



## Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi\* (The Effect of Sustainable Culture Tourism Perception on Revisit Intention According to Generation)

Cihan SEÇİLMİŞ<sup>a</sup>, \*Ela Nazlı KÖZ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Eskişehir/Turkey

<sup>b</sup> Eskişehir Osmangazi University, Institute of Social Science, Department of Tourism Management, Eskişehir/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:16.06.2015

Kabul Tarihi:17.08.2015

### Anahtar Kelimeler

Kültür turizmi

Sürdürülebilir turizm

Nesil

Tekrar Ziyaret Niyeti

### Öz

Dünya genelinde son yıllarda ziyaretçilerin, ekolojik ve sürdürülebilir gelişmeye önem veren, aynı zamanda otantik deneyimlerden hoşlanan bireylerden oluştuğu ve seyahat tercihlerinde kültür faktörünün ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Kültür turizmi denildiğinde, ilk akla gelen destinasyonlardan biri olan İstanbul'un sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerden, gelecek nesillerin de şimdiki nesiller gibi yararlanabilmesi adına İstanbul'da sürdürülebilir kültür turizmi konusunun ele alınması önem arz etmektedir. İstanbul ilinin kültür turizmindeki hem mevcut hem de gelecekteki durumunu tehdit eden unsurların varlığı, bölgede kültür turizminin sürdürülebilirlik açısından ele alınmasının gerekliliğini beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, İstanbul ilinde kültür turizminin sürdürülebilirliğinin farklı nesil gruplarına ait turistler açısından algı durumunun belirlenmesi ve tekrar ziyaret niyetlerinin ortaya konulması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, ilk aşamada ulusal ve uluslararası alanda yapılan konu ile ilgili çalışmalar incelenmiş ardından, 398 yerli ve yabancı kültür turisti ile Sultanahmet bölgesinde gerçekleştirilen anket uygulaması ile turistlerin konu ile ilgili değerlendirmeleri alınmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere göre farklılık göstermediği ve sürdürülebilir kültür turizmi algısının tekrar ziyaret niyeti üzerinde kısmen etkisinin olduğu görülmüştür.

### Keywords

Culturel tourism

Sustainable tourism

Generation

Revisit intention

### Abstract

21st century's tourists consist of people who like authentic experiences as they care for ecological and sustainable development and culture factor is on top of their choices. Istanbul is one of the most popular cities in the World when it comes to cultural tourism. Sustainable cultural tourism has great importance for Istanbul since it has a great many historical assets. Current and potential threats of Istanbul's cultural assets bring up the need of evaluation of cultural assets in context of sustainability. From this point of view, , this study aims to determine the sustainable cultural tourism perceptions of tourists who visit Istanbul and reveal the effect of this perception on revisit intention. In order to accomplish this, 398 surveys were filled by tourists who visit Sultanahmet region. According to findings, sustainable cultural tourism perception do not differ according to generations and sustainable cultural tourism perception has an partly impact on revisit intention.

\*\* Bu araştırma, "Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiş ve T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından desteklenmiştir.

\*Sorumlu Yazar

csecilmis@ogu.edu.tr (C. Seçilmiş), elanzlikoz@gmail.com (E. N. Köz)

## GİRİŞ

İlk çağlardan itibaren insanların seyahat etme nedenlerinin başında kültür olgusu gelmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre, “Gezinin planlanmasında en önemli etken nedir?” sorusuna; 1980 yılında katılımcıların %27’si tarihi, kültürel ve arkeolojik değerlerin önemli olduğunu belirtirken, 1990 yılında bu oranın %50 olduğu görülmektedir (Silberberg, 1995, p. 364). Dünya Turizm Örgütü’ne göre, bu artış trendinin özellikle Avrupa, Ortadoğu ve Asya bölgelerinde devam edeceği öngörülmektedir (Khalilova, 2008, p. 31).

Türkiye’de kültür turizmi denildiğinde akla gelen ilk şehir olan İstanbul, eski uygarlıklara başkentlik yapması sebebiyle tarihi, kültürü ve doğal manzarası ile turizm açısından önemli potansiyele sahip bir şehirdir. 21. yüzyılda modern yüzü, alışveriş olanakları, kültürel etkinlikleri, kongre merkezleri ve medikal alanındaki hizmetleriyle İstanbul her türlü ihtiyaca karşılık verebilen bir şehir olmuştur. İstanbul’un, özgün tarihi ve kültürü ile ağırladığı ziyaretçi sayısı her yıl yaklaşık olarak %10 oranında artış göstermektedir. Ancak artış gösteren ziyaretçi sayısı, İstanbul’un taşıma kapasitesi ile doğal ve kültürel kaynaklarının olumsuz yönde etkilenme riskini de beraberinde getirmekte ve bölgenin sürdürülebilir kültür turizmi açısından ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bununla birlikte ziyaretçilerin ilgi ve isteklerinde ortaya çıkan değişiklikler de turizm gelişimini etkileyen diğer bir unsurdur. Strauss ve Howe nesil teorisinde yer alan nesil türleri ele alındığında; günümüz tüketicileri olan Bebek Patlaması nesli, X nesli ve Y neslinin davranış ve karakter özellikleri arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Zaman geçtikçe beklenti ve taleplerde değişikliklerin olduğunu belirten Raj (2014), bu durumun “Yeni Turizm” konseptini gündeme getirdiğini belirtmektedir. Yazara göre, 21. yüzyıl tüketicileri geçmiş yıllardaki tüketici profiliyle karşılaştırıldığında farklılık göstermektedir. “Yeni” turist profili; çevreye karşı duyarlı, gidilen ülkenin kültürüyle ilgili olduğunu gösteren, öğrenme ve deneyim kazanma arzusunda olan bireylerdir. Bu bağlamda değişen beklenti ve taleplerin ortaya çıkardığı “Yeni Turizm” konseptini, değişen dünyayı gösteren nesil farklılıklarıyla ilişkilendirmek yerinde olacaktır.

## KÜLTÜR, KÜLTÜR TURİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ

Kültür veya medeniyet toplumun bir üyesi olarak insanın edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, gelenekler ve bunun gibi diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür (Tylor, 1871, p. 1). Kültür olgusunu konu edinen çalışmalar arasında en kapsamlı çalışmalardan biri Hofstede’e (1984) aittir. Hofstede kültür kavramını, bir grup insanı diğerinden ayıran zihinsel programlama olarak açıklamaktadır. Hofstede’e göre programlama ailede başlamakta, okulda, arkadaş gruplarında, çalışma ortamında ve içinde yaşanılan toplumda devam etmektedir (Hofstede, 1980, aktaran Duran, 2011, p. 293).

Kültür; sanat, dil, din, tarih, mimari yapı, yaşam tarzı gibi unsurları içine almakta ve insanların turizm faaliyetlerine katılma sebepleri arasında önemli rol oynamaktadır (Çiçek, 2013, p. 101). Ortaya çıktığı toplum veya bölge açısından

özgün olan kültür olgusunun -büyük göçler haricinde- farklı coğrafyalara taşınması veya farklı toplumlar tarafından yaşanması mümkün değildir. Bahçe (2010), kültür ve turizm ilişkisini, kültürün ait olduğu yaşam alanı içinde görülmesi gerektiği şeklinde açıklamaktadır. Akoğlan-Kozak ve Bahçe’ye göre (2009), kültür ortaya çıktığı yere özgü olması ve başka bir yerde yaşanmaması sebebiyle turizm talebi yaratır. Zaman içerisinde kültür amacıyla gerçekleştirilen seyahatler, turistik faaliyet boyutunu kazanarak günümüzde talep gören seyahat şekillerini oluşturmuş (Toker, 2011, p. 8); 21. yüzyıldan sonra tarihi ve kültürel alan ziyareti yoğun ilgi gören bir aktivite haline gelmiştir (Çalışkan, 2009, p. 7). Bu şekilde ortaya çıkan kültür turizminin kavram olarak açıklanması, hem kültürün hem de turizmin geniş bir anlama sahip olması nedeniyle oldukça güçtür (Bahçe, 2010, p. 11). Kültür turizmi; tarihi yapıları, yerel mimariyi ve eski eserleri görmek, festivallere ve fuarlara katılmak, yerel mutfakları tecrübe etmek, dini seyahatlerde bulunmak gibi amaçları güden turistlerin katılımıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (Çulha, 2008, p. 1829; Usta, 2012, p. 164). Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre ise; kültür turizmi, insanların kültürel motivasyon sağlamak amacıyla yaptıkları iş seyahatleri, sahne sanatları ve kültür turları, festivaller ve diğer kültürel olaylara katılmaları, sit alanlarına ve anıtlara yönelik ziyaretleri ile dini seyahatleri kapsayan hareketlerdir (Pedersen, 2002, p. 23).

Çiçek (2012), turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sırasında doğal kaynakların tüketilmesi sonucunda doğal ve sosyal çevreye verilen zararlar nedeniyle turistik destinasyonların zaman içerisinde turizm faaliyetleri de dahil olmak üzere hiçbir faaliyetin yapılamadığı bölgeler haline gelmesinin kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır.

Pekin (2011), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ile Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi başta olmak üzere turizm sektörünün önemli kuruluşlarının gelecek 10 yıl öngörülerinin yer aldığı raporlarda yaşanan krizlere rağmen turizm gelişiminin sürmeye devam edeceğini ve kitle turizminin küresel düzeyde tahribatlara neden olacağına vurgulandığını belirtmektedir. Söz konusu raporlara göre kitle turizmi; çölleşme, doğal çevrenin tahribatı, kirlenme, artan oranda zehirli gazların salınımı, endemik bitki ve hayvan türlerinin yok olması gibi olumsuz sonuçları beraberinde getirmektedir. Yazar bu bağlamda, dünyanın doğal dengesini hedefleyen, çevreye duyarlı, “sürdürülebilir” gelişmeyi amaçlayan bir turizm türü olan kültür turizminin gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

Uzun yıllar kitlesele turizm hareketleri üzerine kurulu olan dünya turizm sektöründe, yerel yönetimlerin kentin miras unsurlarından olan coğrafyası, topoğrafyası, tarihi, kültürü ve geleneklerini turistlere pazarlarken mevcut değerleri korumak, onlara şekil vermek ve biçimlendirmek konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu yetersizlik, doğal ve kültürel kaynakların plansızca tüketilmesi ve fiziksel çevre üzerinde tahribatların meydana gelmesini beraberinde getirmektedir. Alışlagelen turist profilinin değişmesi ve kitlesele turizm faaliyetlerinin sosyal ve fiziksel çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkilerin dikkat çekmeye başlamasıyla turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin sağlanması amacı doğrultusunda alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi gündeme gelmiştir (Altanlar ve Akıncı Kesim, 2011, p. 2). Dünya Turizm Örgütü’ne göre alternatif turizm

türleri arasında yer alan sürdürülebilir turizm; ev sahibi ülkelerin, turizm sektörünün, ziyaretçilerin ve çevrenin ihtiyaçlarına hitaben, mevcut ve gelecekte olabilecek ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin dikkate alındığı turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Sustainable Development of Tourism, 2005).

Ekinci (2014), sürdürülebilir turizmi tarihi, çevresel ve sosyo-kültürel değerlerin kurumların ve kişilerin aktiviteleriyle uyumunun sürdürülmesi şeklinde açıklamaktadır.

Demir ve Çevirgen (2006) sürdürülebilir turizmin öncelikli amacının, turizmin olumlu getirilerinin devamının sağlanarak beklenen faydalara ulaşabilmek olduğunu belirterek temel amaçları şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Yerel toplumun yaşam kalitesini artırmak,
- Nesiller arasında ve mevcut neslin içinde eşitlik ilkesini korumak,
- Ekolojik sistemler ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesiyle çevre kalitesini korumak,
- Toplumların sosyal ve kültürel bütünleşmesini sağlamak,
- Ziyaretçiler için yüksek kalitede bir deneyim sağlamak.

Kültür turizmi, kültürel kaynakların aşırı kullanımını gerektiren politika ve uygulamaları reddederek, genel sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda, yeniden üretilmeyen kaynakların optimal kullanımını amaçlamaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009, p. 149). Sürdürülebilir turizm ve kültür turizminin amaçlarından yola çıkarak, sürdürülebilir kültür turizmini; doğal, kültürel ve tarihi değerlere yönelik koruma kullanma ilkesini güden ve söz konusu değerlerden bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını karşıladığı şekilde gelecek nesillerin de yararlanmalarını amaçlayan turizm hareketleri olarak açıklamak mümkündür.

## NESİL OLGUSU

Sürekli bir değişim süreci içinde olan dünyada; ekonomi, kültür, siyaset, teknoloji, sanat gibi çeşitli alanlarda yaşanan değişimler; kişilerin algılarını, beklentilerini, tercihlerini ve davranışlarını etkilemektedir. Bu noktada, birbirlerine yakın dönemlerde dünyaya gelen insanların benzer özelliklere sahip olması, nesil olgusunun ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (İşçimen, 2012, p. 2). Nesil kavramı; ilerleyen yaşlarda benzer değer, görüş ve davranışları paylaşan ve yaklaşık olarak aynı zaman diliminde doğmuş insanların oluşturduğu grup olarak nitelendirilmektedir (Festing ve Schäfer, 2014, p. 264). Türk Dil Kurumu'nda ise nesil kavramı şu şekilde tanımlanmaktadır (TDK, 2014):

*‘Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu, göbek, batın, jenerasyon’.*

Strauss ve Howe, nesil kavramına aşağı yukarı aynı zaman diliminde doğan ve ortak karakteristik özelliklere sahip insanlar topluluğu olarak açıklık getirmektedir (Strauss ve Howe, 1997 aktaran Li vd., 2013, p. 148).

Literatüre girmiş çalışmalarda nesillerin isimlerinden ziyade doğum yıllarına bakıldığında nesil tarihlerinin değişkenlik gösterdiği görülmektedir (Festing ve Schäfer,

2014, p. 264). Nesillerin isimleri ve zaman süreçleri değişkenlik gösterse de davranışsal sosyologlar, nesiller arasındaki sürenin yirmi yıla dayandığını belirtmektedir (Gursoy vd., 2008, p. 450). İşçimen (2012), bu farklılığı nesilleri başlatan tek bir olayın olmaması ve geçiş dönemlerinin baz alınması sebebiyle olağan görmekte; her toplumun bu dönemlerden farklı zamanlarda etkilenme durumunu göz önünde bulundurarak toplumlara göre nesil sınıflandırmalarının da değişebileceğini ifade etmektedir.

Her neslin üyeleri, hayatlarını şekillendiren olaylara bağlı olarak kendi karakteristik özelliklerine ve değer yargılarına sahiptir (Crampton ve Hodge, 2007; Jenkins, 2008 aktaran Festing ve Schäfer, 2014, p. 264). Bu doğrultuda sahip oldukları karakteristik özelliklere ve değer yargılarına göre Howe ve Strauss nesil teorisinde yer alan ve bu çalışmada incelenecek olan nesil türleri aşağıdaki gibidir:

*Sessiz Nesil (Silent Generation) (1925-1942):* Savaş nesli olarak da adlandırılan sessiz nesil dönemi, II. Dünya Savaşı'nın çıktığı yıllarda doğan ve savaşın acısını en fazla çeken insanların oluşturduğu nesil olarak belirtilmektedir (Akdemir vd., 2013, p. 14). Kurumsal sadakate önem veren, risk almaktan hoşlanmayan, işbirliği ve takım çalışmasına yatkın, mükemmeliyetçi özelliklere sahip üyelerden oluşan bu nesil (Tolbize, 2008, p. 2), günümüzde iş dünyasının yaklaşık %5'lik kısmını oluşturmakta ve danışmanlık veya üst düzey yöneticilik gibi pozisyonlarda görev yapmaktadır (Toruntay, 2011, p. 69). Buna ek olarak, turizm sektörü açısından ele alındığında Li vd. (2013) sessiz nesil üyelerinin diğer nesillerle kıyaslandığında daha uzun turlara çıkma eğiliminde olduklarını belirtmektedirler.

*Bebek Patlaması Nesli (Baby Boomers Generation) (1943-1960):* Çalışma yaşamlarını kendini gerçekleştirmek ve kanıtlamak için kullanan ilk nesil olan bebek patlaması nesli; takım çalışmasına ve kariyer konusuna önem veren, çalışma ortamında pozitif tutum sergileyerek çatışmalardan uzak duran, çalıştıkları kurumlara karşı bağlılıkları yüksek olan bireylerden oluşmaktadır. Bu bireyler her ne kadar iş odaklı olsalar da ilerleyen yaşlarında aile hayatına yönelmektedirler (Toruntay, 2011, p. 71). Li vd. (2013) bu çalışmada ele alınan dört nesil arasında bebek patlaması nesli üyelerinin turistik tüketici olarak refah düzeylerinden dolayı daha kârlı olduklarını; ABD'de en fazla seyahat eden ve en fazla harcama yapan nesil olduklarını belirtmektedirler.

*X Nesli (13. Nesil – X Generation) (1961-1981):* “X Nesli” terimi, 1991 yılında Kanadalı yazar Douglas Couplan tarafından yazılan “Generation X: Tales For An Accelerated Culture” isimli kitabı ile birlikte sıklıkla kullanılmaya başlanmış (Ceylan, 2014, p. 18) ve söz konusu nesil “Geçiş Dönemi Çocukları” (Fındık, 2013, p. 45) ve “Bebek Düşüşü-Baby Bust” (İşçimen, 2012, p. 8) olarak da adlandırılmıştır. Bebek patlaması neslinin özelliklerini yansıtan X nesli; iş yaşamında sadık, toplumsal sorunlara duyarlı ve teknolojik gelişmelere açık bireylerden oluşmaktadır (Fındık, 2013, p. 45). Turizm pazarı açısından, X neslinin diğer nesillerle kıyaslandığında çocuklarıyla seyahat etme eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (Li vd., 20013, p. 148).

*Y Nesli (Millenium Nesli – Y Generation) (1982-2004):* “Next” ya da “Echo Boomers” adları ile de ele alınan Y nesli üyelerinin en önemli özellikleri özgürlüklerine düşkün olmaları ve teknolojiden oldukça iyi yararlanmalarıdır

(İzmirlioğlu, 2008, p. 45). Sözü geçen neslin üyelerinin eğlence, gezme, yeni deneyimlere yönelim, başarı, para, alışveriş, sorgulama ve sevdiklerine zaman ayırma gibi unsurlara önem vermeleri dikkat çeken bir nokta olmaktadır (Ayhün, 2013, p. 101). Bununla birlikte sabırsız, otoriteden ve emir almaktan hoşlanmayan, eğitime önem veren, özgüveni yüksek, değişime açık (Ceylan, 2014, p. 21) ve tam anlamıyla tüketici ruhuna sahip olduğu belirtilen Y nesli üyelerinin (İzmirlioğlu, 2008, p. 46), turizm pazarında oldukça aktif ve ekonomi üzerinde büyük etkilerinin olduğu görülmektedir (Noble vd., 2009, p. 617)

Sessiz nesil, bebek patlaması nesli, X nesli ve Y nesline ek olarak; günümüzde henüz satın alma gücüne sahip olmayan, Strauss ve Howe jenerasyon teorisine göre 2005 yılından itibaren doğan bireyler ise Z neslini oluşturmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin çevre üzerindeki etkisi, kirlilik sorunları ve kaynak tüketiminde yaşanan artışla birlikte 1970'li yılların başlarında gelecek nesillere yönelik felsefi, politik ve hukuki tartışmaların gündeme geldiğini belirten Başlar (1992), sürdürülebilirlik ve nesil ilişkisinin felsefi temellerini ortaya atıldığını belirtmektedir. Sürdürülebilirlik ve nesil ilişkisini ilk ele alanlardan biri olan hukukçu Joseph Sax, 1970 yılında yayımlanan makalesinde "atalarımızdan miras olarak aldığımız dünyayı gelecek nesillere kültürel ve doğal kaynakları devraldığımız şekilde ve aynı kalitede devretmek mecburiyeti altında olduğumuz" görüşünü savunmaktadır (Başlar, 1992, p. 39).

Sürdürülebilir turizm ve nesil ilişkisi farklı bir bakış açısıyla ele alınacak olunursa; bir turistik destinasyonu ziyarete gelen turistlerin özellikleri söz konusu destinasyonda turizm gelişiminin kapsamını ve gelişim eğilimini önemli ölçüde etkilemektedir. Sürdürülebilir turizmin etkileyici unsurlarından turistik taşıma kapasitesi, turistik ürünün şekillenmesi ve turizmi geliştirme planlarının hazırlanması açısından önemli rol oynaması noktasında ziyaretçi özelliklerinin analizinin gerekliliği de ortaya çıkmaktadır (Avcıkurt, 2007, p. 30).

## ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Kültür turizminin uluslararası turizm hareketlerine bağlı olarak 1970'li yıllardan itibaren ciddi oranda artış gösterdiği görülmektedir. Kültür olgusunun önem arz etmesi konu ile ilgili pek çok akademik çalışmayı da beraberinde getirmiş ancak kültür turizmini ele alan akademik yayınların genel olarak konuyu turistik talep ve belirli bir destinasyona yönelik kültür turizmi potansiyeli açısından ele aldığı görülmektedir. Kültür turizminin sürdürülebilirliğine ilişkin çalışmaların yetersiz olması ve konu ile ilgili nesil ayrımının ele alındığı ulusal çalışmaların bulunmaması, böyle bir çalışmanın yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Uluslararası literatüre bakıldığında son yıllarda turizm ve nesil ilişkisini konu edinen çalışmalarda artış yaşandığı görülmektedir (Jang ve Ham, 2009; Jang vd. 2011; Nusair vd., 2011; Bednall vd., 2012; Li vd., 2013; Nusair vd., 2013). Çalışmada ele alınan sürdürülebilir kültür turizmi konusunun, aynı zamanda yabancı literatürde kendini gösteren "Yeni Turizm/Yeni Turist" kavramlarıyla örtüştüğü görülmektedir. "Yeni Turist" profiline bakıldığında; ziyaretçilerin ekolojik ve sürdürülebilir gelişmeye önem veren, aynı zamanda otantik deneyimlerden hoşlanan bireylerden oluşması (Raj, 2007) sürdürülebilir kültür

turizmiyle doğrudan ilişkilidir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın amacı, öncelikle İstanbul'u ziyaret eden turistlerin sürdürülebilir kültür turizmine yönelik algılarının belirlenmesi ve bu algının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

Oyola vd. (2012) kültürel destinasyonlarda sürdürülebilir turizm değerlendirmesi için gösterge sistemlerini belirleme amacıyla hazırladıkları çalışmalarında, sürdürülebilir turizmin; sosyal, ekonomik ve çevresel boyut göstergelerini açık bir şekilde ortaya koymuştur.

Sürdürülebilir turizme yönelik hazırlanan diğer bir çalışma ise Janusz ve Bajdor'a (2013) aittir. Kavramsal olarak hazırlanan çalışmada sürdürülebilir turizm boyutlarıyla açıklanmaktadır. Janusz ve Bajdor'a (2013) göre, sürdürülebilir turizm sadece çevre koruması anlamına gelmemektedir. Yazarlar, turistik bölgelerin aynı zamanda sosyal ve ekonomik boyutlarıyla çevre unsurunun birlikte görülmesi gerektiğini belirtmektedirler. Bununla birlikte çalışmada, turistik destinasyonlarda sürdürülebilirliğin sağlanması için ziyaretçi sınırlaması getirilmesi gerektiği, sunulan mal ve hizmetlerin yerel özellik taşıması gerektiği önerilmektedir.

Li vd. (2013) turistik tüketici davranışının nesilsel analizini yapmak amacıyla hazırladıkları çalışmalarında, Sessiz nesil üyelerinin destinasyon seçimlerinde yurtdışı tercih etme eğiliminde olduğu ve Sessiz nesil ile Bebek Patlaması neslinin geçmiş seyahat deneyimlerinin benzerlik gösterdiği; iki neslin de tercihlerinde geleneksel özellikleri olan destinasyonların bulunduğu belirtilmektedir. Buna ek olarak, yazarlar tatil aktiviteleri konusunda X ve Y nesillerinin ekolojik gezi ve alışveriş aktivitelerine katıldığı; X nesli ve Bebek Patlaması neslinin benzer ilgi alanlarının olduğu ve Bebek Patlaması nesli üyelerinin kültürel unsurlar için aktivitelere katılma eğiliminde oldukları belirtilmiştir.

Yapılan araştırmalar ışığında çalışmanın hipotezlerinin aşağıdaki gibi gösterilmesi mümkündür:

**H<sub>1</sub>:** "Sürdürülebilir kültür turizmi algısı nesillere göre farklılık göstermektedir."

**H<sub>2</sub>:** "Tekrar ziyaret niyeti nesillere göre farklılık göstermektedir."

**H<sub>3</sub>:** "Sürdürülebilir kültür turizminin boyutlarına yönelik algıların tekrar ziyaret niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır."

## YÖNTEM

Araştırmanın evrenini 2014 yılı Haziran ayında İstanbul'a gelen kültür turistleri oluşturmaktadır. Evrenin büyüklüğünün belirlenmesinde Türkiye İstatistik Kurumu 2013 yılı gelen yabancı ziyaretçi verilerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda 2013 yılında İstanbul'a gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 10.474.867'dir.

Örneklem sayısı, 100000 büyüklüğündeki bir evren için %95 güven seviyesine ulaşmak açısından hesaplanmış örnek sayısı olan 384 olarak belirlenmiştir (Ural ve Kılıç, 2011, p. 49). Belirlenen örneklem sayısına ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen uygulamanın sonunda, hazırlanan anket formu 398 turiste uygulanmıştır. Z nesli, günümüzde satın

alma gücünün olmaması sebebiyle araştırmaya dâhil edilmemiştir. Araştırmada, yerli ve yabancı turistler tarafından 148 adet Türkçe, 13 adet Fransızca, 41 adet Almanca ve 190 adet İngilizce dilinde doldurulan anketlerin 392 tanesinin kullanılabilir olduğu tespit edilmiş ve 392 anket formu istatistiksel yöntemlerden yararlanılarak analiz edilmiştir.

Veri toplama tekniği olarak anket uygulamasının gerçekleştirildiği araştırma için; ulusal ve uluslararası alanda yapılan detaylı literatür taramasında incelenen kitaplar, akademik yayınlar ve istatistikî veriler doğrultusunda bir anket formu oluşturulmuştur. “Sürdürülebilir turizm açısından taşıma kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği” (Tokmak, 2008) isimli doktora tezi ve “Sürdürülebilir turizm kapsamında toplumsal ve kültürel kimliğin korunması: Gökçeada örneği” (Duran, 2009) isimli doktora tezinden yararlanılarak amaca uygun soruların incelenmesiyle yeni bir anket formu oluşturulmuştur. Tokmak (2008), doktora tezi araştırmasında kullandığı anket formunu Harrill ve Potts (2003), Papageorgiou ve Brotherton (1999), Saveriades (2000), Baysan (2001) gibi yazarların kaynaklarından yararlanarak geliştirmiştir. Bununla birlikte söz konusu anket formunda yer alan özellikli sorular Tokmak (2008) tarafından geliştirilmiş ve ön test uygulamasına tabi tutulmuştur. Duran (2009) ise görüşme, gözlem ve Delphi tekniğinden yararlanarak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Tokmak’ın (2008) ve Duran’ın (2009) araştırmalarında kullandıkları anket formunun uyarlanmasıyla oluşturulan ve 43 kişi ile gerçekleştirilen pilot uygulama sonrasında, anket sorularının güvenilirlik analizi Cronbach Alpha yöntemiyle hesaplanmıştır. Alpha katsayısına bağlı olarak ölçek güvenilirliği şu şekilde yorumlamaktadır: Ölçeğin güvenilirliği 0,00-0,40 arası güvenilir değil, 0,40-0,60 arası düşük güvenilirlikte, 0,60-0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arası yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmiştir (Kayış, 2010, p. 405). Yapılan analiz sonucunda güvenilirlik  $\alpha = 0,745$  olarak bulunmuştur.

Çalışmada, örnekleme ait veriler, yapı geçerliliğini incelemek için keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Verilerin faktör analizi için uygunluğunu test etmeye yönelik yapılan analiz sonucunda, Barlett normal dağılım test sonucunun anlamlı olduğu ( $p < 0,05$ ), KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değerinin ise 0,789 olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde, özdeğeri 1’den büyük olan 3 faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ayrıca faktörlerin altında oluşan maddeler incelendiğinde de, başlangıçta tasarlanan maddelerin aynı faktörlerin altında toplandığı görülmüştür. Bir maddenin faktörlerindeki en yüksek yük değeri ile bu değerden sonra en yüksek olan yük değeri arasındaki farkın olabildiğince yüksek olması beklenir ve bu farkın en az 0,10 olması önerilir (Büyüköztürk, 2007). Bu duruma uymayan bir madde ölçekten çıkarılmış ve anket formuna son şekli verilmiştir.

## BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmaya katılan yerli ve yabancı kültür turistlerinin kişisel özellikleri ile ilgili analiz sonuçları Tablo 1’de görüldüğü gibidir:

**Tablo 1.** Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Özellik		f	%	Özellikler		f	%
Cinsiyet	Bay	192	49,0	Geliş amaçları	Kültürel çekicilik	285	72,7
	Bayan	200	51,0		Kültürel etkinliğe katılmak	12	3,1
	<b>Toplam</b>	392	100		Akraba veya arkadaş ziyareti	34	8,6
Yaş	18-32	113	28,8		Konferans	8	2,0
	33-53	120	30,6		Aalışveriş	8	2,0
	54-71	131	33,4		İş	21	5,4
	72-89	28	7,2		Spor etkinliği	1	0,3
	<b>Toplam</b>	392	100		Diğer	23	5,9
	<b>Toplam</b>	392	100		<b>Toplam</b>	392	100
Uyruk	Yerli	148	37,8		Geliş sayısı	1.kez	200
	Yabancı	244	62,2	2.kez		55	14,0
	<b>Toplam</b>	392	100	3 ve üzeri		137	35,0
	<b>Toplam</b>	392	100	<b>Toplam</b>		57	100

Tablo 1 incelendiğinde; araştırmaya katılanların cinsiyete göre dağılımı %51’i kadın, %49’u erkek olarak görülmektedir. Söz konusu katılımcıların %28,8’inin 18-32; %30,6’sının 33-53; %33,4’ünün 54-71 ve %7,2’sinin ise 72-89 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. Buna ek olarak, katılımcılar %37,8 yerli ve %62,2 yabancı ziyaretçi olarak dağılım göstermektedir.

Ziyaretçilerin geliş amaçları incelendiğinde; %72,7 oranında tarih/kültür; % 3,1 oranında kültürel etkinliğe katılmak; %8,6 oranında akraba/arkadaş ziyareti; %2 oranında konferans; %2 oranında alışveriş; %5,4 oranında iş; %0,3 oranında spor ve %5,9 oranında diğer amaçların turistlerin İstanbul’a geliş amaçları yer aldığı görülmektedir.

Katılımcıların ait oldukları nesiller ve sürdürülebilir kültür turizminin boyutları algısına yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 2’de görüldüğü gibidir.

Yapılan Oneway Anova testi sonuçlarına göre; sürdürülebilir kültür turizminin çevre boyutu algısı ile nesiller arasında  $p = 0,228 > 0,05$  olduğundan anlamlı bir fark yoktur. Sürdürülebilir kültür turizminin sosyo-kültürel boyut algısı ile nesiller arasında da  $p = 0,169 > 0,05$  olduğundan anlamlı bir fark görülmemektedir. Sürdürülebilir kültür turizminin algısal taşıma kapasitesi boyutu algısı ile de nesiller arasında  $p = 0,671 > 0,05$  olduğundan anlamlı bir fark yoktur.

**Tablo 2.** Nesillere Göre Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Boyutlara Göre Algılarını Gösteren ONEWAY ANOVA Testi Sonuçları

	Nesil	N	x	s.s.	F	P
<b>Çevre Boyutu</b>	Y Nesli	112	3,06	0,941	1,451	0,228
	X Nesli	120	2,81	0,939		
	Bebek Patlaması	131	2,99	0,954		
	Sessiz Nesil	28	2,91	0,918		
<b>Sosyo-Kültürel Boyut</b>	Y Nesli	113	4,41	0,489	1,687	0,169
	X Nesli	120	4,44	0,482		
	Bebek Patlaması	131	4,46	0,363		
	Sessiz Nesil	28	4,25	0,473		
<b>Algısal Taşıma Kapasitesi Boyutu</b>	Y Nesli	112	3,35	0,778	0,516	0,671
	X Nesli	120	3,28	0,771		
	Bebek Patlaması	131	3,24	0,745		
	Sessiz Nesil	28	3,38	0,724		

Yapılan analiz sonuçlarına göre; “**H<sub>1</sub>**: Sürdürülebilir kültür turizmi algısı nesillere göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilememiştir.

Katılımcıların dâhil oldukları nesil grubu ve tekrar ziyaret niyetleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan ONEWAY ANOVA Testi sonuçları Tablo 3’te görüldüğü gibidir:

**Tablo 3:** Katılımcıların Dâhil Oldukları Nesil Grubu ve Tekrar Ziyaret Niyeti Arasındaki Farklılığı Belirlemeye Yönelik ONEWAY ANOVA Testi Sonuçları

		N	x	Std. Sapma	F	P
<b>Tekrar Ziyaret Niyeti</b>	<b>18-32</b>	112	4,51	,710	,115	,951
	<b>33-53</b>	120	4,48	,849		
	<b>54-71</b>	131	4,49	,705		
	<b>72 ve üzeri</b>	28	4,42	,741		

Tekrar ziyaret niyeti ile nesiller arasında  $p = ,951 > 0,05$  olduğundan anlamlı bir fark yoktur.

Yapılan analiz sonucuna göre; “**H<sub>2</sub>**: Tekrar ziyaret niyeti nesillere göre farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Katılımcıların sürdürülebilir kültür turizmi algısının tekrar ziyaret niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan Regresyon analizi sonuçları Tablo 4’te görüldüğü gibidir:

**Tablo 4.** Tekrar Ziyaret Niyetine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	$\beta$	t	p	Toleran	VIF
Sabit	2,522	0,400		6,300	0,000		
Çevre Boyutu	-,086	0,043	-,108	-2,005	0,046	0,804	1,243
Sosyo-kültürel Boyut	0,489	0,084	0,284	5,811	0,000	0,985	1,016
Algısal Taşıma Kapasitesi Boyutu	0,017	0,054	0,018	0,323	0,747	0,798	1,254

**R= ,306**      **R<sup>2</sup>= ,094**       **$\Delta$ R<sup>2</sup>= ,087**      **Durbin**  
**- Watson= 1,873**      **F= 13,302**      **p<0,001**

Analiz sonuçlarına göre tekrar ziyaret niyetine ilişkin kurulan hipotez anlamlıdır ( $p < 0,001$ ). Sosyo-kültürel boyutun, tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisinin olduğu ( $R = ,306$ ); tekrar ziyaret niyetinin % 8,7’sinin sürdürülebilir kültür turizminin boyutları ile açıklanabileceği görülmüştür. Bağımlı değişken tekrar ziyaret niyeti üzerinde bağımsız diğer değişkenler olan sosyo-kültürel boyut ve çevre boyutunun anlamlı ilişkilerinin olduğu söylenebilmektedir. Ancak, tekrar ziyaret niyeti ve algısal taşıma kapasitesi boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır denilemez ( $p = 0,747 > 0,001$ ).

Bu durumda yapılan analiz sonucuna göre; “**H<sub>3</sub>**: Sürdürülebilir kültür turizminin boyutlarına yönelik algıların tekrar ziyaret niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

## SONUÇ

İstanbul, sahip olduğu tarihi ve kültürel varlıklar sebebiyle kültür turizminde yoğun talep gören turistik bir destinasyondur. 2010 yılında Avrupa kültür başkenti seçilen İstanbul’a gelen turist sayısının her yıl yaklaşık olarak %10 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ne göre, 2032 yılında İstanbul’a gelen turist sayısının 59 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu durum, İstanbul’u taşıma kapasitesi ile doğal ve kültürel kaynaklarının olumsuz yönde etkilenme riskiyle karşı karşıya getirmektedir. Sürdürülebilir turizmin amaçlarından olan doğal, kültürel ve tarihi çevrenin bozulmadan korunması ve gelecek nesillerin tüm kaynaklardan bugünkü gibi yararlanmasının sağlanması

İstanbul'da kültür turizminin geleceğine ışık tutan noktalardan biridir.

Akoğlan-Kozak ve Bahçe (2009), kültür turizminin, kültürel kaynakların aşırı kullanımını gerektiren politika ve uygulamaları reddettiğini; genel sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda, yeniden üretilemeyen kaynakların optimal kullanımını hedeflediğini belirtmektedir. Bu noktada, sürdürülebilirlik ve turizm ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle sürdürülebilir kültür turizmi algısının ölçüldüğü hipotez sonuçlarına göre;

- Sürdürülebilir kültür turizmi algısının, nesillere göre farklılık göstermediği görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre, tekrar ziyaret niyetinin nesillere göre farklılık göstermemesinin, araştırmaya katılan kültür turistlerinin ağırlıklı olarak (%72.7) tercih sebeplerinin tarih/kültür faktörü olmasıyla ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Her ne kadar nesillerin davranış ve karakter özellikleri farklılık gösterse de (İzmirlioğlu, 2008) ziyaretçilerin İstanbul'u tercih etmesinin öncelikli sebebinin tarih/kültür faktörünün olması ve beklentilerinin karşılanması, nesiller arası farklılığın olmamasına neden olmaktadır. Bu noktada, bölgede özel bir alanın kurulmasıyla günün belli saatlerinde Türk kültürünü yansıtan çeşitli konularda (Türk mutfağı, gelenekler, el sanatları gibi) kısa belgesel gösterimleri yapılarak münferit ziyaretçilerin de tarih ve kültürü çok boyutlu olarak öğrenmelerine ve tekrar ziyaret etmelerine ortam sağlanabilir.

- Turistlerin, genel anlamda ziyaretçi sayısının fazla olduğunu ve ziyaretçi sayısının yoğunluğundan dolayı tarihi eserlerin yıpranabileceği görüşünde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. 2013 yılında en çok ziyaret edilen 10 müze ziyaretçi sayılarına bakıldığında Topkapı Sarayı (3.760.548 kişi) ve Ayasofya Müzesinin (3.298.286 kişi) ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir (DÖSİMM, 2014). Bu durum, kültür turizminin aşırı kaynak kullanımını reddetmesi ilkesine ters düşmektedir. Fazla ziyaretçi kabulü ile kültürel değerlerin günden güne tahribine ve böylece nesiller arasında eşitliğin ortadan kalkmasına sebep olunmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir kültür turizminin sağlanması için taşıma kapasitesi limitlerinin belirlenerek ziyaretçi girişlerine sınır getirilmesi gerektiği yadsınamaz bir gerçektir.

- Raj (2007), "The New Age of Tourism-And The New Tourist" isimli çalışmasında; 21. yüzyılda ziyaretçilerin ekolojik ve sürdürülebilir gelişmeye önem veren, aynı zamanda otantik deneyimlerden hoşlanan bireylerden oluştuğunu belirtmektedir. Bu durum sürdürülebilir kültür turizminin önemini ve değişen turist profilini gözler önüne sermektedir. Sürdürülebilir kültür turizmi algısının tekrar ziyaret niyeti üzerinde bir etkisi olduğu sonucu da bu iddiayı destekler niteliktedir. Bu noktada ziyaretçilerin ilgi ve isteklerinin hangi noktalarda değiştiği belirlenerek ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde hizmet sunulmalıdır. Bir seyahat süresi boyunca sunulan hizmetle Y nesli grubuna ait ziyaretçilerin tatmin olması sağlanırken Bebek Patlaması nesli üyelerinin memnun olmadan ülkelerine veya şehirlerine dönmelerine neden olabileceği unutulmamalıdır. Örneğin nesil özellikleri incelendiğinde; Y nesli üyelerinin tatmin olma durumunun düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Y nesline ait ziyaretçilerin en ufak bir

memnuniyetsizliklerinin tekrar ziyaretlerini olumsuz yönde etkileyeceği; teknolojiye olan düşkünlükleri sebebiyle de sosyal medya aracılığıyla potansiyel ziyaretçilerin tercihlerinde de etkin rol oynayacakları unutulmamalıdır. Müze ziyaretleri incelendiğinde Sessiz nesil ve Bebek Patlaması nesline ait yerli turist sayısının - yabancı turiste oranla - oldukça az olduğu görülmüştür. Müze ve ören yerlerinde özellikle Sessiz nesil ve Bebek Patlaması nesli turistlerinin yaşlarından kaynaklanan ihtiyaçlarına cevap verebilecek donanımların (tekerlekli sandalye, sık aralıklarla dinlenme noktaları gibi) olmasına özen gösterilmelidir.

Hazırlanan bu çalışma ile sürdürülebilir kültür turizminin nesillere göre algı durumu ve bu algının tekrar ziyaret niyetine etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada, ziyaretçiler, Strauss ve Howe nesil teorisi göz önünde bulundurularak hem nesillere ayrılmış hem de yerli ve yabancı olarak ayrı bir şekilde ele alınmıştır. Bundan sonraki çalışmalar için; kültür turlarında, gruplarda farklı nesillere ait ziyaretçilerin yer almasının tur programlarına etkisinin araştırılması yeni bir çalışma konusu olabilir. Turistik bir gezi kapsamında nesillere göre kültür turistlerinin karşılaştıkları problemler ve bunun sürdürülebilir kültür turizmine etkisi üzerine farklı bir çalışma hazırlanabilir. Konu, spesifik olarak sosyo-kültürel gibi bir boyutla ele alınabileceği gibi genel bakış açısıyla da incelenebilir. Ayrıca literatürde yer alan destinasyon imajına yönelik çalışmaların, nesil teorisi üzerinden yapılması da bir araştırma konusu olarak düşünülebilir ve farklı nesillere ait turistler ile yerel halk etkileşiminin destinasyon imajına etkisi üzerine farklı bir çalışma hazırlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ., ve Balcı, O. (2013). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2), 11-42.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, Sadık A. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altanlar, A. ve Akıncı Kesim, G. (2011). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği, Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, 3(2), 1-20.
- Ayhün Erden, S. (2013), Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(1), 93-112.
- Avcıkurt, C. (2007). Turizm Sosyolojisi Turist-Yerel Halk Etkileşimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahçe, Sadık A. (2010). Kültürel Miras Yönetimi (M. Çakır, Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Başlar, K. (1992). Uluslararası Çevre Hukukunda Gelecek Nesillerin Durumu, Çevre Dergisi, 5, 38-41.

- Baysan, S. K. (2001). Perceptions of the Environmental Impacts of Tourism: A Comparative Study of the Attitudes of German, Russian and Turkish Tourists in Kemer, Antalya. *Tourism Geographies*, 3(2), 218-235.
- Bednall, D.H.; Valos, M.; Adam, S. and McLeod, C. (2012). Getting Generation Y to Attend: Friends, Interactivity And Half-Time Entertainment, *Sport Management Review*, (1)15, 80-90.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Ceylan, A. (2014). X ve Y Kuşağı Öğretmenlerin İdeal Liderlik Algıları: Fatih İlçesi İlköğretim Okullarında Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, S. (2009). Tarihi Konut İşletmeciliği ve Kültür Turizmi İlişkisi Beypazarı Örneği, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çiçek, A. (2012). *Ekoloji ve Turizm*. A. Çiçek (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çiçek, D. (2013). *Alternatif Turizm*, A. S. Bahçe (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- DÖSİMM-Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü Erişim: 25 Temmuz 2014 <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/25960,2013istatistikmuze.pdf?0>.
- Duran, E. (2009). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Duran, E. (2011). *Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19, 291-313.
- Ekinci, B. (2014). The Cittaslow Philosophy in the Context of Sustainable Tourism Development; The Case of Turkey. *Tourism Management*, 41, 178-189.
- Festing, M. ve Schäfer, L. (2014). Generational Challenges to Talent Management: A Framework for Talent Retention Based on The Psychological Contract Perspective, *Journal of World Business*, 49, 262-271.
- Fındık, E. (2013). Y Kuşağında Mobbing Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gursoy, D., Maier, A. T. ve Chi, G. C. (2008). Generational Differences: An Examination of Work Values and Generational Gaps in The Hospitality Workforce, *International Journal of Hospitality Management*, 27, 448-458.
- Harrill, R. and Potts, T. D. (2003). Tourism Planning in Historic Districts. *Journal of The American Planning Association*, (3)69, 233-244.
- İşçimen Sever, D. (2012). Y Kuşağı Çalışanlarının İş Yaşamından Beklentilerinin Karşılama Düzeyi İle Kurumsal Bağlılık Arasındaki İlişki ve Bir Örnek Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İzmirlioğlu, K. (2008). Konumlandırmada Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketici Algılarının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Jang, S.S. and Ham, S. (2009). A Double-Hurdle Analysis of Travel Expenditure: Baby Boomers Seniors Versus Older Seniors, *Tourism Management*, 3(2009), 372-380.
- Jang, Y.J.; Kim, W.G. and Bonn, M.A. (2011). Generation Y Consumers' Selection Attributes And Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 4(30), 803-811.
- Janusz, G. K. ve Bajdor, P. (2013). Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions, *Procedia Economics and Finance*, (5), 523-529.
- Kayış, A. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (Ed.) Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Khalilova, K. (2008). Kültür Turizmi Bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Li, X., Li, X. R. ve Hudson, S. (2013). The Application of Generational Theory to Tourism Consumer Behavior: An American Perspective, *Tourism Management*, 37, 147-164.
- Noble, M.S., Haytko, L.D. ve Phillips, J. (2009). What Drives College-Age Generation Y Consumers?, *Journal of Business Research*, 62, 617-628.
- Nusair, K.K.; Parsa, H.G. ve Cobanoglu, C. (2009). Building A Model of Commitment For Generation Y: An Empirical Study on E-Travel Retailers, *Tourism Management*, (4)32, 833-843.
- Nusair, K.K.; Bilgihan, A.; Okumus, F. ve Cobanoglu, C. (2013). Generation Y Travelers' Commitment to Online Social Network Websites, *Tourism Management*, 35, 13-22.
- Oyola, L. M.; Blancas, J. F.; González, M.; Caballero, R. (2012). Sustainable Tourism Indicators As Planning Tools In Cultural Destinations, *Ecological Indicators*, (18), 659-675.



- Papageorgiou, K. ve Brotherton, I. (1999). A Management Planning Framework Based on Ecological, Perceptual and Economic Carrying Capacity: The Case Study of Vikos-Aoos National Park, Greece. *Journal of Environmental Management*, 56, 271-284.
- Pedersen, A. (2002). *World Heritage Manuals*, Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Raj, A. (2014). The New Age of Tourism-And The New Tourist, Erişim: 22 Temmuz 2014 [http://www.indianmba.com/Faculty\\_Column/FC565/fc565.html](http://www.indianmba.com/Faculty_Column/FC565/fc565.html)
- Saveriades, A. (2000). Establishing The Social Tourism Carrying Capacity For The Tourist Resorts of The East Coast of The Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21, 147-156.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites, *Tourism Management*, 16, 361-365.
- Sustainable Development of Tourism. Erişim: 5 Nisan 2014 <http://sdt.unwto.org/content/aboutus-5>
- TDK- Türk Dil Kurumu. Erişim: 2 Haziran 2014 [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f02e4c3b1dc3.00885757](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54f02e4c3b1dc3.00885757)
- Toker, A. (2011). Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tokmak, C. (2008). Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Tolbize, A. (2008). Generational Differences in The Workplace. Erişim: 5 Haziran 2014 [http://rtc.umn.edu/docs/2\\_18\\_Gen\\_diff\\_workplace.pdf](http://rtc.umn.edu/docs/2_18_Gen_diff_workplace.pdf)
- Toruntay, H. (2011). Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches Into The Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*, Erişim: 2 Ocak 2014 [http://books.google.com.tr/books?id=AucLAAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.tr/books?id=AucLAAAAIAAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, N. (2012). İnanç Turizminden Kültür Turizmine: Midilli Adası'nın Ağiasos Dağ Köyü Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22, 163-168.

## **Extensive Summary**

### **The Effect Of Sustainable Culture Tourism Perception On Revisit Intention According To Generation**

#### **Objective of the Study**

Literature review shows that there is a remarkable increase on studies which examine tourism and generation relationship (Jang and Ham, 2009; Jang vd. 2011; Nusair et al., 2011; Bednall et al., 2012; Li et al., 2013; Nusair et al., 2013). Sustainable tourism which constitutes this study's theme is matched up with "New Tourism/New Tourist" concepts which are appearing in foreign literature. When the new tourist profile is reviewed, as they are consist of people who like authentical experiences and value ecological and sustainable development (Raj, 2007) it is possible to say that it is directly related with sustainable cultural tourism. In light of this information, this study aims to determine the sustainable cultural tourism perceptions of tourists who visit Istanbul and reveal the effect of this perception on revisit intention.

#### **Method**

Population of study consists of cultural tourists who visited Istanbul in 2014. Turkish Statistical Institute's data is used in order to determine the scope of study universe. According to this data 10.474.867 foreign tourists visited Istanbul in 2013.

398 surveys are applied to tourists in order to gather data. Participants of generation Z have been excluded because they do not have any purchasing power. 392 of surveys were identified as valid and analyzed with statistical methods. Reliability level of survey is acceptable as Cronbach Alpha number is 0,745.

#### **Findings And Results**

Istanbul is a very popular cultural tourism destination due to its historical and cultural assets. Istanbul Metropolitan Municipality states that Istanbul will host to 59 million visitors in 2032. This situation presents a risk not only for carrying capacity of city but also for natural and cultural

assets of city. Sustainable usage of these resources has critical importance for future of cultural tourism in Istanbul. From this point of view, hypothesis results of perception of cultural tourism showed that:

- Sustainable cultural tourism perception does not differ according to generations. Analysis results indicate that this situation may occur because participants' destination choice factors are mostly history/culture (72,7%). Short documentary shows which reflects Turkish culture may be exhibited in order to attract individual tourists to revisit.

- Another finding of study is that tourists think that historical assets may fray because there is too much visitors in general. However this idea might be true as cultural tourism denies to overconsume the resources. With too much visitors visiting, cultural assets would fray and this situation may harm the idea of equality of generations as the next generations may not have any chance to use this resources. From this point of view it would be better to impose a quota for visitor numbers in order to develop sustainabale cultural tourism.

- Raj (2007) indicates that tourists of 21st century consist of people who care about ecological and sustainable development and like authentical experiences. This information shows the importance of cultural tourism and constantly changing tourist profile. Also the result that sustainable cultural tourism has an impact on revisit intention supports this idea. From this point it is possible to say that services should be given according to tourists' interests and expectations.

This study aimed to determine the effect of sustainable culture tourism on generations' perceptions and this perception's effect on revisit intention. Future studies are advised to focus on the effect of groups which consist of different generations on tour programs. Problems which generations have during the tour and effect of this problems on sustainable culture tourism may constitute the main theme.