



Türkiye ve Güney Avrupa Ülkelerindeki Hostellerin Karşılaştırmalı Analizi¹

Çiğdem Özkan², Neslihan Kan Sönmez³

Öz

Hosteller, dünya çapında gençlik turizminin büyümesiyle ilişkilendirilen düşük maliyetli bir endüstri segmentidir. Avrupa, Amerika ve dünyanın diğer ülkelerindeki popüler turistik destinasyonlarda hostellerin sıklıkla bulunduğunu söylemek mümkündür. Hosteller paylaşımlı bir odada birkaç yatak veya ranza bulunan, paylaşımlı banyo, çamaşırhane ve mutfak bulunan odalardan oluşan, öğrenci yurtlarıyla büyük ölçüde benzerlik gösteren ekonomik konaklama türüdür. Hostellerde çoğunlukla düşük seyahat bütçeleri ve daha esnek seyahat planları olan genç, bağımsız uluslararası turistler, kendi yaşlarındaki insanlarla sosyalleşmeyi amaçlar. Küresel ölçekte birçok şehirde yaygın olarak faaliyet gösteren hostellerin Türkiye’de sınırlı sayıda olması, bu konaklama türüne ilişkin arzın ve sektörel gelişimin incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Akdeniz havzasında yer alan ülkelerdeki hostel sayılarını Türkiye’deki hostel sayısı ile karşılaştırarak bir durum analizi yapmaktır. Mevcut veriler Fransa’da 330, İtalya’da 449, İngiltere’de 270, İspanya’da 1395, Avusturya’da 135 ve Türkiye’de 112 hostelin faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır. Türkiye’de hosteller için yasal bir sınıflandırma bulunmamasıyla birlikte, uluslararası rezervasyon platformlarında (örneğin, Booking.com, TripAdvisor) resmi statüsü pansiyon veya yurt olan işletmeler kendilerini hostel adı altında tanımlamaktadır. Bu doğrultuda Türkiye’de hostellerin standartlaşmamış bir yapı arz ettiğini söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Hostel, karşılaştırmalı turizm analizi, Türkiye.

Comparative Analysis of Hostels in Turkey and Southern European Countries

Abstract

Hostels are a low-cost industry segment associated with the growth of youth tourism worldwide. It is possible to say that hostels are frequently found in popular tourist destinations in Europe, America and other countries of the world. Hostels are a type of economic accommodation that is largely similar to student dormitories, consisting of rooms with several beds or bunk beds in a shared room, shared bathroom, laundry and kitchen. The limited number of hostels in Turkey, which are widespread in many cities on a global scale, necessitates the examination of the supply and sectoral development of this type of accommodation. The aim of this study is to conduct a situation analysis by comparing the number of hostels in the countries located in the Mediterranean basin with the number of hostels in Türkiye. The available data show that there are 330 hostels operating in France, 449 in Italy, 270 in the UK, 1395 in Spain, 135 in Austria and 112 in Türkiye. Although there is no legal classification for hostels in Türkiye, businesses with official status as hostels or dormitories on international booking platforms (e.g. Booking.com, TripAdvisor) define themselves as hostels. Accordingly, it is possible to say that hostels in Turkey have a non-standardized structure.

Keywords: Hostels, comparative tourism analysis, Turkey.

Makale Geçmişi

Geliş: 22/06/2025

Kabul:...29/06/2025

Yayın:...30/06/2025

¹ Bu makale, yazarlar tarafından Middle East International Conference on Contemporary Scientific Studies-VII (2022) kapsamında sunulan bildiriden geliştirilmiştir.

² Doç.Dr. Çiğdem Özkan Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/Ayvacak Meslek Yüksekokulu/Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü/Turist Rehberliği Pr., Çanakkale/Türkiye, cigdemozkan@comu.edu.tr, 0000-0002-9823-4117.

³ Doç.Dr. Neslihan KAN SÖNMEZ Harran Üniversitesi/Turizm Fakültesi/ Rekreasyon Yönetimi Bölümü/Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Şanlıurfa/Türkiye, neslihankan@harran.edu.tr, 0000-0001-6198-8129.

Makale Türü Araştırma Makalesi

Önerilen Atf Özkan Ç. & Kan Sönmez N. (2025). Türkiye ve Güney Avrupa Ülkelerindeki Hostellerin Karşılaştırmalı Analizi. *Uluslararası Disiplinlerarası Mükemmellik Arayışı Dergisi (UDMAD)*, 5 (1),

Giriş

1980'lerde yeni bir ekonomik konaklama türü olarak doğan, daha esnek seyahat planları olan genç, bağımsız uluslararası turistlerin en önemli konaklama seçeneği olarak hostellerin rekabet gücü turizmin gelişmesi için kritik öneme sahiptir. Yeni yerler görme, dinlenme, eğlenme ve rekreasyonel faaliyetlere katılma isteği, insanların temel sosyal ve psikolojik ihtiyacı haline gelmiştir. Dünya nüfusunun artışına paralel olarak tatil amaçlı seyahat edenlerin sayısında da ciddi bir artış yaşanmaktadır. Bu nedenle ülkeler konaklama işletmelerinin sayısını artırmaya çalışırken, mevcut yapı ve tesisleri turizm amaçlı kullanma eğilimindedirler. Günümüzde Avrupa ve Amerika'da Airbnb aracılığıyla konutunu veya odasını turistlere geçici süreli olarak kiralayan çok sayıda insan bulunmaktadır. Benzer şekilde kamu kuruluşları da belirli dönemlerde sahip oldukları işletmeleri turizm amaçlı kullanabilmektedirler. Bu konaklama tesislerine hostel adı verilmektedir. Hosteller, paylaşımlı yatakhaneler ve özel odalar gibi farklı konaklama alternatifleri sunmaktadır. Hosteller, otele kıyasla daha gayriresmi ve macera odaklı olup, daha genç bir gezgin kesimini çekmektedir. Genel olarak bir hostel, misafirlerine sosyalleşmeleri ve farklı kültürlerden yeni insanlarla tanışmaları için daha fazla ve daha iyi fırsatlar sunmaktadır. Ortak alanlar veya yatakhaneler göz önüne alındığında, hosteller homojen değildir. Bu tür konaklama yerlerinde en yaygın olarak ele alınan müşteri tipi sırt çantalı gezgindir (Abrantes, 2014; Brochado & Gameiro, 2013). Bu çalışmanın amacı Avrupa, Amerika ve dünyanın diğer ülkelerindeki popüler turistik destinasyonlarda yaygın olarak kullanılan hostelleri Türkiye ile karşılaştırmalı olarak analiz etmek ve öneriler geliştirmektir.

Literatür Taraması

Hosteller ilk olarak 1912 yılında Almanya, Altena'da dünyayı keşfetmek isteyen gençler için ucuz konaklama seçenekleri olarak ortaya çıkmıştır (Gahramanow, 2019; Tavares & Fraiz Brea, 2017). Kısa bir süre sonra, genç gezginlere ev sahipliği yapabilecek, kültürler arası anlayışı teşvik edebilecek ve tarihi mirası ve çevreyi koruyabilecek bir konaklama yeri fikri hızla kabul görmüş ve Almanya geneline yayılmıştır (Dealcides & Bahls 2018; Heath & Schirrmann, 1962). Zaman içerisinde hostelleri denetleyebilecek, misafirlere kalite sağlayabilecek bir dernek oluşturma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Böylelikle Uluslararası Gençlik Hostelleri Federasyonu'na dönüşecek olan "Alman Hostelleri Merkez Komitesi" kurulmuştur. Günümüzde Hostelling International olarak adlandırılmaktadır (Dealcides & Bahls 2018). Artık Avrupa, Amerika ve dünyanın diğer ülkelerindeki popüler turistik destinasyonlarda hostellerin sıklıkla bulunduğunu söylemek mümkündür (Gahramanow, 2019; Tavares & Fraiz Brea, 2017). Abrantes (2014), Brochado & Gameiro (2013) hostellerin konaklama sektörü içerisinde yer aldığını, ancak otel endüstrisi içerisinde olmadığını belirtmektedirler. Hostellerin kendi felsefeleri, misyonları, fiziksel özellikleri ve farklılaştırılmış hizmetleri olan benzersiz konaklama yerleri olduğu ifade edilmektedir (Dealcides ve Bahls 2018; Giarretta, 2003). Tavares & Fraiz Brea'ya (2017) göre hosteller, otellerden daha gayriresmî ve macera odaklıdır, çünkü diğer kültürlerden insanlarla daha iyi sosyalleşmeye izin verirler. Ev sahibi ile ev sahibi arasındaki yakın ilişki, bu tür endüstrinin temellerinden biri olan misafirperverliğin özünü daha fazla ortaya çıkarır. Bu özelliklerinden göre, hostellerin daha geniş bir hedef kitleye sahip olduğu (Abrantes, 2014) ekonomik öneminin büyük olduğu belirtilmektedir (Dealcides & Bahls, 2018).

Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmeliğe göre Türkiye'de hosteller; gençlik turizmine cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan en az on odalı tesisler olup şu asgari nitelikleri taşırlar: a) Resepsiyon, vestiyer, emanet kasa, bagaj yeri ve bekleme yerinden oluşan giriş holü, b) Kapasiteye uygun oturma salonu, c) Yatak odaları ile bağlantılı sorumlu kişi odası, d) Yönetici odası, e) Lokanta veya kafeterya hizmeti verilmesi veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan yeterli teçhizatlı mutfak, yemek salonu, f) Müşterilerin kendi imkanlarıyla eğlenmelerini sağlayabilecek düzenleme, g) Kız ve erkekler için ayrı bölümler halinde kişi başına en az dört

metrekare alan sağlanmış en fazla sekiz kişilik odalar ve en fazla sekiz yatağa bir banyo, h) İlk yardım, emanet ve telefon hizmetleri, i) Çamaşır yıkama, ütüleme ve kurutma imkanı sağlayan mahaller, j) Genel depo ve spor malzemeleri odası, k) İşletme aşamasında ulusal federasyonca belirlenen kurallara uygun olarak işletme faaliyeti göstermek (www.mevzuat.gov.tr). Zengin ve Demirkol'un (2015) tanımına göre hosteller gençlik turizmine cevap verebilen, ikram hizmeti veren veya misafirin kendi yemeklerini hazırlama imkânına sahip olduğu, en az on odası bulunan tesislerdir. Koçhan'a (2015) göre hosteller düşük bütçeli seyahat eden, sırt çantalı gezginler ve öğrenciler için ucuz konaklama imkânı sunan, en az on odası bulunan konaklama yeridir. Pramudita'ya (2018) göre ise hosteller bir odadan ziyade tek yatak sunan ve böylece bir odada birkaç tanımadığınız kişinin bulunma olasılığı olan bir konaklama yeridir. Hosteller han ve öğrenci yurdu anlamına da gelmektedir. Çeşitli öğretmenler liderliğindeki, farklı amaçlarla seyahat eden öğrencilerin kaldığı tesislere yurt denirken, diğer grupların konakladığı yerler ise han olarak tanımlanmaktadır. Bu konaklama türünde öğrenci yurtları kabul edilmediğinden Türkiye'de hostel bulunmamaktadır (Doğanay, 2001). Resmi sayıya göre Türkiye'de hostel bulunmamaktadır. Bazı pansiyonlar, apart oteller, personel odaları ve konutlar uluslararası rezervasyon sitelerinde kiralanabilmektedir. Bu nedenle Türkiye turizm otoriteleri hostelleri resmi hale getirmelidir.

Literatürde hostelleri ele alan araştırmalar mevcuttur. Volante (2011) araştırmasında, hostellerdeki misafirlerin çoğunlukla genç olduğunu, ancak müşterilerin %5'inin 40 yaşın üzerinde olduğunu belirlemiştir. Araştırma bulgularına göre misafirler genellikle yüksek öğrenim görmüşlerdir ve çoğunlukla turizm ve eğitim amaçlı seyahat ederler, öte yandan hostel misafirlerinin yaklaşık %5'i iş amaçlı seyahat etmektedir. Hostel misafirleri bilgiyi internetten ararlar ve seçimlerini en çok etkileyen faktörler gecelik ortalama fiyat ve konumdur. Gahramanov & Türkay (2019) tarafından yürütülen araştırmada internet erişimi, fiyat, hijyen, banyo olanakları ve konumun hostellere olan talep açısından önemli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca İstanbul'da bulunan hosteller açısından durgun bir rekabet ortamı algısına rağmen, dünya genelinde hostel işletmeciliği alanında faaliyet gösteren zincir işletmelerin büyüdüğü ve bu alandaki kalitenin artması nedeniyle diğer konaklama alternatifleriyle rekabete hazırlandığı tespit edilmiştir. Oğuz'un (2015) hostellere ilişkin algıları belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, katılımcıların hostelleri şehir merkezinde sosyalleşme imkânı sunan, uygun fiyatlı ve güvenilir yerler olarak algıladıkları saptanmıştır. Brochado & Gameiro (2013) tarafından Portekiz Lizbon'da yürütülen araştırmada, yönetim ekibi, konum, temizlik ve atmosfer ve internet hizmetlerinin hostellerin başarısındaki belirleyici faktörler olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca cinsiyeti kadın olan ve ileri yaş grubundaki misafirler için gizliliğin önemli bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Timothy & Teye (2009) ise araştırmasında hostellerin sunmuş oldukları ürün hizmetlerin avantajlarını kullanıcı sayısına bağlı olan yatak başına düşük maliyet; aynı ilgi alanlarına sahip kişilerle tanışma ve iletişim ağları kurma fırsatı; ücretsiz veya indirimli internet erişimi; kütüphane ve kitap değişim hizmeti; stratejik turistik yerlere erişimi kolaylaştıran merkezi konum olarak belirtmektedir. Dezavantajları ise güvenlik eksikliği; paylaşımlı odalarda konaklama ve bunun sonucu olarak mahremiyet eksikliği; ortak alanlarda ve bazen odaların kendisinde sürekli gürültü olarak ifade etmektedir. Amblee (2015) de misafir yorumlarını kullanarak yaptığı çevrimiçi bir analiz yoluyla temizlik, güvenlik ve konum gibi yönlerin misafir tercihlerinde önemli olduğunu belirlemiştir.

Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin yaşamını, davranışlarını, deneyimlerini ve sosyal olgu veya olayları derinlemesine anlamaya yönelik kullanılan yöntemlerdir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Betimsel analiz, genellikle nitel veri seti üzerinde detaylı ayrıştırma gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılır (Miles ve Huberman, 1994). Bu doğrultuda araştırmada, Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı, OECD verileri, booking.com ve tripadvisor'dan elde edilen veriler kullanılmıştır. Booking.com'daki hostel sayısı verileri yalnızca ülke adı girilerek ve hostel konaklama türü seçilerek aranmıştır. Tarih, şehir ve kişi sayısı boş bırakılmıştır. Araştırma verileri 15-Nisan-18 Haziran 2025 tarihleri arasında toplanmıştır.

Bulgular

Bu araştırmada, Avrupa'da turist varışları bakımından ilk yedide yer alan ülkelerin 2024 yılı turist sayıları, konaklama işletme sayıları ve pansiyon sayıları Türkiye ile karşılaştırılmıştır.

Tablo 1

Avrupa'nın En Çok Ziyaret Edilen 7 Ülkesi

Turist Sayısı ve Avrupa Ülkeleri		
1	Fransa	100 Milyon ziyaretçi
2	İspanya	85.1 Milyon ziyaretçi
3	İtalya	57.3 Milyon ziyaretçi
4	Türkiye	55.1 Milyon ziyaretçi
5	Birleşik Krallık	37.2 Milyon ziyaretçi
6	Almanya	34.8 Milyon ziyaretçi
7	Yunanistan	32,7 Milyon ziyaretçi

Kaynak: www.schengenvisa.info.com

Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre, 2024 yılında Türkiye Avrupa'da en çok turiste ev sahipliği yapan 4. ülkedir. 2024 yılında turist sayısı ve ülkeler tablo 1 'de gösterilmiştir.

Tablo 2

2024 Yılı Otel ve Benzeri Konaklama Tesisleri

Avrupa Ülkeleri	Otel ve benzeri konaklama tesislerinin toplam sayısı
Fransa	17.360
İspanya	14.406
İtalya	32.194
Türkiye	50.841
Almanya	12.097
Birleşik Krallık	39.715
Yunanistan	10.444

2024 yılında otel ve benzeri konaklama tesislerine göre Türkiye Avrupa'nın ilk 7 ülkesinde 1. ülkedir. 2019'dan bu yana resmi verilerde değişim kaydedilmemiştir. Birleşik Krallık Avrupa'da konaklama tesisi bakımından birinci ülkedir. Fransa Avrupa'da konaklama tesisi bakımından 5. ülkedir. Öte yandan Fransa Avrupa'da ziyaretçi sayısı bakımından birinci ülkedir. İki büyük rezervasyon sitesine (booking ve agoda) göre Avrupa'da çok sayıda hostel bulunmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü, OECD verileri ve turizm istatistik sitelerinden yapılan incelemeler sonucunda Avrupa'daki konaklama işletmelerinin türüne göre sayısal verilere ulaşılammıştır. Sınıflandırmanın konaklama işletmelerindeki oda sayısına göre yapıldığı görülmüştür. Bu nedenle Avrupa'da turist varışları bakımından yedinci sırada yer alan ülkelere ait hostel verileri dünyanın en çok ziyaret edilen online rezervasyon sitesi olan booking'den elde edilmiştir. Ayrıca verilerin teyidi için TripAdvisor sitesindeki hostel sayılarına da bakılmıştır. Elde edilen verilere göre Fransa'da 330, İtalya'da 449, İngiltere'de 270, İspanya'da 1395, Avusturya'da 135 ve Türkiye'de 112 hostel bulunmaktadır. Türkiye'de yasal bir hostel sınıflandırması bulunmamakla birlikte booking veya trip advisor gibi uluslararası rezervasyon sitelerinde resmi statüde pansiyon veya yurt olan işletmeler kendilerini hostel olarak adlandırmaktadır. Görüldüğü üzere; Avrupa'da en fazla turist ağırlayan ülkeler sıralamasında ilk yedide yer alan ülkeler arasında en fazla hostel İspanya'da yer alırken, en az hostel ise Türkiye'de yer almaktadır.

Sonuç

Türkiye, turist varışları bakımından Avrupa'da dördüncü sırada yer almaktadır. Avrupa'nın en çok turist çeken ülkelerinden biri olan Türkiye, 5 yıldızlı konaklama işletmeciliği bakımından Avrupa'da birinci sırada yer almaktadır. Ayrıca gençler, yalnız seyahat edenler ve çocuksuz aileler gibi turist grupları için Avrupa'da ucuza kalabilecekleri birçok alternatif bulunmaktadır. Bunlardan biri de hostellerdir. Eldeki verilere göre Fransa'da 330, İtalya'da 449, İngiltere'de 270, İspanya'da 1395,

Avusturya'da 135 ve Türkiye'de 112 bulunmaktadır. Türkiye'de yasal bir hostel sınıflandırması bulunmamakla birlikte booking veya trip advisor gibi uluslararası rezervasyon sitelerinde resmi statüsü pansiyon veya yurt olan işletmeler kendilerine hostel adını vermektedir. Türkiye'de yasal olarak bir hostel bulunmamakla birlikte booking.com veya tripadvisor'da hostel olarak hizmet verdiğini belirten 112 otel bulunmaktadır.

Türkiye'de hostellerin yasallaşması sonucunda hostel sayısında önemli bir artış olacağı öngörülebilir. Düşük bütçeli turistlerin, sırt çantalı gezginlerin (*backpacker*) ve gençlerin Türkiye'yi daha fazla ziyaret etme fırsatı bulması nedeniyle turist varışlarında ve turizm gelirlerinde artış olacağı ifade edilebilir. Bununla birlikte hostellerin yasallaşması ile güvenlik, hijyen, sürdürülebilirlik ve fiyat politikaları açısından net kriterler oluşturulabileceğini, böylelikle hizmet kalitesinde ve misafir memnuniyetinde artış yaşanacağını söylemek mümkündür. Ayrıca yasallaşmanın dijital platformlarda şeffaf veri akışını teşvik edeceği, turizm verilerinin daha doğru ve güvenilir biçimde toplanmasına katkı sağlayacağı söylenebilir. Böylelikle sektörel planlamalar daha gerçekçi yapılabilir. Tüm bu kazanımların elde edilebilmesi için yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynakça

- Abrantes, J. M. (2014). Hostels e centros históricos das cidades: Envelhecimento ou rejuvenescimento? *Tourism and Hospitality International Journal*, 3(4), 355–383.
- Amblee, N. (2015). The impact of cleanliness on customer perceptions of security in hostels: A WOM-based approach. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 37–39.
- Booking.com. (2025). *Home page*. <https://www.booking.com/index.html?aid=376386>
- Brochado, A., & Gameiro, C. (2013). Toward a better understanding of backpackers' motivations. *Tekhne*, 11(2), 92–99.
- Dealçides, A. A., & Bahls, S. M. (2018). Hostel: Uma proposta conceitual. In R. W. Krause (Ed.), *Saberes do turismo, da hotelaria e da gastronomia: Hotelaria*.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası*. Çizgi Kitabevi.
- Eurostat. (2025). *Tourism statistics - annual results for the accommodation sector - Statistics Explained*. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/>
- Gahramanow, V. (2019). *Gençlik turizmi kapsamında hostellerin rekabet koşulları*. Yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Gahramanov, V., & Türkay, O. (2019). Hostel işletmeciliğinde rekabet belirleyicileri: İşletmeci ve turist görüşlerinin analizi. *İşletme Bilimleri Dergisi*, 7(1), 33–63.
- Giaretta, M. J. (2003). *Turismo da juventude*. Manole.
- Global Asset Solutions. (2024). *French hotel market outlook 2024*. <https://www.globalassetsolutions.com/french-hotel-market-outlook-2024>
- Global Asset Solutions. (2024). *Spanish hotel market 2024*. <https://www.globalassetsolutions.com/spanish-hotel-market-2024>
- Heath, G., & Schirrmann, R. (1962). *The first youth hosteller*. International Youth Hostel Federation.
- İstat. (2024). *Tourist flows - fourth quarter 2024*. <https://www.istat.it/en/press-release/tourist-flows-fourth-quarter-2024/>
- Koçhan, M. (2015). *Risk ve kriz dönemlerinde otel işletmelerinin yönetimine yönelik bir araştırma: Otel işletmelerinde risk ve kriz yönetimi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.

- Mevzuat Bilgi Sistemi. (2005). *Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik*. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/3.5.20058948.pdf>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Oğuz, Y. E. (2015). Hostellere yönelik algıların belirlenmesi: Eskişehir örneği. In *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators*.
- Pramudita, A. S. (2018). Formulasi model bisnis hostel di Bandung dengan pendekatan value chain dan business model canvas (Studi kasus: Pinisi Backpacker). *ISEI Business and Management Review*, 2(1), 32–38.
- SchengenVisaInfo. (2025). *Top 10 most visited European countries*. <https://www.schengenvisa.info.com/travel-guide/top-10-most-visited-european-countries/>
- Statista. (2024). *Number of hotels in Germany*. <https://www.statista.com/statistics/564784/hotels-number-germany/>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2020). *Turizm istatistikleri 2020/4*. <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0>
- Tavares, F. O., & Fraiz Brea, J. A. (2017). Determinants of preference in hostels: A review of the literature. *Revista Espacios*, 38(61), 1–13.
- Timothy, D., & Teye, V. (2009). *Tourism and the lodging sector*. Routledge.
- Volante, P. (2011). *O segmento low-cost da indústria hoteleira em Portugal: O caso dos hostels* [Yüksek lisans projesi, ISCTE Business School, Instituto Universitário de Lisboa].
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Zengin, B., & Demirkol, Ş. (2015). *Turizm işletmeleri* (3. baskı, genişletilmiş ve gözden geçirilmiş). Değişim Yayınları.