizmi kapsamında yapabilecekleri çalışmalar hız kazanmalıdır. Yaşlanan Avrupa nüfusuna karşılık ülkemize gelen yaşlı nüfusa hizmet veren gençlerin de yaşlı nüfusu anlayabilmesi için eğitimler verilmelidir. “Gençlik Tatil Köyleri” veya “Gençlik Bilim Yaşam Kampları” oluşturularak genç fikirlerden istifade edilmelidir.

**EXTENDED ABSTRACT**

**University Youth Tourism Analysis: Case Study of  
İstanbul Arel University**

\*

Gül Yılmaz

*İstanbul Arel University*

**Introduction**

In the 1930s in the world, Turkey has started to play a role in the economy of the 1980s began to develop tourism activities in the country and highlighted by definition can not be considered made in tourism travel each made. As a matter of fact, a definition made by the Committee of Statistical Experts of the League of Nations in 1937 set out the tourism "tourism" that it carried out, not less than 24 hours outside the country in which the person was permanently resident. At the United Nations Conference on Travel and Tourism in Rome in 1963, the scope of travel that can be evaluated in the framework of the tourism event was drawn (Toskay, 1983). From all these studies, tourism can be broadly defined as "the whole of economic and social events and relations that are created by temporary travel and accommodation that are made by reasons not based on the purpose of commercial gain and that are over twenty four hours or at least one night"(Usta, 2001). As it is understood from this definition, tourism is not only a travel event but also a demand for the goods and services produced by the tourism enterprises in the region. This is in fact an indicator of the economic dimension of tourism. Because tourism plays an important role in the economy of the country with the employment and the increase of the national income which are created by the tourism, the effect of increasing the foreign exchange reserves. In order for tourism activities to take place, it is important that the place to be visited is attractive, accessible (accessibility), and that the benefit factor, in the eating and drinking needs, is affordable. There

are reasons such as seeing different places only for reasons of people participating in tourism, not having reasons such as being in nature, and participation in congresses, utilization of thermal areas and so on. This situation provides for the formation of alternative tourism activities. Alternative tourism activities can be counted as; Congress Tourism, Golf Tourism, Sports Tourism, Adventure Tourism, Culture Tourism, Eco Tourism, Thermal Tourism, Youth Tourism. In this study, the concept of youth tourism, which is one of the alternative tourism will be emphasized, In Turkey and in the world tourism perspectives of today's young people are researched, will be explored and will be presented concrete examples.

## **Method**

In this study, Survey technique was used as scientific research method. The questionnaire can be defined as a systematic data collection technique by asking questions to the hypotheses determined in a certain subject or to the source who constitutes a universe or sample depending on the questions (Balci, 2005). 253 students were initially administered with the formula  $n1 = N1 / N (n)$  in the questionnaire for young people studying at Istanbul Arel University.

## **Discussion, Conclusion and Recommendations**

Although seeing new places, increasing knowledge and experience is a valid feature for all of society's people, it is much quicker for them to participate in tourism due to their more energetic structures and curiosity for young people. This also causes the opportunities and opportunities that countries provide between countries. Young people can take part in the tourism event because of the cheap ticket applications provided in transportation vehicles, opportunities to use the hostels in the accommodation facilities for their participation in the holiday event, opportunities to decide on their own because they are not family. Young people who are unable to travel for economic reasons should be supported by supporting the willingness of young

people to travel and providing affordable credit facilities of various financial institutions with appropriate economic means. Employment of young people in tourism areas will also enable them to make the holiday in their remaining time. It is stated that young people have limited income opportunities and that there are economic inadequacies in their travels as a result of the questionnaire which is made using İstanbul Sampling Method between İstanbul Arel University and young people. They also stated that they could not find time because they were both working and continuing their education. Young people who have to practice internship according to the parts they are trained during their education are not able to take a break even though they are very willing to see new places because they spend working on summer vacation. In order to increase the tendency of young people to go out, it is necessary to show what could be the supply possibilities according to their expectations. In particular, they can work within the scope of youth tourism country with a young population like Turkey should be accelerated. In addition to the aging European population, young people who serve the elderly population should be trained to understand the elderly population. "Youth Holiday Villages" or "Youth Science Life Camps" should be created and used as young ideas.

### Kaynakça / References

- Acır, E. (2010). *Türkiye’de gençlik turizmi potansiyelinin geliştirilmesi ve çözüm önerileri*. Ankara:T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.
- Balcı, A. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Çakmak, A. Ç. (2015). Gençlerin hedonik tüketim davranışlarının incelenmesi:Kocaeli şehir merkezinde bir araştırma. *Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi(Tüketim Toplumu ve Çevre Özel Sayısı)*, 171-189.
- Çelik, N. (2015, Mayıs 25). *Ailelerin satın alma kararlarında genç tüketicilerin etkisi*. acikerisim.lib.comu.edu.tr.

- Demirer, D. ve Hassan, A. (2016). Değiş Tokuş ve kiralama uygulamalarının konaklama işletmeleri üzerindeki olası etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, cilt 27, sayı 1, 43-61.
- Ghete, A. M. (2015). The importance of youth tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series* 24(2), 688-694.
- Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Matbaası, 56.
- Kannisto, P. (2014). Global nomads: Challenges of mobility in sedentary World (PhD Dissertation). Tilburg University.
- Küçükaltan, G. (1995) Gençlik turizmi önemi dünyada ve Türkiye'deki gelişme seyri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Maviş, F. A. (2002). *Genel turizm bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yay. Açık Öğretim Fak. ISBN 975-06-0100-9.
- Oral, S. (1992). Türkiye'de gençlik turizmi ve geliştirilmesi. *Turizm Bakanlığı Gençlik Turizmi Konferans-Workshop 14-16 Mayıs*, Ankara: 125-134.
- Olalı, H., Nazilli, S. ve Diğerleri. (1978). *Dış tanıtım ve turizm*. Ankara: Yonca Matbaası.
- Olimpia, M.C. (2011). Forms of youth travel. *Revista Tinerilor Economisti (The Young Economists Journal)*, 118-122.
- Özdemir, M. (1990). *Turizmin sosyal yapı üzerindeki tesirleri*. Turizm Yıllığı. Ankara: T.Kalkınma Bankası Yayınları.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, academia.edu 1-14.
- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerin belirlenmesi üzerine balıkesir kent merkezinde bir araştırma. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 3(2), 235-248.
- Richards, G. (2015). *The new global nomads: Youth travel in aglobalizing World*. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Root, B. A. (2008). The youth ministry mission trip as global tourism: *Are we OK with this? Dialog: A Journal of Theology*. 47(4), 314-319.
- Sorensen, C. (2002). *Digital nomads and mobile services*. Retrieved from [http://mobility.is.1se.ac.uk/download/Sorensen 2002c.pdf](http://mobility.is.1se.ac.uk/download/Sorensen%2002c.pdf)

- Şahin, G. ve İstanbullu Dinçer, F., Gençlik Turizmi Sorunlarının Analizi ve Çözüm Önerileri. *academia.edu*, 1-16.
- Toskay, T. (1992). *Turizm olayına genel bir yaklaşım*. İstanbul: İstanbul Der Yayınları, 40-42.
- Usta, Ö. (2001). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık, 7-9.
- WTM, T. T. (2014). Youth tourism makes agenda. *New Programme*. London, UK: world Travel Market.
- [www.academia.edu](http://www.academia.edu) (Erişim tarihi:17.04.2018).
- [www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr) (Erişim tarihi:17.04.2018) TURSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporu.

#### Kaynakça Bilgisi / Citation Information

- Yılmaz, G. (2018). Üniversite gençliğinin turizme bakış açısı: İstanbul Arel üniversitesi örneği. *OPUS –Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 1516-1538. DOI: 10.26466/opus.441059