

Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3684-3702.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.585](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.585)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Genç Turistlerin Destinasyon Tercihleri ve Tavsiye etme Niyetlerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği

İrem KARATAŞ, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, e-posta: iremkaratas05@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5962-0306>

Dr. Öğr. Üyesi Özlem ALTUN, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, e-posta: ozlem.altun@kisbu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0830-002X>

Öz

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri yerler dışında, bir başka yerde geçici süre boyunca konaklaması sonucu gerçekleşen olaya denmektedir. Turizm insanların var olmaya başladıkları ilk çağlardan günümüze kadar gelişim göstererek değişime uğramıştır. Değişimler sonucunda ortaya çıkan özel ilgi turizmleri her insanın istek ve tercihlerine göre şekil alarak hizmet vermektedir. Bu çalışmada ise, 2. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmış olan ve Avrupa'da oldukça yaygın bir şekilde desteklenen gençlik turizmi ele alınmıştır. Gençlik turizmi, 15-25 yaş arasındaki genç bireylerin okumuş okumamış, evli ya da bekar olup olmadıklarını gözetmeksizin gerçekleştirdikleri seyahatlerin tümünü içermektedir. Bu çalışma nitel veri toplama yöntemi ile daha önce seyahat etmiş 28 katılımcının katılımı ve vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda oluşturulmuştur. Çalışmanın amacı, daha önce seyahat etmiş genç bireylerin seyahat motivasyonları referans alınarak, İstanbul gibi büyük kozmopolit bir şehrin, daha fazla genç ve yabancı uyruklu turistlerin İstanbul'u tercih etmesini sağlayabilmek adına görüş ve öneriler geliştirmektir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda, 15-25 yaş arasındaki genç bireylerin seyahatleri sırasında buldukları bölgelerin doğal yapısını ve kültürünü yansıtan yerleri ziyaret ettikleri saptanmıştır. Dolayısıyla uluslararası etkinlikler ve organizasyonlar gerçekleştirilerek, İstanbul'un tarihi dokusuna ve sosyal kültürel zenginliklerine vurgu yapılarak, daha kapsamlı ve verimli bir reklam politikasıyla gerçekleştirilebileceği kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Özel İlgi Turizmi, Gençlik Turizmi, Sürdürülebilirlik, İstanbul.

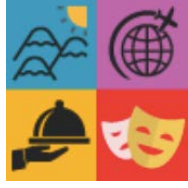
Makale Gönderme Tarihi: 14.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.10.2020

Önerilen Atıf:

Karataş, İ. ve Altun, Ö. (2020). Genç Turistlerin Destinasyon Tercihleri ve Tavsiye etme Niyetlerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3684-3702.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(4): 3684-3702.

DOI: 10.26677/TR1010.2020.585

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Investigation of Destination Preferences and Intentions of Young Tourists: Case of İstanbul

İrem KARATAŞ, MSc. Student, İstanbul Ticaret University, Social Sciences Institute, İstanbul, e-mail: iremkaratas05@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5962-0306>

Assistant Prof. Dr. Özlem ALTUN, Turkish Republic of Northern Cyprus Social Sciences University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Turkish Republic of Northern Cyprus, e-mail: ozlem.altun@kisbu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0830-002X>

Abstract

Tourism is called an event that occurs as a result of temporary accommodation in another place, except where people live permanently. Tourism has evolved from the first ages when people began to develop until today. Special interest tourism, which emerges as a result of the changes, serves by taking shape according to the wishes and preferences of each person. In this study, youth tourism, which emerged after the Second World War and which is widely supported in Europe, is discussed. Youth tourism includes all the travels that young people between the ages of 15-25 have read, regardless of whether they are married or single. This study was created with the participation of 28 participants who have traveled previously with the qualitative data collection method and their responses. The aim of the study is to develop opinions and suggestions in order to enable more young and foreign tourists to choose İstanbul in a big cosmopolitan city like İstanbul, by taking the travel motivations of young individuals who have traveled before. In line with the findings obtained in the study carried out in this direction, it was found that young individuals between the ages of 15-25 visited the places reflecting the natural structure and culture of the regions they were in during their travels. Therefore, it was concluded that by organizing international events and organizations, it can be realized with a more comprehensive and efficient advertising policy by protecting the historical texture of İstanbul.

Keywords: Tourism, Special Interest Tourism, Youth Tourism, Sustainability, İstanbul.

Received: 14.06.2020

Accepted: 02.10.2020

Suggested Citation:

Karataş, İ. and Altun, Ö. (2020). Investigation of Destination Preferences and Intentions of Young Tourists: Case of İstanbul, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3684-3702.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Gelişen teknoloji ile insan yaşamının kolaylaşması insanların sosyal yapılarında da değişiklikleri ortaya çıkarmıştır. Değişen sosyal yapı sonrası tatil konseptlerinde de değişiklikler neden olmuştur. Bu değişiklikler beraberinde alternatif turizm çeşitlerine olan ilgiyi arttırmış ve olumlu şekilde etkileyip gelişmesinde büyük katkılarda bulunmuştur. Böylelikle macera turizmi, kent turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi, hüznün turizmi, akarsu sporları gibi birçok amaca yönelik turizm çeşitleri gelişim göstermiştir (İçellioğlu, 2014). Gençlik turizmi alternatif turizm çeşitlerinden olup 15-25 yaş arasındaki genç bireyleri kapsamaktadır. 15-25 yaş arasındaki gençlerin, birçok amaçla gerçekleştirdikleri seyahatlerin tümünü ifade etmektedir (Karataş, Altun ve Cizrelioğulları, 2020).

Gençlerin genel anlamda önemi, toplumlarda yeniliklere ve değişen düzene çabuk adapte olabilen yapılarının 19. yüzyılda ortaya çıkan gençlik isyanları ile başlamıştır. Bununla beraber siyasal isyanlar siyasette rol oynamalarıyla yetişkinlik ve çocukluk dönemi arasındaki gençlik döneminin hem bireyler adına hem de toplumlar adına büyük bir role sahip olduğunu ifade etmektedir (Öz, 2014). Genç bireyler için turizm, deneyimleri bünyesinde bulunduran bir sektör özelliği taşımaktadır (Cavlak ve Cop, 2019). Gençlik turizmi, gelişim çağındaki bireylerin yaşadıkları yerler dışındaki bölgeleri, tarihi yerleri, var olan kültürleri ve benzeri deneyimleri yerinde görüp tecrübe sahibi olmalarını hedeflemektedir. Gençlerin yetişkinlik dönemlerinde oluşabilecek sorunlarına daha kararlı ve mantıklı çözümler bulmalarında, değişen durumlara adapte olma özelliklerini geliştirici nitelikler taşımaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; Polat, 2017).

Genç turistlerin seyahat amaçları en az para ile en uzun seyahati gerçekleştirmektir. Böylelikle konaklama süresi arttıkça yapılan harcamalarda aynı oranda artmaktadır. Dolayısıyla yapılan harcamalar gençlik turizm altında ülkelerin turizm ekonomisine getiri sağlamaktadır. İlaveten ülkeler genç bireylere yatırım yapmayı benimsemeye ve hedefleyeme başlamışlardır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; TÜRSAB, 2015). Türkiye’de gençlerin sosyal hayatlarında ve kişisel gelişimlerinde daha güçlü ve özgüvenli olmalarını sağlayabilmek adına Gençlik ve Spor Bakanlığı projeler, kamp organizasyonları, kültür ve sanat gibi her alanda etkinlikler organize etmektedir (Yavuz, 2018). Bu alanda sürdürülebilirlik sağlayabilmek, gerçekleştirilen bu etkinlikleri organize edebilmek kadar önem taşımaktadır (Balcı, Göl ve Akoğlu, 2018). Bu çalışmada hedeflenen ise, İstanbul gibi bir çok kültüre ev sahipliği yapan bir kent destinasyonuna daha fazla yabancı turist çekmek ve sosyal olarak turistlerde süreklilik elde etmek için daha önce seyahat etmiş bireylerin görüş ve önerilerine dayanarak çözüm önerileri geliştirmektir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Turizm değişen dünya ve ülke şartlarına en hızlı şekilde adapte olan bir dinamiğe sahiptir. Turizm, küresel alanda ilgi odağı olan, seçilen destinasyonlara ciddi parasal gelir sağlayan, festival gibi durumlarda bölge halkının kalkınmasına yardımcı olan bir faaliyet ile ülkelere büyük katkılar ile etki etmektedir (İbiş, 2020). Ancak ülkelerin siyasi yapılarına bağlı olarak gelişen terör saldırıları gibi, küresel çapta salgın hastalıklar da turizmi çok büyük oranda olumsuz etkilemektedir (Sheresheva, 2020). Ortaya çıkan terör saldırıları ve salgın hastalıklar destinasyonlara olan güveni kırmaktadır. Salgın hastalıklar, diğer küresel çaplı olumsuzluklardan daha fazla önem arz etmektedir. Bulaşıcılık özelliğinden dolayı destinasyon imajını ve güvenilirlik özelliğini etkilemektedir (Acar, 2020).

Turizm destinasyonu, ilk çağlarda insanların ihtiyaçları doğrultusunda belirlenmekteydi. Fakat değişen dünya şartları doğrultusunda turizm anlayışı deni, kum ve güneş olmak üzere bu

unsurun çevresinde gelişimler göstermekteydi. Akdeniz kıyılarında yer alan bölgeler 3 temel unsuru karşıladığı için turizmin vazgeçilmez bölgeleri olarak yer almaktadır. Ancak turizm değişen dünya şartları çerçevesinde 3 temel unsur ile sadece yaz turizmi yerine insanların yılın dört mevsimi seyahat ihtiyacını karşılamaktadır. Böylelikle insanlar artık destinasyon tercihlerini yaparken ilk olarak Akdeniz bölgelerini tercih etmemektedirler (Doğan ve Yağmur, 2017). Turizm anlayışının değişmesiyle birlikte turizmin alt boyutları olarak özel ilgi turizmleri çıkmıştır. Özel ilgi turizmleri en bilindik boyutları ile kış turizmi, inanç turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, festival turizmi gibi sıralamak mümkündür. Özel ilgi turizmleri kendi aralarında da alt başlıklar halinde incelenebilmektedir. Özel ilgi turizmleri değişen insan istek ve ihtiyaçlarına bağlı kalarak sürekli yeni turizm çeşitleri oluşmaktadır (Acır, 2010). Gençlik turizmi, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin çoğunlukta olduğu ve Avrupa Birliği'ne girme sürecinde olan ülkeler genç bireylere önem vermeye başlaması ile birlikte hibeli gençlik projeler oluşturularak desteklenmeye başlamıştır ve böylelikle gençlere yönelik yapılan organizasyonlar olumlu yönde desteklenerek aktif bir şekilde geliş göstermeye devam etmektedir (https://europa.eu/youth/EU_tr).

Günümüz teknolojisinde, sosyal medyanın da oldukça yaygın kullanımıyla birlikte kurum ve kuruluşlar hedefledikleri kitleye oldukça rahat bir şekilde ulaşabilmektedir. Bu nedenle gençlerinde aktif kullandığı sosyal medya sayesinde güncel gelişmelerin ve etkinliklerin reklamları kolaylıkla yapılabilmektedir (Başbayram ve Turan, 2018). Buna ilaveten genç bireyler kendilerini sosyal medya aracılığı ile daha rahat ve daha gerçekçi bir şekilde ifade edebilmektedir. Böylelikle gençlerin destinasyon seçiminde, sosyal medyada yapılan bölgeler hakkındaki yorumlar ve bilgilendirmeler de oldukça önem taşımaktadır (Doğan, Pekiner ve Karaca, 2018; Kalfa ve Adaş, 2019).

Yerli ve yabancı turistlerin destinasyon seçimlerinde en önemli unsurlardan biri olan destinasyon imajını doğru şekilde bireylerin zihninde oluşturabilmektir. Yapılan reklamlar ile turistlerin zihninde destinasyon imajını doğru şekilde oluşturmak mümkün kılınabilmektedir. Ayrıca bireylerde oluşabilecek destinasyon imajı, bireylerin kişisel özelliklerine ve demografik değişkenlerine bağlı farklılık göstermektedir. İstanbul her açıdan turistlerin istek ve arzularını karşılama konusunda potansiyeli oldukça yüksek düzeye sahiptir (Soylu, Özdiçiner ve Ceylan, 2018; Topuz, 2018).

İstanbul'un turistik kültürel tarihinin oluşumu, İstanbul'un fethinden öncesi ve sonrası şeklinde ikiye ayrıldığı söylenebilmektedir. İstanbul'un fethinde önceki mimari yapıların oldukça kötü durumda olduğu gözlenmiştir. Böylelikle İstanbul'a yerleştirilen kişilere imar faaliyetleri için izin verilmiş. İstanbul'un fethinden sonra Osmanlı devletinin uyguladığı göç politikaları sayesinde İstanbul'un her semti sürekli kültür değişimine uğrayarak mimari gelişim adına her kültürden bir parça içermiştir. Mimari yapıların ahşap olması ve sürekli yangınların çıkması, İstanbul'un Beyoğlu, Eminönü gibi semtlerinin taş ve tuğladan oluşan yapıların oluşmasına neden olmuştur. Pera Palas gibi eski otelin inşa edilmesi ile çevre semtlerde turist açısından değer kazanmaya başlamasıyla birlikte çevresinde yer alan tarihi binalar da otel şeklinde restore edilerek hizmet vermeye başlamışlardır. Ancak ikinci dünya savaşından sonra İstanbul eski tarihi dokusunu yavaş yavaş yitirmeye başlamıştır. İstanbul'un eski mimari yapılarının ve tarihi karakteristik dokusunun korunması ile turistik kültürel ve ekonomik yapısının etkileri sağlanmalıdır (Dinçer ve Ertuğral, 2000).

Gençlik turizminin tarihine bakılacak olursa dünya genelinde gençlik hareketliliği eğitim sebebiyle gerçekleştirilmiştir. 20. yüzyılın başlarında, genç bireylerin eğitim seyahatleri sırasında konaklayabilecekleri yerlerin yapılmasıyla başlamıştır. Türkiye'de ise 1953 yılında kurulan Milli Talebe Federasyonu'nun kurulmasıyla başlamıştır. Kurulmuş olan bu federasyon Avrupa'da yaygınlaşan gençlik turizmi organizasyonlarını ülkemizde uygulamaya ve organize etmeye

başlamıştır (Küçükaltan, 1995). Dünya çapında ve ülkemizde organizasyonları ve uygulamalarını denetimini sağlayabilmek ve kontrol altında tutabilmek amacıyla özel ve devlet kurum ve kuruluşları kurulmuştur. Türkiye’de kuruluşlar genel olarak devlet kuruluşları şeklinde Millî Eğitim Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı olmak üzere üç temel kurum bulunmaktadır. Ülke yöneticileri, genç bireylerin kişisel gelişimlerini daha verimli ve ileriye dönük sağlayabilmek adına çeşitli organizasyonlar ve uygulamalar geliştirmişlerdir. Bunlardan bir kaçını Au-pair, gönüllü programlar, “work and travel” programları, kültürel değişim, spor, macera ve eğitim şeklinde sıralamak mümkündür (Çetintürk ve Küçük, 2019).

Gençlik turizmi ile gelişen sektörler arasında, konaklama ve ulaşım yer almaktadır. Gençler seyahatlerini gerçekleştirirken bu tür özelliklere dikkat etmektedir. Özellikle gençler için düşük bütçeli olması da önem taşımaktadır. Gençler genellikle gittikleri yerlerde öğrenci indiriminden faydalanmaktadır. Gençler gidecekleri yerleri, seyahat planlarını ve katılacakları aktiviteleri organize ederken, genellikle ilk olarak bütçelerine, konaklama imkanlarına ve ulaşım olanaklarına göre karar vermektedirler. Ülkeler de genç bireyleri çekebilmek için ise tüm koşullara dikkat etmektedirler (Ötker, 1999).

Turizm endüstrisinde, misafirlerin istek ve beklentilerinin belirlenebilmesi rekabet açısından önem taşımaktadır. Ancak hizmet soyut bir yapıya sahip olduğu için turistlerin algıları farklılık göstermekle birlikte kesin bir yargıya varılamamaktadır. Fakat turistlerin seçtikleri destinasyonlarda yaşadıkları deneyimleri nasıl algıladıklarını öğrenebilmek rekabet koşullarını arttırabileceği için oldukça önem taşımaktadır. Misafirlerin, gecelerini geçireceği, turizm zincirinde yer alan, genellikle hizmet ve akabinde ürün, organizasyonların ve deneyimlerin bulunduğu kümelere destinasyon denmektedir (Çuhadar ve Kervankıran, 2015). Destinasyonlar, soyut bir kavram olmasına rağmen pazarın rekabet gücünü etkileyebilecek imaja ve kimliğe sahiptir. Dolayısıyla, turizm rekabeti için destinasyon yönetimi büyük önem taşımaktadır. Turistlerin destinasyon seçimleri bireylerin motivasyon ilgilendimleri ile birebir etkilidir. Daha önceki deneyimleri, bu deneyimlerinde yaşadıkları, niyetleri bireylerin destinasyonlarına karar verme tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Demir, 2015).

Turistleri seyahatleri konusunda harekete geçiren içsel ve dışsal olmak iki temel faktör vardır. İçsel faktörler, bireyleri seyahatleri konusunda turistleri harekete geçiren psikolojik güç ve kişisel arzuları kapsamaktadır. Dışsal faktörler ise bireylerin dışında gelişen destinasyon cazibesi ya da çekme faktörü olarak da adlandırılabilir. Destinasyonda var olan özellikler, doğa güzellikleri, rekreasyon özellikleri, kültürel çekiciliği gibi sıralamak mümkündür (Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015). Kısaca özetlemek gerekirse itme faktörleri kişinin iç dünyasında gelişen psikolojik, fiziksel ve sosyal etmenler. Çekme faktörleri ise kişinin dışında gelişen destinasyon özellikleri ve destinasyon imajı olarak sınıflandırılmaktadır. Gençlik turizmi için gençlerin destinasyon tercihlerini daha iyi anlayabilmek adına destinasyon ile ortaya çıkan kavramları iyi analiz edilmelidir (Bahar, 2016).

Turizm, ülkelerin ekonomik gelirleri için oldukça önem taşımakta ve lokomotif görevi yapmaktadır. Alternatif turizm çeşitleri, destinasyon çeşitliliğinin artmasına neden olmaktadır. Böylelikle turistler daha fazla seçim yapma olanağına kazanmaktadırlar. 15-25 yaş arasındaki genç bireyler için seyahat etme kararı verirken, seyahat etmek istedikleri bölgelerin doğal yapısı ve kültürel çeşitliliği önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, İstanbul turistler için doğru bir seçenektir. Ayrıca maddi açıdan yabancı turistler adına oldukça ekonomik bir destinasyon olma özelliği taşımaktadır.

Araştırmanın Amacı

18-25 yaş arasındaki genç bireylerin ülkeler adına oldukça gelir getiren turist kesimi haline gelmiştir. Ülke turizm politikaları arasında 18-25 yaş arasındaki genç bireylerin ilgisini çekebilecek organizasyonlar son yıllarda oldukça yaygın bir hal almaya başlamıştır. Dolayısıyla 18-25 yaş arasındaki genç bireylerin ilgisini çekebilmek adına düzenlenen ülke politikalarının daha geçerli ve sürdürülebilir olabilmesi için gençlerin istek ve tercihlerinin doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Çalışmanın evreni olarak, birçok kültüre ev sahipliği yapmış, coğrafi konumu olarak dünya genelinde büyük önem taşıyan ve benzeri özelliklere sahip kozmopolit bir şehir olan İstanbul tercih edilmiştir. Buna istinaden gerçekleştirilmiş olan çalışmanın amacı, daha önce seyahat etmiş olan 18-25 yaş arasındaki genç turistlerin seyahat ettikleri ülkelerde ve şehirlerde yaşadıkları sorunlara karşı buldukları çözümleri belirleyerek, İstanbul ile kıyaslamaları istenmiştir. Buna ek olarak katılımcıların daha önce İstanbul'a gelip gelmediğine dikkat edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların daha güvenilir önerilerde bulunmaları hedeflenmiştir. Ayrıca ziyaret etmiş oldukları ülkelerdeki engelli bireylere denk gelip gelmedikleri ve turistlere ya da gittikleri bölgede yaşayan yerli kesime İstanbul'u ziyaret etmelerini önerip önermedikleri sorulmuştur. Buna ilaveten, katılımcılara yabancı turistlerin ilgisini İstanbul'a nasıl çekilebileceği konusundaki düşünce ve önerileri saptamak amaçlanmıştır. Bir başka açıdan bakıldığında, İstanbul'a daha fazla genç turist çekme için düzenlenebilecek organizasyonların önerilerini daha önce seyahat etmiş gençlerden birebir öğrenmek amaçlanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

18-25 yaş arasında daha önce seyahat etmiş olan tüm genç turistleri kapsamaktadır. Dolayısıyla katılımcılar arasında herhangi bir farklılığa dayalı gruplandırma uygulanmamıştır. Bu çalışmada, veri toplamak için nitel veri toplama tekniği tercih edilmiş olup soruların hazırlanma aşamasında daha önce gerçekleştirilmiş olan çalışmalar dikkate alınmıştır (Küçükaltan, 1995; Acır, 2010; Khoshpakants ve Vidishcheva, 2010; Harman, 2012; Gheşe, 2015; Şahin ve Dinçer, 2016; Bahar, 2016; Yazıcıoğlu ve Akbulut, 2016; Preko, Doe and Dadzie, 2019). Çalışma kapsamında tercih edilen sorular internet üzerinden oluşturulmuş olan form şeklinde katılımcılara elektronik ortamda gönderilmiştir. Araştırma kapsamında 28 katılımcıya araştırmacı tarafından gönderilen demografik sorulara ek olarak sorulan sorular aşağıda yer almaktadır.

1. Seyahatiniz sırasında nerede konakladınız?
2. Seyahatiniz sırasında hangi ulaşım aracını kullanacaksınız?
3. Seyahatiniz sırasında nereleri gezdiniz?
4. Seyahatiniz sırasında yaşadığınız sorunlar nelerdir?
5. Seyahatiniz sırasında yaşadığınız sorunlara nasıl çözümler buldunuz?
6. Seyahatiniz sırasında engelli turistlere denk geldiniz mi? Eğer denk geldiyseviz gözlemlerinizi hakkında bilgi veriniz.
7. Seyahatiniz sırasında tanıştığınız kişilere Türkiye'yi önerdiniz mi?
8. Yurtdışında gittiğiniz yerler ile İstanbul'u kıyaslayabilir misiniz?
9. Sizce dünya genelindeki genç turistlerin ilgisini İstanbul'a nasıl çekebiliriz?

Katılımcılara yönlendirilen sorulardan, temel demografik ve temel konaklama, kullanılan ulaşım araçları gibi sorular dışında düşünce ve deneyimlerini saptamaya yönelik cevaplar elde edilmek istenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın sonucunda daha gerçekçi önerilerde bulunabilmek adına gerçek tecrübeleri ve deneyimleri saptamak hedeflenmiştir.

BULGULAR

Tablo 1’de verilmiş olan demografik bilgiler incelendiğinde, toplamda 28 katılımcı arasından %53,6’sının kadın olup %46,4’ünün ise erkek katılımcı olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralığı 18-25 yaş arasında olmakla birlikte katılımcıların %71,4’ü lisans mezunu olmaktadır. Buna ilaveten katılımcıların %96,4’lük kısmının medeni durumunun bekar olduğu saptanmıştır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	15	53.6
	Erkek	13	46.4
Yaş	18-25	28	100.0
Eğitim	Lisans	20	71.4
	Lisansüstü	8	28.6
Medeni Hal	Bekar	27	96.4
	Evli	1	3.6
Toplam Katılımcı		28	

Tablo 2. Katılımcıların Konaklama Tercihleri ve Kullandıkları Ulaşım Araçları

Seyahatiniz sırasında nerede konakladınız?	N	%
Ev kiralarak	9	32.13
Yurt	4	14.28
Aile yanı	4	14.28
Hostel	6	21.42
Otel	20	71.4
Arkadaşında ve akrabasında	6	21.42
Havaalanı	1	3,57
Çadır	3	10.71
Seyahatiniz sırasında hangi ulaşım aracını kullanacaksınız?	N	%
Uçak	28	100.0
Otobüs, tren, tramvay ve metro gibi toplu taşıma	28	100.0
Taksi	8	28.56
Kiralık araç ya da şahsi araç	11	39,27
Gemi	1	3,57
Yürüyerek	1	3,57

Not: Katılımcılar birden fazla seçenek belirttiği için toplam %100 geçmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde ise, katılımcıların seyahatleri sırasında nerelerde konakladıkları ve kullandıkları ulaşım araçlarına dair bilgileri göstermektedir. Katılımcıların çoğu (%71,4) seyahatleri sırasında otelde kalmayı tercih etmiştir. Seyahatleri sırasında kullandıkları ulaşım aracı sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde ise uçak ve toplu taşıma araçlarını bütün katılımcıların kullandığı görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Seyahat Ettiği Ülkeler ve Şehirler

Hangi ülkelere/ülkeye veya şehirlere seyahat ettiniz?	
1. Katılımcı	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, İngiltere
2. Katılımcı	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, İngiltere
3. Katılımcı	Birleşik Krallık
4. Katılımcı	Almanya, Hollanda
5. Katılımcı	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Gürcistan
6. Katılımcı	Kanada, Belçika, Fransa, Hollanda, Almanya
7. Katılımcı	Güney Kore, İngiltere, Japonya,
8. Katılımcı	Hollanda, Almanya, İsviçre
9. Katılımcı	İngiltere, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
10. Katılımcı	Kanada, İtalya
11. Katılımcı	Almanya
12. Katılımcı	Fransa, İngiltere, Rusya, İran Bosna-Hersek, Yunanistan Almanya, İsviçre
13. Katılımcı	Polonya, Hollanda, Almanya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Avusturya
14. Katılımcı	Almanya, Fransa, Belçika Hollanda, Makedonya, Avusturya, İsviçre
15. Katılımcı	Suriye, Irak, Ürdün, Lübnan, Suudi Arabistan, Mısır, Karadağ, Sırbistan, Hırvatistan, Belçika, Fransa, Hollanda
16. Katılımcı	İngiltere, Belçika, Hollanda, Çek Cumhuriyeti
17. Katılımcı	Almanya, Fransa, İspanya, İtalya Avusturya, Çek Cumhuriyeti Polonya, Yunanistan, Bulgaristan Hırvatistan, Macaristan
18. Katılımcı	Almanya
19. Katılımcı	İstanbul, İzmir, Ankara, Ordu Samsun, Trabzon, Rize, Artvin, Gümüşhane, Amasya, Sinop, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
20. Katılımcı	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, İstanbul, Ankara, Eskişehir, Artvin Mardin, Gaziantep
21. Katılımcı	Berlin, Leipzig, Prag.
22. Katılımcı	İtalya, Antalya, Trabzon, İzmir, Muğla
23. Katılımcı	Litvanya
24. Katılımcı	Gürcistan
25. Katılımcı	17 Ülke (Almanya, İtalya, Amerika diye devam ediyor)
26. Katılımcı	Hollanda, Fransa, İspanya, Türkiye, İngiltere
27. Katılımcı	İstanbul, Ankara, İzmir, Zonguldak, Manisa, Kuşadası, Paris, Londra, Amsterdam, Barselona, Madrid
28. Katılımcı	Gürcistan, Türkiye içi iller, KKTC

Tablo 4. Katılımcıların Gezdikleri Yerler

Seyahatiniz sırasında nereleri gezdiniz?	
1. Katılımcı	Kuzey Kıbrıs'ın bütün şehirlerini ve tarihi yerleri.
2. Katılımcı	Tarihi yerler
3. Katılımcı	Tarihî yerler, Bar, Bahçe
4. Katılımcı	Tarihi yerler
5. Katılımcı	Kız kalesi, uzun göl
6. Katılımcı	Tarihi ve turistik yerler
7. Katılımcı	Müze, kuleleri, tarihi yerleri
8. Katılımcı	Amsterdam, Zürih, Luzern, Duesseldorf
9. Katılımcı	Tarihi yerler, stadyumlar, bar club vb.
10. Katılımcı	Müzeleri ve şehir merkezini
11. Katılımcı	Turistik yerleri
12. Katılımcı	Balat, Kadıköy, Fatih, Cihangir, Eminönü gibi tarihi yerleri, doğal parkları ve benzeri turistik yerleri
13. Katılımcı	Tarihi yerleri, kiliseleri, şehrin önemli yerlerini ve merkezlerini
14. Katılımcı	Müzeler, parklar, ünlü kafeler, anıtlar, sahiller
15. Katılımcı	Belirttiğim ülkeleri şehir şehir tamamen gezmeye çalıştım
16. Katılımcı	Londra, Cambridge, Brighton, Brüksel, Gent, Brugge, Prag, Amsterdam
17. Katılımcı	Tarihi yerler, müzeler, ünlü sokak ve caddeler, eğlence mekânları
18. Katılımcı	Bochum Dortmund
19. Katılımcı	Kültürel ve doğal bölgeler
20. Katılımcı	Tarihi bölgeler ve doğal güzellikleri
21. Katılımcı	Berlin, Madame Tussauds Müzesi, Berlin Duvarı, Prag Hükümet Meydanı.
22. Katılımcı	Roma, Venedik, floransa
23. Katılımcı	Tarihi ve turistik yerleri
24. Katılımcı	Merkezi yerleri
25. Katılımcı	Genellikle tarihi geziler yaptığımdan mütevellit şehir için önemli sayılan tarihi yerleri.
26. Katılımcı	Şehrin sokaklarını gezdim, birkaç müze. Barlar ve restoranlar.
27. Katılımcı	Tarihi mekânları, fuarları, festivalleri, kültürel etkinlikleri, yeme-içme mekânlarını
28. Katılımcı	Müze, doğal alanlar (vadi, Peri bacaları), anıtlar

Tablo 3'de gösterildiği üzere katılımcıların seyahat ettikleri bölgeler çoğunlukla Avrupa ülkelerini içermektedir. Bu durum araştırmaya katılan katılımcıların düşüncelerinin, görüş ve önerilerinin Avrupa ülkelerinde yaşadıkları durumlar ile doğru orantılı olduğunu

göstermektedir. Katılımcıların ziyaret ettikleri bölgeler farklı bir açıdan incelendiğinde, 18-25 yaş arasındaki bireylerin Asya ülkelerine nazaran Avrupa ülkelerini daha çok tercih ettiğini belirtmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Yaşadıkları Sorunlar

Seyahatiniz sırasında yaşadığınız sorunlar nelerdir?	
1. Katılımcı	Ulaşım konusunda pek çok sıkıntı yaşadım. Bir yerden bir yere giderken toplu taşımalar vardı fakat belli saatlerde ulaşım sağlanıyordu.
2. Katılımcı	Ulaşım
3. Katılımcı	Şehir içi otobüslerin karışık olması
6. Katılımcı	Genelde sorun yaşamadım. İlk başta adapte olmak dışında büyük sorunlar yaşamadım.
7. Katılımcı	Ev konusunda, dil yetersizliği konusunda, eğitim konusunda
8. Katılımcı	Uçak rötarı, toplu ulaşım sorunları
9. Katılımcı	Ana dilleri İngilizce değildi ve İngilizce bilen insan sayısı azdı anlaşmak zor oldu.
11. Katılımcı	Yabancı dildeki Metro sistemini çözmek ve gitmek istediğimiz yeri bulmak
12. Katılımcı	Ulaşıma adapte olmak
13. Katılımcı	Pasaport kontrollerinde Avrupa vatandaşı olmadığım için dolayı farklı tavırlar gördüm
14. Katılımcı	Toplu taşıma ağları ve bilet sisteminin Türkiye'den daha farklı olması
15. Katılımcı	Özellikle Arap ülkelerinde yemek sorunlarıyla karşılaştım, Balkanlar'da rahatsız edici seviyede böceklerle karşılaştım, bazı yerlerde güneş alerji yapmaya başladı
16. Katılımcı	Flixbus otobüsünün gelmemesi
17. Katılımcı	Yabancı düşmanlığı
18. Katılımcı	Ucuz otel bulamamak
19. Katılımcı	Sıcak ve kalabalık dışında şikâyetim olmadı
20. Katılımcı	Aslında birçok sorun oldu ama en çok ulaşımda yaşadık kendi aracımızda navigasyon ile biraz zor oldu
21. Katılımcı	Çok çabuk acıkıyorum ve her yerde helal gıda bulabilmekte zorlandım.
22. Katılımcı	Ulaşım
23. Katılımcı	Dil
24. Katılımcı	İki ülke arasındaki eski olaylardan kaynaklı o ülkenin milletinin, bizim milletimize olan antipatik tavırlarıyla karşılaştım.
26. Katılımcı	Birkaç kez kaybolduk.
27. Katılımcı	Gereksiz yüksek fiyatlar, hırsızlık, hızlıca servis edilen lezzetsiz yiyecekler,
28. Katılımcı	Para birimi, mesafe

Tablo 6. Katılımcıların Yaşadıkları Sorunlara Buldukları Çözümler

Seyahatiniz sırasında yaşadığınız sorunlara nasıl çözümler buldunuz?	
1. Katılımcı	Toplu taşımaların saatlerine uyarak gitmek istediğim yerlere gittim.
3. Katılımcı	Taksi kullandım
6. Katılımcı	Yerleşik insanları takip ederek, yerli insanlarla birlikte hareket ederek
7. Katılımcı	Ev ile ilgili problemi İngiltere’de yaşadım. Dil okulu ile anlaşmalı şirket ile gitmiştim orada çözdüler. Güney Kore’de ve Japonya’da İngilizce bilen kişiler çok nadir olduğu için dil konusunda çoğunlukla Asya’da yaşadım. Güney Kore’ye Exchange programı ile gittiğim için eğitim farklılığı konusunda problemleri Güney Kore’de yaşadım.
9. Katılımcı	Türkçe bilen arkadaşlar buldum
11. Katılımcı	Google Maps, yerli insanlara yol sormak, turlara katılmak
12. Katılımcı	Uygulama indirerek
13. Katılımcı	Düşündükleri gibi olmadığımızı göstermeye çalışıp ön yargılarını kırmaya çalıştım
14. Katılımcı	Hata yapa yapa alışarak.
15. Katılımcı	Ağır yemeklere karşın bazen vejetaryen olarak beslenmek zorunda kaldım, evime gelen böceklere karşı çok fazla ilaç kullandım, alerjiye karşı sürekli eczane ziyaret eder durumda oldum
16. Katılımcı	Otobüsü bekleyenlerin Flixbus şirketine ulaşması ile
17. Katılımcı	Kendimi ifade ederek
18. Katılımcı	Daha uygun pansiyonlar aradım
19. Katılımcı	Çok çözüm bulabildiğim söylenemez
20. Katılımcı	Pek çözüm bulduk diyemem
21. Katılımcı	Yanımda besin götürdüm ancak yetmedi.
22. Katılımcı	Application kullandım
23. Katılımcı	Sözlük
24. Katılımcı	Günübirlik olduğu için halledilebilir sorunlar vardı, çözüm aramamızı gerektirmeyen.
26. Katılımcı	Kendim yürüyerek, dolaşarak buldum.
27. Katılımcı	Fiyat araştırması, temkinli az eşya ile seyahat, mekân içerisinde gözlem yaptıktan sonra sipariş veririm
28. Katılımcı	Para birimine çözüm yok, mesafeleri kabullendim

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların seyahatleri sırasında tercih ettikleri gezi alanlarının tarihi yerler, restoran ve barlar gibi yeme içme hizmeti veren mekanlar, doğal alanlar ve müzeler gibi turistik alanlar şeklinde ülkelerin turizm reklamı yaparken kullanabildikleri alanlar olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 5’de gösterildiği üzere katılımcıların seyahatleri sırasında yaşadıkları sorunlar belirtilmiştir. Katılımcıların genel olarak yaşadıkları sorunlar ulaşımdan kaynaklı sorunlar ve dil yetersizliğinden kaynaklı sorunlar olduğu görülmektedir. Buna ek olarak yaşana diğer sorunlar

parasal, milliyete dayalı problemler ve iklime bağlı sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcılardan dört kişi seyahatleri sırasında hiçbir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6'da katılımcıların yaşadıkları sorunlara nasıl çözümler bulduklarına yer verilmiştir. Katılımcılardan iki kişinin yaşadığı sorunlara çözüm bulamadığını belirtirken diğer katılımcıların yaşadıkları sorunlara karşın buldukları çözümler Tablo 6'da incelebilmektedir.

Tablo 7'de katılımcıların seyahatleri sırasında engelli turistler üzerindeki görüşlerine yer verilmiştir. Dolayısıyla Tablo 7 incelendiğinde, katılımcılardan sadece yedi katılımcının engelli turiste denk geldiğini ve gözlemediği görülmektedir. Katılımcıların gözlemlerine göre, engelli turistlerin seyahat ettikleri bölgelerde sosyal imkanları tamamen onların durumuna göre düzenlenmiş olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 7. Katılımcıların Engelli Turistler Üzerine Gözlemleri

Seyahatiniz sırasında engelli turistlere denk geldiniz mi? Eğer denk geldiyseniz gözlemlerinizi hakkında bilgi veriniz.	
5. Katılımcı	Engelliler için her şey düşünülmüş
6. Katılımcı	Yurt dışında engelli insanlar için hayat daha kolay, bütün yapı ve ulaşımlarda onlarda düşünülmüş Evet denk geldim. Bir keresinde İngiltere'de tren garında tekerlekli sandalyeli biri ile karşılaştım. Hatta onu tek olduğunu ve zorlandığını düşündüm. Onu istediği yere götürmeyi teklif ettim. Bana gülerek kendinin gidebileceğini söyledi. İkinci karşılaştığım kişi ise Japonya'daydı. Fotoğrafımı çekmesini istemiştin elinin kesik olduğunu o zaman fark ettim. Ama kendisi ile o kadar barışık ki itiraz etmeden gülerek fotoğrafı çekti ve telefonu bana teslim etti.
7. Katılımcı	Evet denk geldim. Hayat standartlarını iyileştirmek için şehir içi olanakları çok iyi durumda.
10. Katılımcı	Evet, toplu taşıma istasyon ve durakları özelleştirilmiş durumda
14. Katılımcı	Yeterli sosyal düzenlemelere sahip olduklarını gözlemledim
17. Katılımcı	Denk geldim, şehircilik çok önemli bir rol oynuyor bu konuda her adimin planlanması ve turistlerin bilgilendirilmesi çok önemli.
27. Katılımcı	

Tablo 8'de katılımcıların İstanbul'u kıyasladıklarında ortaya çıkan düşünceleri verilmiştir. Tablo 8 incelendiğinde, iki kişi kıyaslayamazken diğer katılımcıların İstanbul'un seyahat ettikleri bölgelerden daha güzel olduğunu belirtirken tarihi yerlere, kültürel dokuya, şehirciliğe ve turistler için ekstra bir yönlendirmenin bulunmadığını belirtmektedirler.

Tablo 9'da katılımcıların genç turistlerin ilgisini İstanbul'a nasıl çekilebileceği konusundaki önerileri verilmiştir. Fakat katılımcılardan dört kişi bu soruya önermediğini belirterek cevap vermiştir. Diğer katılımcıların ortak önerileri uluslararası birçok alanda etkinler düzenlenebileceğini savunmaktadır. Ayrıca reklam aracının da kullanılmasını ve kültürümüzün özünü yansıtmamız gerektiğini belirtmektedirler.

Tablo 8. Katılımcıların İstanbul'u Kıyasladıklarında Ortaya Çıkan Düşünceleri

Yurtdışında gittiğiniz yerler ile İstanbul'u kıyaslayabilir misiniz?	
1. Katılımcı	İstanbul'un her anlamda daha iyi olduğunu düşünüyorum.
3. Katılımcı	İstanbul metropol olması nedeniyle birçok Avrupa ülkesine benzerlik gösteriyor. Ancak hiçbir yerde bu kadar trafik yok.
4. Katılımcı	İstanbul hakkında pek ayrıntılı bilgiye sahip değilim
5. Katılımcı	İstanbul kıyaslanamayacak kadar güzel
6. Katılımcı	Hayat daha düzenli ve yavaş. İstanbul her zaman daha kalabalık daha düzensiz ve 24 saat yaşayan bir şehir
7. Katılımcı	Evet kıyaslayabilirim. Öncelikle gittiğim yerlerdeki yerel halk turistlere daha alışıktır. Doğal kültürü ve zenginliğe daha fazla değer veriyorlar. Kuralcı olmaları kimi zaman onları daha bilinçli kılıyor.
9. Katılımcı	Yurtdışı şehirleri genel olarak daha yerleşik düzene sahip.
10. Katılımcı	Evet kıyaslayabilirim. Yurtdışındaki şehir düzeni ve toplum için olanaklar daha fazla.
11. Katılımcı	Yaşam standardı Avrupa ülkelerinde Türkiye'ye kıyasla daha yüksek. Şehirler daha planlı ve mimarileri muhteşem ayrıca çarpık yapılanma yok. Parklar oldukça fazla
12. Katılımcı	İstanbul yabancı turistler için daha kafa karıştırıcı olabilir. Yönlendirici işaret, destek, danışma vb. şeyler eksik veya yetersiz
13. Katılımcı	İstanbul bence dünyanın en güzel metropolü. İnsanlar daha yardımsever fakat daha pahalı
14. Katılımcı	İstanbul birçok Avrupa başkentine kıyasla çok daha kalabalık ve hareketli bir şehir
15. Katılımcı	Gittiğim hiçbir şehir İstanbul kadar büyük ve karmaşık değildi. En büyük olan şehirlerin bile ulaşım/kullanım altyapısı gelişmiş olduğu için ulaşım sorunları yahut zaman sorunu yaşamadım. İstanbul birçok yönden dünyanın en güzel şehirlerinden olmasına rağmen birçok sorunu da var ne yazık ki.
16. Katılımcı	İstanbul gezilmesi Avrupa şehirlerinden daha büyük olduğu için gezmesi daha zor bir şehir olduğunu düşünüyorum. Aynı zamanda tarihi eser bolluğundan sanırım ülkece bu eserlerin kıymetini bilmiyoruz. Bence Avrupa en küçük şeyi bile bize cazipmiş gibi gösteriyor taşına toprağına ayrı bir özen gösteriyor
17. Katılımcı	Diğer yerler İstanbul'a kıyasla yaşam düzeni gelişmiş, temiz, toplumsal kurallara önem verilen yerlerdi
18. Katılımcı	Kıyasladığımda İstanbul yanlarında bir inci tanesi gibi kalmakta
19. Katılımcı	İstanbul'un güzelliğini hiçbir yer ile kıyaslayamam, benim içi her kıyasta ağır basan İstanbul olur
20. Katılımcı	İstanbul tarihi ve doğal güzellikleri ile gittiğim yerlerden daha güzel
21. Katılımcı	Ülkemi çok seviyorum ancak yurtdışında gittiğim yerleri daha çok beğendim. Bunun en önemli sebebi sokakların tertemiz, binaların yerleşimlerinin düzenli olmasıydı. İstanbul'da çarpık kentleşme çok fazla ve bu benim şehirden nefret etmeme yol açıyor.
22. Katılımcı	İstanbul bir turist için çok karışık ve az yönlendirme var
23. Katılımcı	İstanbul daha gelişmiş
24. Katılımcı	İstanbul'un güzelliğinin hiçbir yerde olmadığını söyleyebilirim.
25. Katılımcı	Çoğu gittiğim ülke İstanbul ile kıyaslanamaz fakat Almanya'da bulunduğum dönemde şehir planlamasından, insan kalitesine kadar Türkiye'ye kıyasla daha ileri bir seviye olduğunu gördüm.
26. Katılımcı	Yurtdışı bana daha cazip geliyor her açıdan
27. Katılımcı	Barcelona ile kıyaslanıp dersler çıkartılabilir
28. Katılımcı	İstanbul daha karmaşık bir kültür yapısına sahip. Ama gezilecek inanılmaz rotalar ve gezme için fırsatlar var

Tablo 9. Katılımcıların Önerileri

Sizce dünya genelindeki genç turistlerin ilgisini İstanbul'a nasıl çekebiliriz?	
1. Katılımcı	Gençlere hitap edecek birçok etkinlikte bulunabiliriz. Konserler, festivaller gençlerin dikkatini çekebilir.
2. Katılımcı	Reklamlar yapılabilir
3. Katılımcı	Eğlence mekanları ve popülizmi arttırarak
4. Katılımcı	Reklam ve ülke olarak iyi bir imaj çizmek önemli diye düşünüyorum
5. Katılımcı	Şehirdeki kalabalıktan uzak yerlerde aktiviteler yaparak
6. Katılımcı	Uluslararası festivaller ve yarışmalar
7. Katılımcı	Organizasyonların daha evrensel hale getirilmesi ile ve ayrıca geleneksel dokuya daha fazla değer verilerek.
8. Katılımcı	Reklam-tanıtım, etkinliklerin arttırılması, kişisel güvenlik
9. Katılımcı	Uluslararası etkinlikler düzenleyerek gençlerin ilgisini çekecek projeler düzenlenebilir.
10. Katılımcı	Kültürümüz ve yemeklerimiz ile ilgilerini çekebiliriz.
11. Katılımcı	Yabancı ünlülerin konserlerini burada ağırlayarak gelmelerini sağlayabiliriz, büyük çaplı bir eğlence parkı açmak yardımcı olabilir, üniversiteler arası değişim programlarını arttırarak ve o üniversitelerde İstanbul'un tanıtımını yapıp gençlerin ilgi duymalarını sağlayabiliriz veya uçak biletlerinde kampanyalar yapılabilir
12. Katılımcı	Müzik etkinlikleri
13. Katılımcı	Güzelliklerini gösterip bahsederek, daha yaşanılabilir ve misafirperverliği tam anlamıyla göstererek
14. Katılımcı	Yapılacak aktiviteleri ve etkinlikleri daha çok göz önüne sunmak ve kaliteli zaman geçirebilecekleri konumları belirtmek
15. Katılımcı	Büyük organizasyonları burada düzenleyerek olabilir. Mesela UEFA Şampiyonlar Ligi finalinin bu sene burada oynanacak olması ancak Covid-19 yüzünden ertelenmesi büyük şanssızlık. İstanbul'un olabildiğince fazla uluslararası organizasyona ev sahipliği yapması gerektiğini düşünüyorum (fuurlar, spor etkinlikleri, konserler vs.)
16. Katılımcı	Sadece İstanbul için değil Dünya'nın Türkiye üzerindeki algısını değiştirmesi lazım. Son yıllarda Arap turist sayısı çok fazla ama Avrupa'da yaşayan vatandaşları ülkeye çekme konusunda başarısız. Daha iyi PR ve teşvik paketleri yapılmalı.
17. Katılımcı	İstanbul'da daha fazla uluslararası etkinlik yapılabilir. Uluslararası itibarımızı iyileştirmek adına reklam kampanyaları yapılabilir. İstanbul'un doğal güzelliklerini tanıtmak dikkat çekici olacaktır.
18. Katılımcı	İstanbul'a kalabilecekleri güzel yerlerin fiyatını düşürerek
19. Katılımcı	Daha çok tanıtım reklamı yaparak olabilir
20. Katılımcı	İyi bir reklam ile
21. Katılımcı	Çarpık kentleşmeyi önleyip, yeşil alanların artırılması bu konuda yararlı olacaktır.
22. Katılımcı	Etkinliklerle
23. Katılımcı	Reklam
24. Katılımcı	Güzelliklerini ön plana çıkaracak tanıtımlarla belki
25. Katılımcı	Kendi kültürümüzü yansıtabildiğimiz takdirde zaten ilgilerini çekeceğini düşünüyorum.
26. Katılımcı	Festivaller ile olabilir, sokak partileri ile olabilir
27. Katılımcı	Dünyanın en az 3 veya 4 farklı ülkesinde gezmiş, yaşamış, okumuş ve kendini global bir zeminde yetiştirmiş kişilerin fikirleri ve organizasyon yönetimleri ile eğer aynı kafa yapısında olan kişiler organize etmezse hitap edilmek istenen kitle ile hitap edilen kitle farklı olur.
28. Katılımcı	Festivaller, alternatif turizm rotaları/etkinlikleri yaratarak

Son olarak Tablo 10'da katılımcılara sorulan sorulara ek olarak araştırma hakkında belirtmek istedikleri düşünce ve yorumlarına yer verilmiştir. Üç katılımcının konu hakkındaki düşünce ve yorumu Tablo 10'da incelebilmektedir.

Tablo 10. Katılımcıların Diğer Düşünce veya Yorumlar

Diğer düşünce veya yorumlar	
13. Katılımcı	Dünyanın en güzel ülkelerinden birine sahibiz fakat her şeyi ticari düşünen bir toplumumuz olduğu için gelen turistlerden hep maximum kazanç sağlama alışkanlığından bir an önce vazgeçmeliyiz.
17. Katılımcı	İstanbul'un en sevdiğim ülke ve şehirler kadar güzel (hatta çoğu yerden daha güzel) olduğunu düşünüyorum. Ancak çeşitli sebepler nedeniyle (güvenlik nedenleri, boyuttaki krizler, farklılıklar) bunun yurtdışındaki insanlar tarafından yeterince bilinmediğini Kültürümüzü ve doğal güzelliğimizi on plana çıkarıcı etkinlikler/tanıtlar/aktiviteler yapılması gerektiğini düşünüyorum
28. Katılımcı	Alternatif turizm önemsenmeli, kampçılık, eko turizm, kültür turizmi vb.

Araştırmanın sonucunda 28 katılımcının verdiği cevaplara bağlı elde edilen bulgular doğrultusunda, katılımcıların %71,4'lük kısmı ile çoğunluğu lisan mezunu olup %96,6'lık kısmı ile medeni durumu bekar olduğu belirlenmiştir. Konaklama bilgisi olarak katılımcıların %71,4'lük kısmı ile otelleri tercih ettiği belirtilmiş olup ulaşım aracı olarak ise katılımcıların hepsi uçak ve şehir içi toplu taşıma araçlarını kullanmışlardır. Ayrıca katılımcıların Asya ülkelerine nazaran Avrupa ülkelerini daha fazla tercih ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların seçtikleri destinasyonlarda tarihi yerleri ziyaret etmeyi tercih ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların yaşadıkları sorunların çoğunluğu yabancı dil yetersizliğinden, ulaşım araçlarından ve para biriminden kaynaklı sorunlar olduğu belirlenmiştir. Katılımcılara, seyahat ettikleri bölgelerde yaşaya engelli bireylerin ve engelli turistlerin yaşam standartlarını saptayabilmek adına engelli bireyler hakkında bilgi vermeleri istenmiştir. Bunun üzerine, Tablo 7'de görüldüğü üzere engelli bireylerin yaşam standartları oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Son olarak katılımcılara, İstanbul'u seyahat ettikleri bölgeler ile kıyaslamaları ve genç yabancı turistlerin daha fazla tercih etmeleri için önerilerde bulunmaları istenmiştir. Katılımcılar ise sorulara İstanbul'un seyahat ettikleri bölgelerden daha güzel olduğunu ve kültürel açıdan zengin olduğu belirtmişlerdir. İlâveten katılımcıların yapmış olduğu öneriler doğrultusunda, İstanbul'un kültürel dokusuna sahip çıkılması gerektiğine ve uluslararası organizasyonlara daha fazla ev sahipliği yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Literatür incelemesi kısmında belirtildiği üzere İstanbul fethedildiği dönemlerde Müslümanlığı yayabilmek adına belirli bölgelere Müslümanlar yerleştirilmiştir. Böylelikle mimari yapı ve yerleşim düzeni değiştirilmeye başlamıştır. Bu değişim beraberinde, günümüzde yapıların kültürel özelliğini kaybetmesine neden olmaktadır. Böylelikle tarihi zenginliğini kaybetmeye başlamaktadır. Fakat turistler ve yerel halk için en önemli unsur olan ulaşım konusunda İstanbul oldukça iyi düzeyde yer almaktadır. Ayrıca İstanbul coğrafi konumu sayesinde oldukça popüler bir destinasyon özelliği taşımaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

İşletme sahipleri genç turistler için genellikle günlük yaşamlarının dışında farklı deneyimler ve tecrübeler sunmak istemektedir. Böylelikle gelen genç turistlere rakiplerinin öngöremediklerini sunarak, rekabette ön sıralarda yer almaktadırlar. Destinasyonlar, genç turistler için bir bütün olarak algılandığında içerisine, temel ihtiyaçların yanı sıra hediyelik eşyalar ve boş zaman etkinliklerini de kapsamaktadır. Dolayısıyla bir bütün olarak algılanmaktadır. Turistlerin destinasyon seçenekleri yaşadıkları bölge, okudukları bölümler, milliyetlerine göre ve kişisel unsurlarına göre değişmektedir. Bununla birlikte, çevrenin korunması, yerel gelenek ve göreneklere sahip çıkılması, kültürel tarih mirasına sahip çıkılması ve benzeri unsurların korunması diğer milliyetten olan genç turistlerin ilgisini çekerek destinasyon talebini arttırabilmesi mümkündür.

Genç bireyler destinasyon tercihlerini yaparken genellikle internetten faydalanmaktadırlar. Destinasyon yönetimini üstlenen kişiler ve o destinasyondaki mekanların işletme sahipleri genç yabancı turistlere internet aracılığı ile kolaylıkla ulaşabilmektedir. Turizm alanında destinasyon reklamı yapılırken daha çok insanların ilgisini çekecek animasyonlar, diğer destinasyonlarda olmayan özellikleri ön plana çıkaran reklam unsurları kullanılmaktadır. Genç nesillere dizi ve filmlerdeki gibi bir deneyim sunmayı planlayabilmektedirler. Dolayısıyla, destinasyon ile genç bireylere hayaller satılabilmektedir. Böylelikle diğer reklamlardan daha çok dikkat çekebilecektir. Özellikle sosyal medyanın gücü destinasyon reklamlarında azımsanamayacak kadar yüksektir. Hemen hemen bütün mekân sahipleri kendi reklamlarını yapabilmekte hem de gelen misafirler reklamını yapabilmektedir.

Genç bireyler deneyimlerini gıda alanında geliştirmek istedikleri taktirde bu tür sosyal medya paylaşımları ile destinasyon seçimlerinde göz önünde bulundurmaktadırlar. İstanbul'un sokak lezzetleri birçok ülkeye nazaran daha geniş bir yelpazeye sahiptir. Sosyal medyada genç bireylere yönelik reklamlar yapılabilir. Eminönü, Karaköy, Taksim ve çevre ilçeler bu tür reklamlar için oldukça zengin sokak lezzetleri sahip yerlerdir. Günümüzde gastronomi genç bireyler için sadece yeme-içme ihtiyacı olmak yerine turistik bir motivasyon kaynağı yani hem itme faktörünü hem de çekme faktörünü bünyesinde bulundurmaktadır. Bununla birlikte, yöresel unsurları bünyesinde bulunduran Karadeniz bölgesi gibi yerlerde yılın belirli dönemlerinde festivaller yapılarak genç bireylerin o yöreyi daha iyi tanımaları için yöresel kıyafetler, yöresel ürünler, yöresel yemekler, yöresel müzikler ve halk oyunlarının sergilendiği organizasyonlar da genç yabancı turistlerin ilgisini çekebilecek destinasyon faaliyetlerini içerebilir.

Genç bireyler için heyecan verici spor dalları azımsanamayacak kadar önemli yer tutmaktadır. Fakat ülkemizde bu tür sporlar henüz yaygın olarak tercih edilmemektedir. Yabancı turistler için bu tür tesislerin kurulması geliştirilmesi olumlu yönde etki edecektir. Ayrıca ekonomik olarak döviz girişini arttıracak faaliyetlerdir. Yabancı turistlerin destinasyon seçiminde İstanbul'u tercih etmelerini sağlayabilecek en temel unsur tarihi yerlere ve doğayı çevreyi koruyucu önlemler alınabilmesi. Genel olarak turistlerin seyahatlerinden istediği dinlendirici ve rahat nefes alabilecekleri destinasyon. İstanbul, Türkiye'deki diğer şehirle-re nazaran daha kozmopolit ve tarihi açıda gerçekten değerli bir şehir özelliğine sahip. Fakat, belediyeler ve yerel halk tarihi değerleri koruma konusunda pek bilinçli değil. Eğer bu bilince sahip olunursa gelen genç yabancı turistlerin, destinasyon tercihlerinde sürdürülebilirliği yakalama şansımızda artacaktır.

Kültür ve sanat etkinliklerinde uluslararası organizasyonlar yapılması gerekmektedir. Türkiye Müslüman bir ülkedir. Fakat Müslümanlığı tam olarak anlayarak yaşayan insanların sayısı daha azdır. Müslümanlık adı altında sanata ve zanaata karşı yapılan organizasyonlar, etkinlikler, kurum ve kuruluşlar geri planda kalmaktadır. Türkiye eğitim alanında yapabileceği gelişmeler ve yenilikler ile genç yabancı turistlerin seçimini arttırabilecektir. Erasmus gibi üniversiteler arası

öğrenci değişim programlarını arttırabilir. Ebeveynler on sekiz yaşını henüz geçmemiş olan gençler için daha çok eğitim adı altında seyahatlerini onaylamaktadır. Güvenlik açısından ebeveynler daha rahat edeceklerdir.

İstanbul aşırı kalabalık bir şehir olduğu için güvenlik konusunda sıkıntı yaşayabileceğini düşünene yabancı turistler için ise günümüzde daha çok dikkat edilmektir. Sivil polis oranının artırılması gerekmektedir. Ayrıca geceleri ara sokaklarda sürekli devriye gezen polislerin arttırılması gerekli. Bu önlemler alınmaya başladıktan yaklaşık beş yıl sonra yerel halk biraz daha bilinçlenecek ve bu tür önlemlerin devamlılığıyla birlikte yabancı turistlerin İstanbul'u destinasyon olarak seçme gücü artabilecektir.

KAYNAKÇA

Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.

Acır, E. (2010). *Türkiye'de gençlik turizmi potansiyelinin geliştirilmesi ve çözüm önerileri*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.

Bahar, E. (2016). Gençlik turizminin sorunları, gelişmesine yönelik çözüm önerileri. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırma Dergisi*, 1(1), 45-58.

Balcı, V., Göl, Y., ve Akoğlu, H. E. (2018). Türkiye'nin ulusal gençlik ve spor politikalarının, sürdürülebilirliğin sosyal boyutuyla incelenmesi. *Journal of Sport Sciences Researches*, 3(1), 9-22.

Başbayram, R., ve Turan, A. H. (2018). Gençler arasında sosyal medya kullanım karakteristikleri. H. K. İter (Dü.), *5th International Management Information Systems Conference*. içinde Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt University.

Cavlak, N., ve Cop, R. (2019). Yerli ve yabancı turist deneyimi: Gelibolu yarımadası Tarihi Milli Parkı Milliyet temelinde bir analiz. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 163 - 173.

Çetintürk, V. E., ve Küçük, H. (2019). Gençlik politikalarında karşılaştırmalı bir değerlendirme: Türkiye ve Finlandiya örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 263-284.

Çuhadar, M., ve Kervankıran, İ. (2015). Turizmin sürdürülebilirliğine yönelik yabancı turistlerin algı ve tutumları: Marmaris örneği. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(36), 139-166.

Demir, S. (2015). *Yerli turistlerin turizm pazarlamasına yönelik talep düzeylerini etkileyen faktörlerin yeniden satın alma davranışlarına etkisi: Sinop ili örneği*. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Anabilim Dalı.

Dinçer, F. i., ve Ertuğral, S. M. (2000). Kültürel mirasın korunması ve İstanbul ilindeki tarihi yapıların turizm amaçlı kullanımı üzerine bir deneme. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 69 - 78.

Doğan, M., Pekiner, A. B., ve Karaca, E. (2018). Sosyal medyanın turizm ve turist tercihlerine etkisi: Kars-Doğu Ekspresi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 669-683.

Doğan, O., ve Yağmur, Y. (2017). Yabancı turistlerin sürdürülebilir destinasyon algıları: Kemer destinasyonuna yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(2), 487-506.

Gheşe, A. M. (2015). The importance of youth tourism. *Annals of Faculty of Economics*, 2(1), 688-694.

Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(53), 306-323.

Harman, S. (2012). *Sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları ve sırtçantalılığa ilgilenimleri: İstanbul'a gelen sırtçantalı turistler üzerinde bir araştırma*. Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme, Çanakkale.

<https://europa.eu/>Erişim Tarihi 30.03.2020

<https://www.tursab.org.tr>. Erişim Tarihi 01.04.2020

İbiş, S. (2020). COVID-19 salgınının seyahat acentaları üzerine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.

İçelloğlu, C. Ş. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: Turizm potansiyeli açısından İstanbul'un swot analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014(1), 37-55.

Kalfa, M., ve Adaş, S. K. (2019). Sosyal medyayı kullanım açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının analizi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 8-21.

Karataş, İ., Altun, Ö., ve Cizrelioğulları, M. N. (2020). Gençlik turizmi'ne üniversiteli gençlerin bakış açısı: Doğu Akdeniz ile Kocaeli Üniversitesi karşılaştırılması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 314-332.

Khoshpakyants, A. V., and Vidishcheva, E. V. (2010). Challenges of youth tourism. *European Researcher*, 1(1), 101-103.

Küçükaltan, G. (1995). *Gençlik turizmi önemi dünyada ve türkiye'deki gelişme seyri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı.

Ötker, B. G. (1999). *Gençlik turizmi pazarlaması ve Türkiye uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi, TC İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Öz, İ. (2014). *Demokrat parti'nin gençlik politikaları ve gençlik teşkilatı (1946-1960)*. Yüksek Lisans Tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü - Tarih, İstanbul.

Öztürk, Y., ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi* (2), 183-195.

Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir kent merkezinde bir araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 234-250.

Preko, A., Doe, F., and Dadzie, S. A. (2019). The future of youth tourism in Ghana: motives, satisfaction and behavioural intentions. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 5-21.

Şahin, G., ve Dinçer, F. İ. (2016). Gençlik turizmi sorunlarının analizi ve çözüm önerileri. 15. *Geleneksel Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı* (s. 215). Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi.

Sheresheva, M. Y. (2020). Coronavirus and tourism. *Population and Economics*, 4(2), 72-76.

Soylu, A., Özdişçiner, N. S., ve Ceylan, S. (2018). Yerli ve yabancı turistlerin destinasyon imajına ilişkin algı farklılıkları: Pamukkale örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2481-2493.

Topuz, M. (2018). *Tatil yeri seçiminde reklamların rolü: İstanbul ilini ziyaret eden yabancı turistler üzerine bir araştırma*. İşletme Bölümü. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi.

Yavuz, C. (2018). Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın gençlere sunduğu gençlik projelerin değerlendirilmesi. *International Congresses on Education*. 2018, s. 407-409. İstanbul: TC İstanbul Üniversitesi.

Yazıcıoğlu, İ., ve Akbulut, B. A. (2016). Yabancı turistlerin seyahat motivasyonlarının demografik özellikleri açısından analizi: Ankara örneği. *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3231-3241.