

# Demografik Değişimlerin Turizm Türleri Üzerindeki Belirleyici Etkisi: Üçüncü Yaş Turizmi

Arzu KILIÇLAR<sup>a</sup>, \*Esin AYSEN<sup>a</sup>, Fulden KÜÇÜKERGİN<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü

## Anahtar Kelimeler

Yaşlı Nüfus, Turizm,  
Üçüncü Yaş Turizmi,  
Ziyaretçi Profili, Türkiye

## Özet

Üçüncü yaş (yaşlı, olgun, ileri yaş) turizmi tüm dünyada ortalama yaşam süresinin artması ve ülkelerin nüfus yapılarında ortaya çıkan demografik değişimler neticesinde ortaya çıkan bir turizm çeşididir. Birleşmiş Milletler ve Dünya Yaşlanma Örgütü'nün verilerine göre, sayısı 600 milyon olan 65 yaş ve üstü bireylerin sayısının 2050 yılına kadar iki milyarı bulacağı tahmin edilmektedir. Bu artıştan, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Türkiye'nin de dâhil olduğu birçok ülkenin etkileneceği tahmin edilmektedir. Bu durumdan dolayı üçüncü yaş turist grupları turizm sektörü için göz ardı edilemeyecek bir pazarı oluşturmaktadır. Üçüncü yaş grubu; yaşam tarzı, alışkanlıkları, gelir düzeyi ve sağlık problemleri ile yaşadığı toplumda belirgin farklılık oluşturmaktadır. Bu çalışmada üçüncü yaş turizminin ne olduğu ve ne olmadığına yönelik açıklamalar yaparak, Türkiye'yi ziyaret eden üçüncü yaş turistlerinin profillerini tasvir etmek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda araştırma evrenini 2012 ve 2016 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden 65 yaş ve üstü turistler oluşturmaktadır. Söz konusu yıllar arasında 65 yaş ve üstü kesimden en fazla turist geldiği yıl 2014 olmuştur. Bu yaş grubundan en çok turist gönderen ülke ise Almanya'dır. Söz konusu yıllarda üçüncü yaş grubu turistlerin Türkiye'ye seyahat etme motivasyonlarında ilk sırayı gezi, eğlence ve kültürel faaliyetler almaktadır.

# Decisive Influence of Demographic Changes on Alternative Tourism: Senior Tourism

## Keywords

Elderly Population,  
Tourism, Senior  
Tourism, Visitor Profile,  
Turkey

## Abstract

The third age (old, mature, elderly) tourism is a type of tourism that has emerged as a result of the increase in the average life expectancy all over the world and the demographic changes occurring in the population structures of the countries. According to the United Nations and the World Aging Organization, it is estimated that the people whose number is 600 million and is aged 65 (+) will reach two billion by 2050. This increase will affect many countries, including Europe and especially Turkey. So It's a market that cannot be ignored for the tourism sector. Senior group noticeably make a difference in the society in which they live with respect to their life style, habits, income level and health problems. In this study, it is aimed to describe the profiles of senior tourists visiting Turkey by making explanations about what is and is not of senior tourism.

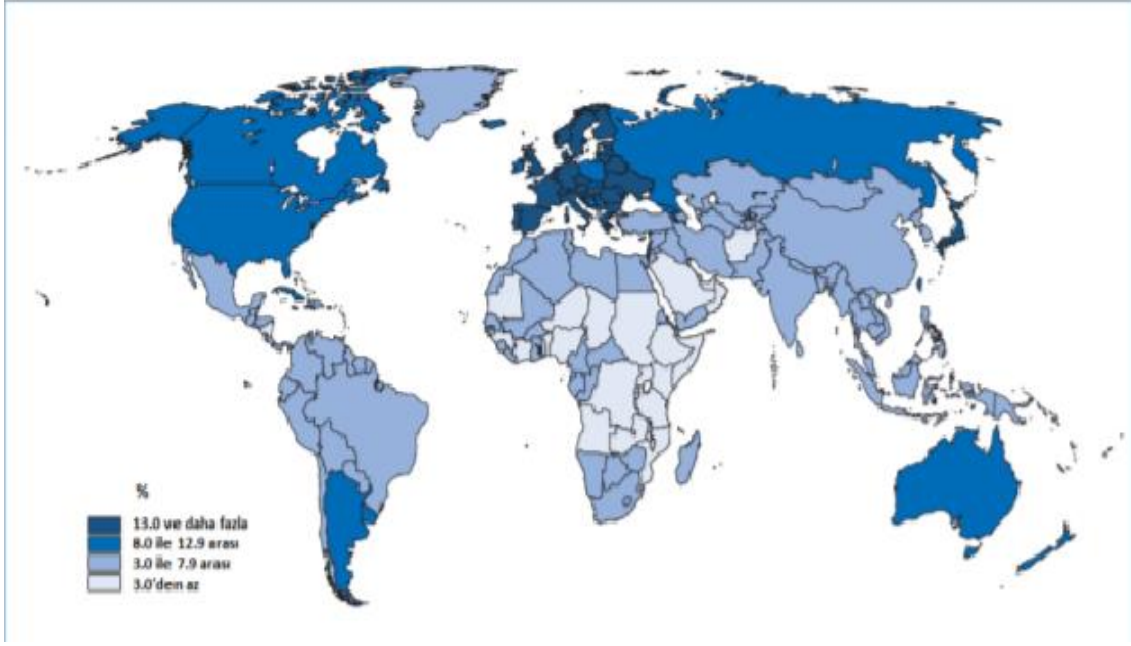
In this context, the research population is 65 years and older tourists whom they visited to Turkey between 2012 and 2016. In those years the highest number of tourists from 65 (+) was in the year 2014. The country that sends the most tourists from this group of age is Germany. In other words, the first motivation of senior tourists to travel to Turkey is travel, entertainment and cultural activities.

\*Sorumlu Yazar: Esin AYSEN, esinaysen@gazi.edu.tr

## GİRİŞ

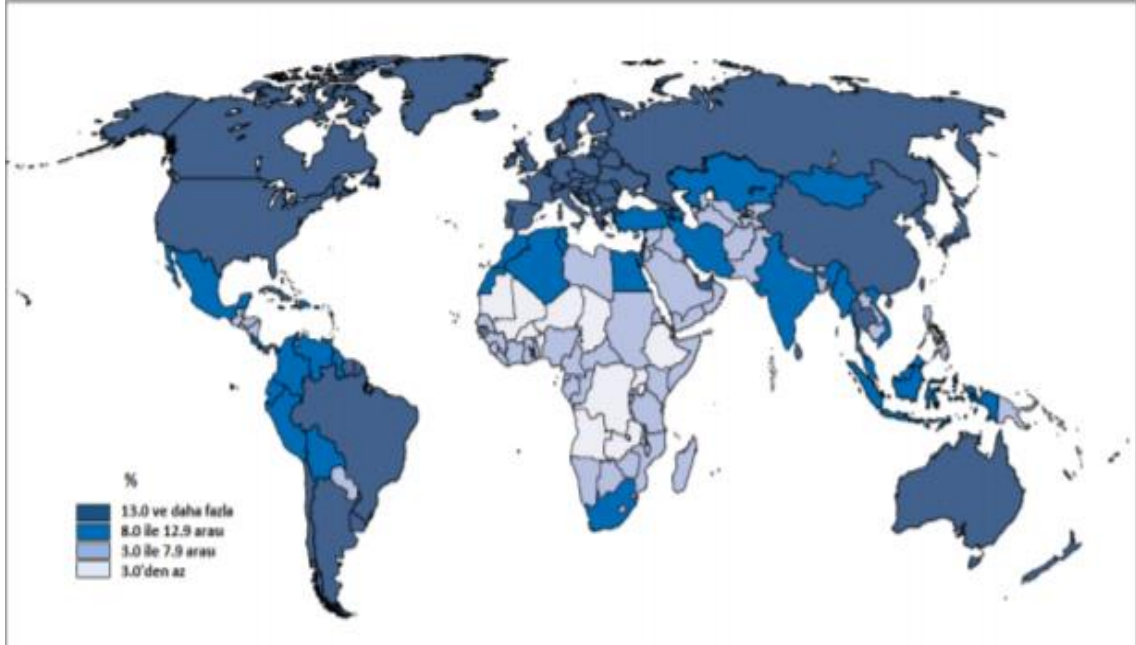
İngiliz nüfus bilimci ve politik iktisat teorisyeni Thomas Robert Malthus, zenginlik artışı için üretimin tüketimden fazla olması gerektiğini savunmaktadır. 1789 yılında yayımlanan “Nüfus Artışı Hakkında Araştırma” isimli çalışması ile R. Malthus, nüfus bilimi açısından önemli kuralların önünü açmıştır (Ünsal, 2016). Malthus’un nüfus teorisine göre; nüfus, besin maddelerinin artışından daha hızlı bir oranda artar ve böylece zamanla kişi başına düşen besin miktarı azalır. Şöyle ki uygun şartlar altında herhangi bir kısıtlayıcı faktör söz gelimi salgın yoksa nüfus geometrik dizi biçiminde (2, 4, 8, 16, 32, 64...) olarak artarken besin maddeleri aritmetik dizi biçiminde (1, 2, 3, 4, 5, 6, ...) artmaktadır. Bu iki artış arasındaki oran farklılığı ise insanlık için açlık ve sefaleti beraberinde getirecektir. Geçmiş dönemlerdeki nüfus kontrolü; salgın hastalıklar, savaşlar, kıtlıklar gibi pozitif denetim unsurları ile sağlanmıştır. Oysa Malthus’un döneminde bu koşullarda iyileşme yaşandığı için, nüfus artmaktaydı. O’na göre pozitif denetimle ölüm oranının artması, önleyici denetimle doğum oranının düşürülmesi nüfus hızını yavaşlatacak temel unsurlardır (Case ve Fair, 1999).

Malthus'un öngördüğü aşırı nüfus artışı karşısında yetersiz gıda üretimi ve beraberindeki sefalet, kriz ortamı henüz yaşanmamış olsa dahi 20. yüzyıl, dünya nüfusunun yaş yapısında ortaya çıkan bir başka değişim bakımından insanlık tarihinde bir dönüm noktası olmuştur. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısı irdelendiğinde yaşlı nüfusun toplam nüfus içerisindeki oranının, dikkat çekici bir biçimde arttığı görülmektedir (Şekil 1 ve 2). Dünya genelinde gözlemlenen bu artış; doğurganlık hızındaki düşüşler, beslenme ve temel sağlık hizmetlerinde gerçekleşen gelişmeler sonucu ortalama yaşam süresinin uzaması, bebek/çocuk ölümlerinin kontrol edilebilir düzeylere gerilemesi ile açıklanabilmektedir (Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, 2007).



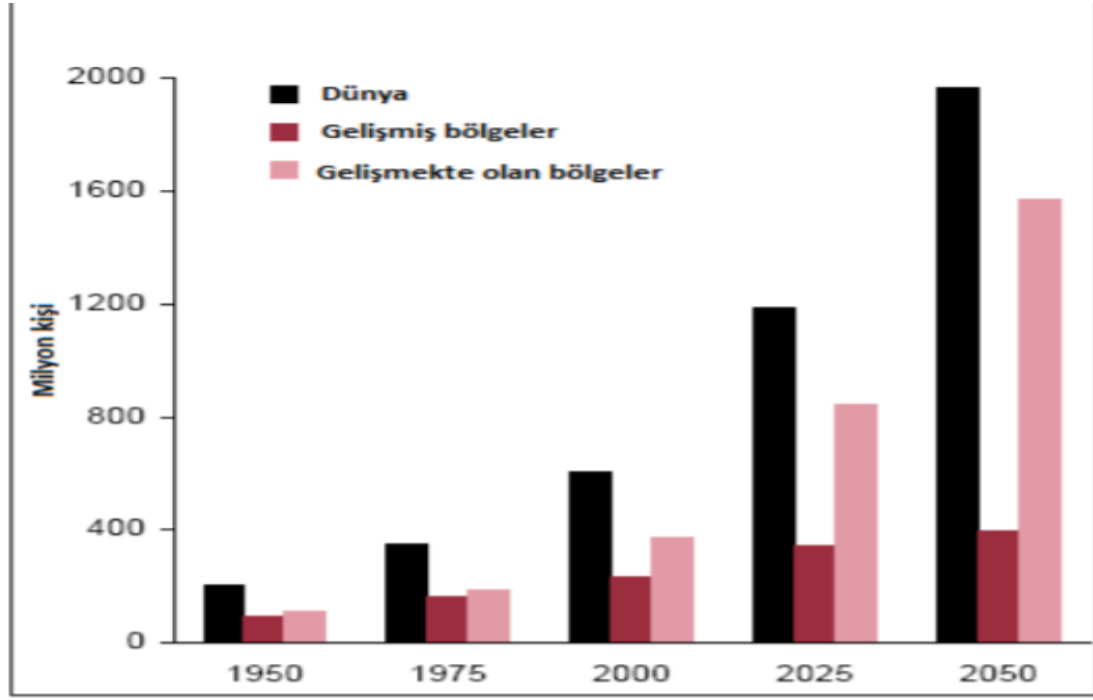
Şekil 1. Dünyada 65 yaş ve üzerindeki nüfusun toplam nüfustaki yüzdesi (2000 yılı)

2000 yılında 65 yaş ve üzeri nüfusun, dünyanın toplam nüfusu içerisindeki yüzdelik dağılımına bakıldığında Avrupa kıtasındaki artışın %13 ve daha fazla olduğu görülmektedir (Şekil 1). 2030 yılı tahmini yüzdelere bakıldığında ise dünya genelinde 65 yaş ve üzeri nüfusun Avrupa'nın yanı sıra diğer kıtalarda (Asya, Kuzey ve Güney Amerika, Okyanusya) da %13 ve daha fazla oranda artacağı görülmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Dünyada 65 yaş ve üzerindeki nüfusun toplam nüfustaki yüzdesi (2030 yılı tahmini)

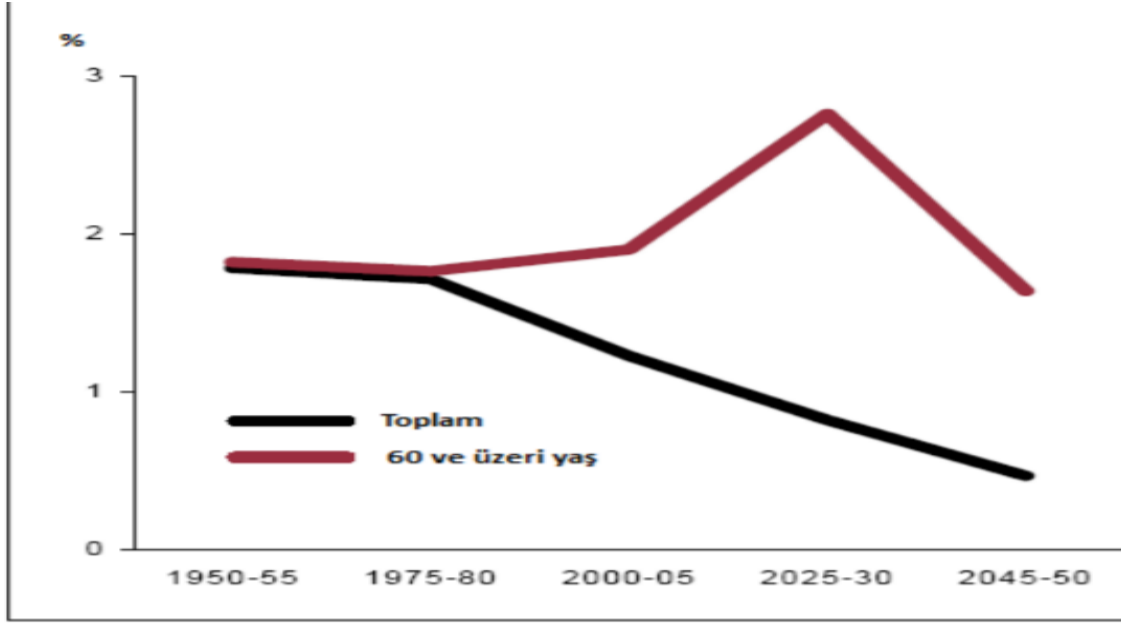
Nüfusun yaşlanması, nüfus yapısındaki çocuk ve gençlerin payının azalarak yaşlı kimselerin (60 yaş üstü veya 65 yaş üstü) payının göreceli olarak artmasıdır. Bu demografik dönüşüm neticesinde 2050 yılına gelindiğinde tarihte ilk kez yaşlı sayısının, çocuk sayısına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Dünyada yaşlı nüfustaki artış hızı (%2,1), genel nüfus artış hızının önüne geçmektedir (%1,2) (Mandıracıoğlu, 2010).



**Grafik 1.** 60 ve üzeri yaş grubu nüfus (1950-2015)

**Kaynak:** Özgür, 2010.

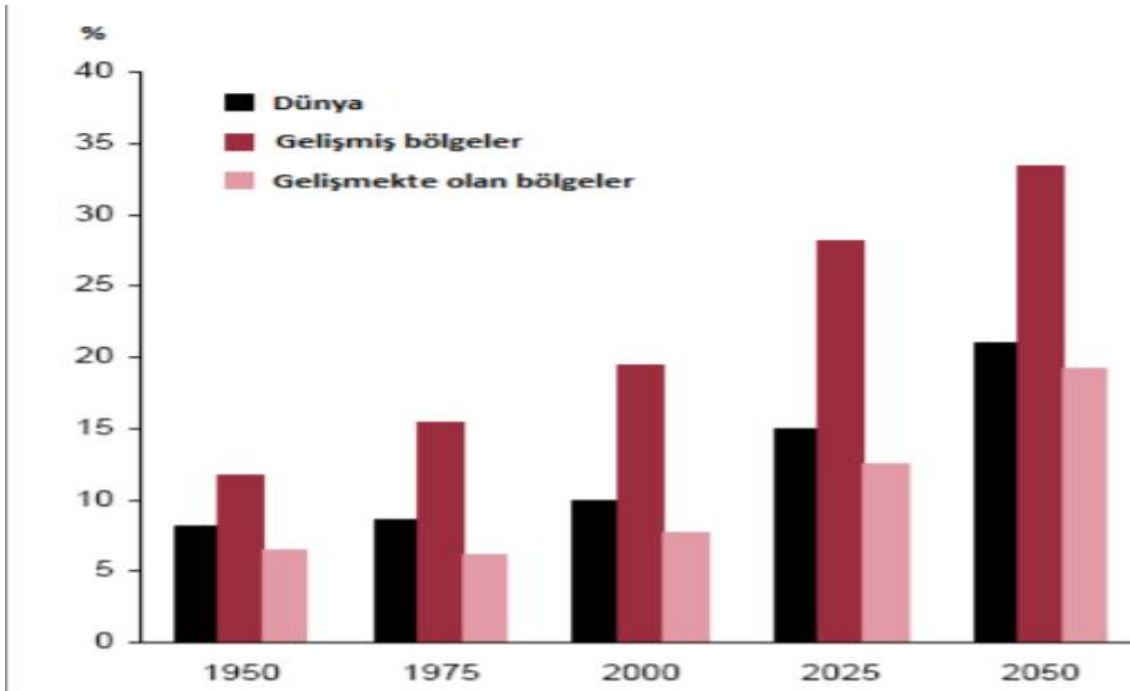
Yaşlanmanın büyüklüğü ve hızını görebilmek bakımından yukarıda grafik incelendiğinde yaşlıların sayısının, geçmiş 50 yılda üçe katladığı dikkat çekmektedir. 1950 yılında 205 milyon olan 60 ve üzeri yaş, 2000 yılında 606 milyona ulaşmıştır. Bu sayının 2050 yılında 2 milyara ulaşacağı tahmin edilmekte diğer bir ifade ile gelecek 50 yıldaki artışın, üç kattan daha fazla olacağı beklenmektedir.



**Grafik 2.** Toplam ve 60 yaş üzeri nüfusun yıllık ortalama artış hızı (1950-2050)

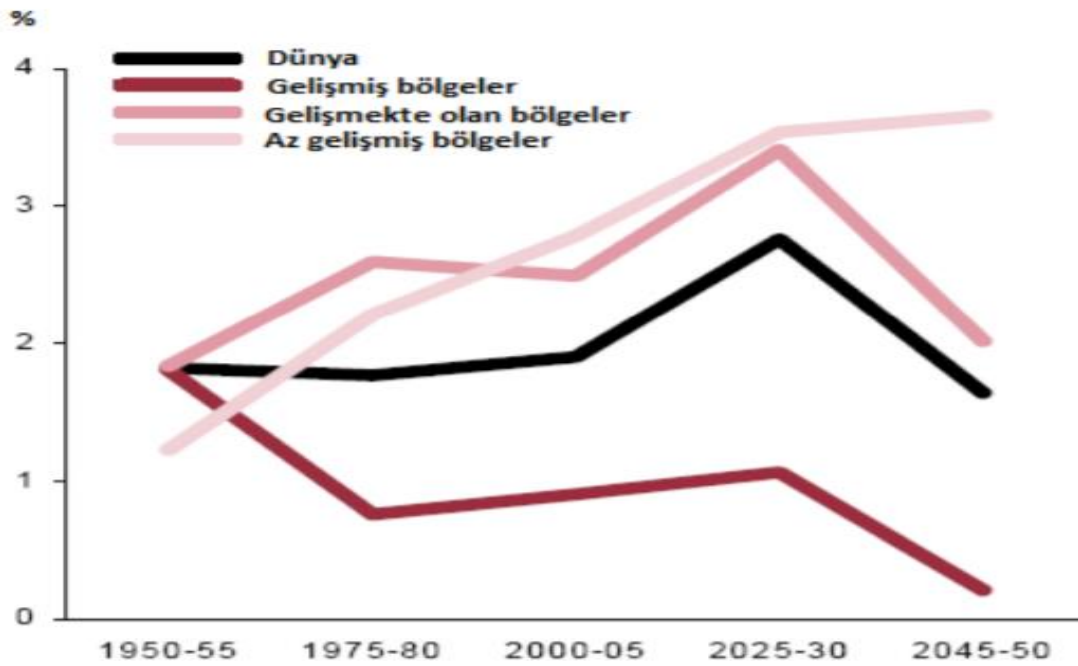
**Kaynak:** Özgür, 2010.

Grafik 2 incelendiğinde yaşlı nüfusun, toplam nüfustan daha hızlı arttığı görülmektedir. Gelişmiş bölgelerdeki yaşlı nüfus oranları ise, Dünya ve gelişmekte olan bölgelere kıyasla daha yüksektir (Grafik 3).



**Grafik 3.** 60 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfustaki yüzdesi (1950-2050)

1950 ve 2000 yılları arasında dünya genelinde nüfusun giderek arttığı görünmekte ve 2025 ile 2050 yılları arasında da bu artışın devam edeceği tahmin edilmektedir. Grafiğe göre aynı durum gelişmiş bölgelerde de görülebilmek mümkündür. Grafikte yer alan bilgilerden hariç olarak bilinmektedir ki Dünya genelinde yaşlıların nüfus içinde yüzdesinin en fazla olduğu kıta, %20 ile Avrupa'dır. 2050 yılına gelindiğinde ise Avrupa'da yaşlı nüfus oranının %37 olacağı tahmin edilmektedir. Yaşlıların yüzdesinin en yüksek olduğu ülkeler ise; Japonya, Avusturya, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Slovenya, Yunanistan, İsveç ve İtalya'dır (Kinsella and Wan: 2009).



**Grafik 4.** 60 yaş ve üzeri nüfusun yıllık ortalama artış hızı (1950-2050)

Dünya ile paralel bir şekilde Türkiye'de de yaşlı nüfus hızla artmaktadır. 2016 yılı verileri doğrultusunda Türkiye'de 65 yaş ve üstü 6. 651.501 kişi yaşamakta olup toplam nüfus içerisindeki oranları ise %8,3'tür (Türkiye İstatistik Kurumu, 2017).

**Tablo 1.** Türkiye’de yaşlı nüfus yüzdesi (1950-2050)

Türkiye		Yaş	1950	1975	2000	2025	2050
Toplam	60+		5.9	6.9	8.4	14.2	23.0
	65+		3.3	4.5	5.8	9.5	17.9
	80+		0.3	0.4	0.6	1.5	3.8
Yaşlı nüfus yüzdesi	Kadın	60+	7.5	7.2	9.2	15.3	24.9
		65+	4.0	4.9	6.3	10.4	19.8
		80+	0.4	0.4	0.8	1.8	4.9
	Erkek	60+	4.5	6.6	7.8	13.1	21.1
		65+	2.6	4.2	5.3	8.6	16.0
		80+	0.2	0.3	0.5	1.1	2.7

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

Tablo 1 incelendiğinde 2050 yılına gelindiğinde 98.818.200 olması öngörülen Türkiye nüfusunun 22.740.900’ü diğer bir ifade ile toplam nüfusun %23’ünün 60 ve üzeri yaştaki kimselerden oluşması beklenmektedir.

İnsanların yaşlarının ilerlemesi, yaş almaları veya büyümeleri fizyolojik bir süreçtir. Biyolojik olarak kaçınılmaz olan bu sürecin sağlık, sosyal, kültürel, toplumsal ve ekonomik boyutları bulunmaktadır. Nüfus içinde oranları giderek artan yaşlı kimselerin gereksinimlerinin karşılanamaması ilerleyen yıllarda bilhassa gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sorun olarak ortaya çıkacaktır. Tam da bu noktada yaşlı kimselerin daha iyi vakit geçirip, buldukları rutin ortamlarından bir nebze de olsa uzaklaşıp yurt içi ve yurtdışı dolaşımına imkan sağlayacak teşvik ve düzenlemeler, gerek kendileri gerek içinde yaşadıkları toplum gerekse de hükümetler açısından rahatlatıcı bir etki doğurabilecektir.

### ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışma, nitel yöntemle yapılmış ve nitel veri toplama yöntemlerinden literatür taraması (doküman inceleme) tekniğinden faydalanılmıştır. Literatürde üçüncü yaş ve üçüncü yaş turizmi ile ilgili olgu ve olaylar hakkında bilgi içeren dokümanlar ışığında dünya nüfusunun giderek yaşlanması, bu yaş grubunun ihtiyaçları ve yönelimleri ile turizm sektörü için taşıdığı Pazar niteliği tartışılmıştır. Araştırmada ele alınan bir diğer kolunu oluşturan Türkiye turizminde üçüncü yaş grubunun yeri ve bu kategoride yer alan turistlerin profili ise ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak değerlendirilmiştir.

### **Üçüncü Yaş Kavramı ve Turizmi**

Polonya'nın Varşova şehrinde kurulan ve Varşova için bir ilk olma özelliğine sahip Üçüncü Yaş Üniversitesi (University of Third Age-U3A)'nin işlerliği, bir Fransız Modeline dayanmaktadır. Bu akademiyi kurma fikri, Fransız Profesör Pierre Vallas ile Halina Swarc'ın iş birliği ve bilimsel temasları neticesinde ortaya çıkmıştır. Dünyadaki ilk U3A ise 1973 yılında yine Prof. Pierre Vallas'ın öncülüğünde Fransa'nın Toulouse şehrinde kurulmuştur (Zilova et al., 2014: 135-136). Bu örneklerin ardından dünyadaki Üçüncü Yaş Akademileri ile öğrencilerinin sayısı artış göstermiştir. Birçok Üçüncü Yaş Akademisi'nin temel aldığı ve Fransız Profesör Pierre Vallas'ın 1970'lerin başında ortaya attığı teori; hayatı üç yaş grubuna bölmektedir: ergenlik ve okul çağına tekabül eden, bireyin ihtiyaçlarının başkaları tarafından karşılandığı dönem, birinci yaş; uzun yıllar süren çalışma hayatının hüküm sürdüğü dönem ikinci yaş; yoğun çalışma temposunun ardından emeklilik çağının başladığı süreç ise üçüncü yaşa karşılık gelmektedir. Dünyada ve Türkiye'de de üçüncü yaş bilincinin yaygınlaşmasına katkı sağlayan Üçüncü yaş Akademileri; Üçüncü yaş bireylerin kültürel, sosyal, sanatsal vb. alanlarda aktif olmalarına yardımcı olmaktadır. Türkiye'de bu türden bir Akademi ise 2010 yılında Bodrum'da "Herodot Üçüncü Yaş Akademisi (HÜA)" adıyla hayata geçirilmiştir. Akademiye; dünyanın birçok ülkesine seyahat ederek gözlem ve tecrübelerini "Herodot Tarihi" adlı kitabında toplayan ve Halikarnasos doğumlu Herodot'un adının verilmesi de tarih ve turizme yönelik bir duyarlılığın göstergesidir. Öyle ki kurumun misyonları arasında; "Bodrum ve çevresinde yüksek kaliteli turizmi geliştirmek ve turizm mevsimini uzatmak amacıyla yapılan bütün girişimlerle iş birliği yapmak", yer almaktadır (Herodot Üçüncü Yaş Akademisi). Bu ve dünyadaki diğer Üçüncü Yaş Akademileri, üçüncü yaş bireylerin turizm aktivitelerine katılmaları için yıl içinde çeşitli etkinlikler düzenlemektedir (kültür turları, doğa gezileri vb.).

Demografik değişiklikler, turizmin düzeyi ve doğasını çarpıcı bir biçimde etkilemektedir. Turizm talebine etki eden en önemli demografik unsurlardan bir tanesi nüfusun yaş yapısıdır (Avcıkurt, 2009). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün, yaşam süresinin uzaması ve dünyadaki yaşlı nüfusunun artmasına bağlı olarak yeniden düzenlemiş olduğu yaş dilimlerine göre; 0-17 yaş ergenlik, 18-65 yaş gençlik, 66-79 yaş orta yaşlılık ve 80-99 yaş ise yaşlılık (ihtiyarlık) olarak ifade edilmektedir (<http://www.healthindicators.org>). Dolayısıyla bu yeni ayırım, üçüncü yaş turizmi beklentisi içinde olan ülkeler için umut



vaat edicidir. Zira verimlilik, kârlılık ve istihdam faktörleri bakımından mevsimsel talep dalgalanmalarının etkisi altında kalan turizm sektörü açısından üçüncü yaş turizmi faaliyetleri alternatif turizm türü şeklinde ön plana çıkmaktadır (Özkan, 2014).

Belli bir yaş seviyesi üzerinde olan ve çoğunlukla çalışma yaşamına son vermiş diğer bir ifade ile emekli olmuş kimselerin ikamet ettikleri yerden ayrılarak farklı ülkelere gerçekleştirdikleri seyahatler üçüncü yaş turizmi kapsamına girmektedir. Özkan (2014), dünya sağlık ve üçüncü yaş turizmi ile ilgili yapmış olduğu çalışmasında üçüncü yaş turizmini şu şekilde tanımlamıştır: “50 yaş ve üzeri kişilerin çalıştıkları, ikamet ettikleri ve olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin haricinde gerçekleştirdikleri seyahatleri ve seyahatleri sırasında çoğunlukla turizm sektörünün var ettiği mal ve hizmet talep eden, belli ve geçici zaman aralıkları ile konaklamalarından doğan ilişkilerin tamamıdır”. Söz konusu kitlenin seyahat tercihleri; iklim koşulları, bölgeye ulaşım imkânları, sağlık hizmetlerine göre şekillenmekle birlikte (İçöz ve diğerleri, 2007) Dünya Sağlık Örgütü’nün yenilenen yaş dilimleri de göz önünde bulundurulduğunda çalışma hayatı sona ermiş ve emekli olmuş kimseler orta yaş ve hatta dahi genç olarak kabul gördüğünden seyahatlerindeki itici güçlerin sağlık ve ulaşım imkanlarının çeşitliliği ile kısıtlı kalmadığı sonucuna ulaşılabilmektedir. Üçüncü yaş grubuna dahil turistlerin seyahat motivasyonları diğer turist gruplarından belirgin şekilde ayrılmaktadır. Yaş almak, ihtiyaç ve sosyal rollerdeki değişimler seyahat motivasyonlarının da zamanla değişmesine etki etmektedir (Albu et al., 2016). Boş zaman fazlalığı, gelir düzeyi, sosyal ve kültürel aktivitelere ilgi gibi değişkenler onları seyahat etmeye güdüleyen faktörlerden birkaçıdır. Bu kitlenin seyahat motivasyonları diğer turist gruplarından ayrıştığı gibi kendi yaş grupları (üçüncü yaş kategorisinde yer alan diğer turistler) arasında da farklılıklar olduğu gözlemlenmektedir. Üçüncü yaş gezginlerinin birçoğu rahatlama/dinlenme, sakinlik, arkadaş ve aile üyeleriyle gezintiler ve daha durağan tatil arayışında olmaktadır. Kimileri ise harcama düzeyini yüksek tutarak kısa süreli seyahatlere çıkmakta; yeni deneyimler, hafif düzeyde macera, sosyalleşme ve yeni arkadaşlar edinme motivasyonu ile tatile çıkmaktadır (Avcıkurt, 2009).

### **Üçüncü Yaş Turist Profili ve Türkiye**

Üçüncü yaş turistlerinin profil, tercih, ihtiyaç ve gereksinimleri konusunda farklı yaklaşımlar söz konusudur. Literatürde yapılan çalışmalarda üçüncü yaş turistlerinin

seyahatlerine ilişkin birtakım ortak sonuçlara ulaşılabilmektedir. Yaşlı turistler genellikle daha deneyimli olmakta, seyahat ve eğlenceye ayıracak daha çok vakit bulmaktadır. Bilhassa emekliliklerinin ilk yıllarında, daha çok birikmiş paraları, varlıkları ve daha az mali bağlılıkları olmasından ötürü seyahatleri için (fazla) para ödemeye hazır durumdadır. Seyahat süreleri açısından daha esnek olmakta ve sezon dışı seyahat etmeyi tercih etmektedirler. Bu kategoride yer alan gezginler titiz ve kaliteli hizmet aramaktadır. Sağlık sorunları, özellikle de yaşı daha ilerlemiş turistlerde, seyahat seçimlerini etkileyebilmektedir (Esichaikul, 2012; Boksberg, P. E. & Laesser, C., 2008).

Yapılan araştırmalarda üçüncü yaş turist pazarındaki dinamikleri daha iyi bir biçimde çözümlenebilmek için, bu kategoride yer alan turistlerin ağırlıklı olarak kategorik profil özellikleri irdelenmiştir (Koçak, 2010). Batra (2009) üçüncü yaş turistlerinin seyahat deneyimlerini ve davranışlarını, demografik niteliklerine göre ayrıştırarak incelemiştir. Littrell, Paige ve Song (2004); üçüncü yaş turist profilini belirlemek için; açık hava, kültür, spor ve eğlence olarak dört grupta sınıflandırdığı seyahat aktivitelerine yönelimi ve alışveriş davranışlarını incelemiştir. Jang, Kim ve Yang (2010), üçüncü yaş pazarının yemekle ilintili tercihlerinden hareketle hangi pazar bölümlerine ayrılabilceğini araştırmış ve her bir pazar bölümünün kendi içindeki sosyo-demografik niteliklerini tanımlayarak, pazar bölümleri arasındaki farklılıkları ortaya koymuştur. Jang ve Ham (2009); *baby boomerlar* ile daha yaşlı olgun turistlerin seyahat harcamalarının sosyo-demografik ve ekonomik belirleyicilerini incelemiş ve hem bu belirleyicileri hem de satın alma karar süreci belirleyicilerini iki grup açısından karşılaştırmıştır. Cai, Schwartz ve Cohen (2001); ikincil veri kullanarak, İsrail'i ziyaret eden olgun turistlerin demografik niteliklerini ve seyahatteki davranış şekillerini saptamaya çalışmıştır. Wang, Chen ve Chou (2007); Tayvanlı üçüncü yaş turistlerin grup paket turlara katılımlarındaki karar alma süreçlerinde (problem algılama, bilgi tarama, nihai satın alma) taraflardan (karı, koca ve diğerleri) hangisinin daha etkin olduğunu ve bu etki düzeyinin “aile geliri, emeklilik durumu ve eğitim düzeyi” ile gösterdiği ilişkiyi incelemiştir. Koçak (2010) ise olgun turistlerin tatil deneyimlerine yönelik beklenti yapılarını ve algı yapılandırış süreçlerini ortaya koymuş ve bu tip turistlerin beklentilerinin daha ziyade psikolojik durumlara yönelik olduğunu belirlemiştir.

Uluslararası turizm hareketleri içerisinde üçüncü yaş grubunun seyahat eğiliminin yüksek olduğu görülmektedir. Bu yaş grubunun en yoğun olduğu ülkeler ise ABD, Kanada

Almanya, Avusturya, İngiltere, İsviçre, Fransa ve Japonya'dır. Bu ülkelerin birçoğu ise Türkiye'ye turist gönderen ülkeler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla pazarın giderek daha genişlemesi, Türkiye'ye gelen üçüncü yaş grubu turistlerin profillerini irdelemeyi gerekli kılmıştır. Bu anlamda Türkiye'nin bu pazardaki pozisyonunu algılayabilmek için öncelikli olarak niceliksel bir durum değerlendirmesi yapılarak, hangi milliyetlere mensup senyörlerin (üçüncü yaş turisti) Türkiye'ye giriş yaptığı ve ziyaret amaçlarının (ya da seyahat motivasyonlarının) neler olduğunu ortaya koymak amaçlanmaktadır. Tablo 2.de Türkiye'ye gelen üçüncü yaş grubu ziyaretçilerin yıllara göre sayıları verilmektedir.

**Tablo 2.** Yaş gruplarına göre Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı (2012-2016)

Yaş Grubu	2012	2013	2014	2015	2016
15-24	3.944.994	4.269.882	4.384.909	4.563.374	3.320.000
25-44	14.472.587	15.884.334	17.599.689	18.340.617	13.966.813
45-64	9.536.448	9.911.460	10.472.970	10.660.881	8.309.236
65 ve üstü	2.349.499	2.365.092	2.573.730	2.279.614	1.558.389
<b>Toplam</b>	<b>30.303.528</b>	<b>32.430.771</b>	<b>35.031.296</b>	<b>35.844.486*</b>	<b>27.154.438*</b>

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

Tablo 2. de farklı yaş aralıklarındaki ziyaretçilerin 2012 ve 2016 yılları arasındaki sayıları yer almaktadır. Türkiye'ye 65 yaş ve üstü kesimden en fazla turist geldiği yıl 2014 olmuştur.

Türkiye'nin üçüncü yaş turizmindeki mevcut durumuna yönelik değerlendirmeler yapılabilmesi için yakın geçmişteki rakamların incelenmesi yerinde olacaktır. 2015 yılında toplam turist sayısının %6,35 'i 65 yaş ve üzeri diğer bir ifade ile üçüncü yaş kategorisinde yer alan ziyaretçilerden oluşmaktadır. 2016 yılında ise tüm yaş kategorilerinde gözlemlenebilen bir düşüş söz konusudur. Ancak 2016 yılı turizm sezonunda normal şartların dışında gerçekleşen olağanüstü hallerin ortaya çıktığı göz

---

\*Tablo 2.de yer alan 2015 yılı toplam ziyaretçi sayısı ile Tablo 3.te verilmiş olan 2015 yılı toplam ziyaretçi sayıları arasındaki rakamsal farklılık, araştırmacılardan kaynaklı herhangi bir hesaplama hatasına dayanmamakta olup TÜİK verilerinde erişildiği şekilde aktarılmıştır. Ayrıca bu ve diğer tüm tablolarda geçen toplam ziyaretçi sayılarında "beraberinde gelen" dahil değildir.

\*Tablo 2.de yer alan 2016 yılı toplam ziyaretçi sayısı ile Tablo 3.de verilmiş olan 2016 yılı toplam ziyaretçi sayıları arasındaki rakamsal farklılık da, araştırmacılardan kaynaklı herhangi bir hesaplama hatasına dayanmamakta olup TÜİK verilerinde erişildiği şekilde aktarılmıştır.

önüne alındığında bu düşüşlerde başka bir neden aranmamaktadır. Göstergelere bakıldığında 2016 yılında 65 yaş ve üzeri ziyaretçi sayısı 1.558.389 olup toplam turist sayısının %5,73'ünü oluşturmaktadır.

**Tablo 3.** Türkiye'ye gelen 65 yaş ve üstü ziyaretçilerin ülkelere göre dağılımı (2012-2016)

Yaş	Ülke	2012	Toplam gelen	2013	Toplam gelen	2014	Toplam gelen	2015	Toplam Gelen	2016	Toplam Gelen
65 +	ABD	<b>170059</b>	714398	<b>156533</b>	739494	<b>155628</b>	740755	<b>134996</b>	755461	<b>81893</b>	438581
	Afrika Ülkeleri	8753	527781	12845	599575	13537	692480	11121	687824	9803	501640
	Almanya	<b>603506</b>	4224978	<b>569014</b>	4193042	<b>591714</b>	4349969	<b>586080</b>	4724787	<b>397687</b>	3300838
	Amerika Ülkeleri	23268	170056	29418	227118	30445	209562	30137	264042	15987	168726
	Avustralya	33410	156540	45418	180692	41504	193033	52878	224566	23477	96972
	Avusturya	38095	400706	32067	396921	42430	408021	25574	394607	13336	256253
	Azerbaycan	7922	523486	9574	568474	16482	590321	13955	548579	10623	541990
	Batı Asya Ülkeleri	25671	1053894	19286	1280151	28549	1617012	35701	1914673	30401	1528993
	Bağımsız Devl. Topl.	6319	822251	10188	938399	10929	1084427	13091	1072077	12068	777379
	Belçika	58946	462201	58623	480149	64614	499674	51562	458168	26361	313677
	Bulgaristan	68979	1406392	60061	1491433	85577	1609660	42101	1751766	44933	1598103
	Danimarka	29746	284393	40831	350081	46467	336711	45125	344033	34206	284392
	Diğer Avrupa Ülk.	32660	990570	40356	1075917	44421	1210258	35203	1284671	19907	980075
	Diğer Ülkeler	8049	207007	13303	224412	8545	266058	13755	291928	5064	206367
	Doğu Asya Ülk.	6711	148225	10198	179859	14520	260248	12896	365302	9997	214519
	Fransa	109175	875035	81402	856173	88954	856077	48590	715990	21327	478107
Güney Asya Ülk.	2949	118610	8486	151882	3931	191173	6714	218223	1850	170173	

<i>Tablo 3'ün devamı</i>										
Gürcistan	6696	1364945	13773	1732706	14854	1718167	19453	1872325	26825	2177824
Hollanda	99688	993179	91252	1001905	100561	1019328	70863	943907	56994	717535
Japonya	31204	196586	30956	172469	32994	168400	18395	104308	5696	47034
Kanada	33190	167576	34733	183993	30056	175273	26744	173410	9794	103154
OECD Ülkeleri	119960	1532896	115190	1581427	138115	1714490	97962	1693028	44453	801298
Rusya	31582	2647090	43428	3049036	61814	3451749	62331	2842972	22853	683335
Suriye	9404	298455	3250	191774	4191	265391	13720	325259	3768	167563
Tunus	555	76552	559	82189	1668	91053	915	97873	1400	92691
Türkiye	<b>293844</b>	4066157	<b>308887</b>	4254393	<b>313512</b>	4480576	<b>303044</b>	5017086	<b>323600</b>	5137239
Ukrayna	6913	496190	7638	598669	9259	538338	9615	602057	9453	812042
Yunanistan	51614	624536	61611	674366	52068	807525	59979	737562	49146	568802
İngiltere	<b>251995</b>	1934775	<b>260475</b>	1963559	<b>307940</b>	2098621	<b>275674</b>	2094736	<b>156923</b>	1416628
İran	20920	1073779	19981	1081626	28036	1452257	35895	1581644	26826	1574216
İspanya	26302	255153	20864	259068	13968	256887	13619	219993	5011	102109
İsrail	9518	87951	9652	129414	6985	172823	8026	205897	10852	240515
İsveç	42692	463166	67795	553896	80146	541266	55318	523844	24655	260024
İsviçre	29857	292264	26848	324849	31338	323121	22120	324414	13938	186868
İtalya	49347	645757	50597	661663	57978	640595	26461	467470	7280	208773
Toplam	2349499	30303530	2365092	32430774	2573730	35031296	2279613*	35844482	1558387*	27154435

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

Türkiye'ye 2012-2016 yılları arasında 65 yaş ve üzeri en fazla turist gönderen ülkenin Almanya olduğu görülmektedir. İkinci olarak yerli turistin oluşturduğu çoğunluk (Türkiye) dikkat çekmekte üçüncü sırada İngiltere ve devamında ise Amerika Birleşik

\*Tablo 2.de 2015 yılı 65 yaş ve üstü toplam turist sayısının, Tablo 3'tekinden farklı oluşu, araştırmacılardan kaynaklı herhangi bir hesaplama hatasına dayanmamakta olup ilgili rakamlar, TÜİK verilerinden erişildiği şekilde aktarılmıştır.

\*Tablo 2.de 2016 yılı 65 yaş ve üstü toplam turist sayısının, Tablo 3'tekinden farklı oluşu, araştırmacılardan kaynaklı herhangi bir hesaplama hatasına dayanmamakta olup ilgili rakamlar, TÜİK verilerinden erişildiği şekilde aktarılmıştır.

Devletleri gelmektedir. Tablo incelendiğinde söz konusu yıllar arasında, 2016’da yaşanan genel düşüş göz ardı edilirse herhangi bir dikkat çekici farklılık görünmemektedir.

Mevcut durumu görebilmeye yönelik güncel verilere bakıldığında iki farklı açıdan irdeleme yapmak mümkün olacaktır. İlk olarak *üçüncü yaş grubundaki (65+) toplam turist sayısı dikkate alındığında* 2015 yılındaki 2 milyon 276 bin 613 senyör turistin %25,74’ü Almanya’dan gelmiştir. Dolayısıyla *üçüncü yaş grubundaki (65+) toplam turist sayısı baz alındığında* Almanya, 2015 yılında Türkiye’ye en fazla senyör turist (586,080) gönderen ülke konumundadır. Bununla beraber *ülkelerin Türkiye’ye gönderdikleri toplam turist sayısı* içerisindeki senyörlerin oranına bakıldığında Avustralya’dan gelen toplam 224 bin 566 turistin %23,54’ü 65 yaş ve üzeri ziyaretçiden oluşmaktadır. Şu hâlde gönderdiği toplam turist sayısı içerisindeki senyör turist oranının fazlalığı bakımından Avustralya ilk sırada yer almaktadır.

2016 yılında *üçüncü yaş grubundaki (65+) toplam turist sayısı* içerisinde en fazla paya sahip ülke bir önceki yılda olduğu gibi Almanya olmuştur. Toplam 1 milyon 558 bin 387 senyör turistin %25,51’i (397 687) Almanya’dan gelmiştir. Yine 2015 yılındaki sıralamama değişmemiş olup *ülkelerin Türkiye’ye gönderdikleri toplam turist sayısı* içerisindeki senyörlerin oranının en fazla (%24,21) olduğu ülke, Avustralya olmuştur. Her ne kadar 2016 yılı rakamlarında genel bir düşüş söz konusu olsa da hem toplamda hem de gönderilen turist sayısı içindeki senyör turist sayısı ve oranı bakımından ülkelerin konumlarında bir değişiklik görülmemiştir.

**Tablo 4.** 65 yaş ve üstü turistlerin ziyaret amacına göre dağılımı (2012-2016)

Yaş	Ziyaret amacı	2012	2013	2014	2015	2016
65 +	Akraba ve arkadaş ziyareti	334.571	322.488	326.723	334.181	373.982
	Alışveriş	14.673	14.409	13.244	14.365	16.494
	Din/hac	9048	9761	11.049	4320	4732
	Diğer	4956	9095	9808	10081	11914
	Eğitim/staj	2290	-	185	876	220
	Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler	1.926.434	1.942.916	2.151.316	1.846.487	1.099.457

Tablo 4'ün devamı						
Sağlık ve tıbbi nedenler	17.035	17.676	21.165	24.925	18.257	
Transit	1765	1028	375	501	1810	
İş amaçlı (eğitim, toplantı, seminer vs)	38.727	47.719	39.865	43.878	31.523	
Toplam	2.349.499	2.365.092	2.573.730	2.279.614	1.558.389	

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr

Tablo 4 incelendiğinde 2012 ve 2016 yılları arasında 65 yaş ve üzerindeki turist kitlesinin Türkiye'yi ziyaret etme sebepleri arasında ilk sırayı *gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler* almıştır. İkinci olarak *akraba ve arkadaş ziyareti* sonrasında ise iş amaçlı (eğitim, toplantı, seminer vs) gelmektedir. *Sağlık ve tıbbi nedenler* ise, değerlendirmeye alınan tüm yıllarda dördüncü motivasyon unsuru olarak ortaya çıkmaktadır.

Mevcut durumu görebilmeye yönelik güncel veriler değerlendirildiğinde, 2015 yılında üçüncü yaş turistlerinin %80,99'u *gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerde* bulunmak amaçlı ziyaret gerçekleştirmiştir. 2016 yılında ise yine bu amaçla gelenler, sayıca diğerlerinden üstün durumda olup oranları %70, 55 olmuştur. Senyör turistleri ikinci sırada yer alan seyahat motivasyonları ise *akraba ve arkadaş ziyaretidir*. Bu yaş grubundaki turistleri %14,65 i akraba ve arkadaşlarını ziyaret etme motivasyonu ile gelmektedir. 2016 yılında 65 yaş ve üzeri toplam ziyaretçi sayısında bir önceki yıla kıyasla düşüş yaşanırken; *akraba ve arkadaş ziyareti, alışveriş, din/hac ve, diğer* amaçlar ile gelen ziyaretçilerin sayısında 2015 yılına göre bir artış olduğu görülmektedir. Diğer taraftan da *eğitim/staj, gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler, sağlık ve tıbbi nedenler, transit ve iş amaçlı* gelenlerin sayısında bir önceki yıla oranla bir gerileme yaşanmıştır.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Üçüncü yaş turizmi gerek yerli gerekse yabancı yazında çeşitli adlandırmalar ile anılmakla beraber bu adlandırmaların bir kısmı üçüncü yaş turizminin özelliklerini tam olarak yansıtamamaktadır. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2012), tarafından yayımlanan araştırma raporunda üçüncü yaş turizmi, ileri yaş turizmi olarak adlandırılmış ve sağlık turizminin alt başlıklarından birisi olarak gösterilmiştir. Literatür

derleme aşamasında karşılaşılan bu ve bunun gibi üçüncü yaş turizminin, yaşlı ve çoğunlukla hasta ve hatta engelli bireylerin sağlık amaçlı yapmış oldukları seyahatler olarak algılanmasına sebebiyet verecek açıklamalar, bu çalışmanın yapılması için itici bir etken olmuştur.

Üçüncü yaş kategorisine giren bireylerin yaş aralıkları ile ilgili olarak literatürde bir standart bulunmamakta bu durum ise üçüncü yaş turizminin tanımında da zorluklara yol açmaktadır. Genç, yaşlı, ihtiyar vb. sınıflamalardan yola çıkıldığında üçüncü yaş ayrımını yapmak daha da güçleşmekte bu nedenle çalışma kapsamında “emekli olmuş” veya “emekliliği yakın” ibarelerinin kullanıldığı tanımlara yer vermek isabetli bulunmuştur. Zira Dünya Sağlık Örgütü, yaş sınıflandırmalarında değişikliğe gitmiş, öncesinde yaşlı olarak nitelendirilen kimseler yaşam sürelerinin uzaması, sağlık imkanlarının artması gibi çağın gereksinimleri doğrultusunda genç (genç yaşlı) olarak adlandırılmıştır.

2015 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin %6,35’i; 2016 yılında ise %5,73’ü üçüncü yaş grubu turistlerden oluşmaktadır. Her iki yılda da 65 yaş ve üstü olan toplam ziyaretçilerin %13’ü ise yerli turistlerden oluşmaktadır. Türkiye’ye üçüncü yaş kitlesinden en fazla turist gönderen ülke Almanya olup; Türkiye’ye gönderdiği toplam turist sayısı içinde üçüncü yaş grubunun en fazla olduğu ülke ise Avustralya’dır.

Üçüncü yaş turizmine konu olan bireyler çok çeşitli motivasyonlar ile seyahate çıkabilmektedir. Sağlık ise kişinin gereksinimleri doğrultusunda bu sebeplerden birisi olabilmekte veya olmamaktadır. Nitekim Türkiye’yi ziyaret eden üçüncü yaş grubu turistlerin seyahat motivasyonları arasında ilk sırayı *gezi, eğlence ve kültürel faaliyetler* almıştır. İkinci sırada *akraba ve arkadaş ziyaretleri* yer almakta; devamında ise *sağlık ve tıbbi nedenler* gelmektedir. Bu sonuçlarda da görülebildiği üzere sağlık amaçlı ziyaretler, üçüncü yaş turizmi gerçekleştiren turistlerin öncelikli ve tek motivasyonu olmaktan çıkmaktadır. Üçüncü yaş grubunun tatillerinde yaptıkları aktiviteler ve tercihleri göz önüne alındığında üçüncü yaş turizmi, başka birçok turizm çeşidi ile ilişkilendirilebilecektir. Bu nedenle üçüncü yaş grubu, turizm beklentisi içinde olan ülkeler için potansiyeli yüksek bir kitledir.

Araştırmada, Dünya ve Türkiye nüfusunun yaşlanması gerçeğinden yola çıkılarak üçüncü yaş kavramı ve üçüncü yaş turizmi ele alınmış, Türkiye’nin bu pazardaki mevcut durumunu değerlendirebilmek ve ülkeyi ziyaret eden üçüncü yaş turistlerinin profillerini



görebilmek maksadıyla ise son beş yılına ait üçüncü yaş grubu istatistikleri incelenmiştir. Konu ile ilgili yapılacak benzer araştırmalarda, Türkiye'nin üçüncü yaş turizmine ilişkin verilerinin, bilhassa bu pazardan en çok pay olan rakip ülkeler ile kıyaslanması; pazardaki konumunun belirlenmesi, eksik ve zayıf yönlerinin ortaya çıkarılabilmesi bakımından katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

Albu, A., Chaşovschi, C., Mürüstaja, H., Tooman, H. And Patiar, S. (2016). Yaşlı Turizmi Kitapçığı. Web: [www.cubitus-project.eu](http://www.cubitus-project.eu) Erişim Tarihi: 25.09.2017

Avcıkurt, C. (2009). [The mature age market in Europe and its influence on tourism](#). Tourism Review.

Batra, A. (2009). Senior Pleasure Tourists: Examination of Their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting The Bangkok Metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10:197–212.

Boksberger, P.E. and Laesser, C. (2008). Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4).

Cai A. L., Schwartz Z. and Cohen E. (2001). Senior Tourists in the Holy Land. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Sayı. 1(4).

Case, K. E. and Fair, R. C. (1999). *Principles of Economics* (5th ed.). Prentice-Hall.

Esichaikul, R. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(2), 47-58.

İçöz, O., Günlü, E. ve Yılmaz, B. S. (2007). *Genel Turizm- Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.

Jang, Y. J., Kim, Woo G. and Yang, S. (2010). Mature Consumers' Patronage Motives and the Importance of Attributes Regarding HMR Based on the Food-Related Life Styles of the Upper Middle Class. *International Journal of Hospitality Management* (Article in Press).

Kinsella K, Wan H.U.S. Census Bureau: International Population Reports. An Aging World: 2008, Washington: U.S. Government Printing Office, DC, 2009: 1-209.

Koçak, G. N. (2010). Gönül ne kahve ister ne kahvehane, gönül hoşluk ister kahve bahane: Olgun turistlerin algı yapılandırışları üzerine keşifsel bir çalışma, 11. Ulusal Turizm Kongresi 2-5 Aralık 2010, Kuşadası.

Littrell, M. A., Paige, R. C., & Song, K. (2004). Senior travelers: Tourism activities and shopping behaviors. *Journal of Vacation Marketing*, October, Sayı. 10(4): 348–362.

Mandıracıoğlu, A. (2010). Dünyada ve Türkiye’de yaşlıların demografik özellikleri. *Ege Tıp Dergisi*, 49 (3). S. 39-45.

Özgür, E. M. Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Konferansları, 16 Mart 2010, Ankara.

Özkan, A. (2014). Bir Modern İşletme Yaklaşımı Olarak Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Rolü: Bolu Karacasu Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, 42-43.

Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. (2007). Türkiye’de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2012). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu, Ankara.

Ünsal, E. (2016). *İktisadi Büyüme*. BB101 Yayınları, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara.s.52-55.

Wang K. C., Chen S. J. and Chou S. H. (2007). Senior Tourists’ Purchasing Decisions in Group Package Tour. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18 (1): 23-42.

Zilova, A., N., A., Joseph, M. V. (2014). European and Global Context of Poverty: in the period of social and demographic transformations of society.

Web:

[http://www.healthindicators.org/ICHI/\(ocff4j55xgku3n45copbmr55\)/General/ECHI\\_Hierarch\\_y.htm](http://www.healthindicators.org/ICHI/(ocff4j55xgku3n45copbmr55)/General/ECHI_Hierarch_y.htm) Erişim Tarihi: 21.09.2017

Web:

[www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=945](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=945) Erişim Tarihi: 25.09.2017

Web:

<http://www.hero3a.com/tr/about-h3a/#> Erişim Tarihi: 25.09.2017

### **Extended Abstract**

The British population scientist and political economist theorist Thomas Robert Malthus argues that production for consumption growth must be more than consumption. With the work "Research on Population Increase" published in 1789, R. Malthus opened the way to important rules in terms of population knowledge. According to Malthus' population theory; the population grows faster than the increase in nutrients and thus the amount of nutrients per person decreases over time. Under the appropriate conditions, no restrictive factor exists, population increases in the form of geometric series while the nutrients increasing in arithmetic sequences. Inadequate food production and accompanying misery in the face of the overpopulation predicted by Malthus has been a milestone in the history of humanity in terms of another change in the age of the 20th century, even if the crisis has not yet taken place. Especially when the second half of the 20th century is examined, the proportion of the elderly population in the total population seems to have increased remarkably. This increase observed worldwide; declines in fertility rates can be explained by the deterioration of infant / child mortality to controllable levels, the prolongation of the average life expectancy of developments in nutrition and primary health care services. This increase observed worldwide; declines in fertility rates can be explained by the deterioration of infant / child mortality to controllable levels, the prolongation of the average life expectancy of developments in nutrition and primary health care services. The progress of people's ages, getting age or their growth is a physiological process. This process, which is biologically inevitable, has health, social, cultural, social and economic dimensions. Failure to meet the needs of elderly people, which are increasingly in the population, will become a major problem especially for developing countries in the coming years. At this point, the incentives and regulations that will enable the elderly people to have a better time and to move away from their routine environment to a certain extent and enable domestic and foreign circulation will have a relaxing effect on both the society in which they live and the governments themselves. The functioning of the University of Third Age (U3A), which was founded in Warsaw, Poland and has the first feature for Warsaw, is based on a French Model. The idea of setting up this academy has emerged as a result of business contacts and scientific contacts of French Professor Pierre Vallas and Halina Swarc. The first U3A in the world was founded in 1973 under the leadership of Prof. Pierre Vallas. established in Toulouse,

France. An Academy of this kind in Turkey in the name of "Herodot Third Age Academy (HUA)" was found in Bodrum in 2010. Demographic changes affect the level and nature of tourism dramatically. One of the most important demographic factors affecting tourism demand is the age structure of the population. According to age groups in which the World Health Organization (WHO) has reorganized its life span due to the extension of its age and the increase of the elderly population in the world, 0-17 years of adolescence, 18-65 years of youth, 66-79 years of middle age and 80-99 years of age (oldness) are expressed. Therefore, this new distinction is promising for countries with a third-year tourist expectancy. Because of the tourism sector, which is affected by seasonal demand fluctuations in terms of productivity, profitability and employment factors, third-year tourism activities take the form of alternative tourism types. In other words, those who retire at a certain age level and who have mostly ended their working lives are excluded from the place of residence and travelled to different countries within the scope of third age tourism. Travel motivations of the third-age group tourists, are distinctly differentiated from other tourist groups. Getting age, needs and social roles influence the motivation of travel to change over time. Third-age tourism is referred to by various names in both domestic and foreign literature, but some of these names do not fully reflect the characteristics of thirdage tourism. In the research report published by the Ministry of Health General Directorate of Health Services (2012), third-age tourism was named as senior tourism and it was shown as one of the sub-titles of health tourism. Explanations that would lead to perceived third-age tourism as elderly, mostly sick, and even disabled people's travels for health purposes, such as these encountered in the review stage of the literature, have been a driving force for this study. 6.35% of the tourists who visited Turkey in 2015; in 2016, 5.73% is composed of tourists from the third age group. In both years, the total of tourists aged 65 and over is 13%, while tourists are local tourists. Germany is the country that sends the most of tourists from the third age group to Turkey. Among the total number of tourists sent to Turkey, Australia is the country with the third largest age group. In the study, the third age concept and the third age tourism were handled on the basis of the aging of the world and Turkey population, and the third-year group statistics for the last five years were examined in order to evaluate Turkey's current situation in this market and to see the profiles of third-year tourists visiting the country. Comparisons of Turkey's data on third age tourism with those of the competitor countries,

which have the most share in this market, in similar researches on the subject; the determination of the position of the market, its lack and weakness will be contributed in terms of being able to be revealed.