

Araştırma Makalesi

Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa Ve Yerel Yönetimler Boyutunda Yapılabilecekler

The Actions That Can Be Taken For Bursa And Local Governments With Regards To Third Age Tourism

Sanem BERKÜN

Doç. Dr. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

sanem.berkun@bilecik.edu.tr

<https://orcid.org/orcid.org/0000-0002-9254-1669>

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
15.08.2023	28.09.2023

Öz

Dünya genelinde nüfusun yaşlanmasının sonuçları üzerine ilgi giderek artmaktadır. Önceleri gelişmiş ülkeleri daha fazla etkileyen bu durum, günümüzde gelişmekte olan ülkeleri de etkisi altına almıştır. Nüfusun yaşlanması; ekonomi, mimari, tıp, sosyoloji gibi birçok disiplini içeren bütünlüklü politikalar üretilmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Nüfusun önemli bir çoğunluğunu oluşturan yaşlı nüfusun mutluluğu ise toplumun genelinin refahını artırmak açısından önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkeler yaşlı politikalarında nitelik ve çeşitlilik açısından başarı sağlamak için, yaşam kalitesini yükseltme ve aktif yaşlanma stratejileri geliştirmeye odaklanmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde giderek artan yaşam standartları toplumun her kesimi gibi yaşlıların da istek, talep ve beklentilerini yükseltmiştir. Bu noktada genel olarak çoğunluğunu 50 yaş ve üzeri kişilerin oluşturduğu insanların, ikamet ettikleri ve ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yaptıkları seyahatlerini ifade eden üçüncü yaş turizmi önem kazanmıştır. Bu çalışma ile Bursa kentinin üçüncü yaş turizmi açısından avantaj ve dezavantajları tartışılarak, üçüncü yaş turizminin Bursa'da gelişiminde yerel yönetimler boyutunda yapılabilecekler değerlendirilmektedir. Bursa kentinin turizm potansiyelini yaşlılar açısından değerlendirerek, üçüncü yaş turizminin kentin gelişimine sunabileceği katkıları vurgulamak çalışmanın nihai amacını oluşturmaktadır. Çünkü Bursa; tarihi dokusu, doğal güzellikleri, şifalı su kaynakları, sağlık potansiyeli, zengin mutfak ve ulaşım olanakları ile üçüncü yaş turizmi açısından Türkiye'nin öne çıkan kentleri arasındadır.

Anahtar kelimeler: Türkiye'de üçüncü yaş turizmi, yaşlı turizmi, yerel yönetimler

Abstract

Concerns on the worldwide consequences of the population's aging increases gradually. This fact, much more affecting the developed countries previously has now taken hold of the developing countries as well. Creating complete policies including various disciplines such as economics, architecture, medicine and sociology was made unavoidable with the aging of the population. Moreover, the happiness of the old population which is the majority of the country's population is important in terms of increasing the welfare of the public. Developed countries focus on increasing the quality of life and developing active aging strategies in order to succeed in quality and variety of the policies for old people. The ever increasing life standards in today's world has increased old people's desires, demands and expectations just like every segment of society. At this point, third age tourism expressing the travels of the people principally above 50 in general to the places out of their residences and the places they meet their needs gained importance. In this study, the advantages and the disadvantages of Bursa city with regards to third age tourism will be discussed and the actions that can be taken by the local governments for the

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Berkün, S., 2023, Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa ve Yerel Yönetimler Boyutunda Yapılabilecekler, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(4), 2895-2910.

development of third age tourism in Bursa will be reviewed. The ultimate aim of the study is to evaluate the tourism potential of Bursa city in terms of the elderly and to emphasize the contributions that third age tourism can offer to the development of the city. Because Bursa; It is among the prominent cities of Turkey in terms of third age tourism with its historical texture, natural beauties, healing water resources, health potential, rich cuisine and transportation opportunities.

Key words: Third age tourism in Turkey, old people tourism, local governments

1. Giriş

Yaşam kalitesinin ve refah düzeyinin yükselmesi, teknolojik ilerlemenin sağlık hizmetlerinde kullanılması ve insanların sağlıklı yaşam konusundaki bilgi düzeyinin artmasına bağlı olarak ortalama insan ömrü her geçen gün yükselmektedir. Diğer taraftan dünya genelinde doğurganlık oranı azalmaktadır. Bu durum nüfusun yaşlanması sonucunu doğurmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde dünya nüfusunun yaklaşık 1 milyarını 60 yaş ve üzerindekiiler oluşturmaktadır. Üstelik dünyada yaşlı nüfusun artış hızı % 2,1 ile % 1,2 seyreden genel nüfus artışından fazladır(Mandıralıoğlu, 2010, s. 39). Öte yandan yaklaşık 75 yıl olan ortalama insan ömrünün, 2050’de 81’e çıkacağı, az gelişmiş ülkelerde ise 64 yıl olan ortalama insan ömrünün 76’ya çıkacağı tahmin edilmektedir(Gökçe, 2013, s. 87-88). Avrupa ve İskandinav ülkelerinin ardından içinde bulunduğumuz dönemde İngiltere, Almanya ve İtalya gibi birçok ülkede de nüfus hızla yaşlanmaktadır(Sengir, 1994, s. 22). Birçok gelişmiş ülkelerin daha erken karşılaştığı bu demografik değişim, günümüz toplumlarını etkileyen ve devletleri yaşlılara yönelik politikaları artırma ve çeşitlendirmeye iten süreci başlatmıştır. Nüfusun yaşlanması akademik çalışmaların da yaşlılık konusunda artan ilgisini açıklamaktadır.

Gerek uluslararası gerekse ulusal literatürde üzerinde uzlaşılmış yaşlılığa yönelik tek bir tanım bulunmamakta, yaşlılığı açıklarken her disiplin kendi bakış açısı ile kavramlaştırma yoluna gitmektedir. Biyolojik yaşlanma, organizmanın yapı ve çalışmasına göre, fizyolojik yaşlanma ise fonksiyonlarına göre değerlendirilmesidir. Bireyin doğumdan ölüme kadar takvim yaşına göre ele alınıp değerlendirilmesi ise kronolojik yaşlanma kapsamına girmektedir. Psikolojik yaşlanma, yaşlılığın, algılama, öğrenme, problemleri çözme ve davranışlarına odaklanarak yapılan tanımlamadır. İnsanın sosyal alışkanlıkları ile toplum içindeki rolüne göre değişimlerin değerlendirilmesi ise sosyal yaşlanma olarak ifade edilmektedir (Akın, 2006, s. 85). Yaşlılığa yönelik algı zaman ve toplumlara göre de değişiklik göstermekte ve bu farklılık kapsam farklılıklarını da açıklamaktadır (Uyanık, 2017, s. 80). Birleşmiş Milletler (UN) 60 yaş üstünü yaşlı olarak değerlendirmektedir (UN, 2015, s. 13). OECD ise, davranış ve ihtiyaçları değişen, heterojen bir gruptan oluşan 65 yaş üstü insanları yaşlı olarak ifade etmektedir (Baran, 2005, s. 24).

Tüm bu çeşitliliğe karşın içinde bulunduğumuz dönem, teknolojinin sunduğu fırsatlar ve insani değerlerin geldiği nokta ile yaşlılığa yönelik olumsuz bakış açısının terk edildiği gelişmelere de sahne olmaktadır. Yaşlı nüfusun toplumsal değerlerden biri olarak kabul edilerek, sosyal içermenin sağlandığı sosyal politikalar geliştirmek gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerin yeni ortak hedefleri arasındadır(Berkün, 2020, s. 12-13). Bu kapsamda aktif yaşlanma politikaları üretilmekte ve aktif yaşlanma stratejileri ile yaşlılığın neden olduğu negatif algı fırsata dönüştürülmektedir(Çolak ve Özer, 2015, s. 117-118). Bu süreçte giderek artan yaşam standartları toplumun her kesimi gibi yaşlıların da istek, talep ve beklentilerini yükseltmiştir. Üçüncü yaş turizmi de bu talep ve beklentilerin bir yansımasıdır. Genel olarak çoğunluğunu 50 yaş ve üzeri kişilerin oluşturduğu insanların, ikamet ettikleri ve ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yaptıkları seyahatlerini ifade eden üçüncü yaş turizmi son yıllarda ivme kazanmıştır. Bu çalışma ile Bursa kentinin üçüncü yaş turizmi açısından avantaj ve dezavantajları tartışılmaktadır. Ayrıca üçüncü yaş turizminin Bursa’da gelişiminde yerel yönetimler boyutunda yapılabilecekler değerlendirilerek konuya yönelik akademik ilgiyi artırmak hedeflenmektedir.

2. Üçüncü Yaş Turizmi ve Temel Özellikleri

Nüfusun yaşlanması yaşlı nüfusun yaşam kalitesinin iyileştirilmesi konusunu gündeme getirmiştir. Bu süreçte yaşlı nüfusun değer sisteminde gözlenen değişim de etkili olmuştur. İçinde bulunduğumuz dönemde gelişmiş ülkelerde yaşlılar; yaşlıların aktif yaşlanabilmeleri için yapılan düzenlemelerle iyi bir emekli aylığı alabilmekte, aktiflerini likidite etmekte, taşınmazlarından kira geliri elde etmekte ve bu birikimleri ile rahat bir yaşam sürmektedirler. Öte yandan bugünün yaşlıları geçmişe göre çocuklarına

miras bırakma konusunda daha az isteklidir. Bağımsız geliri olan yaşlılar, lüks tüketim malları alma, gezi, seyahat ve eğlencelere gitme eğilimi içindedir (Marangoz, 2000, s. 38). Üçüncü yaş turizmi de bu gelişmelerin doğal bir sonucu olarak turizm sektörü içindeki ağırlığını her geçen gün artırmaktadır.

Literatürde birinci yaş çocukluk ve gençlik dönemini ifade etmek için kullanılmaktadır. İkinci yaş erişkinlik dönemine karşılık gelmekte ve bu dönemde evlilik, çalışma hayatı gibi önemli sorumluluklar yüklenilmektedir. Üçüncü yaş bu sorumlulukların önemli bir bölümünün bittiği ileri yaş dönemini karşılamakta ve dördüncü yaş döneminde ise kişilerin sağlıklarında belirgin düşüşler gözlenmektedir (Laslett, 1991, s. 27-39). Bu sınıflandırma içerisinde sorumlulukların azaldığı, boş zamanın arttığı ve sağlık problemlerinin ağırlıklı olarak hissedilmeye başlamadığı üçüncü yaş dönemi ertelenen isteklerin gerçekleştirilmesi için en uygun zaman olarak görülmektedir. Sahip olunan bu bakış açısı bu dönemin içinde olan bireyleri yeni insanlarla tanışabilecekleri ortamlara girmeye, eğlenmeye ve seyahat etmeye yönlendirmektedir. Bunun yansıması ise küresel ölçekte yaşlıların turizm sektörü üzerindeki etkisinin ağırlığının her geçen gün artacağı yönündeki düşünceyi kuvvetlendirmektedir (Cengiz ve Kantarcı, 2013, s. 31). Bu etkiyi bir fırsata dönüştürmek isteyenler Middleton'a göre; yaşlı nüfusun talep ettiği ürün ve hizmetleri sunabilenler olacaktır. Günümüzün yaşlı nüfusu eski nesil akranlarına göre daha sağlıklı ve aktif, daha iyi eğitim almış ve refah seviyesi yüksek bireylerdir. Bu durum yaşlıların talep, istek ve beklentilerine de yansımaktadır (Middleton, 1990, s. 16). Bu yansıma ise yaşlı haklarının önem kazanmasına ve Yaşlı Dostu Şehir uygulamalarının öne çıkmasına neden olmuştur (Çiftçi, 2021, s. 307).

50 ve üzeri yaş aralığında olan bireyler boş zamanlarını daha verimli ve eğlenceli geçirmek ve emeklilik dönelerinde farklı tatil deneyimleri gerçekleştirmek istemektedirler. “Bu kişilerin çalıştıkları, ikamet ettikleri ve olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışına gerçekleştirdikleri seyahatleri ve seyahatleri sırasında çoğunlukla turizm sektörünün var ettiği mal ve hizmet talep eden, belli ve geçici zaman aralıkları ile konaklamalarından doğan ilişkileri ifade eden üçüncü yaş turizmi” gelişmiş ülkeler başta olmak üzere pek çok ülkede yaygınlaşmaktadır (Yıldırım, 1997, s. 77). Daha genel bir tanımlama ile üçüncü yaş turizmi aktif bir şekilde çalışmayan insanların, turistik faaliyetlere katılmasını öngören ve bu alandaki uygulamaları destekleyen bir turizm çeşididir (Albayrak, 2013, s. 271). Zaman kısıtlılığı probleminin ortadan kalkması, gelir düzeyi, sosyal ve kültürel aktivitelere yönelik ilgi, dinlenme ve rahatlama arzusu, kaçış isteği, yenilik arayışı, sosyal etkileşim, fiziksel egzersiz fırsatları arama, sağlık, nostalji, arkadaş ve akraba ziyareti gibi birçok faktör yaşlı bireyleri seyahat etmeye motive edebilmektedir (Kılıçlar ve ark., 2017, s. 88; Sert, 2019, s. 203). Yaşlı bireylerin eğitim seviyesinin yükselmiş olması da onları pasif bir yaşamdan uzaklaştırmaktadır (Tufan ve ark., 2017, s. 33). Keza üçüncü yaş turizmi katılımcıları yaş ve bilinç düzeylerine uygun olarak; çok fazla aktivite istemeyen, kültürel, tarihi ve doğal turistik mekânlara ilgi göstermektedirler (Arıcı, 2019, s. 132). Seyahat planlanırken, bölgenin iklim koşullarının uygunluğu, bölgede bulunan sağlık kuruluşlarının yaygınlığı ve hizmet kalitesi, ulaşım kolaylığı ve maliyetleri de önemli belirleyiciler arasında öne çıkanlardır (Özkan, 2014, s. 30). Sellick ise üçüncü yaş turistlerini şu 10 farklı boyutta sınıflandırmıştır (Sellick, 2004, s. 55-63);

- Öğrenme tutkunları
- Özbenlik arayışında olanlar
- Rahatına düşkün olanlar
- Üstünlük arayanlar
- Teselli bulmak isteyenler
- Egzersiz ve fiziksel aktivite tutkunları
- Aidiyet arayanlar
- Nostaljik anı arayışında olanlar
- Nesiller arası bağlantı kurmak isteyenler
- Sosyal paylaşımcılar

1973 yılında dünyada ilk kez Fransa'nın Toulouse kentinde Üçüncü Yaş Akademisi kurulmuştur. Bu akademiler kısa zamanda dünya genelinde yaygınlaşarak üçüncü yaş bireylerin sosyal, kültürel ve sanatsal alanlarda aktif olmaları için bilimsel çalışmalar yürütmektedir. Türkiye’de de 2010 yılında Bodrum’da kurulan Herodot Üçüncü Yaş Akademisi (HÜA) bu amaçla faaliyetlerini sürdürmektedir (Kılıçlar ve ark., 2017, s. 87).

Üçüncü yaş turistler, seyahat edecekleri yer ve seyahat türü tercihlerini belirlerken öncelikle kendileri bilgi toplamakta ve bu bilgileri medyaya ve internete yansıyan bilgilerle karşılaştırmaktadır. Bu süreçte aile, akraba, arkadaş ve komşu görüş ve deneyimleri de karar verme sürecini etkilemektedir (Arıcı, 2019, s. 126). Üçüncü yaş turistler; kendilerinden önceki yaşlı nesle göre daha eğitilmiş, sağlıklı, varlıklı ve aktif olduklarından daha bağımsız hareket edebilmekte çok daha fazla seyahate katılabilmektedirler. Seyahatlerinde ihtiyaç duydukları her şeyin hazır ve yapılmış olmasını bekleyen üçüncü yaş turistler, genellikle paket turları tercih etmektedirler (Köse, 2015, s. 90).

Üçüncü yaş turistleri seyahat etmekten engelleyen sosyo-kültürel ve ekonomik nedenlerde bulunmaktadır. Yabancı dil yetersizliği, finansal sorunlar, erişilebilirlik ve ulaşım problemleri, bilgi eksikliği, seyahat ve tur koşulları, seyahat sigortaları, sağlık hizmeti ve acil durum gereklilikleri, üçüncü yaş turistlerin beklentilerine uygun hazırlanan ürün, hizmet ve tesis eksiklikleri, ayrımcılık ve çekici olmayan seyahat önerileri bu nedenler arasında sayılabilir (Aydemir ve Kılıç, 2017, s. 3).

Turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde, yılın 12 ayında programlı olarak pazarı canlı tutmak ve turist potansiyeline sahip olmak istenmekte ve desteklenmektedir. Zaman kısıtlılığı olmayan yaşlı turistler ölü sezon tabir edilen durgun dönemlerde de turistik seyahatlere katılabilmekte ve böylece sektörü hareketlendirebilmektedirler. Seyahat acenteleri ölü sezonlarda konaklama işletmeleri için daha düşük fiyat aldıklarından bunu müşterilerine yansıtabilmektedirler. Böylece mevsimsel dalgalanmaların olumsuz etkilerinden kurtulabilmektedirler. Keza farklı paket tur önerileri ile ileri yaş müşteri beklentilerini karşılayan cazip fırsatlar sunabilmektedirler. Özellikle aşırı sıcak ve soğuk olmayan ilkbahar ve sonbahar ayları, uygun fiyata, daha kaliteli ve daha sakin tatil yapabilmeye imkânı sunduğundan üçüncü yaş turizminin hareketlendiği dönemlerdir. (Sengir, 1994, s. 34).

3. Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Türkiye

Türkiye gerek doğal güzellikleri, gerek tarihi mirası, gerekse de Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan coğrafi konumuyla turizm potansiyeli yüksek bir ülkedir. Öte yandan turizm faaliyetleri dünya ekonomisi üzerindeki ağırlığını giderek artırmakta ve bu durum Türkiye turizm yatırımlarına da yansımaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010, s. 255). Turizm sektörü 2021 yılında pandemiye rağmen 5,8 trilyon dolarlık küresel büyüklüğe ulaşmıştır. Aynı dönemde Türkiye G20 ülkeleri içinde pandemi nedeniyle en az kayıp yaşayan ülkeler içerisinde yer almıştır (KPMG, 2022).

TC Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023 verilerine göre Ocak-Haziran dönemde Türkiye'yi ziyaret edenlerin toplam sayısı 22 945 402 olarak saptandı (TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). TÜİK 2023 verilerine göre Nisan, Mayıs ve Haziran aylarından oluşan ikinci çeyrekte Türkiye turizm geliri 12 milyar 975 milyon 307 bin dolar oldu. Aynı dönemde Türkiye'ye yapılan ziyaretlerde 3 milyar 260 milyon 620 bin dolar, paket tur harcamaları idi. (TÜİK, 2023). Turizm sektöründe üçüncü yaş grubunun seyahat eğilimleri oldukça yüksektir. ABD, Almanya, Kanada, İngiltere, Avusturya, İsviçre, Japonya ve Fransa gibi ülkelerde yaşayan üçüncü yaş turistler Türkiye'ye de gelmektedir (Kılıçlar ve ark., 2017, s. 89-90). Türkiye turizm sektöründe üçüncü yaş turizmi gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Bu durum üçüncü yaş grubunun özelliklerini ve turizmden beklentilerini irdelemeyi gerektirmektedir. TÜİK 2023 verilerine göre Nisan, Mayıs ve Haziran aylarından oluşan ikinci çeyrekte Türkiye'de % 69,7 ile ziyaretçiler; **gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler için bulunmaktadır (TÜİK, 2023).**

Türkiye; doğal güzellikleri, iklimi, termal kaynakları, zengin mutfak, kültürel mirası, Avrupa'ya yakınlığı, tarihi birikimi, inanç turizmine yönelik sahip olduğu değerler ve kutsal yerler ile üçüncü yaş turizm potansiyeli yüksek bir ülkedir. Üçüncü yaş turistler seyahatlerinde huzur, doğa, doğal beslenme ve temizlik istemektedir. Özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında iklim özellikleri nedeniyle Akdeniz ve Ege bölgesinde denizden yararlanabilmek mümkündür. Ölü sezon olarak nitelenen bu aylarda üçüncü yaş grubu yabancı turistler Akdeniz ve Ege Bölgelerine seyahat amaçlı gelmektedir. Ayrıca başta Antalya olmak üzere sahip olunan özellikler golf turizmi açısından da 50 yaş ve üzeri Japonya ve ABD'den gelen turistleri çekmektedir. Öte yandan ekonomik olarak bu hizmetlerden yararlanabilmek de Türkiye'yi ziyaret eden üçüncü yaş yabancı turistleri sayıca artırmaktadır. Türkiye'nin demografik ve sosyoekonomik açıdan son yıllarda yaşadığı dönüşüm yerli üçüncü yaş turist sayısının artacağı yönündeki öngörüler de kuvvetlendirmektedir (Yıldırım, 1997, s.77; Arıcı, 2019, s.129- 130).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planını kapsamında, yedi tematik koridor, on turizm kenti ve beş ekoturizm bölgesi önerilmiştir. Üçüncü yaş turistlerin beklentilerini dikkate alarak farklı konseptler

içerisinde kullanılarak yüksek turist çekme potansiyeline sahip olan bu koridorlar şu şekildedir(Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007,s. 50-53);

- Zeytin koridoru
- Kış koridoru
- İnanç turizmi koridoru
- İpek Yolu turizmi koridoru
- Batı Karadeniz kıyı koridoru
- Yayla koridoru
- Trakya kültür koridoru

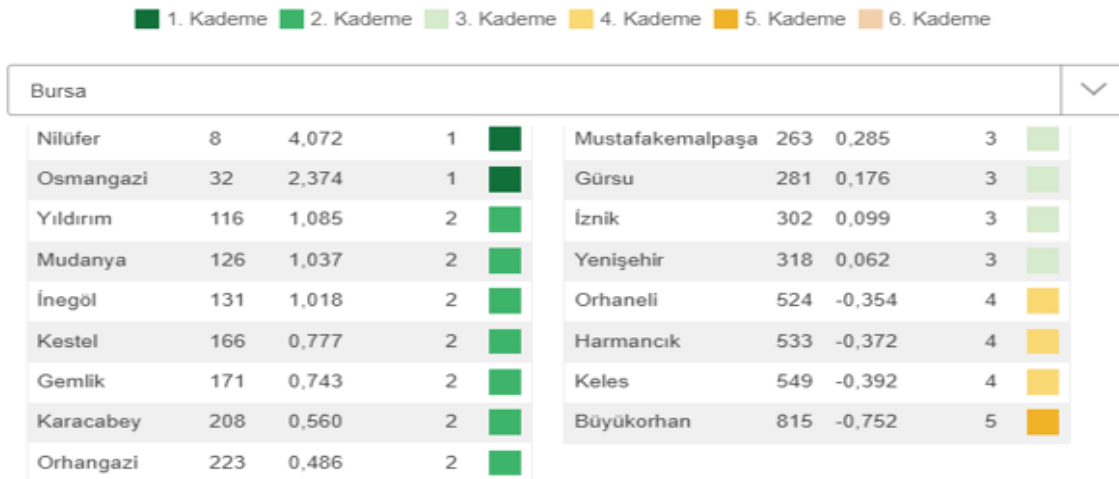
Türkiye 2019-2023 yıllarını kapsayan 11. Kalkınma Planında demografik değişimin neden olduğu sorunların aşılmasında, sağlıklı ve aktif yaşlanmanın önemine dikkat çekilmiştir. Bu doğrultuda yaşlıların yaşam kalitesinin yükseltilmesi, ekonomik ve sosyal yaşama bağımsız ve aktif olarak katılabilmesi amaçlanmıştır. Keza sağlık turizminin geliştirilmesi için yatırım ve tanıtımların artırılması, hukuki düzenlemelerin tamamlanması, akreditasyon ve denetim alt yapısının güçlendirilmesi hedefler arasındadır (TC Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı 2019, s. 95-154).

Türkiye’de 2018 yılında 663 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Uluslararası Sağlık Hizmetleri isimli anonim şirket kurulmuştur. Sunulan hizmetlerin tanıtımını yapmak, özel sektör ve kamu faaliyetlerini desteklemek ve koordine etmek, uluslararası sağlık hizmetlerine yönelik politika ve stratejiler ile hizmet sunum standartları ve akreditasyon kıstasları konusunda Bakanlığa önerilerde bulunmak şirketin amaçları arasındadır(USHAŞ, 2018). 2022’de güncellenen “Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik” ve 2023’te güncellenen “Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Kapsamında Sunulan Sağlık Hizmetleri Fiyat Tarifesi” bu yöndeki çalışmaların somut yansımalarıdır. Türkiye’de emekli yerli turistlere yönelik daha ekonomik tatil olanakları sunabilmek amacıyla Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Türkiye Emekliler Derneği tarafından yürütülen projeler de bulunmaktadır(Aydemir ve Kılıç, 2017, s. 6).

4. Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa Ve Yerel Yönetimler Boyutunda Yapılabilecekler

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2022 verilerine göre 3 milyon 194 bin 720 nüfusa sahip Bursa; Türkiye’nin 2017 yılında 81 il için gelişmişliği ölçe 52 değişken kullanılarak yapılan Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmalarında (SEGE) 6. sırada yer alan ildir(TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2017). 2022 yılında Türkiye’de 973 ilçe için gelişmişliği 56 değişken kullanılarak ölçe İlçe Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmalarında Bursa ilçeleri Grafik 1’deki değerleri almıştır(TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022). Dünyanın en hızlı gelişen kentleri arasında yer alan Bursa, coğrafi konumu, verimli ovası, doğal güzellikleri, yoğun flora ve biyoçeşitliliği, zengin orman alanları, tarihi değerleri, termal kaynakları ve gelişen sanayisi ile hızla göç almakta ve büyümektedir.

Grafik 1: 2022 Türkiye 973 İlçeye Ait Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması



Kaynak: TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022 Türkiye 973 İlçeye Ait Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

Turizm potansiyeli açısından Bursa; botanik turizmi, foto safari, doğa yürüyüşü, tıbbi bitkilere bağlı sağlık turizmi gibi floraya bağlı doğa turizmi yanında, kış turizmi, kaplıca turizmi, alışveriş turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi ve sağlık turizmi alanlarında da çeşitliliğe sahiptir(Erken ve ark., 2019, s. 92). 2022 yılında Bursa'ya gelen turist sayısı 1.958.633'tür. Bir önceki yıla göre gelen turistler % 47,78, konaklama süresi ise % 46,21 artmıştır. Bu artışta Bursa Büyükşehir Belediyesi çabası ile edinilen Bursa'nın Türk Dünyası Kültür Başkenti unvanı alması da etkili olmuştur (Bursa Turizm ve Tanıtma Birliği 2023). 2020 yılı Turizm İstatistiklerine göre Bursa'nın belediye/bakanlık/işletme belgeli tesis sayısı 265, yatak sayısı ise 24107 olarak belirtilmiştir. Bu tesislerden 6'sı çevreye duyarlıdır(TC Kültür ve Turizm Bakanlığı,2020, s.25-29).

Bursa, Eskişehir, Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA); Bursa Turizm, Tanıtım ve Marka Stratejisi Yol Haritası kapsamında Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan 2026 hedef yılı üzerinden kurgulayarak Bursa'nın turizmine yönelik tanıtım, marka ve iletişim stratejisini saptamıştır. Strateji; "Gelenekten Geleceğe Akan Şehir" markası çerçevesinde inşa olmuştur. Bursa'nın turistik değerleri; tarih teması, doğa teması, kış sporları teması, sağlık teması ve gastronomi teması şeklinde beş tema ekseninde sıralanmıştır. Bursa Turizm, Tanıtım ve Marka Stratejisi Yol Haritasında çalışma konusu ile yakından ilgili olan sağlık turizmi alanında Avrupa kaplıca ve sağlık turizmi standartlarına ulaşılması ve Bursa'nın sağlık turizm potansiyelinin tanıtımının artırılması gerekliliği tespit edilmiştir. Ayrıca Bursa kaplıca ve ılıca sularının, mineral değerler ve iyileştirici etkilerinin raporlanması ihtiyacına değinilmiştir. Keza hijyen ve hizmet kalitesinin önemi de sağlık turizmi teması altında sıralanan tespitler arasındadır(BEBKA, 2021, s. 4-19).

4.1. Bursa'nın Üçüncü Yaş Turizmi Açısından SWOT Analizi

Çalışma kapsamında yürütülen araştırma ile Bursa kentinin üçüncü yaş turizm potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelin kentin gelişimine sunabileceği katkıları vurgulamak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda ikincil verilerden yararlanarak Bursa kentinin üçüncü yaş turizmi açısından avantaj ve dezavantajları SWOT Analizi tekniği ile ortaya koyulmaktadır. SWOT Analizi; organize yapıların iç ve dış çevresinin incelenerek mevcut durumunun belirlenmesi, bulgulardan hareketle avantaj ve dezavantajlar ile fırsat ve tehditlerin ortaya koyulması, ileriye yönelik hedeflerin planlanması ve başarı elde etmek için izlenmesi gereken stratejinin oluşturulması amacıyla uygulanan bir tekniktir(Karadeniz ve ark, 2007, s. 197). Analizin gerçekleşmesinde Bursa'da üçüncü yaş turizmi konulu dokümanlar web üzerinden taranmıştır. Ayrıca literatür taramasından da yararlanılmıştır. Elde edilen bilgilerden hareketle üçüncü yaş turizminin Bursa'da gelişimi konusunda yapılması gerekenlere dair değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur.

Üçüncü yaş turizmi, 50 yaş üzerinde olan ve genellikle çalışma yaşamı sona ermiş yani emekli olmuş kişilerin ikamet ettikleri yerden ayrılarak farklı destinasyonlara yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir (Özkan, 2014, s. 1). Turizm sektörünün mevsimsel dalgalanmalarını azaltan ve ölü sezonlarda da pazar oluşumuna katkı sağlayan üçüncü yaş turizmi; yaşlı nüfusun; sosyal ve kültürel aktivitelere katılım, dinlenme ve rahatlama, sosyal etkileşim ve sağlık hizmetleri gibi pek çok talebini karşılamaktadır. Yabancı dil yetersizliği, finansal sorunlar, erişilebilirlik ve ulaşım problemleri, bilgi eksikliği, seyahat ve tur koşulları, ayrımcılık gibi üçüncü yaş turizmini olumsuz yönde etkileyen faktörlerde bulunmaktadır. Ancak aktif yaşlanan, sağlıklı ve mutlu bir topluma sahip olmayı isteyen günümüz devletleri, politikalarını uzun bir yaşam yerine kaliteli ve insan onuruna yakışır bir yaşam hedefiyle şekillendirmektedir. Bunun bir uzantısı olarak özellikle sosyal refah politikaları gelişmiş ülkelerde yaşlı politikaları kapsamında üçüncü yaş turizmi devlet desteği ile yaygınlaşmaktadır. Çalışma kapsamında Bursa açısından üçüncü yaş turizminin güçlü ve zayıf yönlerinin, fırsatlarının ve tehditlerinin tespit edilmesi başarının artırılması için fayda sağlayabilir.

4.1.1. Bursa'nın Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Güçlü Yönleri

- Bursa kuruluşundan günümüze her dönemde, çeşitli kültürlerle ait kültürel mirasa ev sahipliği yapmıştır. Öncelikle Bursa bir Osmanlı başkentidir. Bursa, Osmanlı'nın ilk hastane, ilk darphane, ilk üniversite, ilk çifte hamam ve ilk bedesteninin yapıldığı kenttir. İlk diplomatik zafer Bursa'da kazanılmıştır. Yine ilk ipekçilik okulunun ve orman müzesinin açıldığı, ilk hayvan hastanesinin kurulduğu yer Bursa'dır. Anadolu'da ilk tiyatro Bursa'dadır. İlk şehirlerarası ulaşımın başladığı yer de Bursa'dır (Erer, 2004, s. 189; Kuter, 1998, s.1).

- Bursa; Bizans, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemine ait izlere ve önemli mimari eserlere ev sahipliği etmektedir. Ulu Camii, Emir Sultan Camii ve Türbesi, Yıldırım Külliyesi, Orhangazi Türbesi, Yeşil Medrese, Yeşil Türbe, Tarihi Hanlar, Muradiye Külliyesi, Bursa Kalesi, Osmangazi Türbesi, Cumalıkızık Köyü, Irgandı Köprüsü, Bursa Geruş Sinagogu, Hüdavendigâr Türbesi, Hüdavendigâr Camii ilk akla gelen örneklerdendir. Bursa bu önemli kutsal mirası nedeniyle Evliyalar Şehri olarak anılmaktadır. Türk İslam Eserleri Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Osmanlı Evi Müzesi, Mütareke Evi Müzesi, Atatürk Müzesi, Celal Bayar Müzesi, Bursa Kent Müzesi, Merinos Tekstil Sanayi Müzesi, Karagöz Müzesi ziyaret edilen önemli müzelerdendir(Çetinkaya, 2010, s. 52).
- Coğrafi konumu itibarıyla Bursa pek çok doğal güzele sahiptir. Bursa'nın Marmara Denizi'nin güneyinde 135 km uzunluğunda kıyısı bulunmaktadır. Bursa sınırları içerisinde bulunan Uludağ milli park yanında kayak turizmi ve kış sporları açısından da tercih edilmektedir. Bursa Ovası Bursa'ya yeşil kimliğini vermiştir. İznik Gölü Uluabat (Apolyont) Gölü Bursa'dadır.
- Bursa'da genelde Marmara Denizi'nin ılıman iklimi görülmekle birlikte Uludağ'ın sert iklimini hissedilen bölgelerde bulunmaktadır. Bu çeşitlilik Bursa'da yetişen tarımsal ürünlere de yansımıştır. Şeftali, kestane, zeytin, kiraz, çilek, vişne, armut, ıspanak, soğan, patates, buğday, yulaf, arpa, pirinç öne çıkanlardır.
- Bursa Karagöz ve Hacivat Orta Oyunları ve Bursa Kılıç Kalkan Halk Oyunları, ata sporu olan yağlı güreş, deve oyunu, Uludağ Türkmen oyunu ile de bilinmektedir. Uludağ Marmara Bölgesi'nde öne çıkan kayak ve kış sporu merkezidir.
- Otomotiv ve tekstil sektöründe öne çıkan bir sanayi kenti olan Bursa; ustaları tarafından üretilen bıçakları, çinisi, ipeği, havlusu ve kesesi ile de meşhurdur. Bursa yöresel aromatik bakım ürünleri ve yöresel sabunları ile de pazar payını genişletmektedir.
- Bursa'ya ulaşım karayolu, havayolu ve denizyolu ile sağlanmaktadır. Ulaşım imkânlarının gelişmiş ve çeşitli olması Bursa'ya turizm açısından önemli bir üstünlük sağlamaktadır. Uludağ teleferik seferleri de gelen ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Kent içi ulaşımında ise otobüs, metro, tramvay, dolmuş ve taksi seçenekleri bulunmaktadır.
- Bursa'da uluslararası standartlarda ve kaliteli konaklama tesisi bulmak mümkündür.
- Bursa üniversite hastanesi yanında şehir hastanesine de sahiptir. Pek çok kamu ve özel hastane ve sağlık kuruluşu ile Bursa, Türkiye'nin sağlık hizmetleri açısından gelişmiş şehirleri arasında bulunmaktadır.
- Bursa şifalı sular ve kaplıcalar açısından zengin bir kenttir. Kükürtlü ve Çekirge kaplıcaları kent merkezinde bulunan ünlü kaplıcalardır. Bursa ilçeleri de kaplıca ve ılıcaları ile turistleri çekmektedir. İnegöl, Gemlik, Orhangazi ve Mustafakemalpaşa Bursa'nın ılıca ve kaplıcaları olan ilçeleridir.
- Bursa hamam ve hamam kültürü ile de öne çıkmaktadır. Çekirge Hamamı, Nasuh Paşa Hamamı, Çakırağa Hamamı, İznik 1. Murad Hamamı önemli hamamlardandır.
- Bursa gastronomi turizmi açısından da önemli değerlere sahiptir. Bursa İskender kebabı, İnegöl köftesi, kestane şekeri ülke çapında bilinmektedir. Öte yandan tahinli pide, cevizli lokum, cantık, pideli köfte, üzüm şırası, Kemalpaşa tatlısı da Bursa mutfağının seçkin örnekleri arasındadır.

4.1.2. Bursa'nın Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Zayıf Yönleri

- Bursa sürekli göç alması nedeniyle kalabalıklaşmakta ve mekânsal olarak büyümektedir. Büyük kentlerde yaşanan trafik problemleri ve karmaşa Bursa'da da görülmektedir.
- Çevre kirliliği, gürültü kirliliği ve görüntü kirliliği açısından Bursa'nın çözüm bekleyen önemli sorunları bulunmaktadır.
- Bursa'ya demiryolu ile ulaşım bulunmamaktadır.
- Kent mekânları, binalar ve toplu taşıma araçlarının erişilebilirlik standartlarını sağladığını söylemek güçtür.
- Bursa'nın yeşil alanlarının azalması Yeşil Bursa algısını tahrip etmektedir.
- Bursa'nın turizm kenti imajı, çevresindeki illere ve rakiplerine göre geri planda kalmaktadır(BEBKA, 2021, s. 7).

- Bursa'nın Osmanlı kenti imajı Orta Doğu ülkelerinde karşılık bulamamaktadır(BEBKA, 2021, s. 8).
- Bursa'nın pahalı bir şehir olduğu algısı bulunmaktadır(BEBKA, 2021, s. 7).
- Bursa geleneksel yöresel ürünlerini, turizm açısından yeterince değerlendirememektedir (BEBKA, 2021, s. 9).

4.1.3. Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa'nın Fırsatları

- Üçüncü yaş turizmine artan ilginin Bursa kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin çalışmalarına da yansması ve konuya daha profesyonel yaklaşılması.
- Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin Bursa'nın tanıtımı için daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi. Bu süreçte Bursa'ya özgü üçüncü yaş turistlerin ilgisini çekebilecek Yeşil Türbe, Emir Sultan Camii ve Türbesi, Uludağ ve Teleferik, Tarihi Ulu Çınar, Mütareke Evi Müzesi, Gölyazı, Irgandı Köprüsü, Bursa kaplıcaları, Bursa İskender Kebabı, Kestane Şekeri, Bursa havlusu, Bursa Karagöz ve Hacivat Orta Oyunu, Bursa Kılıç Kalkan Oyunu gibi çok fazla sembolün bulunması.
- Özellikle yerli turistler tarafından ilgi gören Bursa'ya yönelik paket turların çeşitlenmesi iyi bir fırsattır.
- Yabancı turistlere yönelik olarak sağlık hizmetlerinin görece pahalı olduğu ve sağlık alt yapısının yetersiz olduğu ülkelerle ilişkiler ve iletişim güçlendirilerek Bursa üçüncü yaş turizmi geliştirilebilir.
- İstanbul ve Bursa arasındaki yakınlık bir fırsata dönüştürülerek, İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin Bursa'ya da gelmeleri sağlanabilir.
- Üçüncü yaş turizminde sahip olunan manevi miras da destinasyona ilgiyi artırmaktadır. İncil sayısının 4'e indirildiği yer olan İznik'in Hristiyan dünyası için önemi vurgulanarak yabancı turistler; Bursa'nın Evliyalar Şehri kimliğinden yararlanarak yerli turistler ve yabancı Müslüman turistler Bursa seyahatine teşvik edilebilir.
- Bursa müzelerinin sayıca fazla olması Bursa seyahati için ilgiyi artırabilir.
- Bursa'da kaplıca ve termallerin fazla olması üçüncü yaş turistlerin Bursa'yı tercih etmelerini sağlayabilir.
- Dünyaca ünlü Santa Maria armudu, zeytin, sulu şeftali, kestane, çilek, soğan ve ipeğin Bursa'da yetiştirilmesi organik ve sağlıklı yaşam temasıyla öne çıkarılarak üçüncü yaş turistlerin ziyaretlerini artırmak için kullanılabilir.
- Bursa merkez, Uludağ ve termal otellerde kitle turizmine uygun, sahil kesiminde orta ölçekli ve İznik'te butik oteller şeklinde tesisler mevcuttur. Bursa'da konaklama kapasitesinin yeterli, kaliteli ve her bütçeye uygun seçeneklerle mümkün olması paket tur konseptlerini çeşitlendirebilir(BEBKA, 2021, s. 31).

4.1.4. Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa'ya Yönelik Tehditler

- Bursa nüfusunun artması ve kentin büyümesi kentleşme ve çevre sorunlarını çoğaltmaktadır. Bu durum üçüncü yaş turizmini olumsuz yönde etkileyebilir.
- Üçüncü yaş turizmine artan ilgi kurumlar arası iletişim ve koordinasyonu güçleştirebilir.
- İznik'te konaklama tesislerinin sayıca yetersiz olması talebi karşılamada sorunlara neden olabilir(BEBKA, 2021, s. 31).
- Tur otobüsleri için kent merkezinde otobüs park alanları yetersizdir. Keza üçüncü yaş turistler için kent içi toplu taşıma yoğunudur. Bu durum üçüncü yaş turizmini olumsuz yönde etkileyebilir (BEBKA, 2021, s. 31).
- Bursa'da turist rehberlerinin turistleri anlaşılabilir işletmelere yönlendirmesi problemi üçüncü yaş turizmini olumsuz etkileyebilir(BEBKA, 2021, s. 29).
- Bursa'nın mekânsal, yapılaşma ve toplu taşıma araçları açısından evrensel tasarım ve erişilebilirlik standartlarına yönelik eksiklik ve yetersizlikleri bulunmaktadır.
- Üçüncü yaş turizminin Bursa'da gelişimine yönelik olarak strateji ve politikaları saptayabilmek için yaşlı nüfusun özellik, ihtiyaç ve beklentileri konusunda uzman bilgisi ve veri ihtiyacı bulunmaktadır.

- Bursa üçüncü yaş turizmini geliştirebilmek için daha fazla yatırım yapılması ve sürdürülebilir politikaların tercih edilmesi gerekmektedir.

4.2. Yerel Yönetimler ve Bursa’da Üçüncü Yaş Turizmi

Küreselleşme ve yeni kamu yönetimi anlayışı yerel yönetimlerin görev, yetki ve sorumluluk alanlarını genişletmektedir. Birçok ülke gibi Türkiye’de de mevzuat ve uygulamalarla yerel yönetimlerin daha aktif olduğu bir süreç yaşanmaktadır. Yöre halkının; barınma, ulaşım, temel alt yapı, sağlıklı ve temiz çevre, içme ve kullanma suyu gibi temel yerel ihtiyaçları yanında eğitim, sosyal yardım ve destek, kültür ve eğlence gibi gereksinimleri de yerel yönetimlerce karşılanmaktadır. Bu süreçte yerel yöneticilerin aldığı kararlar, kentin fiziki yapısı ve kent fonksiyonlarında değişikliklere neden olabilmektedir (Sezik, 2019, s. 705).

Kentin ölçülebilir ekonomik, kültürel ve sosyal değer kazanması onu küresel rekabette tercih edilen bir noktaya taşımaktadır. Böylelikle daha fazla yatırım, daha fazla beşeri sermaye, daha fazla turist kente gelecek ve kentin kalkınması kolaylaşacaktır. Yerel kalkınma, bölgenin kalkınması için de yarar sağlamaktadır. Bu noktada ürün markalaşma stratejileri kente uyarlamaktadırlar (Peker, 2006, s. 21). Kentin öncelikleri ve hizmetleri konusunda çok daha etkin bir rol üstlenen yerel yönetimler, kentin markalaşması konusunda da daha aktif bir rol almalıdır. Alınması gereken kararlar ve tedbirler, uygulamaya konularak düzenlemeler yerel yönetimlerin etkin katılımıyla belirlenecektir (Özden ve ark., 2021, s. 1006).

Günümüz dünyasında turizm, ekonomik faaliyetlerin gelişmekte olan en büyük ve dinamik sektörlerindendir (Akın ve Kamışlı, 2009, s. 17). Turizm türleri içerisinde nüfusun yaşlanması ve yaşlı nüfusun sosyoekonomik yönden farklılaşmasıyla birlikte üçüncü yaş turizmi önem kazanmaktadır. Bu pazardan pay almak isteyen ve üçüncü yaş turizm potansiyeli için uygun özellikleri bulunan destinasyonlar gelişme ve markalaşma stratejilerinde bu özelliklerine vurgu yapmaktadır. Yerel yönetimler de başarının artırılmasında aktif rol almaktadır.

Bursa Valiliği ile işbirliği içerisinde Bursa Büyükşehir Belediyesi başta olmak üzere Bursa ilçe belediyeleri üçüncü yaş turizmini geliştirmeye yönelik çalışmalarını yoğunlaştırmıştır. Türkiye’de ilk kez 2015 yılında Bursa’da düzenlenen Yaşlı Dostu Kentler Sempozyumu’na katılım yüksek olmuş, 14 şehirde devam eden Yaşlı Dostu Şehir çalışmaları değerlendirilmiştir (Kozak ve ark., 2019, s.100). 2021 yılında Bursa Büyükşehir Belediyesi girişimi ile Türkçe, İngilizce ve Korece dillerinde içeriğe sahip Bursa Turizm Portalı’nı (<https://www.bursa.com.tr>) devreye sokmuştur. İlerleyen süreçte Arapça dili de portala eklenmiştir. Portalda şu konularda bilgi tek bir platform üzerinden paylaşılmaktadır (Bursa Büyükşehir Belediyesi, 2021).

- Bursa gezi notları
- Bursa müzeleri
- Festivaller ve kültürel etkinlikler
- Bursa tarihi mekânları
- Bursa doğal güzellikleri
- Bursa termalleri
- Bursa yerel lezzetleri ve lezzet durakları
- Bursa geleneksel el sanatları,
- Bursa kültür merkezleri,
- Bursa sinema ve tiyatro salonları

2022 yılında Bursa Büyükşehir Belediyesi çabası ile edinilen Bursa’nın Türk Dünyası Kültür Başkenti unvanı alması kente gelen yerli ve yabancı turist sayısını artırmıştır. Bursa Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde 25-26 Nisan 2023’te Bursa’da Medeniyet ve İnanç Tarihi Sempozyumu -1 düzenlenmiş ve konu başlıklarından biri de inanç turizmi olarak belirlenmiştir. Bursa’da yerel yönetimler desteği ile üçüncü yaş turizmini artırmaya yönelik daha pek çok proje devam etmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Nüfusun yaşlanması ve yaşlı nüfusun sosyoekonomik yönden farklılaşmasıyla birlikte üçüncü yaş turizmi turizm sektörü içerisindeki önemini artırmaktadır. Bu durum turizm potansiyelini rekabet

üstünlüğü sağlamak için kullanmak isteyen her ülke gibi Türkiye'yi de etkilemektedir. Gerek yabancı gerekse de yerli turistleri ülkeye çekebilmek için kamu kesimi, özel sektör ve sivil toplum işbirliği içerisinde faaliyetlerini çoğaltmaktadır. Uluslararası ve ulusal platformda konuya daha profesyonel yaklaşılmaktadır.

Dünyanın en hızlı gelişen kentleri arasında yer alan Bursa, coğrafi konumu, verimli ovası, doğal güzellikleri, yoğun flora ve biyoçeşitliliği, zengin orman alanları, tarihi değerleri, termal kaynakları ve gelişen sanayisi ile büyük bir turistik potansiyele sahiptir. Bursa'nın sahip olduğu bu nitelikler üçüncü yaş turizmi açısından da Bursa'ya önemli üstünlükler sunmaktadır.. Bursa'nın tanıtımı konusunda yürütülen çalışmalar, çeşitlenen paket turlar da Bursa üçüncü yaş turizminin yükselmesinde etkili olmuştur. Merkezi yönetim, yerel yönetimler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri ve işbirliği de Bursa üçüncü yaş turizminin gelişmesine katkı sunmuştur.

Çalışma kapsamında yapılan SWOT Analizi ile Bursa'nın üçüncü yaş turizmi açısından güçlü yönleri; doğal güzellikleri, iklimi, sağlık alt yapısı, sahip olunan tarihi, kültürel ve manevi mirası, kaplıca ve termalleri, konaklama tesislerinin çeşitliliği, zengin mutfak, organik ürünleri ve ulaşım kolaylığı şeklinde sıralanmıştır. Zayıf yönleri ise Bursa'nın kalabalıklaşması ve büyümesine bağlı olarak yaşanan kent ve çevre sorunları, erişilebilirlik problemleri, tanıtım eksiklikleri ve pahalı bir şehir olarak algılanması olarak saptanmıştır. Fırsat ve tehditler de bu minvalde şekillenmiştir. Bu noktada yerel yönetimler nezdinde yapılabilecekler şöyle sıralanabilir;

- Üçüncü yaş yerli ve yabancı turistlerin seyahatten beklentilerinin belirlenmesi ve bu beklentiler doğrultusunda düzenlemeler yapılması faydalı olacaktır.
- Üçüncü yaş turizmine yönelik tanıtım ve pazarlama çalışmaları, yerel özellikleri en iyi bilen yerel yönetimlerce diğer kurumlarla koordineli olarak yürütülmeli ve çeşitlendirilmelidir.
- Üçüncü yaş turizmini olumsuz yönde etkileyen turistleri anlaşmalı işletmelere yönlendirme yada tarife üstü ücretlendirme şeklindeki uygulamaları engelleyecek denetimler yapılmalı ve ek tedbirler alınmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmine yönelik işletme ve tesislerin sağlık, ilk yardım ve güvenlik konusundaki bilgi ve farkındalık düzeylerini yükseltici eğitimler düzenlenmelidir.
- Erişilebilirlik ve evrensel tasarım standartlarına ulaşılması için faaliyetler hızlandırılmalıdır.
- Kent merkezinde tur otobüslerinin otopark alanları çoğaltılmalıdır.
- Üçüncü yaş turizmine yönelik veri tabanı oluşturulmalı ve kamuoyu ile paylaşılmalıdır.
- Yerel yönetimler üçüncü yaş turizmini yaşlılara yönelik yaşam kalitesini yükselten bir sosyal politika olarak değerlendirmeli ve mali imkânları nispetinde finanse etmelidir. Yerli turistlerin bölgeye gelmesi için diğer yerel yönetimlerle işbirliğine gidilmeli, Bursa'da ikamet edenlerinde işbirliği yapılan yerel yönetim bölgelerine ücretsiz yada düşük ücretle gitmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKIN, G. (2006), Gerontoloji Her Yönüyle Yaşlılık, Ankara, Palme Yayıncılık.
- AKIN, F. ve KAMIŞLI, M. (2009), “Yükselen Ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm Sektörünün Ekonomik Kalkınmaya Etkileri : Türk Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme”, Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 16, ss.16-29.
- ALBAYRAK, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- ARICI, F. (2019), “Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizm Potansiyeli ve Kaynak Kullanımı”, Doğu Coğrafya Dergisi, 24(42), ss. 123-138.
- AYDEMİR, B. ve KILIÇ, N. “Dünyada ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), ss. 1-11. <http://www.yyusbedergisi.com/dergi/dunyada-ve-turkiyede-ucuncu-yas-turizmi20171228111128.pdf> , Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- BAHAR, O. ve BOZKURT, K. (2010), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), ss. 255-265.
- BARAN, A.G., (2005), Yaşlı ve Aile İlişkileri Ankara Örneği, Ankara, Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.

- BERKÜN, S. (2020), “Yaşlılara Yönelik Yerel Sosyal Politikalar ve Yerel Yönetimlerin Yapabilecekleri”, Sosyal Bilimlere Multidisipliner Bakış, Ed: BERKÜN, S., Ankara, İksad Publications.
- BEBKA, (2021), Bursa Turizm, Tanıtım ve Marka Stratejisi Yol Haritası, <https://bebka.org.tr/wp-content/uploads/2022/12/Bursa-Tanitim-Marka-Iletisim-Stratejisi.pdf> , Erişim tarihi: 17.02.2022.
- Bursa Büyükşehir Belediyesi, (2019), Bursa’nın Turizm Portalı Yayında, <https://www.bursa.bel.tr/haber/bursanin-turizm-portali-yayinda-29891> , Erişim tarihi: 17.02.2022.
- Bursa Turizm ve Tanıtma Birliği (2023), Bursa Turizmine Türk Dünyası Dopingi, <https://bursatanitim.gov.tr/bursa-turizmine-turk-dunyasi-dopingi/#:~:text=Turist%20say%C4%B1s%C4%B1%20artt%C4%B1&text=Bursa'da%202021%20y%C4%B1l%C4%B1nda%20konaklayan,de%20y%C3%BCzde%2046%2C21%20artt%C4%B1> . Erişim tarihi: 17.02.2022.
- CENGİZ, F. ve KANTARCI, K. (2013), “Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi”, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 5(2), ss. 29-35.
- ÇETİNKAYA, T. (2010), Sağlık Turizmi Açısından Bursa İlinin Pazarlanabilirliği Konusunda Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- ÇİFTÇİ, E. Z. (2021), ” 50 Yaş ve Üstü Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonu ve Seyahat Karakteristiği”, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(2), ss. 305-326.
- ERER, S. (2004), “Türkiye Klinikleri”, J Med Ethics Dergisi, 12(3) ss. 189-195.
- ERKEN, K. – ATANUR, G. ve TANRIÖVER, A. A. (2019), “Bursa Florasında Doğal Turizm Potansiyeli”, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 20(1), ss. 92-101.
- GÖKÇE, B. (2013), Türkiye’nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar, Ankara: Savaş Yayınevi.
- KARADENİZ, E. - KANDIR, Y. S. ve ÖNAL, B. Y. (2007), “Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18 (2), ss. 195-205.
- KILIÇLAR, A. – AYSEN, A. ve KÜÇÜKERGİN, F. (2017), “Demografik Değişimlerin Turizm Türleri Üzerindeki Belirleyici Etkisi: Üçüncü Yaş Turizmi”, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 2, ss. 80-100.
- KPMG, (2022) Turizm Sektörel Bakış 2022, <https://kpmg.com/tr/tr/home/gorusler/2022/10/turizm-sektorel-bakis.html> Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- KOZAK, A. M. - ACAR, D. ve ÇİFTÇİ, Z. E. (2019). “Üçüncü Yaş Turizminin Geliştirilmesinde Yaşlı Dostu Şehir (YDŞ) Teması”, Turizm Akademik Dergisi, 6 (2), ss. 99-114.
- KÖSE, B. Ç. (2015), Turizm Perspektifinde Deneyimsel Pazarlamanın Davranışsal Niyetler ve Tatmin Üzerindeki Etkisi: Üçüncü Yaş Grubu Turistler Üzerinde Bir Araştırma, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- KUTER, Murat (2008), Bursa’dan İlkler, Bursa, Kuter Yayıncılık.
- LASLETT, P. (1991), A Fresh Map of Life, The Emergence of the Third Age, London: Weidenfeld and Nicholson.
- MANDIRALIOĞLU, A. (2010), “Dünya ve Türkiye’de Yaşlıların Demografik Özellikleri”, Ege Tıp Dergisi, 49(3), ss.39-45.
- MARANGOZ, M. (2000), “Geleceğin Pazar Yapılarındaki Değişim ve Yaşlı Tüketiciler Pazarı”, Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, 15(1), ss. 35-47.
- MIDDLETON, V. (1990), Marketing in Travel and Tourism, New Delhi, Butterworth –Heinemann.

- ÖZKAN, A. (2014), Bir Modern İşletme Yaklaşımı Olarak Dünya Sağlık ve Üçüncü Yaş Turizmi İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Rolü: Bolu Karacasu Örneği. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ÖZDEN, M.- KANTAR, G. ve Çınar, S. (2021), “Kentsel Markalaşma Sürecinde Yerel Yönetimlerin Önemi”, Journal of Yasar University, 16(62), ss. 1005-1021
- PEKER, A. E. (2006), Kentin Markalaşma Sürecinde Çağdaş Sanat Müzelerinin Rolü: Kent Markalaşması Ve Küresel Landmark, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- SERT, A. N. (2019), “Üçüncü Yaş Yerli Turistlerin Seyahat Kısıtları ve Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (42), ss: 200-211.
- SELLİCK, M. K. (2004). “Discovery, Connection, Nostalgia: Key Travel Motives Within the Senior Market”, Journal of Travel & Tourism Marketing, 17(1), pp. 55-71.
- SENGİR, Ü. (1994), “Üçüncü Yaş Turizmi ve Alınacak Sağlık Tedbirlerinin Bu Turizm Üzerindeki Etkileri”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- SEZİK, M. (2019), “Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Yaşanabilir Kent Oluşturma Politikaları”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(2), ss. 703-716.
- TC Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019), On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf , Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2017), Türkiye Turizm Stratejisi 2023: Eylem Planı 2007-2023, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023) Turizm İstatistikleri, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020) Turizm İstatistikleri, <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0>, Erişim Tarihi: 05.08.2023.
- TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2022), 973 İlçeye Ait Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması <https://www.sanayi.gov.tr/merkez-birimi/b94224510b7b/sege> , Erişim Tarihi: 07.08.2023.
- TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2017), 81 İl İçin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmaları, <https://www.sanayi.gov.tr/merkez-birimi/b94224510b7b/sege>, Erişim Tarihi: 07.08.2023.
- TUFAN, İ. – KÖSE, T. M. ve AYAN, F. S. (2017), “Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1), ss. 29-36.
- TÜİK, (2023), Turizm İstatistikleri, I. Çeyrek: Ocak - Mart, 2023, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tourism-Statistics-Quarter-II:-April-June,-2023-49603>, Erişim Tarihi: 07.08.2023.
- YILDIRIM, S. (1997), “Üçüncü Yaş Turizmi ve Bunun Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”, Atlatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 8,(1 – 2), ss. 77-81.
- UNITED NATIONS (2015), “World Population Ageing 2015”, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, Erişim Adresi: https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf Erişim tarihi: 17.02.2022.
- USHAŞ, (2018), <https://www.ushas.com.tr/kurulus-kanunu/>, Erişim tarihi: 17.02.2022.
- UYANIK, Y (2017), “Yaşlılık, Yaşlanan Nüfus ve Sosyal Politika”, İş ve Hayat Dergisi, ss. 67-100. Erişim Adresi:

http://www.sekeris.org.tr/dergi/multimedia/dergi/79_yaslilik_yaslanan_nufus_ve_sosyal_politika.pdf Erişim tarihi: 17.02.2022.

YILDIRIM, S. (1997), “Üçüncü Yaş Turizmi ve Bunun Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 8(1 – 2), ss. 77-81.

Research Article

Üçüncü Yaş Turizmi Açısından Bursa Ve Yerel Yönetimler Boyutunda Yapılabilecekler

The Actions That Can Be Taken For Bursa And Local Governments With Regards To Third Age Tourism

Sanem BERKÜN

Doç. Dr. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

sanem.berkun@bilecik.edu.tr

<https://orcid.org/orcid.org/0000-0002-9254-1669>

Extensive Summary

Average life expectancy increase day by day due to the increase in life standards and prosperity, technological developments being used in health services and the augmentation in people's level of knowledge about healthy life. On the other hand, the fertility rate decreases worldwide. This leads to the ageing of the population. This demographic change many developed countries faced earlier initiated the process that affects today's societies and obliged the governments to increase and diversify the policies aimed at the elders. With the opportunities presented by the technology and the stage the humanitarian values have reached, new developments are experienced where the negative perspectives towards age are left. Developing social policies where the old population is regarded as one of the social values and the social inclusion is ensured is amongst the new common goals of both developed and developing countries. Within this scope, active ageing policies are produced and active ageing strategies are enhanced. Third age tourism is promoted as a result of these policies. Bu kapsamda aktif yaşlanma politikaları üretilmekte ve aktif yaşlanma stratejileri geliştirilmektedir..

The ever increasing life standards increased the desires, demands and expectations of the elders like every segment of society. The third age tourism is the reflection of the desires, demands and expectations of the old population. Third age tourism expresses the travels of a specific group which is composed of people generally aged 50 and above to the locations where they go out of the places they reside and meet their needs has gained a momentum in the recent years. The change in the value system of the old population has been effective within this period. Today, the elders in developed countries can get a nice pension, liquidate their actives, gain rental income from their premises and live a comfortable life with the regulations made for the elders to age actively. On the other hand, the elders today are less willing to leave a legacy to their offsprings compared to the past. The elders with independent income are inclined to buy luxury consumer goods and to go on excursions, journeys and entertainment.

Many factors such as the disappearance of time limits, income level, the interest in social and cultural activities, the desire to rest and relax, the will to escape, the search for novelty, social interaction, the search for physical exercise opportunities, health, nostalgia, friend and family visits can motivate the old individuals to travel. The increase in the education level of the old individuals also detract them from a passive life. Likewise, the participants of the third age tourism show interest in cultural, historical and natural touristic destinations which do not require many activities compatible with their age and consciousness level. The availability of the climate conditions, the prevalence of the healthcare organizations found in the area and the service quality, accessibility and the costs are prominent among the important determinants in travel plans. Third age tourists gather information by themselves first

while determining the location they are going to travel and the travel type and they compare this information with the ones on the net. Family, relatives, friends and neighbours' point of views and experiences affect the decision making process within this period. the third age tourists who expect everything they need to be ready and prepared during their journeys generally prefer the package tours. There are also socio-cultural and economic reasons preventing the third age tourists from travelling. Lack of foreign languages, financial problems, accessibility and transportation problems, lack of information, the conditions of journey and the tour, travel insurances, health service and emergency entailments, the deficiencies in the products, services and facilities prepared compatible with the expectations of the third age tourists, discrimination and unattractive travel offers are amongst these reasons. When considered from the point of tourism sector, it is desired and supported to keep the market alive and programmed and to have the tourist potential during the whole year. The elder tourists with no time limit can join the touristic journeys during the off peak period expressed as off season and hence activate the sector. Since the travel agents get a lower price for the accomodation during the off season, they can reflect this to their customers. Thus, they can get rid of the negative effects if the seasonal fluctuations.

Globalisation and new public administration understanding extend the areas of assignment, authority and responsibility of the local administrations. A process where local administrations are more active is experienced in Turkey with the legislations and practices just like many countries. Besides the basic local needs like the accomodation, transportation, basic infrastructure, healthy and clean environment, drinking and utility water also the the needs for education, social help and support, culture and entertainment are met by the local administrations. During this process, the decisions taken by the local administrators might cause changes in the physical structure and functions of the city. Measurable economic, cultural and social increase in value of the city brings it to a favoured point in global competition. Thus, more investment, more human capital, more tourist will come to the city and the development of the city will become easier. Local development also provides benefits for the region to develop. At this point, product branding strategies are adapted to the cities. Local authorities playing a more effective role for the priorities and the services of the city also play a more active role in branding of the city. The decisions and precautions to be taken and the regulations to be out into practice are designated with the active involvement of the local administrations. In today's world, tourism is the biggest and dynamic sectors developing among the economic activities. Among the tourism types, third age tourism gain importance with the ageing of the population and the socioeconomic differentiation of the old population. The destinations with the desire to have a share from this market and have the appropriate qualities for the third age tourism potential emphasize these qualities they have for the development and branding strategies under the guidance of local administrations

Turkey is a country with a high tourism potential with both its natural beauties, historical inheritances and its location connection Asian and European continents. On the other hand, tourism facilities show its influence on the world economy more and more and this situation is reflected in Turkish tourism investments. Bursa which is among the fastest developing cities in the world has a big touristic potential with its geographical position, fertile lowland, natural beauties, intense flora and biodiversity, rich forest areas, historical values, thermal sources and developing industry. These qualities Bursa has also provide the city great supremacies for the third age tourism. The promotional activities conducted for Bursa became effective in the increase of third age tourism. The facilities of the central administration, local administrations, private sector and nongovernmental organisations and cooperations contributed in the development of third age tourism sector.

In cooperation with Bursa governorship, Bursa metropolitan municipality being in the first place and Bursa district municipalities intensified their actions toward developing third age tourism. In 2015, Age friendly Cities Symposium held in Bursa for the first time in Turkey with a high attendance rate and the ongoing Age Friendly Cities operations in 14 cities were evaluated. With the initiatives of Bursa Metropolitan Municipality initiation in 2021, Bursa Tourism Portal (<https://www.bursa.com.tr>) was activated with Turkish, English and Korean language content. On the advancing process, Arabic language was also added. Bursa, receiving the title of Cultural Capital of the Turkish World in 2022 with the efforts of Bursa Metropolitan Municipality had an increased number of local and foreign tourists coming to the city. Under the leadership of Bursa Metropolitan Municipality, History of

Civilization and Belief symposium -1 was organised on 25-26th of April and one of the titles was designated as belief tourism. Many other projects are proceeding with the support of local administrations intended at increasing the third age tourism.

With the SWOT Analysis done within the context of the study, the strengths of Bursa in terms of third age tourism are aligned as natural beauties, climate, health infrastructure, history owned, cultural and moral heritage, hot springs and thermals, the diversity of accomodation facilities, rich cuisine, organic products and easy transportation. On the other hand, the weaknesses are determined as the city and environment problems faced regarding the growth and the increasing population of Bursa, accessibility problems, deficiencies in promotion and an expensive city perception. Opportunities and threats are shaped within this direction. At this point, the actions that can be taken by the local authorities can be sorted as;

- It would be beneficial to determine the expectations of the local and foreign third age tourists and make arrangements in accordance with these arrangements.
- The promotion and marketing exercises should be carried on and varied by local administrations which have the best knowledge of localism in coordination with other institutions.
- Inspections should be carried out and measures should be taken to restrain redirecting the tourists to contractual plants and extra charges more than the tariff price.
- Trainings on health, first aid and security should be organised to increase the knowledge and awareness of the plants and facilities oriented at third age tourism.
- Facilities should be accelerated to reach the accessibility and universal design standards.
- Parking lots in the city center for the tour buses should be increased.
- A data base regarding third age tourism should be created and this should be shared with the public opinion.
- Local administrations should interpret third age tourism as a social policy aimed at elders increasing the quality of life and it should be financed at the rate of their financial means. Cooperations with local authorities should be organised to attract local tourists to the area and the ones residing in Bursa should be assured to visit local administration districts which cooperated.