



ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

YAŞLI TURİSTLERİN TURİZM ALGILARININ BELİRLENMESİ*

DETERMINATION OF TOURISM PERCEPTIONS OF OLD AGE TOURISTS

Uzm. Kübra GÖROĞLU¹

Dr. Öğr. Üyesi Fatma HASTAOĞLU²

ÖZ

Bu araştırma, 50 yaş üstü turistlerin turizm algılarını belirlemek amacıyla betimsel/tanımlayıcı bir çalışma olarak planlanmıştır. Araştırmanın evrenini Aralık 2021-Mart 2022 tarihleri arasında Sivas'ta faaliyet gösteren turizm acentelerine başvuran 50 yaş üstü turistler oluşturmaktadır. Araştırmaya 148 kişi katılmıştır. Veri toplama formu ve Turizm Algı Ölçeği katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Buna göre 50 yaş üstü turistlerin çoğunluğu kadın (%71,6), evli (%64,9), 50-64 yaş grubunda (%70,9), çoğunluk daha önce turistik gezilere katılmış, yarısından fazlası ev hanımı (51.4) olduğu belirlenmiştir. Ölçek puanlarına bakıldığında turizm algısı ölçek puanının $62,24 \pm 6,87$ olduğu ve yaşlı turistlerin turizm algılarının düşük olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: turizm algısı, yaşlanma, üçüncü yaş, sağlık turizmi

JEL Sınıflandırma Kodları: I1, Z32

ABSTRACT

This research was planned as a descriptive study in order to determine the tourism perceptions of tourists over the age of 50. The population of the study consisted of tourists over the age of 50 who applied to tourism agencies operating in Sivas between December 2021 and March 2022. 148 people participated in the research. Data collection form and Tourism Perception Scale were applied face to face to the participants. According to this, the majority of the tourists over the age of 50 are women (71.6%), they are married (64.9%) in terms of marital status, they are in the 50-64 age group (70.9%), the majority of them have participated in touristic trips before, more than half of them are housewives. 51.4) was determined. Considering the scale scores, it was seen that the tourism perception scale score was 62.24 ± 6.87 and the tourism perceptions were low.

Keywords: tourism perception, aging, third age, health tourism.

JEL Classification Codes: I1, Z32

* Bu çalışma Fatma Hastaoğlu danışmanlığında Kübra Göroğlu tarafından hazırlanan ve 03.01.2023 tarihinde savunulan "50 yaş üzeri turistlerin turizm algılarının belirlenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır..

¹ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Turizmi İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı, ogtkubra@hotmail.com

² Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Yaşlı Bakım Programı, fhastaoğlu@cumhuriyet.edu.tr

EXTENDED SUMMARY

Purpose and Scope:

As a result of the increase in the proportion of the elderly population, the demands and needs of the elderly individuals have differentiated, and accordingly, the variety of production and service has increased. In many sectors such as education, health, technology and food, changes are experienced in line with demands and needs. The most important of these changes is the tourism sector. With the increase in the proportion of the elderly population, the rate of participation of individuals in this group in tourism activities has also increased. People aged 50 and over are more active and have the potential to travel. These people tend to travel more than young people and middle-aged people who tend to look for a job and start a family. The reasons that push people in this group to travel may be resting, socializing, physical activities, participating in sports activities. In this research, the demographic characteristics of tourists over 50 years old were examined and their travel habits were evaluated, and it was desired to encourage the development of tourism in the region where the research was conducted. In tourism research, it evaluates the approach of tourism from a social perspective rather than economic income. In the literature review, no study was found on the tourism perceptions of tourists over the age of 50. Therefore, our study makes an important contribution to the literature.

Design/methodology/approach:

The population of this research consists of people aged 50 and over who apply to travel agencies between December 2021 and March 2022, living in Sivas. The sample selection method was not used, and all the tourists who applied were included in the study on a voluntary basis. The sample of the research consists of 148 people who applied to travel agencies.

Findings:

In this study, which aims to determine the tourism perception of tourists aged 50 and over, first of all, the percentage analysis of their demographic characteristics was calculated and the distribution of the tourists participating in the research according to their socio-demographic characteristics. According to this, the majority of the tourists participating in the research are women (71.6%), they are married (64.9%) in terms of marital status, and they are in the 50-64 age group (70.9%), which we see as young and old, most of them have participated in touristic trips before, half of them. Most of them are housewives (51.4%), while 73.6% of them have a lot of spare time in case of working, high school graduates (52.7%) in terms of education level and those who have an income of 3000-5000 TL or more in terms of income (37.8%) come to the fore. appears to be out. It has been seen that the most suitable holiday option for the participants is health tourism (41.9 %) due to the fact that they have a lot of free time. Accordingly, while the tourism perception scale score was 62.24 ± 6.87 , the average score for the positive effects of tourism sub-dimension was 55.58 ± 5.19 , the average score for the negative social effects of tourism sub-dimension was 8.31 ± 2.16 , and the average score for the negative environmental effects of tourism was 4.35 ± 1.81 . Accordingly, no significant relationship was found between tourism perceptions and the positive effects of tourism and the negative social and environmental effects of tourism, according to the gender of the tourists over 50 ($p > 0.05$). While there was a significant relationship between the active working status of the participants and the Negative Environmental Effects of Tourism ($p < 0.05$), there was no significant relationship between tourism perception ($p > 0.05$). While there was a significant relationship between the participants' status of having children and the positive effect of tourism, no significant relationship was found between the other dimensions. The fact that the participants have traveled before significantly affects their tourism perceptions. People who have traveled before have higher tourism perceptions. As another socio-demographic feature, age and marital status do not affect tourism perception and its sub-dimensions, while there is a significant difference between education status and tourism perception ($p < 0.05$). The illiterate participants have the lowest perception of tourism. While there is a significant relationship between the income status of the participants and the negative social impact of tourism, as the income level increases, the perception of the negative social impact of tourism decreases ($p < 0.05$). Holiday preference and marital status do not affect tourism perception ($p > 0.05$).

Conclusion and Discussion:

One of the sectors affected by the aging of the population is tourism. The increasing elderly market is very important for the tourism sector. Literature studies show that the elderly population is aging younger, dynamically and healthily compared to previous years. It is a fact that the elderly population will gradually increase and the tourism sector and its stakeholders will be affected. The elderly population, which has been increasing all over the world in recent years, has important dynamics in the region where they live. It is important to know the views and thoughts of the local people for the development and support of tourism in a region. While the local people's support of tourism activities supports the development of tourism activities, negative attitudes and behaviors affect the development of tourism activities. The absence of a study in the literature in which the elderly population was evaluated in terms of tourism perception is the strength of the study that increases its originality. But, since the study area is not a region with a high tourist density, the study can be repeated for different tourists in different destinations.

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) sağlığı; “Sadece hastalık veya sakatlığın olmayışı değil, beden, ruhen ve sosyal yönden tam iyilik hali” olarak tanımlanmıştır (WHO,1974). Turizm ise, “dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, sportif faaliyetlerde bulunma veya izleme, bilgisini artırma gibi amaçlarla; ya da sadece zevk için yapılan gezi (seyahate çıkma)” demektir (Doğanay ve ark, 2021).

Küreselleşen dünyada nüfusun artması, çevre kirliliği, iş yerinde yaşanan zihinsel ve bedensel yorgunluk sonucu ortaya çıkan stresle beraber bireyler etkilenmiş ve bu olumsuz etkilerden kurtulmak, dinlenmek, sağlıklarını daha da iyileştirmek için çözüm arayışına girmişlerdir. Bunun sonucu sağlık turizmi kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram ilk olarak yaşlıların daha aktif yaşam sürme, var olan sağlığını koruma ve geliştirme çabası içindedir (Hunter ve ark. 2007). Yaşlı bireylerin sağlıklarını korumak ve tedavi olmak amacıyla yaşadığı yerden başka ülkelere gitmesine yaşlı (ileri yaş) turizmi denir.

Dünyada ve ülkemizde nüfus oranının yaşlanması, ekonomik olarak özgür olmaları, tek başına vakit geçirmeleri, yaşam koşullarında teknolojik açıdan iyileşmeler yaşanmasından dolayı yaşlı nüfusa özel ayrı bir turizm pazarı oluşmuştur. Gelecek yıllarda yaşlı nüfus oranının daha da artacağı ve turizm açısından önemli bir hale geleceği düşünülmektedir (Gürcü ve Tengilimoğlu, 2016).

Yaşlı nüfus oranının artması sonucu yaşlı bireylerin istek ve ihtiyaçları farklılaşmıştır buna göre üretim ve hizmet çeşitliliği de artmıştır. Eğitim, sağlık, teknoloji, gıda gibi birçok sektörde talep ve ihtiyaçlar doğrultusunda değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimlerden en önemlisi turizm sektörüdür. Yaşlı nüfus oranının artmasıyla birlikte bu gruptaki bireylerin turizm faaliyetlerine katılma oranı da artmıştır.

İlerleyen yıllarda yaşlı bireylerin turizm faaliyetlerini belirlemek için bireylerin istek, ihtiyaç ve beklentilerinin tespit edilmesi yaşlı turistler ve turizm uygulayıcıları açısından fayda sağlayacaktır. Yaşlıların aktif yaşlanma süreçlerinin desteklenmesi, hem turizm hem de sağlık açısından toplumsal fayda sağlayabilecektir.

50 yaş ve üzerindeki kişiler daha fazla aktif ve seyahat etme potansiyeline sahip bir gruptur. Bu kişiler iş arama, aile kurma eğiliminde olan gençler ve orta yaş grubundaki kişilere nazaran daha fazla seyahat etme eğiliminde olabilmektedirler. Bu gruptaki kişilerin seyahate iten nedenler dinlenme, sosyalleşme, fiziksel aktiviteler, sportif etkinliklere katılma olabilmektedir (Diekmann ve ark. 2020).

Tüm bu sebeplerle çalışmamızda, 50 yaş ve üzeri turistlerin turizm algısının belirlenmesinin, turizm literatürüne fayda sağlaması hedeflenmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Sivas ilinde yaşayan Aralık 2021 - Mart 2022 ayları arasında seyahat acentelerine başvurup seyahat eden 50 yaş ve üzeri kişiler oluşturmaktadır. Örneklem seçim yöntemine gidilmemiş, başvuruda bulunan tüm turistler gönüllülük esasına göre araştırmaya alınmıştır. Araştırmanın örneklemini seyahat acentelerine başvuran 148 kişi oluşturmaktadır.

2.2. Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler, turistlerle yüz yüze görüşülerek 5 dakika süren anket formu ile toplanmıştır. Verilerin toplanmasında araştırmacı tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu ve geçerlik ve güvenilirliği Ayaz ve ark. yaptığı Turizm Algısı Ölçeği kullanılmıştır (Ayaz ve ark.2009).

2.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada araştırma yöntemlerinden nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama tekniklerinden anket tekniğinden yararlanılarak veriler toplanmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Literatür doğrultusunda hazırlanan form 11 sorudan oluşmaktadır.

Anket formu iki bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerinin (yaş, cinsiyet, meslek, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, bakmakla yükümlü olduğu kimse var mı, daha önce turistik bir tatile çıktı mı, en fazla hangi turistik destinasyona katılıyor) belirlenmesinin amaçlandığı kişisel bilgi formu, araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Ölçeğin ikinci bölümünde yerel halkın turizm algısının belirlenmesinde Turizm Algısı Ölçeği kullanılmıştır. Turizm Algısı Ölçeği 18 sorudan oluşmaktadır. Aralıklı ölçek olarak 5'li Likert tipi sorular bulunmaktadır. Ölçek aralıkları; "1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde belirlenmiştir. Ölçek literatürle paralel olacak şekilde 3 alt boyuttan oluşmuş ve benzer faktör yapısında olmuştur. Ölçeğin geçerlik güvenilirliği Ayaz ve ark tarafından yapılmış ve Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları 0,70'ten daha yüksek bulunduğundan ölçeğin güvenilir olduğu sonucunda ulaşılmıştır. Ölçeğin genelinin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,914 olarak tespit edilmiştir (Ayaz ve ark. 2009). Ölçekten alınan puan arttıkça turizm algısı da artmaktadır.

Araştırmada öngörülen model kapsamında araştırma hipotezleri aşağıdaki şekilde belirtilmiştir. Hipotezler için demografik özellikler bağımsız değişken, turizm algısı bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir.

H0 Turistlerin sosyo demografik özelliklerinin turizm algıları üzerine etkisi vardır.

H1 Turistlerin sosyo demografik özelliklerinin turizm algıları üzerine etkisi yoktur.

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin istatistiksel değerlendirmesinde SPSS 22.0 paket program kullanılmıştır. Verilerin normalliğine Kolmogorov-Smirnov testi ile bakılmıştır. Turistlerin tanıtıcı özelliklerinin incelenmesinde sayı, yüzde ve sürekli değişkenler ise ortalama \pm standart sapma vb. kullanılmıştır. Veriler parametrik şartları sağlıyorsa bağımsız iki grup için independent sample t test, ikiden fazla grup için f testi (ANOVA) ile analiz edilerek, yanılma düzeyi 0.05 olarak alınmıştır.

2.5. Etik Konular

Bu çalışma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Hukuk Müşavirliği Etik Kurulundan 113046 sayılı ve 30.12.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmanın süresi etik kurul kararından itibaren üç ay içerisinde tamamlanacak şekilde hedeflenmiş, anketlerin uygulanmasına Aralık 2021 tarihinde etik kurulun araştırmaya onay vermesinden itibaren başlanmıştır. Katılımcılara, araştırmanın gönüllülük esasına dayandığı, anketten elde edilen verilerin bilimsel amaçlar dışında kullanılmayacağı, anketi doldururken kendilerinin isimlerinin belirtilmesine gerek olmadığı bildirilmiştir.

3. BULGULAR

50 Yaş üzeri Turistlerin turizm algılarını değerlendirmeye yönelik yapılan çalışmada bazı veriler aşağıdaki şekilde tablolarda verilmiştir.

ÖZELLİKLER		N	%
Cinsiyet	Kadın	106	71.6
	Erkek	42	28.4
Yaş	50-64	105	70.9
	65-74	39	26.4
	75 ve üzeri	4	2.7
Öğrenim Durumu	Okur yazar değil	4	2.7
	İlköğretim	44	29.7
	Lise	78	52.7
	Yüksekokul	22	14.9
Aylık Gelir	1500 den az	15	10.1
	1501-3000	45	30.4
	3001-5000	56	37.8
	5000 ve üzeri	32	21.7
Aktif çalışıyor musunuz?	Evet	39	26.4
Mesleki Durum	Hayır	109	73.6
	İşçi/esnaf	18	12.2
	İş Adamı/ Tüccar	10	6.8
	Devlet Memuru	34	23.0
	Serbest Meslek	10	6.8
	Ev Hanımı	76	51.2
Medeni Durum	Evlü	96	64.9
	Bekar	14	9.5
	Boşanmış	38	25.1
Çocuk var mı?	Evet	120	81.1
	Hayır	28	18.9
Bakmakla Yükümlü Olunan Biri Var mı?	Evet	41	27.7
	Hayır	107	72.3
Daha önce geziye katıldınız mı?	Evet	135	91.2
	Hayır	13	8.8
En uygun Tatil Seçeneği	İnanç Turizmi	47	31.8
	Kış Turizmi	17	11.5
	Sağlık turizmi	62	41.9
	Yayla Turizmi	22	14.8

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

50 yaş ve üzeri turistlerin turizm algısını belirlemeye yönelik bu çalışmada öncelikle demografik özelliklerinin yüzde analizleri hesaplanmış ve çalışmaya katılan turistlerin sosyo- demografik özelliklerine göre dağılımları Tablo 1’de verilmiştir. Buna göre çalışmaya katılan turistlerin çoğunluğunun kadın olduğu (%71.6), medeni durum yönünden evli (%64,9), yaş aralığında ise genç yaşlı olarak gördüğümüz 50-64 yaş grubunda olduğu (%70.9), çoğunluğunun turistik gezilere daha önce katıldıklarını, yarıdan fazlasının ev hanımı (%51.4), çalışma durumunda %73.6 kısmının çalışmadığı boş vakitlerinin fazla olduğu, eğitim durumu boyutunda lise mezunu (%52.7) ve katılımcıların gelir durumunda ise 3001-5000 TL ve üstü gelire sahip olanların (%37,8) ön plana çıktığı görülmektedir. Serbest vakitlerinin fazla olduğundan dolayı katılımcılara en uygun gelen tatil seçeneğinin yüzde (41.9) ile sağlık turizmi olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Turizm Algısı Ölçek Ve Alt Boyutları Puan Dağılımları

	n	Ortalama	SD	Min	Max
Turizm Algısı Ölçeği	148	62.24	6.87	50.00	84.00
Turizmin Olumlu Etkileri	148	55.58	5.19	41.00	64.00
Turizmin Olumsuz Toplumsal Etkileri	148	8.31	2.16	4.00	15.00
Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri	148	4.35	1.81	2.00	9.00

Turizm Algısı Ölçek Ve Alt Boyutları Puan Dağılımları Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre, Turizm algısı ölçek puanı 62.24 ± 6.87 iken, Turizmin Olumlu Etkileri alt boyut puan ortalaması 55.58 ± 5.19 , Turizmin Olumsuz Toplumsal Etkileri alt boyutu puan ortalaması 8.31 ± 2.16 ve Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri alt boyutu puan ortalaması 4.35 ± 1.81 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Bazı değişkenlere göre Turizm algısı ve alt boyutlarının karşılaştırması

		Turizm algısı ölçeği	Turizm olumlu etkisi	Turizmin olumsuz toplumsal etkisi	Turizmin olumsuz çevresel etkisi
Cinsiyet	Kadın	67.97 ± 6.80	55.46 ± 5.37	8.11 ± 2.19	4.31 ± 1.85
	Erkek	68.92 ± 7.05	55.88 ± 4.76	8.59 ± 2.09	4.45 ± 1.71
	P	0.46	0.22	0.63	0.51
Aktif Çalışma Durumu	Evet	69.15 ± 7.03	56.28 ± 5.24	8.53 ± 2.58	4.33 ± 1.93
	Hayır	67.91 ± 6.81	55.33 ± 5.17	8.22 ± 2.00	4.35 ± 1.77
	P	0.56	0.53	0.03 *	0.42
Çocuk Sahibi Olma	Evet	68.34 ± 6.82	55.65 ± 4.82	8.36 ± 2.21	4.31 ± 1.88
	Hayır	67.82 ± 7.19	55.25 ± 6.63	8.07 ± 1.98	4.50 ± 1.47
	p	0.55	0.004*	0.033	0.08
Bakmakla yükümlü olduğu biri	Var	68.51 ± 7.14	55.26 ± 5.40	8.70 ± 1.99	4.53 ± 1.56
	Yok	68.14 ± 6.79	55.70 ± 5.13	8.15 ± 2.21	4.28 ± 1.89
	p	0.56	0.70	0.78	0.06
Geçmişte seyahate katılım durumu	Evet	68.35 ± 6.63	55.58 ± 5.06	8.31 ± 2.20	4.45 ± 1.79
	Hayır	67.07 ± 9.29	55.53 ± 6.62	8.23 ± 1.78	3.30 ± 1.70
	p	0.03*	0.12	0.26	0.74
Yaş Grubu	50-64	68.54 ± 6.52	55.88 ± 4.88	8.33 ± 2.21	4.32 ± 1.81
	65-74	67.43 ± 7.85	54.94 ± 5.98	8.12 ± 2.05	4.35 ± 1.81
	75 ve üzeri	68.25 ± 6.25	53.75 ± 5.25	9.50 ± 1.91	5.00 ± 2.00
	F	0.69	0.49	0.47	0.76
Medeni Durum	Evli	68.34 ± 7.04	55.61 ± 5.07	8.28 ± 2.16	4.44 ± 1.82
	Bekar	69.28 ± 6.80	57.21 ± 6.20	7.92 ± 2.05	4.14 ± 1.74
	Boşanmış	67.60 ± 6.54	54.89 ± 5.09	8.52 ± 2.23	4.18 ± 1.82
	F	0.71	0.36	0.66	0.67
Öğrenim Durumu	Okuryazar değil	66.25 ± 7.41	55.50 ± 3.87	7.25 ± 2.62	3.50 ± 1.91
	İlköğretim	70.61 ± 7.02	56.90 ± 5.14	8.93 ± 2.42	4.77 ± 1.95
	Lise	67.05 ± 6.88	54.67 ± 5.30	8.24 ± 1.95	4.12 ± 1.82
	Üniversite	68.69 ± 5.47	56.13 ± 4.47	7.50 ± 2.01	4.45 ± 1.29
	F	0.04*	0.14	0.05	0.21
Aylık Gelir Düzeyi	1500 den az	70.86 ± 7.22	57.93 ± 5.62	8.53 ± 1.92	4.40 ± 2.32

	1500-3000	67.66 ± 6.78	54.91 ± 4.48	8.42 ± 2.41	4.26 ± 1.78
	3000-5000	68.21 ± 7.19	55.03 ± 5.55	8.71 ± 2.05	4.46 ± 1.85
	5000 ve üzeri	67.96 ± 6.26	56.07 ± 5.09	7.34 ± 1.87	4.25 ± 1.54
	F	0.45	0.15	0.03*	0.93
Uygun Tatil Seçeneği	İnanç turizmi	67.40 ± 7.40	54.72 ± 5.02	8.48 ± 2.14	4.19 ± 1.87
	Kış turizmi	67.76 ± 7.32	55.76 ± 6.31	8.00 ± 2.17	4.05 ± 1.85
	Sağlık turizmi	68.77 ± 6.87	56.09 ± 5.19	8.25 ± 2.20	4.41 ± 1.80
	Yayla turizmi	68.90 ± 5.38	55.86 ± 4.70	8.31 ± 2.19	4.72 ± 1.69
	F	0.71	0.58	0.87	0.60
Mesleki Durum	İşçi-esnaf	68.22 ± 7.65	55.27 ± 5.05	8.77 ± 2.36	4.16 ± 1.94
	İş adamı	70.00 ± 6.81	56.90 ± 3.92	8.90 ± 2.42	4.20 ± 1.39
	Devlet memuru	67.76 ± 6.91	55.00 ± 5.51	8.35 ± 1.96	4.41 ± 1.81
	Serbest meslek	67.20 ± 7.94	56.60 ± 5.44	6.60 ± 2.50	4.00 ± 2.16
	Ev hanımı	68.36 ± 6.66	55.60 ± 5.27	8.32 ± 2.06	4.43 ± 1.81
	F	0.90	0.82	0.09	0.93

* P<0.05, istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların turizm algısı ve alt boyutlarının bazı değişkenlere göre karşılaştırılması Tablo 3'te verilmiştir. Buna göre 50 yaş üstü turistlerin cinsiyetine göre turizm algıları ile turizmin olumlu etkileri ve turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkileri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. ($p>0,05$). Katılımcıların aktif çalışma durumu ile Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenirken ($p<0,05$), turizm algısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Katılımcıların çocuk sahibi olma durumu ile turizmin olumlu etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunurken ($p<0,05$), diğer boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Katılımcıların daha önce seyahat etmiş olmaları turizm algılarını önemli ölçüde etkilemektedir. Daha önce seyahat etmiş kişilerin turizm algıları daha yüksektir ve bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Diğer bir sosyo-demografik özellik olarak yaş ve medeni durum turizm algısı ve alt boyutlarını etkilemezken, eğitim durumu ile turizm algısı arasında anlamlı bir fark vardır ($p<0,05$). Okuma yazma bilmeyen katılımcıların turizm algısı en düşüktür. Katılımcıların gelir durumu ile turizmin olumsuz sosyal etkisi arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, gelir düzeyi arttıkça turizmin olumsuz sosyal etkisi algısı azalmaktadır ($p<0,05$). Tatil tercihi ve medeni durum turizm algısını etkilememektedir ($p>0,05$).

4. TARTIŞMA

Bu bölümde literatürdeki benzer çalışmaların sonuçları çalışma bulgularımız ile karşılaştırılacaktır. Buna göre; çalışmamızda 50 yaş üstü turistlerin turizm algısının düşük olduğu tespit edilmiştir. Turizm algıları üzerine yapılan çalışmalarda özellikle turizmin yoğun olduğu bölgelerde turizm algısının daha yüksek olduğu görülmektedir (Ayaz ve ark.2009, Kervankıran ve Bulut 2015). 50 yaş üstü turistler eğitim durumlarına göre değerlendirildiğinde eğitim durumunun turizm algısını etkilediği tespit edilmiştir. Benzer bir sonuç Ayaz ve ark. 2009 yılında ise eğitim düzeylerinin turizmin olumsuz etkilerine ilişkin görüşlerini etkilediği belirlenmiştir (Ayaz ve ark. 2009). Bir diğer çalışmada ise eğitim düzeyinin turizm algısını etkilediği tespit edilmiştir (Özsarı ve Karatana, 2013). Bu sonuçlar çalışmamızın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada, medeni durum ile turizm algısı arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Ancak başka bir çalışmada medeni durumun turizm algısını etkilediğini ve bekarların turizm algısının yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Literatürdeki diğer çalışmalarda da benzer sonuçlar bulunmuştur (Hume ve Demicco 2007, Özsarı ve Karatana, 2013).

Erkılıç tarafından yapılan çalışmada cinsiyet bakımından erkeklerin turizmi olumlu algıladığı, eğitim durumu bakımında eğitim arttıkça turizmi daha olumlu algıladıkları, gelir durumu düşük olanların yüksek olanlara göre turizmi daha olumsuz algıladığı gözlemlenmiştir (Erkılıç, 2019). Bu çalışma ile eğitim ve gelir durumu bakımından benzerlik göstermektedir. Yapılan araştırmalarda kamu kurum ve kuruluşlarının halkın desteğini alması, bilinçlendirmesi turizm algısı açısından önemli olacaktır.

Gümüş ve Özüpekçe tarafından yapılan çalışmada cinsiyet, mesleki durum arasında bu çalışma ile anlamlı farklılık olmadığı benzerlik göstermektedir (Gümüş ve ark. 2009). Bu çalışma ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık bulunmasa da kadın oranının fazla olduğu görülmüştür .

Güneş ve Alagöz tarafından yapılan çalışmadaki sonuçlar ile bu çalışmadaki eğitim durumu, mesleki durum, öğrenim durumu, medeni durumun turizm algısı üzerine etkileri arasındaki ilişkide benzer sonuçlar bulunmuştur. (Güneş ve Alagöz, 2018).

Bu çalışmada mesleki durumun turizm algısını etkilemediği belirlenirken, Ayaz'ın çalışmasında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Ayaz ve ark. 2009). Turizm algısını etkileyebilecek bir diğer önemli faktör ise gelir düzeyidir. Çalışmamızda gelir düzeyi arttıkça turizmin olumsuz etkisinin azaldığı tespit edilmiştir. Birçok çalışmada benzer sonuçlar görülmektedir (Özsarı ve Karatana 2013, Erkiç, 2019). Literatürde turizm algısı üzerine birçok çalışma planlanmış olmasına rağmen katılımcı grup olarak 50 yaş üstü turistlerin turizm algıları daha önce hiç değerlendirilmemiştir (You ve ark. 2000, Hume ve Demicco 2007). Turizm sektörünün yaşlıların beklenti ve isteklerine yönelik hizmet sunmak gelecek için çok önemlidir (Horneman ve ark. 2002). Bu da çalışmamızın özgün değerini artırmakta ve literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır.

5. SONUÇ

Nüfusun yaşlanmasıyla birlikte etkilenen sektörlerden birisi de turizmdir. Turizm sektörü için artan yaşlı pazarı çok önemlidir. Literatür araştırmalarında yaşlı nüfusun geçmiş yıllara kıyasla daha genç, dinamik ve sağlıklı yaşlandığını göstermektedir. Yaşlı nüfusun giderek artacağı ve turizm sektörü ve paydaşlarının etkileneceği bir gerçektir. Bu çalışmada, yaşlıların turizme bakış açılarının belirlenmesinin, hem aktif yaşlanma süreçlerine katkı verebileceği hem de turizmin sektörel gelişimi açısından oldukça faydalı olacağı düşünülmektedir.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Çalışmaya birinci yazar %50 oranında, ikinci yazar %50 oranında katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Bu çalışma, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi (Proje No: SHMYO-2022-021) tarafından desteklenmektedir.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

İçöz, Onur (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları. Journal of Yaşar University, 4(14): 2257-2279.

Doğanay, Hayati ve Zaman, Serhat (2021). Türkiye Turizm Coğrafyası. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Hunter- Jones, Philippa, Blackburn, A(2007). Understanding the relationship between holiday taking and self – assessed health :An Exploratory syudy of senior tourism. International Journal of Yasar University, 4(14),2257-2279.

Gürcü, M ve Tengilimoğlu, D. (2016). Health Tourism –Based Destination Markting, (Ed. Ahmer Bayraktar and Can Uslay) ,Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction, USA:Hershey, s.(308-331).

Möller C, Weiermair K and Wintersberger, E. (2007). The changing travel behaviour of Austria"s ageing population and its impact on tourism. Tourism Review, 62 (3/4), 15- 20.

Diekmann A, Vincent M, Isabella B (2020). The holiday practices of seniors and their implications for social tourism: A Wallonian perspective. Annals of Tourism Research, 85 (2020): 103096.

Ayaz, N., Artuger, S. and Turkmen, F. (2009). A field study to determine the tourism perspectives of the local people in the historical Zela (Zile) district. Journal of the Faculty of Commerce and Tourism Education, (2), 103-124.

Kervankıran, İ. and Bulut, E. (2015). How do local people evaluate the development and effects of tourism in Antalya? Turkish Journal of Geography, 65, 35-45.

- Hume, L. F., & Demicco, F. J. (2007). Bringing hotels to healthcare. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 8(1), 75-84. doi: 10.1300/J162v08n01_04
- Özsarı, S.H & Karatana, Ö. (2013). The Situation of Turkey in terms of Health Tourism. *Journal of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Training and Research Hospital Medical Journal*, 24(2). 136-144
- Erkılıç, Eren (2019). Yerel halkın turizm algısı ve turizmin gelişimine yönelik tutumları: Rize örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 66-82
- Gümüş, Nevzat, and Salman Özüpekçe (2009). Foça’da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6.2, 398-417.
- Güneş, E ve Alagöz, G (2018). “Yerel Halkın Turizm Algısı: Erzincan’da bir Araştırma”. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 409-442.
- You, Xinran and O’leary Joseph T. (2000). Age and Cohort Effects: An Examination of Older Japanese Travelers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9:1-2, 21-42.
- Horneman, Louise, Carter, R. W., Wei, S., & Ruys, Hein. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*, 41(1), 23–37.
- World Health Organisation. (1974). World Health Organisation. Retrieved December 5, 2020, from <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/weekly-surveillance-report>, 2020, (erişim tarihi: 24.07.2020)