



**Atıf/Citation**

ARICI,F., (2019), Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizm Potansiyeli ve Kaynak Kullanımı. Doğu Coğrafya Dergisi 24 (42), 1-15

## TÜRKİYE’DE ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZM POTANSİYELİ VE KAYNAK KULLANIMI

### Third Age Tourism Potential in Turkey and Resource Utilization

Arş. Gör. Dr. Fatih ARICI<sup>1</sup>



#### Öz

Dünya genelinde yaşanan demografik dönüşüme bağlı olarak, üçüncü yaş turizmi giderek önem kazanmaktadır. Genel olarak günümüzdeki emekli veya emeklilik çağındakiler, geçmiştekilere kıyasla daha sağlıklı ve daha fazla ekonomik birikime sahiptirler. Bu imkânlarla sahip yaşlılar, boş zamanlarını turizm için harcamaya da isteklidirler. Bu sebeple turizm sektörü için yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Kendine has bir pazar oluşturan bu turizmi şekli için ülkelerin çeşitli uygulama ve politikalar geliştirdiği görülmüştür. Türkiye’de ise son yıllarda bu olayın önemi fark edildiğinden uygulama ve planlamalarda yetersizlikler görülmektedir. Bu turist tipinin talep ve ihtiyaçlarına yönelik arz sunumunda da eksiklikler bulunmaktadır. Türkiye’de sadece sağlık turizmi ve iklime bağlı kaynak sunulduğu, dolayısıyla onların asıl seyahat motivasyonlarının dikkate alınmadığı anlaşılmaktadır. Çalışmada işte bu yaş grubunun; motivasyonları, talep ve ihtiyaçları literatüre bağlı olarak irdelenmiş ve uygun kaynak kullanımına dair öneriler geliştirilmiştir. Ayrıca üçüncü yaş turist potansiyeli üzerinden de bir değerlendirme yapılarak gelecekteki muhtemel pazar hakkında fikir elde edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmada nitel araştırmalarda yaygın kullanılan doküman analizi tekniğinden faydalanılarak değerlendirmeler yapılmıştır. Yapılan değerlendirmede; bu yaş grubunun, yaş ve bilinç düzeylerine uygun; fazla aktivite istemeyen daha çok; kültürel, tarihi ve doğal turizm kaynaklarına yönelik ilgilerinin baskın olduğu görülmüştür. Türkiye bu talebe yönelik güçlü bir arza sahiptir. Ancak, bu çekicilikler üzerine çalışmaların eksiklikleri dikkat çekmektedir. Ülke potansiyelinin bölge, alt bölgeler ve iller düzeyindeki durumu ise henüz belirlenmiş değildir. Üçüncü yaş turizmüne katılanlarının kaynak kullanımına ilaveten ulaşım ve konaklama istekleri de göz önüne alındığında belli destinasyonların belirlenmesinin daha uygun olacağı düşünüülerek, “cazibe şehirler” ve “turizm koridorları” önerisi geliştirilmiştir. Bu destinasyonlarda uygulanacak organizasyonlar üzerine de öneriler sunulmuştur. Son olarak, bu yaş grubu için kaynak kullanımının tamamlayıcıları olarak erişilebilirlik ve yaşlı dostu konaklama tesislerine dair fikirler öne sürülmüştür. Çalışmanın Türkiye’de üçüncü yaş turizmini konu alan yayınlardaki turistik kaynak sunumu ve turist potansiyeli üzerine kısıtlı olan literatüre katkı sağlaması ve sektörün karar vericilerine öngörü sunması umulmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Üçüncü yaş turizmi, seyahat motivasyonları, turistik kaynaklar

#### Abstract

Third age tourism gradually gains importance due to the demographic change in the world. In general, today's retirees or the ones at that age are healthier and have more economic savings as comparing with the ones in the past. Elderly people having that potentiality are also willing to spend their free time for tourism. Therefore, they create new opportunities for the tourism sector. It is observed that countries have developed various practices and policies for this form of tourism which forms a unique market. Because the importance of this occasion is realized in recent years in Turkey, inadequacies in the

<sup>1</sup> Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, E mail: [farici@sakarya.edu.tr](mailto:farici@sakarya.edu.tr),  
ORCID ID:0000-0002-8274-5844

*practices and planning are observed. There are also shortcomings in the supply of demands and expectations of this type of tourist. In Turkey, only medical tourism and climate-related resources are available, therefore it is understood that their main travel motivation is not considered. In this study; motivation, expectations and needs of that age group were scrutinized and suggestions regarding with proper resource utilization are made. Additionally it is tried to have an idea about eventual marketing in future by evaluating third age tourism potential.*

*In this study, evaluations were made by using document analysis technique which is widely used in qualitative researches. In the evaluation; in accordance with the age and consciousness levels of this age group; it is observed that their interests towards cultural, historical and natural tourism resources which need not too much activity are more dominant. Turkey has a powerful supply for that demand. However, the absence of studies about these attractions is noticeable. The status of the country's potential considering regions, sub-zones and provinces has not yet been determined. When transportation and accommodation demands of the ones who contribute to third age tourism are considered in addition to resource utilization, the suggestion of “attractive cities” and “tourism passages” is developed. There made suggestions for organizations to be carried out through these destinations. Finally, ideas for accessibility and age-friendly accommodation have been proposed as complementary to resource use for this age group. The study is expected to contribute to touristic resource presentation of publications about third age tourism and limited literature about tourist potential and provide forecasts to the industry's decision makers.*

**Keywords:** *Third age tourism, travel motivation, touristic resources*

## 1.Giriş

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2018 yılında turizme katılanların sayısının 1,4 milyara ulaştığını, 2019 yılında ise %3 ila %4 arasındaki bir artış oranı ile büyümenin devam edeceğini öngörmektedir (www.e-unwto.org). Günümüzde turizm, uluslararası ticarete çok önemli bir noktaya ulaşmış durumdadır. Bugün birçok gelişmekte olan ülke için ana gelir kaynaklarından birini temsil etmektedir. Daha da önemlisi, artık turizmin iş hacmi, petrol, otomobil ve gıda ürünleri ihracatına ulaşmış ve hatta geçmiş durumdadır (www.e-unwto.org). Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), turizm sektörünün, dünya çapında her 10 işten birini destekleyen ve dünya GSYH'nin %10,4'ünü oluşturarak, dünyanın en büyük ekonomik sektörlerinden biri durumuna geldiğini vurgulamaktadır (www.wttc.org). Bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizmin gelişmesi ile ekonomik, toplumsal ve mekânsal değişimler meydana gelmektedir. İstihdam yaratmanın yanı sıra, döviz girdisi ile de ülkelerin ödemeler dengesine katkı sağlanmaktadır (Özgüç, 2015: 163).

Dünya genelinde mevcut turizm algısı önemini devam ettirmekle birlikte, son yıllarda değişen ihtiyaç ve isteklere bağlı olarak turistik talepte farklılaşma ve çeşitlenme yaşandığı görülmektedir (Emekli, 2002: 267). İnsanların gelirlerindeki artışa ilaveten, daha fazla boş zamanlarının oluşması, hayata bakışlarındaki değişim, yenilik arayışı ve sosyalleşme gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak artık turistlerin çekicilik algıları da değişmiştir. Bu değişime bağlı olarak ortaya çıkan ihtiyaç ve isteklerin karşılanabilmesi adına turizm endüstrisi, farklı turistik ürünleri planlama ve sunma yoluna gitmiştir (Formica, 2002; akt. Albayrak, 2013: 145). Turistlerin ihtiyaç ve isteklerindeki değişimleri gerekli kılan gelişmelerden biri de demografik dönüşümdür. Dünya genelinde gözlenen bu dönüşüm yani nüfusun yaşlanması, buna karşın eskiye nazaran yaşlı nüfusun daha fazla seyahat etmesi turizm için değişen bir talep oluşturmaktadır. Oluşan bu talep ve pazar potansiyeli birçok sektörde olduğu gibi turizm endüstrisinin de arzını güncellemesini gerekli kılmıştır.

Birleşmiş Milletler (BM) tarafından hazırlanan "Dünya Nüfus Beklentisi" başlıklı rapora göre; 2020'de %17,1 olması beklenen 65 yaş ve üzeri dünya nüfusunun, 2050 yılında %31,6'ya ulaşması tahmin edilmektedir (www.population.un.org). Henüz turizm sektöründe önemli bir paya ulaşamamış olsalar da yaşlı turistlerin, yaşlanan dünya nüfusu ve son yıllarda toplumda meydana gelen sosyo-ekonomik değişimler nedeniyle turizm endüstrisi için gelecekte yeni potansiyeller ve fırsatlar oluşturacaklardır. Çünkü dünya genelinde, ölüm oranlarının düşmesinin bir sonucu olarak, yaşlı turistlerin oranı önümüzdeki yakın bir zaman diliminde olağanüstü bir şekilde artacaktır (Alén González vd., 2010:257). Böylesine eşi benzeri görülmemiş bir demografik dönüşüm, toplumu bir bütün olarak etkileyen yeni ekonomik, politik ve mevzuata ilişkin değişiklikleri zorunlu kılmaktadır. Zorlukların yanı sıra, demografik dönüşüm turizm sektörü için öncelikle, seyahat ürünlerinin özellikleri ve görevleri önemini etkilemekte ve sektör için yeni fırsatlar ortaya çıkarmaktadır. Çünkü genel olarak, emeklilik çağındaki yaşlılar daha fazla boş zamana sahiptir ve bu zamanlarını turizm için harcamaya isteklidirler (www.ec.europa.eu). Bu gelişmenin ortaya çıkardığı pazar potansiyeli turizm endüstrisinin ilgisini çekmiş ve bu gruptaki tüketicileri hedeflemek için rekabetçi iş ve pazarlama stratejileri geliştirmeye odaklanmıştır (Sedgley vd., 2011:424). Dünya nüfusunun yaşlanmakla birlikte günümüzün yaşlıları, geçmişe göre; daha sağlıklı, daha kendine güvenen ve eğlencelidir. Bu sebeple bu yaş grubundaki daha fazla insanın seyahat edeceği ve dolayısı ile yaşlıların turizm endüstrisinin gelecekteki büyüme pazarı içerisinde daha fazla yer alacağı anlaşılmaktadır (Pikkemaat, 2001; Hawes, 2004; akt. Möller vd., 2007:15).

Turizm sınıflandırmasında; turist sayısı, türü, planlama süreci, seyahat sezonu, yaş grupları vb. pek çok ölçüt belirleyici kriter olarak kullanılmaktadır (Doğanay ve Zaman, 2013: 5). İşte belli bir yaşın üzerinde yer alan bu yaşlı turist grubunun turistik aktivite şekli; "üçüncü yaş turizmi", "ileri yaş turizmi", "yaşlı turizmi", "olgun/kıdemli turizm" vb. gibi aynı anlamı çağrıştıran kavramlarla literatürde ifade edilmekte olduğu görülür. Bu gruptakilerin çoğunluğunu "emekli olmuş" veya "emekliliği yakın" kişiler oluşturduğundan tanımlamada ki fikir birliğinin sağlanamamasına ilaveten bu turist grubunun hangi yaş aralığında yer aldığı hususu da muammadır. Çünkü emekli olma yaşı ülkeden ülkeye değişmekte bu sebeple de çalışmalarda alt sınır; 50, 55,60 ve nihayetinde 65 yaş ve üzeri şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım, 1997: 77; Aydemir ve Kılıç, 2017; Kılıçlar vd., 2017; Alén González vd., 2010). Bu turizm şeklini tanımlayan kavramlar her ne kadar birbiri yerine kullanılsa da, çalışmada kavramsal bütünlüğü sağlamak adına akademik yazında daha yaygın kullanımından dolayı "üçüncü yaş turizmi" kavramı tercih edilmiştir. Türkiye'nin turistik çekiciliklerin üçüncü yaş turizminde turistik kaynak olarak önerilmesi adına, bu yaş grubundakilerin; aktiviteleri, ilgileri, seyahat motivasyonları ve turizm kalıpları gibi özellikleri literatüre dayalı olarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Üçüncü yaş turistlerin; pazardan beklentileri, seyahat davranışları, tatil kalıpları vb. gibi temel konuları ele alan yayınlara özetle değerlendirilecek olursa; Romsa ve Blenman, (1989) tarafından yapılan çalışmada doğrudan üçüncü yaş turistler ele alınıp incelenmese de bu yaş grubu ile alakalı tespitlere de yer verilmiştir. Çalışmada; yaş ile çevresel faktörlerin turistik faaliyetlere katılma etkisi yaş gruplarına göre incelenmiştir.

Turistik seyahatler için motivasyonların tüm yaş gruplarında benzer (seyahat şekilleri, varış yeri, tatil süresi, etkinliklerin popülerliği, tatil hatıraları vb.) olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak, yaşlanma süreci ile çevrenin etkileri arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak yaşlıların daha az stresli ulaşım araçları ve tatil yerlerine bakma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Çevresel, sosyo-ekonomik ve yaşlanma etkileri, yaşlıların turist dalgasına daha fazla katılmalarını engellemekle birlikte, yaşlılar arasında önemli bir pazar potansiyelinin varlığına ve henüz bunun tam olarak gerçekleşmediğine de vurgu yapılmaktadır.

Doğrudan üçüncü yaş turistlerini ele alan Littrell vd., (2004) yaşlı turistlerin turizm faaliyetleri ve alışveriş davranışlarını araştırdıkları çalışmalarında, yaşlı grubu; orta/ölçülü turistler, aktif açık/kültürel turistler ve kültürel turistler biçimde üç kategori altında toplamışlardır. Bunlardan orta/ölçülü turistlerin, alışveriş ve aktivitelere katılmada daha az ilgili oldukları, aktif açık/kültürel turistlerin doğa yürüyüşü, kamp ve eko turlar yanı sıra sanat ve kültürle ilgili etkinliklere de katılım sağladıklarını, ziyaret ettikleri bölgelerde yerel yemeklerin tadına bakmayı sevdiğini tespit etmişlerdir. Kültürel turistlerin ise tiyatro, konser ve festivallere katılımlarının yoğun olduğu, galerileri ve müzeleri ziyaret etmenin yanı sıra yerel yemeklere de ilgili oldukları tespiti yapılmıştır. Sportif faaliyetlerin katılımına da önem veren bu grup için, alışverişin de oldukça önemli olduğu ve diğer iki gruba göre daha fazla alışveriş yapma orana sahip oldukları belirtilmiştir.

Hongsranagon, (2006), Tayland’da uzun süreli turistler olarak yaşamaya gelen Japon emekliler üzerine bir araştırma yürütmüştür. Çalışmada, Japonya’nın ekonomik, demografik ve sosyal değişiminin yaşlıların bu tür turistik aktivitelere katılımını artırdığı ifade edilmektedir. Japon yaşlıların, emeklilik maaşlarının iyi olması ve sosyal açıdan, aile ve çocukları ile birlikte yaşam oranlarının gittikçe azalması gibi etkenlerin uzun süreli turizme katılmalarına imkân sağladığı vurgulanmaktadır. Casado-Díaz vd., (2014) tarafından yapılan çalışmada da, Hongsranagon, (2006)’ya benzer şekilde, bu yaşlı grupların uluslararası seyahat için ortalamasının üzerinde fırsatları olduğu ifade edilmektedir. Yaşlıların artık yeterli finansal kaynaklara sahip oldukları, istihdam zorunluluklarının bulunmadığı ve aynı zamanda çoğunluğunun ne çocuk ne de günlük kişisel bakıma muhtaç olan ebeveynlerinin bulunmaması onları daha doyurucu bir yaşam tarzına girme arzusuyla motive etmekte olduğu vurgulanmaktadır. Bu imkânlarla bağlı olarak da yaşlıların emeklilik sonrası yaşamlarının tadını çıkarmaları için yeni yerler arayışında oldukları belirtilmektedir. Alén González vd., (2010) yapmış oldukları çalışmada birçok tespite değinmenin yanı sıra, diğer çalışmalardan farklı olarak yaşlı gezginlerin; turistik faaliyet türüne ve mekânına karar vermelerinde önemli rol oynan hususlara yer vermişlerdir. Bu hususta sunulan tespitler şunlardır: Yaşlılar ilk önce kendi başlarına bilgi toplama eğilimindedirler ve elde ettikleri bilgileri daha sonra medya tarafından verilen diğer bilgilerle karşılaştırırlar. Ayrıca onlar için; aile, arkadaşlar, komşular veya tanıdıklar dikkate alınması gereken diğer karar verme kaynaklarıdır. Çünkü yerler veya konaklama hakkındaki yorumlar, yaşlı gezginlerin kararlarında önemli rol oynamaktadır. Öte yandan, internet kullanımının yaygınlaşması bu kaynağın, her türlü bilgiyi yayınlaması ve arama noktasında kolaylıklar sunması yaşlılar arasında bu kullanımın popülerliğini artırmıştır. Gelecek yıllara yönelik bir tahmin yapılırsa, yaşlılar daha fazla web ve e-posta kullanacaklardır.

Möller vd., (2007), Avusturya’da yaşanan nüfusun değişen seyahat davranışları ve turizm üzerindeki etkilerini konu alan bir çalışma yapılmıştır. 55 yaş ve üstü katılımcılardan oluşturdukları odak grubun, eğlence ve seyahat alışkanlıkları yanı sıra turizm tercihlerini de araştırmışlardır. Çalışmada, eğlence ve seyahat etmenin katılımçıların yaşamında önemli rol oynadığı, ileriki yaşlarında da yani emeklilik dönemlerinde de bu davranışlarının önemli ölçüde değiştirmeyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumu da yaşamları boyunca edindikleri seyahat davranışları ve tercihlerine bağlamaktadırlar. Buna dayanarak, gelecekteki yaşlı turistlerin seyahat davranışları ve tercihlerinin bugünün, yaşlılarından farklı olacağı sonucuna varmaktadırlar. Möller vd., (2007) ile benzer ifadelerle Alén González vd., (2010) tarafından da değinilmekte; gelecekteki yaşlı nesillerin şu ankinden farklı tercihlere sahip olma ihtimallerinin yüksek olduğuna, daha çok seyahat etmiş olduklarından bunu yapmaya devam edeceklerine ve şimdiki gibi yaşlılıkta da benzer davranacaklarını öngörmektedirler.

Türkiye’de üçüncü yaş turizmini konu edinen yayınlar irdelendiğinde ise, bu hususta ilk yayınlardan birinin Yıldırım, (1997) tarafından yapıldığı görülür. Bu çalışmada; üçüncü yaş turizmin kısa tanımı ile talep profiline ve dünya turizmi içerisindeki durumuna değinilmiştir. Üçüncü yaş turizmi açısından Türkiye’yi ziyaret eden bu grubun ülkelere göre dağılım durumu hakkında bilgi verilerek tanıtım ve pazarlamaya önem verilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Çalışmada Türk turizminde bu yaş grubundan elde edilecek gelirin artırılması için alınması gereken tedbir ve uygulamalarla ilgili önerilerde de bulunulmuştur. Özdiçiner, (2008) ise, Türk turizm pazarında yaşlı yabancı tüketicilerin turistik tercihleri üzerine bir araştırma yapmıştır. Çalışmada, yaşlıların seyahat ve turizm faaliyetine ilişkin güdülerinde sosyalleşmenin önemli olduğu, bunun yaşlıların yaşam stillerinin devamına ve yaşam tatmininin artışına katkıda bulunduğu ifade edilmektedir. Araştırma kapsamında görüşülen yaşlı turistlerin; hem yurt içi, hem de yurt dışı tatil tercihinde 60-74 yaş grubundaki turistlerin, 75 yaş ve üzerinelere göre daha yüksek tercih oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine 60-74 yaş grubundaki

turistlerin, kültürel seyahatleri daha fazla benimsedikleri ve aynı yaş grubundaki insanlarla birlikte tatil yapmayı tercih ettikleri elde edilen sonuçlar arasındadır.

Cengiz ve Kantarcı, (2013) yaşlı turistlerin tatillerinde önem verdikleri turistik ürün seviyeleri üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda; bu gruptaki turistlerin ilerlemiş yaşları nedeniyle karşılaştıkları fiziksel engelleri kolaylaştırıcı ve sağlık sorunlarını giderici, tedbir ve ürünlerin öncelikle ele alınması halinde pazardaki başarının artırılabilceği ifade edilmektedir. Kılıçlar vd., (2017) tarafından yürütülen çalışmada ise, 2012-2016 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden 65 yaş ve üstü turistlerin seyahat motivasyonları irdelenerek profilleri tasvir edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü yaş turizminin; yaşlı, çoğunlukla hasta ve hatta engelli bireylerin sağlık amaçlı yapmış oldukları seyahatler algısına da açıklama getirme amacı ile yapılan çalışmada bu gruptakilerin seyahat motivasyonunda ilk sırada gezi, eğlence ve kültürel faaliyetlerin geldiğini, dolayısı ile sağlık amaçlı ziyaretlerin bu turistlerin öncelikli ve tek motivasyonu olmaktan çıktığını vurgulamaktadırlar.

Türkiye'de üçüncü yaş turizmi üzerine yürütülen bir diğer çalışma da Aydemir ve Kılıç, (2017) tarafından bu yaş grubunu içeren turizmle ilgili uygulamaların incelenmesi amacı ile yapılmıştır. Çalışmada, yurt dışında ve ülkemizde üçüncü yaş turizmi ile ilgili gerçekleştirilen uygulamalar değerlendirilmiş ve karşılaştırılmıştır. Yurtdışının aksine, Türkiye'de özellikle son yıllarda hazırlanan plan ve politikalarda üçüncü yaş turizminin kendine yer bulduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'de uygulamalar konusunda yetersizliklerin bulunduğu, bu nedenle üçüncü yaş turizminin sağlık turizminin yanı sıra farklı turizm türleri ile çeşitlendirilmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

## 2. Amaç ve Yöntem

Çalışmada, üçüncü yaş turizmine katılanların; ihtiyaç, talep ve turizm kalıplarının anlaşılabilmesi adına yerli ve yabancı literatür taraması yapılmıştır. Türkiye özelinde yapılan çalışmalarda literatüre katkı sunmak amacı ile eksik kalan kısımlar ayrıyeten sorgulanmıştır. Türkiye'de üçüncü yaş turizmini konu alan çalışmalarda, bu yaş grubu turistlere hitap edecek turizm tipleri, turistik kaynaklar ve turist potansiyeli gibi konular üzerine çalışmaların eksikliği görülmüştür. Bu doğrultuda çalışmanın konusu, turizm sektöründe gelecekte daha da önemli bir pazar haline geleceği vurgulanan üçüncü yaş turizmi için, Türkiye'nin turist potansiyeli, turistik kaynakları ve kaynak kullanımının değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı ise, ülkemizde henüz gelişim gösteren bu olay için coğrafi bakış açısı ile turistik kaynak değerlendirmesi yapılarak öneriler sunmaktadır. Türkiye'de daha çok; sağlık ve deniz-kıyı kaynaklarına dayalı tek yönlü bir pazar sunulan bu turistlere; güdülerini, turizm şekli, tercihleri ve beklentileri göz önüne alınarak alternatif kaynak kullanımı adına öneriler geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda kısıtlı olan literatüre katkı yapmak ve sektörün karar vericilerine de ön fikirler sunmak çalışmanın amaçları arasındadır.

Bu doğrultuda çalışmanın temel çerçevesinin oluşturulması için ilgili literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü yaş turistlerin; aktiviteleri, ilgileri, seyahat motivasyonları vb. özelliklerinin belirlenmesi ve amaca uygun önerilerin geliştirilmesi için; basılı yayın, raporlar ve istatistik veriler incelenmiş, nitel araştırmalarda yaygın kullanılan doküman analizi tekniğinden faydalanılarak değerlendirmeler yapılmıştır. Elde edilen verilere dayalı olarak da öneriler geliştirilmiştir. Çalışmanın giriş bölümünde, ele alınan konu literatüre dayalı olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise Türk turizm pazarı için yurtdışı talebe ilaveten yurtiçinden oluşacak taleple ilgili istatistik bir değerlendirme yapılmıştır. Bu doğrultuda, Türkiye nüfusunun demografik ve sosyo-ekonomik yapısı istatistik verilerle dayalı olarak ele alınıp, değişimler ortaya çıkarılmıştır. Böylece değişen nüfus yapısına ve ekonomik duruma bağlı olarak gelecekte üçüncü yaş turizmine olabilecek katılım ile ilgili potansiyel belirlenmiştir. Çalışmanın son aşamasını bu turist tipinin; seyahat motivasyonları, turizm beklentileri ve tatil kalıpları ile yaşlı turistler için diğer ülkelerde geliştirilen uygulamalar dikkate alınarak ülke turizm çekicilikleri bağlamında değerlendirme yapıp, bu olaydan daha fazla pay alınabilmesi için kaynak kullanımı adına önerilerin sunulması oluşturmuştur.

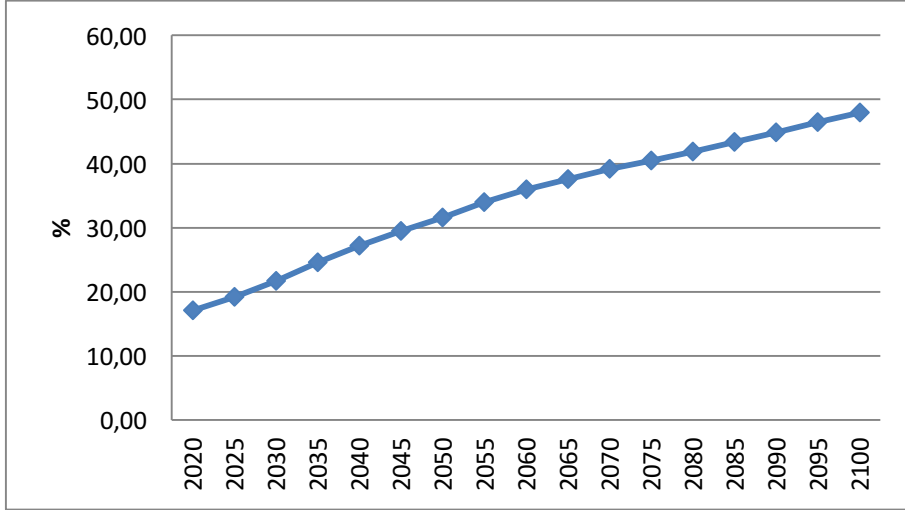
## 3. Demografik Dönüşüm ve Türkiye'de Üçüncü Yaş Turist Potansiyeli

Türkiye, son 5 yıllık süreçte başta Avrupa olmak üzere çeşitli ülkelere, yıllık ortalama 2 milyonun üzerinde 60 yaş üzeri turist tarafından ziyaret edilmektedir. Bu yaş grubu emekli turistler, ülke turizminin 12 aya yayılması açısından önem arz etmektedir (www.turizmajansı.com). Hali hazırda 2 milyon üzeri yabancı, 5000'e yakın da yerli üçüncü yaş turist mevcudiyeti olan Türkiye'nin gelecek ziyaretçi potansiyeli için rapor ve istatistiklere dayalı olarak analiz yapılmıştır.

### 3.1. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Yapı Analizi

19. yy'in ikinci yarısı ile 20. yy'in sonu arasındaki yaklaşık bir buçuk asırlık süreç, dünyanın hemen her yerinde esaslı demografik dönüşümün başladığı bir dönem olmuştur (Yüceşahin, 2011: 15). Düşük ölüm ve

doğum oranlarına bağlı olarak yaşanan bu değişimin sonucunda, genç nüfus (0-14 yaş) hızla azalırken, buna karşın yaşlı nüfus oranı ise artış göstermektedir. Dünya nüfusunun güncel durumu üzerine Dünya Bankası tarafından hazırlanan raporda, son on yıl içerisinde, 65 ve üzeri yaş oranının %4 oranında artış gösterdiği, buna karşın genç nüfus oranının ise %1,61 oranında azalma eğiliminde olduğu bilgisi verilmiştir (www.data.worldbank.org). Dünya nüfusunun gelecek senaryoları ile ilgili yapılan tahminler irdelendiğinde, bu hususta BM tarafından hazırlanan "Dünya Nüfus Beklentisi" başlıklı rapora göre; 2018’de %13,55 olan 65 yaş ve üzeri dünya nüfusunun, 2030’de %21,7, 2050 yılında ise %31,6’ya ulaşması beklenmektedir (Şekil 1); (www.population.un.org).



Şekil 1. BM’ye göre 65 ve üzeri dünya nüfusunun gelecekteki değişim senaryosu (2020-2100)

Kaynak: www.population.un.org

Türkiye’nin demografik durumu incelendiğinde ise, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, ülke nüfusunda genç nüfustan yaşlı nüfusa doğru hızlı bir geçişin yaşandığı anlaşılır. Bu durumu Sertkaya Doğan ve Bostan, (2019) “Türkiye %8,8’lik 65 yaş ve üzeri nüfus oranı ile “yaşlı” ülke durumunda olup, nüfus her geçen yıl daha da yaşlanmaktadır. 2023 yılında Türkiye’nin yaşlı nüfus oranının %10,2’ye yükselmesi beklenmektedir. Bu değer ile Türkiye “yaşlı” ülke durumundan, “çok yaşlı” ülkeler seviyesine geçecektir” biçimde detaylı olarak ifade etmektedir (s. 76). TÜİK tarafından hazırlanan nüfus projeksiyonlarında, Türkiye nüfusunun gelecekte alması beklenen durumlarla ilgili senaryolar verilmiştir. Bu senaryolar incelendiğinde, önümüzdeki 40 yıl içerisinde yaşlı nüfusun yaklaşık 2,5 kat artacağı görülür. Senaryoya göre, genel nüfus içerisindeki bu artış oranının yıllar bazında artarak devam edeceği, 2080 yılında nüfusun ¼’ünün yaşlı nüfustan oluşacağı öngörülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Türkiye’de nüfusun yaş gruplarına göre dağılım senaryosu (%)

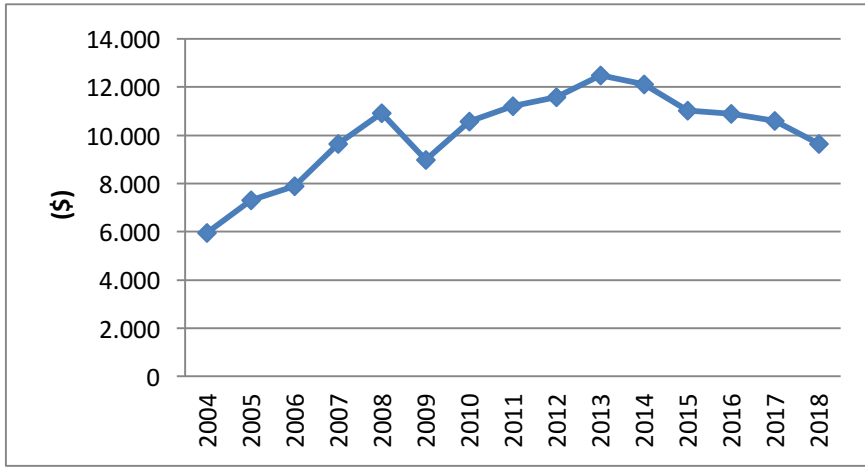
Yaş grupları	2018	2023	2040	2060	2080
0-14	23,46	22,55	19,27	16,93	15,7
15-64	67,79	67,24	64,41	60,44	58,71
65 +	8,75	10,2	16,32	22,64	25,6

Kaynak: TÜİK nüfus ve demografi verileri

Demografik veriler içerisinde nüfusun yaşlanması yanı sıra dikkat çeken bir diğer husus, doğumda beklenen yaşam süresidir. OECD nüfus verilerine göre Türkiye’de 1960’ta 48,3 yıl, 1980’de 58,1 yıl, 2000’de 71,1 yıl olan doğumda beklenen ortalama ömür süresi günümüzde; 78,1 yıla çıkmıştır (www.oecd.org). Gelecekte de mevcut şartların devamı durumunda ortalama beklenen yaşam süresinin artış göstereceği ifade edilmektedir. Bu da gelecekte daha fazla yaşlı insanın hayatta olacağını göstermektedir. OECD nüfus verilerinde ülkelerin doğumda beklenen yaşam süresi yanı sıra doğuştan sağlıklı yaşam beklentisi üzerine de bir çalışma yürütülmüştür. Turizme katılımda da önem arz eden sağlıklı yaşam için, bu çalışmaya göre dünya çapında en yüksek değerler; Japonya (74,8 yıl), İspanya (73,8 yıl), İsviçre (73,5 yıl), İtalya (73,2 yıl) gibi ülkelerdedir. Avrupa ülkeleri için beklenen sağlıklı yaşam süresi ortalama 71,2 yıldır. Türkiye’de ise 78 olarak belirlenen ortalama ömürün, 66 yaşa kadar sağlıklı geçeceği tahmini yapılmıştır. Bu oranla Türkiye’nin Estonya, Slovakya,

Romanya, Bulgaristan ve Litvanya gibi Avrupa ülkelerinden daha iyi bir değere sahip olduğu görülür (www.oecd.org). İnsanları seyahata çıkmaya teşvik eden önemli bir unsur olan sağlıklı yaşam sürelerinin uzaması turizme katılım için avantaj oluşturmaktadır. Bu verilere göre ileriki yıllarda Türkiye’de ortalama ömrün uzaması ve daha sağlıklı yaşlı nüfusun varlığına bağlı olarak üçüncü yaş turizmine katılım ihtimalinin yüksek olacağı söylenebilir.

Turizm olayının meydana gelebilmesi için boş zaman ve sağlık imkanları yanı sıra üçüncü temel kriter, belli bir ekonomik gelirin olmasıdır. Kişi başına düşen milli gelir açısından da bir değerlendirme yapıldığında son 15 yıllık sürede dalgalı bir trend izlemekle birlikte genel olarak gelirin artış gösterdiği görülür (Şekil 2). TÜİK verilerine göre, 2004 yılında 5.961 \$ olan kişi başına düşen gelir, 2013 yılında 12.480 \$ ile en yüksek seviyeye ulaşmış, son yılda ise 9.632 \$ olarak gerçekleşmiştir. Kişi başına düşen gelirin belirtilen süre içerisinde yaklaşık iki kat arttığı görülür ki bu da alım gücünün artışı, dolayısıyla daha fazla harcama yapabilme potansiyelinin arttığına işaret etmektedir. Türkiye’de son 10 yıllık sürede TÜİK verilerine göre turizm harcamaları da ilk yıla göre 3,2 kat artış olması da bu durumu doğrulamaktadır.



**Şekil 2.** Türkiye’de kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla

**Kaynak:** TÜİK Ekonomik Göstergeler

Türkiye’nin son dönemlerde gösterdiği sosyo-ekonomik ve demografik değişim turizme katılım açısından değerlendirildiğinde, ileriki dönemlerde turizme katılan yerli turistlerin demografik profilinin çeşitleneceği ve yaşlı turist sayısının daha da artacağı anlaşılmaktadır. Çünkü yaşlı nüfus oranı artmakta, ortalama ömür ve sağlıklı yaşam süresi uzamaktadır. Kişi başı alım gücünün artması, sosyal güvenlik sistemi yani emeklilik imkânlarına bağlı olarak artık yaşlılık döneminde bireylerin belli bir birikimi ve sürekli (aylık) geliri bulunmaktadır. Ayrıca sosyal normlardaki değişimler ve toplum içerisindeki bireyselleşmenin artmasına bağlı olarak sosyalleşme ihtiyacının ortaya çıkması gibi hususlar da dikkate alındığında, bu durum insanları daha fazla seyahat ve iyi vakit geçirmeye motive etmektedir. Bu sebeple gelecekte daha fazla yerli yaşlı turist, turizm olayına dâhil olacağı söylenebilir. Zaten istatistikler de bunu doğrulamaktadır (Tablo 2-3).

### 3.2. Yurtiçi Turizm Değerleri ve Turizme Katılım

Türkiye’nin üçüncü yaş turist potansiyelinin değerlendirilmesinde fikir vermesi adına incelenen bir diğer istatistik veri setini turizm değerleri oluşturmuştur. Bu doğrultuda yurt içi turizm değerleri için TÜİK tarafından hazırlanan turizm istatistikleri veri seti incelenmiştir. Bu veri setinde, 2009-2018 yılları arasındaki son 10 yıllık süreçte turizme katılanların %28,9 oranında artış gösterdiği görülmüştür. 2018 yılında Türkiye’de turizme katılımın; %64’ü yakınları ziyaret, %27’si gezi-eglençe-tatil, %5’i ise sağlık amaçlı seyahatlerden meydana gelmiştir. Ülkemizde son yılda yapılan toplam seyahatler esnasındaki harcamalarda ise, ulaştırma (%32) ile yeme ve içime (%33) toplam harcamanın büyük kısmını teşkil etmiştir. Bu iki harcamayı konaklama (%13), giyecek ve hediyelik eşya (%11) ile sağlık (%4) kişisel harcamaları izlemiştir.

TÜİK veri tabanında ulaşılan son 10 yıllık turizm harcamalarında ilk yıla göre toplam harcamanın 3,1 kat arttığı, kişisel harcama kalemleri arasında ise en fazla artışın 4,7 kat artış ile konaklama harcaması olduğu görülür. Konaklama harcamasını 3,7 kat artış ile yeme ve içime harcaması izlemektedir. Konaklama türleri içerisinde en fazla artış otellerde ki geceleme oranında olmuştur. Toplam konaklanan gece sayısının artışı faaliyete katılım süresinin de yıllar bazında uzadığını göstermektedir. Geceleme süresinin yaş gruplarına göre dağılımda ortalama geceleme sayısı açısından 14,3 ile ilk sırada 65 ve üzeri grup gelmektedir. En düşük değer

ise 6,9 ortalama gece sayısı ile 25-44 yaş grubundadır. Geceleme için yapılan harcama da son yılda 2,5 kat artış göstermiştir. TÜİK tarafından sunulan veriler içerisinde en dikkat çeken artış ise paket turları harcamalarında olmuştur. Paket tur harcamaları 10 yılda 6 kat artış göstermiştir. Alım gücünün artması, insanların hayata bakış açısının değişmesi ve turizm firmalarının sunduğu imkânların gelişmesi ile turistik faaliyetlere katılım ve katılım süresinin doğru orantılı olarak ilerlediği görülür.

2009-2018 yılları arasında, yıllık %3,2’lik bir değerle artış gösteren yurt içi seyahatlere katılanların yaş gruplarına göre dağılımı irdelendiğinde ise, bütün yaş gruplarında artış yaşandığı görülmekle birlikte, miktar olarak en fazla artışın 6513 kişi ile 25-44 yaş grubunda olduğu görülür. Oransal olarak ise en büyük artış, %44,3’lük değerle, 65 ve üzeri yaş grubunda gerçekleşmiştir. Bu yaş grubunun turizme katılımın son on yıllık süreçte inişli çıkışlı bir trend izlemekle birlikte genel doğrultusu artış yönündedir. 2009 yılında toplam yerli ziyaretçilerin %5,44’ünü teşkil eden 65 ve üzeri yaş grubu katılımcılar, 2018 yılında toplam seyahate çıkanların %6,09 oranına ulaşmışlardır (Tablo 2).

**Tablo 2.** Yurtiçi seyahatlerine katılanların yaş gruplarına göre dağılımı

Yıl	Toplam	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	65+ yaş grubunun toplam turizme oranı (%)
2009	60888	13359	8077	22506	13630	3314	5,44
2010	68373	14847	9284	24997	15343	3901	5,71
2011	65854	14173	8284	24999	14851	3548	5,39
2012	64922	14095	8386	24312	14738	3391	5,22
2013	68454	14754	8248	25807	15937	3706	5,41
2014	70894	14522	8753	26660	16340	4619	6,52
2015	71251	14488	8578	26755	16928	4501	6,32
2016	68450	13718	7858	26512	15862	4501	6,58
2017	77179	15670	9134	28977	18433	4965	6,43
2018	78523	16367	9139	29019	19215	4783	6,09

**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı yurtiçi turizm istatistikleri

Türkiye’yi ziyaret eden yabancı üçüncü yaş grubu turistlerin katılım değerlerine bakıldığında ise; yıllar bazında artış gösterdiği ve son dönemde toplam turistlerin yaklaşık %6’sına ulaştıkları görülür. Ülkede turizm olayına dahil olan 65 yaş ve üstü toplam ziyaretçilerin ise sadece %13’ünü yerli turistler oluşturmaktadır (Kılıçlar vd., 2017: 95). Yerli turistlerdeki katılımın düşük düzeyde kalması ve son yıllarda artış göstermesinde başta sosyo-ekonomik nedenler ile bu yaş grubuna hitap edecek kaynak sunumunun yetersiz olması vb. gibi hususlar etkili olmuştur.

Türkiye’de yıllar bazında yerli yaşlı ziyaretçilerin turizme katılım miktarları üzerinden bir değerlendirme yapıldığında; son on yıl içerisinde toplam 65 ve üzeri nüfusun ortalama %0,068’inin turizme katılım sağladığı sonucuna ulaşılır. Bu katılım oranının yıllar bazında sabit olacağı varsayımına dayanarak, Türkiye’de üçüncü yaş turizmine gelecekteki katılım üzerine en düşük senaryoya göre bir tahmin geliştirilmeye çalışılmıştır. Tahminde, TÜİK’in yaş grupları nüfus senaryosundaki 65 ve üzeri nüfus temel alınarak, bu grubun turizme katılım oranı (%0,068) da sabit varsayılarak hesaplama yapılmıştır. Bu hesaplama göre; 2023’te ki toplam 65 ve üzeri yaş nüfusun %0,068’ine denk gelen 6030 kişinin turizme katılım sağlayacağı ve katılımın artarak devam edeceği sonucuna ulaşılmıştır. 2040 yılına gelindiğinde yani 22 yıl içerisinde, katılım oranının sabit olması durumunda bugünün 2,3 katı daha fazla katılım olacağı tahminine ulaşılmıştır (Tablo 3).

Üçüncü yaş turizmine yerli ziyaretçi katılımı adına yapılan tahmin, en düşük senaryoya göre yani mevcut yıllık artış oranı sabit varsayılarak hesaplanmıştır. Ancak istatistikler, gelecekte bu yaş grubundaki katılım oranının daha yüksek seviyelerde gerçekleşeceğini öngörmektedir. Ayrıca hesaplamada 65 yaş ve üzeri nüfus verisi baz alınmış, ancak literatürde bazı çalışmalarda bu yaş grubu için 55 ve üzeri yaşta kişilerde benzer beklenti ve isteklere sahip olduğundan üçüncü yaş turist olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, Türkiye’de üçüncü yaş grubuna yerli turist katılımının tahminden daha fazla olacağı söylenebilir. Demografik dönüşümle birlikte yaşlanan dünya nüfusu da göz önüne alındığında, Türk turizm sektörüne, hem yerli hem de yabancı üçüncü yaş turist katılımının gelecekte çok daha fazla olacağı çıkarımı yapılabilir.



**Tablo 3.** Türkiye’de üçüncü yaş turizmine mevcut katılım ve gelecek senaryosu

Yıl	Toplam 65 + yaş nüfus	Turizme katılan 65+ yaş nüfus	Toplam yaşlı nüfusa oranı (%)
2009	5083414	3314	0,065
2010	5327736	3901	0,073
2011	5490715	3548	0,065
2012	5682003	3391	0,061
2013	5891694	3706	0,063
2014	6192962	4619	0,075
2015	6495239	4501	0,069
2016	6651503	4501	0,068
2017	6895385	4965	0,072
2018	7186204	4783	0,067
2023	8867951	<b>6030</b>	0,068
2040	16373971	<b>11134</b>	0,068
2060	24242787	<b>16485</b>	0,068
2080	27413359	<b>18641</b>	0,068

**Kaynak:** TÜİK verilerinden faydalanılarak hesaplanmıştır

#### 4. Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi İçin Turistik Kaynaklar ve Kullanım Önerileri

Gerek yurt içinden gerek yurtdışından katılımların artarak devam edeceği öngörülen bu yaş grubu turistler için ülke çekiciliklerinin, uygun turistik kaynaklar olarak sunulmasında, bu grubun turizm güdeleri ve talep profilinin bilinmesi önem arz etmektedir.

##### 4.1. Üçüncü Yaş Turist Profili

Turizm olgusunun en önemli özelliği, bireylerin faaliyete katılım amaçlarında görülen çeşitlilik yani onları turizme yönlendiren güdülerin sürekli yenilenmesidir (Koca vd., 2011: 207). Turistlerin davranışları, beklentileri ve onları seyahate teşvik eden sebepler yani seyahat motivasyonlarının öğrenilmesi onların istek ve ihtiyaçlarına uygun turistik ürün geliştirilebilmesi adına oldukça önemlidir (Harman vd., 2013: 110). Türkiye’nin turistik kaynaklarının üçüncü yaş turizmindeki kullanım potansiyellerini belirlemek adına, bu yaş grubunun; ilgileri, istekleri, beklentileri ve tatil sezonları ile tatil süreleri literatüre dayalı olarak belirlenmeye çalışılmıştır.

Yıldırım, (1997) dünya genelinde turizm olayının; iş, eğitim, çocuk vb. gibi sebeplerden dolayı belli aylarda yoğunlaştığını, yılın geri kalanının ise ölü bir dönem durumda olduğunu, bu durumun hem turizm işletmeleri ve istihdamı hem de ülke ekonomisini etkilediğini ifade etmektedir. Turizm olayının tüm yıla yayılması için özellikle Avrupa ülkelerinde çeşitli çalışmalar yürütüldüğü, bu çalışmaların en başında geleninin ise üçüncü yaş turistlerin kazanımı olduğunu vurgulamaktadır (s. 80-81). Bu yaş grubunun turizmin tüm yıla yayılmasındaki önemi, emekli oldukları için boş zamanlarının fazla olması, çalışma zorunluluklarının bulunmaması, buna karşın belli bir ekonomik getirileri ve birikimlerinin varlığı gibi avantajlı yönlerine bağlanmaktadır. Ayrıca Casado-Díaz vd., (2014) ve Hongranagon, (2006)’ın da ifade ettiği üzere, çoğunluğunun ne çocuk ne de günlük kişisel bakıma muhtaç olan ebeveynlerinin bulunmaması da onları daha doyurucu bir yaşam tarzına girme arzusuyla motive etmekte ve bunu yapmak için emeklilik sonrası yaşamlarının tadını çıkarmaları için yeni yerler aramaktadırlar. Möller vd., (2007) ise, sezon dışında seyahat etmeyi veya gittikleri yerlerde daha fazla kalmayı tercih ettiklerini de ifade etmektedir.

Onları turizme güdüleyen hususlar irdelendiğinde; Kılıçlar vd., (2017) seyahat motivasyonlarını; gezi, eğlence ve kültürel faaliyetlere katılım, akraba ve arkadaş ziyaretleri ile sağlık nedenleri şeklinde sıralamaktadır. Möller vd., (2007) yaşamları boyunca edindikleri seyahat davranışı ve tercihleri nedeni ile eğlenceden vazgeçemediklerini, buna ilaveten yeni kültürleri tanımak ve yeni yerler görme isteklerine de sahip olduklarını ifade etmektedir. Alén vd., (2012), bu grup için tatil yapmanın hala temel neden olduğunu, eş/dost ziyareti, sağlık, tarih, kültür/sanat, iklim ve doğal manzara gibi çekiciliklerin de motivasyonları içerisinde yer aldığını ifade etmektedir. Yıldırım (1997), ılıman iklim ve doğal güzellikler, sağlık, yaşlanmaya bağlı olarak daha güçlenen inanç nedeni ile dini amaçlı ve kültürel geziler, Sargın, (2006) ise yaşlıların, fazla aktivite içeren diğer turizm faaliyetlerinden ziyade rahat, temiz, güvenli ve huzurlu ortam ve inanç turizmi biçiminde bir talep profiline sahip olabileceklerini ifade etmektedir. Romsa ve Blenman, (1989) üçüncü yaş turistlerinin, yaşlanma süreci ile çevrenin etkileri arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak daha az stresli ulaşım araçları ve tatil yerlerine bakma eğiliminde olduğunu belirtmektedirler. Özdişçiner, (2008) yaşlıların seyahat ve turizm

faaliyetine ilişkin güdülerinde sosyalleşme ve kültürel etkinliklerin önemli olduğu vurgulamaktadır. Tufan vd., (2017), yaş ile birlikte gelen psikolojik, gelişimsel ve biyolojik değişimler uyarınca öğrenme, kültürel temaslarda bulunma ve ülkeleri tanıma ihtiyacına dikkat çekmektedir. Littrell vd., (2004) ise bu grup için; kültür, sanat vb. etkinlikler haricinde özellikle alışveriş ve gastronomiye olan ilgilerine değinmektedir.

Yeni yerler görmek, farklı kültürleri ve tatlı keşfetmek, sosyalleşme, kültür/sanat, sağlık, tarih, iklim, doğal manzara ve en önemlisi hoş vakit geçirmek gibi seyahat motivasyonlarına sahip olan üçüncü yaş turizmi katılımcılarının yaş ve bilinç düzeylerine uygun; fazla aktivite istemeyen daha çok; kültürel, tarihi ve doğal turizm kaynaklarına yönelik ilgilerinin daha baskın olduğu görülmüştür.

#### **4.2. Turistik Kaynaklar ve Kullanım Önerileri**

Turizmin ekonomik katkıları, ülkelerin bu sektörden daha fazla pay alabilmeleri için rekabet halinde olmalarına neden olmuştur. Bu rekabet, turizmde kaliteyi ve farklılıkları ön plana çıkararak, alternatif turizm faaliyetleri ve kaynaklarını geliştirmeyi zorunlu kılmıştır. Sürekli kendini geliştiren turizm sektörü; iklimden, doğa ve manzaraya, tarihten kültür ve yapay unsurlara kadar turizme konu olabilecek her ne kadar çekicilik varsa turistik meta olarak pazara sunmaktadır. Turizm endüstrisi bunu yaparken bir yandan da turizmdeki çekicilikleri yani arzı, güncel talebe göre şekillendirmektedir. Dünya genelinde ortalama ömrün uzaması, sağlıklı ve iyi geliri olan yaşlı nüfusun artması sonucunda oluşan talep için, turizm endüstrinin tepkisiz kalmadığı, bu yönde arzını geliştirmeye çalıştığı araştırmalarda vurgulanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü’de gelişen bu olay için duyarsız kalmamış, 1996’dan itibaren yaşlı turistlerin ihtiyaçları, onlara yönelik turistik aktiviteler ve pazar potansiyeli üzerine çalışmalarla katkı sunmaktadır.

Kendine has bir pazar oluşturan üçüncü yaş turizmi için ülkeler özelinde de çeşitli uygulama ve politikalar geliştirildiği görülmüştür. Bu uygulama ve programlara, Aydemir ve Kılıç, (2017) Avrupa Birliği ülkelerinin daha fazla gelir elde edebilmek adına "Yaşlılar için en iyi destinasyon, Avrupa", Brezilya’nın "En güzel yaşında daha çok seyahat et" ve İrlanda’nın "Yaşlı dostu İrlanda" sloganları ile başlatılan programları yanı sıra, İspanya’nın "Aktif yaşlılık programı" stratejisini örnek olarak vermektedirler. Ayrıca çalışmada, dünyada yaşanan bu gelişmelere karşın Türkiye’nin bu yaş grubuna yönelik çalışma ve planlamalarda geç kaldığı da vurgulanmaktadır (s.23).

Bu yaş grubuna ilişkin ilgi, Türkiye’de özellikle son dönemlerdeki akademik çalışmalar, plan, politika ve raporlarda kendine yer bulmuş, yeterli olmasa da bu yönde bir bilinç gelişmeye başlamıştır. Sağlık Bakanlığı, (2012) tarafından hazırlanan araştırma raporunda: "sağlık turizmi" başlığı altında alınarak dünyadaki demografik dönüşüme vurgu yapılmış ve bu turizm faaliyetinin önemine değinilmiştir. Raporda, Avrupa, ABD ve komşu ülkelerin yaşlı nüfusu dikkate alındığında Türkiye’nin önünde sağlık turizmi açısından çok ciddi bir potansiyelin durduğunun altı çizilmektedir. MÜSİAD, (2012) sektör raporunda, üçüncü yaş turizmi "yaşlı ve engelli turizmi" başlığı altında değerlendirmiştir. Raporda, Türkiye’nin iklim, coğrafi konum, kültürel çeşitlilik, sağlık standartları, termal kaynaklar vb. avantajlarının bulunduğunu, bu sebeple de yaşlı nüfusa sahip ülkelere talep gördüğü belirtilmektedir. Raporda bu turizm için, kültürel farklılıklar, müşteri ihtiyaçları ve talepleri göz önüne alınarak 'sağlık köyleri' konseptinde alanların oluşturulması da önerilmektedir. Ayrıca, mevzuat eksiklikleri, hukuksal ve yasal boşluklar, devlet, STK ve sektör temsilcilerinin işbirliğinin tam sağlanamaması, tanıtım ve kalifiye personel eksikliği gibi dezavantajlı yönler de vurgu yapılmaktadır. TÜSİAD, (2017) tarafından hazırlanan raporda ise "giderek Avrupa ülkelerinde daha da ön plana çıkmakta olan ileri yaş turizminde Türkiye’nin bir destinasyon olarak tanımlanması için gerekli yasal, idari, mali ve kurumsal düzenlemelerin yapılması; uygulamada yurt dışı kurumsal müşterilerin önceliklendirilerek çalışmaların yürütülmesi" öneri olarak sunulmuştur. Üçüncü yaş turizmi, Kalkınma Bakanlığı, (2013) tarafından hazırlanan, onuncu kalkınma planında "sağlık turizmi" alt başlığı altında "ileri yaş turizmi" olarak tanımlanmıştır. Planda, "Türkiye’nin dünyada yükselen pazar konumunda olduğu, medikal turizm, termal turizm ve ileri yaş-engelli turizmi alanlarındaki hizmet kalitesinin yükseltilerek rekabet gücünün artırılmasının amaçlandığı" vurgulanmaktadır. Planda bu turizme yönelik hedefler; yatak kapasitesi, yabancı turist sayısı ve gelirinin artırılması şeklinde belirlenmiştir.

Türkiye’de yılın son çeyreğinde, özellikle Ekim ayından itibaren hareketliliğin yaşandığı (www.turizmajansi.com), üçüncü yaş turizmi için istatistikler incelendiğinde bu turist grubunun yarısından fazlasının (%59,3), Ocak-Haziran arasında ülke turizmi içerisinde faaliyet gösterdiği anlaşılır. Kış döneminde özellikle kıyı bölgelerde ağırlanan bu grup, yılın bu dönemde ölü sezonunu yaşayan işletmeler için önemli bir gelir kapısı olmakta ve turizm sezonunu uzatmaktadır. Çoğunluğunu emeklilerin oluşturduğu ve tatil zamanlaması noktasında süre sıkıntısı yaşamayan bu turistlerin, tatil kalıpları ve seyahat motivasyonları ülkemizde tam anlamıyla dikkate alınmadığından, sadece iklim kaynakları ile sağlık turizmine yönelik arz sunulduğu görülmektedir. Zaten Türkiye’de üçüncü yaş turizmini konu edinen plan ve raporlar irdelendiğinde

de, daha çok sağlık turizmiyle ilişkilendirildiği görülür. Dolayısıyla bu turizm şekli için Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve beşeri çekicilikler, bunların mekânsal dağılımı ile gelecek planlaması üzerine olan çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Ülke potansiyelinin bölge, alt bölge ve iller düzeyindeki durumu ise henüz belirlenmiş değildir.

Turizm pazarında artık tek tip turistik kaynaklarla rekabet etme dönemi bitmiştir. Dolayısıyla moda olan kaynak çeşitlendirilmesi ve farklı kaynaklarla; doğal, tarihi ve kültürel mekânlar ile termal merkezler, kırsal alanlar, yaylalar vb. gibi çekiciliklerle pazara çıkılmasıdır (Emekli, 2002: 267). Gerek yurt içindeki yaşlı sayısının artması, gerek diğer ülkelerdeki artışlara bağlı olarak daha fazla potansiyelin oluşacağı öngörülen bu turist grubu için Türkiye'de alternatif çekiciliklerin henüz tam anlamıyla üretilmemiş olduğu, çoğunlukla mevcut kış döneminde ve sınırlı kaynak sunumu ile pazara çıktığı görülür. Haliyle elde edilen gelir de kapasitenin çok altında gerçekleşmektedir. Üçüncü yaş turizmi için ülke imkânları bu kadar dar alanlı ve kıt kaynak kullanımı üzerine değildir. Genelde ılıman iklimleri tercih eden bu turistler için kış mevsiminde, Akdeniz bölgesi destinasyon alanlarının yanı sıra, ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde tüm kıyı bölgelerimiz, yaz mevsiminde ise iç bölgelerimiz de elverişli imkânlar sunmaktadır. Üçüncü yaş turizm katılımcılarının güdeleri dikkate alındığında, Türkiye'nin imkânlarının dört mevsim ve tüm bölgelere yayılmış durumda olduğu ve farklı taleplere hizmet edecek biçimde kaynak çeşitliliğine sahip olduğu görülür. Ancak bu kaynak çeşitliliğinin henüz bu turizm şekli için sunulmadığı, hatta uygulanan mevcut tatil modeli (her şey dâhil) sebebi ile de sunulmasının zor olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye'nin 1999 yılından bu yana uyguladığı "all inclusive" yani her şey dâhil tatil modeli, fonksiyonel bir tatil modeli olmakla birlikte, gelen turistleri daha çok konaklanan tesiste zaman geçirmeleri yönünde motive eden yapıdan dolayı, turistlerin Türkiye'yi tanımalarını engellemektedir. Özellikle yaş ile birlikte gelen psikolojik, gelişimsel ve biyolojik değişimler uyarınca öğrenme, kültürel temaslarda bulunma ve ülkeyi tanıma ihtiyacı içinde olan yaşlıların talepleri göz ardı edilmektedir (Tufan vd., 2017: 35). Her şey dâhil tatil modelinin sunduğu imkânlar diğer yaş gruplarından turist çekebilmek adına avantajlıdır. Ancak aynı şey üçüncü yaş turistleri için söylenemez. Zaten, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere, diğer birçok ülkede bu durum fark edildiğinden sadece yaşlı turistlerin taleplerine yönelik turizm kampanyaları ve programlarının uygulanmakta olduğu görülür. Bu hususa, Avrupa Birliği ülkelerinde "Yaşlılar için en iyi destinasyon, Avrupa" uygulaması örnek verilebilir. Avrupa Komisyonu, İşletme ve Sanayi Müdürlüğü, Turizm Politikası Taslak Raporunda; bu uygulama ile sadece yaşlı turistler için turizm sektöründe yeni bir çerçeve çizildiği, 55 yaş üzeri turistlerin beklentileri ve ihtiyaçları dikkate alınarak ürün ve hizmetlerin geliştirildiği vurgulanmaktadır (www.ec.europa.eu).

Raporda; sektörel işbirlikleri, turistik kaynaklar ve ürünler üzerine de görüşler sunulmaktadır. Faaliyete katılan yaşlıların tercihleri dikkate alınarak, inovatif ürünlerin; kalite, güvenlik ve sorumlu turizm perspektifinde tasarlanması ve uygulanması gerektiği vurgulanmaktadır. Yenilikçi ürünler; yerel pazarlar, doğal ve kültürel mirasın korunması, ev sahibi toplumlarda işbirliği, entegrasyon ve yerel ekonomik faaliyetler dahil olmak üzere, sürdürülebilir bir turizm için bilinçlendirme ve pazarlamasını içermesi gerektiğinin de altı çizilmektedir. Raporda; gelişmiş turistik yerlerin dışında kalan bölgelerinde dikkate alınmasının önemine işaret edilmekte, tüm bu amaçlara ulaşmak için seyahat acenteleri, nakliye işletmeleri ve konaklama birimleri arasındaki işbirliğinin öncelikli olarak sağlanması gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca, yenilikçi ürünlerin tanıtımında online erişimin önemli olduğu, bu amaçla düzenli olarak güncellenen bilgiler toplayabilen, muhafaza edebilen ve sunabilen çok dilli, çevrimiçi bir tek adresli bilgi platformu oluşturulmasının, örneğin, e-Calypto platformu gibi, bu yönde çok iyi bir adım olabileceği önerisine değinilmektedir. Ayrıca raporda, bu gruba yönelik turizm politikalarının desteklenmesi, düşük sezonlarda turizm akışını arttırmaya yönelik "yaşlılar için özel indirim kartı" ve tüm yıl boyunca hizmet sunacak ortak bir rezervasyon sisteminin oluşturulması önerilerine de yer verilmektedir (www.ec.europa.eu).

Artan pazar potansiyeli sebebi ile artık ülkeler düzeyinde, belli bir strateji ve planlama ile bu yaş grubu turistlerin ilgisi çekilmeye çalışılırken, henüz Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda yaşlılara yönelik bir planlama yer almamaktadır. Her ne kadar diğer turist tipleri gibi benzer güdülere sahip oldukları düşünülse de, bu yaş grubunun yaş ve fiziksel özelliklerine bağlı olarak kendine has tatil kalıplarının varlığı, onlar için ayrı bir turizm planlaması gerektirmektedir. Türk turizm pazarına daha fazla yaşlı turist çekilebilmesi için uygulanan tatil modelinde bu gruba özgü farklılığa gidilmesi buna ilaveten risk ve maceradan uzak, kaliteli ve güvenli bir tatil isteyen bu grup için alternatif kaynak, uygun konaklama ve rahat ulaşım imkânlarının sunulması zorunlu görülmektedir. Çünkü önceki nesillere göre daha sağlıklı ve zengin olarak tanımlanan bu yaş grubu gezginlere taleplerine uygun şekilde kaynak sunumu yapıldığında, boş zamanları bol olduğundan yılın genelinde faaliyete katılım sağlayacakları çalışmalarda vurgulanmaktadır. Peki, ülkemizde üçüncü yaş turizmine hitap edecek kaynaklar ve kullanımı için neler yapılabilir?

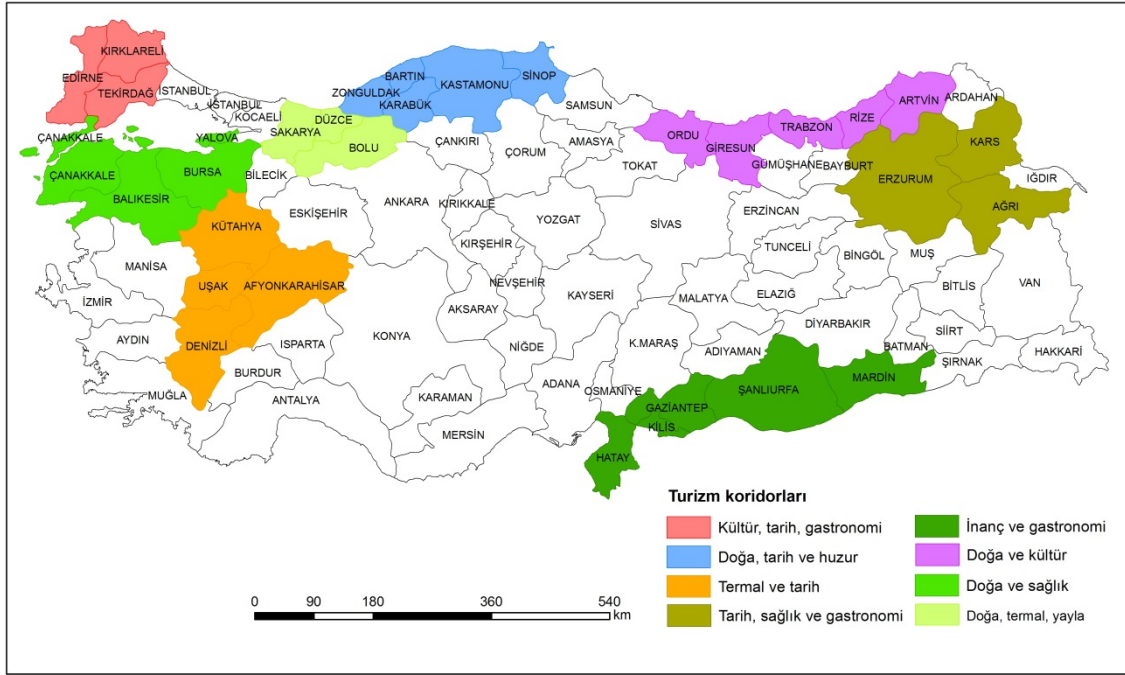
Turizm kaynakları açısından oldukça zengin bir potansiyele sahip olan ülkemizde, kaynak tespiti ve sunumu için öncelikle sektörel organizasyonun sağlanmasının gerekli olduğu görülür. Söz konusu üçüncü yaş turizmi olunca bu durum daha da önemli bir hal almaktadır. Bu sebeple Türk turizm sektöründe öncelikle yapılması gereken, sektörün kendi içyapısında yaşlı turizmi konusunda işbirliğini sağlamak olmalıdır. Turistik tur organizatörleri, seyahat acenteleri ve konaklama birimleri gibi turizm endüstrisini meydana getiren yapılar arasında iş birliği sağlanmalı, hatta bu iş birliği kamu ve özel kuruluşlar arasında da sağlanarak daha organize bir yapı oluşturulmalıdır. Bu iş birliğine ev sahibi toplum da dâhil edilerek, turistlerin varış yerindeki platformların ve yerel sektörlerin de organizasyonun parçası olması sağlanmalıdır. Ayrıca özellikle üçüncü yaş turistlerin; ihtiyaç, beklenti ve şikâyetlerini dikkate alarak, onlara uygun turistik ürünler geliştirmeye çalışan bir birimin oluşturulması da gereklidir. Bu yaş grubu turistlere yönelik gerekli düzenlemeler tamamlandıktan sonra ki adım kaynak kullanımı ve yenilikçi ürün geliştirme aşaması olacaktır.

Giysi, folklor, yemek, müzik, tarih ve modern yapılar gibi tarihi ve kültürel kaynaklar (Doğaner, 2013;12) ile iklim, kıyı alanları, doğal güzellikler, manzara, kırsal yaşam tarzı ve ürünleri turizm çekicilikleri arasında yer almaktadır (Özgüç, 2015: 140). Akla gelecek hemen tüm turistik aktivitelerin yapılabileceği nadir ülkelerden olan Türkiye’de (Alim, 2016: 272), bu çekiciliklerin üçüncü yaş turizmi için turistik kaynak veya destinasyon olarak belirlenmesi ayrı bir çaba gerektirmektedir. Literatürde bu yaş grubu tarafından daha çok tercih edilenlerin özellikle; doğal, tarihi ve kültürel turistik kaynaklar oldukları vurgulanmaktadır. Ancak, bu kaynaklar Özgüç, (2015) tarafından da ifade edildiği üzere, tek ve uzakta yer alabileceği gibi belli bir alanda (şehir, kasaba, köy) ve hatta bir cadde boyunca da toplanmış olabilir. Tek bir tarihi veya kültürel kaynak çoğu kez turistler için çekici gelmediğinden, bu kaynakların pazarlanmasında güçlükler yaşanabilir (s. 140). Bu sebeple Doğaner, (2013)’in de vurguladığı üzere; kaynak kullanımında ve planlamasında diğer kullanım şekilleri ile olan ilişki göz önüne alınarak, bir organizasyon yapılmalıdır (s. 11). Ayrıca bu yaş grubunun yorucu yolculuklardan da kaçınması sebebi ile tek veya mekâna yayılış gösteren kaynaklar; tarihi, kültürel ve doğal kaynaklarla ilişkileri kurularak şehirlere özgü turistik çekicilikler oluşturulmalıdır. Bu doğrultuda mevcut kaynakların bir envanteri çıkarılıp, üçüncü yaş turizm için Türkiye’de benzer; doğa, tarih ve kültürün bir araya toplandığı “cazibe şehirler” ve bu şehirlerden oluşan “turistik koridorlar” belirlenebilir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında, birden fazla ili kapsayan 7 adet (Zeytin, Kış, İpek Yolu turizm, İnanç turizmi, Batı Karadeniz kıyı, Yayla ve Trakya kültür) tematik turizm gelişim koridoru önerilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007:31-33). Genel turistik kullanım için belirlenen bu koridorlar, üçüncü yaş turistlerin talepleri dikkate alınarak planlandığında farklı konseptlerle yaşlılar için çekicilik olarak da kullanılabilir. Çoğunlukla sağlık turizmi gözüyle bakılan ve turizm stratejisi planında da henüz kendine yer bulamamış olan üçüncü yaş turizmi için, örneğin, Bursa, Balıkesir ve Çanakkale illeri ve ilçelerinden meydana gelen “Zeytin koridoru” illeri yaşlılar için *sağlık* ve *doğa* temalı koridor olarak belirlenebilir. Bu illere Yalova’da dâhil edilebilir. Kış koridoru olarak önerilen; Erzurum, Kars ve Ağrı il kümeleri yaz döneminde *tarih*, *sağlık* ve *gastronomi*, Hatay, Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa ve Kilis gibi illerden oluşan “İnanç turizm koridoru” *inanç* ve *gastronomi* temalı cazibe merkezleri olarak gruplandırılabilir. Yayla koridoru olarak önerilen Doğu Karadeniz illeri; rafting, tırmanma, yamaç paraşütü, şenlik, kamp vb. gibi genel turistik kullanımlara ilaveten, *doğa* ve *kültür* temaları ile de yaşlılar için alternatif turizm koridoru oluşturabilir. Afyon, Uşak, Kütahya ve Denizli il grupları *termal kaynaklar* ve *tarih* temalı, Kastamonu, Bartın, Karabük, Zonguldak; *doğa*, *tarih* ve *huzur*, Sakarya, Düzce, Bolu; *doğa*, *termal* ve *yayla*, Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerinin oluşturduğu grup ise; *kültür*, *tarih* ve *gastronomi* temalı turizm koridorları olarak oluşturulabilir (Şekil 3).

İllerin mevcut kaynakları, diğer il kaynakları ile ilişkilendirilerek farklı taleplere hizmet edecek şekilde çok sayıda ve farklı temalı koridor oluşturulabilir. Genelde kitlesel turizm türünü tercih eden bu yaş grubu için farklı temalarla belirlenen bu il kümelerinden oluşan koridorlara yönelik tematik (sağlık, tarih, gastronomi vb.) tur paketleri hazırlanabilir. Bu alanlara yönelik hazırlanacak tur organizasyonlarında;

- ✓ Hafta içi/hafta sonu için ayrı ayrı tatil paketlerinin oluşturulması,
- ✓ Şehrin; tarihi ve kültürel alanları ile yine şehir merkezine yakın mesafede yer alan diğer turistik mekânlara rehber eşliğinde günübirlik turların düzenlenmesi,
- ✓ Düzenlenen turlarda; yerel olarak elde edilen doğal ürünler, şifalı bitkiler ve yöre mutfağına ait ürünlere erişim imkânının sağlanması,
- ✓ Konaklama yerlerinde; yürüyüş yolları, hafif spor egzersizleri ve diğer etkinliklere yer verilmesi,
- ✓ Varsa termal, kaplıca ve tam donanımlı hastane hizmetleri gibi sağlık turizmi imkânlarına da erişimin sağlanması gibi aktivitelere de yer verilebilir.



**Şekil 3.** Oluşturulabilecek temalı turizm koridorları

Böyle bir organizasyon hem yurtiçi, hem de yurtdışı taleplerde artış meydana getirecektir. Çünkü paket tur olarak hazırlanan ve birden fazla turistik alanı görme imkânı sağlayan organizasyon ülke hakkında fazla bilgisi olmayan yabancılar için de cazip gelecektir.

Gelişmiş ülkelerde, tarihi ve kültürel kaynaklar turistlerin görmek istediği yorum ve paketle sunulmaktadır. Yani binalar restore edilerek, eksik parçalar tamamlanarak, canlı müzeler oluşturularak veya geçmişini temsil eden kıyafetler giyilerek tarihsel parkların oluşturulması yoluyla sunum yapılmaktadır. Örneğin, ABD’de de Plymouth, Jemestown gibi tarihsel alanlarda geçmiş yaşam canlandırılmaktadır. Bu uygulamalar ziyaretçilerin sayısını artırdığından gelişmekte olan ülkelerde artık bu yolları deneme yoluna gitmektedir (Özgüç, 2015: 141). Belirlenen tematik destinasyonlara talebin artırılması için bu türden uygulamaların geliştirilmesi de faydalı olacaktır. Ayrıca bu tür temaların geliştirilmesi turizm merkezi veya turizm kenti olgusunun güçlenmesine ve sürdürülebilir turizm faaliyetine de katkı sunacaktır.

Üçüncü yaş turizm için, turistik kaynak sunumunda önemli olan bir diğer husus; konaklamadır. İstatistikler, yaşlı nüfusun konaklamadan daha fazla faydalandığını göstermektedir. TÜİK verilerine göre 2018 yılında gerçekleşen ziyaretlerde, geceleme süresinin yaş gruplarına göre dağılımında ortalama geceleme sayısı açısından ilk sırada 65 ve üzeri grup gelmektedir. Bu yaş grubunu oluşturan turistler; belli bir eğitim ve birikime sahip kişilerden oluşmakta, ayrıca yaşları itibari ile de daha seçici olabilmektedirler. Bu sebeple konaklama imkânlarından tatil mekânına ve yemek menülerine kadar, karar aşamasında çok daha titiz davranabilmektedirler. Bu sebeple olağandışı konaklama mekânlarına gerek olmamakla birlikte, diğer turistlere göre bir takım ayrıcalıkları bulunmaktadır. Bu hususta Tufan vd., (2017) her ne kadar bugünün yaşlısının sağlık durumunun iyi olduğu vurgulansa da yaşa bağlı fiziksel ve sağlık kayıplarının ortaya çıktığı bir dönem olduğundan, konaklama tesislerinde diyetisyen veya diyet yemekleri üzerine eğitilmiş aşçı, yardımcı personel ve doktora ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır (s. 34). Aydemir ve Kılıç, (2017) ise, son yıllarda bu türden “ileri yaş dostu tesisler” gibi kullanımların hem destinasyonlar hem de işletmeler tarafından önemine vurgu yapıldığını ifade etmektedir (s. 26).

Bu sebeple turistik çekiciliğin tamamlayıcısı olan konaklama mekânlarının da bu yaş grubuna hitap edecek imkânlarla sahip olması gerekmektedir. Bu durum memnuniyet ve turizm olayının devamlılığını doğrudan etkileyebilmektedir. Turizm sektörünün gelişmiş olduğu illerde hali hazırda turistik tesislere ek ilaveler ile “yaşlı dostu tesisler” oluşturulabilir. Turizmin yeterince gelişmediği illerde bu tür turistik konaklama tesislerine ulaşmak veya otel ve pansiyonlardan bu imkânları beklemek ilk etapta zor olabilir. Ancak bu durum şehirlerin sahip olduğu imkânlarla aşılabılır. Örneğin kış turizm merkezi durumundaki illerde bulunan tesisler, bu yönde kullanılabilir.

Kış aylarında kar sporları turizminin gerçekleştirildiği, kış turizm merkezi olarak kullanılan bu yerler uygun ve yeterli tesislerin varlığı nedeni ile yaz aylarında da; spor- kamp merkezleri, sağlık merkezleri, ekoturizm, dağ-doğa veya yayla turizmi, kongre turizmi, vb. etkinlikler için de kullanılabilir (Şahin ve Yazıcı, 2004:342; Zaman, 2010:2; Albayrak, 2013:147; Altaş vd., 2015:361; Korgavuş, 2017:22; Mursalov, 2009: 16 ). Yoğun olarak kış mevsiminde kullanılan diğer mevsimlerde hemen hemen boş kalan bu mekânlar sahip oldukları konforlu konaklama, sportif etkinlik ve yürüyüş mekânları yanı sıra sakin ve huzurlu ortam özellikleri ile de ideal alanlardır. Bu tesislerin mevcut imkânlarının konaklama için kullanılması merkezlerin turizm sezonunu da uzatarak tüm yıla yayacaktır. Romsa ve Blenman, (1989) ileri yaş grubu için önemli hususlardan birinin de ulaşım ve yeterince denetlenen kısa geziler olduğunu ifade etmektedir (s.187). Kış turizm mekânlarının bulunduğu illerde havalimanlarının varlığı ulaşım açısından da avantaj taşımaktadır. Bu mekânların ulaşım avantajları yanı sıra konaklama ve diğer hizmetlerinden faydalanılarak, yakın konumdaki; doğal, kültürel ve tarihi mekânlar turistik faaliyetler içinde kullanılabilir.

Yeni yerler ve kültürler tanımak isteyen üçüncü yaş grubu için önem arz eden son husus etkin tanıtımdır. Çünkü bu yaş grubu turistlerinin ilgisi çekilmek isteniyorsa, onların tatile karar verme yöntemleri irdelenmeli, tanıtım ve sunum ona göre yapılmalıdır. Alén González vd., (2010) bu grubun tatil kararlarında; kendi araştırmaları, aile ve arkadaş tavsiyeleri ile son zamanlarda artan web kullanımında tatil mekânı ve konaklama imkanları üzerine yapılan yorumların önemli olduğunu ifade etmektedir. Şuan aktif olarak kullanılan e-Calyso platformu gibi, ülkemizde de üçüncü yaş turizmi için belirlenecek “cazibe şehirler” ile “turizm koridorları”nın turistik kaynakları ile konaklama ve ulaşım imkanlarını tanıtan çok dilli online platformların oluşturulması, sosyal medyanın aktif kullanılması ve etkili reklamların hazırlanması önemli olacaktır.

#### **4. Sonuç**

Dünya genelinde yaşanan demografik dönüşüme bağlı olarak gelecekte daha fazla yaşlı nüfus hayatta olacaktır. BM verilerine göre 2050 yılında yaşlı nüfus oranının %31,6’ya ulaşması tahmin edilmektedir. Yaşlı nüfustaki bu artış birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de planlamayı gerekli kılmaktadır. Çünkü toplumda meydana gelen bu demografik ve sosyo-ekonomik değişimler nedeniyle turizm endüstrisi için yeni potansiyeller ve fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Bu değişim ve potansiyelin farkında olan ülkeler, ortaya çıkacak talebin karşılanabilmesi adına farklı turistik ürünleri şimdiden planlama, geliştirme ve sunma yoluna girmişlerdir. Ancak Türkiye bu hususta henüz yeterli adımları atmış değildir.

Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin %6’sını üçüncü yaş turistler oluşturmaktadır. Ortalama 2 milyonun üzerinde yabancı, 5000’e yakın da yerli yaşlı turist, Türk turizm sektöründe her yıl faaliyet göstermektedir. Türkiye’nin mevcut turizm pazarındaki bu yaş grubu turist miktarının, gelecekte ki katılımlarla daha da artacağı tahmin edilmektedir. Türkiye’nin son dönemlerde gösterdiği sosyo-ekonomik ve demografik değişimler irdelendiğinde, önümüzdeki 20 yıl içerisinde yerli yaşlı turist talebinin iki kattan daha fazla artacağı görülmektedir. Yıllar bazında yurt içi turizm değerlerindeki artış da bu durumu kanıtlamaktadır. Yurt içi talebe ek olarak, yurtdışı talebinde artacağı düşünüldüğünde, Türkiye’nin bu gelişmelere yönelik planlama adımlarını çok hızlı bir şekilde atması gerekmektedir. Ayrıca, yaşlı turist pazarında diğer ülkelerle rekabet edebilmesi bu uygulama ve planlama adımlarının atılmasına bağlıdır.

Türkiye’de 1999 yılından bu yana uygulanan mevcut turizm uygulaması olan her şey dâhil modelinin bu yaş grubu için dezavantaj oluşturduğu, üçüncü yaş turistlerinin taleplerini karşılayamadığı çalışmalarda vurgulanmaktadır. Türk turizminde yaşlı turistler için daha çok sağlık ve iklimle ilgili kaynak bulunduğu görülür. Oysaki literatürde onları seyahate motive eden hususlarda ilk sıralarda; gezi, eğlence ve kültürel faaliyetlerin geldiği, dolayısı ile sağlık amaçlı ziyaretlerin bu turistlerin öncelikli ve tek motivasyonu olmadığı vurgulanmaktadır. Bu sebeple talebe uygun arz belirlenmeli ve sınırlı kaynak sunumundan vazgeçilerek, kaynak çeşitliliği sağlanmalıdır. Bu doğrultuda şehirlere özgü turistik çekiciliklerin bir envanteri çıkarılıp, üçüncü yaş turizmi için doğa, tarih ve kültürün bir araya toplandığı “cazibe şehirler” belirlenmelidir. Genelde kitlesel turizm türünü tercih eden bu yaş grubu için, belirlenen cazibe şehirlere yönelik belli temalarla tur paketleri hazırlanarak bir “turistik koridor” oluşturulmalıdır. Üçüncü yaş turistler için onları seyahate teşvik eden çekicilikler kadar önemli olan diğer iki husus ulaşım ve konaklamadır. Yaşa bağlı olarak uzun mesafe yolculukları pek tercih etmediklerinden, turistik faaliyet için yer seçimi yapılırken havayolu ulaşımının olması da önemli olacaktır. Abartılı tesisler olmasa da bu yaş grubunun temel ihtiyaçlarını (diyet menü, doktor, refakatçi vb.) karşılayabilecek “yaşlı dostu tesisler” konaklama mekânları “cazibe şehirler”in tamamlayıcıları olmalıdır. Belirlenen “cazibe şehirler”in tarihi, kültürel ve doğal turistik kaynakları ile konaklama ve ulaşım imkanlarını tanıtan çok dilli online platformların oluşturulması ve reklamların hazırlanması da ayrıca önem taşımaktadır.

Türkiye’nin bu turizm şekli için sahip olduğu doğal ve beşeri çekicilikleri, mekânsal dağılımı ve organizasyonu vb. konular ile gelecek planlaması üzerine çalışmaların eksiklikleri dikkat çekmektedir. Ülke

potansiyelinin bölge, alt bölge ve il düzeyindeki durumu da henüz belirlenmiş değildir. Detaylı bölgesel çalışmalarla bu potansiyelin tespiti, hem politika yapıcılara hem de sektörün karar vericilerine fikir vererek ülke turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

### Kaynakça

- Albayrak, A. (2013). Kış Turizmi Turistlerinin Seyahat Motivasyonları, *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* s.144-164, Kayseri.
- Alén González, M. E., Domínguez Vila, T., Fraíz García, A. (2010). El Turismo Senior Como Segmento De Mercado Emergente (Ing. Senior Tourism As an Emergent Market Segment). *Cuadernos De Turismo*, (26), 9-24.
- Alén, E., Domínguez, T., Losada, N. (2012). New Opportunities For The Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. *Visions For Global Tourism Industry: Creating and Sustaining Competitive Strategies*, 139-166.
- Alim, M. (2016). Türkiye’de Turizm. Serkan Doğanay ve Mete Alim (Ed.) Türkiye Beşeri ve Ekonomik Coğrafyası içinde (s. 253-275), Ankara:Pegem.
- Altaş, N. T., Çavuş, A., Zaman, N. (2015). Türkiye’nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizm Merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365.
- Aydemir, B. ve Kılıç S. N. (2017). Dünya’da ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi, *Yüzüncü Yıl Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, Özel Sayı-3, 18-29.
- Casado-Díaz, M. A., Casado-Díaz, A. B., Casado-Díaz, J. M. (2014). Linking Tourism, Retirement Migration and Social Capital. *Tourism Geographies*, 16(1), 124-140.
- Cengiz, F. ve Kantarcı, K. (2013). Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 29-35.
- Doğanay, H. ve Zaman S. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara:Pegem.
- Doğaner, S. (2013). Türkiye Kültür Turizmi. İstanbul:Doğu.
- Emekli, G. (2002). Turistik Ürün Çeşitlendirilmesinde Termal Turizmin Önemi ve İzmir, *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü, III. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Kitabı*, s. 267-286.İzmir.
- Harman, S., Çakıcı, A., Akatay, A. (2013). İstanbul’a Gelen Sırtçantalı Turistlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (25) , 267-300.
- Hongsranagon, P. (2006). Research Note: Needs of, And Readiness To Respond To The Needs Of Japanese Pensioners In Long-Stay Tourism In Chiangmai Province, Thailand. *Tourism Economics*, 12(3), 475-485.
- Kalkınma Bakanlığı (2013). Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018), T.C. Kalkınma Bakanlığı, Ankara
- Kılıçlar, A., Aysen, E., Küçükergin, F. (2017). Demografik Değişimlerin Turizm Türleri Üzerindeki Belirleyici Etkisi: Üçüncü Yaş Turizmi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 80-100
- Koca, H., Zaman, S., Coşkun, O. (2011). Erzurum’un Spor-Kamp Turizmi Potansiyeli, *Doğu Coğrafya Dergisi*,12 (18), 205-224.
- Korgavuş, B. (2017). Erzurum Palandöken’in Kış Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 13-23.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2023, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- Littrell, M. A., Paige, R. C., Song, K. (2004). Senior Travellers: Tourism Activities And Shopping Behaviours. *Journal of Vacation marketing*, 10(4), 348-362.
- Möller, C., Weiermair, K., Wintersberger, E. (2007). The Changing Travel Behaviour Of Austria’s Ageing Population And Its Impact On Tourism. *Tourism Review*, 62(3/4), 15-20.

- Mursalov, M. (2009). *Bir turistik ürün çeşitlendirmesi olarak kış turizmi ve kış turizmi açısından Azerbaycan'ın Guba-Haçmaz turizm bölgesinin arz potansiyeli*, (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- MÜSİAD (2012). Sağlık Sektör Kurulu Raporu, Sektör Raporları, [http://www.musiad.org.tr/F/Root%20/Pdf/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Sekt%C3%B6r%20Raporlar%C4%B1/Saglik\\_Sektor\\_Kurulu\\_Raporu\\_2012.pdf](http://www.musiad.org.tr/F/Root%20/Pdf/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Sekt%C3%B6r%20Raporlar%C4%B1/Saglik_Sektor_Kurulu_Raporu_2012.pdf) (Son erişim, 30.07.2019)
- Özdipçiner, N. S. (2008). Türk Turizm Pazarında Yaşlı Yabancı Tüketicilerin Turistik Tercihleri. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1(2), 134-146.
- Özgüç, N. (2015). *Turizm Coğrafyası*, İstanbul: Çantay.
- Romsa, G., and Blenman, M. (1989). Vacation patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 178-188.
- Sağlık Bakanlığı (2012). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara. <http://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/505,saglikturizmiwebpdf.pdf?0>
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Sedgley, D., Pritchard, A., Morgan, N. (2011). Tourism and ageing: A transformative research agenda. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 422-436.
- Sertkaya Doğan, Ö. ve Bostan, H. (2019). Türkiye'nin Demografik Dönüşümü Ve Nüfus Projeksiyonlarına Göre Fırsatlar. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 24(41), 61-90.
- Şahin, İ.F. ve Yazıcı, H. (2004). Coğrafi Bir Tanıtım: Erzincan Yıldırım Akbulut Kayak Turizm Merkezi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9 (12), 325-344.
- Tufan, İ., Tamer Köse, M., Ayan, F. S. (2017). Türkiye ve Üçüncü Yaş Turizmi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 1 (1) , 29-36.
- TÜSİAD (2017). Turizm Sektörünün Mevcut Durumu ve Sürdürülebilirliğine Yönelik Öneriler TÜSİAD Görüş Belgesi. [file:///C:/Users/GURPA/Desktop/TUSIAD-Gorus-Turizm-Sektorunun-Mevcut-Durumu-ve-Surdurulebilirliğine-Yonelik-Oneriler\\_16-Kasim-2017.pdf](file:///C:/Users/GURPA/Desktop/TUSIAD-Gorus-Turizm-Sektorunun-Mevcut-Durumu-ve-Surdurulebilirliğine-Yonelik-Oneriler_16-Kasim-2017.pdf) (Son erişim, 30.08.2019)
- Yıldırım, S. (1997). Üçüncü yaş turizmi ve bunun Türkiye açısından değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1-2), 77-81.
- Yüceşahin, M. M. (2011). Küresel Bir Süreç Olarak Demografik Dönüşüm: Mekânsal Bir Değerlendirme. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9(1), 11-28.
- Zaman, M. (2010). Doğu Karadeniz Kıyı Dağları'nda Dağ ve Yayla Turizmi, Atatürk Üniversitesi Yayınları No:977, Erzurum: Mega.
- İnternet kaynakları
- <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.65UP.TO> (Son erişim, 05.09.2019)
- <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.1>(Son erişim, 11.09.2019)
- <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5977/attachments/1/translations/en/renditions/native> (Son erişim, 02.09.2019).
- [http://www.oecd.org/els/family/CO\\_1\\_2\\_Life\\_expectancy\\_at\\_birth.pdf](http://www.oecd.org/els/family/CO_1_2_Life_expectancy_at_birth.pdf)(Son erişim, 27.08.2019)
- <https://population.un.org/wpp/Download/Probabilistic/Population/> (Son erişim, 18.09.2019)
- <https://www.turizmajansi.com/haber/ucuncu-yas-turizmi-toparlaniyor-h28256> (Son erişim, 15.09.2019)
- <https://www.wttc.org/economic-impact/> (Son erişim, 29.09.2019)