

**YAŞLI ALMAN TURİSTLERİN TATİL TATMİNİ: HASTALIK VE
ÇALIŞMA DURUMLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA**
Nuray Selma ÖZDİPÇİNER¹

ÖZET

Üçüncü yaş turizmi, büyüklüğü ve gelişme potansiyeli ile son yirmi yıldır artan bir öneme sahiptir. Emeklilik sonrası aktif yaşam, yaşam süresinin uzaması ve zaman esnekliği ile harcama imkânlarının yüksek olması gibi gelişmeler turizm endüstrisinde yaşlıları çekici bir pazar haline getirmiştir. Türk turizm endüstrisinde Almanlar, önemli bir yere sahip olup, bu pazarın en önemli tüketicisidirler. Oysa literatürümüzde Almanlar, özellikle de yaşlı Almanlar hakkındaki bilgi yetersizdir.

Bu çalışmada, yaşlı Alman turistlerin tatil tatminine etki edebileceği düşünülen iki önemli faktörün (çalışma durumu ve hastalık durumu) tatil tatminlerinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Anket yöntemi ile elde edilen veriler, T testi, Anova ve Scheffé ile test edilmişlerdir.

Araştırma sonuçları, bu iki değişkenin yaşlı Almanların tatil tatminlerinde önemli farklılık yarattığını ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları, özellikle müşteri tatminini önemseyen ve yaşlı Alman turistlere hizmet sunan işletmeler açısından önemlidir. Ayrıca bulgular, turizm literatürüne özellikle de müşteri tatminine ilişkin kısmına katkı sağlar.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı turist, tatil tatmini, Alman, Bodrum/ Türkiye

JEL Sınıflandırması: M31

**HOLIDAY SATISFACTION OF ELDERLY GERMAN TOURISTS:
A RESEARCH STUDY ON DISEASE AND LABOUR STATUS**

ABSTRACT

The third age tourism, has a growing importance with size and growth potential of the last twenty years. Such developments as the active life following the retirement, the lengthening of life span, time flexibility, and a wide range of spending opportunities all have made the tourism industry turn its attention to the elderly as an attractive market. German tourists have an important position in Turkish tourism industry and most outstanding consumers of this market. Whereas information about the Germans, especially the elderly is insufficient in our literature

This research studies whether the two critical factors (disease and labour status) considered to have an impact on the holiday satisfaction of elderly German tourists make a difference in their holiday satisfaction. The data were assessed through SPSS 11.0 and tested by frequency analysis T test, Anova and Scheffé.

The research findings suggest that both labour status and having a recurring illness have made difference in holiday satisfaction of the elderly German tourists. These research findings are also noteworthy for the businesses offering service to the elderly German tourists, who have a high opinion of customer satisfaction notably. Furthermore, the findings also contribute to tourism literature, especially concerning customer satisfaction.

Keywords: Elderly /older / senior tourist, holiday satisfaction, German, Bodrum/ Turkey

JEL Classification: M31

¹ Yrd.Doç.Dr., Pamukkale Üniversitesi, Denizli Meslek Yüksekokulu, Ağırhama Hizmetleri Programı, nselma@pamukkale.edu.tr

1.Giriş

Yaşlı birey sayısı, tüm dünyada giderek artmakta özellikle de Avrupa ve Kuzey Amerika'da yoğunlaşmaktadır (Cleaver vd., 1999). Bunun teknolojik boyutu olduğu gibi refah seviyesinin artmasını sağlayan ekonomik boyutu ve düşük doğum oranları gibi demografik boyutları da bulunmaktadır. Neden her ne olursa olsun, giderek yaşlanan ve refah seviyesi artan bir Pazar bölümünün varlığına dikkat çekmek gerekir. Bugün 50 yaş ve üzerindeki bireyler, daha öncekilere göre sadece daha iyi eğitilmiş olmayıp aynı zamanda önleyici sağlık bakımının farkında olmaları nedeni ile de daha zindedirler. Tüm ekonomik göstergeleri de (gelir, finansal olanaklar vd.) sürekli iyiye gitmektedir. Bu nedenle daha fazla aktivite içinde olmakta, lüks ve kültürel mal ve hizmetlere eskiye göre daha fazla ilgi duymaktadırlar (Hawes, 1999). Buna emekliliğin getirisi olan boş zamanın varlığı da eklenince yaşlılar, turizm için mükemmel bir pazar oluşturmaktadır.

1.1. Yaşlı Pazarı

2050 yılına kadar 2 milyar bireyin 60 yaş ve üzerinde olacağı tahminlenmektedir. 2000 yılında sadece %10'luk bir dilime işaret ederken, 2050 itibariyle % 22'ye (dünya nüfusunun beşte birine) ulaşacağı tahminlenmektedir (United Nations, 2000). İnsanlar yaşlandıkça dünyanın değişik bölgelerine seyahat etmek isterler (Tretheway ve Mak, 2006). Artık çocuklarına ya da evlerine yapacakları yatırımlar bitmiştir (Anderson ve Langmeyer, 1982). Aile sorumlulukları daha azdır. (Teaff ve Turpin, 1996). Bu gruptakilerin pek çoğu seyahat için gereken zamana ve önemli miktarda finansal birikime sahiptir (You ve O'Leary, 1999; Bai vd., 2001; Fleischer ve Pizam, 2002; Jang ve Ham, 2009). Satın alma güçleri ve popülasyonun büyüklüğü, dikkatleri bu pazar bölümüne çekmiştir (Moschis, 2003). Bu bölüm için öngörülen yüksek büyüme oranı, birçok mal ve hizmet için sürdürülebilir ve artan bir pazara işaret eder (Pederson ve DeMicco, 1993; Marvel, 1999; Stevens, 2001). Aynı zamanda pazarın zaman esnekliğine sahip olması, mevsimsel talep dalgalanmalarından muzdarip olan turizm sektörü için çekici yönünü oluşturmaktadır (Jang ve Wu, 2006).

Gelişen ve büyüyen bu pazarın önemi, araştırmacıların da bu bölüme odaklanmalarına neden olmuştur. Turizm literatüründe yaşlı turistler üzerinde değişik konulara ilişkin pek çok araştırma bulunmaktadır (McGuire, 1984; Schewe, 1985; McGuire vd., 1986; Blazey, 1987; Romsa ve Blenman, 1989; Ananth vd., 1992; Blazey, 1992; Javalgi vd., 1992; Lago ve Poffley, 1993; Tibbett, 1993; Zimmer vd., 1995; Botteril ve Crompton, 1996; Milman, 1998; Hong vd., 1999; Shoemaker, 2000; You ve O'Leary, 2000; Bai vd., 2001; Pennigton-Gray ve Lane, 2001; Gibson ve Yiannakis, 2002; Statts ve Pierfelice, 2003; Sellick, 2004; Peterson, 2007; Sun ve Morrison, 2007; Sangpikul, 2008). Romsan ve Blenman (1989) yaşlı Alman turistler üzerindeki araştırmalarında, yaşlıların ihtiyaçlarının popülasyonun geneli ile benzer olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak yine literatür yaşlı pazarına ilişkin her bir bölümün farklı ihtiyaç ve beklentilerine de işaret eder (Moschis, 2003; Mathur, vd.,

2006). Bu heterojenlik turizm hizmetlerinin tercih ve satın alınmasında da yaşa bağlı olarak kendini gösterir (Cai vd., 1995). Jang ve Ham (2009) yaş gruplarına göre yaptıkları araştırmada, yaşlıların seyahat harcamalarında ve seyahate katılımlarında farklılıklar tespit etmişlerdir. Heterojenliğin, yaşanan sosyal ve ekonomik çevrenin yanı sıra sağlık durumuna da bağlı olabileceğini düşünmüşlerdir. Yaşlı bireylerin sağlık durumu, eskiye göre çok daha iyi seviyededir. Çok daha fazla sayıda yaşlı birey, daha aktif bir yaşam biçimini tercih etmekte, durağan yaşam biçiminin sağlıklarını açısından risk olduğunu bilmekte ve daha fazla önleyici sağlık bakımına sahip olmaktadır. Çünkü bu şekilde sosyal yaşam içinde daha fazla var olabilmektedirler (Patterson ve Pegg, 2009).

1.2. Tatil Tatmini

Tüm literatür, tatil yapmanın insanlar üzerindeki olumlu etkisini yansıtmaktadır (Rubenstein, 1980; Uzzell, 1984). Tatilin, pozitif ruh hali yarattığına ilişkin pek çok çalışma vardır (Tinsley, 1979; Argyle ve Crossland, 1987; Hills ve Argyle, 1998; Leiper, 1995). Lieper, tatil deneyiminin bireyi, duygusal, entelektüel, ruhsal veya fiziksel olarak etkilediğini ortaya koymuş ve tatilin bireye ayırt edici bir katkı sağladığını ifade etmiştir. Gilbert ve Abdullah'ın (2004) tatil yapan ve yapmayan bireyler arasındaki karşılaştırmada da, tatil yapmanın bireyi pozitif etkilediğini ve kedisini iyi hissetmesine neden olduğu tespit etmişlerdir.

Tatil yapmanın önemi fark edildiğinden beri turizm, özellikle de tatmin konusu çok geniş bir şekilde araştırılmıştır. Örneğin Le Blanc (1992) seyahat acentalarının operasyonunu, Hsieh ve arkadaşları (1994) paket tur ile bireysel seyahati, Bojanic (1996) oteldeki misafirlerin tatminini araştırmışlardır. Pearce (1980) ise yerel halkın davranışları ile turist tatmin seviyesini araştırmıştır. Destiansyon ile turist tatmini arasındaki ilişki ise Chon ve Olsen (1991), tarafından araştırılmıştır. Tatmin konusundaki araştırmaları daha da genişletmek mümkündür (Oliver, 1980; Gilbert vd., 1982; Bitner, 1990; Reichheld ve Sasser, 1990; Westbrook ve Oliver, 1991; Barsky, 1992; Barsky ve Labagh, 1992; Peterson ve Wilson, 1992; Cronin ve Taylor, 1992; Taylor ve Baker, 1994; Zalatan, 1994; Price vd., 1995; Pieters vd., 1995; Oh ve Jeong, 1996; Spreng ve Mackoy, 1996; Oh ve Parks, 1997; Reisinger ve Turner, 1997; Augustyn ve Ho, 1998; Voss vd., 1998; Oh, 1999; Pizam ve Ellis, 1999; Wirtz ve Bateson, 1999; Kozak ve Rilmington 2000; Baker ve Crompton, 2000; Bowen, 2001; Brady ve Robertson, 2001; Yu ve Dean, 2001; Akama ve Kieti, 2003; Dolen vd., 2004; Yoon ve Uysal, 2005; Nash vd., 2006, Gonzalez vd., 2007; Garcia ve Segura, 2009; Ismail, vd., 2009). Yukarıdaki yazarların bir kısmı, tatminin nasıl ölçülmesi gerektiği ve ona etki eden değişkenlerin incelenmesi üzerinde yoğunlaşırken, bir kısmı ise kalite-tatmin-davranışsal niyet/bağlılık üzerinde çalışmışlardır. Bir başka kısmı ise tüketici tatmin teorisi üzerine yoğunlaşmış ve geliştirdikleri modelleri test etmişlerdir. Burada dikkati çeken tatmin konusunun birçok farklı alanda incelenmiş olmasıdır. Böyle geniş bir yelpazede incelenmiş olması konunun önemine işaret eder. Çünkü tatmin, rekabetçi bir işletme yapısının sürdürülebilmesi için önem arz eder (Ueltschy vd., 2002). Turist tatmini, turist sürekliliği ve

bağlılığı nedeniyle artan turist sayısı ve yarattığı gelir artışı ile ekonomik hedeflere ulaşmaya katkı sağlar (Reichheld ve Sasser, 1990; Spreng ve Mackoy, 1996; Augustyn ve Ho, 1998).

Yaşlı turistlerin tatil tatminine ilişkin de literatürde çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Cathy ve Hsu 2000; Kozak ve Rimmington, 2000; Huang ve Tsai, 2003; Cassidy, 2005; Okata vd., 2007). Bazıları emeklilik hayatından tatmin ile tatil tatmini arasında ilişki kurmuşlardır (Mobily vd., 1984). Lounsbury ve Hoopes (1985) ise tatil tatmini ile dinlenme isteği, kaçış isteği, evlilik ve aile tatmini ile eğitim seviyesi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Cassidy (2005) Reef Islands of Queensland' i ziyaret eden yaşlı Avustralyalı turistlerin tatil taminini araştırmış ve çeşitli konulardaki tatmin ve tatminsizliklerini açığa çıkarmıştır. Okata ve arkadaşları (2007) ise Hawai'ye gelen Japon turistler üzerine yaptıkları çalışmada yaşlı turistlerin destinasyon seçimindeki tatminlerini araştırmışlardır.

Birçok değişik destinasyonda, değişik değişkenlerle tatminin ilişkisi aranmasına rağmen Türkiye'yi ziyaret eden yaşlıların tatmini üzerinde bir çalışmaya rastlanmamıştır. Üstelik yaşlı Alman turistler, dünyadaki diğer yaşlılara göre sayıca hayli önemlidir (Patterson ve Pegg, 2009) ve Türkiye'nin en önemli tüketicileridir. Böylesine önemli bir Pazar bölümünün gözden kaçırılmaması gerekir.

2. Araştırma Yöntemi

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, tatmin konusu ihmal edilmiş olan üçüncü yaş pazarında, Bodrum'a tatile gelen yaşlı Alman turistlerin hastalık ve çalışma durumlarının tatil tatminlerinde bir farklılık yaratıp yaratmadığını tespit etmektir.

2.2. Örneklem

Uygulama için özellikle yaşlı turistlerin tercih ettiği sezon dışı aylardan Eylül ve Ekim tercih edilmiştir. 2008 yılına ilişkin geçici verilere göre Bodrum'a gelen yabancı turist sayısı, Eylül ayında 482.270 ve Ekim ayında 499.874 olmak üzere toplamda 982.144'tür (www.turizm.gov.tr). Ancak bunun ne kadarının Alman ve yaşlı olduğuna ilişkin bir bilgiye ulaşılammıştır. Bu nedenle 982.144 sayısı esas alınarak, zaman ve maliyet kısıtları da dikkate alınarak, % 5 anlamlılık düzeyinde, $p=0,8$ ve $0,05$ örneklem hatası kabul edilerek, alınması gereken örnek sayısı 246 olarak tespit edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Bodrum'da beş yıldızlı otellerde konaklayan yaşlı Alman turistlere 2008 Eylül, Ekim aylarında uygulanmak üzere 500 adet anket formu otellere bırakılmış, ancak 260 anket formu geri dönmüştür. Bunlar da uç değer ve eksik veri analizi sonucu 250'ye inmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin toplanması, araştırmacı tarafından hazırlanan anket formunun uygulanması ile elde edilmiştir. Anket formları, turistlerin otelde konakladık-

ları sırada uygulanmıştır. Bunun için Alman turist ağırlayan beş yıldızlı otellerden tesadüfi olarak belirlenenlerde uygulama yapılmıştır. Uygulamanın bir kısmı yüz yüze bir kısmı ise otel personelinin yardımı ile gerçekleşmiştir. Anket formu, demografik yapı ve tatil tatminine ilişkin olmak üzere iki kısımdan oluşmuştur. İkinci kısımdaki cümleler 5 'li skalaya dayalı likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Bu skala 5 (çok memnunum)' dan 1 (hiç memnun değilim)' e kadar giden bir ölçektir.

2.4. Veri Analizi

Verileri SPSS 11.0 paket programında değerlendirilmiştir. Yaşlıların demografik durumları frekans analizi ile değerlendirilmiş olup, turistlerin sahip oldukları hastalıklar ve çalışma durumu ile tatil tatminleri arasındaki ilişkiyi incelemek için t testi ve varyans analizi uygulanmış, farklılıkların hangi gruplar üzerinde olduğunu anlamak içinse Scheffe test uygulanmıştır.

3. Bulgular

Tablo 1, yaşlı Alman turistlerin durumunu göstermektedir. Tablodan anlaşıldığı gibi yaşlıların % 76'sı 60–74 yaş grubu, % 24'ü ise 75 yaş ve üzerindedir.

Tablo 1: Yaşlı Turistlerin Karakteristikleri

Demografik Karakteristikler	Sayı	%
Yaş		
60-74	190	76
75+	60	24
Cinsiyet		
Erkek	114	45.6
Kadın	136	54.4
Medeni hali		
Hiç evlenmemiş	36	14.4
Evli	127	50.8
Boşanmış	48	19.2
Eşi ölmüş	39	15.6
Eğitim		
İlköğretim	46	18.4
Lise	145	58.0
Üniversite	59	23.6
Yıllık toplam gelir (Euro)		
10.000 -	35	14.0
10.000-30.000 arası	95	38.0
30.000-50.000 arası	72	28.8
50.000 +	48	19.2
Çalışma durumu		
Emekli	123	49.2
Çalışıyor	127	50.8
Kronik hastalık durumu		
Hiç yok	122	48.8
1 hastalık	72	28.8
2 ve daha fazla hastalık	56	22.4

Turistlerin % 45,6'sı erkek, % 54,4'ü ise kadındır. Bu grubun % 50,8'i evli, % 14,4'ü hiç evlenmemiş, %19,2'si boşanmış, %15,6'nın ise eşi ölmüştür. Yaşlı turistlerin %18,4'ü ilköğretim, %58'i lise ve %23,6'sı üniversite mezunudur. Yaşlıların %49,2'si emekli, %50,8'i ise halen çalışmaya devam etmektedir. Turistlerin %14'ü 10.000 Euro yıllık gelirden daha az kazanırken, %38'i 10.000–30.000 Euro arası, %28,8'i 30.000–50.000 Euro arası ve %19,2'si 50.000 Euro'dan daha fazla kazanmaktadır. %48,8'nin süreklilik arz eden herhangi bir hastalığının olmadığı, %28,8'nin sadece bir hastalığının olduğu, %22,4'nün ise iki ve daha fazla hastalığının olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2: Kronik Hastalığın Varlığı İle Toplam Tatmin Arasındaki İlişki (Tek Yönlü Varyans Analizi)

Tatmin	Hastalık durumu	Aritmetik ortalama	F	Anlamlılık p	Scheffe
Toplam tatmin	Hiç yok (Grup 1)	78,15	5,618	** 0,004	1-3
	1 hastalık (Grup 2)	75,42			
	2 ve daha fazla hastalık (Grup 3)	72,27			

df:2

**p< 0,01

*p< 0,05

Kronik bir hastalığın varlığı ile tatil tatminine ilişkin ifadelerin tek tek karşılaştırılması anlamlı görülmediğinden, farklılık araştırması toplam tatil tatmini üzerinden yapılmıştır. Tatilin tümüne ilişkin tatmin ile yaşlı turistlerin kronik hastalıkları arasındaki ilişki incelenmiş ve hiç hastalığı olmayan yaşlı turistlerin tatil tatminlerinin diğerlerinden daha fazla olduğu ve hastalık sayısı arttıkça tatminlerinin azaldığı tespit edilmiştir. Yaşlıların hastalıkları ile tatil tatminleri arasında ters yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Neal ve arkadaşları (1999), sağlık tatminini, tatil tatmini için bir öngörü olarak tespit etmişlerdir. Guinn ve Vincent (2003)'da boş zaman aktivitelerinin yaşlı turistlerin tatil davranışında ve tatil tatminlerinde önemli olduğunu, bunun da sağlıklarına bağlı olduğunu belirlemişlerdir. Bu bağlamda bulunan sonuç, her iki araştırmanın sonuçları ile örtüşmektedir.

Tablo 3: Çalışma Durumu İle Tatmin Arasındaki İlişki (T testi)

Tatmin	Çalışma durumu	Aritmetik ortalama	F	Anlamlılık p
İfade 5. Yerel acenta hizmetlerinden	Emekli	3,55	4,010	**
	Çalışıyor	3,91		0,009
İfade 6. Kara ulaşımından	Emekli	3,38	16,405	**
	Çalışıyor	3,91		0,001
İfade 7. Hava ulaşımından	Emekli	3,67	15,219	**
	Çalışıyor	4,20		0,001
İfade 8. Türkiye'deki hava alanı hizmetlerinden	Emekli	3,72	24,573	**
	Çalışıyor	4,08		0,006
İfade 9. Tatil yapılacak yöre ile ilgili bilgilendirmeden	Emekli	3,68	3,758	**
	Çalışıyor	4,13		0,001
İfade 12. Oteldeki ses yalıtımından	Emekli	3,59	14,121	*
	Çalışıyor	3,92		0,017
İfade 13. Otelin güvenlik hizmetlerinden	Emekli	3,47	10,209	**
	Çalışıyor	3,85		0,006
İfade 15. Çevre hijyeninden	Emekli	3,49	24,376	**
	Çalışıyor	3,92		0,001
İfade 16. Tatil süresince sağlanan sağlık hizmetlerinden	Emekli	3,46	7,105	*
	Çalışıyor	3,78		0,014
Toplam tatil tatmini	Emekli	73,41	9,849	**
	Çalışıyor	78,60		0,002

**p< 0,01

*p< 0,05

Tablo 3'e göre, yerel acenta hizmetleri (F=4,010 p≤0,009), kara ulaşımı (F=16,405 p≤0,001), hava ulaşımı (F=15,219, p≤0,001), Türkiye'deki hava alanı hizmetleri (F=24,573, p=0,006), tatil yapılacak yöre ile ilgili bilgilendirme (F=3,758, p≤0,001), oteldeki ses yalıtımı (F=14,121, p=0,017), otelin güvenlik hizmetleri (F=10,209, p≤0,006), çevre hijyeni (F=24,376, p≤0,001), tatil süresince sağlanan sağlık hizmetleri (F=7,105, p≤0,014), çalışanlar açısından emeklilere göre daha tatmin edici bulunmuştur. Aslında burada çalışan ve çalışmayan bireyler arasındaki bu farkın, hizmetin niteliğinden çok, algıdaki farklılıktan kaynaklandığı düşünülmektedir. Tabi ki böyle olup olmadığının ayrıca araştırılması gerekir. Halen çalışmaya devam eden yaşlı turistlerin toplam tatil tatminlerinin de daha fazla olduğu belirlenmiştir (F=9,849, p≤0,002). Bu durumun, çalışan bireylerin, toplumda henüz statü kaybına uğramamış olması ile açıklanabileceği düşünülmektedir. Çalışma

durumunun yaşam tatminini etkileyen bir değişken olduğu bilinmektedir. Ancak, tatil tatminini de etkiliyor olması gerçekten ilginçtir.

4. Sonuç

Tatil, genellikle bireylerin sosyalleştiği, eğlendiği ve yaşamdan zevk aldığı dönemlerdir. İnsanlar kendilerini tatilde rahatlamaya ve mutlu olmaya endekslerler. Dolayısıyla çok büyük bir aksilik olmadığı sürece tatilden memnun olmaya hazırdırlar.

Araştırma sonucunda; toplam tatmin durumunun hastalık sayısı ile bir ilişkisinin olup olmadığını araştırıldığında; hiç hastalığı olmayan yaşlı turistlerin tatil tatminlerinin diğerlerinden daha fazla olduğu ve hastalık sayısı arttıkça tatminin azaldığı tespit edilmiştir. Bu durum daha çok yaşam tatmini araştırmalarında rastlanan bir sonuçtur. Ayrıca çalışma durumu ile tatmin arasındaki ilişkide de, çeşitli hizmetler (yerel acenta hizmetleri, kara ulaşımı, hava ulaşımı, Türkiye'deki hava alanı hizmetleri, tatil yapılacak yöre ile ilgili bilgilendirme, oteldeki ses yalıtımı, v.s.) çalışanlar açısından emeklilere göre daha tatmin edici bulunmuştur. Anlamlı ilişki bulunan tüm ifadelerde tatil tatmini açısından halen çalışıyor olmanın önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Çalışma durumunun yaşam tatminini etkileyen bir değişken olduğu bilinmektedir. Ancak, tatil tatminini de etkiliyor olması ilginçtir. Bu durumun, algıdaki farklılıktan, beklentilerin yüksekliğinden ya da çalışan bireylerin, toplumda henüz statü kaybına uğramamış olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Bunların her biri ayrı birer araştırma konusu olarak bundan sonraki araştırmacılara yön verecektir.

Araştırma sonucunda, bireyin yaşam tatminini etkileyen bazı değişkenlerin (hastalık, çalışmaya devam etme), tatil tatmininde de farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Çalışma durumunun yaşam tatminini etkileyen bir değişken olduğu bilinmektedir. Ancak, tatil tatmininde de farklılık yaratması gerçekten önemli bir bulgudur. Aynı şey hastalık için de geçerlidir. Bu sonuçlara göre yaşamından tatmin olan bir bireyin tatilden de tatmin olabileceği varsayımını ortaya koymak için iki unsurun birlikte ölçülmesi gerekir. Ancak bu çalışma bize bunun olabileceğine ilişkin ipuçlarını vermiştir. Bundan sonraki çalışmalarda mutlaka araştırılması gereken bir konudur. Araştırma zaman ve maliyet kısıtları dolayısıyla Bodrumda beş yıldızlı otellerde konaklayan yaşlı turistlerle sınırlı tutulmuştur. Araştırmanın, daha geniş bir kitle ile diğer kısıtları da ortadan kaldırarak, yaşam tatmini ile tatil tatmini birlikte ele alarak, yenilenmesi daha geniş bilgilere ulaşma imkanı verecektir.

Kaynaklar

AKAMA, J. S. AND KIETI, D. M (2003), "Measuring Tourist Satisfaction with Kenya's Wildlife Safari: A Case Study of Tsavo West National Park", *Tourism Management*, 24, 73–81.

ANANTH, M., DEMICCO, F. J. MOREO, P. J. and HOWEY, R. M. (1992), "Marketplace Lodging Needs of the Mature Traveler", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(4), 12–24.

ANDERSON, B. and LANGMEYER, L. (1982), "The Under 50 and Over 50 Travelers: A Profile of Similarities and Differences" *Journal of Travel Research*, 20(4), 20–24.

ARGYLE, M. and CROSSLAND, J. (1987), "The Dimensions of Positive Emotions", *British Journal of Social Psychology*, 26, 127–137.

AUGUSTYN, M. and HO, S. (1998). "Service Quality and Tourism. *Journal of Travel Research*", 37(1) 71–75.

BAI, B., JANG, S., CAI, L. and O'LEARY, J. (2001), "Determinants of Travel Mode Choice of Senior Travelers to the United States", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 8(3/4), 147–168.

BAKER, D. A. and CROMPTON, J. L. (2000), "Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions", *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.

BARSKY, J. D. (1992), "Customer Satisfaction in the Hotel Industry: Meaning and Measurement", *Hospitality Research Journal*, 16, 51-73.

BARSKY, J. D. and LABAGH, R. (1992), "A Strategy for Customer Satisfaction", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(5), 32-40.

BITNER, M. J. (1990), "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Response", *Journal of Marketing*, 2, 69-82.

BLAZEY, M. (1992), "Travel and Retirement Status", *Annals of Tourism Research*, 19, 771–783.

BLAZEY, M. (1987), "The Difference Between Participants and Non-participants in a Senior Travel Program", *Journal of Travel Research*, 26(1), 7–12.

BOJANIC, D. C. (1996), "Customer Perceptions of Price, Value and Satisfaction in the Hotel Industry: An Exploratory Study", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 14(1), 5-22.

BOTTERILL, T. and CROMPTON, J. (1996), "Two Case Studies Exploring the Nature the Tourist Experience", *Journal of Leisure Research*, 28(1), 57–83.

BOWEN, D. (2001), "Antecedents Of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction (CS/D) on Long-haul Inclusive Tours a Reality Check on Theoretical Considerations", *Tourism Management*, 22, 49-61.

BRADY, M. K. and ROBERTSON, C. J. (2001), "Searching for a Consensus on the Antecedent Role of Service Quality and Satisfaction: An Exploratory Cross-national Study", *Journal of Business Research*, 51, 53- 60.

CAI, L., HONG, G. S. and MORRISON, A. (1995), "Household Expenditure Patterns for Tourism Products and Services", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(4), 115-140.

CASSIDY, F. (2005), "Satisfaction of Australian Grey Tourists to the Great Barrier Reef Islands of Queensland", In: 2005 Council for Australian Tourism and Hospitality Education: Sharing Tourism Knowledge, 1-5 Feb 2005, Alice Springs, Australia. <http://eprints.usq.edu.au/844/> erişim: 13.7.2009.

CATHY, H. and HSU, C. (2000), "Determinants of Mature Travelers' Motorcoach Tour Satisfaction and Brand Loyalty", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(2), 223-238.

CHON, K. S. and OLSEN, M. D. (1991), "Functional and Symbolic Approaches to Consumer Satisfaction/dissatisfaction in Tourism", *Journal of International Academy of Hospitality Research*, 28, 1-20.

CLEAVER, M., MULLER, T., RUYLS, H. and WEI, S. (1999), "Tourism Product Development for the Senior Market, Based on Travel-motive Research", *Tourism Recreation Research*, 24(1), 45-65.

CRONIN, J. J. JR and TAYLOR, S. A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

DOLEN, W., RUYTER, V. and LEMMINK, K. J (2004), "An Empirical Assessment of the Influence of Customer Emotions and Contact Employee Performance on Encounter and Relationship Satisfaction", *Journal of Business Research*, 57, 437- 444.

FLEISCHER, A. and PIZAM, A. (2002), "Tourism Constraints Among Israeli Seniors", *Annals of Tourism Research*, 29, 106-123.

GARCIA, R. H. and SEGURA, C. C. (2009), "Using Statistical Design Experiment Methodologies to Identify Customers' Needs", *International Journal of Market Research*, 51(1), 115-136.

GIBSON, H and YIANNAKIS, A. (2002), "Tourist Roles Needs and the Lifecourse", *Annals of Tourism Research* 29(2), 358-383.

GILBERT, D. and ABDULLAH, J. (2004), "Holiday Taking and the Sense of well-being", *Annals of Tourism Research* 31(1), 103-121.

GILBERT, A ., CHURCHILL, J. and SURPRENANT, C. (1982), “An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction”, *Journal of Marketing Research*, Special Issue on Causal Modeling, 19(4), 491-504.

GONZALEZ, M. E. A., COMESANA, L. R. and BREA, J. A. F. (2007), “Assessing Tourist Behavioral Intentions Through Perceived Service Quality and Customer Satisfaction”, *Journal of Business Research*, 60, 153–160.

GUINN, B. and VINCENT, V. (2003), Activity Participation Among Extended-stay Senior Travelers, *Activities, Adaptation & Aging*, 27(3), 39-51.

HAWES, D. K. (1999), “Travel-related Lifestyle Profiles of Older Woman”, (Ed: Mansfeld and Pizam) *Consumer Behavior in Travel and Tourism*, Haworth Hospitality Press, chapter 22, 481 -503.

HILLS, P. and ARGYLE, M. (1998), “Positive Moods Derived From Leisure and Their Relationship to Happiness and Personality”, *Personality and Individual Differences*, 25(3), 523–535.

HONG, G. S., KIM, S. Y. and LEE, J. (1999), “Travel Expenditure Pattern of Elderly Households in the US”, *Tourism Recreation Research*, 24(1), 43–52.

HSIEH, S., O’LEARY, J. T. and MORRISON, A. M. (1994), “A Comparison of Package and Non-package Travelers from the United Kingdom”, *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3/4), 79 - 100.

HUANG, L. and TSAI, H. T. (2003), “The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan”, *Tourism Management*, 24(5), 561-574.

ISMAIL, A., ABDULLAH, M. M. and PARASURAMAN, B. (2009), “Effect of Service Quality and Perceive Value on Customer Satisfaction”, *International Journal of Management Perspectives*, 3(1), 28-43.

JANG, S. and HAM, S. (2009), “A Double-hurdle Analysis of Travel Expenditure: Baby Boomer Seniors Versus Older Seniors” *Tourism Management*, 30, 372–380.

JANG, S., and WU, C. (2006), “Seniors’ Travel Motivation and the Influential factors: An Examination of Taiwanese Seniors”, *Tourism Management*, 27(2), 306-316.

JAVALGI, R. G., THOMAS, E. G. and RAO, S. R. (1992), “Consumer Behavior in the US Travel Marketplace: An Analysis of Senior and Non Senior Travelers”, *Journal of Travel Research* 31(2), 14-19.

KOZAK, M. and RIMINGTON, M. (2000), “Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as an Off-Season Holiday Destination”, *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.

LAGO, D. and POFFLEY, J. (1993), "The Aging Population and the Hospitality Industry in 2010: Important Trends and Probable Services", *Hospitality Research Journal*, 17 (1), 29–47.

LE BLANC, G. (1992), "Factors Affecting Customer Evaluation of Service Quality in Travel Agencies: An Investigation of Customer Perceptions", *Journal of Travel Research*, 32(Spring), 10-16.

LEIPER, N. (1995), *Tourism Management*, Melbourne: RMIT Publishing.

LOUNSBURY, J. W. and HOOPES, L. L. (1985), "An Investigation of Factors Associated with Vacation Satisfaction", *Journal Of Leisure Research*, 17(1), 1–13.

MARVEL, M. (1999), "Competing in Hotel Services for Seniors", *International Journal of Hospitality Management*, 18, 235–243.

MATHUR, A., LEE, E. and MOSCHIS, G. P. (2006), "Life-changing Events and Marketing Opportunities", *Journal of Targeting Measurement and Analysis for Marketing*, 14(2), 115–128.

MCGUIRE, F. A., DOTTAVIO, D. and O'LEARY, J. T. (1986), "Constraints to Participation in Outdoor Recreation Across the Life Span: A Nationwide Study of Limitors and Prohibitors", *The Gerontologist*, 26, 538–544.

MCGUIRE, F. A. (1984), "A Factor Analytic Study of Leisure Constraints in Advanced Adulthood", *Leisure Sciences*, 6, 313–326.

MILMAN, A. (1998), "The Impact of Tourism and Travel Experience on Seniors' Psychological Well-Being", *Journal of Travel Research* 37, 166–170.

MOBILY, K. E., LESLIE, D. K., WALLACE, R. B., LEMKE, J. H., KOHOUT, F. J., and MORRIS, M. C. (1984), "Factors Associated with the Aging Leisure Repertoire: The Iowa 65+ Rural Health Study", *Journal of Leisure Research* 16(4), 338-343.

MOSCHIS, G.P., (2003), "Marketing to Older Adults: An Updated Overview of Present Knowledge and Practice. *Journal of Consumer Marketing*", 20 (6), 516–525.

NASH, R., THYNE, M. and DAVIES, S. (2006), "An Investigation into Customer Satisfaction Levels in the Budget Accommodation Sector in Scotland: A Case Study of Backpacker Tourists and the Scottish Youth Hostels Association", *Tourism Management*, 27, 525–532.

NEAL, J. D., SIRGY, M. J., and UYSAL, M. (1999), "The Role of Satisfaction with Leisure Travel/Tourism Services and Experience in Satisfaction with Leisure Life and Overall Life", *Journal of Business Research*, 44, 153-163.

OH, H. (1999), "Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective", *International Journal of Hospitality Management*, 18, 67-82.

OH, H. and PARKS, S. C. (1997), "Customer Satisfaction and Service Quality: A Critical Review of the Literature and Research Implications for the Hospitality Industry", *Hospitality Research Journal*, 20(3), 35-64.

OH, H. and JEONG, M. (1996), "Improving Marketers' Predictive Power of Customer Satisfaction on Expectation Based Target Market Levels", *Hospitality Research Journal*, 19(4), 65-85.

OKATA, Y., INUI, Y., LANKFORD, S. V. and SCHOLL, K. (2007), "Applying Importance-performance Analysis for Japanese Senior Travelers to Hawaii", *Tourism Review International*, 11(1), 57-65.

OLIVER, R. L. (1980), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings", *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.

PATTERSON, I and PEGG, S. (2009), "Marketing the Leisure Experience to Baby Boomers and Older Tourists", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, 254-272.

PEARCE, P. L. (1980), "A Favorability-satisfaction Model of Tourists' Evaluations", *Journal of Travel Research*, 19 (Summer), 13-17.

PEDERSON, B. and DEMICCO, F. (1993), "Restaurant Dining Strategies: Attracting Nutrition-Conscious Future Seniors", *Florida International University Hospitality Review* 11(2), 7-17.

PENNIGTON-GRAY, L., and LANE, C. (2001), "Profiling the Silent Generation", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 9(1/2), 73-95.

PETERSON, M. (2007), "Effects of Income, Assets and Age on the Vacationing Behavior of US Consumers", *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 29-43.

PETERSON, R. A. and WILSON, W. R. (1992), "Measuring Customer Satisfaction: Fact and Artifact", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1), 61-71.

PIETERS, R. KOELEMEEJER, K. and ROEST, H. (1995), "Assimilation Processes in Service Satisfaction Formation", *International Journal of Service Industry Management*, 6(3), 17-33.

PRICE L. L, ARNOULD E. J. and DEIBLER, S. L. (1995), "Consumers' Emotional Responses to Service Encounters: The Influence of the Service Provider", *International Journal of Service Industry Management*, 6(3), 34- 63.

PIZAM, A. and ELLIS, T. (1999), "Customer Satisfaction and its Measurement in Hospitality Enterprises", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.

REICHELDT, F. F., and SASSER, W. E. Jr. (1990), "Zero Defections: Quality Comes to Services", *Harvard Business Review*, 68, 105-111.

REISINGER, Y., and TURNER, L. (1997), "Tourist Satisfaction with Hosts: A Cultural Approach Comparing Thai Tourists and Australian Hosts", *Pacific Tourism Review*, 1, 147-159.

ROMSA, G. and BLENMAN, M. (1989), "Vacation Patterns of the Elderly Germans", *Annals of Tourism Research*, 16, 178-188.

RUBENSTEIN, C. (1980), *Vacations. Psychology Today*, 14(3), 62-76.

SANGPIKUL, A. (2008), "A factor-cluster Analysis of Tourist Motivations: A case of U.S. Senior Travelers", *Original Scientific Paper*, 56(1), 23-40.

SELLICK, M. (2004), "Discovery, Connection, Nostalgia: Key Travel Motives Within the Senior Market", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(1), 55-71.

SCHEWE, C. (1985), "Grey America Goes to Market", *Business*, 35(2), 3-9.

SHOEMAKER, S. (2000), "Segmenting the Mature Market: 10 Years Later", *Journal of Travel Research*, 39, 11-26.

SPRENG, R.A. and MACKOY, R.D. (1996), "An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction", *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.

STATTS, S. and PIERFELICE, L. (2003), "Travel: A Long-range Goal of Retired Women", *The Journal of Psychology*, 137(5), 483-494.

STEVENS, P. (2001), "I See Some Business Opportunities", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9 (1/2), 165-171.

SUN, Y.H. and MORRISON, A. M. (2007), "Senior Citizens and Their Dining-Out Traits: Implications for Restaurants", *Hospitality Management*, 26, 376-394.

TAYLOR, S. A. and BAKER, T. L. (1994), "An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions", *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.

TEAFF, J. and TURPIN, T. (1996), "Travel and the Elderly", *Parks and Recreation*, 31(6), 16-19.

TIBBETT, L. (1993), "Older Consumers Follow Different Rules", *American Demographics*, 15(2), 21–23.

TINSLEY, H. (1979), "The Latent Structure of the Need Satisfying Properties of Leisure Activities", *Journal of Leisure Research*, 11, 278–291.

TRETHERWAY, M. and MAK, D. (2006), "Emerging Tourism Markets: Ageing and Developing Economies", *Journal of Air Transport Management*, 12, 21-27.

UELTSCHY, L. C., LAROCHE, M., TAMILA, R. D. and YANNOPOULOS, P. (2002), "Cross-cultural Invariance of Measures of Satisfaction and Service Quality", *Journal of Business Research*, 57(8), 901–912.

UNITED NATIONS. (2000), "The Sex and Age Distribution of the World Populations: 2000 revision, Retrieved January 23, 2009, from <http://www.un.org/spanish/esa/population/wpp2000h.pdf>

UZZELL, D. (1984), "An Alternative Structuralist Approach to the Psychology of Tourism Marketing", *Annals of Tourism Research*, 11, 79–99.

VOSS, G. B., PARASURAMAN, A. and GREWAL, D. (1998), "The roles of price, performance and expectations in determining satisfaction in service exchanges", *The Journal of Marketing*, 62(4), 46-61.

WESTBROOK, R. A. and OLIVER, R. L. (1991), "The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Customer Satisfaction", *Journal of Consumer Research*, 8, 84– 91.

WIRTZ, J. and BATESON, J. E. G. (1999), "Consumer Satisfaction with Services: Integrating the Environment Perspective in Services Marketing into the Traditional Disconfirmation Paradigm", *Journal of Business Research*, 44(1), 55–66.

YAZICIOĞLU ve ERDOĞAN, (2004), *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay yayıncılık, Ankara.

YOON, Y. and UYSAL, M. (2005), "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model", *Tourism Management*, 26, 45–56.

YOU, X. and O'LEARY, J. (2000), "Age and Cohort Effects: An Examination of Older Japanese Travelers", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1/2), 21-42.

YOU, X., and O'LEARY, J. (1999), "Destination Behavior of Older UK Travelers", *Tourism Recreation Research*, 24(1), 23-34.

YU, Y. T. and DEAN, A. (2001), "The Contribution of Emotional Satisfaction to Consumer Loyalty", *International Journal of Service Industry Management*, 23(3), 234-250.

ZALATAN, A. (1994), "Tourist Satisfaction: A Predetermined Model", *The Tourist Review*, 1(1), 9-13.

ZIMMER, Z., BRAYLEY, R. E. and SEARLE, M. S. (1995), "Whether to go and Where to go: Identification of Important Influences on Seniors' Decision to Travel", *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.