



**T.C.
GAZI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**EĞİTİM AMACIYLA TÜRKİYE'YE GELEN
ÖĞRENCİLERİN TURİSTİK DAVRANIŞI:
ANKARA ÖRNEĞİ**

HALİME EŞİYOK

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

HAZİRAN 2019



**EĞİTİM AMACIYLA TÜRKiYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN TURİSTİK
DAVRANIŞI: ANKARA ÖRNEĞİ**

Halime EŞİYOK

**YÜKSEK LİSANS
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜŐÜ**

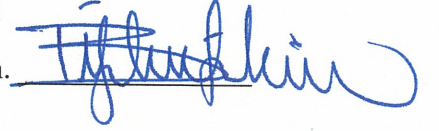
HAZİRAN 2019

Halime EŞİYOK tarafından hazırlanan ‘Eğitim Amacıyla Türkiye’ye Gelen ğrencilerin Turistik Davranışı: Ankara rneği’ adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİğİ / OY çOKLUğU ile Gazi Üniversitesi Turizm İŞletmeciliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli niversitesi

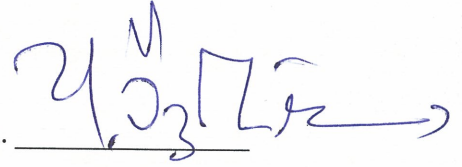
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



BaŐkan : Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Turizm İŞletmeciliği Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli niversitesi

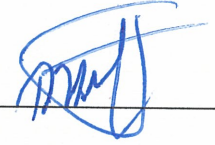
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



ye: Dr. Öğr. Üyesi Mikail KARA

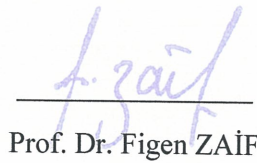
Turizm İŞletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Tez Savunma Tarihi: 13/06/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli Şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Figen ZAİF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Halime EŞİYOK

13.06.2019

EĞİTİM AMACIYLA TÜRKİYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN TURİSTİK
DAVRANIŞI: ANKARA ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans)

Halime EŞİYOK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Haziran 2019

ÖZET

Eğitim alanında gerçekleşen uluslararası öğrenci hareketliliği günümüzde önemli boyutlara ulaşmıştır. Eğitim turizmi kapsamında incelenen ve küresel alanda 2016 yılında beş milyon kişiye ulaşan yükseköğretimdeki uluslararası öğrenci hareketliliğinin, OECD verilerine göre 2025 yılına kadar sekiz milyon kişiye ulaşacağı öngörülmektedir. Bu çalışmanın amacı, uluslararası öğrenci hareketliliğinden doğan pazarı ve Türkiye'nin bu pazardaki konumunu, turizm sektörünün çok önemli bir parçası olan ve Ankara'daki yükseköğretim kurumlarında kayıtlı olan eğitim turistlerinin, eğitim amacıyla varış yerini seçme nedenlerini ve turistik davranışlarını, turizmin dört temel bileşeni olan konaklama, seyahat, gastronomi ve rekreasyon başlıklarında incelemektir. Bu amaç doğrultusunda turizmin dört temel bileşenini cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı değişkenleri ile ilişkileri çerçevesinde ortaya koymaktır. Literatür bulguları sonucunda oluşturulan anket sorularının katılımcılara ulaştırılmasında internet tabanlı ve yüz yüze anket formu kullanılmıştır. Elde edilen bulguların tanımlayıcı ve hipotez testi analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan Ankara'daki üniversitelerde eğitim gören uluslararası öğrencilerin %37,2'si Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu, %27,3'ü Orta Doğu, %11,2'si Avrupa ve %24,2'si Diğer (Dünya'nın geri kalanı) milliyetlerine kayıtlı kişilerden oluşmaktadır. Aynı zamanda katılımcıların turistik davranışları incelendiğinde cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı değişkenleri açısından en çok milliyet değişkeni ile ilişkileri bulunmuştur. Eğitim turistlerinin turistik davranışları ve seçimlerinin, konaklama türü olarak hotel/motel ile oda/kahvaltı pansiyon tipi, ulaşım aracı tercihlerinde otobüs ve uçak, yeme-içme tercihlerinde yerel restoran, tatillerini etkileyen temel motivasyonların ise deniz ve kültür/tarih/gastronomi olarak şekillendiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçların, eğitim turistlerinin ekonomik gelirlerinin yanı sıra Türkiye'nin turizm altyapısına, tesislerine ve ülke ekonomisine de bağlı olduğu tespit edilmiştir.

Bilim Kodu : 116905
Anahtar Kelimeler : Gençlik Turizmi, Eğitim Turizmi, Uluslararası Öğrenciler, Turist davranışı, Ankara
Sayfa Adedi : 167
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

THE TOURIST BEHAVIORS OF THE STUDENTS WHO CAME TO TURKEY FOR
THE PURPOSE OF EDUCATION: ANKARA CASE

(M.S. Thesis)

Halime EŞİYOK

GAZİ UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

June 2019

ABSTRACT

The international student mobility in the field of education has reached significant levels today. According to the OECD data, it is estimated that international student mobility in higher education, which is examined in the scope of educational tourism and has globally reached to five million people in 2016, will reach eight million people by 2025. The purpose of this study is to examine the market originating from the international student mobility and the position of Turkey in this market and the reasons for why the educational tourists, who are an important part of the tourism industry and enrolled in higher education institutions in Ankara, choose this destination for education and their touristic behaviors under the headings of four main components of tourism, namely accommodation, travel, gastronomy and recreation. In line with this purpose, it is aimed to examine the four main components of tourism within the frame of their relations with the variables of gender, nationality, educational program level and amount of income. The online-based and face-to-face questionnaire form was used to present the questionnaire questions developed as a result of the literature findings. Descriptive and hypothesis test analyses were performed on the findings. According to the analysis results, 37.2% of participant international students who study at universities in Ankara are registered in Turkic Republic and Near Eastern nationalities, 27.3% in Middle Eastern nationalities, 11.2% in European nationalities, and 24.2% in other nationalities (rest of the world). Also, when the touristic behavior of the participants were examined, it was found that it has the relations mostly with the nationality variable among the variables of gender, nationality, educational program level and amount of income. It was concluded that touristic behaviors and choices of educational tourists are mainly in favor of hotel/motel and bed and breakfast hotel in accommodation, bus and airlines in means of transport, local restaurants in foods and drinks, and sea and culture/history/gastronomy as their main motivations that influence their holidays. Moreover, it was found the findings are linked to tourism infrastructure, facilities and national economy of Turkey besides economic income of the educational tourists.

Science Code : 116905
Key Words : Youth Tourism, Educational Tourism, International Students, Tourist
behavior, Ankara
Page Number : 167
Supervisor : Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tez çalışmamın her aşamasında akademik bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, bana her daim rehberlik eden değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN'a,

Akademik hayatta her zaman yanımda olan görüş ve önerileri ile her daim desteklerini hissettiğim Prof. Dr. Ahmet TAYFUN'a,

Tez çalışmam boyunca tecrübelerinden faydalandığım hocalarıma ve arkadaşlarıma,

Hayatımın her aşamasında yanımda olan, hiçbir fedakârlığı esirgemeyen, maddi ve manevi desteklerini, varlıklarını ve sevgilerini her zaman hissettiğim en büyük varlığım canım aileme sonsuz sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER**Sayfa**

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	x
HARİTALARIN LİSTESİ.....	xiv
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xv
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xvi
GİRİŞ	1
1. GENÇLİK TURİZMİNE GENEL BAKIŞ	9
1.1.Seyahat Nedenleri ve Turizm Türleri.....	9
1.1.1. İnsanları Seyahate Yönlendiren Nedenler ve Turizm	9
1.1.2. Turizm Türleri.....	14
1.2. Gençlik Turizminin Tanımı.....	17
1.3. Gençlik Turizminin Karakteristik Yapısı.....	19
1.4. Gençlik Turizminin Seyahat Amaçları.....	22
1.4.1. Eğitim.....	25
1.4.2. Gönüllü Programlara Katılım.....	28
1.4.3. Kültür Değişimi/Alışveriş Gerçekleştirme.....	30
1.4.4. Spor ve Maceraya Katılım	31
1.5. Gençlik Turizmi Kapsamında Eğitim Turizminde Destinasyon İmajı	32
1.6. Turizmin Temel Bileşenleri Açısından Gençlik Turizmi.....	35
1.6.1. Konaklama Tipi ve Kalış Süresi	35
1.6.2. Seyahat ve Ulaşım Şekli	37
1.6.3. Yeme-İçme.....	40

Sayfa

1.6.4. Rekreasyon Faaliyetleri.....	41
1.7. Gençlik Turizmi Pazarı	42
1.7.1. Küresel Gençlik Turizmi Pazarı.....	43
1.7.2. Türkiye Gençlik Turizmi Pazarı.....	48
2. GENÇLİK TURİZMİ BAĞLAMINDA ULUSLARARASI ÖĞRENCİLER	53
2.1. Uluslararası Öğrenci Tanımı	53
2.2. Uluslararası Eğitim Pazarı Profili	54
2.3. Türkiye'nin Yabancı Öğrenciler Açısından Eğitim Profili.....	61
2.4. Türkiye'nin Yabancı Öğrencilere Yönelik Eğitim Politikaları: Programlar ve Kurumlar	68
2.4.1. Erasmus Değişim Programı.....	69
2.4.2. Mevlana Değişim Programı	70
2.4.3. Türkiye Bursları Programı	71
2.5. Turizmin Temel Bileşenleri Açısından Yabancı Öğrenciler.....	74
2.5.1. Konaklama Tipi ve Kalış Süresi	74
2.5.2. Seyahat ve Ulaşım Şekli	77
2.5.3. Yeme-İçme.....	81
2.5.4. Rekreasyon Faaliyetleri.....	83
2.6. Küresel Gençlik ve Öğrenci Kuruluşları.....	85
3. EĞİTİM AMACIYLA TÜRKİYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN TURİSTİK DAVRANIŞI: ANKARA ÖRNEĞİ	89
3.1. Yöntem.....	89
3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	89
3.1.2. Ölçme Araçları	90
3.1.3. Verilerin Analizi.....	91
3.2. Bulgular.....	91

Sayfa

3.2.1. Tarama Sorularına Yönelik Bulgular	92
3.2.2. Türkiye'deki Turistik Seyahatlere İlişkin Bulgular	100
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	135
KAYNAKLAR	145
EKLER.....	161
ÖZGEÇMİŞ	166



ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1.1. İnsanları seyahat etmeye yönlendiren nedenler	10
Çizelge 1.2. Turizm türleri.....	14
Çizelge 1.3. Turizm türleri.....	16
Çizelge 1.4. Gençlik turizmi ve sırt çantalıların görünümü.....	20
Çizelge 1.5. Geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler	50
Çizelge 1.6. Çıkış yapan ziyaretçilerin ortalama harcamaları (US Dolar)	51
Çizelge 2.1. Erasmus plus programında yer alan ülkeler.....	55
Çizelge 2.2. Türkiye’de yükseköğretimin genel görünümü (2017-2018 eğitim- öğretim yılı)	63
Çizelge 2.3. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki konaklama tercihleri	77
Çizelge 2.4. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki ulaşım tercihleri	80
Çizelge 2.5. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri	82
Çizelge 2.6. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki rekreasyon tercihleri	85
Çizelge 3.1. Katılımcıların Türkiye’deki turistik seyahatlerine ilişkin ön bilgileri	92
Çizelge 3.2. Katılımcılara yönelik demografik bilgiler	93
Çizelge 3.3. Katılımcıların milliyetleri	94
Çizelge 3.4. Katılımcıların bölgelere göre milliyetleri	95
Çizelge 3.5. Katılımcıların Türkiye vize türü	95
Çizelge 3.6. Katılımcıların kayıtlı olduğu üniversite	96
Çizelge 3.7. Katılımcıların eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih etme sebebi	97
Çizelge 3.8. Katılımcıların Ankara tercihini etkileyen en önemli gerekçeler.....	98
Çizelge 3.9. Katılımcıların üniversite tercihini etkileyen en önemli gerekçeler.....	98
Çizelge 3.10. Katılımcıların Türkiye’de boş zamanlarda yaptığı etkinlikler.....	99
Çizelge 3.11. Katılımcıların Türkiye’deki aylık harcama miktarı	99
Çizelge 3.12. Katılımcıların turistik seyahatlerinde etkili olan popüler bilgi kaynakları ..	100

Çizelge	Sayfa
Çizelge 3.13. Türkiye’de turistik amaçlarla seyahat edilen şehirler	100
Çizelge 3.14. Türkiye’de turistik seyahatte (en son) tercih edilen pansiyon tipi.....	101
Çizelge 3.15. Türkiye’deki en son turistik seyahatte kullanılan ulaşım aracı	102
Çizelge 3.16. Türkiye’deki en son turistik seyahatte kullanılan ulaşım aracı memnuniyeti.....	102
Çizelge 3.17. Türkiye’deki turistik seyahatte tercih edilen hediyelik eşya	103
Çizelge 3.18. Türkiye turizm imajının özeti	104
Çizelge 3.19. Türkiye’yi tatil amaçlı tekrar ziyaret etme niyeti	104
Çizelge 3.20. Konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	105
Çizelge 3.21. Türkiye’deki turistik seyahatin (en son) süresi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki- Kare (Chi-Square) sonuçları.....	105
Çizelge 3.22. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	106
Çizelge 3.23. Türkiye’de turistik seyahatte yeme-içme tercihi tercihi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	107
Çizelge 3.24. Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	108
Çizelge 3.25. Türkiye’deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	109
Çizelge 3.26. Eğitim için Türkiye’deki tahmini kalış süresi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	110
Çizelge 3.27. Konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	110
Çizelge 3.28. Türkiye’deki turistik seyahatin (en son) süresi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	111
Çizelge 3.29. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	112
Çizelge 3.30. Türkiye’deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	114
Çizelge 3.31. Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	116

Çizelge	Sayfa
Çizelge 3.32. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	117
Çizelge 3.33. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	118
Çizelge 3.34. Eğitim için Türkiye'deki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	119
Çizelge 3.35. Eğitim için Türkiye'deki turistik seyahatin (en son) süresi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	119
Çizelge 3.36. Türkiye'deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	120
Çizelge 3.37. Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	121
Çizelge 3.38. Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	123
Çizelge 3.39. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	124
Çizelge 3.40. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	125
Çizelge 3.41. Eğitim için Türkiye'deki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	125
Çizelge 3.42. Eğitim için Türkiye'deki turistik seyahatin (en son) süresi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	126
Çizelge 3.43. Türkiye'deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	127
Çizelge 3.44. Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	128
Çizelge 3.45. Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	130
Çizelge 3.46. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları	131
Çizelge 3.47. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları.....	132

Çizelge

Sayfa

Çizelge 3.48. Hipotez sonuçlarına ilişkin bilgiler..... 132



HARİTALARIN LİSTESİ**Harita****Sayfa**

Harita 1.1. Kıtalara göre seyahat edenlerin sayısı (2018).....44



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1.1. Turizm türleri.....	15
Şekil 1.2. Gençlik turizminin şematik yapısı	32
Şekil 1.3. Dünya genelinde varış ülkesine göre ziyaretçi başına ortalama harcama US Dolar (2017).....	45
Şekil 1.4. Gençlik seyahatlerinin bütçe yapısı	46
Şekil 1.5. Küresel gençlik seyahati harcamaları (Milyar US Dolar)	47
Şekil 1.6. Türkiye' ye gelen ziyaretçilerin geliş nedenleri (2018).....	49
Şekil 2.1. Dünya çapında yükseköğretimde uluslararası veya yabancı öğrenci kayıtlarındaki büyüme (1975-2016).....	56
Şekil 2.2. Eğitim seviyelerine göre yükseköğretimde gelen öğrenci hareketliliği (2016).....	58
Şekil 2.3. OECD ülkeleri arasında uluslararası öğrencilerin (veya yabancı öğrenciler) eğitim gördükleri ülkelere göre (varış ülkesi) yüzdeleri	59
Şekil 2.4. OECD ülkelerinde okuyan uluslararası öğrencilerin kaynak bölgelere ve eğitim seviyelerine göre dağılımları (2016).....	61
Şekil 2.5. Türkiye'deki uluslararası öğrenci sayısındaki değişim (2013-2018)	64
Şekil 2.6. Türkiye'ye en fazla öğrenci gönderen ilk 20 ülke ve öğrenci sayıları (2013-2014 eğitim-öğretim yılı)	65
Şekil 2.7. Türkiye'ye en fazla öğrenci gönderen ilk 20 ülke ve öğrenci sayıları (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)	66
Şekil 2.8. Türkiye'ye gelen yabancı öğrencilerin kıtalara göre sayısı (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)	67
Şekil 2.9. Türkiye'ye gelen yabancı öğrencilerin kıtalara göre yüzdeleri (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)	68
Şekil 2.10. Erasmus değişim programı ile Türkiye'den giden ve Türkiye'ye gelen öğrenci sayıları	70
Şekil 2.11. Mevlana değişim programı ile Türkiye'den giden ve Türkiye'ye gelen öğrenci sayıları	71
Şekil 2.12. Türkiye burslusu öğrencilerin sayıları (2014-2017)	73

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler	Açıklamalar
%	Yüzde
f	Frekans
χ^2	Ki-kare
df	Serbestlik derecesi
p	Anlamlılık değeri
Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
EYCA	Avrupa Gençlik Kartı Birliği
LLP	Hayat Boyu Öğrenme Programı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
OECD	Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü
SPSS	Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Uygulamalar
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UDEF	Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WYSE	Dünya Gençlik Öğrenci ve Eğitim Seyahat Konfederasyonu
YÖK	Yükseköğretim Kurulu
YTB	Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

GİRİŞ

Boş zaman, kişisel gelir ve bilgi teknolojisindeki gelişmelerin artması ile seyahat popülaritesi büyümeye başlamıştır (Heung ve Leong, 2006). Özellikle, dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olarak görülen turizm sektörünün çeşitli pazar bölümlerinin seyahat davranışları da önem arz etmeye başlamıştır (Shoham, Schrage ve Eeden, 2004). Kolaylaştırılmış ulaşım olanakları, vize yasalarının değiştirilmesi gibi olanaklar da dünyayı daha küçük bir yer haline getirmiştir. Bu açıdan bakıldığında günümüzde uluslararası boyutlarda seyahat etmek özel bir şey olarak görülmemektedir. Hiç şüphe yok ki, yabancı ülkede eğitim almanın giderek daha popüler hale gelmesi ile birlikte genç kuşak ise dünyanın her yerinde sorunsuzca hareket edebilmektedir (European Commission-Eurostat, 2017).

UNWTO' nun yayınlamış olduğu "Global Report on the Power of Youth Travel" e göre, 2015 yılında uluslararası alanda seyahat eden turistlerin %23'ünden fazlasını oluşturan ve en hızlı büyüyen bölümlerden biri haline gelen 15-29 yaşları arasındaki gençlik seyahat dinamiklerinin yaklaşık olarak 190 milyon uluslararası seyahat sunduğu belirtilmiştir (UNWTO, 2016). UNWTO' ya göre 2020 yılı itibariyle de yaklaşık 300 milyon uluslararası gençlik seyahatinin olacağı öngörülmektedir (UNWTO, 2011). Çoğunluğunu öğrencilerin oluşturduğu bu pazarın toplam ekonomik değeri 2014 yılında 286 milyar US Dolar'a ulaşmış durumdadır. 2020 yılında ise bu pazarın 400 milyar US Doları aşan bir harcama yapacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016). Küresel gençlik seyahat endüstrisinin önemli bir parçası olarak, eğitim turizmi de birçok ülkede artan refah ile birlikte tüm dünyada taşımacılık ve genel hareketliliğin kolaylaştırılması, diploma programı eğitimleri, değişim programları, dil eğitimi ve eğitim için diğer şansların yaratılmasını sağlamıştır. İfade edilen eğitim içerikleri de yurt dışı eğitimdeki popülerliğin artması ile yüksek talep artışını daha da körüklendirerek son yıllarda özellikle eğitim turizmi kapsamındaki uluslararası öğrenci hareketliliğinden doğan pazar da önemli bir büyüme eğilimindedir.

Yükseköğrenim programlarına kayıtlı uluslararası öğrenciler, 2016 yılı itibariyle dünya çapında 5 milyon kişiye ulaşmıştır (OECD, 2018) ve bu sayının 2025 yılına kadar sekiz milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir (OECD, 2014). Diğer taraftan Türkiye'de de uluslararası öğrenci hareketliliği her yıl büyüme gösterirken, 2018 yılında yükseköğretimdeki uluslararası kayıtlı öğrenci sayısının 125 bin 138 kişiye ulaştığı görülmektedir (YÖK, 2018a).

Başlangıçta, yurt dışı eğitim programları küçük macera arayan öğrenci gruplarını çekerken; bu durum değişmiştir ve şimdi yurt dışı eğitim programları yükseköğretim ortamının önemli ana bileşeni haline gelmiştir. Öğrenciler zamanla, yeni küresel, sosyo-ekonomik ve siyasi gerçeklik içinde yaşamaya ve çalışmaya kendilerini hazırlamak için stratejilerinin önemli bir unsuru olarak yurt dışında yaşam ve öğrenim deneyimini görüntülemeye başlamışlardır (Niser, 2010).

Öğrencilerin karar verme sürecinde en büyük faktör eğitim olanakları olarak görünse de aynı zamanda gidilen yerin hedef imajına da dayanmaktadır (Baloglu ve McCleary, 1999; Sirakaya, Sönmez ve Choi, 2001). Hedef olarak çekici olan şeyleri ararlar, görüntü ve beklentiler yaratırlar. Bu açıdan bakıldığında eğitim için uluslararası seyahat eden öğrencilerin ülke tercihinde, farklı cazibeler rol oynamaktadır. Bunların başlıcaları, gidilen ülkede konuşulan dil ve özellikle de İngilizce, gidilen ülke ile ilgili doğrudan öğrenme deneyimi yaşamak, gidilen ülkede eğitim sonrası kalma fırsatını değerlendirmek, başka kültürleri ve yerel gelenekleri tanımak, gidilen ülkenin coğrafi ve kültürel yakınlığının olması, eğitim kalitesi ve yaşanmaya değer ülke olarak görülmesi, devlet yönetimi, güvenli (düşük suç) ortam ve ırk ayrımcılığının bulunmaması, doğal cazibe merkezleri ve doğal konumdan etkilenerek eğitim amaçlı seyahati tatil fırsatına çevirmektir (Bodger, 1998; Kemp, Madden ve Simpson, 1998; Richards ve Wilson, 2005: 44; Son ve Pearce, 2005; Pyvis ve Chapman, 2007; Kıroğlu, Kesten ve Elma, 2010; Glover, 2011; Huang ve Tian, 2013; IPK International, 2013/2014; King ve Gardiner, 2015; OECD, 2017).

Uluslararası öğrencilere ev sahipliği yapmakla bir araya gelen potansiyel yer ise dikkat çekicidir. Ev sahibi varış yerindeki seyahat pazarı, öğrencilere yerel olarak, bölgesel olarak, ev sahibi ülkenin içinde ve hatta kıtasında seyahat etmeyi önerebilir. Birçok öğrenci, yurt dışında okurken hedef şehir ve ülkede seyahat etme fırsatından yararlanır. Bu nedenle, onlar için seyahat varış yeri sadece üniversitelerinin yerleştirildiği şehir veya kasaba değil, aynı zamanda daha geniş bir alandır. Tüm ülke veya kıtayı görmek için bir fırsat olabilir.

Öğrenciler varış noktalarına göre hayal kırıklığına uğrayabilir ve turistik açıdan ilgi çekici olmadığına karar verebilir. Diğer önemli husus, seyahat etme olasılıklarıdır. Zaman, para ya da çalışmalara tam olarak odaklanmak gibi faktörler seyahat etmenin önemli kısıtlarıdır. Diğer ilginç gerçek, yabancı destinasyonda bulunmanın belirli bir kişinin genel seyahat düzenini etkileyebileceğidir. Tüm bu hususlar göz önüne alınabiliyorsa, uluslararası

öğrenci turizm modelleri hakkında iyi bir fikir verebilir ve talep tarafının veya uluslararası öğrenci turizm sektörünün anlaşılmasına katkıda bulunabilir. Bu konuya yakından bakmak, ev sahipliği yapan öğrenciler için turizm ürünleri geliştirmek için büyük bir bakış açısı sağlayabilir. Genel olarak bölge turizminin gelişmesine katkıda bulunabilir, çünkü öğrenciler mekânın temsilcilerini hareket ettirmektedir. Yabancı öğrencilerin ev sahibi destinasyonlarda gerçekleştirdikleri turistik davranışların nasıl olduğunu incelemek için Türkiye’de merkezde yer alan ve ayrıca ülkenin başkenti olma özelliğini taşıyan Ankara şehri seçilmiştir.

Araştırmanın Problemi

Eğitim amacıyla Türkiye’ye gelen Ankara’daki yükseköğrenim kurumlarında öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin, Türkiye’de yapmış oldukları turistik davranışlarını turizmin dört temel bileşeni olan konaklama, seyahat, gastronomi ve rekreasyon başlıklarında incelemektir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın genel amacı, eğitim amacıyla Ankara’ya gelen yükseköğrenim kurumlarında eğitim gören yabancı öğrencilerin turistik davranışlarını ortaya koymaktır. Ayrıca alt amaçları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Öğrencilerin Türkiye’deki tatillerindeki turistik motivasyonlarını belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerinde tercih ettikleri konaklama tesisi türünü belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerindeki ortalama kalış sürelerini belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihini belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerindeki ulaşım aracı türünü belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihlerini belirlemek,
- Öğrencilerin turistik seyahatlerindeki harcama miktarını belirlemek,
- Öğrencilerin eğitim amacıyla buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış sürelerini belirlemektir.

Araştırmanın amaçları kapsamında oluşturulan hipotezleri aşağıda sıralanmıştır;

H₁: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{2f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{3f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{4f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın Önemi

Turizm planlamasında ve politikalarının belirlenmesinde değişik turizm türlerinin olduğunu ve bu faaliyetlere katılacak turistlerin farklı motivasyon araçlarına ihtiyaç duyduklarını bilmek, ülkelerin turizm sektöründe başarılı olmasında temel unsurlardır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002). Bu bağlamda, gençlik turizmi bağlamında eğitim turizminin tüm yıla yayılması ve daha az bir ekonomik yatırım gerektirmesi ve gençlerin enerji ve motivasyonlarının yüksek olmasının pozitif etki yaratması açısından bakıldığında ülkelerin üzerinde durması gereken önemli bir alternatif turizm çeşidi olarak önem arz etmektedir. Gençlerin eğitim amacıyla gittikleri ülkelerde seyahat davranışlarını kapsayan birçok araştırma yapılmıştır.

İlgili literatür incelendiğinde yapılan çalışmalarda uluslararası öğrencilere ilişkin, uluslararası turizm ile eğitim arasındaki potansiyel bağlantılar bugüne kadar çok az ilgi görmüştür. Özellikle, turizmin konaklama, yiyecek-içecek, eğlence ve seyahat bileşenleri genel anlamda incelenmemiştir ve farklılaştırıcı değişkenler üzerinde yeterli biçimde durulmamıştır. Kavramın geniş bir anlam ifade etmesi, turizmin teorik olarak yaklaşık % 23'ünün genç turistler tarafından oluşması ve yılın her döneminde turizm faaliyetlerine katılabilecek enerjiye ve motivasyona sahip olmaları, eğitim amacıyla gelinen ülkelerde uluslararası öğrencilerin turist olarak büyük potansiyele sahip olduklarını göstermektedir. Bu açıardan incelendiğinde Ankara'nın başkent olması, kültür şehirlerine yakınlığı konumu ve bürokrasinin Ankara'da olması şehrin etkisini yükseltmektedir. Bu çalışma ile birlikte literatürde görülen bazı eksiklikler (*Türkiye'deki üniversitelerin yabancı öğrenci sayısı ile eğitim turisti potansiyeli ve davranış alanı temel alınarak, Ankara'daki yabancı öğrencilerin turistik davranışlarını inceleyen bu tür araştırmanın azlığı ve turizmin dört temel bileşeni açısından incelenmemiş olması*) göz önüne alınarak hem teorik olarak hem de pratik anlamda eğitim ve turizm ile ilişkili alandaki kamu ve özel sektör paydaşlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yukarıda ifade edilen nedenler araştırmaya değer bir konu olma özelliğiyle araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Varsayımlar

Araştırma sonuçlarının doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için birtakım varsayımlar belirlenmiştir. Zaman ve maliyet unsurları da dikkate alınarak, Ankara'daki üniversitelerde eğitim gören yabancı öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilmiş olan bu araştırma, aşağıda ifade edilen varsayımlara dayandırılmıştır.

- Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının, katılımcıların Türkiye'de gerçekleştirdikleri turistik davranışlarını yeterli düzeyde ölçtüğü varsayılmaktadır.
- Araştırma ölçeklerinin uygulanması sırasında katılımcıların ölçek ifadelerine gerçek durumu ifade eden, objektif ve samimi cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.
- Araştırma ölçeklerinin uygulanması sırasında ölçek ifadelerini cevaplayan katılımcıların hiçbir etki ve baskı unsuru altında olmadan cevapladıkları varsayılmıştır.
- Seçilen örneklemin, araştırma evrenini temsil edecek nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

Bu araştırma eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen öğrencilerin turistik davranışlarının ölçülmesi bağlamında Ankara örneğinin incelenmesini kapsamaktadır. Araştırmada uygulamanın yapılacağı tarihler 2018 yılının Kasım ayı ve 2019 yılının Şubat ayı arasındaki süre olarak belirlenmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları;

- Bu çalışma Ankara ilindeki üniversitelerde öğrenim gören 10.936 (YÖK, 2018a) yabancı uyruklu öğrenci ile sınırlıdır.
- Çalışma, anket formlarının öğrenciler tarafından doldurulması sonucu elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi ile sınırlıdır.
- Çalışma, araştırmacının maddi imkânları ve ulaşımı ile sınırlıdır.



1. GENÇLİK TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

1.1. Seyahat Nedenleri ve Turizm Türleri

İnsanlar ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla harekete geçerler. Bu nedenle motivasyonun, insanları bireysel hedeflerine ulaşma açısında yönlendiren, seyahat hareketini yöneten önemli bir itici güç olduğu düşünülmektedir (Pyo, Mihalik ve Uysal, 1989).

İnsanları seyahat etmeye yönelten güç, kişilerin hem ihtiyaçları doğrultusunda hem de sosyal ve psikolojik düşüncelerinin oluşturduğu motivasyonlar sayesinde seyahate çıkma eğilimidir. Bu nedenle insanları seyahate yönlendiren sebepleri ve bu sebeplerin meydana getirdiği turizm türlerini incelemek, turistlerin hangi turistik faaliyetleri tercih ettiğini analiz etmemizi sağlayacaktır.

1.1.1. İnsanları Seyahate Yönlendiren Nedenler ve Turizm

Seyahat etme veya gezi, insan yaşamının başlangıcından beri vazgeçilmez unsurlarından biri olarak görülmektedir. Seyahat sözcüğünün kökeni incelendiğinde ise, Arapça'dan kaynağını alan, dünya üzerinde suyun düzenli bir şekilde akması anlamındaki "seyh" sözcüğünden gelmektedir. Seyahat/siyaha şeklinde kullanılan "seyh" kelimesi, çeşitli amaçlarla yeryüzünü gezme, dolaşma anlamına gelmektedir (Küçük, 2013: 10).

İnsanlar tarihin başından beri, çoğunluğu mevsimsel değişikliklerden korunmak, besin ve yiyecek kaynakları bulmak ve avlanmak gibi başta ekonomik kaynaklı olmak üzere pek çok sebepten dolayı seyahat etmişlerdir (Ahipaşaoğlu, 2002: 3). Yüzlerce yıl önce eski Yunanlılar ve diğer insanlar Atina'da düzenlenen olimpiyat oyunlarına katılmak için zevk amacıyla seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Yine benzer şekilde sıcak su kaynaklarından tedavi amaçlı faydalanmak üzere sağlık amacıyla belirli bölgelere seyahat etmişlerdir. Sağlık ve zevk amaçlı yapılan seyahatlere ek olarak insanlar, eski çağlardan bugüne dini amaçlı seyahatler de gerçekleştirmiştir. Müslümanların Mekke'yi, Hristiyanların ve Musevilerin Kudüs'ü hac amacıyla ziyaret etmeleri dini seyahatlerin önemli örneğini oluşturmuştur. Ayrıca bu tür seyahatlere ek olarak Çinliler de ekonomik kaynaklı, ticaret amaçlı seyahatler gerçekleştirmişlerdir (İçöz, 2011: 1-2). Sağlık, din, zevk, eğlence ve ticaret gibi ilk çağlardan

beri devam eden seyahatler aslında günümüz seyahatlerinin hangi zeminler üzerinde oluşacağını şekillendirmektedir.

İnsanları seyahat etmeye yönelten etkenler konusunda yapılan araştırmalar neticesinde analizi zor olan psikolojik ve sosyolojik faktörlerin, seyahat nedenleri üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Sosyal ve psikolojik faktörlerden oluşan seyahat nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Pearce, 1987: 22):

- Her zaman içinde bulunulan günlük ortamdan kaçış,
- Kendi kendine inceleme ve değerlendirme,
- Dinlenme,
- Prestij,
- Gerçek olmayan hareketlerden uzaklaşma,
- Akrabalık ve dostluk ilişkilerini arttırma,
- Sosyal etkileşimi kolay hâle getirme.

İnsanları seyahat etmeye yönelten etmenleri en kapsamlı şekilde açıklayan Lundberg ise insanların seyahat nedenlerini zamanın ihtiyaçlarına göre şekillendirerek (Çizelge 1.1) 28 adet başlık altında toplamıştır.

Çizelge 1.1. İnsanları seyahat etmeye yönlendiren nedenler

İnsanları Seyahat Etmeye Yönlendiren Nedenler	
-Diğer ülkelerdeki insanların yaşamını görmek	-Macera
-Belirli çekiciliklere sahip yeni yerler görmek	-Kendi başına serbest hareket
-Haberlerde izledikleri konuları daha yakından görmek ve anlamak	-Uyum sağlamak
-Özel olaylara ve faaliyetlere katılmak	-Tarihten pay almak
-Günlük yaşamın monotonluğundan kurtulmak	-İş
-Zamanı hoşça geçirmek ve değerlendirmek	-Zevk
-Manevi duyguları tatmin etmek	-Sağlık
-Ailesinin geldiği yerleri görmek	-Yenilik isteği
-Yakınlarının veya arkadaşlarının gittiği yerleri ziyaret etmek	-Egzotik şeyler arama
-Hava koşulları (kışın soğuk, yazın sıcak havadan kaçmak)	-Dinlenme ve rahatlama
-Öğrenme isteği	-Egoyu güçlendirme
-Spor	-Alışveriş
-Ekonomik (daha ucuz yaşam)	-Kumar
	-Güçlükleri yenme
	-Başkaları tarafından benimsenme, saygınlık kazanma

Kaynak: (Ahipaşaoğlu, 2002: 19-20).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) istatistiklerinde ise turistlerin geliş nedenleri aşağıdaki başlıklarda toplanmaktadır (TÜİK, 2019). Yapılan bu sınıflandırmadan, turistik seyahat nedenleri ile ilgili de bir fikir edinebilmek mümkündür. Buna göre, transit geçişli seyahatler haricindeki başlıklar şu şekildedir:

- Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler,
- Akraba ve arkadaş ziyareti,
- Eğitim ve staj,
- Sağlık ve tıbbi nedenler,
- Dini/hac,
- Alışveriş,
- İş amaçlı (konferans, toplantı, görev vb.).

Buraya kadar yazılanlardan anlaşılmaktadır ki, turistik seyahat nedenleri içinde yeni birşeyler öğrenme isteği ve özellikle de eğitim önemli bir başlık haline gelme durumundadır.

Genel olarak, seyahat edenler, geçmişteki seyahat deneyimlerindeki çoğunlukla hatıralarını dile getirerek, yolculuk tutkusuna katkıda bulunmuşlardır. Bazı seyahat eden kesimler, seyahatin duyusal bir uyarı elde etmek için bir araç olduğunu ifade ederken, başka bir bölüm ise günlük çevrede çok fazla duyusal uyarılmadan kaçmak için seyahat ettiğini vurgulamışlardır. Yüksek seviyede seyahat etme isteğini ifade eden kişiler seyahat ettikleri tarihlerde yolculuk tutkusunun ve geçmiş seyahat davranışları arasındaki ilişkinin varlığını belirtmişlerdir (Shields, 2011).

Yukarıda gösterilen seyahat nedenleriyle birlikte 20. yy.' da II. Dünya Savaşı'ndan sonra uçak endüstrisinin sivil taşımacılıkta kullanılmaya başlaması ve İsviçre ve Fransa'da sosyal devlet anlayışının ortaya çıkması, ücretli tatil hakkının verilmesi ve dinlenen insanların işteki verimliliklerinin yükselmesini kanıtlayan araştırmalar tatilin bir hak olarak ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Ulaşım araçlarının gelişmesi ile uzak mesafelere yapılan yolculuklar artmaya başlamış ve insanların merakları giderilebilir hale gelmiştir. Thomas Cook'un zaman ve harcama tasarrufu sağlayarak yolcuları bir araya getirme ve taşıma fikri seyahat düzenleme işini bir meslek haline getirmiştir. Seyahat acenteleri, ulaşım araçlarının konfor ve kalitesinin, konaklama ve çağdaş turistik hizmetlerin artmaya

başlamasıyla insanların yaşam tarzları etkilenmiş ve tatile çıkmak yaşam biçimine dönüşmüştür (Ahipaşaoğlu, 2002: 12).

Seyahat ve Turizm arasında tamamlayıcı bir ilişki bulunmaktadır. İnsanların çeşitli gerekçe ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka coğrafi mekânlara seyahat etmeleriyle turizm olayı ortaya çıkmıştır. Sosyal, psikolojik, ekonomik ve politik çok sayıda faktörün bir araya gelmesinden ve bu dinamik olayların öznesinin insan olmasından ortaya çıkan turizm kavramını ilk olarak 1905 yılında Guyer-Feuler tanımlamıştır. Bu tanıma göre turizm, hava değişiminin artması ve dinlenme gereksinimleri ile doğa ve sanatla beslenen çekici güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle sanayi ve ticaretin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz seviyelere ulaşmaya başlamasının neticesinde ulusların ve toplulukların daha fazla yaklaşmasına imkân sağlayan modern çağa özgü bir olay şeklinde ifade edilmektedir (Çoruh, 1979: 8).

İnsanların ihtiyaçlarının değişmesiyle birlikte turizm ile ilgili bu zamana kadar yapılan tanımlarda değişiklik gözlenmiştir. Günümüzde yaygın olarak kabul edilen turizm tanımı ise Tribe (1997) tarafından farklı turizm tanımlarının incelenerek ortak bir turizm tanımı yapılmasıyla ortaya çıkmıştır. Tribe (1997)'ye göre turizm, "Turistlerin, ticaret tedarikçilerinin, hükümetlerin, toplulukların ve çevrelerin oluşturduğu ve ev sahibi bölgedeki etkileşimden kaynaklanan fenomenlerin ve ilişkilerin toplamı" olarak ifade edilmektedir (Tribe, 1997: 641). Turizmin kilit boyutlarını ortaya koyan bu tanım; turiste ilişkin olanlar (motivasyon, seçim, memnuniyet, etkileşim), işle ilgili olanlar (pazarlama, organizasyon ve transit taşımacılığın kurumsal planlaması, misafirperverlik ve rekreasyon), ev sahibi toplumuyla ilgili olanlar (algılamalar, ekonomik, sosyal ve kültürel etkiler), ev sahibi çevreyle ilgili olanlar (ekolojik etkiler), ev sahibi hükümetlerle ilgili olanlar (turizmin, politikanın ve planlamanın ölçümü) ve üreten ülke ile ilgili olanlar (ekonomik, çevresel ve kültürel etkiler) şeklinde geniş bir yelpaze içerisinde ele alınabilir (Tribe, 1997).

Tribe (1997)'nin yapmış olduğu geniş kabul gören turizm tanımına göre, Kozak (2012: 6) ise, yapılan seyahatlerin ve konaklamaların turizm olayı içerisinde sayılabilmesi için bir takım ölçütün oluşması gerektiğini vurgulamıştır ve bu ölçütleri de aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- İsteğe bağlı seyahat ile kişilerin normal ikamet yerlerinden farklı yerlerde, en az 24 saat kalmak veya daha fazla kalış gerçekleştirerek geceleme yapmak amacıyla uzaklaşılması,
- Turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve/veya hizmetlerden faydalanılması,
- Yapılan seyahatin ekonomik kaynaklı gelir elde etmek amacı dışında gerçekleştirilmesi ve
- Yapılan konaklamaların geçici süreli olmasıdır.

İnsanları seyahat etmeye yönelten nedenler içindeki turistik seyahatlerin amaçları irdelenirken, “Turistler neden seyahat etmektedirler?” sorusunun basit bir soru olduğu ve turistik motivasyona yönelik yapılan çalışmalarda turistlerin seyahat etmekteki amaçlarını öğrenmek için, araştırmacıların “Bir turist, neden belirli bir seyahat deneyimi yaşamayı tercih etmektedir?” sorusunun yanıtının aranması gerektiği belirtilmektedir (Goldner ve Ritchie, 2009: 249). Bu açıdan bakıldığında turistik motivasyon, bireyleri belirli bir seyahat veya tatil deneyimi yaşamaya yönelten sebepler olarak ifade edilebilir.

Turistik motivasyonun sosyo-psikolojik faktörler (çekme faktörleri) tarafından temsil edilen iç motivasyon ve hedef faktörlerin yarattığı harici motivasyon (itme faktörleri) olmak üzere iki büyük türü vardır (Crompton, 1979). İç motivasyon, ihtiyaçları ortaya çıkararak bu ihtiyaçları karşılamak için eylemler başlatmaktadır (Fodness, 1994). Harici motivasyon ise yolcuların ihtiyaçlarını gerçekleştirmelerini, motivasyonları yerine getirmelerini ve bir varış yerini tecrübe etmelerini sağlamaktadır (Nicolau, 2008). Harici motivasyon (hedef öz nitelikleri) iç motivasyonu (sosyo-psikolojik motivasyon) güçlendirerek varış yerinin seçimini açıklamaktadır (Reisinger ve Mavondo, 2002). Motivasyonlar hedef seçiminde temel bir rol oynamaktadır (Nicolau, 2008). Çünkü turist davranışlarını belirli amaçlara yönlendiren iç düşünceleri oluşturmaktadırlar.

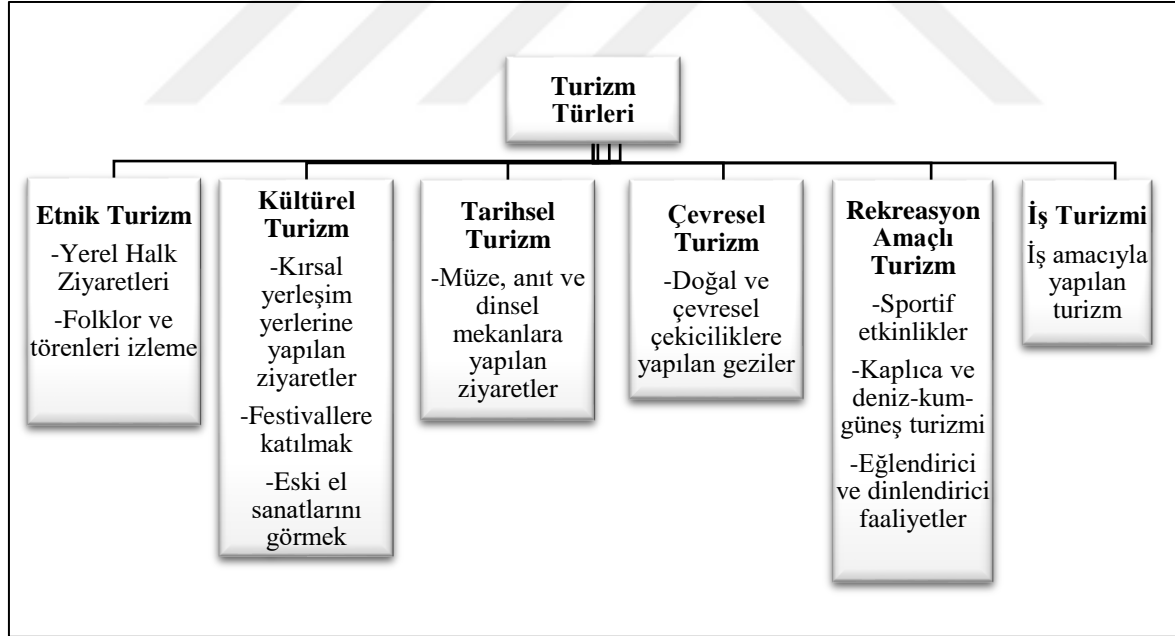
Bir seyahatin satın alımında karar vermenin, bir kişinin satın alma işleminin kendi ihtiyaçlarını ne derece tatmin edebileceğine bağlı olduğu belirtilmiştir (Heung ve Leong, 2006). Örneğin, müzeler veya galeriler gibi kültürel cazibe merkezlerine sahip yerler, genellikle entelektüel motivasyonlarını tatmin etmek isteyen gezginlere hitap ederken, diğer taraftan açık hava, rekreasyon, gece hayatı etkinlikleri ve eğlence parkları gibi özelliklere sahip yerler, sosyal ve uyarıcı motivasyonlarını tatmin etmek isteyen gezginlere hitap etmektedir (Pyo ve diğerleri, 1989). Ayrıca motivasyon çok boyutlu olduğu için diğer

pazarlarda olduğu gibi turizm endüstrisi içinde de turistler, bir varış yerinde birden fazla özellik tecrübe etmek istemektedirler.

1.1.2. Turizm Türleri

Türk Dil Kurumu'na göre tür, "çeşit, cins" demektir, ayrıca felsefi olarak "kendi içinde bir birim olan ve üzerinde cins kavramının bulunduğu mantıksal kavram" şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Dolayısıyla tür ve çeşit Türkçe'de aynı anlamda kullanılmaktadır. Literatürde de sınıflandırma amacıyla kullanılan turizm türleri ve turizm çeşitleri aynı anlamı ifade eder biçimde kullanılmıştır. Bu sınıflandırmalardan biri olan ve turizmin gelişmeye başladığı erken dönemde Smith'in geliştirmiş olduğu turizm tipolojisinde turizm türleri McIntosh ve Goeldner (1990) tarafından altı grup altında toplanarak ifade edilmiştir (Çizelge 1.2).

Çizelge 1.2. Turizm türleri



Kaynak: (McIntosh ve Goeldner, 1990: 139).

Genellikle boş zamanı değerlendirmeye yönelik tarihi ve kültürel geziler ile doğal ortama yönelik yapılan seyahatler turizmin türlere ayrılmasında belirleyici rol almaktadır. Bunların yanı sıra ekonomik açıdan yapılan iş seyahatleri ve sağlık amaçlı seyahatler de turizmin erken dönemlerde türleri arasında yerini almaktadır. Görüldüğü gibi bu sınıflama günümüz turizmindeki türleri yansıtmaktan uzak görünmektedir.

Diğer bir ayrıma göre ise turizm türlerini Kozak (2012: 20) altı farklı kategori altında ele almaktadır (Şekil 1.1). Bu çeşitlendirme, katılan kişi sayısına göre, ziyaret edilen yere göre, katılanların yaşına göre, katılanların sosyo-ekonomik durumuna göre, dönemine göre ve katılanların amaçlarına göre yapılmıştır (Kozak, 2002: 20). Yapılan çeşitlendirmeye göre gençlik turizmi ise katılanların yaşına göre yapılan turizm türü arasında yer almaktadır.

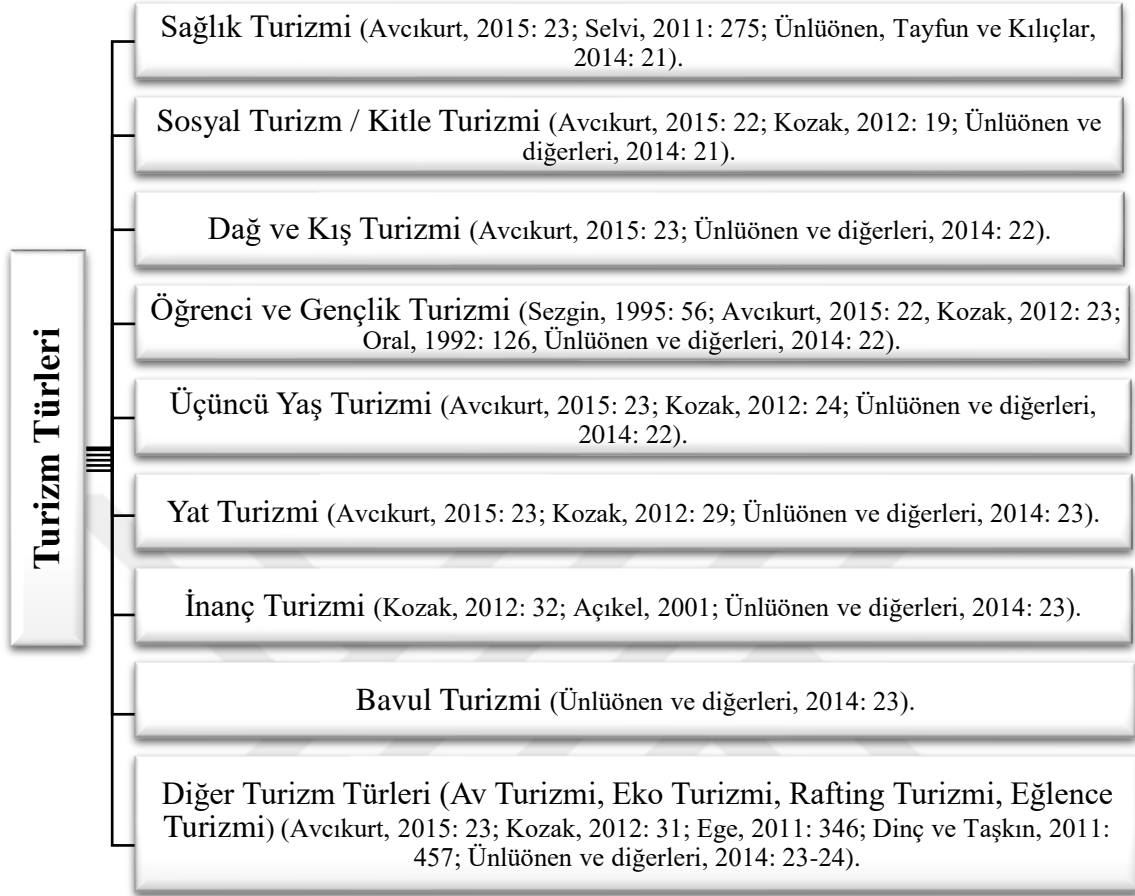


Şekil 1.1. Turizm türleri

*(Kozak'ın, 2012: 19-34 açıklamaları ile oluşturulmuştur).

Literatür incelendiğinde de yazarların turizm türlerini açıklarken aşağıdaki başlıkları (Çizelge 1.3) benimsediği görülmüştür.

Çizelge 1.3. Turizm türleri



Görüldüğü üzere, günümüze kadar ihtiyaçların ve yaşam koşullarının değişmesiyle beraber birçok turizm çeşitlendirmesi yapılmıştır. Yapılan turizm sınıflandırmaları, ihtiyaçlara göre, yaşanan teknolojik gelişmelere ve boş zaman kavramının ortaya çıkmasına ve artmasına göre değişkenlik göstermektedir.

Turizm pazarının bir parçası olan ve Novelli (2005) tarafından niş turizm pazarında ele alınan (Novelli, 2005: 9) gençlik seyahat pazarı, turizmin seyahat, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon bileşenleri açısından değerlendirildiğinde seyahate katılım şekli, çeşitli varış özellikleri, seyahat motivasyonu, boş zaman değerlendirme biçimleri ile gençlik turizminin farklı özelliklerinin ortaya çıkması ve gençlerin turizm olgusu içinde daha fazla yer almaya başlamaları sonucunda, gençlik turizmi başlığının turizm türlerinin sınıflandırması içinde büyük bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

1.2. Gençlik Turizminin Tanımı

Toskay'a göre (1989: 159) "Gençlik turizmi, yaşı 15-24 yaş arasında olan; anne, baba veya kendilerinin meydana getirdiği, aile fertleri olmaksızın seyahat edenlerin yarattığı turizmdir" şeklinde tanımlanmıştır.

Bir diğer tanımda ise gençlik turizmi "15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve diğer teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri ile yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomi, sosyal ve kültürel motifli bir olay" şeklinde ifade edilmektedir (Oral, 1992: 126). Buna göre, doğal çevreyi serbestçe değerlendirme ve karşılaştırma yapabilme kapasitesini geliştiren, gençlere farklı ülkeleri ve insanları sevmesini ve empati kurabilmesini öğreten, uzun süreli seyahatler gerçekleştirerek öz benlik gelişimlerine katkı sağlayan ve akademik olarak da bilgilerini artırmalarına imkân veren bir olgu olarak, ülkelerin dış tanıtımı ve turizm işletmelerinin de verimliliklerini artıran, olumlu etkilerinin olduğu görülen bir turizm çeşidi olarak ifade edilebilir.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğine göre gençlik turizmi, 7-27 yaşları arasındaki çocuklara ve gençlere yönelik eğitim, spor, kültür ve eğlence amaçlarıyla düzenlenen; ulaşım, konaklama ve rehberlik gibi hizmetleri kapsayan faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır (TÜRSAB, 2017).

Genç nüfusun psikolojik yapıları gereği harekete ve değişime açık olmaları, aile bağlarının ve sorumluluklarının az olması ve konaklama yeri seçiminde titiz davranmamaları da gençlerin seyahat eğilimlerini artırmaktadır.

Gençlik turizmi tanımlarıyla bağlantılı olarak gençlik turisti kategorisi, belirli bir davranış biçimi ile karakterize olan ve gençlik kategorisiyle kendini tanımlayan uygun yaştaki bireylerden oluşmaktadır (Carr, 1998). Ancak gençlik turizminde belirlenen yaş aralıkları ülkeden ülkeye göre değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin; Finlandiya (15-24), Fas (15-25), İtalya (15-26), Filipinler (15-24) ve Tayland (25 yaş altı), Pakistan (15-29), Nepal (16-30), Slovenya (15-29) ve Macaristan (30 yaş altı) olarak değişebilmektedir (UNWTO, 2005). Romanya'da ise Gençlik Yasası'na göre, 14-35 yaşları arasındaki insanlar genç olarak kabul edilmektedir (Moisă, 2010). Anlaşılmaktadır ki, gençlik turizmi

kapsamında seyahatlere katılanların çoğunluğu öğrencilik çağındaki ve 15-29 yaş grubu içindeki kişilerden oluşmaktadır.

Gençlik seyahatleriyle ilgili, genç gezginlerin yaşlarıyla ilgili çeşitli yazarlar ve kurumlar tarafından kesin sınırlarla belirlenmiş bir tanımlamasının bulunmamasıyla birlikte, Broadbidge, Maxwell ve Ogden'e göre (2007), 1977 ve 1994 yılları arasında doğanlar, Lower'e göre (2008), 1980-2001 arasında doğanlar ve Pendergast'a göre (2010) ise 1982-2002 yılları arasında doğan genç gezgin ya da günümüz gençlik yaş grubunu ifade eden Y kuşağı önceki nesillere kıyasla "kendinden emin ve rahat, muhafazakâr ve en eğitilmiş nesil" (Pendergast, 2010: 2) olarak günümüz turizm piyasasındaki en etkin kuşağı temsil etmektedir. Korunaklı bir ortamda yetişen ve bağımsız olduğu söylenen Y kuşağının, küreselleşme, medya ve internet tarafından yaratılan farklı kültür stilleri için büyük bir tolerans gösterdiği (Moscardo ve Benckendorff, 2010: 20) ve belirli bir yıl ortalaması kesin sınırları çizilememesiyle birlikte Y kuşağı yaş aralıklarını 1980-2000 yılları olarak baz alınırsa, günümüz genç gezginlerini ifade eden Y kuşağının karışık bir kültür yapısını benimsediği söylenebilir.

Seyahat ederken yeni yerler keşfetmek ve bağımsız hareket etmek isteyen genç insanlar, diğer insanlarla doğrudan iletişim kurarak biçimsel ve biçimsel olmayan (formel ve informel) öğrenme deneyimleriyle önyargılardan kurtulmak, doğayı hür iradeleriyle irdeleyip değerlendirme ve karşılaştırma yapabilmek ve kişilik gelişimlerine doğrudan veya dolaylı yollardan katkı sağlayabilecek seyahat hareketleriyle dünya üzerinde ulusal ve uluslararası yolculuklara çıkmaktadırlar.

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde gençlik turizmini tanımlayan temel ölçütler aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Bağımsız yapılan seyahatlerden meydana gelmektedir,
- Çoğunlukla 15-29 yaş aralığında bulunan gençlerden oluşmaktadır,
- Gençler, doğrudan ya da dolaylı yollardan edinilen öğrenme deneyimleri kazanmaktadırlar,
- Gençler dünyayı kendi bakış açılarıyla inceleyip, karşılaştırma yapabilme yetisi kazanarak önyargılardan kurtulmaktadırlar.

1.3. Gençlik Turizminin Karakteristik Yapısı

Gençlik seyahatinin yükselişi, küreselleşmeye eşlik eden hareketliliğin genel artışının bir göstergesidir. Gençlik hareketliliği, yükselen yaşam standartlarının, aile gibi sosyal yapıların gevşemesinin ve hava yolculuğunun yükselmesinin bir sonucu olarak başlamıştır. 1960'lı yılların sonundan 1970'lere kadar, ulaşım gelişmiş ve insanlar arası misafirperverlik oluşmaya başlamıştır (www.hiusa.org).

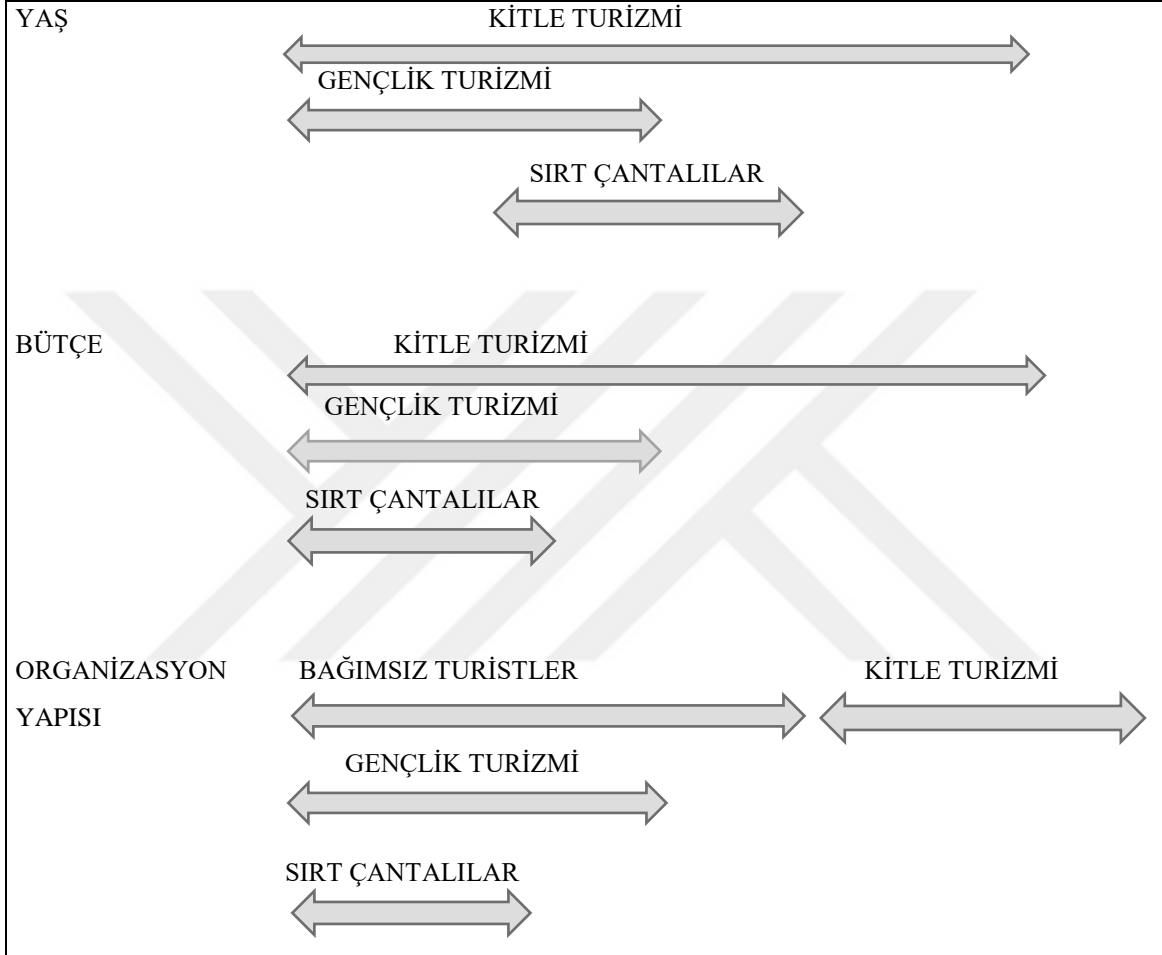
Gençlik seyahatindeki büyüme, yükseköğrenime katılımın artması, genç işsizlik seviyelerinin düşmesi ve ebeveyn katkılarıyla arttırılan seyahat bütçeleri, tasarruf ve iş ile seyahatin birleştirilmesi (Richards ve Wilson, 2003) gibi bir dizi faktör tarafından artış gösterirken, teknolojideki gelişmelerin fiziksel hareketliliği kolaylaştırması ve bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesi ile daha yaygın sosyal ilişkiler yaratmış ve gençlerin seyahate olan eğilimini güçlendiren hareketlilik son yıllarda daha da belirgin bir hal almıştır.

Gençlik turizminin bir parçası olan sırt çantalı seyahatleri ise, seyahatçilerin seyahatlerini gerçekleştirdiği esnada, neredeyse hiçbirşeyi önceden planlamadan kendiliğinden oluşan seyahatler şeklinde ifade edilebilmektedir (O'Reilly, 2006). Spesifik ürünler, hizmetler ve dağıtım acentelerinin ortaya çıkmasıyla gelişen sırt çantalı seyahat endüstrisi (Pearce, Murphy ve Brymer, 2009) içindeki sırt çantalı gençler ise, diğer insanlarla (yerli ve yabancı gezginler) buluşma, bağımsız olarak organize edilmiş ve esnek bir seyahat programını düzenleme, kısa tatillerden ziyade uzun süre tatil programı hazırlama ve kayıt dışı ve katılımcı rekreasyon faaliyetlerine ağırlık verilmesi gibi özellikleriyle diğer gezginlerden farklı seyahat özellikleri göstermektedirler (Murphy ve Pearce, 1995).

Sırt çantalı turistler, ana hatlarıyla incelendiğinde düşük bütçeleri ile uzun süreli seyahatlere/tatillere çıkan veya seyahatleri/tatilleri esnasında çalışan (Murphy, 2001) ve 18-33 yaşlarındaki gençlerden oluşmaktadır (Hampton, 1998). Diğer bir tanıma göre ise sırt çantalı turistler, esnek ve uzun süreli seyahatlerini kendi kendilerine planlayan, uzun ve zorlu geziler ile safariler gibi çok yönlü bir seyahat programına katılan turistler olarak ifade edilmiştir (Sorensen, 2003).

Sırt çantalılar ve gençlik turizmi arasındaki ilişki yaş, bütçe ve organizasyon veya yapı derecesine göre turizmin geniş yelpazesindeki genel konumu hakkında (Çizelge 1.4) genel bir bakış sunmaktadır.

Çizelge 1.4. Gençlik turizmi ve sırt çantalıların görünümü



Kaynak: (Murphy ve Pearce, 1995: 830)

Buna göre, sırt çantalı turistler yaş bakımından gençlik turizminin ve kitle turizminin yani genel turistlerin yaşlarını ortalama olarak paylaşıırken, bütçe konusunda genel turistlerin bütçelerinin yarısı kadar bütçeye sahip olan genç turistlerin, bir alt basamağını daha az bütçe ile sırt çantalı turistler oluşturmuştur. Organizasyon olarak bakıldığında ise bağımsız turistler ve kitle turizmi ayrışırken, gençlik turizmi ve sırt çantalı turizmi bağımsız turistler içinde yer almıştır.

Richards ve Wilson (2005: 44), gençlik turizmine katılanların çoğunluğunun öğrencilerden oluştuğunu belirtirken, çoğu öğrenci de, kendilerini gezgin (%52) olarak

görmektedir. Ayrıca pazarın büyük bir kısmı, seyahatlerini sırt çantalı (%31) olarak görürken, öğrencilerin %17'si ise kendilerini turist olarak nitelendirmektedir (Richards ve Wilson, 2004). 2002 yılında gençlerin %15'i kendisini "turist" olarak tanımlarken, 2012 yılında bu gençlerin %30'a yakını kendisini "turist" olarak tanımlaması ilginç bir eğilim olarak ortaya çıkmıştır. Buna karşın 2000'li yılların başında %30 olan "sırt çantalı" sayısı %15'e düşmüştür (www.itbberlin.de).

Turist vizesi alarak seyahate çıkanlar seyahatlerini gerçekleştirirken seyahat arkadaşına ihtiyaç duydukları halde, uluslararası öğrenciler batıdaki sırtçantalılar gibi, bağımsız seyahatler yapma eğilimindedirler. Ancak bu seyahatlerin doğası batılı akranları tarafından yapılan gezilerden büyük ölçüde değişiklik göstermektedir (Gardiner, King ve Wilkins, 2013).

Anlaşıldığı üzere öğrencilerin çoğunluğu, seyahat tarzını diğer turistler gibi görmektedir, ancak pazardaki önemli çoğunluktaki öğrenci de seyahatlerini sırt çantalı gezginler ile benzer görmektedir. Son yıllarda yapılan araştırmalar sırt çantalı genç turistlerin yüzdesini düşürürken, gençlerin kendilerini turist olarak nitelendirmesi yüzdelerinde artış göstermiştir.

Gençlerin, turistik açıdan hangi konumda bulunduğu ve diğer turizm şekillerine katılımdan farklı özelliklere sahip olabileceği, turizm endüstrisinin genel özelliklerinin yanı sıra, gençlik turizminin karakteristik yapısı dikkate alındığında diğer turizm türlerine göre farklı özelliklerinin olduğu açıktır. Bu açıdan bakıldığında gençlik turizminin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- 16-29 yaş grubu arasındaki gençler ve çoğunlukla öğrencilerden oluşmaktadır (WTO, 2008).
- Gençlik turizminin gerektirdiği yatırımlar düşük maliyetli olduğu için kâr payı düşük olan kamu kuruluşlarından fayda sağlanabilir (Savcı, 1997: 123; Köroğlu ve Güleç, 2011: 44).
- Gençlik turizmi yeni turistik alanların keşfinde öncülük yapmaktadır (Savcı, 1997: 123).
- Turizm mevsiminde turistik lüks tesisler tam kapasite ile çalışırken öğrenci yurtları, pansiyonlar atıl kalmaktadır. Gençlik turizmi bu dönemlerde bu tip tesislerin

kullanımına olanak sağlayan bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Savcı, 1997: 123).

- Gençlik turizminden elde edilen toplam gelir miktarı diğer turizm çeşitlerinden elde edilen gelir miktarı ile karşılaştırıldığında az görülmesine rağmen turizmi sezona yayarak toplam ekonomiye yapmış olduğu toplam katkı onlardan daha fazladır (Richards ve Wilson, 2003, 2005: 44).
- Gençlik turizminin eğlence, gezip görme boyutunun yanı sıra, eğitim ve dil öğrenme boyutu da büyük önem taşımaktadır (Khoshpakyants ve Vidishcheva, 2010).
- Gençlerin kültürel yakınlaşma yolu ile diğer toplumları tanımalarına ve önyargılardan kurtulmalarına, sevgi ve saygı duymalarına, dünya barışına olanak sağlamaktadır (Doğan, 1992: 13; Köroğlu ve Güleç, 2011: 44).
- Gençlik turizmi, ülkelerin kültürlerinin diğer ülkelerin vatandaşları tarafından tanıtılmasını kolaylaştırmaktadır (Oral, 1992: 126; Savcı, 1997: 123).
- Dünya üzerinde hareket halindeki genç turistler diğer turistlere göre farklı turistik özelliklere sahiptirler. Bu farklılıklara göre genç turistler, konaklama tercihleri, seyahat tarzı ve ulaşım şekli, rekreasyon ve yiyecek-içecek seçimleri gibi turizmin bileşenleri açısından çeşitli özelliklerle diğer turistlerden ayrılmaktadırlar.

Gençlik turizminin sosyal ve ekonomik özelliklerinin ve gençlerin diğer gençlerle birlikte seyahat etmelerinin, yeni yerler keşfedip farklı kültürlerle ve insanlarla tanışmalarının tercih edildiğini öngören bu turizm pazarı turizm ürünlerinin içeriğini de belirleyebilir. Uluslararası organizasyonların çalışmaları, bu türden gençlik isteklerini çeşitli faaliyetler yoluyla uygulamaya koymayı amaçlamaktadır. Örneğin, Uluslararası Hostel Federasyonu (IYHF), 1998 yılında yayımladığı raporda hedeflerinden biri olarak, Anayasası'nın 2. maddesinde "Tüm ulusların gençlerinin, özellikle de sınırlı araçları genç insanların eğitimi teşvik ederek, onlara daha fazla bilgi, sevgi ve anlayış getirerek teşvik etmek ve kırsal kesimin ve dünyanın her yerindeki kasaba ve şehirlerin kültürel değerinin değerlendirilmesi" olduğunu vurgulamaktadır (Horak ve Weber, 2000).

1.4. Gençlik Turizminin Seyahat Amaçları

Kişilerin yararlarını öngörmenin önemli bir faktörü olan motivasyon ile kişiler (Juvan ve Lesjak, 2011), bireysel çalışmalarla bilgiyi geliştirmek (öğrenmeye yönelik hedefler) ve diğerlerinden daha iyi performans göstermeyi amaçlamak (performansa yönelik

hedefler) (Fadlemula, 2010) gibi hedefe yönelerek belirli amaçlarla güdülenmektedirler. Bu açıdan bakıldığında, gençlerin seyahatlerinde gidilen bölgenin normal yaşam alanından farklı olması ve birçok turistik yere, plajlara, ziyaret etmek için ilginç yerlere, manzara ve kültürel mekânlara sahip olması gençlerin seyahat etme arzusunu ortaya çıkarmaktadır (Glover, 2011). Gençlik turizminde turistler, kültürel faaliyetler ve rahatlama amacıyla uzun zamanlı seyahatlere katılmaktadırlar ve seyahat deneyimini daha önce yaşamış olup, gittikleri bölgeyi tekrar ziyaret etmektedirler (Richards ve Wilson, 2005: 44).

Gençlerin seyahat istekleri, bazı varış bölgelerinde belirli gezi stillerine sahip çıkma eğilimi gösterdiğinden, ziyaret edilen hedef bölge ile ayırt edilebilir farklılıklar göstermektedir. Örneğin, Avrupalı destinasyonlar, boş vakitlerle ya da fiziksel ve zihinsel rahatlama ve iyi vakit geçirme gibi eğlencelik ve saptırıcı gezilerle daha güçlü ilişkilirken, Kuzey Amerika'da arkadaş ve akraba ziyaretleri üzerinde daha fazla ilişkilidir. Afrika, diğer bölgelere kıyasla, yeteneksel ve daha keşfedici temelli motivasyonlar ile güçlü bir şekilde ilişkilendirilme eğilimindeyken, Latin Amerika, sakin bir atmosferde olmak ve yerel halkla etkileşimde bulunmaktan daha fazla etkilenmektedir. Avustralya ve Yeni Zelanda ise diğer gezginlerle etkileşim kurmak ve iyi vakit geçirmek isteyen öğrencileri cezbetmiştir (Richards ve Wilson, 2004). Anlaşılmaktadır ki; seyahat edilen bölgeye göre amaçların da değişiklik göstermesiyle, öğrencilerin seyahat amaçlarının başında diğer kültürleri keşfetmek ve heyecan aramak gelirken, bilginin arttırılmasıyla birlikte zihinsel olarak rahatlama ve yerel halkla etkileşim kurma, arkadaşları ziyaret etme gibi bir takım sosyal odaklı istekler de oldukça önemli görülmektedir.

Dünyadaki genç turistlerin seyahat etmekteki en önemli amacı, WYSE Travel Confederation tarafından 137 ülkede 34.000 genç (35 yaşına kadar) üzerinde yapılan geniş çaplı bir araştırma ile son on yıldaki değişimi göstermiştir. Bu rapora göre, gençlerin yarısına yakını (%45) tatil amaçlı seyahat ederken, gençlerin neredeyse %38'i eğitime yönelik (ör. dil öğrenimi, çalışma) seyahat gerçekleştirmektedirler. Ayrıca, gençler arasında iş tecrübesi için seyahat eden önemli bir oran (%15) var ise de, gönüllü projeler nedeniyle yaklaşık %5'lik bir kesim seyahat etmektedir. WYSE'ye göre 'tatil pazar payı' düşüşü, işsiz, eğitim amaçlı veya kültürel deneyimler için boş zamanlarını kullanan genç işsiz sayısının artmasına bağlı olabileceği düşünülmektedir (www.itbberlin.de).

Seyahat faktörlerinden biri olan eğitim, öğrencilerin yurtdışında öğrenim görmeleri amacıyla kendi ülkelerinden bir başka ülkeye gitmeyi tercih ettiği temel motivasyon faktörü olarak tanımlanmaktadır (King ve Gardiner, 2015). Örneğin, Malezya öğrencilerinin Avustralya eğitim programlarına işgücü piyasasında daha rekabetçi olmak ve kendini farklı bir kişiliğe dönüştürmek gibi iki ana nedenden dolayı kayıt yaptırdığı belirtilmiştir (Pyvis ve Champan, 2007).

Eğitim amacıyla yapılan seyahatlerin birincil amacını çoğunlukla, gezilen yerlerle doğrudan ilgili öğrenme deneyimi yaşamak olan grup turu şeklinde yapılan program olarak tanımlamak mümkündür (Bodger, 1998). Eğitim seyahatleri eğitim programı vasıtasıyla sağlanır ve öğrencinin bilişsel, katılımcı bilgi, beceri ve tutum geliştirmenin etkili bir aracı olarak görülmektedir (Bhuiyan, Islam, Siwar ve Ismail, 2010). Öğrencinin öğrenme deneyimine önemli değer katabilecek profesyonel bir geliştirme aracı olarak yaygın olarak kabul edilmiştir. Öğrencilerin okuduklarının %10'unu, ancak yaptıklarının %90'ını hatırladıklarından, deneyim tecrübesinin konusunun en iyi aktif öğrenme temelini tasvir ettiği belirtilmiştir. Turizm, artan aktif deneyimlerle doyurularak, öğrenme etkilerini ve kimliğin yeniden yapılandırılması üzerindeki etkisini artırmıştır (Ayalon ve Schnell, 2014).

Çinli yabancı öğrencilerin Birleşik Krallık'a seyahat etmekteki ilk amacı dinlenmek/rahatlamak olurken, yeni yerler keşfetmek ve kültür ve yaşam biçimlerini öğrenmek de Çinli öğrencilerin İngiltere'ye seyahat etmekteki amaçlarını en yüksek motive edici araçlardan biridir. Birleşik Krallık'a yapılan seyahatlerde öğrencilerin seyahat amaçları içinde yer alan en az motive edici sebeplerden biri, bulunduğu ortamdan kaçmak olarak gösterilirken, ayrıca öğrencileri en az motive eden amaçlar içinde macera aramak ve arkadaş/akraba ziyareti de seyahat için Birleşik Krallık'ı tercih eden öğrencilerin en az puanladıkları seyahat motivasyonları arasında bulunmaktadır (Huang ve Tian, 2013).

Uluslararası öğrencilerin seyahat amaçlarının arkasındaki nedenlerle ilgili olarak, seyahat amacının medeni durum, milliyet ve uluslararası öğrencileri kabul eden mevcut üniversite ile ilişkili olduğu da saptanmıştır (Varasteh, Marzuki ve Rasoolimanesh, 2015).

Sırt çantalı gençleri seyahate iten faktörlere bakıldığında ise, Murphy ve Pearce (1995) 18. ve 19. yüzyıllarda, eğitim, iş arama, sağlık ve sanayi devriminin geliştiği şehirlerden kaçma isteğinin gençlerin seyahat amaçları içinde yer aldığını belirtmiştir. Yine

aynı şekilde gençleri sırt çantalılık tarzı ile bir deneyim yaşamaya yönelten faktörler olarak Pearce ve Foster (2007), sırt çantalı gençlerin seyahat etmekteki motivasyonlarını kendini geliştirme, kaçış/heyecan, ülkeyi ve kültürü deneyimleme ve sosyalleşme şeklinde ifade etmektedir.

Anlaşıldığı üzere, gençlik turizminde tecrübe arzusunu yansıtan bir bütün olarak ana motivasyon kaynağının, farklı insanlarla ve mekanlarla karşılaşmak olduğu ortaya çıkan sonuçlardan biridir. Ayrıca heyecan arayışıyla diğer kültürleri keşfetmek ve geliştirilmiş bilgiyi keşfederek zihinsel olarak rahatlama eğiliminde bulunduğu da diğer bir sonuç olarak görülmektedir.

Seyahat amaçları ve motivasyonları farklı olan, genel turizm pazarında ihtiyaçları tam olarak karşılanamayan ve özellikleri ve yapısı gereği özel ilgileri kapsamında seyahat eden genç kitle, niş turizm pazarında özel ilgi turizmi bölümünde ele alınmıştır (Novelli, 2005: 5-6). Gençlik seyahatleri de, tıpkı turizmde olduğu gibi, gençleri seyahate iten çeşitli motivasyonlarla belirlenmiş seyahatlerin artarak çeşitliliğinin ve parçalanmanın oluşmasına neden olmuştur. Bu açıdan seyahat eden bireyler; turistler, gönüllüler, dil öğrencileri, değişim öğrencisi, stajyer ve klasik görünümlü sırt çantalı turistler de diğer genç gezginler tarafından gençlik turizmi ile birleştirilmiştir (Richards, 2015). Gençlik seyahatlerindeki oluşan bu şekillerden tatil yapma dışında en çok kullanılanlar ise, eğitim, gönüllü programlara katılım, kültür değişimi/alışverişi gerçekleştirme ve spor ve maceraya katılım şeklinde sıralanabilir (Moisă, 2010).

1.4.1. Eğitim

Gençlik turizminin önemli bir bölümü oluşturan eğitim turizminin başlangıcı, Grand Tour (Büyük Tur) ile eğitimin bir parçası olarak akademisyenlerin ve aristokrasinin yaptığı dünya turları kapsamında kabul edilmektedir. Modern eğitim turizmi ise, yurtdışı seyahat ve çalışma olanakları sunan kolejler ve üniversiteler ile gelişmiştir ve diğer ilgili gruplarla çeşitlenmeye devam etmektedir (Novelli, 2005: 135). Avrupa gençlik turizmini geliştirmenin başlangıcı Almanca öğretmeni Richard Schirrmann tarafından (1874-1961) okul için düzenlenen ilk organize seyahat olarak kabul edilmektedir. Bu tür geziler hızla Orta Avrupa'da çok popüler hale gelerek gençlik tatil kuruluşlarının oluşmasına yol açmıştır (Horak ve Weber, 2000).

Eğitim turizmi, katılımcıların, gidilen yerle ilgili doğrudan öğrenme deneyimine girmek amacı ile grup olarak katılım sağlanan bir program olarak tanımlanmaktadır (Bodger, 1998).

Carr'a göre (2003) ise eğitim turizmi; okul gezileri, dil okulları, saha gezileri ve üniversite öğrencileri ve kolej öğrencileri açısından değiş tokuşlar ile egzotik bölgelerdeki aşçılık, sanat ve bahçe dersleri ve uzman organizatörleri de içeren yetişkin ve öğrenci pazarındaki gezileri içermektedir.

Eğitim turizmi bir eğitim programı vasıtasıyla sağlanırken, öğrencinin bilişsel, katılımcı bilgi, beceri ve davranışlarını değiştirmeye çalışmaktadır (Bhuiyan ve diğerleri, 2010). Bu açıdan bakıldığında eğitim turizmi, insanın hayat boyu eğitiminin bir parçası olarak görülebilir.

Eğitim turizmi, varolan birçok turizm türünün içindeki eğitim boyutuyla da ele alınmaktadır. Örneğin, Bardgett (2000), eğitim turizmini çeşitlendirirken bu cepheden bakarak, eğitim turizminin eko-turizm, miras turizmi, kırsal/çiftlik turizmi ve eğitim kurumları arasındaki öğrenci değiş tokuşu olmak üzere birçok alt türden oluştuğunu ifade eder.

Diğer bir tanıma göre ise eğitim turizmi, geziye çıkanlar tarafından üstlenilen eğitim ve öğrenim gezilerinin ana veya ikincil parçası olan turistik faaliyetler anlamına gelmektedir. Tanımlanan bu eğitim turizmi, genel eğitim turizmi ve yetişkin eğitim turları, yurt içi ve yurt dışındaki üniversite ve okul öğrencilerine dil okulları, okul gezileri ve değişim programları dâhil olmak üzere yapılan seyahatleri içerebilir. Aynı zamanda eğitim turizmi bağımsız veya resmi olarak organize edilebilir ve doğal veya beşeri (insan yapımı) şekillerdeki çeşitli ortamlarda gerçekleştirilebilir (Ritchie, Carr ve Cooper, 2003: 18). Eğitim turizmi sayesinde, ziyaretçiler doğrudan öğrenme deneyimiyle turizmi çekici bir yere götürmektedir. Ayrıca turizm, artan etkinlik deneyimleriyle öğrenme etkilerini ve yeniden yapılandırma kimliği üzerindeki etkisini arttırmaktadır (Ayalon ve Schnell, 2014). Tarlow (2008) ise, eğitim turizminin, yeni geziler, ilkbahar molası, yurtdışında eğitim, seminer tatilleri, beceri geliştirme tatilleri ve eğitim gezileri gibi çeşitli biçimlerde de ortaya çıkabileceğini ifade etmiştir.

Eđitim turizmi, iř ve seyahat programı (work and travel programmes) adı altında gerçekleştirilen, seyahat etme tutkusunu olan gençler arasında çok popüler görülmektedir. Program boyunca katılımcılar ev sahibi ülkedeki bir şirkette genellikle yaz tatilinde (3 ay) iře alınırlar ve bu süre zarfında gelir elde ederler. Aynı zamanda gençler, seyahat etme, yerel gelenekleri tanıma, dil öğrenme ve daha önce de belirtildiği gibi seyahat etme fırsatı bulurlar (Demeter ve Brătucu, 2014).

Gençlerin iř deneyimi kazanması için “iř ve seyahat” programları yapmaları amacıyla uygulanan turizm, küresel düzeyde sürekli gelişen ve gençlik seyahat pazarında bağımsız seyahatte en dinamik turizm şekli olarak görülmektedir. Program, Amerika Birleřik Devletleri’nde başlamış olup, ilk olarak hükümet dışı kuruluşlar tarafından piyasaya sürülerek ortaya çıkmış ve Avustralya, İngiltere, Fransa, İspanya, Yunanistan vb. lkeler tarafında takip edilmiştir. Bu programlara katılan gençler, arkadaşlarından edindikleri bilgilere dayanarak yurtdışında seyahat etme ve çalışma kararı vermektedirler ve bu seyahatlerin ortalama süresi altı ay olmaktadır (Moisă, 2010).

Anlaşıldığı üzere eğitim turizmi ile nispeten kısa sürede gelen turistler veya ziyaretçiler, eğitim ve öğrenim sağlamayı amaçlarken turizmin de bir parçası haline gelmektedirler. Ayrıca eğitim turizmi, turizm aktiviteleri ile eğitimi birleştirerek turistlerin kalış sürelerini de uzatabilmektedir.

Eğitim amacıyla yapılan seyahatlerden edinilen tecrübenin, yine eğitim için sağladığı faydaları ise Randell (1992) tarafından aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

- Eğitim seyahatleri, oğaltılamayacak bir olay, yer veya konunun anında ve kişisel deneyimini sağlar.
- Eğitim amaçlı seyahat, grup içindeki bireylere, diğer katılımcılarla ve liderle, daha olağan eğitim ortamlarında genellikle imknsız olacak şekilde belirli ve hatta bireysel konuları ve çıkarları keşfetme fırsatları sunar.
- Eğitim seyahati, dinlenceyi yönlendirilmiş ve anlamlı olan bir öğrenme deneyimi ile birleştirme fırsatı sağlar.
- Eğitim seyahatlerinde, farklı kültür değerlerine günlük olarak maruz kalma, seyahat eden öğrencilerin algı ve tutumlarında çarpıcı değerliğiğe neden olabilir.

- İdeal yerlerde bilgi ve heveslerini paylaşabilmek, seyahatçiler için tatmin edici sonuçlar çıkarabilir.

Eğitim ile ilgili seyahatlere bakıldığında, turizm olgusu içinde yer alan ve aynı zamanda eğitim gören öğrenci gruplarının gerçekleştirmiş oldukları eğitim turizminin içeriği aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Yaşama ortamını değiştirmek ve diğer kültürlerle tanışmak.
- Ekolojik sınırları ve endemik bitki ve hayvan habitatlarını keşfetmek.
- Yerli insanlarla tanışmak ve geleneksel hayatı yaşayarak/yaparak öğrenmek.
- Nüfus değişimlerine katkıda bulunmak ve uzak bölgelere insan akışını sağlamak.

Böylece gençlik turizmi pazarında eğitim amacıyla seyahat eden kitlenin çevre bilinci, sürdürülebilir kalkınma, istihdam fırsatı yaratma, sosyal ve kültürel ilerleme gibi çok boyutlu kapsam ve çeşitli bölümlendirmelerinden faydalanılabilir.

1.4.2. Gönüllü Programlara Katılım

Tarihsel olarak gönüllü turizm 20. yüzyılın başlarında, Birinci Dünya Savaşı sonrasında dehşete düşmüş bir İsviçre işadamı Pierre Ceresole tarafından, ihtiyaç duyan kişilere rahatlama sağlayan gönüllü organizasyonu olarak Service Civil International (SCI) kurulmuştur (Tomazos ve Butler, 2009).

Gönüllü turizmine katılımı (Wearing, 2001: 1), “Çeşitli nedenlerden ötürü, toplumdaki bazı grupların maddi yoksulluğuna yardımcı olan ya da hafifleten, belirli çevrelerin restorasyonunu ya da araştırmaların yönlerini araştıran, tatilleri üstlenmek için organize bir şekilde gönüllü olan turistler” şeklinde tanımlamaktadır.

Gönüllü turizminin gelişmesine bakıldığında, başlıca iki etkenden söz etmek mümkündür. Bunlardan birincisi genel olarak turizm hareketlerinin artmaya başlaması özellikle de gençlerin turizme katılımının artması olarak ifade edilebilirken, ikincisi ise farklı bölgelerde gönüllü olarak hizmet etmek için artan talep şeklinde ifade edilebilir (Tourism Research and Marketing, 2008: 30).

Gönüllü turizmüne katılanların %70'inin 20-25 yaşları arasındaki kişiler tarafından oluşturulduğu belirtilmiştir (Tourism Research and Marketing, 2008: 5). Gönüllü turizmi projeleri düzenleyen organizasyonlar da çoğunlukla 18-24 yaş arası gençleri gönüllü olarak seçmektedir (Callanan ve Thomas, 2005: 195). Bunun nedeni ise, boş zamanları fazla olan kişilerin genellikle bu yaş aralığındaki üniversite öğrencileri, yeni mezunlar veya lise son sınıf öğrencilerinden oluşması olarak gösterilmektedir (Cousins, 2007). Örneğin, Güney Afrika'daki gönüllü turizmi faaliyetlerine katılan kişilerin çoğunluğu öğrencilerden oluşmaktadır (Stoddart ve Rogerson, 2004). Ayrıca özgünlük ve değişiklik arayan gençler arasında gönüllü turizmin oldukça yaygın olması (Söderman ve Snead, 2008: 119) ve dinamik, öğrenmeye açık, kişiliği geliştirmeye ve seyahat etmeye istekli kişilerin çoğunlukla gençlerden meydana gelmesi olarak gösterilebilir.

Genel olarak gönüllü çalışmaların giderek gençlik turizmi alanında uzmanlaşmaya başlamasıyla gençler, seyahat etme ve dil öğrenme ile beraber, gönüllü turizminin fırsatlarına daha kolay ulaşılması ve gönüllü turizmi aracılığıyla diğer ülkelere daha kolay gidilebilmesi gibi nedenlerle gönüllü turizmini tercih etmektedirler (Richards ve Wilson, 2005: 47).

Gençler, gönüllü programlar yoluyla diğer ülkeleri tanıma fırsatı bulmaktadırlar. Bir gönüllü olarak faaliyet süresi, katılımcıya konaklama, yiyecek, nakliye ve cep harçlığı ile sağlanan birkaç haftadan bir yıla kadar değişebilmektedir. Bu programlar çalışma vizesi sağlamamakta olup, gönüllü olarak yürütülen bir faaliyettir. Gençler ayrıca dil kurslarından, sağlık sigortasından, her ay birkaç gün izinli olmak vb. olanaklarından yararlanırlar (Moisâ, 2010).

Genç gönüllüler bazı ülkelerde önemli bir pazar bölümüne sahiptir (Demeter ve Brâtucu, 2014). Gönüllü olarak çalışabilecekleri alanlar ise; çevre koruma, sanat ve kültür, çocuklar, gençler ya da yaşlıları kapsayan aktiviteler, miras, spor ya da boş zamanları ilgilendiren faaliyetler şeklinde sıralanabilir. Örneğin Honduras, genç turistlerin ülkenin doğal ve kültürel kaynaklarına çekilmesi amacıyla Gönüllü Eğitim Turizmi Akademisi'ni başlatmıştır. Bu turistler, Honduras'ın sunduğu eşsiz ve farklı tecrübeyi değerlendirecek, eğitilmiş, kozmopolit ziyaretçiler olarak kabul edilmektedir (Moisă, 2010).

Anlaşıldığı üzere gönüllü turizm ile ilgili faaliyetlere katılanların çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır. Gönüllü turizm faaliyetleri yurt içinde olabileceği gibi yurt dışında da olabilir. İngiltere, Avustralya, Amerika Birleşik Devletleri (Demeter ve Brătucu, 2014) gibi gelişmiş ülkelerde gönüllü turizmi daha fazla geliştirirken, diğer ülkelerde de gönüllü turizmine katılan bireylerin sayısı artmaya devam etmektedir.

1.4.3. Kültür Değişimi/Alışveriş Gerçekleştirme

Gençler arasındaki kültür alışverişi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, gelecekteki çatışmalardan kaçınmak için farklı uluslardan gençler arasındaki kültür alışverişini kolaylaştıracak ve özendirerek organizasyonlar şeklinde gelişmeye başlamıştır (Moisă, 2010).

Kültürel değişim, ülkeler arasında diyalog ve karşılıklı anlayışı geliştirmek amacıyla iki veya daha fazla ülkedeki, öğrenciler, sanatçılar ve sporcular ve bununla ilgilenen diğer birçok kişi tarafından gerçekleştirilmektedir (www.dictionary.com).

Geleneksel olarak, gençlerin oluşturduğu okul kültür değişim programları, iki veya daha fazla okuldan öğrencileri bir araya getirmek ve birbirleriyle etkileşimde bulunmak üzere bir araya getirmektedir. Kültürel alışveriş programları geçmişten farklı olarak günümüzde, fiziksel olarak gerçekleştirilen okul ya da topluluk ziyaretlerinin yanı sıra, gelişmekte olan iletişim teknolojileri ve artan küreselleşme ile birlikte sanal etkileşime de dayandırılabilir. Kültürel değişim programlarının temel amacı ise, öğrencilerin başkalarıyla paylaşması ve başkalarından öğrenmesi şeklinde ifade edilebilir (www.culturalexchange.nsw.edu.au).

Kültürel alışverişler hükümet düzeyinde benimsenen gençlik politikalarının hedeflerinden doğrudan etkilenmektedir. Örneğin, Portekiz'de "Gençlik politikaları alanında önceliklerden biri, her ülkenin kültür, doğa ve tarih bakımından doğrudan bilgi birikimini teşvik ederek Portekiz ve Avrupa'daki gençlerin coğrafi hareketliliğini teşvik etmektir" şeklinde ifade edilmektedir (Moisă, 2010).

1.4.4. Spor ve Maceraya Katılım

Gençlik seyahatinin diğerk bir şekli de spor ve macera turizmi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür tatiller, gençlerin boş zamanlarını ve belirli ihtiyaçlarını doğa merkezli olarak karşılamanın etkin bir yolu olarak görülebilir.

Genel olarak, spor ve macera turizmine katılanlar, 18 ile 34 yaşları arasındaki, orta düzeyli sosyo-ekonomik genç gruplardan oluşma eğilimi göstermektedir (www.onecaribbean.org).

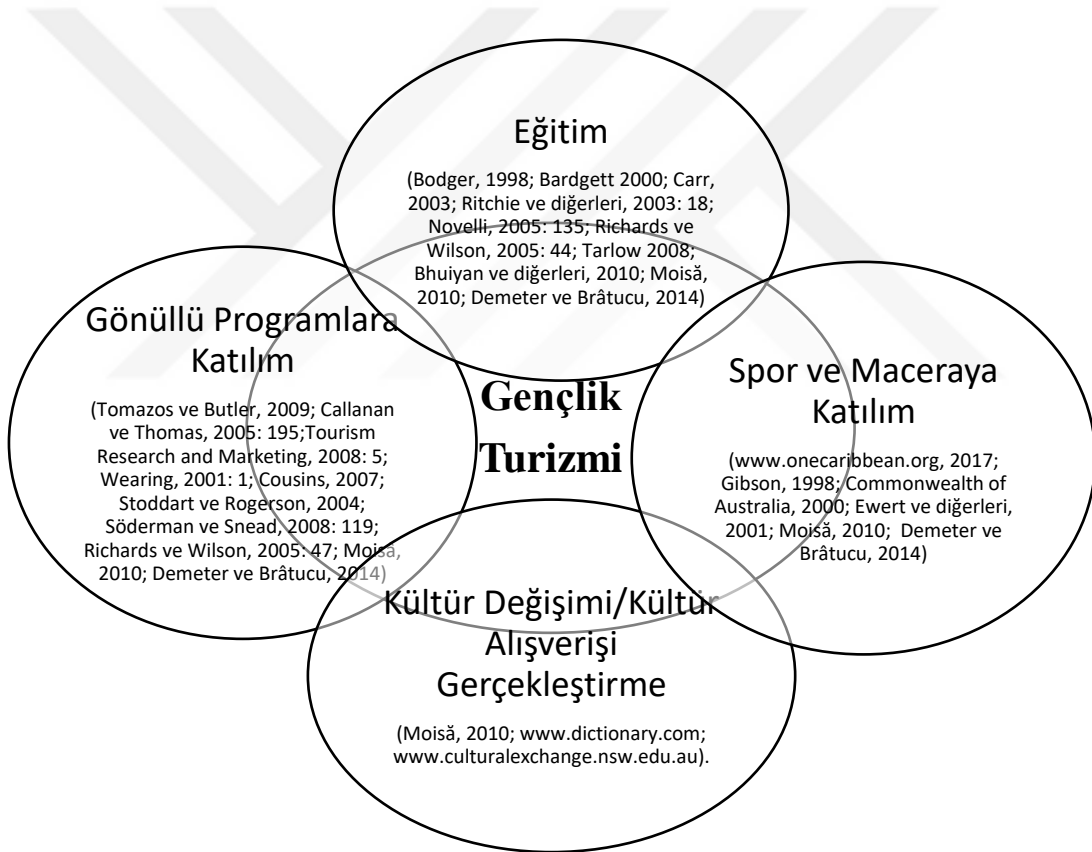
Gibson (1998)'un yaptığı çalışmada spor turizmine yapılan tanımlamalar incelenmiş ve bireylerin eğlenme amaçlı devamlı ikamet ettikleri yerden uzaklaşarak spor faaliyetlerini izlemek veya bu faaliyetlere katılmak için yaptıkları seyahatler spor turizmi kavramını oluşturmuştur (Gibson, 1998). Spor turizmi tanımlarına bakıldığında, sadece rekabetçi spor faaliyetlerine katılmak gibi dar kapsamlı bir tanım yapılabileceği gibi, spor faaliyetinin daha çok eğlence veya macera etkinliği olabileceği gibi daha kapsamlı tanımlamalara da ulaşabilmek mümkündür (www.tourisminsights.info). Spor turizminin tanımlarına göre başlıca üç faktörle karşılaşmak mümkündür. Bunlardan birincisi aktif olarak spor müsabakasına katılmak, ikincisi spor müsabakasını gözlemlemek ve üçüncüsü de aktif sporcu olmayıp sportif faaliyetlere katılmak için yapılan seyahatler şeklinde ifade edilebilir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Macera turizmi ise, açık havada egzersiz yapmaktan daha farklı olarak, geleneksel turizmden ziyade, değişiklik arayan tehlikeden ve yüksek riskten keyif alan kişilerin katıldığı bir turizm çeşididir (Ewert, Galloway ve Estes, 2001). Spor ve macera gezilerinin önemi, gençliğin kişiliklerini geliştirmek, yeni toprakları keşfetmek, yeni kültürler veya yaşam biçimlerini keşfetmek için yaşam tecrübesine ulaşma konusundaki önemini keşfetmek gerektiği şeklinde vurgulanabilir.

Gençlik seyahati, özellikle spor veya macera faaliyetlerinde “tüketici ürün” özelliğine sahiptir. Yani gençler, hedefteki önemli tüketicilerdir ve genel olarak spor ve macera moda faaliyetler ve heyecanlardır. Günümüzde heyecan arayan gençler, bungee jumping, snowboard yapma veya okyanus dalgalarında sörf yapmak gibi aşırı sporlardan (eskiden olduğu gibi) artık tatmin olmazken, modaya uygun olan tehlikenin en üst

seviyesindeki, aktif bir yanardağda snowboard yapma, uçurumdan atlama, AirKick (insanların mancınıkla su havuzuna atılması), Zorbing topu (insanlar dev bir top içinde özel tasarlanmış rampadan aşağıya yuvarlanması) gibi macera sporlarına katılmaktadırlar (Moisă, 2010). Örneğin Romanya’da, gençlerin uyguladığı macera ve spor turizmi türleri, doğa yürüyüşü, dağ yürüyüşü, dağ bisikleti, rafting, kanyonlardaki geziler, rüzgar sörfü, tüplü dalış ve yamaç paraşütü, dağ kayağı, kar kayağı, snowboard ve buz tırmanışı şeklinde görülebilmektedir (Demeter ve Brătucu, 2014).

Gençlik turizmine yaklaşımlar bir şekil üzerinde özetlenirse, aşağıdaki Şekil 1.2 üzerinde görmek mümkündür.



Şekil 1.2. Gençlik turizminin şematik yapısı

1.5. Gençlik Turizmi Kapsamında Eğitim Turizminde Destinasyon İmajı

İmaj, algıların bilişsel organizasyonuna bağlıdır (Stern ve Krakover, 1993). Bilişsel ve duygusal değerlendirmeler de bir destinasyonun genel imajını oluşturmaktadır. Turist zihninde oluşan destinasyon imajı, cisimlerin bilişsel değerlendirmesine dayanmaktadır ve

duygusal değerlendirmeler bilişsel işlevlerin bir fonksiyonu olarak ortaya çıkmaktadır (Baloglu ve McCleary, 1999).

İmajın bilişsel bileşeni, bireylerin inanç ve duygu boyutları ile doğrudan ya da dolaylı olarak bir destinasyon ve onun nitelikleri hakkında zihinsel bir resmini oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Baloglu ve McCleary, 1999; Pike ve Ryan, 2004). Bu özelliklerin yanı sıra; manzara, iklim, konaklama tesisleri, restoranlar ve tarihi ve kültürel çekicilikler de kişilerin zihinlerindeki bilişsel destinasyon imajını oluşturur ve bütün bunlar, bir kişinin belirli bir hedef bölgesini ziyaret etmesine neden olabilir (Stylidis, Shani ve Belhassen, 2017). Böylece bireyler seçimlerini yaparken, karşılaştıkları çeşitli alternatifleri, bir taraftan duygusal etkilerle değerlendirirken diğer taraftan da bilişsel değerlendirmeler yoluyla bir karara ulaşmaktadırlar.

Turistlerin zihinlerinde oluşan destinasyon imajının, hedef yerin tercih edilmesinde etkiye sahip olduğu görülürken, eğitim amacıyla seyahat eden ve belirli bir destinasyon seçiminde bulunan öğrenciler de belirli imajlar sayesinde seyahat edilecek yer hakkında karara varmaktadırlar. Farklı bir kültürde yaşamak, yeni insanlarla tanışmak, uluslararası bağlantılar kurmak ve dil becerilerini geliştirmek öğrencileri bir hedefe çeken mıknatıslar olarak görülmektedir (Bourke, 2000). Tüketiciler genel olarak, gelişmiş ülkelerdeki hizmet sağlayıcıları geliştirmekte olan ülkelere daha çok tercih etmektedirler (Cubillo, Sanchez ve Cervino, 2006). Bu kuralın istisnası ise para ve daha düşük maliyetlerin dikkate alındığı zaman olarak düşünülebilir. Harekete geçecek öğrenciler karar verirken bir kurum seçmeden önce ilk olarak ülkeyi seçerler. Bazı ülkeler yükseköğretimde daha iyi bir üne sahiptir, bu nedenle öğrenciler her kurumda bu hizmetin kalitesinin aynı olacağına inanmaktadırlar (Bourke, 2000). Bu açıdan bakıldığında öğrenim görmek amacıyla seyahat eden Endonezyalı ve Tayvanlı öğrenciler, Amerika Birleşik Devletleri'ni kurumlarının eğitsel itibarı, ABD program bilgilerini edinmenin nispeten kolay olması ve ABD'de ikamet eden arkadaşlarının (veya akrabalarının) bulunması sebebiyle tercih etmektedirler. Avustralya'yı öğrenim görmek için tercih eden öğrenciler ise, Avustralya'nın devlet yönetimi, güvenli (düşük suç) ortamı, dünya çalışma alanında geri kalma olasılığının düşük olması ve ırk ayrımcılığının bulunmaması gibi pozitif etkilere sahip olmasından dolayı seyahatlerini gerçekleştirmektedirler (Kemp ve diğerleri, 1998). Eğitim turizmi amacıyla yapılan seyahatlerde İspanya, uluslararası öğrencileri hem diğer Avrupa ülkelerine gönderme hem de alma yönündeki Erasmus Programı (www.timeshighereducation.com) tarafından tercih

edilmektedir. Yabancı ülkelere yapılan seyahat tercihlerinde genellikle, yurt dışındaki niteliğin yurt içinde mevcut olanlardan daha üstün olması ya da batı kültürünü daha iyi anlamak için gençlerde bir ihtiyacın ortaya çıkması öne çıkan sebepler arasında görülmektedir.

Harekete geçmeden önceki ikinci önemli bir cephe ise şehir imajıdır. Şehirler hizmetin üretileceği ve tüketileceği ortamı temsil etmektedir. Eğitim hizmeti, geniş bir hizmet grubuyla ortak olarak üretilen karmaşık bir hizmet olduğu için, ürün genellikle yalnızca bir yer ve kurum tarafından değil, aynı zamanda şehir ortamında varolan fiziki çevre, kurum tesisleri ve bir bütün olarak kentten oluşacaktır. Seçim yaparken çoğu zaman sosyal tesislerin ve şehrin boyutlarının mevcudiyetine vurgu yapılır. Sonuç olarak eğitim ürünü, ev sahibi şehir olan çevrenin birçok parçasından oluşmaktadır. Bu sayede, öğrencilerin hedef şehirle ilgili algıları, ülke imajının yanı sıra karar sürecini de etkileyecektir (Cubillo ve diğerleri, 2006). Bu açıdan bakıldığında Sydney ve Melbourne'deki Doğu Asya (Japonya, Kore, Çin ve Tayvan) olarak sınıflandırılan uluslararası öğrenciler, Avustralya'nın çeşitli su sporları, doğal cazibe merkezleri ve Avustralya'nın doğal konumundan (manzarası) daha fazla etkilenirken, Avrupa (Almanya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Fransa, Macaristan, Polonya, İspanya, İsveç, İsviçre ve İtalya) olarak sınıflandırılan uluslararası öğrenciler Avustralya'nın çeşitli su sporları ve doğal cazibe merkezlerinden etkilenmişlerdir. Öte yandan, Avustralya'yı eğitim amaçlı tercih eden Güneydoğu Asya (Endonezya, Tayland, Malezya, Vietnam and Singapur) ve Güney Amerika (Arjantin, Brezilya and Kolombiya) olarak sınıflandırılan uluslararası öğrenciler Avustralya'da kişisel güvenlik ve rahat ulaşımdan daha çok etkilenmişlerdir (Son ve Pearce, 2005).

Alman öğrenciler İsrail'e yaptıkları eğitim gezilerinde, farklı dinlerden pek çok kişinin İsrail'de bulunduğunu ve Kudüs'te dinin çok önemli olduğunu, Kudüs'teki insanların dinsel açıdan Almanya'dan daha farklı olduğunu vurgulamışlardır. Kudüs'ü eski, kalabalık, bir duvar içinde mühürlenmiş miras ve dini kurumlardan oluşan bir kentsel sahne olarak ifade etmişlerdir. İsrail, Alman öğrenciler tarafından dini ve etnik açıdan kalabalık, yoğunluk ve yakınlık hissi veren bir manzara şeklinde ifade edilmiştir. İsrail'in bir başka özelliği de, gençler tarafından, güvenliğin sağlandığı bir atmosfere sahip olması olarak ifade edilmiştir. Baskıcı asker imajıyla çelişen bir olgu da sokakta karşılaştıkları askerlerle tanışıp özgürce konuşmaktan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca Alman televizyonlarında tasvir edildiği

gibi sokaklarda şiddet ya da terörün olmaması, İsrail'e karşı Alman öğrenciler tarafından olumlu bir imaj oluşturmuştur. İsraililerle doğrudan karşılaşmalar, mekânın yeni, farklı ve benzersiz bir boyut yarattığını ortaya çıkarmıştır. Askerler dâhil İsraililerin doğrudanlığı ve açıklığı, Alman gençliğine tanıdık gelmeyen, Alman kamu alanlarıyla çelişkili olan, yeni bir yer hissi yarattığını göstermektedir (Ayalon ve Schnell, 2014).

Üç Asya ülkesi olan Tayland, Vietnam ve Singapur'da bulunan Alman öğrenciler bu üç destinasyonun farklı turistik imajlarını ölçmüştür. Tayland'ın, güzel sahilleri ve doğal cazibe merkezleri, yerel yemekleri ve dost canlısı insanların olması destinasyon görüntüsünü pozitif olarak etkilerken; Vietnam ise güzel doğal cazibe merkezlerinde güçlü bir algı yaratmıştır ve Singapur ise alışveriş fırsatlarında çok elverişli bir yer olarak görülmüştür. Singapur'un en güvenli yer olduğu düşünülürken, Vietnam, üç ülke arasında en çok riskli olan ülke olarak gösterilmiştir (Promsivapallop ve Kannaovakun, 2017). Sonuç olarak öğrenciler eğitim amacıyla harekete geçmek için seçim yaparken öncelikli motivasyonu olan eğitim hizmetinin yanı sıra, ülke ve şehir imajı içinde yer alan şehir boyutu, emniyet ve güvenlik, sosyal tesisler, uluslararası çevre, dilsel yakınlık veya mesafe, eğitim kurumları ve itibarı gibi çevresel ek hizmetlerden oluşan yerin imajı öğrencilerin tercihini etkilediğini göstermektedir.

1.6. Turizmin Temel Bileşenleri Açısından Gençlik Turizmi

“Turizm, merkezinde seyahat, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon başlıkları altında gruplanabilecek ihtiyaçların ve insan olgularının olduğu, çok yönlü bir sistemin bileşeni durumundadır” (Gülcan, 2009: 190). Bu durumda Gençlik Turizmi'ni söz konusu dört temel turizm bileşeni üzerinden analiz etmek mümkündür.

1.6.1. Konaklama Tipi ve Kalış Süresi

1980'lerde ve 1990'larda seyahat daha erişilebilir hale geldikçe giderek artan genç yolcular için, pansiyonlar, konuk evleri, ulaşım şirketleri, internet kafeler, barlar ve restoranlar gençlik seyahat endüstrisini desteklemeye başlamışlardır (Richards, 2015). Gençlik seyahat endüstrisini destekleyen kurum ve kuruluşlara ek olarak gençler için turizm ürünlerinin oluşturulmasında uluslararası dernekler önemli derecede yer alırken; bu derneklerin yanı sıra, bu pazara yönelik ürünler sağlayan uzmanlaşmış ajanslar (NBBS

Reizen Hollanda, Okista - Avusturya, KilroyTravels gibi) da bu pazara uyarlanmış olumlu düzenlemeler sunmaktadırlar. Konaklama kapasitesi, özellikle de pansiyonlar alanında koruyucu güvenlik ile hijyen konularına özel önem verilmektedir. Çevreyle dost uygulamaları teşvik etmek ve bunlara katılmak ve çevre standartlarına uymak için önemli gayretler sarf edilmektedir. Örneğin, Avusturyalı pansiyonlar ısı yalıtımı ve diğer enerji tasarrufu uygulamaları gibi çevresel önlemlerin ekonomik açıdan çevreye zarar vermeyeceğini kanıtlamak istemektedirler (Horak ve Weber, 2000).

Gençlik turizminde konaklama, gençlik hostelleri, uygun bütçeli oteller, misafir evleri, apartman daireleri veya kamp alanları gibi alanlarda gerçekleştirilebilmektedir (UNWTO, 2008). Gençler kendileri için özel, indirimli, basit, sade ve diğer gençlerle bir arada olabilecekleri konaklama tesislerini tercih etmektedirler (Ünlüöner ve diğerleri, 2014: 22).

Sırt çantalı genç gezginler, Avustralya'daki seyahatlerinde özellikle arkadaş ve akraba evlerini tercih ederken (%65,7), sırt çantalı oteller de (%58.0) çoğunluk tarafından tercih edilen konaklama türleri arasında bulunmaktadır. Kamp alanlarını tercih eden sırt çantalıların oranı (%40,3) olurken gençlik yurtları da (%22.3) sırt çantalı gençler arasında oldukça popüler tercihlerdendir. Sırt çantalı gençlerin %33'ü 6-12 hafta aralığında seyahat gerçekleştirirken, %32'si de 4-6 hafta aralığında seyahatlerini gerçekleştirmiştir. 24 haftadan fazla seyahat eden genç sırtçantalıların oranı ise %15 olmuştur (Murphy ve Pearce, 1995). Sırt çantalı gençlerin çoğunlukla çok ucuz konaklama yerlerini tercih ettikleri görülebilmektedir.

Chadee ve Cutler (1996), gençlerin konaklama tercihlerinde ilk olarak hotellerde ve hostellerde kaldıklarını ve diğer konaklama tercihleri arasında ise akraba ve arkadaşlarıyla birlikte konakladıklarını belirtmiştir. Richards ve Wilson'a göre (2003) ise akraba ya da arkadaş yanında kalma gençlerin konaklama tercihleri arasında ilk sıralarda yer alırken (%41), %32'lik kesim hostellerde kalmaktadır. Hosteller özellikle Avustralya ve Güneydoğu Asya'da kullanılan konaklama tesisleri olmuştur.

Couchsurfing uygulamasının son yıllarda gelişmesi sayesinde de turistler, seyahat ettikleri ülkede yaşayan kişilerin evinde konaklayabilmektedir. 2013 yılında yapılan bir araştırmaya göre, katılımcıların %60'dan fazlasının hostelde, %12'sinin misafir evlerinde,

%11'lik bölümün ise oda ve kahvaltı veren konaklama tesislerinde konakladığı belirtilmiştir (staywysetest.files.wordpress.com).

Gençlerin seyahatlerinde konaklama türünün yanı sıra, konaklamalarındaki kalış süreleri de seyahatlerde önemli göstergelerden biridir. Gençlerin ortalama seyahat rezervasyon süresi, altı hafta olup, süresi dört aydan fazla olan gezilerde rezervasyon süreleri iki ay olmaktadır. Ayrıca sırt çantalı gençlerin gezileri daha uzun süreli olabilmektedir. Bu kalış süresi, uzun mesafeli ve batı dışı destinasyonlarda önemli ölçüde daha uzun olabilmektedir. Örneğin, uzun süreli geziler Avustralya'da (128 gün), Kuzey Amerika'da (90 gün) ve Hint alt kıtasında (84 gün) ve en kısa süreli gezi Doğu Avrupa'da (29 gün), Kuzey Afrika'da (36 gün), Güney Avrupa (39 gün) ve Orta/Güney Afrika'da (47 gün) olarak gerçekleştirilmiştir (Richards ve Wilson, 2003). Ancak farklı ülkelerden seyahatlere katılan genç turistlerin, kalış sürelerinde önemli farklılıklar olduğu da bilinmektedir.

Gençlerin ana gezilerinin ortalama süresi 2013 yılında yaklaşık 58 gün olurken, gönüllülerin ortalama 67 gün ve sırt çantalı gençlerin ortalama gezileri 63 gün olmuştur (wysetc.files.wordpress.com). Seyahat süreleri genellikle gençlerin tam zamanlı işe girmeleri ve yaşın artmasıyla birlikte azalma göstermektedir.

Gençlerin yapmış oldukları seyahatlerinde en popüler konaklama biçimleri arasında arkadaşlar ve akrabalar ile birlikte kalmak gösterilirken, gençlerin grup oranı daha fazla olan kamp alanlarının, gençlik yurtlarının ve hostellerin tercihleri de yüksektir. Hizmet verilen konaklama işletmeleri de tercihler arasında yer alırken, kendin pişir kendin ye konaklama alanlarında kalma eğilimi de bulunmaktadır. Konaklamalarla ilgili farklılıklar muhtemelen, fiyat ve harcanabilir gelir ile açıklanabilir. Çoğu durumda aile ve arkadaşlar ülkenin dört bir yanına yayılmaktadırlar ve böylece onlarla birlikte kalmak gençlerin konaklamaya yaptıkları para harcamalarını azaltmak için bir fırsat olarak görülebilir.

1.6.2. Seyahat ve Ulaşım Şekli

Turizm pazarının yapısı, yaşanan teknolojik gelişmeler ışığında değişmiştir ve günümüzde de değişmeye devam etmektedir (Eugenio-Martin ve Inchausti-Sintes, 2016). Seyahat şekli, yolcuların seyahat etmesini, yani paket turlarda seyahat etme biçimini veya bağımsız seyahat etme biçimini ifade etmektedir (Mok ve Armstrong, 1995).

Genel olarak turistlerin, seyahatte kullandıkları bilgi kaynaklarına göre, seyahat davranışları değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin, destinasyon seçiminde, seyahat mesafesinin artmasıyla birlikte, seyahat için edinilen bilgi önemlilik açısından değil, aynı zamanda profesyonellik ve güvenilirlik açısından da artmaktadır. Dahası, bilgi kaynaklarının profesyonellik derecesi ve genel önemi ne kadar yüksek olursa, nihai karar yerden ayrılmadan daha önce verilir (Bieger ve Laesser, 2004).

Batıda seyahate çıkan gençler nadiren geleneksel tur servislerini kullanırken, seyahat acentelerinin yardımıyla seyahat programlarını planladıkları ayrıca bağımsız olarak seyahat etme eğilimindeki genç yolcuların, esnek ve gayri resmi seyahat güzergâhlarını da tercih ettikleri görülebilmektedir (Chadee ve Cutler, 1996). Bir paket turu satın almak için en çok bahsedilen nedenler arasında turun ekonomik ve rahat olması gösterilirken (Mok ve Armstrong, 1995), geleneksel olarak, turistlerin çoğunluğu seyahatlerini planlarken, seyahat acenteleri aracılığıyla hazırlanan kapsamlı seyahat paketlerini tercih etmişlerdir (Eugenio-Martin ve Inchausti-Sintes, 2016).

Günümüzde gençlerin günlük yaşantılarının internetten etkilendiğini ve sosyal medyanın faaliyetlerinde giderek zemin kazanmakta olduğu açıktır. Gençlik turizminin ve sosyal medyanın politika yapıcılar ve araştırmacılar için bir ilgi alanı olarak önemi, turizm endüstrisinin bu değişimle gençlerin ihtiyaçlarını gerçekleştirmesine ve bu zorluğa sosyal medya dünyasında güçlü bir varlık ile cevap vermesine neden olmaktadır. Ürün ve hizmet satış merkezleri aracılığıyla agresif pazarlama yöntemleri yerine, turizm pazarı, görüşleri, önerileri, görsel-ışitsel materyali ve seyyar satıcıyı çekecek ve seyahat felsefesi hakkında bilgi sahibi olacak her şeyi değiş tokuş etmek için yerler yaratmaktadır (Bizirgianni ve Dionysopoulou, 2013). Bu sayede, turistik ürünlerin ve hizmetlerin tanıtımı çoğunlukla sorunsuz hale gelmektedir.

Turizm hizmet sağlayıcıları, internetin gelişmesi ile birlikte turistlere yeni alternatifler hazırlayarak, kaynak bölgeleri (menşei yerleri) ve varış noktaları arasındaki mesafeyi kısaltarak daha özelleştirilmiş hizmetleri sunmayı mümkün kılmaktadırlar. Turizm paketleri, geçmiş dönemlerden farklı olarak parçalanarak değişiklik yapılmıştır; böylece seyahat, konaklama, yemekler ve geziler ayrı ayrı rezerve edilebilir hale getirilmiştir. Ortaya çıkan yeni pazar yapısı çerçevesinde, turizm hizmetleri doğrudan internet üzerinden veya

daha ucuz internet aracıları vasıtasıyla satılmaya başlamıştır (Eugenio-Martin ve Inchausti-Sintes, 2016).

2003 yılında yapılan bir araştırmaya göre seyahati planlamada kullanılan temel bilgi kaynaklarında internet (%71) ilk sırada yer alırken, gençler, arkadaşlardan ve ailelerden ise %70 oranında bilgi sağlanmaktadır. Seyahat acentesi aracılığıyla rezervasyon ise (%65) gençlerin diğer tercihleri arasında yer almaktadır. 26 yaşın altındaki gençlerde rehber kitapçıklarını kullananların oranı %37 iken, yaşları 26'dan fazla olan turistler ise kılavuz kitapları daha az (%26) kullanmaktadırlar (Richards ve Wilson, 2003). Seyahatlerde az deneyimi olan yolcular çok geniş bilgi kaynakları ve ön gezi planlamasının daha ayrıntılı olması sebebiyle seyahat acentelerinden daha fazla bilgi istemektedirler.

Seyahat edenlerin %45'i başkalarının incelemelerine ve deneyimlerine dayanarak seyahat planlarını hazırlarken, genel olarak dört yolcudan birinin de seyahatlerini planlamak için sosyal paylaşım sitelerini kullandığı belirtilmiştir. Bu, eğlence ve iş seyahati için de geçerli olmaktadır. Seyahat rezervasyonlarının neredeyse üçte ikisini internet rezervasyonları oluşturmuştur ve bu oran 2007'de %63'lük bir paya sahipken, 2012'de yaklaşık %80'lik paya ulaşmıştır. Yüz yüze seyahat acentesi rezervasyonları ise 2007'de %21 iken 2012'de bu oran %15'e düşmüştür (www.wysetc.org).

Teknolojik gelişmelerin ve internetin hayatın her alanına dahil olmasıyla birlikte destinasyon tanıtımları açısından önemli rol oynayan sosyal medya, özellikle gençlik turizminde çok fazla kullanılmaktadır. Sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan genç gezginlerin %56'sı seyahat deneyimlerini sosyal medya aracılığıyla paylaşmaktadır (TÜRSAB, 2015).

Seyahatin gerçekleştirilmesindeki en önemli bileşenlerden biri olan ulaşım ise, turistleri bir tüketim noktası halindeki turizm bölgelerine bağlayan köprü görevi görmektedir. Bu özelliği ulaşımı turizmin ana ürünlerinden biri haline getirmektedir. Turizmde ulaştırmanın geliştirilmesi ve daha sağlıklı işlemesi için ulaştırma türleri arasında bir bütünleşmenin oluşturulması gereklidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 20).

Avrupa Birliği, genç insanlar için daha ucuz ulaşım sağlayan Inter-Rail planını geliştirirken bu plana ek olarak, Avrupa Gençlik Kartı Birliği'ni (EYCA) tanıtmıştır. Kartlar

öncelikle İskoçya ve Fransa'da tanıtılırken daha sonra gençlerin hareketliliğini arttırmak amacıyla Avrupa'daki 20'den fazla ülkeye açılmıştır (Horak ve Weber, 2000). Ayrıca Euro Domino Bileti, Balkan Flexipass, Türkiye'de ise Devlet Demiryolları Tren-Tur Tarifesi, Türk Havayolları ve denizyolları ile gençlerin ucuz ulaşım faaliyetlerinden yararlanmalarına olanak sağlamaktadır (Köroğlu ve Güleç, 2011: 50).

Gençlik turizminde ulaşım genellikle, uzun mesafeler için hava yolları (%82) ile ve onu takip eden demiryolları (%32) ile gerçekleştirilmektedir. Kendilerini turist olarak nitelendiren gençler tur otobüslerini tercih ederken, kendilerini gezgin ve sırt çantalı olarak ifade edenler ise demiryollarını ve ucuz tarifeli ulaşım araçlarını tercih etmektedirler. Yine aynı araştırma sonuçlarına göre erkeklerin kadınlara göre hedef destinasyona gidebilmek için daha fazla otostop yaptığı belirtilmiştir (Richards ve Wilson, 2003).

Gençlik turizmindeki ana ulaşım türleri otobüs veya tren taşımacılığı olmakla birlikte, hava taşımacılığının payının büyümesi de düşük maliyetli havayolu şirketlerinin (IPK International, 2013/2014) etkisi altındadır ve bu ulaşım türünün oranı 2007'de %16 iken, 2013'te %26'ya ulaşmıştır (wysetc.files.wordpress.com).

Genel olarak hedef destinasyona ulaşımın ana modu hava yolculuğu olarak ilk sıralarda yer alırken, demiryolu seyahati de gençler tarafından kullanılan popüler ulaşım araçları arasındadır. Kendilerini turist olarak nitelendirenler, hedeflerine ulaşmak için tur otobüslerini kullanmaya daha yatkın olurken, sırt çantalı gençler demiryolu ve otobüs ağlarını gezginler ve turistlerden daha fazla kullanmaya eğilimlidirler. Gezginler ve turistlerin araba kiralama olasılığının daha yüksek olduğu bilinirken sırt çantalı gençlerin uçak, tren, otobüs veya otostop kullanma olasılıkları daha yüksektir ve turistler yine tur otobüslerini kullanmaya daha fazla eğilimlidirler.

1.6.3. Yeme-İçme

Turizm bileşenleri içerisindeki yeme-içme faaliyeti turistlerin hem fiziksel hem de psikolojik ihtiyaçlarını tatmin etmenin önemli yollarından biridir ve en keyif aldıkları etkinliklerdendir. Ancak ilginç bir şekilde turistlerin tüketim harcamalarını düşürmeyi de düşündükleri bir ögedir (Pyo, Uysal ve McLellan, 1991). Çünkü yeme-içme faaliyetindeki harcama miktarındaki düşüş, eğlence-rekreasyon ve ulaşım etkinliklerinde artışa sebep

olacaktır. Yeme-içme ögesindeki artış diğer etkinliklere yapılacak harcama miktarını kısıtlamaktadır.

Gençlerin yeme alışkanlıkları, bireysel beslenme tercihleri, aile beslenme kalıpları, anne ve babanın yemek seçimlerinin rol model alınmasından etkilenirken, aynı zamanda medya ve sosyal normlar da gençlerin yeme alışkanlıklarına etki eden faktörler arasında bulunmaktadır (Neumark-Sztainer, French, Hannan, Story ve Fulkerson, 2005).

Yiyecek ve içeceklerin son yıllarda sadece besin kaynağı olarak değil, aynı zamanda kültürel referans, bölgesel kalkınma ve turizm unsuru haline gelmesiyle beraber (Montanari ve Staniscia, 2009), seyahat halindeki insanlar tarafından yeni tatların denenme arzusunu ortaya çıkarmaktadır. Tüm bunların yanı sıra turistlerin yeme-içme faaliyetlerinde yaşa, cinsiyete ve diğer demografik özelliklere göre değişiklikler görülebilir. Yaşı ilerlemiş olan turistler daha sağlıklı ve bilindik yiyecekleri tercih ederken, genç turistler çabuk hazırlanan ve değişik tatlara sahip olan yiyecekleri tercih edebilmektedirler.

Gençlerin, bağımsızlık kazanması, kendi kendine karar verme yetisini elde etmeleri, sosyal hayata girme ve zamanlarının büyük kısmını dışarıda geçirme istekleri ilgi alanlarının değişmesine yol açmıştır. Bu da beslenme alışkanlıkları ve davranışlarının değişmesine, hızlı hazır yiyeceklerin çok fazla tüketilmesine, yanlış diyet uygulamalarına, öğün atlamalarına ve öğün aralarında bir şeyler atıştırarak açlığın yatıştırılmasına neden olmaktadır (Kardaş ve Orbak, 2002). Anlaşılmaktadır ki, gençlerin beslenme davranışları ve deneyimleri yiyecek seçimlerini etkileyen diğer etmenler arasında sayılabilir. Gençlerin kolay ve çabuk yeme tercihi sonucunda, hızlı hazır yiyecekler ile yemek pişirme ve yemek yeme sanatının kaybolma olasılığı da göz ardı edilmemelidir.

1.6.4. Rekreasyon Faaliyetleri

Turizm hareketinin temel doğası, insanların mekân değiştirerek vücutlarını ve zihinlerini yenileme ve boş zaman değerlendirme isteğidir. Mekân değiştirmeye ve kendini yenilemeye açık olan dinamik kişiler arasında gençler ilk sıralarda yer almaktadır.

Uluslararası gençlik boş zaman/eğlence pazarı, 15-29 yaşlarındaki genç, bağımsız ve maceracı ziyaretçiler olarak geniş bir yelpazede tanımlanabilir. Bu tanımın içine, tatilde olan

gençlerle birlikte, arkadaşlarını ya da akrabalarını ziyaret eden ya da bir çalışırken tatil yapan gençler de dâhil edilebilir. Buradaki temel vurgu, rekreasyonel faaliyetlere dayandığı fikrine odaklanmaktır (www.destinationnsw.com.au).

Sırt çantalı genç gezginler, Avustralya'daki seyahatlerinde özellikle yüzme/sörf (%73,6), tüplü dalış/şnorkel (%53,8) ve arazi/doğa yürüyüşü (52,8) gibi doğa temeline dayanan macera etkinliklere katılım gösterirken, denizde oyun (%2,3), kış sporları (%2,4) ve at yarışları (%5,6) gibi etkinliklere çok az katılım sağlamışlardır (Murphy ve Pearce, 1995). Görüldüğü gibi sırt çantalı gençler çoğunlukla doğanın zorlu şartları altında heyecan verici ve riskli etkinliklere daha fazla katılım gerçekleştirmişlerdir.

Genç gezginlerin maceraperest ve risk alma yönlerinin yüksek olduğu bilinirken (Richards ve Wilson, 2003), Avustralya, Yeni Zelanda ve Güney Afrika'yı ziyaret eden maceracı gençler boş zaman etkinliklerinde daha çok, yürüyüş ve doğa yürüyüşü (%83-%73), çekici kültürel etkinliklere katılmak (%71-%63), tarihi mekânları ziyaret etmek (%81-%75), doğayı ya da vahşi hayvanları izlemek, spor ya da adrenalin faaliyetlerine katılmak (%41-%23) ve gönüllü olarak çalışmak (%13-%6) gibi favori etkinliklerde bulunmuşlardır (Richards ve Wilson, 2006: 44). Avustralya, Yeni Zelanda ve Güney Afrika'ya seyahat eden gençlerin yaban hayatı ve doğa etkinlikleri en çok katılım sağladıkları faaliyetlerdendir. Spor ve adrenalin faaliyetleri de yaygın etkinlikler arasında olduğu görülmektedir.

Anlaşılmaktadır ki, seyahatlerde gerçekleştirilen birçok faaliyet sıradan kalmaya devam etmektedir. Gençler, genellikle boş zaman değerlendirirken tarihi, kültürel mekân ziyaretlerinde bulunurken, macera peşinde olan çoğunluğu sırt çantalı gençlerden oluşan grup ise daha çok yürüyüş ve adrenalin içeren faaliyetlerle boş zamanlarını değerlendirmektedirler.

1.7. Gençlik Turizmi Pazarı

Dünyanın dört bir yanındaki öğrenci sayısındaki hızlı artış, gençlerin ve öğrencilerin seyahatleri için iyimser umutları vurgulamaktadır. Çünkü uluslararası öğrenci kitlesi, gezilerinin bir gereksinimi karşıladığından emin olan tasarruf etmeye hazır olan yolculardan oluşmaktadır ve bu yolculuk bir seferlik ya da bir defaya mahsus olmakla kalmamaktadır. Bu, pek çok genç ve öğrencinin seyahat mesleğini inşa ettiğini göstermektedir. Daha fazla

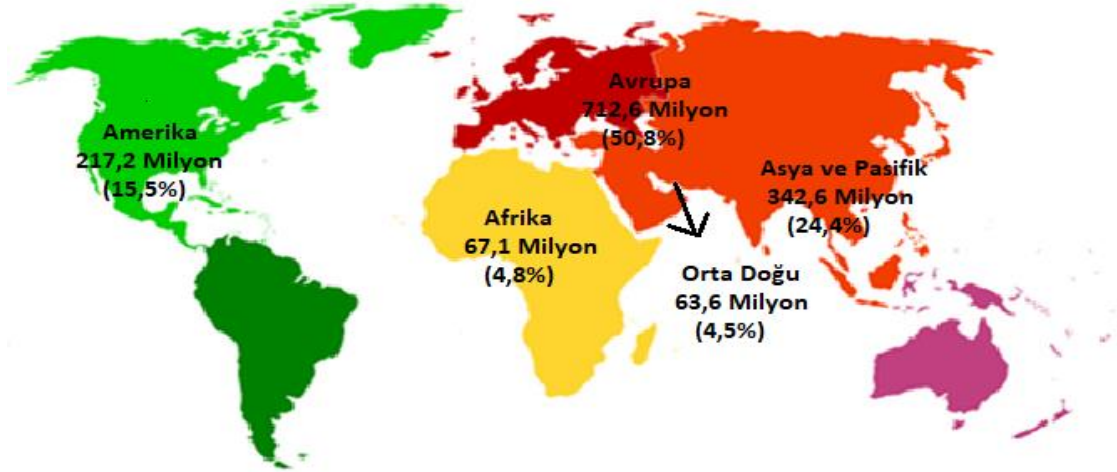
seyahat için istek duyulması, gençlerin, daha tecrübeli gezginler haline geldikçe giderek zorlaşan yerler seçerek ufuklarını genişletmektedir (Richards ve Wilson, 2003). Gençlerin seyahatlerindeki bu gelişim yörüngesi, gelecekte bu pazarın taleplerini karşılamak için yeni ürünler geliştirilmesi ihtiyacını göstermektedir.

Gençlerin ve öğrencilerin seyahatlerinin, gençlerin diğer kültürlerin ve diğer yolcuların deneyim ve beğenisini kazanmaya yönelik güçlü eğiliminden anlaşıldığı gibi, uluslararası barış ve anlayışa katkıda bulunma potansiyeli de bulunmaktadır. Gençlerin seyahat deneyimleri, karmaşık olma ve istek açısından uluslararası alanda büyüyen bu pazarın dinamikleri ile ilgili yeni iddialar oluşturmakla birlikte, kurulmuş olan gençlik ve öğrenci seyahatinin bilgeliğine meydan okumaktadır.

Eğlence ve boş zaman seyahat pazarında öğrenci kesimi sadece geniş anlamda değil, ekonomik açıdan da önemlidir (Chen ve Kerstetter, 1999). Ekonomik büyüme üreticisi olarak turizm sektöründe başarıya ulaşmanın bir anahtarı, katma değer sağlama kapasitesidir. Turizm harcamaları diğer yönlerin yanı sıra turizm destinasyonlarının brüt katma değerini ölçmek için önemli bir faktördür (Eugenio-Martin ve Inchausti-Sintes, 2016). Tüm bu faktörlerin yanı sıra, turizm harcamaları yalnızca varış yerinde değil ikamet edilen ülkede de yapılmaktadır. Örneğin, kaynak (menşei) ülkede bulunan tur operatörleri, turistlerin yönlendirilmesi için hizmet sağlamaktadır ve turistik harcamalardan pay almaktadır.

1.7.1. Küresel Gençlik Turizmi Pazarı

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün açıkladığı verilere göre (Harita 1.1), 2018 yılında dünyada seyahat eden kişi sayısı bir önceki yıla göre %5,6 artışla 1 milyar 403 milyon kişi olmuştur.



Harita 1.1. Kıtalarla göre seyahat edenlerin sayısı (2018)

Kaynak: (UNWTO, 2019)

UNWTO'nun yayınlamış olduğu “Global Report on the Power of Youth Travel” e göre, 2015 yılında uluslararası alanda seyahat eden turistlerin %23'ünden fazlasını oluşturan ve en hızlı büyüyen bölümlerden biri haline gelen 15-29 yaşları arasındaki gençlik seyahat dinamiklerinin yaklaşık olarak 190 milyon uluslararası gezi sunduğu belirtilirken (UNWTO, 2016), UNWTO'ya göre 2020 yılı itibariyle de yaklaşık 300 milyon uluslararası gençlik seyahatinin olacağı öngörülmektedir (UNWTO, 2011).

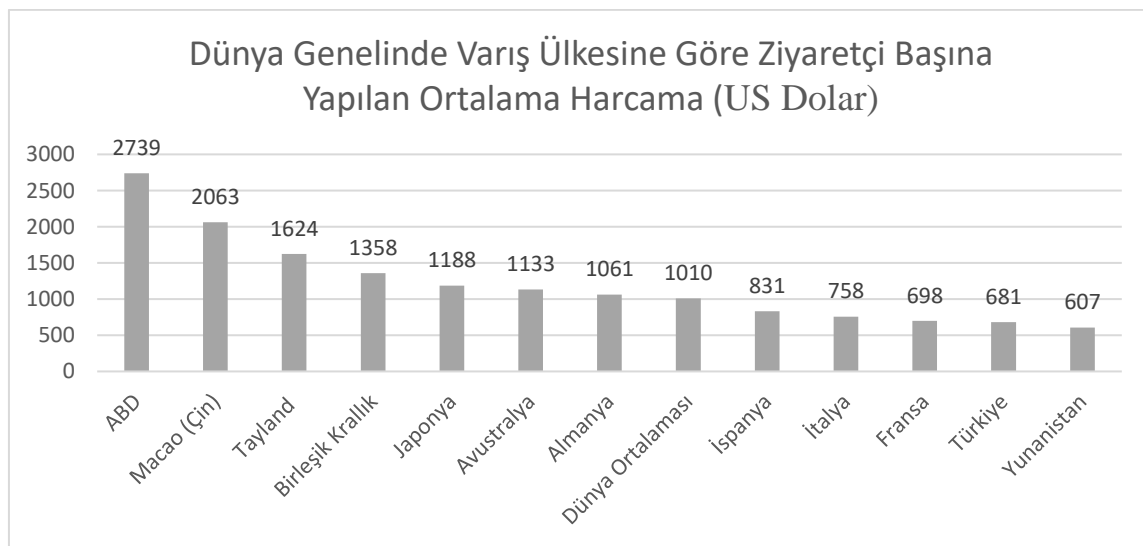
Gençlik turizminin 15-29 yaş arası ile sınırlanışı, bu gruptaki turistlerin günümüzdeki bilinen ifadesi ile *Y Kuşağı* grubu içinde olduğunu belirtmiştik. Avrupa'daki Y Kuşağını belirtmek için kullanılan *Avrupa Millennials* ismiyle tanımlanan ve 1980 ile 2000 yılları arasında doğan insanlar 2016 yılı itibariyle 16-36 yaşları arasındadır. Dolayısıyla Avrupa Millennials, gençlik turizminden kapsamı biraz daha geniş olsa da, bu gruba ait veriler gençlik turizmi hakkında da bizlere veri sağlamaktadır. *Avrupa Millennials*'ın, 2015'te yaklaşık 150 milyon yurt dışı seyahatine çıktığı belirtilmektedir. Bu sayı, tüm Avrupa'dan yurt dışına yapılan seyahatlerin yaklaşık üçte birini temsil etmektedir (www.itb-berlin.de). Gençlerin yurt dışına yaptığı seyahatlere bakıldığında büyük bir pazar bölümünü oluşturduğu görülmektedir.

Pazar büyüklüğünün yanı sıra seyahat için harcanan para miktarı ve harcama şekli, seyahate karar verme sürecinin merkezinde bulunmaktadır (Decrop ve Snelders, 2004). Yıllık gelir, seyahatteki kişi sayısı, kalış süresinin kısaltılması ya da daha uzun süre

tutulması, yaş ve meslek gibi unsurların (Perez ve Sampol, 2000) yanı sıra, seyahatte tercih edilen konaklama türü ile ihtiyaçları en iyi şekilde karşılayan bir yer seçilmesi gibi çeşitli seçimler, turist harcamalarının belirleyicileri arasında yer almaktadır.

Seyahat kararında bulunan turistler, ürün ve hizmetlerin birbiriyle ilişkili olmasını talep etmektedir. Böylece turizm amacıyla bir mal ve hizmetin satın alınması, diğer ek öğelerin de satın alınmasını (ör. konaklama rezervasyonu, ulaşım modeli ayarlama, belli başlı ilgi çekici yerlere veya gezi turları organizasyonu, yemek yeme vb.) tetiklemektedir (Kozak, Gokovalı ve Bahar, 2008). Böylece her bir öge için harcanan para birleşimi, turistlerin tatil için harcamak istedikleri toplam tutarı artırmaktadır.

Ülkelere göre ziyaretçi başına turizm gelirinde 2017 yılında dünya ortalaması 1.010 US Dolar iken Türkiye'ye gelen bir ziyaretçi ülkemizde ortalama 681 US Dolar harcamıştır. Dünya genelinde ziyaretçilerin harcamaları incelendiğinde (Şekil 1.3), ABD'de bir ziyaretçi ortalama 2.739 US Dolar, Macao (Çin)'de 2.063 US Dolar, Tayland 1.624, Birleşik Krallık'ta 1.358 US Dolar, Japonya 1.188 US Dolar, Avustralya 1.133 US Dolar, Almanya 1.061 US Dolar ile dünya ortalamasının üstünde harcama yapmıştır. İspanya'ya giden bir ziyaretçi 831 US Dolar, İtalya 758 US Dolar, Fransa'ya giden 698 US Dolar ve Yunanistan'a giden 607 US Dolar harcamıştır (UNWTO, 2018). Türkiye'ye gelen bir ziyaretçi ise 2018 yılında 647 US Dolar harcama yapmıştır (TÜİK, 2019).



Şekil 1.3. Dünya genelinde varış ülkesine göre ziyaretçi başına ortalama harcama US Dolar (2017) (UNWTO, 2018: 15-19).

* (www.e-unwto.org) verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

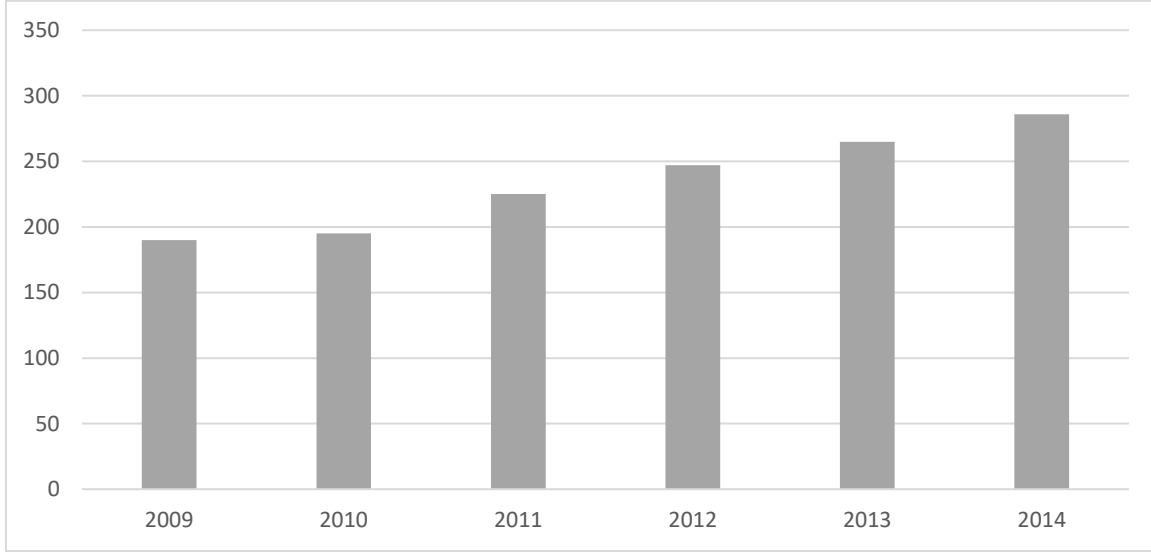
Genel olarak turist harcamalarının yanı sıra, gençlerin seyahatlerini gerçekleştirirken turizmin tüm bileşenleri (konaklama, seyahat ve ulaşım, yeme-içme ve rekreasyon faaliyetleri) dikkate alındığında yaptıkları harcama miktarlarının dağılımı Şekil 1.4 ile görülebilir. Gençlerin en fazla harcama miktarı ulaşım türlerine (%40) olurken, ikinci olarak en fazla harcama konaklama (%18) için yapılmaktadır. Gençler tarafından yapılan harcama miktarı içinde en düşük payı ise iletişim harcamaları (%5) almaktadır.



Şekil 1.4. Gençlik seyahatlerinin bütçe yapısı (Moisă, 2010: 577).

Diğer taraftan kendin pişir kendin ye biçimindeki daha az hizmet alınan konaklama türlerini talep edenler ile diğer konaklama türlerini talep edenler arasında harcama konusunda farklılıklar bulunmaktadır (Perez ve Sampol, 2000). Konaklama ve yeme içmeye daha az bütçe ayıran gençler, bütçelerini diğer turizm ürünlerinden faydalanmak üzere kullanarak yılın tamamında turizm faaliyetlerinden yararlanmaktadırlar.

UNWTO'ya göre çoğunluğunu öğrencilerin oluşturduğu uluslararası gençlik seyahat pazarının toplam ekonomik değeri 2014 yılında 286 milyar US Dolar olurken (Şekil 1.5), 2020 yılına kadar neredeyse 370 milyon genç yolcunun, 400 milyar US Doları aşan harcama yapacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016).



Şekil 1.5. Küresel gençlik seyahati harcamaları (Milyar US Dolar)

Kaynak: (UNWTO, 2016: 10-11).

Genç seyahatçiler içindeki birçok öğrencinin seyahatlerini ebeveynleri karşılamış ya da seyahatlerine katkıda bulunmuş olsalar da, bazı öğrenciler seyahatlerini kendileri finanse etmektedirler (Heung ve Leong, 2006). Ayrıca gençlik turizmi harcamalarında, çoğu öğrencinin maddi desteğinin çoğunluğunu tasarruf ve birikimlerinden sağlamalarının yanı sıra, ailenin yapmış olduğu ekonomik katkı, asistanlık veya burs gibi çeşitli kaynaklardan geldiği (Shoham ve diğerleri, 2004) ve sıkı bir bütçe ile seyahat etme ihtimalinin daha yüksek olduğu ileri sürülürken, seyahat bütçesini diğer faktörlerden daha önemli gören düşük gelirli öğrenci grupları ile de karşılaşmak mümkündür (Mok ve Armstrong, 1995).

Gençlerin harcamalarına bakıldığında, çoğu Avrupalı genç (%66), yedi gecedan kısa süreli seyahat gerçekleştirirken, seyahat başına ortalama 900 US Doları harcamıştır (www.itbberlin.de). UNWTO tarafından yapılan araştırmalar 2014’de, genç gezginlerin gezilerinde ortalama 2,160 US Dolar (1,591 EURO) harcadıklarını göstermektedir. Bu, 2013 yılında uluslararası turistlerin her bir gezi için ortalama 1,097 US Dolar (950 EURO) ile karşılaştırıldığında gençler çoğu turiste göre daha çok yol kat ettikleri için, gençler ortalama olarak üçte ikisi kadar daha fazla harcamaktadır. Avustralya’daki araştırmalar, ortalama sırt çantalıların 2013’te ülkede 84 gece kaldığını ve 5,759 Avustralya doları harcadığını gösterirken, aylarca kalan genç yolcuların 2013 yılında ortalama 21,645 Avustralya doları harcadığını görülmüştür. Avustralya’daki genç gezginler 2013 yılında ortalama toplam 7,278 US Dolar, tüm ziyaretçiler için 3,326 Avustralya doları ortalaması ile kıyaslanabilir.

Gençlerin seyahatlerinde önemli bir pazara sahip olan Avustralya’da yapılan bir çalışmaya göre yabancı öğrencilerin %24’ü seyahatlerinde (500-1000) Avustralya doları harcarken, %23’ü (300-500) Avustralya doları harcamıştır. Öğrencilerin %14’ü ise (1000-2000) Avustralya doları harcamışlardır. Yabancı öğrencilerin geldikleri bölgelere göre kıyaslandırma yapıldığında ise Avustralya’daki Çinli öğrenciler (%22,9) (501-1000) Avustralya doları, Hintli öğrenciler (%24) (301-500) Avustralya doları, Kuzey Amerikalı öğrenciler (%27) (301-500) Avustralya doları ve Avrupalı öğrenciler (%23,8) (101-300) Avustralya doları harcamışlardır. 1000 Avustralya dolarının üzerindeki harcamayı çoğunlukla Avrupalı öğrenciler (%16,5) yaparken, bu harcamayı Çinli (%13,1), Kuzey Amerikalı öğrenciler (%10,2) ve Hintli öğrenciler (%9) takip etmektedir. Ayrıca beş kişiden biri (%20) 100 Avustralya dolarından az harcamıştır (Gardiner ve diğerleri, 2013). Dört farklı vatandaşlık grubunun karşılaştırılması, seyahatlerinde önemli derecede farklı harcamalar yaptıklarını ortaya koymaktadır. Yine Avustralya’da yapılan bir başka çalışmada, çoğu Çinlilerden oluşan uluslararası öğrenciler seyahatlerinde, Çinli olanların (%68,6) 500 \$’dan daha az harcama yaparken, yine Çinli öğrencilerin (%31,4) 500 \$’dan daha fazla harcama yapmıştır. Çinli olmayan öğrencilerin ise %61,3’ü seyahatlerinde 500 \$’dan daha az harcama yapmışlardır (King ve Gardiner, 2015).

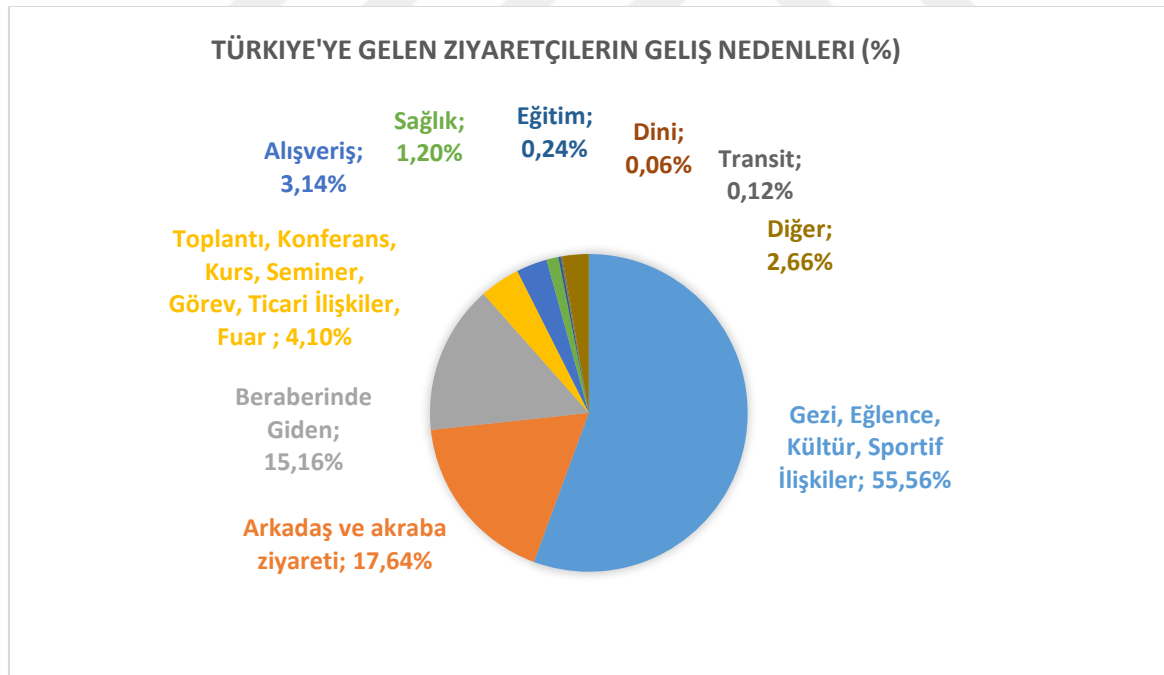
Sonuç olarak, genç turistlerin kendilerinden büyük turistlere kıyasla daha az harcama yaptığı görülürken (Thrane ve Farstad, 2011), gençlerin uluslararası turizm seyahatleri üzerindeki ortalama harcamalarının, tüm turistlerin ortalama harcamalarına benzer olduğu bilgisine varılabilir. Ayrıca gençlerin seyahatleri sırasında günlük ortalama harcamaları az gibi görünse de, yılın tamamına bakıldığında gençler diğer turistlere göre daha çok harcama yapmaktadırlar.

1.7.2. Türkiye Gençlik Turizmi Pazarı

TURSAB 2015 Gençlik Turizmi Raporu’na göre, Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısı 2013 yılı itibariyle kayıtlara 34 milyona yakın olarak yansımıştır. Bunun 3.8 milyonunu, yani yaklaşık %11,3’ünü 15-24 yaş arası grup oluşturmaktadır. 25-44 yaş arası yabancı turist sayısı da 14 milyona yakındır. 0-14 yaş grubu içinden 7-14 yaş, 25-44 yaş grubundan da 24-27 yaş grubu alındığında Türkiye’ye gelen genç yabancı turistlerin sayısı 8.5 milyonun üzerinde olarak hesaplanmaktadır. Diğer bir bakış açısıyla her 4 yabancı turistten biri genç turistir. Türkiye’ye gelen yabancı turistler arasında öğrenci olanların payına

bakıldığında ise %7'ye yakın bir oran çıkıyor. Türkiye'ye 2013 yılında 2 milyon 664 bin öğrenci turist gelmiştir. Bu rakam 2009 yılında 2.1 milyon düzeyinde görülmektedir. Bir başka deyişle; Türkiye'ye tatile gelen yabancı öğrencilerin sayısı 4 yılda yaklaşık %25'lik bir artış yakalamıştır (TÜRSAB, 2015). Diğer yandan yukarıdaki rakamların gençlik turizmi potansiyeli hakkında bilgi vermekle beraber, bu pazarı net olarak yansıtmadığı söylenebilir. Çünkü gençlik turizmi tanımında da tartışıldığı üzere, bağımsız seyahat etme şartına ne derece uyulup uyulmadığı bilinmemektedir.

2018 yılı itibariyle Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin geliş nedenlerine bakıldığında (Şekil 1.6) en yüksek payı gezi, eğlence, kültür ve sportif ilişkiler başlığının (%55,56) aldığını görmek mümkündür. Ayrıca yine aynı şekil üzerinden en büyük ikinci payı Akraba ve arkadaş ziyareti (%17,64) başlığı ile görebilmek mümkündür. Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin geliş nedenleri içinde, eğitim amacıyla gelenlerin almış olduğu payı da görebilmek mümkündür. Buna göre aslında Türkiye'ye eğitim amacıyla gelenlerin payı tüm ziyaretçiler içinde (%0,24) oldukça düşük görülmektedir.



Şekil 1.6. Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin geliş nedenleri (2018)

*TÜİK, 2019 verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Türkiye'den "Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi" verileri içindeki eğitim/staj amaçlı (1 yıldan az) ziyaretçi sayısı kullanılarak eğitim turizmi hakkında

fikir elde etmek mümkündür. Eğitim/staj amaçlı çıkış yapan ziyaretçi sayısı Çizelge 1.5’de görülebilmektedir. 2018 yılı itibariyle Türkiye’den geliş nedenine göre çıkış yapan toplam yabancı ziyaretçi sayısı (gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler, akraba ve arkadaş ziyareti, eğitim, sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az), dini/hac, alışveriş, transit, iş amaçlı ve diğer ve beraberinde giden toplamı) 45.628.673 kişidir. Eğitim amacıyla çıkış yapan turist sayısı ise 2018 yılı içerisinde 114.036 olarak istatistiklere yansımıştır. 2018 yılında toplam ziyaretçi sayısı içindeki eğitim amaçlı geliş amacına göre çıkış yapan ziyaretçilerin yüzdesi ise %0,24 olarak görülmektedir. Eğitim/staj amacıyla seyahat eden turistleri eğitim turizmi kapsamında değerlendirmek ve Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçilerin eğitim turisti profilini eğitim amacıyla seyahat eden turistlerden faydalanarak görebilmek mümkündür. Ayrıca Türkiye’ye eğitim amacıyla gelen öğrencilerin sayısı Çizelge 1.5.’deki eğitim/staj başlığı ile sınırlı değildir. Bu ifade ayrıntılı olarak ikinci bölümde (Bkz. Şekil 2.6) Türkiye’deki yabancı öğrenci görüntüsünü sunan şekil altında ifade edilmiştir.

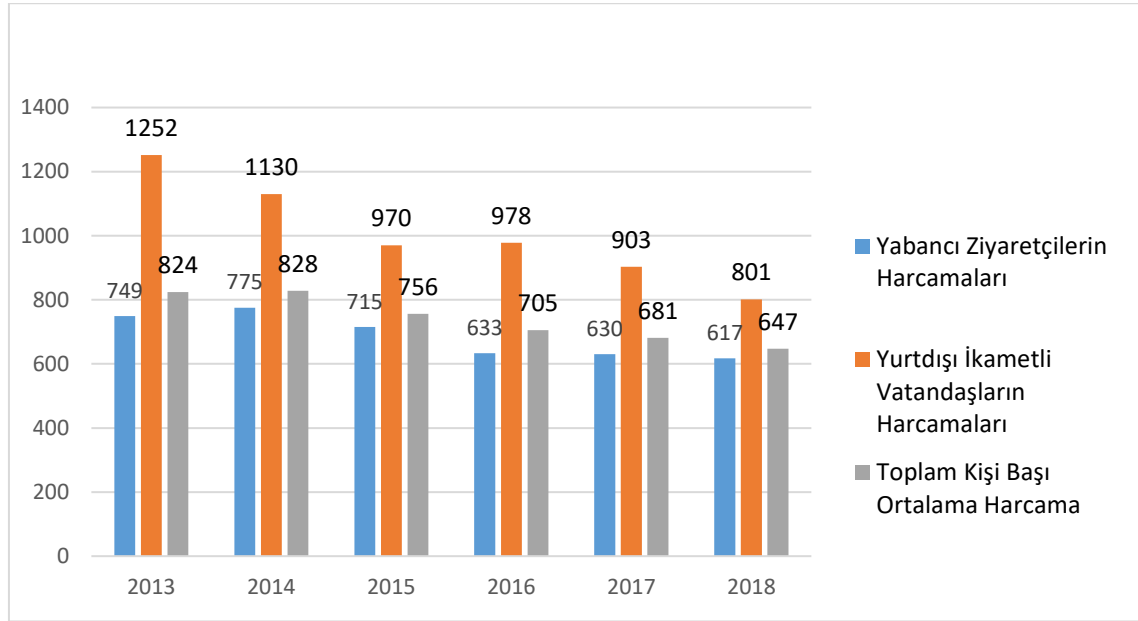
Çizelge 1.5. Geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler

Yıl	Toplam	Geliş Nedeni									
		Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler	Akraba ve arkadaş ziyareti	Eğitim, staj (1 yıldan az)	Sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az)	Dini/hac	Alışveriş	Transit	İş amaçlı (konferans, toplantı, görev vb.)	Diğer	Beraberinde giden
2007	27 214 986	13 002 599	4 319 515	149 430	198 554	143 969	1 126 186	38 133	2 347 545	1 299 360	4 589 695
2008	30 979 974	15 031 984	4 864 747	157 464	224 654	99 041	1 074 853	232 571	2 367 268	1 197 768	5 729 624
2009	31 972 377	16 407 366	5 380 786	217 665	201 222	127 815	1 175 900	637 144	1 577 508	1 087 840	5 159 131
2010	33 027 941	17 448 324	5 194 790	176 975	163 252	114 340	1 062 808	769 814	1 723 940	1 130 648	5 243 050
2011	36 151 327	18 602 663	6 058 787	240 583	187 363	106 743	1 101 744	795 916	2 134 624	1 166 273	5 756 631
2012	36 463 921	20 331 030	5 436 739	222 442	216 229	66 401	877 687	38 548	2 158 204	956 250	6 160 389
2013	39 226 226	21 680 347	5 757 757	190 272	267 461	59 076	952 204	36 429	2 333 144	1 154 085	6 795 452
2014	41 415 070	23 904 039	5 979 016	176 324	414 658	83 180	1 058 365	38 698	2 315 225	1 061 792	6 383 774
2015	41 617 530	24 215 399	6 403 696	144 093	360 180	75 908	1 149 973	43 535	2 212 327	1 239 374	5 773 046
2016	31 365 330	15 287 344	7 031 921	101 142	377 384	47 329	1 237 627	29 529	1 810 536	1 231 626	4 210 892
2017	38 620 346	19 389 968	8 436 850	104 904	433 292	27 005	1 505 756	20 591	1 780 820	1 337 588	5 583 572
2018	45 628 673	25 355 412	8 050 784	114 036	551 748	29 072	1 433 776	55 154	1 902 089	1 218 028	6 918 575

Kaynak: (TÜİK, 2019)

Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin geliş amaçlarının yanı sıra, Türkiye’de yaptıkları harcama miktarı ile de Türkiye’nin turizmden aldığı ekonomik katkıyı görebilmek mümkündür. Yabancı turistlerin 2013-2018 yıllarında Türkiye’de yapmış oldukları harcama miktarları Şekil 1.7 ile ifade edilebilir. 2013 yılında yabancı turistlerin Türkiye’de turizm amacıyla ortalama harcamaları 749 US Dolar olmuştur. 2014 yılında yabancı turistlerin ortalama harcamaları ise 775 US Dolar olarak istatistiklere yansırken, 2015 yılında turistlerin ortalama harcamaları 715 US Dolar olarak istatistiklere yansımıştır. 2016 yılında

turistlerin ortalama harcamaları 633 US Dolar olurken, 2018 yılı itibariyle ise Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yapmış oldukları ortalama harcama tutarı 617 US Dolar olarak görülmektedir. Yurtdışı ikametli vatandaş ziyaretçilerin harcamaları ise 2013 yılında 1252 US Dolar, 2014 yılında 1130 US Dolar, 2015 yılında 970 US Dolar ve 2016 yılı itibariyle de 978 US Dolar olarak görülmektedir. Son olarak 2018 yılında ise azalma olmuştur ve 801 US Dolar olarak kayıtlara yansımıştır.



Çizelge 1.6. Çıkış yapan ziyaretçilerin ortalama harcamaları (US Dolar)
Kaynak: (TÜİK, 2019)

Gençlerin ayrı bir harcama istatistiği olmasa da, eğitim/staj (gençlik turizmi) amaçlı ülkemize gelen ziyaretçilerin harcama miktarları bize bu konuda fikir verebilir.

Yurdakul ve Özgencil (2016)'nın, (Bkz. Çizelge 1.5)'deki rakamlar üzerinden yaptıkları ekonometrik araştırması önemli bir sonucu ortaya çıkarmaktadır. Buna göre, "Eğitim/Staj (gençlik turizm) amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, gençlik turizmden elde edilen turizm gelirini 711 US Dolar arttırmaktadır" (Yurdakul ve Özgencil, 2016: 85). Ayrıca aynı çalışmanın sonuçlarına göre bir kişilik ziyaretçi artışının turizm gelirinde en yüksek artışa sebep olduğu turizm türü 962 US Dolar ile sağlık turizmi olmuştur.

Türkiye'ye gelen turistlerin yapmış oldukları ortalama harcamalar (Çizelge 1.6) 2018 yılında 647 US Dolar olurken, Türkiye'ye gelen gençlerin yapmış oldukları kişi başı

ortalama harcamaları da 2016 yılında yapılan bir araştırma sonucuna göre 711 US Dolar şeklinde gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin yapmış oldukları kişi başı ortalama harcama ile Türkiye'ye eğitim amacıyla gelen genç ziyaretçilerin yapmış olduğu kişi başı ortalama harcamaları birbirine benzerlik gösterse de, gençlerin diğer turistlerden biraz daha fazla harcama yaptığı görülmektedir.



2. GENÇLİK TURİZMİ BAĞLAMINDA ULUSLARARASI ÖĞRENCİLER

2.1. Uluslararası Öğrenci Tanımı

Ekonomik, sosyolojik, politik ve kültürel gelişmeler üzerinde çeşitli etkileri olan küreselleşme eğitim alanını da etkilemiştir. Eğitim alanındaki uluslararası öğrencilerin büyük çoğunluğu yükseköğrenim gören öğrencilerdir ve yükseköğretimde küreselleşmenin en önemli göstergelerinden biri de öğrenci hareketliliğidir (Altbach, 2006: 123).

Gelişmekte olan ülkelerden birçok öğrenci, eğitim amacıyla gelişmiş ülkelere göç etmektedir ve uluslararası öğrenci hareketliliği, yüksek vasıflı göçmenlerin gelişmiş ülkelere seyahat etmelerini sağlayan önemli bir araç olarak görülmektedir (Mok, 2010). Küresel bir güç haline gelen öğrencilerin uluslararası hareketliliği neticesinde, uluslararası öğrenci tanımının yapılması da bu açıdan büyük bir öneme sahiptir.

Uluslararası öğrenci pazarı küresel bir olgu olmasına rağmen, uluslararası öğrenci tanımları tartışmalar içermekle birlikte ilgili istatistiklerin toplanması da tutarsızlıklar barındırmaktadır. En yaygın olarak kabul edilen uluslararası öğrenci tanımlaması Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonunun (UNESCO, 2009) tanımıdır. UNESCO, uluslararası öğrenciyi, “Eğitim amacıyla ulusal ya da bölgesel sınırların dışına çıkan ve uyuşu bulunduğu ülke dışında öğrenci olarak kayıtlı kişi” olarak tanımlamaktadır (UNESCO, 2009). Bu tanım, öğrencilerin kendi ülkesini veya kaynak bölgesini terk edip başka bir ülkeye veya bölgeye gitmeleri olarak ifade edilmektedir.

OECD ise uluslararası öğrenci ile yabancı öğrenciyi farklı tanımlamaktadır. Söz konusu ayırım şu şekilde yapılmaktadır; uluslararası öğrenci, eğitim amacıyla başka bir ülkeye giden öğrencileri ifade ederken, yabancı öğrenci ise yine kendi ülkesi dışında eğitim gören fakat o ülkede uzun süreli ikamet iznine sahip kişi olarak tanımlamaktadır. OECD'nin tanımına göre uluslararası öğrenci, vize ya da özel izinler çerçevesinde kendi ülkesi dışında akredite bir kurumda belli bir öğrenim programına katılma hakkı verilen kişi olarak tanımlanmaktadır (OECD, 2013).

Uluslararası öğrencilerin önemli özellikleri şöyle sıralanabilir (UNESCO, 2009):

- Bu öğrenciler, ev sahibi ülkedeki kayıt süreleri boyunca daimi ikamet eden kişiler olarak tanımlanmazlar.
- Uluslararası öğrenciler, farklı bir yargı alanında bulunan bir kurumdan mevcut derslere girmek için gerekli yeterlilikleri elde etmişlerdir. Örneğin bir üniversite öğrencisi lisans öğrenimini, üçüncü kademe eğitimini sürdürdükleri ülkelerden farklı bir ülkede tamamlamış olmalıdır.
- Uluslararası öğrenciler ev sahibi ülkenin vatandaşı değildirler.

Yükseköğrenim sürecine giren kişiler öncelikle eğitim boyunca sahip oldukları nitelikli yükseköğrenim harcamaları ve ardından ev sahibi ülkedeki nitelikli iş gücünün bir parçası haline getirilerek yerel ve uluslararası ekonomilere katkıda bulunurlar (Bleaney, Binks, Greenaway, Reed ve Whynes, 1992). Ayrıca genç nüfusu azalan ülkelerde emek sıkıntısının aşılmasına katkıda bulunmak ve eğitim sektörünün gelişimi ile yeni istihdam alanlarını açmak, uluslararası öğrencilerin ev sahibi ülkeye dolaylı ekonomik faydalarından biri olarak görülmektedir (Kapur ve Crowley, 2008).

Anlaşıldığı üzere uluslararası öğrenci hareketliliği sadece eğitim alanını etkilememektedir. Hareket halinde bulunan öğrenci kitlesi hem eğitim sektörünü geliştirirken hem de ekonomik olarak kaynak ülkesine ve eğitim görmek amacıyla seyahat ettiği ev sahibi ülkeye ekonomik açıdan fayda sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında başta eğitim olmak üzere işletme ve ekonomi, bilim ve teknoloji, sanayi, politika ve siyaset, sosyal ve kültürel olmak üzere küresel toplumun farklı pek çok yönünü etkilemektedir. Uluslararası öğrencilerin hem hemen hem de gelecekte piyasa fırsatları sundukları açık olarak görülmektedir.

2.2. Uluslararası Eğitim Pazarı Profili

Eğitim; bireyi geliştirmeye yönelik çalışmaların tümü olarak ifade edilirken, bir başka tanıma göre ise eğitim; yeni yetişen kuşakları toplum hayatına hazırlamak amacıyla gerekli bilgi, beceri ve anlayış kazanmalarına ve kişilik geliştirmelerine yardım etme etkinliği olarak ifade edilmektedir (Öncüer, 2006: 50).

Eğitim politikaları bir zamanlar ulusal bir mesele olarak kabul edilirken, küreselleşmeyle birlikte uluslararası bir nitelik kazanarak, ulusların kendi politikalarını

küreselleşmiş dünyaya göre değiştirmesine neden olmuştur. Bu değişim de kendini özellikle yükseköğretim hizmetlerinde daha fazla göstermiştir (Ünlü, 2015).

Eğitim görmek için öğrenci seyahatlerinin artmasıyla birlikte üniversitelerarası ilişkileri güçlendirmek amacıyla 1976 yılından itibaren eğitim çalışmalarının yapıldığı belirtilmektedir. 1976 ve 1986 yılları arasında üniversiteler arasındaki ilişkileri güçlendirmek için öğretim elemanı ve öğrenci değişimini gerçekleştirmek amacıyla ortak programlar oluşturulmuştur. Avrupa’da yapılan bu çalışmalar Erasmus Programı’nın oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu programla beraber Avrupa Birliği Gençlik ve Eğitim Programı altında üç alt program oluşturulmuştur. Bu programlara 25 Avrupa Birliği ülkesi ve üç aday ülke (Bulgaristan, Romanya ve Türkiye) ile üç Avrupa Serbest Ticaret Birliği ülkesi (İzlanda, Lihtenştayn ve Norveç) katılmaktadır (Bilici, 2016: 5).

Avrupa Komisyonu Gençlik Programı, yurt dışında gençlerin aktif, sosyal ve kültürel programlara katılmalarını sağlamak amacıyla Leonardo ve Sokrates (Erasmus ve Lingua) gibi akademik ve istihdam değişim programları ile Avrupa Birliği içinde her yıl 100.000’den fazla genç ve öğrencinin hareketliliğini kolaylaştırmak için fırsatlar sunan gençlik ve öğrenci seyahatlerini teşvik etmektedir (Richards ve Wilson, 2003).

Çizelge 2.1. Erasmus plus programında yer alan ülkeler

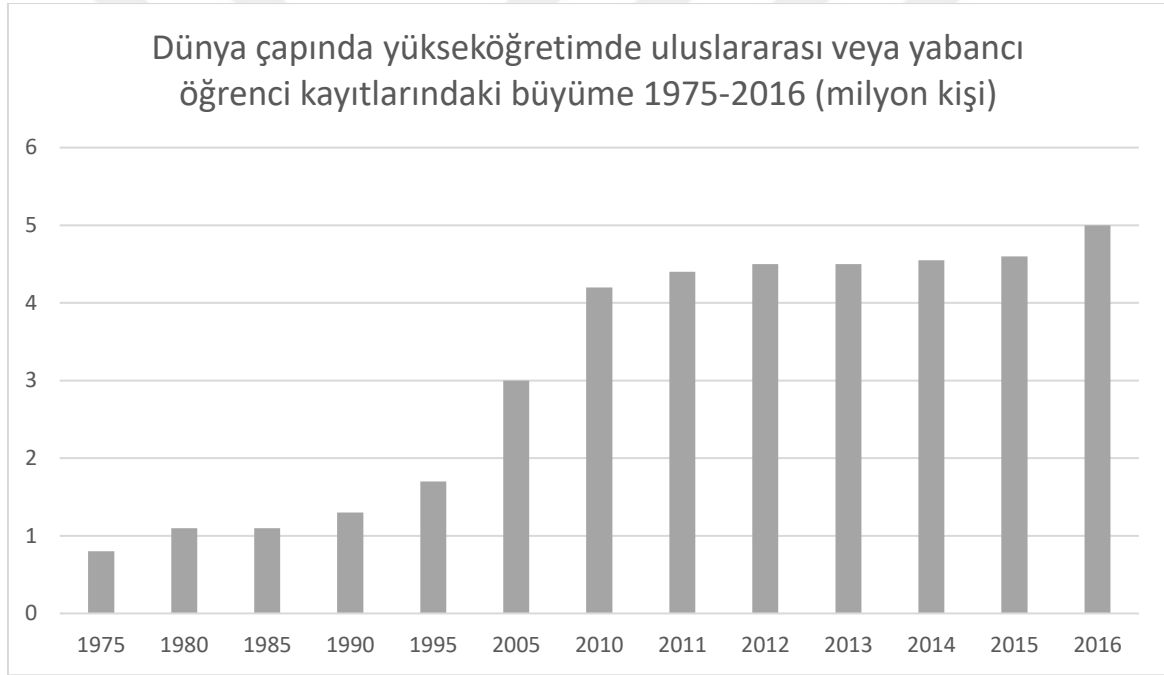
Erasmus Plus Programı’nda yer alan ülkeler						
Almanya	Danimarka	Hollanda	Kıbrıs	Makedonya	Slovenya	*İzlanda
Avusturya	Estonya	İsveç	Letonya	Malta	Yunanistan	*Lihtenştayn
Belçika	Finlandiya	İspanya	Litvanya	Polonya	*Bulgaristan	*Norveç
Birleşik Krallık	Fransa	İrlanda	Lüksemburg	Portekiz	*Romanya	
Çek Cumhuriyeti	Hırvatistan	İtalya	Macaristan	Slovakya	*Türkiye	

Kaynak: (Marshall, 2017: 8)

* Avrupa Birliği’ne aday ülkeler * Avrupa Serbest Ticaret Birliği ülkeleri

Uluslararası eğitimin özellikle İngilizce dili konuşulan ülkelerde eğitim deneyimlerini arayan Asya öğrencileri arasında batı eğitiminin daha popüler hale gelmesi

son zamanlarda hızlanmıştır (Davidson, Wilkins, King, Hobson, Craig-Smith ve Gardiner, 2010). UNESCO'nun 2014 yılında yayınlamış olduğu rapora göre; uluslararası hareketli öğrencilerin küresel nüfusu, 2000 yılında 2.1 milyon iken, 2011 yılında yaklaşık 4.5 milyona çıkmıştır. Bu büyüme göz önüne alındığında, 2014 yılındaki 5 milyona yakın olan uluslararası öğrenci sayısı 2000 yılındaki uluslararası öğrenci sayısının iki katı olduğunu göstermektedir (monitor.icef.com, 2014). 1970'lerin sonundaki uluslararası öğrenci sayısı (Şekil 2.1) 800 bin iken, yaklaşık 45 yıl sonrasında gelindiğinde 2015 yılı itibariyle 4.6 milyon uluslararası öğrenci sayısı büyük yükseliş göstermiştir (OECD, 2017). 2016 yılında ise toplam yabancı uyruklu öğrenci sayısı 5 milyon kişi olmuştur (OECD, 2018). Ayrıca 2025 yılına kadar yabancı öğrenci sayısının 8 milyona ulaşması (OECD, 2014) beklenmektedir.



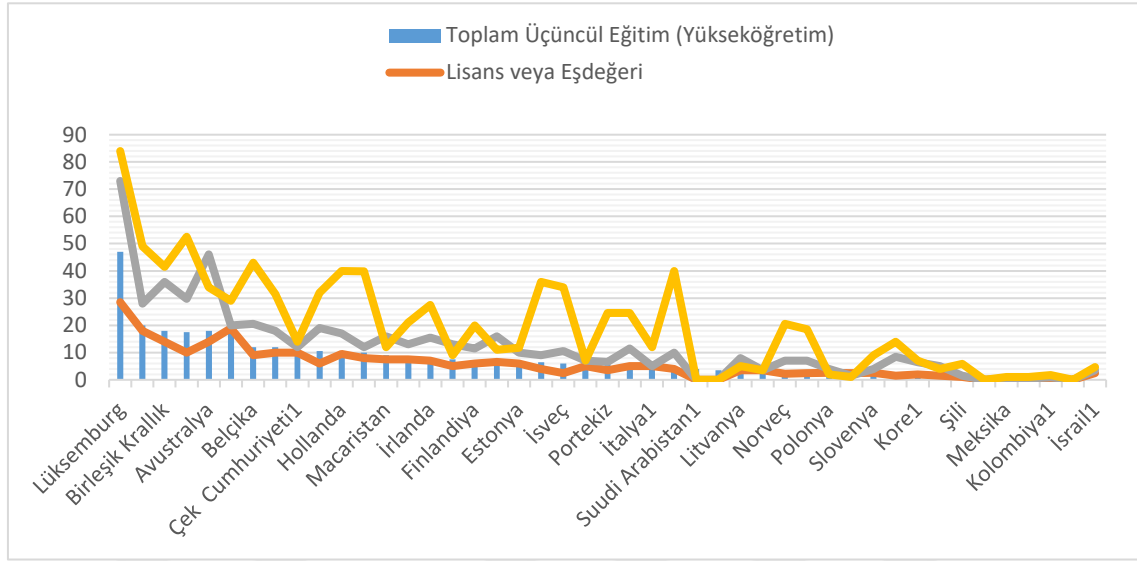
Şekil 2.1. Dünya çapında yükseköğretimde uluslararası veya yabancı öğrenci kayıtlarındaki büyüme (1975-2016)

* OECD, 2018: 224 (www.oecd-ilibrary.org) verilerinden yararlanılarak Şekil 2.1 oluşturulmuştur.

2016 yılında toplam uluslararası öğrenci pazarında Çin 869.387 uluslararası öğrenci sayısı ile Dünya'nın en büyük kaynak pazarı olarak tanımlanmaktadır. Bunu 305.970 sayısı ile Hindistan izlemektedir, Almanya 119.021, Kore Cumhuriyeti 105.360, Fransa 90.717, Kazakistan 89.505, Suudi Arabistan 89.282, Nijerya 89.094, Vietnam 82.160 ve Amerika Birleşik Devletleri 72.830 sayısı ile Dünya'nın en çok uluslararası öğrenci gönderen ilk 10 ülkesini oluşturmaktadır. 2016 yılında Türkiye'den ise 44.471 öğrenci başka ülkelere eğitim görmek amacıyla seyahat etmiştir (UNESCO, 2018).

2016 yılında, OECD’de yükseköğrenim programlarında 3.5 milyon uluslararası öğrenci kaydı bulunmuştur. Hareket halindeki uluslararası öğrenciler OECD ülkeleri arasında ortalama olarak yükseköğretim programlarındaki toplam kayıt sayısının (Şekil 2.3) %6’sını oluşturmaktadır, ancak tüm kayıtların %26’sı doktora düzeyindedir. Avrupalı öğrenciler lisans ve doktora seviyesinde daha hareketli olma eğilimi gösterirken, Asyalı öğrenciler kısa dönemli yükseköğrenim eğitimi ve yüksek lisans düzeyinde uluslararası olarak daha fazla hareket halindedir. Öğrenci hareketliliği, uluslararası öğrencilerin tüm diğer bölgeleri için doktora düzeyinde artmaktadır. Lisans programlarındaki uluslararası kayıtlar nispeten düşük kalmaktadır ve mevcut ülkelerin yarısı %5’in altında ve incelenen ülkelerin %80’inde ise %10’un altında bir seyir göstermektedir. Bununla birlikte, birkaç ülke bu düzeyde daha uluslararası bir profil göstermektedir (lisans düzeyinde %10 veya daha fazla uluslararası öğrencidir). Örneğin, Avusturya, Lüksemburg ve Yeni Zelanda’da, lisans seviyesindeki öğrencilerin %15’inden fazlası uluslararası öğrencileridir. Uluslararası kayıtlar, yüksek lisans seviyesinde önemli ölçüde artmaktadır. OECD alanı boyunca, bu seviyede ülkeye kayıtlı her on öğrenci için birden fazla uluslararası öğrenci bulunmaktadır. Gelen öğrencilerin oranı, ülkelerin üçte ikisinde lisans ve yüksek lisans düzeyleri arasında en az iki katına çıkmaktadır. Yüksek lisans ve lisans oranları karşılaştırıldığında Avustralya (%46’ya %14), Birleşik Krallık (%36’ya %14), Danimarka (%19’a %6) ve Norveç (%7’ye %2) yabancı öğrencilere ev sahipliği yapmaktadır. Yabancı öğrencilerin vatandaşlığına dayalı veriler de benzer bir eğilim göstermektedir. Yabancı öğrenci tanımını kullanan ülkelerde örneğin; Kore’de lisans oranı %2’ye kıyasla yüksek lisans %7 olmuştur ve Türkiye’de lisans oranı %1’e karşı yüksek lisans %4 olurken, öğrencilerin ülkelere girişindeki artış, lisans ve yüksek lisans programları arasında göze çarpmaktadır (OECD, 2018).

Toplam Yükseköğretimin Yüzdesi Olarak Uluslararası veya Yabancı Öğrenci Kaydı (%)



Şekil 2.2. Eğitim seviyelerine göre yükseköğretimde gelen öğrenci hareketliliği (2016)

*OECD, 2018: 218 (www.oecd.org) verilerinden yararlanılarak Şekil 2.2 oluşturulmuştur.

* 1- Yabancı öğrenci tanımı kullanan ülkeler.

* 2- 2015 yılı referansıdır.

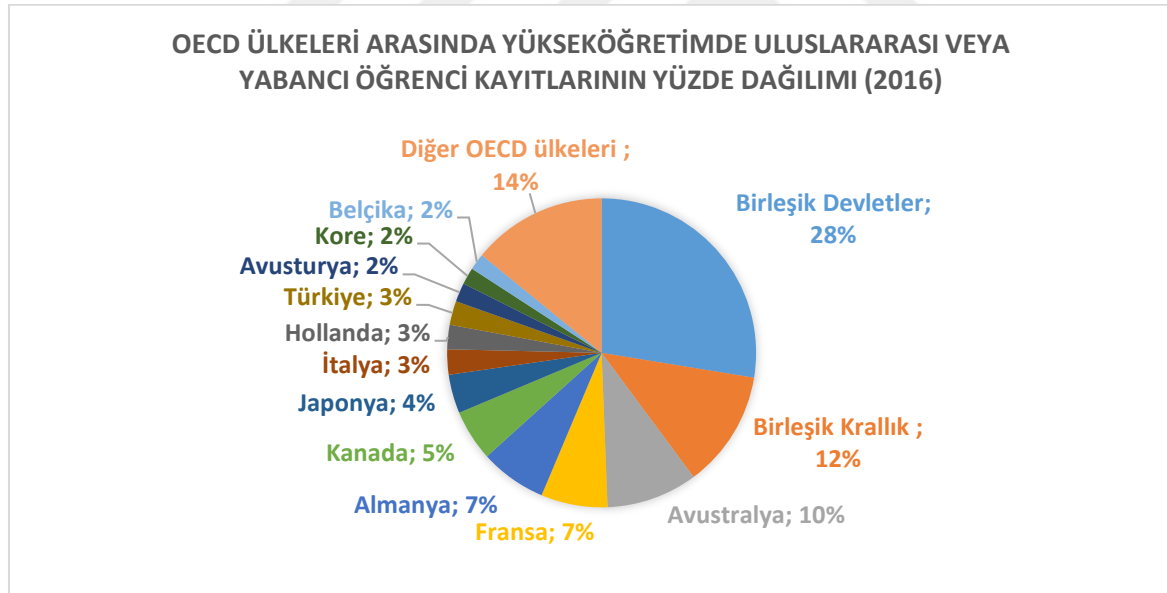
* 2017 yılı OECD Education at a Glance verilerinde yabancı öğrencilere ait veriler ile uluslararası öğrencilere ait veriler karşılaştırılmamakta ve bu nedenle şekilde ayrı bir alanda gösterilmektedir. Ancak 2018 yılı OECD Education at a Glance verilerinde uluslararası ve yabancı öğrenci verileri aynı şekilde gösterilmiştir. Çalışmadaki Şekil 2.2 2018 yılı verilerine göre oluşturulmuştur.

Uluslararası öğrenci kayıtları (Şekil 2.2) 2016 yılında OECD bölgesinde doktora düzeyinde daha yüksektir. İzlanda'daki ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki doktora programlarındaki uluslararası öğrencilerin oranı, yüksek lisans programlarından çok daha büyüktür ve ABD'de %40'a ulaşmaktadır. Bununla birlikte, Avustralya'da yüksek lisans düzeyi %46, doktora düzeyi %34, Almanya'da yüksek lisans %13, doktora %9, Macaristan'da yüksek lisans %16, doktora %12, Letonya'da yüksek lisans %16, doktora %11, Litvanya'da yüksek lisans %8, doktora %5 ve Polonya'da ise yüksek lisans %4, doktora %2 olarak görülmektedir (OECD, 2018). Anlaşılmaktadır ki uluslararası öğrenciler için uluslararası rekabet yoğunlaşmış ve günümüzde bu pazardaki önemli oyuncular kârlı pazar payı için rekabet etmektedirler.

Yükseköğretim için küresel talebin patlaması, yurtdışındaki eğitimlere olan ilgiyi arttırmıştır. 2016 yılında OECD bölgesindeki 3,5 milyon uluslararası öğrencinin 971.000'i ABD programlarına kaydolmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra Birleşik Krallık'ta 432.000, Avustralya'da 336.000, Kanada'da 189.000 uluslararası öğrenciler tarafından en cazip ülkeler olarak görülmüştür ve bu dört ülke hareketli öğrencilerin

yarısından fazlasını almıştır. Aynı yıl içerisinde Türkiye’de de 88.000 uluslararası öğrenci kaydı bulunmuştur (OECD, 2018). Bununla birlikte bu ülkelerdeki uluslararası öğrenciler esas olarak Asya’dan gelmektedir ve Asyalı öğrenciler Avustralya’daki uluslararası öğrencilerin %87’sini, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki uluslararası öğrencilerin %77’sini oluşturmaktadır. Bu oranlar Kanada’da %61 ve Birleşik Krallık’ta ise %52 olarak Asyalı öğrencilerin bu dört ülke içindeki paylarının büyük bir çoğunluk oluşturduğunu göstermektedir (OECD, 2018).

Tüm OECD ülkeleri arasında toplam yükseköğretimdeki kayıtların yüzdesi olarak uluslararası veya yabancı öğrencilerin hareketliliğini Şekil 2.3 göstermektedir. Tüm OECD ülkeleri arasında; Birleşik Devletler, en çok sayıda (toplamın %28’i) uluslararası öğrenciyi ağırlamaktadır, diğer bir deyişle öğrenciler tarafından en fazla tercih edilen ülke olarak ilk sırada yer almaktadır ve bunu Birleşik Krallık (%12), Avustralya (%10), Fransa (%7) ve Almanya (%7) aynı yüzde ile takip etmektedir (OECD, 2018).



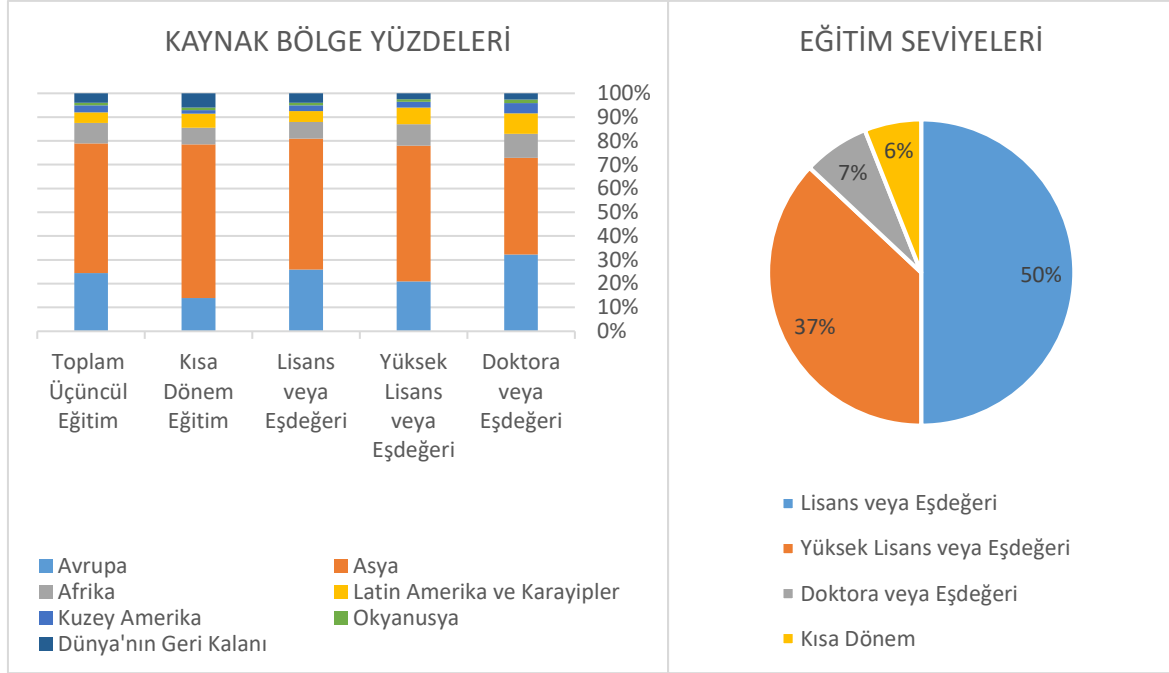
Şekil 2.3. OECD ülkeleri arasında uluslararası öğrencilerin (veya yabancı öğrenciler) eğitim gördükleri ülkelere göre (varış ülkesi) yüzdeleri

*OECD, 2018: 228 verilerinden yararlanılarak Şekil 2.3 oluşturulmuştur.

Ayrıca önemli bir noktayı da belirtmek gerekirse, örneğin Amerika Birleşik Devletleri’ne yapılan uluslararası veya yabancı öğrenci kaydı 971.000 kişi, toplam uluslararası veya yabancı öğrenci kaydının %28’ini oluştururken (Şekil 2.3), Amerika Birleşik Devletleri’ndeki yükseköğretimdeki tüm öğrencilerin %5’i uluslararası veya

yabancı öğrencidir (Bkz. Şekil 2.2). Yine başka bir örnek verecek olursak, Lüksemburg'a yapılan uluslararası veya yabancı öğrenci kaydı 3000 kişi, toplam uluslararası veya yabancı öğrenci kaydının %0,085'ini oluştururken (Şekil 2.3), Lüksemburg'daki yükseköğretimdeki tüm öğrencilerin %47'si uluslararası veya yabancı öğrencidir (Bkz. Şekil 2.2).

Uluslararası öğrencilerin OECD ülkeleri içindeki kaynak bölgelere göre dağılımlarını Şekil 2.4 ile görebilmek mümkündür. 2016 yılında Asya'dan 1.9 milyon öğrenci (uluslararası öğrencilerin %55'i) eğitim amacıyla başka ülkelere seyahat etmişlerdir. Asyalı öğrencilerin üçte ikisi Avustralya (%15), Birleşik Krallık (%11) ve Birleşik Devletler (%38) gibi yalnızca üç ülkeye eğitim amacıyla seyahat etmeye yakın görülmektedir. Avrupa'dan 845.000 öğrenci (OECD ülkelerine kayıtlı tüm hareket halindeki öğrencilerin %24'ü) eğitim amacıyla başka ülkelere gitmiştir. Avrupalı öğrenciler eğitim amacıyla çoğunlukla (%80'i başka bir Avrupa ülkesinde yükseköğrenim görmektedir) Avrupa'da kalmayı tercih etmektedirler. Bu kısmen Avrupa Birliği içindeki Erasmus öğrenci değişim programının varlığı ve popüleritesi ile açıklanmaktadır. Afrika ve Amerika (Kuzey Amerika, Güney Amerika ve Karayipler) her ikisi de 300.000'den az uluslararası öğrenci kaynak bölgeleri olarak çok geride kalmaktadırlar. OECD ülkelerine kayıtlı Afrikalı öğrencilerin dörtte üçü Avrupa'da, özellikle Fransa'da (%35), Birleşik Krallık'ta (%12) ve Almanya'da (%7) öğrenim görmekte iken, Kuzey ve Latin Amerikalı öğrenciler Amerika Birleşik Devletleri (%37) ve Avrupa (%45) arasında bölünmektedir. OECD ülkelerindeki Latin Amerikalı öğrencilerin %12'si İspanya'da eğitim görmeyi tercih etmektedirler. Bu, Kuzey Amerikalı öğrencilerin Birleşik Krallık'a (%22) doğru yönelme eğiliminde olduğu gibi, daha güçlü kültürel, dilsel ve tarihsel bağlantılarını da yansıtmaktadır. Genel olarak dil, tarihsel bağlar, coğrafi uzaklık, ikili ilişkiler ve politik çevre koşulları uluslararası öğrenciler tarafından ülke seçimleri konusunda belirleyici faktörler arasında görülmektedir (OECD, 2018).



Şekil 2.4. OECD ülkelerinde okuyan uluslararası öğrencilerin kaynak bölgelere ve eğitim seviyelerine göre dağılımları (2016)

*OECD, 2018: 222 verilerinden yararlanılarak Şekil 2.5 oluşturulmuştur.

Kısa dönemli eğitim ve yüksek lisans programlarına kayıtlı olan Asyalı öğrenciler (OECD uluslararası öğrencilerin %55'i), lisans veya doktora programlarına kayıtlı olanlardan daha hareketlidirler (Şekil 2.4). Asyalı öğrenciler, uluslararası öğrencilerin kısa dönemli yükseköğretim eğitimi düzeyinde %66, yüksek lisans seviyesinde ise %57'sini temsil etmektedir. Buna karşılık, Avrupalı öğrenciler (OECD uluslararası yükseköğretime kayıt olanların %24'ünü temsil eden kısım), lisans eğitiminde %25 ve doktora düzeyinde ise %32 oranında daha hareketli olma eğilimindedirler. Öğrenci hareketliliği, uluslararası öğrencilerin diğer tüm kaynak bölgeleri için (Afrika, Amerika ve Okyanusya) doktora düzeyinde artmaktadır. Afrika, Amerika ve Okyanusya'dan gelen öğrenciler, diğer eğitim düzeylerine göre daha yüksek bir kısmı temsil etmektedirler (OECD, 2018).

2.3. Türkiye'nin Yabancı Öğrenciler Açısından Eğitim Profili

Bir toplumun gelişmişliği ile eğitim sistemi arasında yakın bir ilişki olduğu dile getirilirken, ekonomik büyüme, sosyal değişim ve siyasal gelişmeyi kapsayan kalkınma süreci de eğitim sorunu olarak görülmektedir. Eğitim yalnızca eğitilen kişiyi değil, kişinin ailesinden başlayarak bütün toplumu etkilemektedir (Kaya, 1989: 1).

Küreselleşen dünyada diğer alanlarda olduğu gibi eğitim alanında da hızlı değişimler gözlenmektedir. Bu değişimin bir sonucu olarak her alanda ortaya çıkan ortak pazar anlayışı eğitim alanında da kendisini göstermektedir. Bu eğitim pazarının önemli bir ayağını da yabancı uyruklu öğrenci hareketi oluşturmaktadır. Örneğin, Japon bir öğrenci ABD’de, Moğol bir öğrenci ise Türkiye’de eğitim alabilmektedir (Kıroğlu ve diğerleri, 2010).

Ülkelere göre eğitim sistemleri de birbirinden farklı biçimde örgütlenmiştir. Türkiye eğitim sistemi ise merkezîyetçi örgütlenme ve yönetim yapısına sahiptir (Şişman, 2015: 291). Türkiye, okullarda eşit fırsatlar sağlamak, arz ve talep arasındaki dengeyi sağlamak ve çeşitli bölgelerdeki refah düzeyleri arasındaki farkları azaltmak için çalışmalar yürütmektedir. Her ilde bir üniversite kurmak bu yönde atılan ilk adım olurken, belirli bir kalite standardını sağlamaya yönelik çabalar halen devam etmektedir. Bu bağlamda, öğrenci değişim programları belirli ilerleme göstermiştir (Erdoğan, 2014).

Öğrenci değişim programları küresel düzeyde işlevsellik kazanmış ve Türkiye bu süreçte Avrupa Birliği (AB) anlaşmalarına odaklanmıştır. Türkiye AB’ye üye olmaya çalışmış ve belirli başlıklar altında AB’ye yakınlığı incelenmeye alınmıştır. Ancak, AB konuları içinde Türkiye için de önemli olan AB’ye uyumda yaşanan olumsuz görülen başlıklarından biri eğitim konusu olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye, eğitim görüşmelerinden olumlu sonuçlar almak amacıyla ve yükseköğretim kalitesini küresel düzeyde arttırmak istemektedir ve bu süreçte aktif bir rol oynamaktadır (Ünlü, 2015:). Ayrıca türlerine göre akademik birim sayılarına bakılarak Türkiye’nin yükseköğretim alanındaki genel görüntüsüne (2017-2018 eğitim-öğretim yılı) ulaşabilmek mümkündür (Çizelge 2.2). Türkiye’ye eğitim görmek amacıyla gelen yabancı uyruklu öğrenciler çizelgede gösterilen akademik birimlerde eğitim görebilmektedirler.

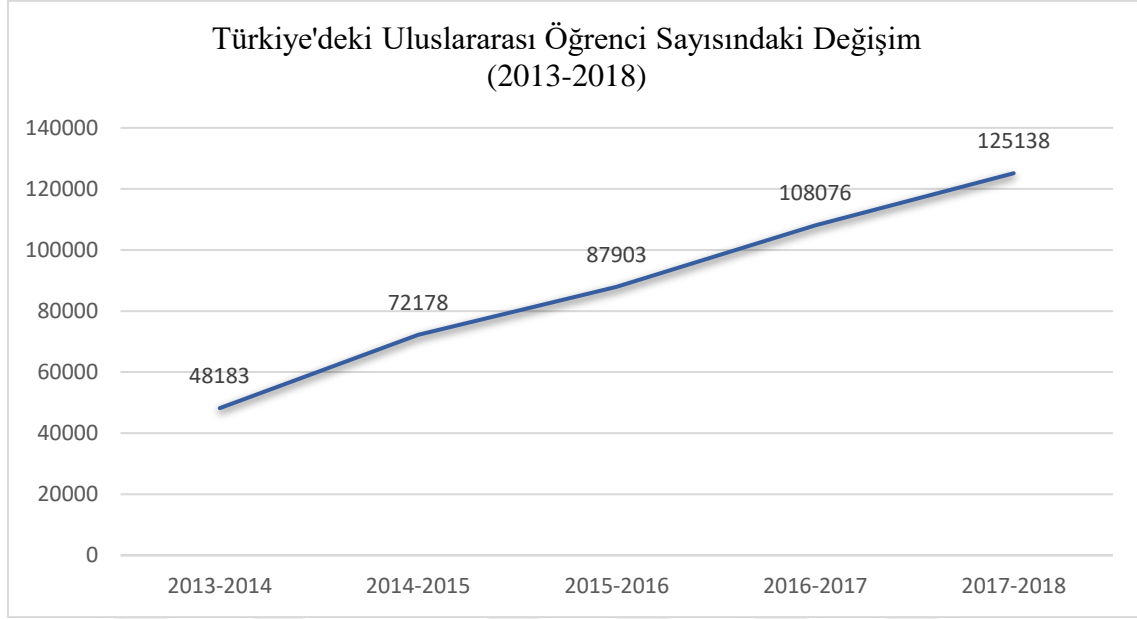
Çizelge 2.2. Türkiye’de yükseköğretimin genel görünümü (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)

Türlerine Göre Akademik Birim Sayıları (2017-2018)				
Tür	Devlet	Vakıf	Vakıf Meslek	Toplam
Üniversite	112	69	5	186
Fakülte	1266	428	0	1694
Yüksekokul	362	105	0	467
MYO	876	100	5	981
Enstitü	479	206	0	685
Arş. Uyg. Merkezleri	2533	571	1	3105
Bölüm	15091	2989	85	18165
Program	16961	10553	590	28104
A.B.D.	29564	2246	0	31810
B.D.	7516	597	0	8113
Yüksek Lisans Programı	10065	2313	0	12378
Doktora Programı	4827	468	0	5295
Sanatta Yeterlilik Programı	124	13	0	137

Kaynak: (YÖK, 2018b)

*(istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur).

Dünya’daki farklı bölgelerden ve çeşitli ülkelerden Türkiye’nin yükseköğretim kurumlarında eğitim görmek amacıyla gelen öğrenci sayısını Şekil 2.5 ile görebilmek mümkündür. 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Türkiye’ye gelen öğrenci sayısı 48.183’tür. 2014-2015 eğitim-öğretim yılında ise büyük bir artış göstererek 72.178 yabancı öğrenci Türkiye’ye eğitim görmek amacıyla gelmiştir. 2017-2018 öğrenim yılı itibariyle Türkiye’deki yabancı öğrenci sayısı 125.138 kişi olarak kayıtlara yansımıştır. Görülmektedir ki, her eğitim-öğretim döneminde Türkiye’ye gelen öğrenci sayısı, bir önceki eğitim-öğretim dönemine göre sürekli olarak artış göstermiştir.



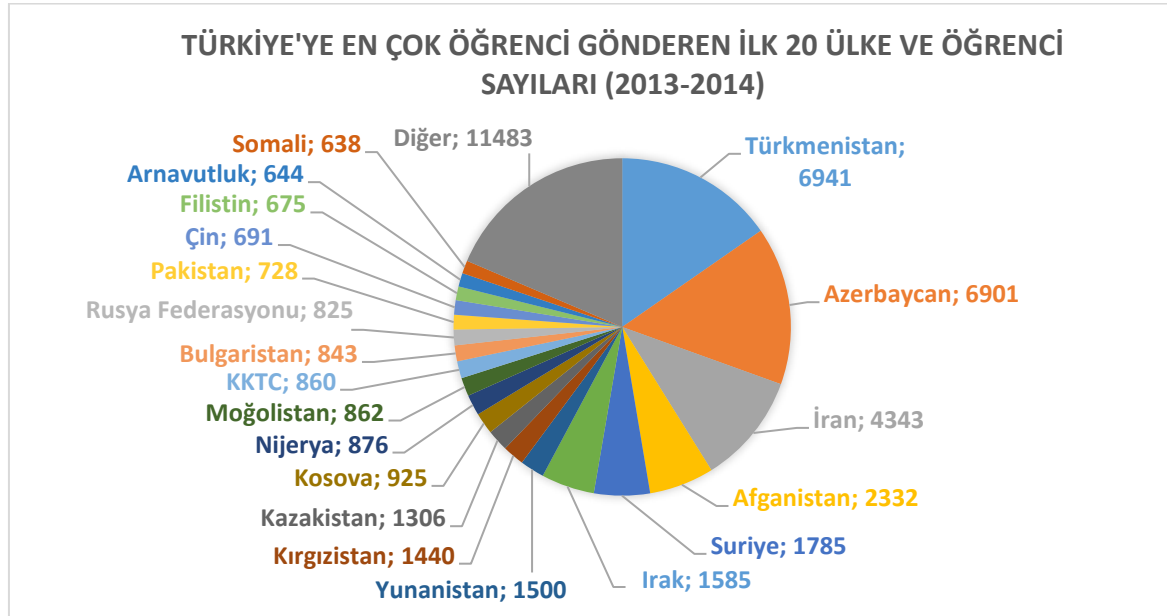
Şekil 2.5. Türkiye'deki uluslararası öğrenci sayısındaki değişim (2013-2018)

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Bu arada birinci bölümde ifade edilen (Bkz. Çizelge 1.5)'deki 2018 yılı geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler anketindeki eğitim/staj amaçlı 114.036 ziyaretçi sayısı ile YÖK istatistiklerine bağlı olarak Şekil 2.5'deki 2017-2018 yılı itibariyle Türkiye'deki yükseköğrenim programlarındaki toplam 125.138 yabancı öğrenci sayısının farklı olduğu görülmektedir. Diğer taraftan iki kaynak arasındaki farklılığın sebebi, TÜİK istatistiklerine göre eğitim-staj amaçlı geliş nedenine göre çıkış yapan 1 yıldan daha az kalış gerçekleştiren ziyaretçileri kapsamamasıdır. YÖK istatistiklerindeki sayının ise, yabancı öğrenci tanımından da anlaşıldığı gibi uzun süreli ikamet izni kapsamındaki Türkiye'de bulunan toplam yabancı öğrenci sayısını ifade etmesi ve 2017-2018 eğitim-öğretim yılını baz aldığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu noktada YÖK istatistiklerine göre 2017-2018 yılında yeni kayıt yaptıran yabancı öğrenci sayısının 33.226 olduğu da vurgulanmaktadır (YÖK, 2018a).

2013-2014 eğitim-öğretim dönemi istatistiklerine bakıldığında Türkiye'ye eğitim amacıyla gelen öğrenci sayılarını ve milliyet dağılımını (Şekil 2.6) görebilmek mümkündür. 2013-2014 öğretim döneminde toplam yabancı öğrenci sayısı 48 bin 183 (istatistik.yok.gov.tr) olmuştur. Bu sayı içinde en büyük öğrenci payına sahip ülke ise 6941 öğrenci sayısı ile Türkmenistan olmuştur. Yine aynı yıl içinde en yüksek sayıda öğrenci gönderen ikinci yabancı ülke ise 6901 öğrenci sayısı ile Azerbaycan olurken, üçüncü sıradaki en yüksek sayıda öğrenci gönderen ülke 4343 öğrenci sayısı ile İran olmuştur.

Türkiye'ye öğrenci gönderen kaynak ülkelerin çoğunluğu genel olarak komşu ülkelerden oluşurken, ilk yirmi ülke kategorisinde ise Türki Cumhuriyeti ülkelerinden gelen öğrenci sayıları da göze çarpmaktadır.



Şekil 2.6. Türkiye'ye en fazla öğrenci gönderen ilk 20 ülke ve öğrenci sayıları (2013-2014 eğitim-öğretim yılı)

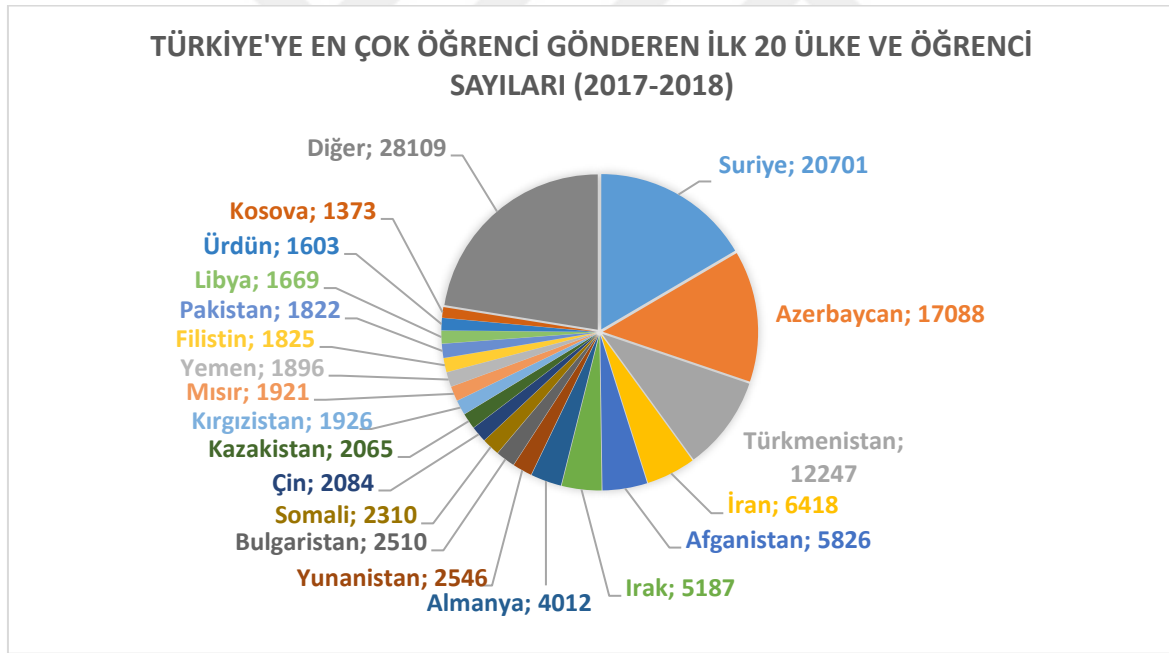
*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Türkiye'de 2013-2014 eğitim-öğretim yılı itibariyle en fazla yabancı öğrencinin kayıtlı olduğu yükseköğretim kurumu 3051 yabancı öğrenci sayısı ile İstanbul Üniversitesi olurken, 2146 yabancı öğrenciyle Marmara Üniversitesi ikinci sırada yer almaktadır. Yine aynı dönem içinde 2078 yabancı öğrenciyle Anadolu Üniversitesi üçüncü, 2018 yabancı öğrenciyle Ankara Üniversitesi dördüncü, 1817 yabancı öğrenciyle Orta Doğu Teknik Üniversitesi beşinci sırada yer almaktadır (YÖK, 2018a). Görüldüğü gibi 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrencilerin eğitim aldığı üniversitelere bakıldığında, Ankara'daki iki önemli devlet üniversitesi öğrenciler tarafından tercih edilerek en fazla yabancı öğrencinin bulunduğu ilk beş üniversite arasına dâhil olabilmektedir.

Türkiye'nin yükseköğretim kurumlarında eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin büyük çoğunluğunu 2017-2018 eğitim-öğretim yılı itibariyle (Şekil 2.8) komşu ve akraba ülkelerden gelen öğrenciler oluşturmaktadır. Türkiye'de öğrenim gören 20 bin 701 öğrenci sayısı ile komşu ülke Suriye ilk sırada yer almaktadır. Suriye uyruklu yabancı öğrenci sayısındaki hızlı yükselişin sebebinin bölgede yaşanan iç savaştan kaynaklandığı

düşünülmektedir. Kardeş ülke Azerbaycan 17 bin 088 öğrenci sayısı ile Türkiye'ye en fazla öğrenci gönderen ikinci ülke konumunda bulunmaktadır. Azerbaycan'dan sonra en fazla öğrenci sayısına sahip ülke Türkmenistan 12 bin 247 öğrenciyle üçüncü sırada yer alırken, bu ülkeyi 6418 öğrenciyle komşu ülke İran ve 5826 öğrenciyle Afganistan takip etmektedir. Az sayıda da olsa Fiji, Ekvator, Surinam, Honduras gibi binlerce kilometre uzaklıktaki ülkelerden öğrenciler de Türkiye'nin farklı üniversitelerinde öğrenim görmektedir.

2013-2014 döneminde (Bkz. Şekil 2.6) Türkiye'ye öğrenci gönderen kaynak ülkeler içinde Türkmenistan ilk sırada yer alırken, 2017-2018 döneminde ise (Şekil 2.7) Türkmenistan'dan gelen öğrenci sayısı artmasına rağmen üçüncü sırada yer almaktadır. Çünkü ilk sırayı 2013-2014 döneminde (Bkz. Şekil 2.6) 1785 öğrenci sayısı ile beşinci sırada yer alan Suriye, 2017-2018 döneminde (Şekil 2.7) 20.701 öğrenci sayısı ile ilk sırada bulunmaktadır.



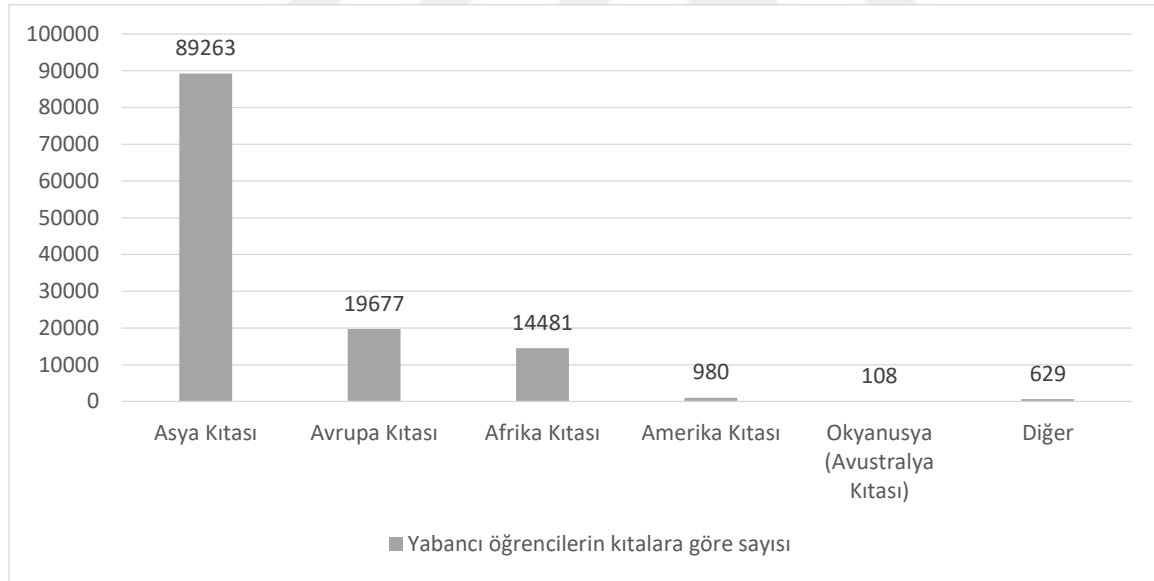
Şekil 2.7. Türkiye'ye en fazla öğrenci gönderen ilk 20 ülke ve öğrenci sayıları (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Türkiye'de en fazla yabancı öğrencinin kayıtlı olduğu yükseköğretim kurumu 2017-2018 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 7448 yabancı öğrenci sayısı ile İstanbul Üniversitesi olurken, 5721 yabancı öğrenciyle Anadolu Üniversitesi ikinci sırada yer almaktadır. Yine aynı dönemde 4356 yabancı öğrenciyle Uludağ Üniversitesi üçüncü, 3505 yabancı

öğrenciyle İstanbul Aydın Üniversitesi dördüncü ve son olarak da 3329 yabancı öğrenciyle Karabük Üniversitesi beşinci sırada yer almaktadır (YÖK, 2018a). 2013-2014 yılına eğitim-öğretim yılı ile kıyasladığımızda, 2017-2018 eğitim öğretim yılı verilerine bakıldığında en fazla yabancı uyruklu öğrencinin tercih ettiği üniversiteler arasına ilk beş üniversite içerisinde Ankara'dan bir üniversite bulunmamaktadır.

Türkiye'nin yükseköğretim kurumlarında 2017-2018 eğitim-öğretim yılı itibariyle eğitim gören yabancı uyruklu öğrencileri gönderen kaynak ülkelere göre yapılan dağılımdan (Bkz. Şekil 2.7) sonra tüm yabancı uyruklu öğrencileri bir çatı altında toplamak gerekirse kıtalara göre bir ayırım yaparak Türkiye'deki toplam yabancı uyruklu öğrenci görüntüsüne ulaşabilmek mümkündür. 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Türkiye'deki yabancı uyruklu öğrencilerin büyük çoğunluğunu (Şekil 2.8) Asya Kıtası'ndan gelen öğrenciler (89.263 kişi) oluşturmaktadır. Yine aynı eğitim-öğretim yılı itibariyle en az öğrenci sayısına (108 kişi) sahip olan kıta ise Okyanusya (Avustralya) Kıtası olmuştur.



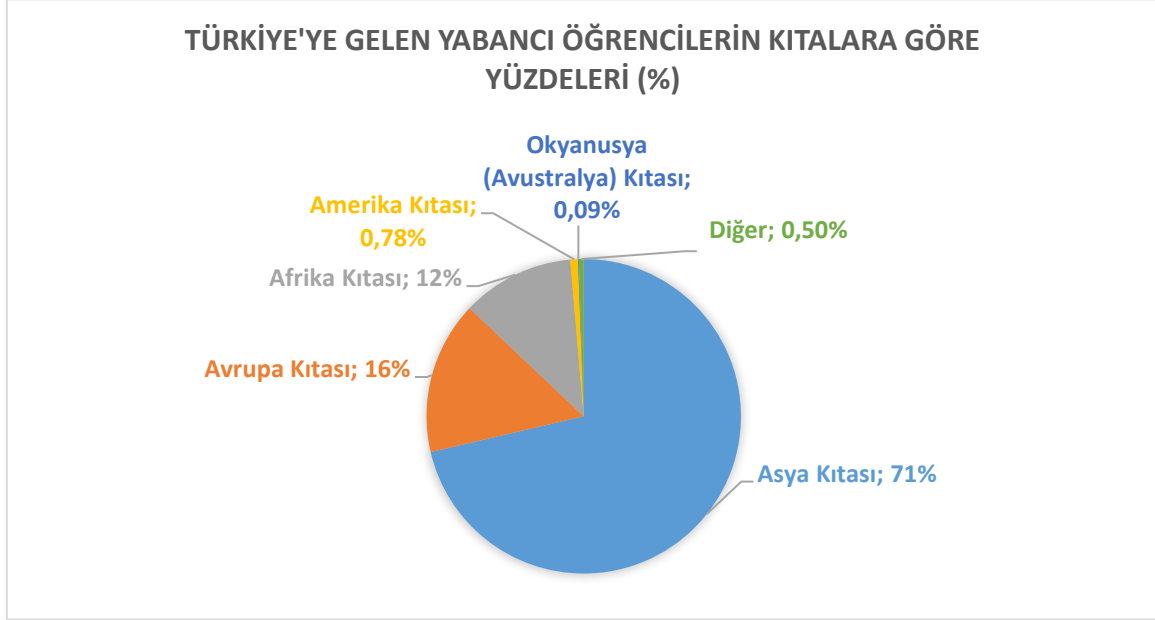
Şekil 2.8. Türkiye'ye gelen yabancı öğrencilerin kıtalara göre sayısı (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

*Diğer ile belirtilen kısım herhangi bir kıtaya mensup olmayan öğrencilerin sayısını göstermektedir.

2017-2018 eğitim-öğretim yılı itibariyle Türkiye'deki toplam yabancı uyruklu öğrencilerin görüntüsü, kıtaların gönderdiği yabancı öğrenci yüzde oranına göre incelendiğinde ise (Şekil 2.9) en fazla öğrenci sayısına sahip olan Asya Kıtası (%71) en fazla

yüzdeye sahip kıta olmuştur. Öğrenci yüzdesinin en az olduğu kıta ise Okyanusya (Avustralya) Kıtası (%0,9) olmuştur.



Şekil 2.9. Türkiye'ye gelen yabancı öğrencilerin kıtalara göre yüzdeleri (2017-2018 eğitim-öğretim yılı)

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

*Diğer ile belirtilen %0,50'lik oran herhangi bir kıtaya mensup olmayan öğrencilerin yüzdesini göstermektedir.

2.4. Türkiye'nin Yabancı Öğrencilere Yönelik Eğitim Politikaları: Programlar ve Kurumlar

Türkiye'de uluslararası öğrencilere ilişkin ilk düzenleme 14/10/1983 tarih ve 2922 sayılı Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Kanun ile yapılmıştır. Bu Kanun uluslararası öğrenci tanımını doğrudan yapmasa da kanunun kapsamı uluslararası öğrenciyi tanımlar niteliktedir. Kanun'un kapsamına ilişkin 2'nci maddesi şu şekildedir; "Bu kanun; ilgili kurum ve kuruluşlar ile çeşitli anlaşmalar çerçevesinde Hükümetimizce yabancı hükümetler emrine verilen burslardan yararlanmak suretiyle veya kendi imkânlarıyla Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrencileri kapsar. Türk Silahlı Kuvvetlerine bağlı okullara kabul edilen yabancı uyruklu öğrenciler, bu Kanun'un kapsamı dışındadır" şeklinde tanımlanmaktadır (YÖK, 2017).

Mevzuatımızdaki ilk yabancı öğrenci tanımı ise 30 Nisan 1985 tarihli Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Yönetmelik'te yapılmıştır. Buna göre

yabancı uyruklu öğrenci “Her derece ve daldaki eğitim kurumlarında öğrenim gören veya Türkçe kurslarına katılan T.C. uyruğunda bulunmayan kişi” olarak tanımlanmıştır (YÖK, 2017).

24/3/2010 tarihli ve 5978 sayılı Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanun’da ise yabancı öğrenci, “Kamu kurum ve kuruluşlarınca ülkemizde eğitim görmesi uygun görülenler ile uluslararası anlaşmalar çerçevesinde eğitim amacıyla Türkiye’ye gelen öğrenciler yabancı uyruklu öğrenci” olarak tanımlanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2015: 18).

Görüldüğü gibi yapılan anlaşmalar çerçevesinde, Türkiye’deki eğitim kurumlarında öğrenim görmek amacıyla Dünya’daki bütün ülkelerden gelen öğrenciler yabancı öğrenci tanımı kapsamında sayılmaktadır.

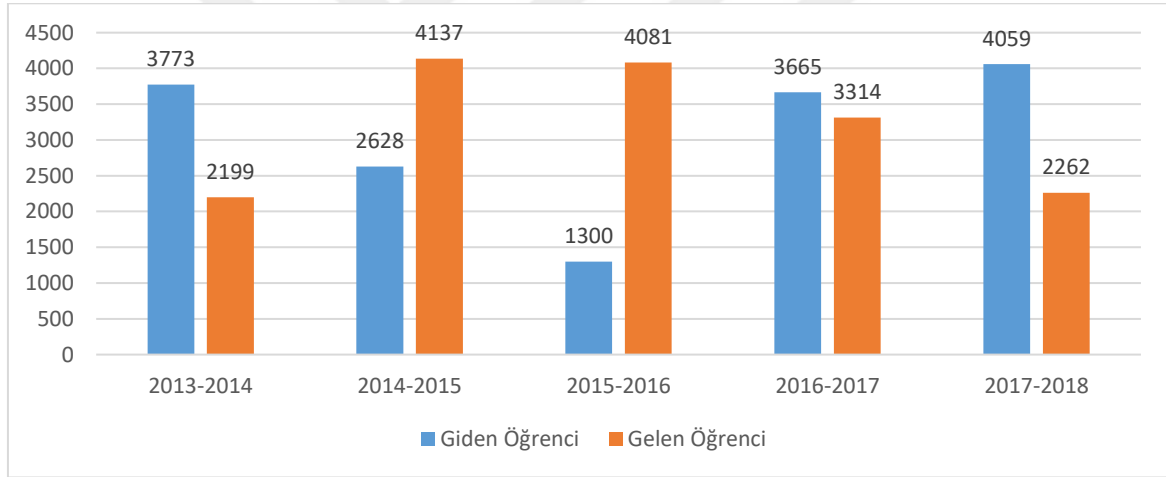
2.4.1. Erasmus Değişim Programı

Erasmus programı “European Community Action Schema for the Mobility of University Students”, Hayat boyu öğrenme programı (LLP) bünyesinde yükseköğretim düzeyindeki işbirliğine yönelik bir eğitim programı olarak tanımlanmaktadır (European Commission, 2017).

Üniversite Öğrencilerinin Hareketliliği için Avrupa Bölgesi Eylem Planı (Erasmus), üniversite öğrencilerine, lisans programının bir parçası olarak başka bir üniversitede yurt dışında çalışma veya çalışma olanağı sağlamak için 1987’de kurulan bir Avrupa Komisyonu değişim programıyla ilgilidir. Bu, ev sahibi ülkedeki derslere ve uygulama ayarlarına katılmayı içerir. 2014 yılında Erasmus programı, okul eğitimi, ileri ve yükseköğrenim, yetişkin eğitimi ve gençlik sektörü dâhil olmak üzere, İngiltere’deki katılımcıların Avrupa’da yurtdışında eğitim, çalışma, gönüllü olma, öğretme ve eğitime için heyecan verici fırsatlar sunan hayat boyu öğrenmenin tüm alanlarında genişletilmiştir. Bu program 2020’ye kadar devam edecektir ve Erasmus Plus olarak bilinmektedir (Marshall, 2017). Türkiye 1 Nisan 2004 tarihinde Avrupa Komisyonu ile mutabakat zaptı imzalamış ve Türkiye Avrupa eğitim programlarına üye olmuştur (Bilici, 2016: 6).

AB'nin eğitim programlarından biri olan Erasmus, farklı kültürlerden insanlar arasında iletişim, uyum, saygı ve hoşgörü geliştirecek bir anlayışı geliştirmeyi amaçlamaktadır. Buna ek olarak, başka bir ülkede eğitim veya mesleki eğitim almanın katılımcılara dinamik deneyimler ve bilgiler sağlayacağını da belirtmektedir (Demir ve Demir, 2009; YÖK, 2007).

Dünyada giderek yaygınlaşan küreselleşme süreci hem eğitim hem de diğer alanlarda rekabeti beraberinde getirmiştir. Bu rekabet ortamında bulunan Türkiye'den 2017-2018 eğitim-öğretim yılında (Şekil 2.10) 4059 öğrenci Erasmus Değişim Programı ile yurt dışına eğitim görmek amacıyla gitmiştir ve 2262 adet yabancı uyruklu öğrenci ise Türkiye'ye gelmiştir. Türkiye' de Erasmus Değişim Programı'nı Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Türk Ulusal Ajansı ve Yüksek Öğretim Kurumu birlikte koordine etmektedir.



Şekil 2.10. Erasmus değişim programı ile Türkiye'den giden ve Türkiye'ye gelen öğrenci sayıları

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

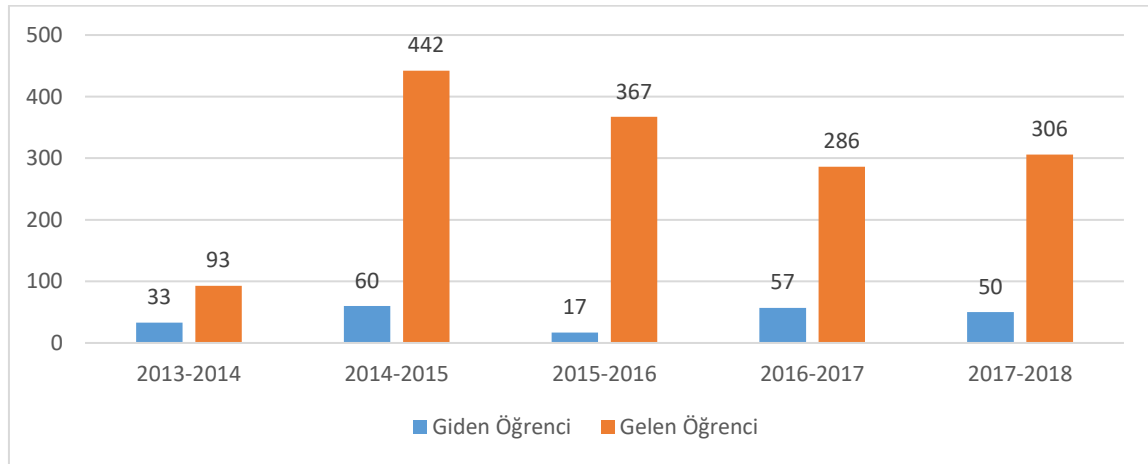
2.4.2. Mevlana Değişim Programı

Öğrenim hayatı boyunca dönemin değişik ülke ve şehirlerinde yer alan eğitim kurumlarını hem bir öğrenci hem de bir bilim insanı olarak ziyaret eden Mevlana'nın hayatından ve felsefesinden etkilenen öğrenci değişim programına Mevlana Programı adı verilmiştir. Mevlana Değişim Programı'nın öncelikli amacı, yurt içinde eğitim veren yükseköğretim kurumları ile yurt dışında eğitim veren yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim elemanı değişimini sağlamaktır. Mevlana Değişim Programı'nı

Türkiye’de Yüksek Öğretim Kurumu düzenlemektedir. Ayrıca Mevlana Değişim Programı’nın temel amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (YÖK, 2015):

- Türkiye’yi yükseköğretim alanında bir cazibe merkezi haline getirmek,
- Yükseköğretim kurumlarımızın akademik kapasitelerini arttırmak,
- Yükseköğretimin küreselleşme sürecine katkıda bulunmak,
- Türkiye’nin zengin tarihsel ve kültürel mirasını küresel düzeyde paylaşmak,
- Kültürler arası etkileşimin artmasıyla, farklılıklara saygı ve anlayış kültürünün zenginleşmesini sağlamaktır.

Türkiye’den Mevlana Değişim Programı amacıyla yabancı ülkelerdeki üniversitelere giden öğrenci sayısı (Şekil 2.11) 2017-2018 eğitim-öğretim yılında 50 iken Türkiye’ye Mevlana Programı ile gelen yabancı uyruklu öğrenci sayısı ise 306’dır. Son yıllarda Mevlana Değişim Programı ile Türkiye’ye gelen öğrenci sayısında 2013-2014 yılına göre yükselme görülürken, 2014-2015 öğretim yılından itibaren de gelen öğrenci sayısında düşüş görülmüştür. Ayrıca, 2015-2016 yılından sonra Türkiye’den Mevlana Değişim Program ile giden öğrenci sayısında az da olsa artış görülmektedir.



Şekil 2.11. Mevlana değişim programı ile Türkiye’den giden ve Türkiye’ye gelen öğrenci sayıları

*istatistik.yok.gov.tr verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

2.4.3. Türkiye Bursları Programı

Türkiye, hem Asya hem de Avrupa’da toprağı bulunan, dünyadaki önemli coğrafi özelliklere sahip alan üzerinde kurulmuş bir ülke olarak bilinmektedir. Türkiye’nin bu

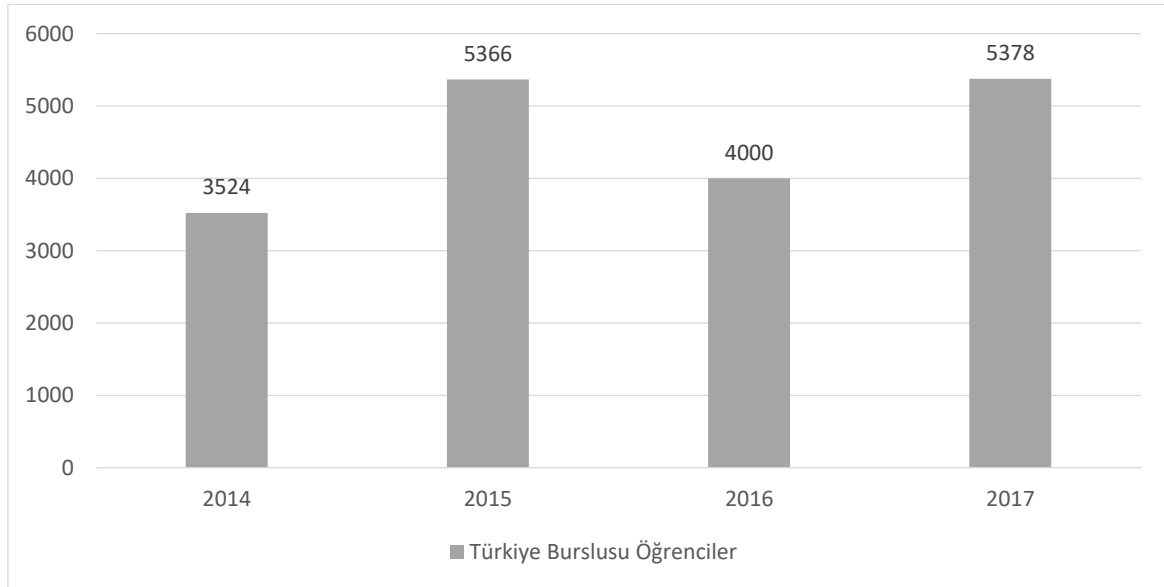
özelliği, farklı kültür ve dünya görüşlerini aynı anda taşımasını sağlarken, mimarisinden müziğine, yemeklerinden edebiyatına kadar bütün kültür alanlarında, bu çoğulcu yapısı ile de göze çarpmaktadır. Dünyanın 16. Avrupa'nın 6. büyük ekonomisi olan ve dünyanın en hızlı büyüyen birkaç ülkesinden biri haline gelen Türkiye, ekonominin yanı sıra sosyal başarılarıyla da son yıllarda tüm dünyada adından söz ettirmektedir. 150'den fazla ülkeden öğrenci ağırlayan Türkiye, uluslararası standartlarında eğitim veren üniversitelerinin kapasitesini, Türkiye Burslarıyla yükseköğretim seviyesinde öğrenim görecekt tüm dünya öğrencilerine verilen karşılıksız burs programları ile açmaktadır (www.turkiyeburslari.gov.tr, 2017a).

Türkiye üniversitelerinde, istenilen bölümlerde geniş kapsamlı burs imkânıyla alınacak eğitim, dünya öğrencilerine yeni bakış açıları kazandırmakta ve kariyerlerinde onları avantajlı kılacak bir donanım sağlamaktadır. Türkiye Burslarının amacı, ülkemiz ile diğer ülkeler arasındaki ilişkilere geliştirmek ve insan-odaklı bir yaklaşımla, küresel bilgi yüküne katkıda bulunmaktadır. Türkiye Burslusu olmaya hak kazanan öğrenciler, ülkemiz üniversitelerinde, akademik geçmişlerine uygun bir bölümde öğrenim gördükleri süre boyunca burs programından faydalanmaktadırlar (www.turkiyeburslari.gov.tr, 2017a). Türkiye Burslusu öğrencileri ile ilgili yetkili olan kurum Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'dır.

Türkiye Bursları Programı kapsamında lisans ve lisansüstü bursları olarak uzun dönemli burslar verilirken, araştırma bursları ve başarı burs programı şeklinde de yabancı öğrencilere kısa dönemli burslar verilmektedir (www.turkiyeburslari.gov.tr, 2017b).

2014 yılında Türkiye Bursları kapsamında lisans ve lisansüstü programlara toplamda 176 farklı ülkeden yaklaşık 82 bin başvuru gerçekleşmiştir. 2014 yılında Türkiye Burslusu öğrencilerin lisans mülakatları sonucunda 1.563 öğrenci ve lisansüstü mülakatları sonucunda 1.961 öğrenci olmak üzere toplam 3.524 öğrenci burs almıştır (Bkz. Şekil 2.12). Başarı ve Destek Bursu programları için toplam 3.325 başvuru alınmış olup 40 adaya burs tahsis edilmiştir. Ayrıca yükseköğretim eğitimi almak isteyen başarılı Suriyeli öğrencilere yönelik yeni bir proje geliştirilmiştir. Proje çerçevesinde 2014 yılında "Proje Bursları" adı altında Türkiye Bursları kapsamında Suriye uyruklu 1.026 uluslararası öğrenci burs almıştır (YTB, 2014).

2015 yılında Türkiye Bursları başvuru sistemine 182 ülkeden 155.000 kayıt yapılmıştır. Türkiye Bursları mülakatları sonucunda toplam 5.366 öğrenci burs almıştır (Şekil 2.12). Başarı ve Destek Burs Programına başvuran 3.013 uluslararası öğrenci arasından 400 aday burs almaya hak kazanmıştır. Araştırma Burs Programı kapsamında ise 76 uluslararası araştırmacı arasından 11 aday Araştırma Burslusu olmaya hak kazanmıştır. Ayrıca Türkiye Bursları kapsamında 2015 yılında ilk defa uygulanan Sanat ve Spor Burs Programlarına tüm dünyadan başvuru alınmış ve uluslararası 25 sanatçı ile 5 sporcu çeşitli alan ve düzeylerde burslu olarak Türkiye’de okumaya hak kazanmıştır (YTB, 2015). 2016 yılında Türkiye Bursları çerçevesinde 172 ülkeden yaklaşık 122 bin adayın başvurularını başarıyla tamamlaması sonucunda lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde 4000’in üzerinde öğrenci burs almaya hak kazanmıştır (YTB, 2016). Burslandırma çalışmaları kapsamında, 2017 yılında 163 ülkeden 106.550 başvuru alınmıştır. Lisans, lisansüstü ve doktora çalışması yapmak için 5.378 öğrenci Türkiye Bursları’ndan faydalanmaya hak kazanmıştır. Burs alanlar içerisinde en az gelişmiş olan ülkelere 1.108 öğrenci burslandırılırken, ülke birincilerini Türkiye’ye çeken burs imkânlarından ise 1.645 öğrenci yararlanmıştır (YTB, 2017).



Şekil 2.12. Türkiye burslusu öğrencilerin sayıları (2014-2017)

* www.ytb.gov.tr, verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Türkiye’nin yabancı öğrencilere yönelik eğitim politikaları içindeki programlar ve kurumlara ek olarak, ülkemizde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilere Türkiye Hükümeti Bursları şeklinde de burs verilmektedir. 2017-2018 yılında eğitim gören yabancı öğrenciler

içinde 14.866 yabancı öğrenciye Türkiye Hükümet Bursu verilmiştir. Burs verilen öğrenciler arasında 2017-2018 yılında en büyük paya sahip ülke 3320 öğrenci sayısı ile Suriye'dir. İkinci büyük payı 944 öğrenci sayısı ile Afganistan alırken, 539 Türkiye Hükümet Burslusu öğrenci sayısı ile Filistin ilk üçe girmiştir. Yabancı öğrencilere sunulan Türkiye Hükümet Bursu, ön lisans programı, lisans programı, yüksek lisans ve doktora programları ile araştırma yapmak amacıyla gelen, tıpta uzmanlık ve dil kursu eğitimi alan yabancı öğrenciler de burs programından faydalanmaktadırlar (MEB, 2018: 238-241).

Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu (UDEP), Türkiye'de 14 Aralık 2012'de 11 dernek tarafından kurulmuştur. Hedef kitlesi Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrenciler olan üye dernekleri kısa zamanda 48 şehirde 56 sayısına ulaşmıştır (UDEP, 2018). Türkiye'ye gelen yabancı öğrenciler yukarıda sayılan kurumların yanı sıra, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Genç Tur vb. kurum ve kuruluşlar tarafından da desteklenmektedir (Dinçer ve Şahin, 2016: 217).

2.5. Turizmin Temel Bileşenleri Açısından Yabancı Öğrenciler

Turizmin; konaklama, seyahat, yeme-içme ve rekreasyon faaliyetleri kapsamında oluşturulduğu temel bileşenleri açısından yabancı öğrencileri analiz etmek mümkündür.

2.5.1. Konaklama Tipi ve Kalış Süresi

Gençlerin seyahatlerinde konaklama tercihlerini çoğunlukla, kendileri için ekonomik, basit ve benzer yaş grubundaki gençlerle bir arada olabilecekleri konaklama tesisleri oluşturmaktadır (Ünlüöner ve diğerleri, 2014: 22).

Yabancı öğrenciler için konaklama tercihlerinde Avrupa'da gençlik yurtları oldukça popüler iken (Bywater 1993), Amerika'daki yabancı öğrenciler çoğunlukla otellerde veya arkadaşlarıyla kalmayı tercih ederken, bir kamp ya da yurt/hostelde kalmaları düşük bir ihtimal de olsa konaklama tercihleri arasında görülebilmektedir (Field, 1999).

Amerika'daki Asya öğrencileri, genel olarak otellerde ve motellerde kalırken, bazen de arkadaşlarının ve akrabalarının evinde konaklamaktadırlar. Asyalı öğrenciler hostel, pansiyon ve kamp alanını ise nadiren tercih etmişlerdir (Kim ve Jogaratnam, 2003).

Avustralya'da yabancı öğrencilerin yapmış oldukları seyahatlerde 2009 yılında öğrencilerin %43,4'ünün hotel/motel konaklama işletmelerini tercih ettiği görülürken, tatil dairelerini tercih eden yabancı öğrenciler (%23,3) ve sırt çantalı hostelleri tercih edenler ise (%22) olmuştur. Kamp alanı konaklama işletmelerini ise öğrencilerin %5,5'i tarafından tercih edilmiştir. Seyahatlerini gerçekleştiren öğrencilerin kalış yaptıkları konaklama işletmelerinin yanı sıra Avustralya'daki yabancı öğrencilerin %24'ü günü birlik gezi planlarken, %38,2'si bir ile üç gün arasında kalış gerçekleştirmişlerdir. Yine aynı araştırma sonuçlarına göre dört ile altı gece konaklama yapan öğrencilerin oranı %22,8 olurken, iki haftadan fazla kalış gerçekleştirenlerin oranı ise %5,9 olmuştur (Davidson ve diğerleri, 2010).

Avustralya'daki yabancı öğrencilerden Çinli olanların en fazla tercih ettiği konaklama tesisi hotel/motel (%48) olurken, Hintli ve Kuzey Amerikalı öğrencilerin en çok tercih ettiği konaklama türü de hotel/motel (%37,4; %39,4) olmuştur. Avrupalı öğrenciler ise ilk olarak sırt çantalı hostelleri (%39,3) tercih etmişlerdir. Yine aynı araştırma sonuçlarına göre yabancı öğrencilerin yapmış oldukları gezilerde Çinli öğrenciler (%34,6), Hintli öğrenciler (%39,6), Kuzey Amerikalı (%47,2) ve Avrupalı öğrenciler de (%42,8) en çok bir ile üç gün arasında kalış gerçekleştirmişlerdir. Ancak Çinli ve Hintli öğrenciler gününbirlik gezi (sırasıyla %28,9 ve %33,9) gerçekleştirenken, Kuzey Amerikalı öğrencilerin sadece % 10,6'sı ve Avrupalı öğrencilerin %14,2'si gününbirlik geziye çıkmışlardır. Ankete katılan Avrupalı öğrencilerin (%12,3) bir haftadan fazla bir süre kalırken, karşılaştırma yoluyla, Hintli öğrencilerin sadece (%3)'ü bir haftadan uzun süre kalış gerçekleştirmişlerdir. Öğrencilerin konaklama sürelerinde en az payı ise, iki haftadan daha uzun olan seyahatler almaktadır (Gardiner ve diğerleri, 2013: 293). Çinli, Hintli, Kuzey Amerikalı ve Avrupalı öğrencilerin karşılaştırması yapıldığında, ortalama yolculuk süresi arasında farklar görülmektedir.

Birleşik Krallık'taki Çinli yabancı öğrencilerin seyahatleri sırasında, kullanılan ana konaklama türlü hotel (%36,4) olurken, toplam öğrencilerin çeyreğe yakını (%24,6) arkadaşlarıyla kalmayı tercih etmişlerdir. Oda/kahvaltı (%19) şeklindeki konaklama işletmelerini ve gençlik hostellerini (%18,7) tercih eden öğrencilerin oranı ise birbirine çok yakındır (Huang ve Tian, 2013).

Avustralya’da yaşayan çoğu Çinli olan uluslararası öğrenciler, seyahatlerinde oteller veya motellerde (%48,4) ve tatil dairelerinde (%28) kalmayı tercih ederken, sırt çantalı pansiyonlar (%16,9) ile birlikte küçük bir kısmı da kamp alanlarını (%3,7) tercih etmişlerdir. Öğrencilerin %36,9’u 1-3 gecelik seyahat planlarken, %34,4’ü gününbirlik geziler yapmışlardır. Öğrencilerin %20,3’ü 4-6 gecelemeli seyahat yaparken, %8,4’ü 1 haftadan fazla gecelemeli seyahat gerçekleştirmişlerdir (King ve Gardiner, 2015).

Norveç’teki Çinli öğrencilerin çoğu, ev, pansiyonlar ve Airbnb dâhil olmak üzere uygun bütçeli konaklama türlerini tercih etmektedirler. Bunun diğer bir nedeni de Airbnb hizmeti sunan ev sahiplerinin, yemek hizmetini de konaklama ücreti içine dâhil etmeleri olarak gösterilebilir. Başta maliyet masrafları nedeniyle oteller tercih edilmemektedir. Yine benzer şekilde öğrencilerin hiçbirinin kamp konaklama şeklini tercih etmediği görülmüştür. Norveç’te Çinli öğrencilerin arkadaş ve akrabalarının bulunmaması da, arkadaş ve akraba evinde kalmadıklarını gösteren bir diğer kayıt olarak gösterilmiştir (Lantai ve Mei, 2017).

Malezya’daki yabancı öğrencilerin konaklama tercihlerini etkileyen faktörler incelendiğinde ise, öğrencilerin cinsiyeti, medeni hali ve milliyeti konaklama tercihlerini etkilerken; yaş, eğitim seviyesi, gelir kaynağı, ikamet süresi ve eğitim görülen üniversite konaklama tercihlerini etkilememektedir (Varaste ve diğerleri, 2015).

Başka bir açıdan bakıldığında ise, uluslararası öğrencilerin tatil amacı dışındaki kalışları incelendiğinde, Cappellini ve Yen’in (2013) İngiltere’deki Çinli öğrenciler üzerindeki kültürleşme sürecini esas alan bir araştırmasına göre, Çinli öğrenciler bir grup arkadaşıyla birlikte İngiltere’ye gelip öğrenci yurdu ya da özel ev kiralamışlardır. Aynı ayrı gelen diğer Çinli öğrenciler de İngiliz veya diğer uluslararası öğrencilerin bulunduğu kampüslü bir konaklama tercihinde bulunmuşlardır.

Anlaşılmaktadır ki; Amerika, Avustralya ve Birleşik Krallık’ta bulunan yabancı öğrencilerinin konaklama tercihlerinin ilk sırasını hotellerin oluşturduğu ve devamında çoğunlukla arkadaşlarının evlerinde kaldıklarını belirtmişlerdir. Hotel kullanımının ilk tercihler arasında bulunması, internet kullanan öğrencilerin farklı web sitelerinde hotelleri ucuz alternatifler arasında görmesi olarak ifade edilebilir. Buna göre, çalışmaların birbirini destekler nitelikte olduğu görülürken (Kim ve Jogaratnam, 2003; Davidson ve diğerleri, 2010; Huang ve Tian, 2013; King ve Gardiner, 2015), Avustralya’da yapılan başka bir

çalışma (Gardiner ve diğerleri, 2013) yabancı öğrencilerin ilk olarak hostelleri ve devamında pansiyonları tercih ettiklerini belirterek farklı bir sonuç ortaya çıkarmıştır. Yabancı öğrenciler Norveç'te ise çoğunlukla ev ve pansiyonları tercih etmişlerdir. Bu sonuçlar, öğrencilerin bulunduğu ülkenin ekonomik yapısının, seyahatlerinde kullandıkları konaklama türlerinin seçimini etkileyebileceğini gösterebilir. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki konaklama tercihlerini Çizelge 2.3 özetlemektedir.

Çizelge 2.3. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki konaklama tercihleri

	Otel/ Motel	Arkadaş/ Akraba Evi	Hostel	Pansiyon/Tatil Apartmanı/ Airbnb*	Kamp Alanı
Bywater (1993)		✓	✓	✓	
Field (1999)	✓	✓			✓
Kim ve Jogaratnam (2003)	✓	✓	✓		✓
Davidson ve diğerleri (2010)	✓		✓	✓	✓
Cappellini ve Yen (2013)		✓			
Gardiner ve diğerleri (2013)	✓		✓	✓	✓
Huang ve Tian (2013)	✓	✓	✓	✓	
King ve Gardiner (2015)	✓		✓	✓	✓
Lantai ve Mei (2017)		✓		✓	

*Airbnb 2008 yılında kurulan, oda kiralama biçiminde faaliyete başlayan ve ilerleyen zamanlarda kahvaltı imkânı da sunan bir konaklama biçimidir.

2.5.2. Seyahat ve Ulaşım Şekli

Üniversite çağındaki öğrenciler nesiller boyu yolculuk yapmışlardır ve ulaşımında artan tercihler ve hava yollarının fiyatlarının düşürülmesi (örneğin, ucuz charter uçuşları), seyahat etmeyi hiç olmadığı kadar kolaylaştırmıştır. Bu gelişmeler, öğrencilerin dünyayı keşfetme fırsatını yaratmıştır (Shoham ve diğerleri, 2004).

Geçici bir perspektiften bakıldığında, yurtdışında eğitim gören öğrencilerin seyahatleri, eğitime kayıt işleminden önce, eğitim sırasında veya eğitim tamamlandıktan sonra gerçekleşebilmektedir (Weaver, 2004). Ön deneyime sahip olan ve aileden, arkadaşlardan veya meslek kuruluşlarından kişisel tavsiyeleri kısıtlı gibi görünen potansiyel

uluslararası öğrenciler, öğrenim yerlerini seçerken eğitimle ilgili, turizm ile ilgili ve genel bilgi kaynakları da dâhil olmak üzere yayınlanmış materyallere güvenerek seyahatlerini gerçekleştirmektedirler (Glover, 2011).

Avustralya'daki Çinli öğrenciler gezilerini planlamak için favori olarak internetten (%78) faydalanırken, ikinci olarak da diğer Çinli öğrencilerle iletişim kurarak (%58) seyahatlerini planlamışlardır. Seyahat kitapları ve broşürleri de (%52) gezi yapmak isteyen Çinli öğrencilerin seyahatlerini planlarken kullanmış olduğu favori bilgi kaynaklarını oluşturmaktadır. Aynı araştırmada seyahatler planlanırken en az kullanılan bilgi kaynağı eğitim acenteleri (%17,4) olmuştur (Hughes, Wang ve Shu, 2015).

Norveç'teki Çinli öğrenciler seyahatlerini planlarken çoğunlukla aileden ve arkadaşlarından bilgi sağlarken, birçok katılımcı interneti özellikle ucuz uçak bileti bulmak ve Airbnb gibi online rezervasyon yapmak için kullanırken, çok sayıda öğrenci, hem ailenin, hem arkadaşların hem de internetten gelen önerilerin bir kombinasyonunun kullanılmasının en güvenilir olduğunu düşünmektedir. Ayrıca öğrencilerden hiçbiri ziyaretçi merkezleri ve seyahat acentelerinden elde edilen broşürleri kullanarak seyahat gerçekleştirmemiştir (Lantai ve Mei, 2017).

Görüldüğü gibi, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgiye en kısa sürede ulaşılabilmesinin de katkı sağladığı internet, seyahatleri planlarken öğrenciler tarafından en fazla tercih edilen iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra yabancı öğrenciler seyahatlerini, deneyim sahibi arkadaşlarından ve ailelerinden de bilgi alarak planlamaktadırlar.

Seyahat eden öğrencilerin ulaşım için kullandığı kara taşımacılığı, Avrupa'da tur yapmak için ortak bir araç olsa da, öğrenciler çoğunlukla otobüs ve demiryollarını tercih etmişlerdir. Ancak hava yolu taşımacılığı da pazardaki payını almıştır (Bywater 1993). Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yabancı öğrencilerin ise, otomobil veya uçakla seyahat etme olasılığı daha yüksek olurken, otobüs ve tren ile seyahat etme olasılığı ise çok düşüktür. Minibüs ve gemi ise neredeyse hiç kullanılmamıştır (Field, 1999). Amerika'daki Asyalı öğrencilerin hedef destinasyonlara ulaşım tercihinde ilk sırada otomobil ve uçak yer alırken, otobüs, tren veya minibüsü ise nadiren kullanmaktadırlar (Kim ve Jogaratnam, 2003).

Avustralya'da yaşayan yabancı öğrenciler seyahatlerinde çoğunlukla arabayı (%34,7) tercih ederken, öğrencilerin %26,4'ü uçağı tercih etmiştir. Otobüs ve tren kullanımı neredeyse eşit olan (%12) ulaşım tercihlerinde, gemi/bot kullanımı %5,8 olurken, otostopun da (%4,1) ulaşım tercihlerinde kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin yarısından fazlası (%62,4) seyahatlerini arkadaşlarıyla gerçekleştirirken, %14,7'si seyahatlerini ailesiyle gerçekleştirmektedir. Öğrencilerin bir kısmı (%14,5) seyahatlerini eşleriyle gerçekleştirirken, %8,4'lük bölümü de seyahatlerini kendi kendilerine gerçekleştirmektedirler (Davidson ve diğerleri, 2010). Aynı çalışma sonuçlarına göre uluslararası öğrencilerin milliyetlerine göre seyahat etmeyi tercih ettikleri kişiler incelendiğinde ise, Çinli öğrenciler seyahatlerini çoğunlukla arkadaşları ile gerçekleştirirken (%74,5), seyahatlerde en çok ailesiyle birlikte olanlar ise Koreli öğrencilerdir (%21,7). Seyahatlerine eş/partnerleri ile çıkan öğrenciler Avrupalı (%27,6) ve Kuzey Amerikalı öğrenciler (%27,5) olarak görülürken, kendi kendine seyahat eden öğrenciler çoğunlukla Koreli öğrenciler (%10,2) olmuştur (Davidson ve diğerleri, 2010).

Birleşik Krallık'taki Çinli öğrencilerin seyahatlerini gerçekleştirirken tercih ettikleri ulaşım araçları açısından tren (%47,7) en fazla kullanılan ulaşım aracı olurken, bunu otobüsle (%30,2) ve kendi arabalarını (%13,4) tercih ederek seyahat etmek izlemiştir (Huang ve Tian, 2013).

Avustralya'daki Çinli (%26,1), Hintli (%53), Kuzey Amerikalı (%41) ve Avrupalı (%37,4) yabancı öğrencilerin en fazla kullandığı ulaşım aracı araba olurken, ikinci en fazla tercih edilen ulaşım aracı ise uçak olmuştur. Ancak Hintli öğrencilerin uçakla yolculuğu (%14) küçük bir oran taşırken, buna karşılık, Çinli (%23,6), Kuzey Amerikalı (%34) ve Avrupalı öğrenciler (%29,1) daha yüksek oranda uçakla yolculuk yapmışlardır. Avustralya'daki Çinli, Hintli, Kuzey Amerikalı ve Avrupalı yabancı öğrencilerin toplamda en az tercih ettiği ulaşım aracı ise gemi/bot (%5,9) olmuştur (Gardiner, 2013). Görüldüğü gibi yabancı öğrencilerin milliyetlerine göre, seyahatlerinde kullandıkları ulaşım araçlarında çok büyük farklılık olmasa da, öğrencilerin tercih ettikleri ikinci ulaşım aracı olan uçak yolculuğunda farklılıklar vardır.

Avustralya'da yaşayan çoğu Çinli olan yabancı öğrenciler seyahatlerinde ilk olarak arabayı (%26,7) tercih ederken, ikinci olarak en fazla tercih edilen ulaşım aracı uçak (23,6%) olmuştur. Öğrencilerin kullandığı diğer bir ulaşım aracı ise tren olurken (%16,9), otobüsün

ise (%14,4) ulaşım araçları içinde en az kullanım payına sahip olduğu görülmektedir. Çinli olmayan yabancı öğrencilerin ise, seyahatlerinde %26,5'inin araba, %23,6'sının uçak kullandığı görülmektedir (King ve Gardiner, 2015).

Norveç'teki Çinli öğrenciler seyahat ederken ulaşım aracı olarak uçağı tercih ederken, onu tren izledi ve çok az öğrenci de otobüs ile seyahat etmeyi belirtti. Öğrencilerin birçoğı ehliyete sahip olduklarını ve Norveç'te araba kullanmalarına izin verildiğini belirtmekle birlikte, arabayla seyahat etmeyi tercih etmemektedir (Lantai ve Mei, 2017).

Anlaşılmaktadır ki; Avustralya'daki yabancı öğrenciler ilk olarak araba ve uçak ile seyahat etmeyi daha çok tercih ederken, Amerika'daki yabancı öğrenciler ile Norveç ve İsrail'deki yabancı öğrenciler de seyahatlerinde ilk olarak uçağı tercih etmişlerdir. Ayrıca, Birleşik Krallık'taki yabancı öğrenciler tarafından tren en fazla tercih edilen ulaşım aracı olmuştur. Buna göre öğrencilerin buldukları ülkelerin ekonomik, coğrafik ve siyasi yapısına göre ve ulusçuluk temeline göre farklı ulaşım araçlarını tercih ettikleri söylenebilir. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki ulaşım tercihleri Çizelge 2.4 ile özetlenebilmektedir.

Çizelge 2.4. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki ulaşım tercihleri

	Otomobil	Otobüs	Uçak	Tren	Gemi/Bot	Diğer
Bywater (1993)		✓	✓	✓		
Field (1999)	✓	✓	✓	✓	✓	
Kim ve Jogaratnam (2003)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Davidson ve diğerleri (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gardiner ve diğerleri (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Huang ve Tian (2013)	✓	✓		✓		✓
King ve Gardiner (2015)	✓	✓	✓	✓		✓
Lantai ve Mei (2017)		✓	✓	✓		

2.5.3. Yeme-İçme

Seyahatler içinde önemli bir paya sahip olan yeme-içme tercihleri, öğrencilerin yemek ihtiyaçlarını karşılama konusunda hangi tür yemek stilini seçtiğini bizlere sunmaktadır. Bir ülkede bulunan yabancı öğrenciler, çoğunlukla gittikleri ülkede hızlı hazır yiyecekleri temsil eden fast food yiyecekleri tercih etmektedirler. Öğrencilerin diğer bir yemek yeme biçimi ise, ailelerinin yemek yeme tarzını devam ettirmeleri ve kendilerinin hazırlamış olduğu yemekleri tüketmeleri biçimindedir. Az da olsa restoran ve market alışverişleri de öğrencilerin tercih ettikleri yeme-içme tarzları arasında görülebilmektedir (Field, 1999).

Amerika'daki Asyalı öğrencilerin yeme-içme konusunda en fazla fast food restoranlar ve aile tarzı restoranlarda yemek yemeyi tercih etmişlerdir. Restoranlar, kendinden hazır yiyecekler ve marketlerden alınan yiyecekler de Amerika'daki Asyalı öğrencilerin az da olsa kullandıkları yeme-içme tarzlarını yansıtmaktadır (Kim ve Jogaratnam, 2003).

Yeni Zelanda'ya eğitim amacıyla giden Koreli öğrenciler, Yeni Zelanda'da konakladıkları bazı noktalarda Kore'nin yiyeceklerini, diğer ürünlerini veya hizmetlerini aramışlardır (Collins, 2010). Yine benzer bir şekilde, Polonya'da Erasmus Değişim Programı amacıyla eğitim gören Avrupalı öğrencilerin birçoğu yeni ve değişik yemekleri denemeye hevesli olsalar da, kendi yemek kültürlerini korumaktadırlar ve Polonya mutfağını denemeye açık olsalar da, egzotik yiyecekleri denemeye açık değildirler. Öğrenciler turistik seyahatler içinde yerel yiyecek ve içecekleri ile değişik ülkelerin yemeklerini tercih etmektedirler (Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014). Görüldüğü gibi öğrencilerin genellikle kendi kültürlerinin yemek alışkanlığını devam ettirmekte oldukları görülürken, egzotik tarzlara da ilgileri bulunmaktadır.

Malezya'daki yabancı öğrencilerin yeme-içme tercihlerini etkileyen faktörler incelendiğinde; yaş, cinsiyet, milliyet, gelir kaynağı ve öğrenim görülen üniversite yeme-içmeyi etkilerken; medeni hal, eğitim seviyesi ve ikamet süresi yabancı öğrencilerin yeme-içme tercihlerini etkilememektedir (Varasteh ve diğerleri, 2015).

Uluslararası öğrencilerin tatil amacı dışındaki alışlarında yeme-içme tüketimlerine bakıldığında ise, İngiltere’de yaşayan Çinli öğrenciler çoğunlukla Çin yemeklerini tüketmişlerdir. Tanıdık fast food zincirleri ve markaları diğer yemek alternatiflerini oluşturmuştur. Yeni yemekler denemekten ve yeni mekânlara ve restoranlara gitmekten hoşlanılmasına rağmen, gerekli gıda maddeleri alınarak Çin yemekleri yapılmıştır. İngiltere’de kalışın uzamasıyla birlikte önceden yemedikleri İngiliz yemeklerini tüketmeye başlayan öğrencilerle de karşılaşmıştır (Cappellini ve Yen, 2013). İngiltere’de yapılan bir diğer çalışmada ise uluslararası Çinli öğrencilerin yeme-içme tercihleri Cappellini ve Yen’in (2013) çalışmasındaki benzer sonuçları göstermiştir (Yen, Cappellini, Wang ve Nguyen, 2018)

Diğer taraftan gençlerin yeme alışkanlıkları, bireysel beslenme tercihleri ve aile beslenme kalıplarının rol model alınmasından etkilenirken, aynı zamanda medya ve sosyal normlar da gençlerin yeme alışkanlıklarına etki etmektedir (Neumark-Sztainer ve diğerleri, 2005). Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihlerinin özet halini Çizelge 2.5 ile görebilmek mümkündür.

Çizelge 2.5. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri

	Fast Food	Ulusal Yemek Tarzı	Gidilen Ülkenin Yemekleri	Restoran	Market Alışverişi/ Kendi Hazırladıkları Yiyecekler
Field (1999)	✓	✓		✓	✓
Kim ve Jogaratnam (2003)	✓	✓		✓	✓
Collins (2010)		✓			✓
Cappellini ve Yen (2013)	✓	✓	✓		✓
Drozdowska ve diğerleri (2014)		✓	✓	✓	✓
Yen ve diğerleri (2018)	✓	✓		✓	✓

Anlaşılmaktadır ki, uluslararası öğrencilerin yeme-içme tercihleri konusunda genellikle, öğrencilerin kendi ulusal yemek tarzını devam ettirmeleri ve kendi hazırladıkları yemekleri tüketmeleri biçiminde görülmüştür. Diğer taraftan tercihlerde fast food ve restoran

yemekleri de yeme-içme konusunda önemli rol oynarken, fast food yiyecekler gibi önceden tanıdıkları, dünya çapında bilinen markaların yiyeceklerini emniyet ve güvence amacıyla tercih ettikleri görülmüştür. Uluslararası öğrenciler buldukları ülkelerin yemeklerini yeme-içme tercihleri arasında çok az bulundurmışlardır. Çünkü yeni ortamdaki gıda tüketimi kalıplarının yeniden şekillenmesi endişe kaynağı olarak görülmüştür (Edwards, Hartwell ve Brown, 2010). Buna göre öğrencilerin yiyecek tercihleri hem fiziksel hem de his açısından önemli görülmektedir.

2.5.4. Rekreasyon Faaliyetleri

Seyahat eden öğrencilerin algılanan ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olan seyahat ürünlerini tasarlamaya ihtiyaç vardır. Örneğin, yabancı öğrenciler şehir gezisi ve tarihi yerlere yapılan gezi gibi kültürel etkinliklere katılmayı tercih ederken, yerli öğrenciler arkadaşlarını ziyaret etmek ve alışveriş yapmak gibi sosyal açıdan daha tatmin edici aktiviteler yapmayı tercih etmektedirler (Field, 1999).

ABD’de okuyan Asya öğrencilerin seyahat etkinliklerine bakıldığında, gezip görme ve bir şehri gezme gibi yeni yerler ve yeni ortamlar keşfetmek amacıyla seyahat eden öğrencilerin favori seyahat etkinliklerinden olmuştur. Alışveriş yapmak, kumsala gitmek, bir eyaleti ya da tema parkı veya milli parkı ziyaret etmek de Amerika’daki Asyalı yabancı öğrencilerin gerçekleştirdikleri boş zaman etkinliklerindedir (Kim ve Jogaratnam, 2003).

Çinli ve İngiliz öğrencilerin karşılaştırmalı incelemesini yapan Xu, Morgan ve Song’a (2009) göre Çinli kadınlar plajlara gitme, şehirlere yapılan seyahatler ve alışveriş yapma gibi etkinliklere katılırken, Çinli erkekler açık hava serüveni / sporu için daha yüksek tercihte bulunmuşlardır. İngiliz kadınları ise en çok alışveriş etkinliğine katılırken, İngiliz erkekleri, açık macera / spor etkinliklerine katılım göstermişlerdir (Xu ve diğerleri, 2009).

Avustralya’daki yabancı öğrencilerin okudukları şehir içindeki boş zaman etkinliklerinin başında alışveriş (%85,5) gelirken, ikinci favori boş zaman değerlendirme etkinliği gezip görme (%80,4) olmuştur. Aynı zamanda öğrencilerin büyük çoğunluğu (%78,9) plajlar ve milli parklar gibi doğal çekiciliklere ziyaretler gerçekleştirmişlerdir. Öğrencilerin %71,4’ü tema parkı, gece kulübü veya bar gibi eğlence aktivitelerine katılırken, %67,1’i festival ya da diğer benzeri etkinliklere katılmışlardır. Öğrencilerin okudukları şehir

dışına yaptıkları seyahatlerde katıldıkları boş zaman etkinliklerine bakıldığında ise, yüzde oranları değişmekle birlikte sıralamalardaki tek değişiklik ilk sırayı plajlar ve milli parklar gibi doğal çekiciliklere yapılan ziyaretlerin (%75,6) oluşturduğu görülürken, üçüncü sırayı ise alışveriş etkinliklerine katılımın (%51,3) oluşturduğu görülmektedir (Davidson ve diğerleri, 2010).

Polonya’da eğitim amacıyla bulunan Avrupalı öğrenciler genel olarak ülkedeki boş zaman seyahatlerini ilk olarak kültür ve tarihi geziler ile gastronomi amacıyla yapılan gezilerle değerlendirirken (%66), macera/eğlence ikinci sıradaki favori boş zaman değerlendirme faaliyetlerinden gösterilmektedir (%26). Yine aynı araştırmanın sonuçlarında boş zaman seyahatleri sıralamasının üçüncü bölümünde ise aile/akraba ziyareti (%3) yer almaktadır (Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014).

Avustralya’daki Çinli öğrenciler ilk olarak doğal alanları (manzaraları) görmek, ünlü Avustralya cazibe merkezlerini görmek ve Avustralya hayvanlarını görmek gibi çeşitli aktivitelere katılırken, hayvanlara dokunmak veya hayvanları tutmak daha az tercih edilmiştir. Yine benzer şekilde okyanusta yüzmek ve Avustralya’nın kırsal yerlerini ziyaret etmek gibi daha macera dolu seyahatler öğrenciler tarafından daha az cazip görülen etkinlikler olarak görülmüştür (Hughes ve diğerleri, 2015).

Avustralya’daki çoğu Çinlilerden oluşan yabancı öğrencilerin yapmış olduğu boş zaman etkinliklerine bakıldığında öğrenciler genellikle, öğrenci kayıtlarının yapıldığı şehir veya ilçelerde gerçekleştirilen etkinlikler içinde ilk olarak alışveriş yapmak (%91,6), plajlara ve milli parklara gitmek (%81,3) ve gezip görmek (%79,4) gibi faaliyetlere katılım göstermişlerdir. Eğitim görülen şehirden uzaklaştıkça, katılımcıların büyük bir çoğunluğu etkinliklerini ilk olarak gezmek (%74,3), doğal turistik yerleri ziyaret etmek (%75,1) ve alışveriş yapmak (%51,5) gibi faaliyetlerde bulunmuşlardır (King ve Gardiner, 2015).

Malezya’daki yabancı öğrencilerin spor, rekreasyon ve boş zamanı etkileyen faktörlere bakıldığında; öğrencilerin yaşı ve gelir kaynağı spor ve rekreasyonu etkilerken, boş zamanı etkilemediği görülmüştür. Cinsiyet ise sporu etkilerken, rekreasyon ve boş zaman etkinliklerinde cinsiyetin etkili olmadığı görülmüştür. Bunun tam tersine öğrencilerin milliyetleri spor faaliyetlerini etkilemezken, boş zaman ve rekreasyon faaliyetlerini etkilemiştir. Medeni hal, spor ve boş zaman faaliyetlerini etkilerken, medeni halin

rekreasyon faaliyetlerini etkilemediği görülmüştür. Bunun aksine öğrencilerin eğitim seviyesi rekreasyon faaliyetlerini etkilerken, spor ve boş zamanı etkilememiştir. Öğrencilerin ikamet sürelerinin ise; spor, rekreasyon ve boş zaman etkinlikleri üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmüştür (Varasteh ve diğerleri, 2015). Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki rekreasyon tercihlerini Çizelge 2.6 ile görebilmek mümkündür.

Çizelge 2.6. Yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki rekreasyon tercihleri

	Kültür/Eğlence Gezileri	Sahil/Deniz	Alışveriş	Doğa/Macera/Spor
Field (1999)	✓	✓	✓	✓
Kim ve Jogaratnam (2003)	✓	✓	✓	✓
Davidson ve diğerleri (2010)	✓	✓	✓	✓
Drozdowska ve Duda-Seifert (2014)	✓			✓
Hughes ve diğerleri (2015)	✓			✓
King ve Gardiner (2015)	✓	✓	✓	✓

2.6. Küresel Gençlik ve Öğrenci Kuruluşları

Her geçen gün sayısı artan üniversite öğrencisi piyasasına olan ilgi çok boyutludur. Bu pazarın mevcut ihtiyaçları, gelecekteki plan ve ihtiyaçlarından kaynaklanabilecek potansiyelin yanı sıra önemli bir pazarı temsil etmektedir. Öğrenciler eğitimlerini sürdürdükçe, değişim öğrencileri veya eğitim gezileri gibi birçok nedenden ötürü seyahat etmektedirler (Hsu ve Sung, 1997). Bu sebepler göz önüne alındığında ise pek çok ülke uluslararası öğrencilerin payından yararlanmak amacıyla politika ve stratejiler üzerinde çalışmalar yürütmektedirler.

Amerika’da öğrencilerin hareketlilik politikaları ve stratejileri, bağımsız örgütlere ve özel şirketlere bırakılmıştır (Levent, 2016). Federal finansmanla yaratılan Amerika’nın en büyük eğitim programı olan Fulbright programı, yükseköğretimde 7000’in üzerinde Amerikalı ve yabancı öğrencinin maliyetini karşılamaktadır (Bashir, 2012).

Birleşik Krallık’ta, uluslararası öğrencilere hizmet vermek üzere İngiltere Öğrenci İşleri Konseyi UKCISA (UK Council for International Student Affairs), uluslararası

öğrencilere verilen desteği arttırmak, ülkenin uluslararası eğitim faydaları hakkında farkındalık yaratmak ve mesleki gelişimine katkıda bulunmak amacıyla ulusal bir danışma kurulu bulunmaktadır (UKCISA, 2017).

Fransa’da, öğrenci hareketliliğini arttırmak amacıyla devlet yardımı, daha etkili ve esnek vize başvuruları, bazı kredileri almaya hak kazanma ve okul sonrası izin için fırsatlar sağlanmasının yanı sıra konsoloslukların ve elçiliklerin burs başvurusu için işbirliği desteği gibi çeşitli ulusal politikalar ve mevzuatlar oluşturulmuştur (Douglass ve Edelstein, 2009).

Avustralya’da Avustralya Eğitim Enstitüsü (AEI), Eğitim ve Bilim Bakanlığı’na bağlı, öğrencilerin deneyimlerini ve faaliyetlerini zenginleştiren, uluslararası eğitim, politika geliştirme, hizmet kalitesi ve zenginleşmelerinde işbirliğini güçlendirmek için faaliyet gösteren bir kamu kurumu bulunmaktadır (wenr.wes.org).

Kanada’da, Eğitim Başkanları Konseyi (CMEC) ve eyalet başkanları ortaklığında bütün eğitim bölgelerinde uygulanmak üzere öğrenci hareketliliğini arttırmak ve mezuniyet sonrası eğitimde aynı amaca devam etmek için bir plan geliştirilmiştir ve uygulanmaya başlamıştır (CMEC, 2017).

Asya ülkeleri de, uluslararası öğrenci pazarında rol oynamaya başlamıştır. Çin’de, Çin Burs Konseyi 2010 yılında uluslararası öğrencilere 20.000 adet burs sağlamıştır. Ancak, uluslararası öğrencilerin yaklaşık %5,2’si Çin hükümeti burslusudur. Güney Kore ise 130 farklı ülkedeki uluslararası öğrencileri çekmek için devlet hibelerinde gelişmeler bağlamında “Dünya Sınıfı Üniversite Projesi” ne (World Class University Project) 600 milyon dolar ayırmıştır (Douglass ve Edelstein, 2009).

Uluslararası Gençlik Hostel Federasyonu (IYHF) 1932’de dünyadaki gençlik hostel derneklerini koordine etmek için kurulan yardım kuruluşudur. Hostelling International (HI), “Uluslararası Gençlik Hostel Federasyonu” (IYHF) olarak bilinir ve dünyada yaklaşık 3500 bağlı Gençlik Hosteli barındıran 80’den fazla ülkede 70’ten fazla Ulusal Gençlik Hostel Dernekleri federasyonu niteliğindedir. Gençlik hostelleri, barınma sağlanması yoluyla, sosyal etkileşimi teşvik ederek tüm uluslardan, inanç ve kökenlerden gençlerin eğitimini arttırmayı amaçlamaktadır. Öncelikli konuları ise; gençlik, turizm, eğitim ve kültür şeklinde sıralanabilir (IYHF, 2018).

Uluslararası Öğrenci Seyahat Konfederasyonu (ISTC), öğrenciler için uygun bir seyahat yapmak için 1949 yılında üniversite öğrenci birlikleri tarafından kurulmuştur. Bugün 70'ten fazla uzman öğrenci seyahat şirketi, bu hedefi daha da ileriye götürmek için ISTC'nin kar amacı gütmeyen üye birlikleri aracılığıyla çalışmaktadır. Uçuş, sigorta, yer hizmetleri, iş değişim programları ve uluslararası kimlik alanlarında öğrencilere sağlanan menfaatlerin korunmasında uzmanlaşmışlardır. ISTC ağı 200'den fazla ülkede 5000'in üzerinde büro içerir. Üyeler her yıl toplam 10 milyon öğrenciye hizmet vermektedir (ISTC, 2018).

Uluslararası Gençlik Seyahat Organizasyonları Federasyonu (FIYTO) gençlik seyahatinde uzmanlaşmış kuruluşlar ve şirketler için küresel ticaret derneğidir. Fiyto, 1950'de kuruluşundan bu yana dünya genelinde gençlik seyahat endüstrisinde en büyük ve en etkili organizasyon haline gelmiştir. Dünya çapında, politik olmayan ve mezhep dışı bir seyahat ticareti birliğidir. Amacı genç gezginlerin özel kimliğini ve esnek, uygun fiyatlı seyahat ve seyahatle ilgili hizmetleri kullanma haklarını savunmaktır (FIYTO, 2018).

Uluslararası Öğrenci Seyahat Konfederasyonu (ISTC) ve Gençlik Seyahat Organizasyonu Federasyonu (FIYTO), Ekim 2006'da, Dünya Gençlik Öğrenci ve Eğitim Seyahat Konfederasyonu'nu (WYSE Seyahat Konfederasyonu) oluşturmak üzere birleşmişlerdir. Öğrenciler ve gençler için seyahat ve eğitim olanaklarının tanıtımı yoluyla uluslararası anlayışı artırmak için, 118 ülkede 5000 yerleşim ağı bulunan konfederasyon üyeleri, her yıl 10 milyondan fazla öğrenci ve genç için uluslararası seyahat ve eğitim deneyimi sunmaktadır. Konfederasyon üyeleri, öğrenci kimlik kartları, Dil Seyahat Deneyimleri, İş Değişimi ve Au Pair Deneyimleri (ev işi veya çocuk bakımı yapmak), Öğrenci Uçuşları, Yüzeysel Taşımacılık ve Seyahat Sigortası gibi dünya genelinde genç gezginler için değerli hizmetler ve ürünler sunmak için uzman sektör dernekleri aracılığıyla çalışırlar. Gençlik, öğrenci seyahatleri ve uluslararası eğitimin kişisel, sosyal, ekonomik ve kültürel faydalarını teşvik ederek, Uluslararası Öğrenci Kimliği Kartı (ISIC), dil eğitimi programları ve yurtdışı deneyimleri gibi gençler ve öğrenciler için yenilikçi seyahat ve eğitim ürünleri ve hizmetleri geliştirir, ticaret, ağ ve bilgi paylaşım platformları sağlar ve yeni araştırma ve pazar istihbaratını üretir ve dağıtır (WYSE, 2018).

Öğrenci ve Gençlik Seyahat Derneği (SYTA); 2000 yılında kurulan Amerika Birleşik Devletleri'ndeki SYTA Gençlik Vakfı, değerli eğitim seyahat deneyimlerini ve grup performans fırsatlarını kaçırmamaları amacıyla öğrenciler ve gençler için burs ve maddi

yardımlı sağlamaktadır. Başlangıcından itibaren, öğrencilere ve gençlere eğitim ve performansla ilgili seyahatler için 1.2 Milyon ABD Dolarının üzerinde ödül verilmiştir ve 6.000'den fazla öğrenci olan yolcuyu doğrudan etkilemiştir (SYTA, 2018).

Öğrenci Hava Seyahat Birliği (SATA), gençlere ekonomik ve erişilebilir yolculuklar yapma taahhüdünü paylaşan öğrenci seyahat acentelerinin uluslararası bir üyelik birliğidir. Öğrenci gezginlerinin benzersiz bir müşteri nişi olduğunun farkına varan SATA, 30 yıldan daha fazla zamandır, gençlerin özel ihtiyaçlarını karşılayan özel hava seyahat ürünleri sunmak için harekete geçmiştir. SATA, "SATA tipi bilet", tam zamanlı öğrencilere ve 26 yaşından küçük gençlere özel ücretler sağlayan bir uçuş bileti için en iyi bilinendir. SATA biletleri, hava taşıyıcıları ile bireysel SATA üyeleri arasındaki Bilet Kabul Anlaşmaları yoluyla müzakere edilmektedir. SATA üyeleri ve SATA'nın acenteleri, dünya çapında 2.500 perakende satış mağazası dağıtım ağı kurmuştur. Öğrenci ve genç gezginler, esneklik için özel bir ihtiyaca sahiptir ve planları sık sık değiştirir veya yenilerini üretirken, bu ağ neredeyse her yere gittiğinde bir SATA bilet acentesi bulmalarını sağlar. Bu dağıtım ağı ve müşteri hizmetleri düzeyi benzersizdir ve öğrenciler için SATA biletini cazip kılan şey olarak görülmektedir (SATA, 2018).

3. EĞİTİM AMACIYLA TÜRKİYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN TURİSTİK DAVRANIŞI: ANKARA ÖRNEĞİ

3.1. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın yöntem kısmı ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Yöntem başlığı kapsamında, evren ve örneklem, kullanılan ölçme araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizine yönelik açıklamalar yer almaktadır.

3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen, 2017-2018 eğitim-öğretim dönemi içinde Ankara'daki yükseköğretim kurumlarında eğitim gören 10.936 (YÖK, 2018a) yabancı uyruklu öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma evreninin geniş olması nedeniyle, tüm yabancı uyruklu öğrencilere ulaşmak mümkün değildir. Bu nedenle, zaman ve maliyet gerekçelerine dayanılarak bir örneklem belirlenmesi gerekmektedir. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde ise Yamane (2001), örneklem formülü kullanılmıştır (Yamane, 2001: 116). Bu formüle göre araştırma evreni 10.936 olarak kabul edildiğinde, araştırma örneklemi de % 95 güven seviyesinde 372 olarak hesaplanmaktadır. Örneklemin hesaplanmasında kullanılan örneklem formülü aşağıda yer almaktadır.

Örneklem Formülü:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N: yığındaki birey sayısı

n: örneklemdaki birey sayısı

z: istenilen güvenilirlik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)

(örnek çapını maksimum yapmak için $p=q=0.50$ alınabilir)

İlgili örneklem formülünün araştırmaya yönelik uygulanaşı da aşığıda ifade edilmektedir.

Formülün Uygulanışı:

n = Örneklem büyüklüğü

N = 10.936

p = 0.5

q = 0.5

z = 1.96

d = 0.05

$$n = \frac{10.936 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{10.936 \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$n = 372$

Örneklem sonucuna göre bu araştırmanın, % 95 güven seviyesinde en az 372 kişilik örneklem üzerinde yapılmasına karar verilmiştir.

3.1.2. Ölçme Araçları

Araştırmada, veri toplama tekniğı olarak anket formu kullanılmıştır. Anketler, Ankara'daki üniversitelere eğitim amacıyla gelen yabancı öğrencilere uygulanmıştır. Ankete katılan kişilerden sağlıklı cevaplar alınabilmesi açısından, anketlerin uygulanma yeri olarak, üniversiteler ile birlikte üniversite yabancı öğrenci irtibat büroları, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Ankara'daki çeşitli ülke derneklerinden elde edilen adres bilgilerinden yararlanılarak katılımcılara internet tabanlı anket formu ve yüz yüze anket formu ulaştırılması tercih edilmiştir.

Toplam 28 sorudan oluşan anket içerisinde ilk sayfada katılımcıların demografik bilgilerini içeren cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve içeriği, aylık gelir miktarını tespit etmeye yönelik sorular. Ayrıca Türkiye vize türü, Türkiye’deki eğitim için tahmini kalış süresi, eğitim görülen üniversite, eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih etme, Ankara’yı tercih etme ve üniversiteyi tercih etme sebepleri ve boş zaman değerlendirme etkinliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. Türkiye’deki turistik seyahatlere ilişkin sorulara geçmeden önce katılımcılara “turistik amaçlarla Türkiye’de seyahat ettiniz mi?” ve “Türkiye’de kalırken turistik amaçlı seyahat etmeyi planlıyor musunuz?” sorularına yer verilmiştir. “Turistik amaçlarla Türkiye’de seyahat ettiniz mi?” sorusuna “evet” cevabı veren katılımcılardan turistik seyahat ile ilgili soruları cevaplamaları istenmiştir. Katılımcıların Türkiye’deki turistik seyahat tercihlerine yönelik görüşlerini ortaya koyan sorular; seyahat planını hangi kanal aracılığıyla planladıkları, hangi şehirlere seyahat ettikleri, tatillerini etkileyen motivasyonları, seyahatte kullandıkları konaklama türü ve konaklama tipi, seyahatteki kalış süreleri, seyahate kim veya kimlerle birlikte çıktıkları, seyahatleri sırasında kullandıkları ulaşım araçları, seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri, seyahatlerinde aldıkları hediyelik eşyalar, seyahatlerinde yaptıkları harcama miktarlarını tespit etmeye yöneliktir.

Araştırmaya katılımın ve ilgili anket formunun uygulanabilirliğini artırmak için anket formu hem İngilizce hem de Türkçe olarak kullanılmıştır.

3.1.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan veriler, SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences) (Sosyal Bilimler için İstatistik Programı) istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçekte yer alan soru ve ifadelerle ilişkin tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde değer) analiz edilmiştir. Kategorik değişkenler arası ilişkilerin değerlendirilmesinde Ki-kare bağımsızlık (X^2) testi kullanılmıştır. Bütün istatistiksel analizlerde önemlilik seviyesi olarak $p < 0.05$ değeri kabul edilmiştir.

3.2. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, alan araştırması sonucunda elde edilen verilerin istatistiksel analizlerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Öncelikle araştırma ölçeğinde yer alan tarama soruları, kişisel bilgiler ve eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih ederken dikkat

edilen hususlar, Ankara'yı tercih etme ve eğitim görülen üniversiteyi tercih etme sebepleri gibi tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur. Tarama sorularından sonra, yabancı öğrencilerin Türkiye'de gerçekleştirmiş oldukları turistik seyahatlere ilişkin hipotez testlerine geçilmiştir. Son olarak, elde edilen tüm bulgular ilgili çizelge ve şekiller yardımı ile sunulmuş yorumlanmıştır.

Türkiye'deki turistik seyahatlere ilişkin sorulara geçmeden önce katılımcılara "turistik amaçlarla Türkiye'de seyahat ettiniz mi?" ve "Türkiye'de kalırken turistik amaçlı seyahat etmeyi planlıyor musunuz?" sorularına yer verilmiştir. "Turistik amaçlarla Türkiye'de seyahat ettiniz mi?" sorusuna evet cevabı veren 384 katılımcıya turistik seyahatlere ilişkin sorular yöneltilmiştir. Ayrıca "Türkiye'de kalırken turistik amaçlı seyahat etmeyi planlıyor musunuz?" sorusuna evet cevabı veren 384 katılımcının hepsi (% 100) Türkiye'deki kalış süresi içinde turistik seyahat planladıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Katılımcıların Türkiye'deki turistik seyahatlerine ilişkin ön bilgileri

Turistik Amaçlarla Türkiye'de Seyahat Ettiniz Mi?	f	%
Evet	384	100
Türkiye'de Kalırken Turistik Amaçlı Seyahat Etmeyi Planlıyor Musunuz?		
Evet	384	100

3.2.1. Tarama Sorularına Yönelik Bulgular

Araştırmaya toplam 384 yabancı uyruklu öğrenci katılmıştır. Araştırmaya katılan yabancı öğrencilerin demografik özelliklerine göre dağılımları Çizelge 3.2'de yer almaktadır. İlk olarak cinsiyet değişkenine bakıldığında, eğitim amacıyla Ankara'da bulunan ve turistik seyahatlere katılan öğrencilerin % 41,4'ünün kadın, % 58,6'sının ise erkek olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, cinsiyet değişkeni açısından erkeklerin kadınlara göre oranı daha fazladır. Eğitim programı seviyesi değişkeni açısından ele alındığında ise araştırmaya katılanların % 52,9'unun ön lisans/lisans eğitimi, % 47,1'inin ise lisansüstü eğitim (yüksek lisans/doktora) programlarına kayıtlı olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların aylık gelir dağılımları incelendiğinde ise % 39,'ünün "751-1250 TL", % 36,7'sinin "750 TL'den daha az" ve % 24,2'sinin ise "1251 TL'den daha fazla" gelire sahip oldukları, ayrıca

birbirine yakın oranları paylaştıkları görülmektedir. Katılımcıların öğrencilerden oluştuğu düşünüldüğünde, böyle bir dağılımın ortaya çıkmasının da normal olduğu ifade edilebilir. Türkiye’de eğitim amacıyla bulunan katılımcıların eğitim programlarının içeriği büyük çoğunlukla % 89,1 “diploma programı (ön lisans/lisans/yüksek lisans/doktora)” şeklindedir. Katılımcıların % 4,9’u “araştırma”, % 4,4’ü “dil eğitimi”, % 0,8’i “staj” ve % 0,8’i “gönüllü proje” kapsamındaki eğitim programlarını içermektedir.

Çizelge 3.2. Katılımcılara yönelik demografik bilgiler

Demografik Özellikler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	159	41,4
	Erkek	225	58,6
	Toplam	384	100
Eğitim Programı Seviyesi	Ön lisans/Lisans eğitimi	203	52,9
	Lisansüstü eğitim (Yüksek lisans/Doktora)	181	47,1
	Toplam	384	100
Eğitim Programının İçeriği	Dil eğitimi	17	4,4
	Staj	3	0,8
	Araştırma	19	4,9
	Gönüllü proje	3	0,8
	Diploma programı (ön lisans/lisans/yüksek lisans/doktora)	342	89,1
	Toplam	384	100
Aylık Gelir	750 TL’ den daha az	141	36,7
	751-1250 TL	150	39,1
	1251 TL’den daha fazla	93	24,2
	Toplam	384	100

Araştırmaya katılanlara milliyetleri sorulmuş ve Çizelge 3.3’de görüleceği üzere en fazla öğrenci % 11,7 Afganistan milliyetindedir. Irak % 7,3, Filistin % 6,5 ve Yemen % 4,9 en fazla katılımcı yüzdelarını paylaşmaktadır. Dünyanın farklı ülkelerinden gelen yabancı öğrencilerin çoğunlukla Türkiye’ye yakın coğrafyalardan geldiği de göze çarpan başka bir sonuçtur. Ancak Amerika Kıtası gibi uzak bir coğrafyadan da Ankara’ya eğitim görmek amacıyla gelen katılımcı az da olsa bulunmaktadır.

Çizelge 3.3. Katılımcıların milliyetleri

Milliyet	f	%	Milliyet	f	%
Afganistan	45	11,7	Tacikistan	3	0,8
Irak	28	7,3	Yunanistan	3	0,8
Filistin	25	6,5	Zambiya	3	0,8
Yemen	19	4,9	Burundi	2	0,5
Sudan	15	3,9	Danimarka	2	0,5
İran	13	3,4	Fildişi Sahili	2	0,5
Endonezya	12	3,1	Gambiya	2	0,5
Kazakistan	12	3,1	Gine	2	0,5
Azerbaycan	11	2,9	Kolombiya	2	0,5
Somali	11	2,9	Myanmar (Burma)	2	0,5
Cezayir	9	2,3	Polonya	2	0,5
Bangladeş	8	2,1	Portekiz	2	0,5
Mısır	8	2,1	Ürdün	2	0,5
Karadağ	7	1,8	Ruanda	2	0,5
Rusya	7	1,8	Tayland	2	0,5
Özbekistan	7	1,8	Tayvan	2	0,5
Bosna Hersek	6	1,6	Uganda	2	0,5
Kenya	6	1,6	Benin	1	0,3
Malezya	6	1,6	Çad	1	0,3
Pakistan	6	1,6	Çek Cumhuriyeti	1	0,3
Suudi Arabistan	6	1,6	Çin	1	0,3
Arnavutluk	5	1,3	Ekvador	1	0,3
Kongo Cumhuriyeti	5	1,3	İspanya	1	0,3
Tunus	5	1,3	Kamerun	1	0,3
Cibuti	4	1,0	Komorlar Birliği	1	0,3
Gürcistan	4	1,0	Kore Cumhuriyeti	1	0,3
Kosova	4	1,0	Madagaskar	1	0,3
Libya	4	1,0	Mali	1	0,3
Nijerya	4	1,0	Moğolistan	1	0,3
Sırbistan	4	1,0	Monako	1	0,3
Suriye	4	1,0	Mozambik	1	0,3
Etiyopya	3	0,8	Romanya	1	0,3
Gana	3	0,8	Tanzanya	1	0,3
Hindistan	3	0,8	Uganda	1	0,3
Kırgızistan	3	0,8	Ukrayna	1	0,3
Makedonya	3	0,8	Zimbabve	1	0,3
Moritanya	3	0,8	Toplam	384	100,0

Katılımcıların milliyetlerini genel bir görüntü şeklinde ifade etmek gerekirse (Çizelge 3.4) çoğunluğu % 37,2 “Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu” milliyetine kayıtlıdır. Diğer taraftan Avrupalı öğrenciler % 11,2 oranıyla en az yüzdeyi oluşturan milliyet bölgesi olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.4. Katılımcıların bölgelere göre milliyetleri

Milliyet	f	%
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	143	37,2
Orta Doğu	105	27,3
Avrupa	43	11,2
Diğer Milliyetler	93	24,2
Toplam	384	100,0

Türkiye’ye eğitim amacıyla gelen öğrencilerin Türkiye vizesi türü büyük çoğunlukla % 87,8 “öğrenci vizesi” şeklindedir (Çizelge 3.5). Katılımcıların % 9,9’u “turist vizesi” ve % 0,8’i “görevli/çalışma izni vizesi” şeklinde Türkiye’ye seyahat etmek için kullandıkları vize türünü ifade etmiştir.

Çizelge 3.5. Katılımcıların Türkiye vize türü

Vize Türü	f	%
Öğrenci vizesi	337	87,8
Turist vizesi	38	9,9
Görevli/çalışma izni vizesi	3	0,8
Diğer	6	1,6
Toplam	384	100,0

Katılımcıların kayıtlı olduğu üniversite büyük çoğunlukla % 41,7 “Gazi Üniversitesi”dir (Çizelge 3.6). Katılımcıların % 25,3’ü “Ankara Üniversitesi”, % 12,0’si “Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi”, % 6,8’i “Hacettepe Üniversitesi” ve % 6,3’ü “Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi” ne kayıtlıdır. Diğer taraftan “Bilkent Üniversitesi”, “Atılım Üniversitesi”, “Sağlık Bilimleri Üniversitesi” ve “TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi” aynı yüzde oranını (% 0,3) paylaşan, az katılımcıya sahip üniversiteler olarak tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun Ankara’daki devlet üniversitelerine kayıtlı olduğu da göze çarpan diğer bir sonuçtur.

Çizelge 3.6. Katılımcıların kayıtlı olduğu üniversite

Ankara'da Kayıtlı Olunan Üniversite	f	%
Gazi Üniversitesi	160	41,7
Ankara Üniversitesi	97	25,3
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	46	12,0
Hacettepe Üniversitesi	26	6,8
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	24	6,3
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	16	4,2
Başkent Üniversitesi	5	1,3
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	4	1,0
Polis Akademisi	2	0,5
Atılım Üniversitesi	1	0,3
Bilkent Üniversitesi	1	0,3
Sağlık Bilimleri Üniversitesi	1	0,3
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	1	0,3
Toplam	384	100,0

Katılımcıların eğitim amacıyla Türkiye'yi tercih etmelerinde etkili olan birden fazla ölçütün seçilebildiği Çizelge 3.7'de, katılımcıların büyük çoğunluğu (% 67,7) "eğitim kalitesi" ni seçmiştir. Katılımcıların % 49,2'si "burs imkânları" ve % 38,0'i "kültürel yapı" tercihleri ile Türkiye'ye eğitim amacıyla gelmelerindeki tercih sebeplerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan katılımcılar tarafından en az ifade edilen Türkiye'yi tercih etme seçeneği ise % 4,7 "yarı zamanlı istihdam/iş fırsatı" olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.7. Katılımcıların eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih etme sebebi

Eğitim Amacıyla Türkiye’yi Tercih Etme Sebebi	f	%
Eğitim kalitesi	260	67,7
Eğitim itibarı	76	19,8
Eğitim dili Türkçe’dir	78	20,3
Eğitim dili İngilizce’dir	25	6,5
Ülkenin resmi dili (Türkçe)	39	10,2
Kültürel yapı	146	38,0
Etnik ve dini yapı	92	24,0
Sağlık hizmetleri	85	22,1
Türkiye’nin devlet yönetimi	72	18,8
İrk ayrımcılığının olmaması	43	11,2
Geldiğim ülke ile Türkiye arasındaki ilişkiler	129	33,6
Ülkemdeki Türkiye imajı	104	27,1
Coğrafi yakınlık	85	22,1
Güvenli çevre	87	22,7
Bilgi kaynağı çeşitliliği	50	13
Burs imkânları	189	49,2
Uluslararası öğrenciler için etkili öğrenim ortamı	86	22,4
Kendi ülkemdeki temsilci tavsiyesi	40	10,4
Ebeveyn/arkadaş tavsiyesi	58	15,1
Türkiye’de arkadaş/akrabaların ikamet etmesi	54	14,1
Yarı zamanlı istihdam/iş fırsatı	18	4,7
Türkiye’deki uluslararası öğrenci sayısı	57	14,8
Öğrenci özellikleri/nitelikleri	32	8,3
Türkiye’ye göç etme niyeti	27	7,0
Tatil imkânları ve turistik imaj	66	17,2
Ülkede (Türkiye’de) yaşam maliyeti	75	19,5
Partner bulmak	13	3,4
Diğer	7	1,8

Katılımcıların Ankara’yı tercih etmelerini etkileyen en önemli üç sebebi sorulduğunda (Çizelge 3.8) % 52,9 “kaliteli eğitim” en fazla ifade edilen gerekçe olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar tarafından en fazla ifade edilen diğer gerekçeler ise % 39,6 “başkent” ve % 26,8 “Ankara’daki üniversitelerin kalitesi” şeklinde ifade edilmiştir. Başka

bir ifadeyle, çoğu katılımcı Ankara'daki eğitimin ve eğitim kurumlarının kalitesini ve Ankara'nın başkent olmasını, Ankara tercihini etkileyen önemli gerekçeler olarak sıralamışlardır.

Çizelge 3.8. Katılımcıların Ankara tercihini etkileyen en önemli gerekçeler

Ankara Tercihi Etkileyen En Önemli Gerekçeler	f	%
Kaliteli eğitim	203	52,9
Başkent	152	39,6
Ankara'daki üniversitelerin kalitesi	103	26,8

Diğer taraftan katılımcıların ifade ettikleri Ankara tercihini etkileyen Çizelge 3.8'de yer almayan en önemli gerekçeler ise % 22,1 "burs fırsatı", % 16,9 "ucuz yaşam" ve % 14,8 "güvenli çevre" olarak tespit edilmiştir.

Katılımcıların Ankara'da eğitim gördükleri üniversite tercihini etkileyen en önemli üç sebebi sorulduğunda % 59,9 "eğitim kalitesi" en fazla ifade edilen gerekçe olarak görülmüştür. Kaliteli bir üniversite olması (% 43,2) ve ünlü bir üniversite olması da (% 25,8) üniversite tercihinde en fazla ifade edilen gerekçeler olarak görülmüştür (Çizelge 3.9). Diğer bir ifadeyle, üniversite tercihinde katılımcılar için en önemli gerekçeler, üniversitenin yapısını ve eğitimini dünya çapında duyurması şeklinde açıklanabilir.

Çizelge 3.9. Katılımcıların üniversite tercihini etkileyen en önemli gerekçeler

Üniversite Tercihi Etkileyen En Önemli Gerekçeler	f	%
Eğitim kalitesi	230	59,9
Kaliteli bir üniversite olması	166	43,2
Ünlü bir üniversite olması	99	25,8

Diğer taraftan katılımcıların ifade ettikleri üniversite tercihini etkileyen Çizelge 3.9'da yer almayan en önemli gerekçeler ise % 22,4 "başkentte olduğu için", % 21,4 "burs fırsatı" ve % 10,2 "köklü bir üniversite olması" olarak tespit edilmiştir.

Katılımcıların Türkiye'de boş zamanlarda yaptığı etkinlikleri incelendiğinde birden fazla ölçütün seçilebildiği Çizelge 3.10'da, "gezi" (% 61,5), "alışveriş" (% 56,3) ve

“eğlence” (% 47,1) en fazla tercih edilen boş zaman etkinliği olarak görülmüştür. Diğer taraftan katılımcılar tarafından en az tercih edilen boş zaman etkinliği “sağlık” (% 8,6) olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.10. Katılımcıların Türkiye’de boş zamanlarda yaptığı etkinlikler

Türkiye’de Boş Zamanlarda Yapılan Etkinlikler	f	%
Eğlence	181	47,1
Gezi	236	61,5
Kültür/tarih	171	44,5
Gastronomi	36	9,4
Spor (açık ve/veya kapalı alan sporları)	156	40,6
Macera etkinlikleri	59	15,4
Toplantı/konferans/kurs/seminer vb.	140	36,5
Alışveriş	216	56,3
Arkadaş ve akraba ziyareti	122	31,8
Dini etkinlikler	77	20,1
Sağlık	33	8,6
Diğer	2	0,5

Katılımcıların Türkiye’de yapmış oldukları aylık harcama miktarına bakıldığında % 37,5’i “751-1250 TL”, % 35,9’u “750 TL’den daha az” ve % 26,6’sı “1251 TL’den daha fazla” harcama yaptıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 3.11). Katılımcıların yapmış olduğu harcamalara bakıldığında en fazla aylık harcama “751-1250 TL” (% 37,5) şeklindedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların çoğunluğu (Bkz. Çizelge 3.2) “751-1250 TL” gelir seviyesindeki öğrencilerden oluştuğu düşünüldüğünde harcama miktarında da böyle bir dağılımın ortaya çıkmasının normal olduğu söylenebilir.

Çizelge 3.11. Katılımcıların Türkiye’deki aylık harcama miktarı

Türkiye’deki Aylık Toplam Harcama Miktarı	f	%
750 TL’den daha az	138	35,9
751-1250 TL	144	37,5
1251 TL’den daha fazla	102	26,6
Toplam	384	100,0

3.2.2. Türkiye’deki Turistik Seyahatlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların Türkiye’deki turistik seyahatlerinde etkili olan popüler bilgi kaynakları incelendiğinde birden fazla ölçütün seçilebildiği Çizelge 3.12’de, en fazla tercih edilen bilgi kaynağını katılımcıların % 81,8’i “internet” ve katılımcıların % 60,7’si “arkadaş/akraba” olarak ifade etmişlerdir. Diğer taraftan seyahat acentesi (% 14,9) ve (rehber kitaplar % 9,1) tercih edilen diğer turistik bilgi kaynakları olarak tespit edilmiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılar ise (% 1,3) turistik seyahatlerinde etkili olan bilgi kaynağı olarak televizyon dizileri ve kitaplardan etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 3.12. Katılımcıların turistik seyahatlerinde etkili olan popüler bilgi kaynakları

Turistik Seyahatte Etkili Olan Popüler Bilgi Kaynakları	f	%
İnternet	314	81,8
Arkadaş/akraba	233	60,7
Seyahat acentesi	55	14,3
Rehber kitaplar	35	9,1
Diğer	5	1,3

Katılımcıların Türkiye’de turistik amaçlarla seyahat ettikleri şehirlerden en fazla seyahat edilen şehir büyük çoğunluk tarafından % 77,6 “İstanbul” olarak ifade edilmiştir (Çizelge 3.13). Katılımcıların % 29,2’si Antalya’ya, % 27,9’u Eskişehir’e, % 25,8’i İzmir’e ve % 19,8’i Konya’ya turistik amaçlarla seyahat gerçekleştirmiştir. Diğer bir ifadeyle en fazla seyahat edilen şehir büyük çoğunluk tarafından tercih edilen İstanbul olmuştur.

Çizelge 3.13. Türkiye’de turistik amaçlarla seyahat edilen şehirler

Türkiye’de Seyahat Edilen Şehirler	f	%
İstanbul	298	77,6
Antalya	112	29,2
Eskişehir	107	27,9
İzmir	99	25,8
Konya	76	19,8

Diğer taraftan turistik seyahatler amacıyla katılımcıların % 16,9’u Bursa’ya, Nevşehir’e ve Trabzon’a % 8,1’i, % 7,3’ü Muğla’ya ve % 5,5’i Çanakkale’ye seyahat

etmiştir. Görüldüğü gibi seyahat edilen şehirlerin ortak özellikleri genel olarak deniz, kültür ve tarih varlığını bünyesinde bulunduran yerlerdir şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların Türkiye’de gerçekleştirmiş oldukları turistik seyahatlerinde (en son) tercih ettikleri pansiyon tipi büyük çoğunluk tarafından % 48,4 “BB (oda kahvaltısı)” olmuştur (Çizelge 3.14). Diğer bir ifadeyle, katılımcıların yarısına yakınının “BB (oda kahvaltısı)” seçeneğini işaretlemesinin nedeni daha ucuz konaklama tipinde geceleme yapılıp, kalan bütçesiyle tatilinin süresini uzatmak veya katılımcıların hepsinin öğrenci olduğu düşünüldüğünde çoğunlukla konfor aramayan yalnızca kalacak bir yer sağlamak amacıyla “BB (oda kahvaltısı)” konaklama tipini tercih ettikleri söylenebilir. Diğer taraftan katılımcıların % 16,4’ü “All Inclusive (her şey dâhil)” pansiyon tipini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Diğer bir bakış açısıyla, “All Inclusive (her şey dâhil)” pansiyon sistemini sunan otel işletmesi türünde konaklama gerçekleştirdikleri şeklinde de ifade edilebilir.

Çizelge 3.14. Türkiye’de turistik seyahatte (en son) tercih edilen pansiyon tipi

Türkiye’de Turistik Seyahatte	f	%
Tercih Edilen Pansiyon Tipi		
BB (oda kahvaltısı)	186	48,4
HB (yarım pansiyon)	58	15,1
FB (tam pansiyon)	47	12,2
All Inclusive (her şey dâhil)	63	16,4
Diğer	30	7,8
Toplam	384	100

Katılımcılardan % 7,8’i ise “diğer” seçeneğini işaretlemişlerdir. Diğer seçeneğinde ifade ettikleri ise, konaklama türü değişkeninde genellikle “diğer” seçeneği içinde ifade edilen yani ev kiralaayan veya airbnb konaklama türünde kalan ya da arkadaş/akraba yanında konaklama gerçekleştiren katılımcıların pansiyon tipi sorusunda diğer seçeneğiyle bunu belirtmeleridir. Başka bir ifadeyle, bu tür konaklama türünde kaldıkları için Çizelge 3.14’deki “diğer” seçeneğinde bir pansiyon tipini tercih etmedikleri ve yalnızca konaklamayı gerçekleştirdikleri şeklinde yorumlanabilir.

Türkiye’deki turistik seyahatlerde kullanılan ulaşım aracı değişkenine göre birden fazla ölçütün seçilebildiği Çizelge 3.15’de, katılımcıların % 88,3’ünün “otobüs” ü tercih ettikleri görülmüştür. En fazla tercih edilen ikinci ulaşım aracı türü ise katılımcıların %

66,1'i tarafından "uçak" olarak ifade edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, otobüsü tercih eden katılımcıların otobüsü ucuz araç olarak gördükleri, uçağı tercih edenlerin ise hem hızlı ulaşım sağlamaları hem de bazı zamanlarda uygun fiyatlarla seyahat edebilmeleri olarak yorumlanabilir. Katılımcılardan az olarak görülmeyecek bir oranın yani % 15,1'inin "diğer (otostop vb.)" seçeneğini işaretlediği tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, katılımcıların öğrenci olduğu düşünöldüğünde ulaşım aracına para ödemek istemeyen, diğer taraftan güvenli olup olmadığına çok önem vermeden "diğer (otostop vb.)" ulaşım aracı türünü kullandıkları şeklinde bir yorum yapılabilir.

Çizelge 3.15. Türkiye'deki en son turistik seyahatte kullanılan ulaşım aracı

Türkiye'deki En Son Turistik Seyahatte Kullanılan Ulaşım Aracı	f	%
Kiralık araç	132	34,4
Kendi aracım	105	27,3
Otobüs	339	88,3
Tren	229	59,6
Uçak	254	66,1
Gemi	149	38,8
Diğer (otostop vb.)	58	15,1

Katılımcıların turistik seyahatlerde kullanmış oldukları ulaşım aracı memnuniyeti ise Çizelge 3.16'da görölmektedir. Ulaşım aracı türlerinden en fazla kullanılan "otobüs" memnuniyeti çoğunlukla "orta" derecede memnuniyet düzeyi oluştururken, tren ve uçak memnuniyeti çoğunlukla "iyi" ve "çok iyi" derecede memnun olunan araçlar olarak yorumlanabilir.

Çizelge 3.16. Türkiye'deki en son turistik seyahatte kullanılan ulaşım aracı memnuniyeti

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte Kullanılan Ulaşım Aracı Memnuniyeti					
		Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	Toplam
Kiralık araç	f	6	8	64	44	10	132
	%	1,6%	2,1%	16,7%	11,5%	2,6%	34,4%
Kendi aracım	f	7	4	34	38	22	105
	%	1,8%	1,0%	8,9%	9,9%	5,7%	27,3%
Otobüs	f	3	17	105	61	53	339
	%	0,8%	4,4%	7,3%	41,9%	13,8%	88,3%
Tren	f	0	4	34	99	92	229

Çizelge 3.16. (devam) Türkiye’deki en son turistik seyahatte kullanılan ulaşım aracı memnuniyeti

Türkiye'deki Turistik Seyahatte Kullanılan Ulaşım Aracı Memnuniyeti							
		Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	Toplam
	%	0%	1,0%	8,9%	25,8%	24,0%	59,6%
Uçak	f	2	4	21	79	148	254
	%	0,5%	1,0%	5,5%	20,6%	38,5%	66,1%
Gemi	f	3	2	33	68	43	149
	%	0,8%	0,5%	8,6%	17,7%	11,2%	38,8
Diğer	f	3	4	26	14	11	58
(Otostop vb.)	%	0,8%	1,0%	6,8%	3,6%	2,9%	15,1

Türkiye’deki turistik seyahatlere çıkan katılımcıların seyahatlerinde aldıkları hediyelik eşyalar incelendiğinde, katılımcıların % 27,6’sı “giysi/kıyafet”, % 27,3’ü “şehri simgeleyen hediyeler” ve % 20,1’i “magnet” almayı tercih etmiştir (Çizelge 3.17).

Çizelge 3.17. Türkiye’deki turistik seyahatte tercih edilen hediyelik eşya

Türkiye’deki Turistik Seyahatte Tercih Edilen Hediyelik Eşya	f	%
Giysi/kıyafet	106	27,6
Şehri simgeleyen hediyeler	105	27,3
Magnet	77	20,1

Çizelge 3.17’de yer almayan ancak katılımcılar tarafından alınan diğer hediyelik eşyalara bakıldığında % 15,9’u lokum, % 5,7’si yöresel eşyalar ve % 4,4’ü kitap almıştır. Diğer taraftan az da olsa nazar boncuğu, anahtarlık, parfüm, gümüş, takı, antika, seramik ve Türk kahvesi/çay gibi hediyelik eşyalar da katılımcılar tarafından tercih edilen diğer hediye türleri olarak ifade edilmiştir. Sonuç olarak, turistik seyahatlerinde hediyelik eşya alan katılımcılar genellikle, gittikleri yerlere özel olan ve seyahat edilen yeri hatırlatacak eşya türlerini tercih etme eğilimi göstermişlerdir denilebilir.

Katılımcıların Türkiye’deki turistik seyahat deneyimleri sonucunda, Türkiye’nin turizm imajını tek kelime kullanarak özetlemeleri şeklindeki değişkene verilen yanıtlardan en fazla ifade edilen kelime % 23,7 “harika/muhteşem” olmuştur (Çizelge 3.18).

Katılımcıların % 21,8'i "güzel" ve % 8,3'ü ise "iyi kelimesiyle Türkiye'nin turizm imajını özetlemişlerdir.

Çizelge 3.18. Türkiye turizm imajının özeti

Türkiye Turizm İmajının Özeti	f	%
Harika/muhteşem	91	23,7
Güzel	84	21,8
İyi	32	8,3

Diğer taraftan katılımcıların % 5,2'si "şaşırtıcı", % 3,9'u "ilgi çekici" ve % 3,1'i "büyüleyici" kelimeleriyle Türkiye'nin turizm imajını özetlemişlerdir. Katılımcılardan az da olsa tarihi, doğal, huzurlu, romantik, tapılası, canlandırıcı, Dünya'daki cennet şeklinde ifadelerle turizm imajını belirten farklı yorumlar da yapılmıştır.

Katılımcıların gelecekte Türkiye'yi tatil amaçlı olarak tekrar ziyaret etme niyeti sorusuna % 56,8'i "kesinlikle evet", % 31,5'i "evet" yanıtını vermişlerdir (Çizelge 3.19). Diğer bir ifadeyle, büyük çoğunluğun "kesinlikle evet" ve "evet" seçeneklerini işaretlemeleri geleceğin potansiyel turistlerinin Türkiye'yi turistik amaçlarla tekrar ziyaret etmelerinin çok yüksek olduğunu göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında öğrencilerden oluşan katılımcıların gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinden memnun olarak ayrılmaları, geleceğin potansiyelleri olarak tekrar ziyaret etmelerini sağlamak için büyük avantaj olarak görülebilir.

Çizelge 3.19. Türkiye'yi tatil amaçlı tekrar ziyaret etme niyeti

Türkiye'yi Tatil Amaçlı Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	f	%
Kesinlikle evet	218	56,8
Evet	121	31,5
Belki	44	11,5
Hayır	1	0,3
Toplam	384	100

Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

H₁: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.20. Konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son)				Toplam	X ²	p	
		Tercih Edilen Konaklama Tesisinin Türü							
		Hotel/motel	Hostel	Pansiyon	Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb vb.)				
Cinsiyet	Kadın	N	111	21	6	21	159	6,362	,095
		%	69,8%	13,2%	3,8%	13,2%	100,0%		
Erkek	N	131	36	18	40	225			
		%	58,2%	16,0%	8,0%	17,8%	100,0%		
Toplam	N	242	57	24	61	384			
		%	63,0%	14,8%	6,3%	15,9%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.20'de görüldüğü üzere, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,095$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=6,362$; $p=,095$).

H_{1a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.21. Türkiye'deki turistik seyahatin (en son) süresi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatin (En Son)			Toplam	X ²	P	
		Süresi						
		1-3 gece	4-6 gece	> 6 gece				
Cinsiyet	Kadın	N	46	51	62	159	,286	,867
		%	28,9%	32,1%	39,0%	100,0%		
Erkek	N	65	67	93	225			
		%	28,9%	29,8%	41,3%	100,0%		
Toplam	N	111	118	155	384			
		%	28,9%	30,7%	40,4%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.21’de görüldüğü üzere, turistik seyahatlerin süresi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,867$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifade ile turistik seyahatlerin süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=,286$; $p=,867$).

H_{1b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.22. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son) Seyahat Partneri Tercihi				Toplam	X ²	P	
		Yalnız seyahat	Arkadaşlarımla	Ailemle	Eş/partner				
Cinsiyet	Kadın	N	21	100	29	9	159	14,428	,002
		%	13,2%	62,9%	18,2%	5,7%	100,0%		
	Erkek	N	41	143	16	25	225		
		%	18,2%	63,6%	7,1%	11,1%	100,0%		
Toplam		N	62	243	45	34	384		
		%	16,1%	63,3%	11,7%	8,9%	100,0%		

* $p < 0,05$

Çizelge 3.22’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,002$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında bir başka ifade ile turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=14,428$; $p=,002$).

H_{1c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.23. Türkiye’de turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte Yeme-İçme Tercihi					Toplam	X ²	p
		Fast food	Hazır gıda	Yerel restoranlar	Kendi ülke mutfağımın restoranları	Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü ve/veya diğer yiyecekler)			
Cinsiyet	Kadın	N	48	9	82	11	9	159	
		%	30,2%	5,7%	51,6%	6,9%	5,7%	100,0%	
	Erkek	N	76	26	95	19	9	225	6,517
		%	33,8%	11,6%	42,2%	8,4%	4,0%	100,0%	,164
Toplam		N	124	35	177	30	18	384	
		%	32,3%	9,1%	46,1%	7,8%	4,7%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.23’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,164$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=6,517$; $p=,164$).

H_{1d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.24. Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Tatili Etkileyen Temel Seyahat Motivasyonu								Toplam	X ²	p
		Eğlence	Gezi	Kültür/ Tarih/ Gastronomi	Deniz	Spor (Açık ve/veya kapalı alan sporları)	Macera etkinlikleri	Diğer (Toplantı/ konferans/kurs/ seminer/görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık)				
Cinsiyet	Kadın	N	13	28	46	45	3	15	9	159		
		%	8,2%	17,6%	28,9%	28,3%	1,9%	9,4%	5,7%	100,0%		
Cinsiyet	Erkek	N	32	40	50	54	11	21	17	225	8,052	,234
		%	14,2%	17,8%	22,2%	24,0%	4,9%	9,3%	7,6%	100,0%		
Toplam		N	45	68	96	99	14	36	26	384		
		%	11,7%	17,7%	25,0%	25,8%	3,6%	9,4%	6,8%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.24'de görüleceği üzere, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,234$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında başka bir ifadeyle, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=8,052$; $p=,234$).

H_{1e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.25. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatteki (en son) Harcama Miktarı			Toplam	X ²	p
		1000 TL'den daha az	1001-2000 TL	2001 TL'den daha fazla			
Cinsiyet	Kadın	N	73	53	33	159	
		%	45,9%	33,3%	20,8%	100,0%	
	Erkek	N	117	61	47	225	1,914
		%	52,0%	27,1%	20,9%	100,0%	,384
Toplam		N	190	114	80	384	
		%	49,5%	29,7%	20,8%	100,0%	

* $p < 0,05$

Çizelge 3.25'de görüldüğü üzere, Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,384$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında yani Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ifade edilebilir ($\chi^2=1,914$; $p=,384$).

H_{1f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.26. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi				Toplam	X ²	p	
		<7 ay	7-12 ay	13 ay-4 yıl	>4 yıl				
Cinsiyet	Kadın	N	16	8	73	62	159	4,087	,252
		%	10,1%	5,0%	45,9%	39,0%	100,0%		
	Erkek	N	30	15	81	99	225		
		%	13,3%	6,7%	36,0%	44,0%	100,0%		
Toplam		N	46	23	154	161	384		
		%	12,0%	6,0%	40,1%	41,9%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.26'da görüldüğü üzere, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,252$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında bir başka ifadeyle, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=4,087$; $p=,252$).

H₂: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.27. Konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son) Tercih Edilen Konaklama Tesisinin Türü				Toplam	X ²	P	
		Hotel/motel	Hostel	Pansiyon	Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb vb.)				
Milliyet	Avrupa	N	29	2	1	11	43	26,883	,001
		%	67,4%	4,7%	2,3%	25,6%	100,0%		
	Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	N	91	22	14	16	143		
		%	63,6%	15,4%	9,8%	11,2%	100,0%		
	Orta Doğu	N	75	9	4	17	105		
		%	71,4%	8,6%	3,8%	16,2%	100,0%		
	Diğer	N	47	24	5	17	93		
		%	50,5%	25,8%	5,4%	18,3%	100,0%		
Toplam	Milliyetler	N	242	57	24	61	384		
		%	63,0%	14,8%	6,3%	15,9%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.27’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,001$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında yani turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=26,883$; $p=,001$).

H_{2a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.28. Türkiye’deki turistik seyahatin (en son) süresi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatin (en son)			Toplam	X ²	p
		Süresi					
		1-3 gece	4-6 gece	> 6 gece			
Milliyet	Avrupa	N	10	13	20	43	
		%	23,3%	30,2%	46,5%	100,0%	
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın doğu	Türk Cumhuriyetleri ve Yakın doğu	N	38	42	63	143	
		%	26,6%	29,4%	44,1%	100,0%	6,925
Orta Doğu	Orta Doğu	N	28	33	44	105	
		%	26,7%	31,4%	41,9%	100,0%	
Diğer Milliyetler	Diğer Milliyetler	N	35	30	28	93	
		%	37,6%	32,3%	30,1%	100,0%	
Toplam	Toplam	N	111	118	155	384	
		%	28,9%	30,7%	40,4%	100,0%	

* $p < 0,05$

Çizelge 3.28’de görüldüğü üzere, turistik seyahatlerin süresi ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,328$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatlerin süresi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=6,925$; $p=,328$).

H_{2b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.29. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye’de Turistik Seyahatte (En Son) Seyahat Partneri Tercihi				Toplam	X ²	P
		Yalnız seyahat	Arkadaşlarımla	Ailemle	Eş/partner			
Milliyet	Avrupa	N	3	28	6	6	43	
		%	7,0%	65,1%	14,0%	14,0%	100,0%	
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu		N	24	93	18	8	143	16,351
		%	16,8%	65,0%	12,6%	5,6%	100,0%	
Orta Doğu		N	16	62	18	9	105	
		%	15,2%	59,0%	17,1%	8,6%	100,0%	
Diğer		N	19	60	3	11	93	
		%	20,4%	64,5%	3,2%	11,8%	100,0%	
Milliyetler		N	62	243	45	34	384	
		%	16,1%	63,3%	11,7%	8,9%	100,0%	
Toplam		N	62	243	45	34	384	
		%	16,1%	63,3%	11,7%	8,9%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.29’da görüldüğü üzere, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,060$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında yani turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=16,351$; $p=,060$).

H_{2c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Çizelge 3.30. Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

Milliyet		Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi					Toplam	X ²	p
		Fast food	Hazır gıda	Yerel restoranlar	Kendi ülke mutfağının restoranları	Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü yiyecekler ve/veya diğer yiyecekler)			
Avrupa	N	6	1	33	0	3	43	41,310	,000
	%	14,0%	2,3%	76,7%	0,0%	7,0%	100,0%		
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	N	43	13	72	14	1	143		
	%	30,1%	9,1%	50,3%	9,8%	0,7%	100,0%		
Orta Doğu	N	35	11	39	13	7	105		
	%	33,3%	10,5%	37,1%	12,4%	6,7%	100,0%		
Diğer Milliyetler	N	40	10	33	3	7	93		
	%	43,0%	10,8%	35,5%	3,2%	7,5%	100,0%		
Toplam	N	124	35	177	30	18	384		
	%	32,3%	9,1%	46,1%	7,8%	4,7%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.30'da görüldüğü üzere, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,000$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=41,310$; $p=,000$).

H_{2d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Çizelge 3.31. Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Seyahat Motivasyonu								X ²	p	
		Eğlence	Gezi	Kültür/ Tarih/ Gastronomi	Deniz	Spor (Açık ve/veya kapalı alan sporları)	Macera etkinlikleri	Diğer (Toplantı/ konferans/kurs/ seminer/görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık)	Toplam			
Milliyet	Avrupa	N	4	6	14	17	1	0	1	43	30,218	,035
		%	9,3%	14,0%	32,6%	39,5%	2,3%	0,0%	2,3%	100,0%		
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	Türk	N	17	27	32	36	9	14	8	143		
		%	11,9%	18,9%	22,4%	25,2%	6,3%	9,8%	5,6%	100,0%		
Orta Doğu	Orta Doğu	N	14	21	19	27	2	16	6	105		
		%	13,3%	20,0%	18,1%	25,7%	1,9%	15,2%	5,7%	100,0%		
Diğer Milliyetler	Diğer	N	10	14	31	19	2	6	11	93		
		%	10,8%	15,1%	33,3%	20,4%	2,2%	6,5%	11,8%	100,0%		
Toplam	Toplam	N	45	68	96	99	14	36	26	384		
		%	11,7%	17,7%	25,0%	25,8%	3,6%	9,4%	6,8%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.31'de görüldüğü üzere, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,035$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($\chi^2=30,218$; $p=,035$).

H_{2e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.32. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (en son) Harcama Miktarı			Toplam	X ²	p
		1000 TL'den daha az	1001-2000 TL	2001 TL'den daha fazla			
Milliyet	Avrupa	N	19	13	11	43	
		%	44,2%	30,2%	25,6%	100,0%	
	Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	N	63	49	31	143	
		%	44,1%	34,3%	21,7%	100,0%	19,042
	Orta Doğu	N	44	36	25	105	
		%	41,9%	34,3%	23,8%	100,0%	
	Diğer	N	64	16	13	93	
		%	68,8%	17,2%	14,0%	100,0%	
Toplam	Milliyetler	N	190	114	80	384	
		%	49,5%	29,7%	20,8%	100,0%	

* $p < 0,05$

Çizelge 3.32'de görüldüğü üzere, Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,004$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=19,042$; $p=,004$). Milliyetleri farklı olan yabancı öğrencilerin turistik seyahatlerindeki harcama miktarları bir ilişkiyi içerir şeklinde de bir yorum yapılabilir.

H_{2f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.33. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile milliyet arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Eğitim İçin Türkiye'deki Tahmini Kalış Süresi				Toplam	X ²	P	
		<7 ay	7-12 ay	13 ay-4 yıl	>4 yıl				
Milliyet	Avrupa	N	6	2	13	22	43	20,141	,017
		%	14,0%	4,7%	30,2%	51,2%	100,0%		
Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	N	22	7	59	55	143			
	%	15,4%	4,9%	41,3%	38,5%	100,0%			
Orta Doğu	N	11	12	33	49	105			
	%	10,5%	11,4%	31,4%	46,7%	100,0%			
Diğer	N	7	2	49	35	93			
	%	7,5%	2,2%	52,7%	37,6%	100,0%			
Milliyetler	N	46	23	154	161	384			
	%	12,0%	6,0%	40,1%	41,9%	100,0%			

*p<0,05

Çizelge 3.33'de görüldüğü üzere, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile milliyet değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,017$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=20,141$; $p=,017$).

H₃: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.34. Eğitim için Türkiye'deki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son) Tercih Edilen Konaklama Tesisinin Türü				Toplam	X ²	P
		Hotel/motel	Hostel	Pansiyon	Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb vb.)			
Eğitim Programı	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N 126	32	9	36	203		
		% 62,1%	15,8%	4,4%	17,7%	100,0%		
Eğitim Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N 116	25	15	25	181		
		% 64,1%	13,8%	8,3%	13,8%	100,0%	3,508	,320
Toplam		N 242	57	24	61	384		
		% 63,0%	14,8%	6,3%	15,9%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.34'de görüldüğü üzere, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,320$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile eğitim programı seviyesi anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=3,508$; $p=,320$).

H_{3a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.35. Eğitim için Türkiye'deki turistik seyahatin (en son) süresi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatin (En Son) Süresi			Toplam	X ²	p
		1-3 gece	4-6 gece	> 6 gece			
Eğitim Programı	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N 53	65	85	203		
		% 26,1%	32,0%	41,9%	100,0%		
Eğitim Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N 58	53	70	181		
		% 32,0%	29,3%	38,7%	100,0%	1,642	,440
Toplam		N 111	118	155	384		
		% 28,9%	30,7%	40,4%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.35’de görüldüğü üzere, turistik seyahatlerin süresi ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,440$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatlerin süresi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=1,642$; $p=,440$).

H_{3b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.36. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye’de Turistik Seyahatte (En Son) Seyahat Partneri Tercihi				Toplam	X ²	P	
		Yalnız seyahat	Arkadaşlarıyla	Ailemle	Eş/partner				
Eğitim Programı Seviyesi	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N	34	135	21	13	203	4,417	,220
		%	16,7%	66,5%	10,3%	6,4%	100,0%		
Eğitim Programı Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N	28	108	24	21	181	4,417	,220
		%	15,5%	59,7%	13,3%	11,6%	100,0%		
Toplam		N	62	243	45	34	384		
		%	16,1%	63,3%	11,7%	8,9%	100,0%		

* $p < 0,05$

Çizelge 3.36’da görüldüğü üzere, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,220$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır ($\chi^2=4,417$; $p=,220$).

H_{3c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.37. Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte Yeme-İçme Tercihi					Toplam	X ²	P	
		Fast food	Hazır gıda	Yerel restoranlar	Kendi ülke mutfağının restoranları	Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü yiyecekler ve/veya diğer yiyecekler)				
Eğitim Programı Seviyesi	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N	69	25	86	15	8	203	7,136	,129
		%	34,0%	12,3%	42,4%	7,4%	3,9%	100,0%		
Eğitim Programı Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N	55	10	91	15	10	181	7,136	,129
		%	30,4%	5,5%	50,3%	8,3%	5,5%	100,0%		
Toplam		N	124	35	177	30	18	384	7,136	,129
		%	32,3%	9,1%	46,1%	7,8%	4,7%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.37’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,129$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=7,136$; $p=,129$).

H_{3d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Çizelge 3.38. Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Seyahat Motivasyonu							Toplam	X ²	p	
		Eğlence	Gezi	Kültür/ Tarih/ Gastronomi	Deniz	Spor (Açık ve/veya kapalı alan sporları)	Macera etkinlikleri	Diğer (Toplantı/ konferans/ kurs/seminer /görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık)				
Eğitim Programı	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N	25	41	41	57	10	17	12	203	9,359	,154
		%	12,3%	20,2%	20,2%	28,1%	4,9%	8,4%	5,9%	100,0%		
Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N	20	27	55	42	4	19	14	181		
		%	11,0%	14,9%	30,4%	23,2%	2,2%	10,5%	7,7%	100,0%		
Toplam		N	45	68	96	99	14	36	26	384		
		%	11,7%	17,7%	25,0%	25,8%	3,6%	9,4%	6,8%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.38'de görüldüğü üzere, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,154$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, Türkiye'deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=9,359$; $p=,154$).

H_{3e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.39. Türkiye'deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (en son) Harcama Miktarı			Toplam	X ²	p
		1000 TL ve daha az	1001- 2000 TL	2001 TL ve daha fazla			
Eğitim Programı Seviyesi	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N 98	62	43	203		
		% 48,3%	30,5%	21,2%	100,0%		
Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)		N 92	52	37	181	,257	,879
		% 50,8%	28,7%	20,4%	100,0%		
Toplam		N 190	114	80	384		
		% 49,5%	29,7%	20,8%	100,0%		

* $p < 0,05$

Çizelge 3.39'da görüldüğü üzere, Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,879$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında yani Türkiye'deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=,257$; $p=,879$).

H_{3f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.40. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile eğitim programı seviyesi arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Eğitim için Türkiye'deki Tahmini Kalış Süresi				Toplam	X ²	P
		<7 ay	7-12 ay	13 ay-4 yıl	> 4 yıl			
Eğitim Programı	Ön Lisans/Lisans Eğitimi	N	25	16	51	111	203	
		%	12,3%	7,9%	25,1%	54,7%	100,0%	
Seviyesi	Lisansüstü Eğitim (Yüksek Lisans/Doktora)	N	21	7	103	50	181	43,422
		%	11,6%	3,9%	56,9%	27,6%	100,0%	,000
Toplam		N	46	23	154	161	384	
		%	12,0%	6,0%	40,1%	41,9%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.40'da görüldüğü üzere, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile eğitim programı seviyesi değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,000$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=43,422$; $p=,000$).

H₄: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.41. Eğitim için Türkiye'deki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son) Tercih Edilen Konaklama Tesisinin Türü				Toplam	X ²	P
		Hotel/motel	Hostel	Pansiyon	Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb vb.)			
Aylık Gelir Miktarı	750 TL ve daha az	N	82	25	8	26	141	
		%	58,2%	17,7%	5,7%	18,4%	100,0%	
	751-1250 TL	N	92	24	14	20	150	11,524
		%	61,3%	16,0%	9,3%	13,3%	100,0%	,073
	1251 TL ve daha fazla	N	68	8	2	15	93	
		%	73,1%	8,6%	2,2%	16,1%	100,0%	
Toplam		N	242	57	24	61	384	
		%	63,0%	14,8%	6,3%	15,9%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.41’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,073$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte tercih edilen konaklama tesisi türü ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır ($\chi^2=11,524$; $p=,073$).

H_{4a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.42. Eğitim için Türkiye’deki turistik seyahatin (en son) süresi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatin (En Son)			Toplam	X ²	P
		Süresi					
			1-3 gece	4-6 gece	> 6 gece		
Aylık	750 TL ve	N	43	44	54	141	
		%	30,5%	31,2%	38,3%		
Gelir	daha az	N	41	45	64	150	,649
		%	27,3%	30,0%	42,7%		
Miktarı	751-1250	N	27	29	37	93	,957
		%	29,0%	31,2%	39,8%		
	1251 TL ve	N	111	118	155	384	
		%	28,9%	30,7%	40,4%		
Toplam	daha fazla	N	111	118	155	384	
		%	28,9%	30,7%	40,4%		

* $p < 0,05$

Çizelge 3.42’de görüldüğü üzere, turistik seyahatlerin süresi ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,957$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatlerin süresi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=,649$; $p=,957$).

H_{4b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.43. Türkiye’deki turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye’de Turistik Seyahatte (En Son) Seyahat Partneri Tercihi				Toplam	X ²	P
		Yalnız seyahat	Arkadaşlarımla	Ailemle	Eş/partner			
Aylık Gelir Miktarı	750 TL ve daha az	N	26	92	14	9	141	
		%	18,4%	65,2%	9,9%	6,4%	100,0%	
	751-1250 TL	N	21	100	12	17	150	
		%	14,0%	66,7%	8,0%	11,3%	100,0%	12,491
	1251 TL ve daha fazla	N	15	51	19	8	93	,052
		%	16,1%	54,8%	20,4%	8,6%	100,0%	
Toplam		N	62	243	45	34	384	
		%	16,1%	63,3%	11,7%	8,9%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.43’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,052$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=12,491$; $p=,052$).

H_{4c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.44. Türkiye'deki turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte Yeme-İçme Tercihi					Toplam	X ²	P
		Fast food	Hazır gıda	Yerel restoranlar	Kendi ülke mutfağının restoranları	Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü yiyecekler ve/veya diğer yiyecekler)			
Aylık Gelir Miktarı	750 TL ve daha az	N	45	18	59	12	7	141	
		%	31,9%	12,8%	41,8%	8,5%	5,0%	100,0%	
	751-1250 TL	N	47	11	76	10	6	150	
		%	31,3%	7,3%	50,7%	6,7%	4,0%	100,0%	5,419
	1251 TL ve daha fazla	N	32	6	42	8	5	93	
		%	34,4%	6,5%	45,2%	8,6%	5,4%	100,0%	,712
Toplam		N	124	35	177	30	18	384	
		%	32,3%	9,1%	46,1%	7,8%	4,7%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.44’de görüldüğü üzere, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,712$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşılamadığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, turistik seyahatte yeme-içme tercihi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir ($\chi^2=5,419$; $p=,712$).

H_{4d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Çizelge 3.45. Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Seyahat Motivasyonu								Toplam	X ²	p
		Eğlence	Gezi	Kültür/ Tarih/ Gastronomi	Deniz	Spor (Açık ve/veya kapalı alan sporları)	Macera etkinlikleri	Diğer (Toplantı/ konferans/kurs/ seminer/görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık)				
Aylık Gelir Miktarı	750 TL ve daha az	N	20	24	30	40	9	9	9	141	21,346	,046
		%	14,2%	17,0%	21,3%	28,4%	6,4%	6,4%	6,4%	100,0%		
	751-1250 TL	N	16	24	44	39	1	20	6	150		
		%	10,7%	16,0%	29,3%	26,0%	0,7%	13,3%	4,0%	100,0%		
	1251 TL ve daha fazla	N	9	20	22	20	4	7	11	93		
		%	9,7%	21,5%	23,7%	21,5%	4,3%	7,5%	11,8%	100,0%		
Toplam		N	45	68	96	99	14	36	26	384		
		%	11,7%	17,7%	25,0%	25,8%	3,6%	9,4%	6,8%	100,0%		

*p<0,05

Çizelge 3.45’de görüldüğü üzere, Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,046$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, Türkiye’deki tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=21,346$; $p=,046$).

H_{4e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.46. Türkiye’deki turistik seyahatteki (en son) harcama miktarı ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Türkiye'deki Turistik Seyahatte (En Son)			Toplam	X ²	P
		Harcama Miktarı					
			1000 TL'den daha az	1001-2000 TL	2001 TL'den daha fazla		
Aylık Gelir Miktarı	750 TL ve daha az	N	77	42	22	141	
		%	54,6%	29,8%	15,6%	100,0%	
	751-1250 TL	N	77	48	25	150	
		%	51,3%	32,0%	16,7%	100,0%	16,460
	1251 TL ve daha fazla	N	36	24	33	93	
		%	38,7%	25,8%	35,5%	100,0%	
Toplam		N	190	114	80	384	
		%	49,5%	29,7%	20,8%	100,0%	

* $p < 0,05$

Çizelge 3.46’da görüldüğü üzere, Türkiye’deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,002$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında diğer bir ifadeyle, Türkiye’deki turistik seyahatteki harcama miktarı ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=16,460$; $p=,002$).

H_{4f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çizelge 3.47. Eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile gelir miktarı arasındaki ilişkinin Ki-Kare (Chi-Square) sonuçları

		Eğitim için Türkiye'deki Tahmini Kalış Süresi				Toplam	X ²	P
		<7 ay	7-12 ay	13 ay-4 yıl	>4 yıl			
Aylık	750 TL ve	N	16	6	36	83	141	
Gelir	daha az	%	11,3%	4,3%	25,5%	58,9%	100,0%	
Miktarı	751-1250	N	16	9	94	31	150	
	TL	%	10,7%	6,0%	62,7%	20,7%	100,0%	61,475
	1251 TL	N	14	8	24	47	93	,000
	ve daha	%	15,1%	8,6%	25,8%	50,5%	100,0%	
	fazla							
Toplam		N	46	23	154	161	384	
		%	12,0%	6,0%	40,1%	41,9%	100,0%	

*p<0,05

Çizelge 3.47'de görüldüğü üzere, eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile gelir miktarı değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda, anlamlılık değerinin $p = ,000$ olduğu görülmektedir. Bu değer $p < 0,05$ şartını karşıladığından söz konusu değişkenler arasında yani eğitim için Türkiye'deki tahmini kalış süresi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=61,475$; $p=,000$). Diğer bir ifadeyle, yabancı uyruklu öğrencilerin eğitim için Türkiye'de tahmini kalış süreleri gelir miktarlarına göre bir ilişkiyi barındırmaktadır.

Çalışmanın hipotez sonuçlarına ilişkin elde edilen bilgiler Çizelge 3.48'de yer almaktadır.

Çizelge 3.48. Hipotez sonuçlarına ilişkin bilgiler

HİPOTEZLER	SONUÇ
H₁ : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{1a} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{1b} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{1c} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED

Çizelge 3.48. (devam). Hipotez sonuçlarına ilişkin bilgiler

H_{1a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{1e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{1f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H₂: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{2b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{2c}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2d}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2e}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{2f}: Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile milliyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H₃: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{3a}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{3b}: Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED

Çizelge 3.48. (devam). Hipotez sonuçlarına ilişkin bilgiler

H_{3c} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{3d} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{3e} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{3f} : Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile eğitim programı seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H₄ : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{4a} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{4b} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{4c} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	RED
H_{4d} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{4e} : Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
H_{4f} : Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile gelir miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL

SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze artan bir hızla devam eden uluslararası öğrenci pazarında hareket halindeki, çoğunluğu Asya kökenli olan ve Dünya'nın farklı bölgelerinden uyuğu bulunan uluslararası öğrenci sayısı 2016 yılında 5 milyona ulaşmıştır. 2025 yılında 8 milyon uluslararası öğrenciye ulaşacağı tahmin edilen öğrenci seyahat pazarında 2017-2018 eğitim döneminde Türkiye 125 bin civarında uluslararası öğrenciyi cezbetmiştir. 2014 yılında 286 milyar US Dolar harcama yaptığı bilinen ve 2020 yılına kadar tahmini olarak 370 milyona ulaşacak genç yolcunun seyahate çıkıp, 400 milyar US Doları aşan harcama yapacağı öngörüsü bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'ye gelen bir eğitim turistinin (gençlik turisti) toplam turizm gelirinde 711 US Dolar artış yaptığı dikkate alındığında genel olarak bu büyüme içinde Türkiye'de bu pazar payını arttırarak gelir etkisini yükseltecektir.

Bu araştırma, Dünya'da her geçen gün artma eğiliminde olan uluslararası öğrencilerin nüfusunu keşfetmeye çalışmakla birlikte seyahat davranışlarını ve bu pazar içinde Türkiye'nin aldığı payı ortaya koymak için uluslararası öğrenci literatürünü incelemiştir. Araştırmanın amacı, eğitim amacıyla Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin deneyimlerini turizm perspektifinden incelemektir. Bu çalışmada, farklı milletlerden eğitim amacıyla Türkiye'ye gelmiş ve Ankara'daki yükseköğretim kurumlarında eğitim gören öğrenciler bulunmaktadır. Öncelikli olarak Türkiye'yi eğitim amacıyla tercih etme sebebi, Ankara'yı tercih etme ve üniversiteyi seçmede etkili olan ölçütler belirlenmiş ve eğitim turistlerinin seyahat davranışları betimlenerek hipotez testleri sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi eğitim amacıyla tercih etmelerinde eğitim kalitesi, kültürel yapı ve burs fırsatları en fazla ifade edilen sebepler olarak görülmüştür. Ayrıca yeni öğrenme deneyimlerine açık hem eğitim, farklı dil öğrenme gibi resmi öğrenmeler içerirken hem de farklı kültür, din ve etnik yapıyı keşfetmeye hevesli sosyal öğrenmelerle birlikte tatil imkânları ve turistik imaj da (% 17,2) eğitim turistleri tarafından Türkiye'yi tercih ederken dikkate aldıkları diğer değişkenler olarak görülmüştür. Diğer taraftan güvenli ortam, devlet yönetimi, ırk ayrımcılığının bulunmaması, coğrafi yakınlık ve arkadaş ve akrabaların ikamet etmesi de eğitim turistlerinin Türkiye tercihinde dikkate aldıkları sebepler olarak görülmüştür. Uluslararası öğrencilerin eğitim amacıyla yaptıkları seyahatleri incelendiğinde, genel olarak destinasyon seçimleri çoğunlukla İngilizce dili

konusulan, eğitim, ekonomi ve sosyal anlamda gelişmiş ülkelerde yoğunlaşma eğilimi göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında başka bir ülkeye seyahat eden öğrencileri çeken destinasyonun imajı incelendiğinde Kemp ve diğerlerinin (1998) çalışmasında eğitim itibarı, bilgi kaynağına ulaşılabilirlik, güvenli ortam, devlet yönetimi, ırk ayrımcılığının bulunmaması, coğrafi yakınlık ve arkadaş ve akrabaların ikamet etmesi gibi ölçütler ifade edilirken, Son ve Pearce'nin (2005) çalışmasında ülkenin konumu ve doğal cazibe merkezleri, rahat ulaşım imkânı, Promsivapallop ve Kannaovakun (2017) çalışmasında ise Kemp ve diğerleri (1998) ve Son ve Pearce'nin (2005) çalışmasını destekler biçimde doğal cazibe merkezleri ve güvenli çevre uluslararası öğrencilerin ülke tercihlerinde etken olarak görülmüştür. Kıroğlu ve diğerlerinin (2010) çalışmasında ise uluslararası öğrencilerin ülke seçiminde etkili olan destinasyon imajı kültürel ve coğrafi yakınlık ve eğitim kalitesi tercihleri Kemp ve diğerlerinin (1998) çalışması ile benzer sonuçlar göstermektedir. Mevcut çalışmanın sonucu da eğitim amacı ile gidilen ülkenin tercih edilmesinde ifade edilen sebepler açısından literatür ile paralellik göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin eğitim amacıyla Ankara'yı tercih etmelerinde en önemli üç sebebi sorulduğunda en fazla ifade edilen gerekçeler kaliteli eğitim, başkent olması ve Ankara'daki üniversitelerin kalitesi şeklinde dile getirilmiştir. Eğitim görülen üniversiteyi tercih etmede etkili olan en önemli üç sebep sorulduğunda ise eğitim kalitesi, kaliteli bir üniversite olması ve ünlü bir üniversite olması şeklinde ifade edilmiştir. Eğitim turistleri tarafından bir ülke tercih edilirken aslında eğitim görülen şehir ve üniversitenin de o ülke tercihini ne kadar etkileyebileceğini göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) turistik seyahatlerini planlarken kullandıkları bilgi kaynakları incelendiğinde internet (81,8 %), arkadaş/akraba (60,7 %) popüler bilgi kaynağı olarak ifade edilmiştir. Diğer taraftan literatürdeki bilgiler incelendiğinde turistik seyahatler planlanırken internet (Hughes ve diğerleri, 2015) ve aile/arkadaş ve internet (Lantai ve Mei, 2017) bilgi kaynaklarını kullanarak seyahatlerini şekillendirdiklerini ifade etmişlerdir. Mevcut çalışma literatür ile paralellik göstermektedir ve seyahatleri planlarken kullanılan bilgi kaynakları literatür bulgularını desteklemektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi türü içinde en fazla tercih edilen hotel/motel (% 63), hostel, pansiyon, arkadaş/akraba evi, airbnb, kamp alanı olmuştur. Diğer taraftan hotel/motel

konaklama türünü seçen katılımcıların çoğunlukla oda/kahvaltı hizmeti sunan pansiyon tipini tercih ettiğini de belirtmek gerekmektedir. Ancak mevcut bütçe sınırları ve para tasarrufu gibi öğrenciler için kısıtlama oluşturacak değişkenlere rağmen katılımcıların çok azı kamp alanlarını tercih etmiştir. Bunun nedenlerinden bazıları güvenlik, aşına olmama durumu veya kamp alanı için gerekli donanımına sahip olmama gibi farklı gerekçeler olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Turistik seyahatlerde tercih edilen konaklama türleri ile ilgili tercihlere bakıldığında, gençlik yurdu (Bywater, 1993), hotel/motel ve arkadaş akraba evi (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam 2003; Huang ve Tian, 2013; King ve Gardiner, 2015) seyahatlerde en fazla tercih edilen konaklama türünü oluşturmuştur. Davidson ve diğerlerinin (2010) Avustralya'daki çalışmasında, eğitim turistleri tarafından ilk tercih hotel/motel, ardından tatil dairesi (pansiyon) ve hosteller olmuştur. Ancak milliyetlere göre bakıldığında ikinci en fazla tercihte bir değişim söz konusu olmuştur. Avrupalı ve Kuzey Amerikalı öğrencilerin ikinci en yüksek tercih ettikleri konaklama türü hosteller olmuştur. Bu açıdan bakıldığında mevcut çalışma literatür ile paralellik göstermektedir. Çoğunlukla maliyet sorunları nedeniyle ve daha yüksek kalite standardına sahip olmayan konaklama türlerinin tercih sebeplerini oluşturduğu söylenebilir. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında ise Kuzey Amerikalı ve Avrupalı öğrenciler çoğunlukla hostelleri tercih ederken, Hindistanlı ve Çinli öğrencilerin ilk tercihleri hotel/motel olmuştur. Bu da milliyetlere göre farklı konaklama türü seçimlerinin olduğunu göstermiştir. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasında kurulan hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada cinsiyet ile konaklama tesisi arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan mevcut çalışma literatürü desteklememektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile milliyet arasında kurulan hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerleri (2013) ve Varasteh ve diğerlerinin (2015) çalışmalarında milliyet ile konaklama tesisi türleri arasında bir ilişki bulunmuştur. Mevcut çalışma literatürdeki bilgileri desteklemektedir ve paralellik göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi arasında kurulan

hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada da eğitim seviyesi ile konaklama tesisi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu açıdan mevcut çalışma literatür ile paralellik göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile gelir miktarı arasında kurulan hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada da gelir kaynağı ile konaklama tesisi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu açıdan mevcut çalışma literatür ile paralellik göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi çoğunlukla 6 gecedan fazla olmuştur (40,4 %). İkinci olarak en fazla turistik kalış ise 4-6 gecedan oluşmuştur (30,7 %). Kim ve Jogaratnam'ın (2003) Amerika'daki Asyalı öğrenciler çalışmasında en fazla turistik kalış 1-3 hafta ve 4-6 gün şeklinde gerçekleşmiştir. Davidson ve diğerlerinin (2010) Avustralya'da yabancı öğrenciler çalışmasında en fazla kalış 1-3 gece olmuştur ve günübirlik seyahat şeklinde gerçekleşmiştir. Huang ve Tian'ın (2013) Birleşik Krallık'taki Çinli yabancı öğrenciler çalışmasında en fazla turistik kalış 5 günden fazla ve 1-3 gece şeklinde gerçekleşmiştir. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında ise Kuzey Amerikalı ve Avrupalı öğrenciler çoğunlukla 1-3 gece ve 4-6 gece seyahatlerde kalış gerçekleştirirken, Hindistanlı ve Çinli öğrenciler 1-3 gece ve günübirlik seyahatler gerçekleştirmiştir. Bu da milliyetlere göre seyahatte kalış sürelerinin değiştiğini göstermiştir. King ve Gardiner'ın (2015) Avustralya'daki Çinli yabancı öğrenciler çalışmasında en fazla turistik kalış 1-3 gece ve günübirlik seyahat şeklinde gerçekleşmiştir. Literatürdeki bilgiler incelendiğinde mevcut çalışma bulguları literatürü desteklememektedir. Mevcut çalışma 6 gecedan fazla ve 4-6 gece şeklindeki turistik kalışların daha fazla tercih edildiğini gösterirken, literatürdeki bilgiler yabancı öğrencilerin genellikle seyahatlerde 1-3 gece ve günübirlik kalışların yoğunlaştığını göstermektedir. Turistik seyahatlerin süresi ile ilgili hipotez testlerinin bulgularına aşağıda yer verilmiştir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında turistik seyahatlerin süresi ile

milliyet arasında bir ilişki bulunmuştur. Mevcut çalışmanın milliyet değişkeni ile yapılan hipotez testi bulguları literatürdeki bilgileri desteklememektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) turistik seyahatte (en son) seyahat partneri tercihi incelendiğinde çoğunluk arkadaşları ile (63,3 %) seyahat etmeyi tercih etmiştir. Bununla beraber, Kim ve Jogaratnam'ın (2003) seyahatlerdeki grup boyutu sorulduğunda en fazla tercih 1-2 kişiden oluşmuştur. Literatürdeki diğer çalışmalarda seyahatteki partner tercihi çoğunluk tarafından arkadaşlarım olarak ifade edilmiştir (Davidson ve diğerleri, 2010; Gardiner ve diğerleri, 2013). Ancak Gardiner ve diğerlerinin (2013) milliyete göre seyahat partneri seçimleri farklılık göstermiştir. Arkadaşlar ile seyahat etmek ilk tercih olurken, ikinci en fazla tercih Çinli ve Hindistanlı öğrenciler tarafından aile olarak ifade edilirken, Avrupalı ve Kuzey Amerikalı öğrenciler tarafından partner olarak ifade edilmiştir. Mevcut çalışmadan elde edilen seyahatlerde partner tercihi bulguları ile literatürden elde edilen bulgular birbirini desteklemektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyetlere göre ilk tercih arkadaşlar ile seyahat olarak ifade edilirken, ikinci en fazla tercih kadınlar tarafından aile ile seyahat olmuştur. Erkekler ise ikinci en fazla tercihi yalnız seyahat etmek olarak ifade etmişlerdir. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında ise milliyet ile seyahat partneri arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan mevcut çalışmanın milliyet ile ilgili hipotez testi bulguları ile literatür birbirini desteklememektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) turistik seyahatte kullanmış oldukları ulaşım aracı türü otobüs olurken ardından uçak ve tren en çok kullanılan ulaşım aracını oluşturmuştur. Diğer taraftan turistik seyahatlerde otobüs (Bywater, 1993), otomobil ve uçak (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003; Davidson ve diğerleri, 2010; Gardiner ve diğerleri, 2013; King ve Gardiner, 2015), tren ve otobüs (Huang ve Tian, 2013), uçak ve tren (Lantai ve Mei, 2017) en fazla kullanım tercihlerini oluşturmuştur. Mevcut çalışma turistik seyahatlerde en fazla kullanılan ulaşım aracı açısından literatürle paralellik

göstermemektedir. Bu farklılığın sebebi eğitim görülen ülkedeki çevrenin, fiyatın, tesislerin ve çeşitli ulaşım modlarının mevcudiyetinin veya eksikliğinin tercih edilen ulaşım aracı türünü etkilemesi olarak gösterilebilir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) turistik seyahatte yeme-içme tercihi incelendiğinde çoğunluk yerel restoran (46,1 %) ve fast food (32,3 %) olarak ifade etmiştir. Literatür incelendiğinde ise uluslararası öğrenciler eğitim için buldukları ülkedeki seyahatlerinde fast food (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003), kendi ülke mutfağına özgü yiyecekleri (Collins, 2010; Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014) tercih etmişlerdir. Bunun sebeplerinden bazıları öğrencilerin farklı lezzetlere kapalı olmaları, kendi yemek kültürlerini korumak istemeleri ve aile beslenme kalıplarını devam ettirmeleri şeklinde yorumlanabilir. Bu açıdan bakıldığında mevcut çalışmada literatür bilgilerinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Türkiye'ye gelen eğitim turistleri çoğunlukla Türk yemeklerini ve Türkiye mutfağının kendine özgü yeme-içme kalıplarını tercih etmişlerdir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihi ile cinsiyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Ancak milliyet değişkeni arasında bir ilişki bulunmuştur. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada turistik seyahatlerde cinsiyet, milliyet değişkenleri ve yeme-içme tercihi arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan bakıldığında yalnızca milliyet değişkeni ile yeme-içme arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları literatürü desteklemektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü incelendiğinde deniz, kültür/tarih/gastronomi ve gezi en fazla ifade edilen motive ediciler olarak görülmektedir. Diğer taraftan literatür incelendiğinde yabancı öğrencilerin seyahatlerinde katıldıkları rekreasyon etkinlikleri gezip görme (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003), doğal çekiciliklere ziyaret ve gezip görme (Davidson ve diğerleri, 2010; Hughes ve diğerleri, 2015), kültür/tarih gezileri ((Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014), doğal turistik yerleri ziyaret etmek ve gezmek (King ve Gardiner, 2015) olarak ifade etmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında mevcut çalışmadaki tatili etkileyen motivasyon faktörleri, literatürdeki turistik seyahatte tercih edilen rekreasyon etkinliklerini destekler niteliktedir ve mevcut bulgularla paralellik göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet ve eğitim programı seviyesi değişkenleri arasında bir ilişki bulunmamıştır. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içindeki (Türkiye) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet ve gelir miktarı arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, milliyeti farklı olan yabancı öğrenciler farklı turistik motivasyonlardan etkilenmiştir ve farklı gelir miktarlarına sahip yabancı öğrencilerin tatillerini etkileyen turistik motivasyonları değişiklik göstermiştir şeklinde yorumlanabilir. Varasteh ve diğerleri (2015)'nin yapmış olduğu çalışmada turistik seyahatlerde turizm aktiviteleri ile cinsiyet ve eğitim seviyesi arasında ilişki bulunmazken milliyet değişkeni ve gelir kaynağı değişkeni arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan bakıldığında literatürdeki bilgiler ile mevcut çalışmanın hipotez testi bulguları birbirini desteklemektedir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı eğitim turistlerinin yarısı tarafından (49,5 %) 1000 TL'den daha az olarak ifade edilmiştir. Literatürdeki araştırmalarda ise, turistik seyahatteki harcama miktarı 501-1000 Avustralya Doları (Davidson ve diğerleri, 2010; Gardiner ve diğerleri, 2013) şeklinde görülse de milliyeti farklı olan yabancı öğrencilerin harcama miktarlarında değişiklik görülmüştür. Başka bir çalışmada ise Çinli öğrencilerin turistik seyahatlerde (68,6 %) 500 Avustralya Dolarından daha az harcama yaptığı bulgusuna ulaşılmıştır (King ve Gardiner, 2015). Eğitim turistleri tarafından Türkiye'deki turistik seyahatlerde yapılan harcamaların çoğunun 1000 TL'den az olması, eğitim turistlerinin sınırlı bütçe bilincine sahip bireyler oldukları şeklinde bir yorum yapılmasına olanak sağlarken, diğer taraftan özellikle son dönemlerde Türkiye'deki döviz kurları değişimi ve artışı da seyahatlerdeki harcamalarda önemli bir etken olarak görülebilir.

Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile cinsiyet ve eğitim programı seviyesi değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile milliyet ve gelir miktarı arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, milliyetleri ve gelir miktarları farklı olan eğitim turistlerinin turistik seyahatlerinde yapmış oldukları harcama miktarları farklılık göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında milliyet değişkeni ile ilgili yapılan hipotez testi sonuçları Gardiner ve diğerlerinin (2013) bulguları ile benzerlik göstermektedir ve milliyet değişkeni açısından literatürü desteklemektedir.

Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri 4 yıldan fazla (41,9 %) ve 13ay-4 yıl (40,1 %) şeklinde ortaya çıkmıştır. Literatür incelendiğinde uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkede öngörülen kalış süreleri 3-4 yıl (Davidson ve diğerleri, 2010; Gardiner ve diğerleri, 2013), 1-2 yıl (King ve Gardiner, 2015) mevcut çalışmanın bulguları ile paralellik göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, mevcut çalışmadaki Türkiye'ye gelen eğitim turistlerinin Türkiye'deki tahmini kalış sürelerini ifade eden bulguları ile başka bir ülkeye eğitim amacıyla giden öğrencilerin bulguları benzerlikler göstermektedir ve literatürü desteklemektedir şeklinde yorumlanabilir.

Uluslararası öğrencilerin eğitim için buldukları ülkedeki (Türkiye) tahmini kalış süreleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Diğer taraftan eğitim amacıyla Türkiye'deki tahmini kalış süreleri ile milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı değişkenleri arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, eğitim turistlerinin milliyetleri, eğitim programı seviyeleri ve gelir miktarları eğitim için buldukları ülkedeki mevcut çalışmada Türkiye'deki tahmini kalış sürelerini etkilemektedir ve bu üç değişkene göre farklılık gösterip üç değişken arasında bir ilişki bulundurmaktadır.

Mevcut çalışmada sağlanan cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı temelli ayrıntılı analiz, uluslararası eğitim ile turizm endüstrisinin temel dört bileşeni (konaklama, seyahat, yeme-içme ve rekreasyon) arasındaki kesişmenin bir yönünü anlamada yardımcı olacaktır. Sonuçlar, turizm endüstrisinin uluslararası öğrencileri homojen bir kategori olarak değil, birçok alt gruptan oluşan heterojen bir piyasa olarak görülmesi ve potansiyel bir seyahat pazarı olarak değerlendirmeyi hak eden ayırt edici özelliklere sahip bir topluluk oluşturduğunu göstermektedir. Seyahat davranışlarının cinsiyete, milliyete, eğitim programı seviyesine ve gelir miktarına göre farklılık gösterdiğine dair kanıtlar sunarak uluslararası öğrencilerin seyahat etkinlikleri hakkında somut bir çıktı oluşturmuştur. Bu çalışma, eğitim turistlerinin konaklama türlerinde en çok hotel/motel tercih etmelerine karşılık pansiyon tipinde oda/kahvaltı seçeneği en fazla kalışın gerçekleştirildiği konaklama tipini oluşturmuştur. Diğer taraftan tercih edilen hostel ve pansiyon konaklama türünün diğer ekonomik konaklama seçeneklerini oluşturduğunu göstermektedir. Eğitim turistlerinin yapmış oldukları turistik seyahatlerinde 6 gecedan fazla geceleme yapma ya da dört ile altı gece arasında geceleme yaparak bu geceleme aralıklarında daha fazla seyahat etme

eğiliminde olduğunu göstermiştir. Bu açıdan bakıldığında açıklanan konuların daha ayrıntılı bir şekilde araştırılmasını, turizm endüstrisinin bu pazar potansiyelinden faydalanmak istiyorsa, farklı gruplamalara uygun konaklama türlerinin ve paketlerin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Seyahatlerde otobüs ve uçağın en fazla tercih edilen ulaşım aracı olduğu dikkat çekicidir. Bu tür yatkınlıklar, tercih edilen araçlarda seyahat paketleme düzenlemelerinin yapılmasına bir vurgu yapmaktadır. Ayrıca turizmin konaklama ve seyahat bileşenlerine ek olarak eğitim turistlerinin tatillerini etkileyen deniz, kültür/tarih/gastronomi ve gezi motivasyon faktörleri dikkate alındığında turizm ve eğitim endüstrileri arasında işbirliği yapılarak bu tür seyahat motivasyonlarından yararlanılabilir ve seyahat faaliyetlerini bu yapılar ile çekici ürün önerileri şekline dönüştürerek, seyahat faaliyetlerini artırma ve öğrencileri zaman ve para harcamaları için motive etme olanağı sunulabilir. Sonuç olarak bazı seyahat tercihlerinin katılımcı alt gruplarda (cinsiyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı) anlamlı ilişkiler ve farklılıklar bulmamasına rağmen, elde edilen bulgular milliyet temelli gruplaşmalara yönelik ayrı paketler geliştirmeye yönelik cesaret vermektedir. Ancak, çoğu uluslararası öğrencinin de seyahat etmek için Türkiye’de seyahat paketleme düzenlemeleri olmadan da turistik seyahatler gerçekleştirmeye hevesli oldukları hali hazırda yapmış oldukları turistik seyahatlerden de açıkça görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye içindeki öğrenciler arasında seyahat etme eğilimi, hazır ve büyümekte olan bir turizm piyasası olasılığı sunmaktadır.

Gelecekte Yapılacak Araştırmalar İçin Öneriler

Araştırmanın sınırlılıkları ve elde edilen sonuçlar göz önüne alındığında, gelecekte çalışma yapacak olan araştırmacılara yönelik bazı öneriler ortaya konulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre geliştirilen öneriler şu şekildedir:

Türkiye’ye eğitim amacıyla gelen öğrencilerin turistik davranışları ile ilgili yapılan çalışmaların kısıtlı olmasından dolayı, gelecekte yapılacak araştırmalarda Ankara örneği dışındaki diğer şehirlerde eğitim gören yabancı öğrencilerin turistik deneyimlerinin geniş kapsamlı olarak araştırılması önerilmektedir.

Mevcut çalışmada yabancı öğrencilerin turistik davranışları, milliyet, cinsiyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı değişkenleri kullanılarak incelenmiştir. Gelecek araştırmalarda, yabancı öğrencilerin yapmış oldukları turistik seyahatlerindeki memnuniyet,

tavsiye etme niyeti ve ziyaret deneyimi değişkenleri etkisinin incelenmesi de literatüre katkı sağlayabilecektir.



KAYNAKLAR

- Açikel, Y. (2001, 7-8 Ekim). 19. ve 20. y.y. 'da Eğirdir Yazla Mahallesiinde Yaşamış İnanç Önderleri. Göller Bölgesi Sempozyumu, Isparta.
- Ahipaşaoğlu, H. S. (2002). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 3-20.
- Altbach, P. G. (2006). "Globalization and The University: Realities in an Unequal World". In J. J. F. Forest and P. G. Altbach (Eds.), *International Handbook of Higher Education*. Dordrecht, The Netherlands: Springer, 1, pp. 121-140.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık, 22-23.
- Ayalon, Y. and Schnell, I. (2014). "German Youth Educational Travel to Israel". *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 26(4), 188-197.
- Ayoubi, R. M. and Massoud, H. K. (2007). "The Strategy of Internationalization in Universities: A Quantitative Evaluation of The Intent and Implementation in UK Universities". *International Journal of Educational Management*, 21(4), 329-349.
- Baloglu, S. and McCleary K. W. (1999). "A Model of Destination Image Formation." *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Bardgett, L. (2000). *The Tourism Industry Economic Policy and Statistics*. (Research paper 00/66 Economic Policy and Statistics Section) House of Commons Library. Derby Gate London.
- Bashir, M. (2012). "Fulbright Program For Foreign Students and The Study of Public Administration". *Journal of Public Affairs Education*, 18(1), 229-237.
- Bieger, T. and Laesser, C. (2004). "Information Sources for Travel Decisions: Toward a Source Process Model". *Journal of Travel Research*, 42(4), 357-371.
- Bilici, N. (2016). *Erasmus Programı Çerçevesinde Türkiye'den Yurtdışına Giden ve Yurtdışından Türkiye'ye Gelen Yabancı Öğrencilerin Sosyal Uyumlarının Karşılaştırmalı İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 5-6.
- Bischoff, E. E. and Koenig-Lewis, N. (2007). "VFR Tourism: The Importance of University Students as Hosts". *The International Journal of Tourism Research*, 9(6), 465-475.
- Bizirgiannia, I. and Dionysopouloub, P. (2013). "The Influence of Tourist Trends of Youth Tourism Through Social Media (SM) & Information and Communication Technologies (ICTs)". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 73, 652-660.
- Bhuiyan, A. H., Islam, R., Siwar, C. and Ismail, S. M. (2010). "Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 7, 19-23.
- Bleaney, M. F., Binks, M. R., Greenaway, D., Reed, G. V. and Whyne, D. K. (1992). What does a University add to its Local Economy". *Applied Economics*, 24, 305-311.

- Bodger, D. (1998). "Leisure, Learning and Travel". *Journal of Physical Education, Research and Dance*, 69(4), 28-31.
- Bourke, A. (2000), "A Model of The Determinants of International Trade in Higher Education". *The Service Industries Journal*, 20(1), 110-138.
- Broadbridge, A. M., Maxwell, G. A. and Ogden, S. M. (2007). 13_2_30: Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y. *Career Development International*, 12(6), 523-544.
- Bywater, M. (1993). "Market Segments: The Youth and Student Travel Market". *Travel and Tourism Analyst*, 3, 35-49.
- Callanan, M. and Thomas, S. (2005). "Volunteer Tourism-Deconstructing Volunteer Activities Within a Dynamic Environment". In M. Novelli (Eds.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford, Routledge, pp.195-201.
- Cappellini, B. and Yen, D. A. (2013). "Little Emperors in the UK: Acculturation and Food Over Time". *Journal of Business Research*, 66, 968-974.
- Carr, N. (1998). "The Young Tourist: A Case of Neglected Research". *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 307-318.
- Carr, N. (2003). "University and College Students' Tourism". In B. W. Ritchie, N. Carr, and C. Cooper (Eds.), *Managing Educational Tourism*. Clevedon: Channel View Publications, pp. 181-225.
- Chadee, D. D. and Cutler, J. (1996). "Insights into International Travel By Students". *Journal of Travel Research*, 35(2), 75-80.
- Chen, P.-J. and Kerstetter, D. L. (1999). "International Students' Image of Rural Pennsylvania as a Travel Destination". *Journal of Travel Research*, 37(3), 256-268.
- Collins, F. L. (2010). "International Students as Urban Agents: International Education and Urban Transformation in Auckland, New Zealand". *Geoforum*, 41, 940-950.
- Cousins, J. A. (2007). "The Role of UK-Based Conservation Tourism Operators". *Tourism Management*, 28(4), 1020-1030.
- Crompton, J. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation". *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Cubillo, J. M., Sanchez, J. and Cervino, J. (2006). "International Students Decision-Making Process". *International Journal of Educational Management*, 20(2), 101-115.
- Çetin, T., Karakuş, U. ve Aksoy, B. (2012). "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları". *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 180-196.
- Çoruh, S. (1979). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası, 8.
- Decrop, A. and Snelders, D. (2004). "Planning the Summer Vacation: An Adaptable and Opportunistic Process". *Annals of Tourism Research*, 31(4), 1008-1030.

- Demeter, T. and Brâtuocu, G. (2014). "Typologies of Youth Tourism". *Economic Sciences*, 7(56), 115-122.
- Demir, A. ve Demir, S. (2009). "Erasmus Programının Kültürlerarası Diyalog ve Etkileşim Açısından Değerlendirilmesi (Öğretmen Adaylarıyla Nitel Bir Çalışma)". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 95-105.
- Dinç, Y. ve Taşkın, E. (2011). "Eğlence Turizmi". N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt. (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. İkinci Baskı. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım, s. 457-478.
- Dinçer, F. İ. ve Şahin, G. (2016). Gençlik Turizmi Sorunlarının Analizi ve Çözüm Önerileri. *15. Geleneksel Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 217.
- Doğan, H. Z. (1992). Gençlik Turizminin Psikolojik Temelleri. *Gençlik Turizmi Konferansı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, 7-14.
- Douglass, J. A. ve Edelstein, R. (2009). The Global Competition for Talent. *Center for Studies in Higher Education Research & Occasional Paper Series*. CSHE.8.09, 1-22.
- Drozdowska, M. and Duda-Seifert, M. (2014). "Preferences of Erasmus Students Concerning Culinary Tourism". *Current Issues of Tourism Research*, 1, 25-37.
- Edwards, J. S. A., Hartwell H. L. and Brown, L. (2010). "Changes in Food Neophobia and Dietary Habits of International Students". *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 23(3), 301-311.
- Ege, Z. (2011). "Av Turizmi"., N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt. (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. İkinci Baskı. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım, s. 343-364.
- Erdoğan, A. (2014). "Türkiye'de Yükseköğretimin Gündemi İçin Politika Önerisi". *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(1), 1-17.
- Erişti, S. D. (2014). "Uluslararası Erasmus Programı Çerçevesinde Türkiye'ye Gelen Sanat ve Tasarım Öğrencilerinin Türk Kültürü Algıları". *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 4(2), 82-107.
- Eugenio-Martin, J. L. and Inchausti-Sintes, F. (2016). Low-Cost Travel and Tourism Expenditures. *Annals of Tourism Research*, (57), 140-159.
- Ewert, A., Galloway, S. and Estes, C. A. (2001). "Adventure Recreation: What's New for Resource Managers, Public Policy Analysts, and Recreation Providers". *Parks & Recreation*, 36(2), 26-34.
- Fadlemula, F. K. (2010). "Educational Motivation and Students' Achievement Goal Orientations". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 859-863.
- Field, A. M. (1999). "The College Student Market Segment: A Comparative Study of Travel Behaviors of International and Domestic Students at a Southeastern University". *Journal of Travel Research*, 37(4), 375-381.

- Fodness, D. (1994). "Measuring Tourist Motivation". *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Fordham, T. (2005). "Pedagogies of Cultural Change: The Rotary International Youth Exchange Program and Narratives of Travel and Transformation". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(3), 143-144.
- Gardiner, S., King, B. and Wilkins, H. (2013). "The Travel Behaviours of International Students: Nationality-Based Constraints and Opportunities". *Journal of Vacation Marketing*, 19(4) 287-299.
- Ghete, A. M. (2015, December). "The Importance of Youth Tourism". *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*. 24(2), 688-694.
- Gibson, H. J. (1998). "Sport Tourism: A Critical Analysis of Research". *Sport Management Review*, 1, 45-76.
- Glover, P. (2011). "International Students: Linking Education and Travel". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28, 180-195.
- Goldner, C., Ritchie, B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Wiley Science, 249.
- Gülcan, B. (2009). "Turizmin Disipliner Evrimi". *Journal of Commerce & Tourism Education Faculty*, 1, 186-206.
- Hampton, M. P. (1998). "Backpacker Tourism and Economic Development". *Annals of Tourism Research*, 25(3), 639-660.
- Hecht, J. A., Martin, D. (2006). "Backpacking and Hostel-Picking: An Analysis from Canada". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), 69-77.
- Heung, V. C. S. and Leong, J. S. L. (2006). "Travel Demand and Behavior of University Students in Hong Kong". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), 81-95.
- Horak, S. and Weber, S. (2000). "Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects". *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37-44.
- Hsu, C. H. C. and Sung, S. (1997). "Travel Behaviors of International Students at a Midwestern University". *Journal of Travel Research*, 36(1), 59-65.
- Huang, R. and Tian, X. (2013). "An Investigation of Travel Behavior of Chinese International Students in the UK". *Journal of China Tourism Research*, 9(3), 277-291.
- Hughes, K., Wang, J. and Shu, M. (2015). "Exploring the Travel Patterns, Preferences and Recommendations of Chinese University Students Living in Australia". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, 12-22.
- İçöz, O. (2011). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi* (Yedinci Baskı). Ankara: Turhan Kitapevi, 1-2.
- İnternet: CMEC, (2017). Council of Ministers of Education, Kanada Eğitim Başkanları Konseyi.Web:

http://www.cmec.ca/en/404.aspx?errorpath=/publications/lists/publications/attachments/264/cof_bringing_ed_to_canada_eng_final.pdf adresinden 31 Mart 2017'de alınmıştır.

İnternet: Commonwealth of Australia. (2000). Towards A National Sports Tourism Strategy. Commonwealth Department of Industry, Science and Resources, Sport and Tourism Division. Web: <http://www.tourisminsights.info/ONLINEPUB/SPORT%20AND%20EVENTS/SAET%20PDFS/SportTourismStrategy.pdf> adresinden 29 Haziran 2017'de alınmıştır.

İnternet: Davidson, M., Wilkins, H., King, B., Hobson, P., Craig-Smith, S., and Gardiner, S. (2010). International Education Visitation- Tourism Opportunities, *CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd*. Web: https://www.researchgate.net/profile/Brian_King3/publication/228686026_International_Education_Visitation-Tourism_Opportunities/links/0912f50dd37727b367000000/International-Education-Visitation-Tourism-Opportunities.pdf adresinden 9 Aralık 2016'da alınmıştır.

İnternet: Dünya Gençlik Öğrenci ve Eğitim Seyahat Konfederasyonu (WYSE). Web: <https://ru.unesco.org/node/265098> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.

İnternet: European Commision-Eurostat. Web: <https://ec.europa.eu/eurostat/> adresinden 9 Ocak 2017'de alınmıştır.

İnternet: European Commision - Lifelong Learning Programme. Web: http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning_programme/erasmus_en.htm adresinden 9 Ocak 2017'de alınmıştır.

İnternet: Hostelin Tarihçesi ve Gençlik Hareketliliğinin Yükselişi. Web: <https://www.hiusa.org/about-us/history-of-hostelling> adresinden 17 Ocak 2017'de alınmıştır.

İnternet: International Youth Leisure Market. Web: http://www.destinationnsw.com.au/__data/assets/pdf_file/0011/214121/Youth-Fact-Sheet.pdf adresinden 29 Haziran 2017'de alınmıştır.

İnternet: IPK International. (2013/2014). *ITB World Travel Trends Report December (2013)*. The World's Leading Travel Trade Show. Web: http://www.itbberlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/WTTR_Report_2014_Web.pdf adresinden 5 Mart 2017'de alınmıştır.

İnternet: IPK International. (2016/2017). *ITB World Travel Trends Report (2016/2017)* The World's Leading Travel Trade Show. Web: https://www.itbberlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World_Travel_Trends_Report_2016_2017.pdf adresinden 21 Şubat 2018'de alınmıştır.

İnternet: İspanya'daki Erasmus Öğrencileri. Web: <https://www.timeshighereducation.com/news/spain-sends-and-receives-most-students-through-erasmus> adresinden 12 Nisan 2017'de alınmıştır.

İnternet: Kalkınma Bakanlığı (2015). Yükseköğretimin Uluslararasılaşması Çerçevesinde Türk Üniversitelerinin Uluslararası Öğrenciler İçin Çekim Merkezi Haline

- Getirilmesi, Araştırma Projesi Raporu. Web: http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/647/Uluslararası_Oğrenci_Raporu_2015.pdf adresinden 27 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Karayipler Turizm Organizasyonu. Web: <http://www.onecaribbean.org/content/files/SportsTourism.pdf> adresinden 8 Haziran 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Kültürel Değişim. Web: <http://www.dictionary.com/browse/cultural-exchange> adresinden 8 Haziran 2017'de alınmıştır.
- İnternet: MEB (2018). Milli Eğitim Bakanlığı. Türkiye Hükümet Burslusu Öğrenci Sayıları. Web: http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2018_09/06123056_meb_istatistikleri_organ_egitim_2017_2018.pdf adresinden 13 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: OECD, (2013). Education at a Glance, OECD Indicators, Paris, 2013. Web: http://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2013_eag-2013-en adresinden 25 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: OECD, (2014). Assessment of Higher Education Learning Outcomes. Feasibility Study Report, Volume 1-Design and Implementation. Web: <http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/AHELOFSReportVolume1.pdf> adresinden 14 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: OECD, (2017). Education at Glance. OECD Indicators. Web: www.oecd.org/education/education-at-a-glance-19991487.htm 286 adresinden 11 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: OECD, (2018). Education at Glance. OECD Indicators. Web: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/eag-2018-en.pdf?expires=1539169947&id=id&accname=guest&checksum=3C6D49A860595DB9D175624ECDF3D5F> adresinden 10 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Okul Kültürel Değişim Programı. Web: http://www.culturalexchange.nsw.edu.au/exchange_programs/about-cultural-exchange/ adresinden 8 Haziran 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Öğrenci Hava Seyahat Birliği (SATA). Web: <http://www.aboutistc.org/sata.html> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Öğrenci ve Gençlik Seyahat Derneği (SYTA). Web: <https://sytayouthfoundation.org/about-syf/mission> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Pearce, P. L., Murphy, L., and Brymer, E. (2009). Evolution of The Backpacker Market and the Potential for Australian Tourism. *Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC)*, Gold Coast. Web: <http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2015/02/110017-EvolBackpackerMarket-WEB.pdf> adresinden 11 Aralık 2016'da alınmıştır.
- İnternet: Richards, G., Wilson, J. (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel*. Amsterdam: International Student Travel Confederation (ISTC), September.

- Web: http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/FINAL_Industry_Report.pdf adresinden 9 Aralık 2016'da alınmıştır.
- İnternet: Tarlow, P. (2008). *Educational Tourism Comes in Many Forms*. Web: <http://www.tourismandmore.com/tidbits/educational-tourism/> adresinden 30 Mart 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Tourism Research and Marketing. (2013a). New Horizons III - Youth Travel Accommodation Usage Report. *WYSE Travel Confederation*, September, s. 1-16. eb: <https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2014/12/newhorizonsaccommodation-execsumm-v1.pdf> adresinden 14 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Tourism Research and Marketing. (2013b). New Horizons III - A global study of the youth and student traveller. *WYSE Travel Confederation*, September, 1-20. Web: <https://wysetc.files.wordpress.com/2013/09/newhorizonsiii-v7-execsummary-v4s.pdf> adresinden 14 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Tourism Research and Marketing. (2014). The Youth Travel Accommodation Industry Survey. *WYSE Travel Confederation*, Amsterdam, March, 1-14. Web: <https://staywysetest.files.wordpress.com/2014/04/7th-youth-travel-accommodation-industry-survey-executive-summary.pdf> adresinden 14 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: TÜİK. (2019). Çıkış Yapan Ziyaretçiler ve Vatandaş Araştırmaları. Web: <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do> adresinden 27 Mart 2019'da alınmıştır.
- İnternet: Türk Dil Kurumu. (2017). TDK. Tür Sözcüğünün Anlamı. Web: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.592d52d23e7d32.50252846 adresinden 30 Mayıs 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Türk Dil Kurumu. (2017). TDK. Çeşit Sözcüğünün Anlamı. Web: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.592d547c8018d5.99503201 adresinden 30 Mayıs 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Türkiye Bursları, (2017a). Türkiye Bursları Öğrenci Programı Eğitim İçin Türkiye. Web: <https://www.turkiyeburslari.gov.tr/turkiyede-yasam/egitim-icin-turkiye/> adresinden 10 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: Türkiye Bursları, (2017b). Türkiye Bursları Burs Programları. Web: <https://www.turkiyeburslari.gov.tr/turkiye-burslari/burs-programlari/> adresinden 28 Nisan 2017'de alınmıştır.
- İnternet: TÜRSAB. (2015). Turizmciler 300 Milyon Gencin Peşinde. TÜRSAB Gençlik Turizmi 2015 Raporu. Web: http://www.tursab.org.tr/dosya/12191/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu117755463808_12191_560578.pdf adresinden 12 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: TÜRSAB. (2017). Gençlik Turizmi Nedir? Web: http://www.tursab.org.tr/tr/tursab/komiteler/genclik-turizmi-komitesi/komite-faaliyetleri/genclik-turizmi-nedir_15389.html adresinden 9 Nisan 2017'de alınmıştır.
- İnternet: UK Council for International Student Affairs (UKCISA), İngiltere Öğrenci İşleri Konseyi. Web: <https://www.ukcisa.org.uk/What-is-UKCISA> adresinden 31 Mart 2017'de alınmıştır.

- İnternet: Uluslararası Gençlik Hostel Federasyonu (IYHF). Web: <https://en.unesco.org/partnerships/non-governmental-organizations/hostelling-international-international-youth-hostel> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Uluslararası Gençlik Seyahat Organizasyonları Federasyonu (FIYTO). Web: <http://www.englishforum.com/00/schools/orgs/fiyto.html> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu (UDEF). Web: <http://www.udef.org.tr/hakkimizda.html> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: Uluslararası Öğrenci Seyahat Konfederasyonu (ISTC). Web: <http://www.aboutistc.org/> adresinden 26 Şubat 2018'de alınmıştır.
- İnternet: UNESCO. (2009). Global Education Digest: New Data Reveal a Shifting Landscape of Student Mobility. Web: www.uis.unesco.org adresinden 18 Aralık 2016'da alınmıştır.
- İnternet: UNESCO. (2014). 2014'te Uluslararası Öğrenci Hareketliliğini Özetlemek. Web: <http://monitor.icef.com/2014/02/summing-up-international-student-mobility-in-2014/> adresinden 9 Aralık 2017'de alınmıştır.
- İnternet: UNESCO. (2018). Uluslararası Öğrenci Pazarında En Fazla Öğrenci Sayısına Sahip İlk 10 Ülke. Web: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow> adresinden 11 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: UNWTO. (2005). Tourism Market Trends. 103. Web: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284411108> adresinden 6 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: UNWTO. (2008). Youth Travel Matters - Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. *Madrid: World Tourism Organisation*. Web: <http://www.worldcat.org/title/youth-travel-matters-understanding-the-global-phenomenon-of-youth-travel/oclc/301762190?referer=di&ht=edition> adresinden 22 Kasım 2016'da alınmıştır.
- İnternet: UNWTO. (2011). The Power of Youth Travel. *World Tourism Organisation, Affiliate Members Report: Volume Two*. Web: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/amreports_vol2_thepowerofyouthtourism_eng_lw.pdf adresinden 18 Mart 2017'de alınmıştır.
- İnternet: UNWTO. (2016). Global Report on The Power of Youth Travel. *Madrid: World Tourism Organisation, Affiliate Members Report: Volume Thirteen*, March, 10-11. Web: <https://www.wysetc.org/research/publications/power-of-youth-travel/> adresinden 18 Mart 2017'de alınmıştır.
- İnternet: UNWTO. (2018). Tourism Highlights 2018 Edition. Dünya Genelinde Varış Ülkesine Göre Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama US Dolar (2017). Web: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> adresinden 14 Ekim 2018'de alınmıştır.

- İnternet: UNWTO. (2019). World Tourism Barometer, Volume 17, January. Web: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom19_01_january_excerpt.pdf adresinden 27 Mart 2019'da alınmıştır.
- İnternet: World Education News & Reviews, (2011). Dünya Eğitim Haberleri ve İncelemeleri. Web: <http://wenr.wes.org/2011/04/wenr-april-2011-feature> adresinden 31 Mart 2017'de alınmıştır.
- İnternet: WYSE Travel Confederation. (2010). Youth Travel Industry Monitor 2009 Summary Report, Amsterdam, May. Web: <https://issuu.com/ldaly/docs/youthtravelindustryreport2009> adresinden 07 Haziran 2017'de alınmıştır.
- İnternet: YÖK. (2007). Yükseköğretim Kurulu. Türkiye'nin Yükseköğretim Stratejisi. Ankara. Web: http://www.yok.gov.tr/documents/10279/30217/yok_strateji_kitabi/27077070-cb13-4870-aba1-6742db37696b adresinden 17 Mart 2017'de alınmıştır.
- İnternet: YÖK. (2015). Yükseköğretim Kurulu. Mevlana Değişim Programı Koordinatörlüğü Mevlana Değişim Programı Temel Amaçları. Web: <https://mevlana.yok.gov.tr> adresinden 9 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: YÖK. (2017). Yükseköğretim Kurulu. 30.04.1985 Tarihli 18740 Sayılı Resmi Gazete'de Yayınlanan Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Yönetmelik. Web: http://www.yok.gov.tr/web/guest/icerik/journal_content/56_INSTANCE_rEHF8BIsfYRx/10279/17831 adresinden 27 Ocak 2017'de alınmıştır.
- İnternet: YÖK. (2018a). Yükseköğretim Kurulu. Türkiye'ye Gelen Yabancı Öğrenci İstatistikleri. Web: <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden 18 Eylül 2018'de alınmıştır.
- İnternet: YÖK. (2018b). Yükseköğretim Kurulu. Türkiye'de Yükseköğretimin Genel Görünümü (2017-2018 Eğitim Öğretim Yılı), Türlerine Göre Akademik Birim Sayıları. Web: <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden 26 Ekim 2018'de alınmıştır.
- İnternet: YTB. (2014). Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, 2014 Yılı Faaliyet Raporu, Türkiye Burslusu Öğrenci Verileri. Web: https://www.ytb.gov.tr/uploads/resimler/activity_reports/2014-faaliyet-raporu.pdf adresinden 23 Ocak 2018'de alınmıştır.
- İnternet: YTB. (2015). Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, 2015 Yılı Faaliyet Raporu, Türkiye Burslusu Öğrenci Verileri. Web: https://www.ytb.gov.tr/uploads/resimler/activity_reports/2015-faaliyet-raporu.pdf adresinden 23 Ocak 2018'de alınmıştır.
- İnternet: YTB. (2016). Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, 2016 Yılı Faaliyet Raporu, Türkiye Burslusu Öğrenci Verileri. Web: https://www.ytb.gov.tr/uploads/resimler/activity_reports/2016-idare-faaliyet-raporu.pdf adresinden 23 Ocak 2018'de alınmıştır.
- İnternet: YTB. (2017). Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, 2017 Yılı Faaliyet Raporu, Türkiye Burslusu Öğrenci Verileri. Web:

https://www.ytb.gov.tr/uploads/documents/2017_FAAL__YET_RAPORU_Digital.pdf adresinden 26 Ekim 2018'de alınmıştır.

- Juvan, E. and Lesjak, M. (2011). "Erasmus Exchange Program: Opportunity for Professional Growth or Sponsored Vacations?" *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 23(2), 23-29.
- Kardaş, F. ve Orbak, Z. (2002). "Adolesansta Beslenme". *Sendrom Aylık Aktüel Tıp Dergisi*. Kasım, s. 90-96.
- Kaya, Y. K. (1989). *İnsan Yetiştirme Düzenimize Yeni Bir Bakış*. Ankara: Bilim Yayınları.
- Kemp, S., Madden, G. and Simpson, M. (1998). "Emerging Australian Education Markets: A Discrete Choice Model of Taiwanese and Indonesian Student Intended Study Destination". *Education Economics*, 6(2), 159-169.
- Khoshpakyants, A. V. and Vidishcheva, E. V. (2010). "Challenges of Youth Tourism". *European Researcher*, 1, 101-103.
- Kıroğlu, K., Kesten, A. ve Elma, C. (2010). "Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 26-39.
- Kim, K. and Jogaratnam, G. (2003). "Activity Preferences of Asian International and Domestic American University Students: An Alternative Basis for Segmentation". *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 260-270.
- King, B. and Gardiner, S. (2015). "Chinese International Students. An Avant-Garde of Independent Travellers?" *International Journal of Tourism Research*, 17(2), 130-139.
- Kapur, D. and Megan, C. (2008). "Beyond the ABCs: Higher Education and Developing Countries". *Center for Global Development*, 139.
- Kozak, M., Gokovalı, U. ve Bahar, O. (2008). "Estimating the Determinants of Tourist Spending: A Comparison of Four Models". *Tourism Analysis*, 13(2), 143-155.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 6-31.
- Köroğlu, A. ve Güleç, B. (2011). "Gençlik Turizmi"., N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt. (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. İkinci Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık, s. 41-60.
- Küçük, M. A. (2013). *İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Mekânlar (Yahudilik-Hristiyanlık Örneği)*. Ankara: Berikan Yayınevi, 10.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*. Ankara, 20.
- Lantai, T. and Mei, X. Y. (2017). "Travel behaviour of Mainland Chinese international students in Norway". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(3), 394-403.

- Leiper, N. (1979). "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and The Tourist Industry". *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Levent, F. (2016). "The Economic Impacts of International Student Mobility in The Globalization Process". *Journal of Human Sciences*, 13(3), 3853-3870.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28 (5), 80-85.
- Marshall, J. E. (2017). "Experiences of Student Midwives Learning and Working Abroad in Europe: The Value of an Erasmus Undergraduate Midwifery Education Programme". *Midwifery*, 44, 7-13.
- McIntosh, R. W. and Charles, R. G. (1990). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies* (Seventh edition). New York: John Wiley and Sons Inc, 139.
- Moisă, C. O. (2010). "Aspects of The Youth Travel Demand". *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(2), 575-582.
- Mok, C. and Armstrong, R. W. (1995). "Leisure Travel Destination Choice Criteria of Hong Kong Residents". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(1), 99-104.
- Mok, K. H. (2010). "The Global Economic Crisis and Educational Development: Responses and Coping Strategies in Asia. *Journal of Education Policy*, 25(6), 777-784.
- Montanari, A. and Staniscia, B. (2009). "Culinary Tourism as a Tool for Regional Re-equilibrium". *European Planning Studies*, 17(10), 1463-1483.
- Moscardo, G. and Benckendorff, P. (2010). "Mythbusting: Generation Y and travel". In P. Benckendorff, G. Moscardo ve D. Pendergast (Eds.), *Tourism and Generation Y*. CAB International, pp. 16-26.
- Murphy, L. (2000). "Australia's Image as a Holiday Destination-Perceptions of Backpacker Visitors". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(3), 21-45.
- Murphy, L. E. (2001). "Exploring Social Interactions of Backpackers". *Annals of Tourism Research*, 26, 50- 67.
- Murphy, L. and Pearce, P. (1995). "Young Budget Travelers: Backpacker in Australia". *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819-843.
- Neumark-Sztainer, D., French, S.A., Hannan, P.J., Story, M. and Fulkerson, J.A. (2005). "School Lunch and Snacking Patterns Among High School Students: Associations with School Food Environment and Polices". *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 2(14), 1-7.
- Nicolau, J. L. (2008). "Characterizing Tourist Sensitivity to Distance". *Journal of Travel Research*, 47(1), 43-52.

- Niser, J. C. (2010). "Study Abroad Education in New England Higher Education: A Pilot Survey". *International Journal of Educational Management*, 24(1), 48-55.
- Novelli, M. (2005). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Routledge, 135.
- Oral, S. (1992). Türkiye’de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi (Sorunlar-Öneriler). *Gençlik Turizmi Konferansı*. Ankara: Turizm Bakanlığı, 125-134.
- O’Reilly, C. C. (2006). "From Drifter to Gap Year Tourist: Mainstreaming Backpacker Travel." *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998-1017.
- Öncüer, M. E. (2006). *Avrupa Birliği Eğitim Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimine Uygulanabilirliği*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir, 50.
- Özer, B., Duran, V., Hızlı, S. ve Çınar, G. (2014). Erasmus Programıyla Türkiye’ye Gelen Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Türk Kültürü ve Yaşayışı Hakkındaki Düşünceleri. *Gençlik ve Kültürel Mirasımız / Uluslararası Kongre*, 347-358.
- Öztürk, Y. Ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). "Türkiye’deki Üniversite Gençliğinin Turizme Yöneltilmesi Üzerine Bir Araştırma". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 162-171.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Pabel, A. and Prideaux, B. (2012). "Education Tourism-Linking Pleasure Travel with Tertiary Education in The Youth Market". *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 24(4), 22-31.
- Pearce, D. G. (1987). *Tourism Today: A Geographical Analysis*. New York. Longman, 22.
- Pearce, P. L. and Foster, F. (2007). "A University of Travel: Backpacker Learning". *Tourism Management*, 28(5), 1285-1298.
- Pendergast, D. (2010). "Getting to Know the Y Generation". In P. Benckendorff, G. Moscardo ve D. Pendergast (Eds.), *Tourism and Generation Y*. CAB International, pp. 1-15.
- Perez, E. A. and Sampol, C. J. (2000). "Tourist Expenditure for Mass Tourism Markets". *Annals of Tourism Research*, 27(3), 624-637.
- Pike, S. and Ryan, C. (2004). "Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions". *Journal of Travel Research*, 42(4), 333-342.
- Promsivapallop, P. and Kannaovakun, P. (2017). "A Comparative Assessment of Destination Image, Travel Risk Perceptions and Travel İntention By Young Travellers Across Three ASEAN Countries: A Study of German Students". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 634-650.

- Pyo, S., Mihalik, B. and Uysal, M. (1989). "Attraction Attributes and Motivations: A Canonical Correlation Analysis". *Annals of Tourism Research*, 16(2), 277-282.
- Pyo, S., Uysal, M. and McLellan, R. (1991). "A Linear Expenditure Model for Tourism Demand". *Annals of Tourism Research*, 18(2), 443-454.
- Pyvis, D. and Chapman, A. (2007). "Why University Students Choose an International Education: A Case Study in Malaysia". *International Journal of Educational Development*, 27, 235-246.
- Randell, S. (1992). "Australia's Cultural and Environmental Heritage-Approaches to Educational Tourism". In D. Bodger (Eds.), *Proceedings of The Second Global Classroom Symposium*. Nottingham, England: Nottingham University.
- Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2002). "Determinants of Youth Travel Markets' Perceptions of Tourism Destinations". *Tourism Analysis*, 7(1), 55-66.
- Richards, G. and Wilson, J. (2004). "The International Student Travel Market: Travelstyle, Motivations, and Activities". *Tourism Review International*, 8, 57-67.
- Richards, G. and Wilson, J. (2005). "Youth Tourism: Finally Coming of Age?" In M. Novelli (Eds.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Routledge, pp. 39-46.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). "Youth and Adventure Tourism". In D. Buhalis and C. Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumer, Products and Industry*. Routledge, pp. 40-47.
- Richards, G. (2015). "The New Global Nomads: Youth Travel in a Globalizing World". *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Ritchie, B. W., Carr, N. and Cooper, C. (2003). *Managing Educational Tourism*. Clevedon, UK: Channel View Publication.
- Robinson, M. and Novelli, M. (2005). "Niche Tourism: An Introduction". In M. Novelli (Eds.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Routledge, pp. 1-14.
- Savcı, K. (1997). *Potansiyel Turizm Pazarı Olarak Çanakkale İlinde Turizmi Geliştirme Olanakları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, 123.
- Selvi, M. S. (2011). "Sağlık Turizmi". N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt. (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. İkinci Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 275-294.
- Sezgin, O., M. (1995). *Genel Turizm*. Ankara: Tubitay Ltd. Şti., 56.
- Shields, P. O. (2011). "A Case for Wanderlust: Travel Behaviors of College Students". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28, 369-387.
- Shoham, A., Schrage, C. and Eeden, S. (2004). "Student Travel Behavior: A Cross-National Study". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(4), 1-10.

- Sirakaya, E., Sönmez, S. F. and Choi, H. S. (2001). "Do Destination Images Really Matter? Predicting Destination Choices of Student Travelers". *Journal of Vacation Marketing*, 7(2), 125-142.
- Son, A. and Pearce, P. (2005). "Multi-faceted Image Assessment: International Students' Views of Australia as a Tourist Destination." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4), 21-35.
- Sørensen, A. (2003). "Backpacker Ethnography". *Annals Of Tourism Research*, 30(4), 847-867.
- Söderman, N. and Snead, S. L. (2008). "Opening the Gap: The Motivation of Gap Year Travellers to Volunteer in Latin America". In. K.D. Lyons ve S. Wearing (Eds.), *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism*. İngiltere: Biddles Ltd., Kings Lynn, pp. 118-129.
- Stern, E. and Krakover, S. (1993). "The Formation of a Composite Urban Image". *Geographical Analysis*, 25(2), 130-146.
- Stylidis, D., Shani, A. and Belhassen, Y. (2017). "Testing an Integrated Destination Image Model Across Residents and Tourists". *Tourism Management*, 58, 184-195.
- Stoddart H. and Rogerson, C.M. (2004). "Volunteer Tourism: The Case of Habitat for Humanity South Africa". *Geojournal*, 60, 311-318.
- Şişman, M. (2015). *Eğitim Bilimine Giriş* (Onbeşinci Baskı). Ankara: Pegem Akademi, 291.
- Tekelioğlu, S., Başer, H., Örtlek, M. ve Aydın, C. (2012). "Uluslararası Öğrencilerin Ülke ve Üniversite Seçiminde Etkili Faktörler: Vakıf Üniversitesi Örneği". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 191-200.
- Thrane, C., Farstad, E. (2011). "Domestic Tourism Expenditures: The Non-Linear Effects of Length of Stay and Travel Party Size". *Tourism Management*, 32(1), 46-52.
- Tomazos, K. and Butler, R.W. (2009). "Volunteer Tourism: The New Ecotourism?" *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 196-211.
- Toskay, T. (1989). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları, 159.
- Tourism Research and Marketing (2008). *Volunteer Tourism: A Global Analysis*. Barcelona: ATLAS.
- Tribe, J. (1997). "The Indiscipline of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657.
- Ünlü, İ. (2015). "Teacher Candidates' Opinions on Erasmus Student Exchange Program". *Educational Sciences: Theory & Practice*, 15(1), 223-237.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2014). *Turizm Ekonomisi* (Dördüncü Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık, 21-23.

- Varasteh, H., Marzuki, A. and Rasoolimanesh, S. M. (2015). "Factors Affecting International Students' Travel Behavior". *Journal of Vacation Marketing*, 21(2), 131-149.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism, Experiences that Make a Difference*. Wallingford: CAB!
- Weaver, D. (2004). "The Contribution of International Students to Tourism Beyond the Core Educational Experience: Evidence from Australia". *Tourism Review International*, 7, 95-105.
- Xu, F., Morgan, M. and Song, P. (2009). "Students' Travel Behaviour: A Cross-Cultural Comparison of UK and China". *International Journal of Tourism Research*, 11, 255-268.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri* (1. Baskı). (Çev. A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın ve E. Gürbüzsel). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Yen, D. A., Cappellini, B., Wang, C. L. and Nguyen, B. (2018). "Food Consumption When Travelling Abroad: Young Chinese Sojourners' Food Consumption in the UK". *Appetite*, 121, 198-206.
- Yurdakul, F. ve Özgencil, G. (2016). *Türkiye'deki Turizm Gelirinin Belirleyicileri ve Alternatif Turizm Gelirlerinin Önemi*, I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 76-88. Erzincan.





EK 1. Anket Formu (Türkçe)

Sevgili öğrenci arkadaşım, bu anketten elde edilen bilgiler, “Eğitim Amacıyla Türkiye’ye Gelen Öğrencilerin Turistik Davranışı: Ankara Örneği” belirleme amacı taşıyan yüksek lisans tezimin uygulamasında kullanılacaktır ve elde edilen veriler gizli tutulacaktır. Desteginiz için teşekkür ederim.

Halime Eşiyok / Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Danışman: Prof. Dr. Bilgehan Gülcan

1. Cinsiyetiniz?

Kadın () Erkek ()

2. Milliyetiniz? İkamet ettiğiniz ülke?

.....

3. Türkiye vizenizin türü nedir?

Öğrenci vizesi ()

Turist vizesi ()

Görevli / Çalışma izni vizesi ()

Diğer (Lütfen belirtiniz)

4. Eğitiminiz için Türkiye’deki tahmini kalış süreniz nedir?

7 aydan az ()

7 -12 ay ()

13 ay-4 yıl ()

4 Yıldan fazla ()

5. Türkiye’de kayıtlı olduğunuz eğitim programının seviyesi nedir?

Ön Lisans/Lisans eğitimi ()

Lisansüstü eğitim ()

(Yüksek Lisans ()

Doktora) ()

Diğer (Lütfen Belirtiniz)

6. Türkiye’de kayıtlı olduğunuz eğitim programının içeriği nedir?

Dil eğitimi ()

Staj ()

Araştırma ()

Gönüllü proje ()

Diploma programı ()

(Ön Lisans/Lisans/Yüksek Lisans)

7. Ankara’da kayıtlı olduğunuz üniversite hangisidir?

.....

8. Türkiye’deki aylık geliriniz nedir?

..... TL

9. Türkiye’deki aylık toplam harcama miktarınız nedir?

..... TL

10. Eğitim için Türkiye’yi tercih etme sebebinizi lütfen belirtiniz. (İlgili olanların tümünü lütfen gözden geçirin).

Eğitim kalitesi ()

Eğitim itibarı ()

Eğitim dili Türkçe’ dir ()

Eğitim dili İngilizce’ dir ()

Ülkenin resmi dili (Türkçe) ()

Kültürel yapı ()

Etnik ve dini yapı ()

Sağlık hizmetleri ()

Türkiye’nin devlet yönetimi ()

İrk ayrımcılığının olmaması ()

Geldiğim ülke ile Türkiye arasındaki ilişkiler ()

Ülkemdeki Türkiye imajı ()

Coğrafi yakınlık ()

Güvenli çevre ()

Bilgi kaynağı çeşitliliği ()

Burs imkânları ()

Uluslararası öğrenciler için etkili öğrenim ortamı ()

Kendi ülkemdeki temsilci tavsiyesi ()

Ebeveyn/arkadaş tavsiyesi ()

Türkiye’de arkadaş/akrabaların ikamet etmesi ()

Yarı zamanlı istihdam/İş fırsatı ()

Türkiye’deki uluslararası öğrenci sayısı ()

Öğrenci özellikleri/nitelikleri ()

Türkiye’ye göç etme niyeti ()

Tatil imkânları ve turistik imaj ()

Ülkede yaşam maliyeti ()

Partner bulmak ()

Diğer (Lütfen belirtiniz)

11. Ankara’da öğrenim görmeyi tercih etmenizin en önemli 3 (üç) sebebinizi lütfen aşağıya yazınız.

1

2

3

12. Bu üniversiteyi tercih etmenizin en önemli 3 (üç) sebebinizi lütfen aşağıya yazınız.

1

2

3

13. Türkiye’de boş zamanlarınızda aşağıdaki etkinliklerden hangisine katılıyorsunuz? (İlgili olanların tümünü lütfen gözden geçirin).

Eğlence ()

Gezi ()

Kültür/tarih ()

Gastronomi ()

Spor (açık ve/veya kapalı alan sporları) ()

Macera etkinlikleri ()

Toplantı/konferans/kurs/seminer vb. ()

Alışveriş ()

Arkadaş ve akraba ziyareti ()

Dini etkinlikler ()

Sağlık ()

Diğer (Lütfen belirtiniz)

14. Turistik amaçlarla Türkiye’de hiç seyahat ettiniz mi?

Evet () Hayır ()

15. Türkiye’de kalırken turistik amaçlı seyahat etmeyi planlıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

Lütfen arka sayfaya geçiniz.

EK 1. (devam). Anket Formu (Türkçe)

Buradan sonraki sorular sadece Türkiye'de turistik amaçlı seyahat eden öğrenciler tarafından cevaplanacaktır.

16. Türkiye'deki turistik seyahatinizde etkili olan en popüler bilgi kaynaklarınızı lütfen belirtin. (İlgili olanların tümünü lütfen gözden geçirin).

- İnternet ()
Arkadaş/akraba ()
Seyahat acentesi ()
Rehber kitaplar ()
Diğer (Lütfen belirtiniz)

17. Türkiye'de seyahat ettiğiniz şehirleri ve seyahatinizin nedenini lütfen belirtin.

Seyahat Ettiğiniz Şehirler	Seyahat Nedeni (Tatil/ziyaret, Görev vb.)
1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

18. Türkiye'deki tatilinizi etkileyen temel motivasyon faktörü nedir?

- Eğlence ()
Gezi ()
Kültür/Tarih/Gastronomi ()
Deniz ()
Spor (açık ve/veya kapalı alan sporları) ()
Macera etkinlikleri ()
Diğer(Toplantı/konferans/kurs/seminer/görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık (Lütfen belirtiniz)

19. Türkiye'deki turistik seyahatiniz esnasında kaldığınız konaklama tesisinin türünü lütfen belirtin.

- Hotel/motel ()
Hostel ()
Pansiyon ()
Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb, lütfen belirtiniz)

20. Türkiye'deki turistik konaklamanız esnasında tercih ettiğiniz pansiyon tipinizi lütfen belirtin.

- BB (oda kahvaltı) ()
HB (yarım pansiyon) ()
FB (tam pansiyon) ()
All Inclusive (her şey dâhil) ()
Diğer (Lütfen belirtiniz)

21. Türkiye'deki turistik seyahatinizde (en son) kaldığınız süre nedir?
..... Gün

22. Türkiye'de (en son turistik seyahatinizde) kimlerle seyahat ettiniz?

- Yalnız seyahat ()
Arkadaşlarımla ()
Ailemle ()
Eş/partner ()
Diğer (Lütfen belirtiniz)

23. Türkiye'deki en son turistik seyahatinizde kullandığınız ulaşım aracına göre memnuniyet derecenizi belirtiniz. (İlgili olanların tümünü lütfen gözden geçirin).

Araç Türü	Çok Kötü (1)	Kötü (2)	Orta (3)	İyi (4)	Çok İyi (5)
Kiralık araç					
Kendi aracım					
Otobüs					
Tren					
Uçak					
Gemi					
Diğer (Otostop vb.)					

24. Türkiye'deki turistik seyahatiniz esnasında yeme-içme tercihiniz ağırlıklı olarak nedir?

- Fast food ()
Hazır gıda ()
Yerel restoranlar ()
Kendi ülke mutfağımın restoranları ()
Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü yiyecekler ve/veya diğer yiyecekler, Lütfen belirtiniz)

25. Türkiye'de seyahat ederken tercih ettiğiniz hediyelik eşya türü nedir?

- 1
2
3

26. Türkiye'deki en son turistik seyahatinizde toplam harcama miktarı nedir?

..... TL

27. Bir kelime kullanarak Türkiye'nin turizm imajını lütfen özetleyin.

.....

28. Gelecekte Türkiye'yi tatil amaçlı olarak tekrar ziyaret etme niyetinizi lütfen değerlendirin.

- Kesinlikle evet ()
Evet ()
Belki ()
Hayır ()
Kesinlikle hayır ()

Teşekkür ederim.

EK 2. Anket Formu (İngilizce)

My dear student friend, the information obtained from this survey will be used in practice of my master degree thesis you bearing the goal of determining “The Touristic Behaviors of the Students who came to Turkey for the Purpose of Education: Ankara Example”, and the data obtained will be kept secret. Thank you for your support.

Halime Eşiyok / Gazi University Social Sciences Institute
Consultant: Prof. Dr. Bilgehan Gülcan

1. Your gender?

Female () Male ()

2. Your nationality? Your country of residence?

.....

3. What is your Turkish visa type?

Student visa ()

Tourist visa ()

Attendant/Working permit visa ()

Other (Please specify)

4. What is your estimated length of stay in Turkey for your education?

Less than 7 months ()

7 - 12 months ()

13 months-4 years ()

More than 4 years ()

5. What is the level of education program that are you enrolled in Turkey?

Associate Degree/ ()

Undergraduate Degree

Graduate Education (Master's Degree ()

phD/Doctoral Degree

Other (Please specify)

6. What is the content of the educational program that are you enrolled in Turkey?

Turkish language education ()

Internship ()

Research ()

Volunteer project ()

Degree programs (Associate/ ()

Undergraduate/Postgraduate)

7. Which is the university that you are enrolled in Ankara?

.....

8. What is your monthly income in Turkey?

..... TL

9. What is the amount of your monthly total spending in Turkey?

..... TL

10. Please specify the reasons why you prefer Turkey to study. (Please check all that apply).

Education quality ()

Reputation of the education ()

The medium of education is Turkish ()

The medium of education is English ()

Official language of the country (Turkish) ()

Cultural structure ()

Ethnic and religious structure ()

Health service ()

Governmental administration of Turkey ()

No racial discrimination ()

Relations between Turkey and the country where ()
I come from

The image of Turkey in my home country ()

Geographical proximity ()

Safe environment ()

Variety of information source ()

Scholarship opportunities ()

Effective study environment for international ()

students

Recommendation of delegate in my own country ()

Parent/friend recommendation ()

Residency of relatives/friends in Turkey ()

Part-time employment/Job opportunity ()

The number of international students in Turkey ()

Characters/features of students ()

Intention of immigration to Turkey ()

Vacation opportunities and touristic image ()

Cost of living in the country ()

Finding a partner ()

Other (Please specify)

11. Please write down the three most important reasons why you prefer to study in Ankara.

1

2

3

12. Please write down the three most important reasons why you prefer this university.

1

2

3

13. Which of the following activities do you take part in your free time in Turkey? (Please check all that apply).

Entertainment ()

Travel ()

Culture/History ()

Gastronomy ()

Sports (Outdoor/Indoor sports) ()

Adventure activities ()

Meetings/conferences/courses/seminars etc. ()

Shopping ()

Visiting friends and relatives (VFR) ()

Religious activities ()

Health ()

Other (Please specify)

14. Have you ever traveled in Turkey for touristic purposes?

Yes () No ()

15. While you are staying in Turkey do you plan to travel for touristic purposes?

Yes () No ()

Please go to the back page

EK 2. (devam). Anket Formu (İngilizce)

From here the following questions will be *only be answered by students who traveled for touristic purposes in Turkey.*

16. Please identify your most popular information sources in influencing your touristic travel in Turkey? (Please check all that apply).

- Internet
 Friends/relatives
 Travel agency
 Guide books
 Other (Please specify)

17. Please specify the cities that you have traveled in Turkey and the reason of your travel.

Cities you have travelled **Reason of the Travel**
(Holiday / Visit, Duty etc.)

- 1
 2
 3
 4
 5

18. What is the primary motivational factor that influences your holiday in Turkey?

- Entertainment
 Travel
 Culture/History/Gastronomy
 Sea
 Sports (Outdoor/Indoor sports)
 Adventure activities
 Other (Meetings/conferences/courses/seminars etc., Shopping, Visiting friends and relatives (VFR), Religious activities, Health) (Please specify)

19. Please indicate the type of the accommodation establishment that you stayed during your touristic travel in Turkey.

- Hotel/motel
 Hostel
 Guesthouse
 Other (Home of friend/relative, Tent/camping area, Airbnb, Please specify)

20. Please indicate your pension type that you preferred during your touristic accommodation in Turkey.

- BB (bed and breakfast)
 HB (half board)
 FB (full board)
 All Inclusive
 Other (Please specify)

21. What is the length of your stay (the most recent one) during your touristic travel in Turkey?

..... Days

22. With whom did you travel (in your most recent touristic travel) in Turkey?

- Travel alone
 With friends
 With family
 Spouse/partner
 Other (Please specify)

23. Please indicate your satisfaction level according to the transportation vehicle you used in your most recent touristic travel in Turkey. (Please check all that apply).

Vehicle Type	Very Bad (1)	Bad (2)	Medium (3)	Good (4)	Very Good (5)
Rental vehicle					
My own vehicle					
Bus					
Train					
Plane					
Boat					
Other (hitchhiking etc.)					

24. What is the mainly you eating and drinking prefer during your touristic travel in Turkey?

- Fast food
 Ready to eat foods
 Local restaurants
 Restaurants of my home country's cuisine
 Any foods that are prepared by me (my home country's indigenous foods or Any foods) (Please specify)

25. What type of souvenirs do you prefer while you are travelling in Turkey?

- 1
 2
 3

26. What is the total spending amount in your most recent touristic travel in Turkey?

..... TL

27. Please summarize the tourism image of Turkey, using only one word.

.....

28. Please rate the level of your intention to revisit Turkey for vacation purposes in the future?

- Definitely yes
 Yes
 Maybe
 No
 Definitely no

Thank you.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Eşiyok, Halime
Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti
e-mail : halimesiyok@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-Turizm İşletmeciliği A.B.D.	Devam ediyor
Lisans	Gazi Üniversitesi-Turizm Fakültesi-Turizm İşletmeciliği Programı	2015
Lise	Keçiören Rauf Denktaş Lisesi	2009

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Eşiyok, H. ve Gülcan, B. (2018). “Yükseköğretimde Uluslararası Öğrencilerin Turistik Davranışları ve Türkiye Pazarı”, 17. *Geleneksel Turizm Sempozyumu*, Düzce.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

