

RISK PERCEPTIONS OF TOURISTS TO THE DESTINATION AND EVALUATION OF PERCEIVED RISKS IN TURKEY

TURİSTLERİN DESTİNASYONA YÖNELİK RİSK ALGILARI VE TÜRKİYE’DE ALGILANABİLECEK RİSKLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Halit Keskin¹

Cansu Aykaç²

Özet

Bu çalışma, destinasyonlarda artan risk çeşitleri ve Türkiye'nin turizm endüstrisinin mevcut konjonktürde oluşan yeni riskler karşısındaki turist algılarına ilişkin kavramsal çerçevesini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Destinasyonlarda yaşanabilecek veya etkilenebilecek olumsuz durumların her birisine çözüm getirilebilmesi amacıyla, riskin kaynağının belirlenmesi önem teşkil etmektedir. Bu çerçevede, öncelikle turizmde risk teorisi ve geçmişten günümüze gelen risk çeşitleri sistematik bir literatür taraması ile ele alınmaktadır. Tüketicilerin risk algısı teorisinden yararlanılarak Türkiye'yi tercih eden turistlerin karşılaşılabileceği güncel riskler belirlenerek, bu risklerin giderilebilmesi veya önlenbilmesi amacıyla öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı; turistlerin destinasyonlara ilişkin algıladıkları risk faktörleri üzerine gerçekleştirilen çalışmaların sistematik incelenmesini gerçekleştirmek, mevcut gelişen mikro ve makro çevre koşulları altında Türkiye'nin turizm açısından risk konjonktürünü değerlendirmek ve araştırmacılar ile politika yapıcılara turizm yönetimi ve pazarlaması hakkında önerilerde bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Risk Algısı Teorisi, Destinasyona Yönelik Riskler, Türkiye'ye Yönelik Riskler, Destinasyon Pazarlaması

Abstract

This article develops a conceptual framework addressing increasing risk types in tourism destinations and tourists' perception about new risks in Turkey's in the current conjuncture. It is important to determine the source of the risk in order to find a solution for each of the negative situations that may be experienced or affected in the destinations. In this context, classifies

¹ **Sorumlu Yazar:** Prof.Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, hkeskin@yildiz.edu.tr, ORCID: [0000-0003-4432-3998](https://orcid.org/0000-0003-4432-3998).

² Doktora Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, cansu.aykac@icloud.com, ORCID: [0000-0002-7323-0611](https://orcid.org/0000-0002-7323-0611)

Makale Gönderim Tarihi: 25.05.2023

Makale Kabul Tarihi: 23.06.2023

various risk types related to destinations from past to the present are discussed with a systematic literature review. By using the consumers risk perception theory, it has been tried to summarize the current risks that tourists who prefer Turkey and also suggestions are tried to be presented in order to eliminate or prevent these risks. The aim of the study is to carry out a systematic review of the studies on the risk factors perceived by tourists regarding destinations, to evaluate the risk conjuncture of Turkey in terms of tourism under the current micro and macro environmental conditions, and to make suggestions to researchers and policy makers about tourism management and marketing.

Keywords: Tourism, Risk Perception Theory, Destination Related Risks, Risks to Turkey, Destination Marketing

EXTENDED ABSTRACT

Research purpose and importance

The purpose of the literature review was to examine the consumer risk perception theory on tourism perspective. The researchers reviewed literature in two main areas: risk perception theory and destination related risks. In terms of tourists, the increase in perceived risk enhances the possibility of exposure to danger and also negatively affects their travel decisions. In this context, the need to conduct research on the risk perceptions of potential tourists who may visit Turkey has emerged in the face of current risks such as the Russia-Ukraine war, the energy crisis and the immigrant problem.

Contribution of the article to the literature

The purpose of the study was to develop a conceptual framework for about destination risks that affect tourism and also explore the tourists' perception about Turkey. In addition, this article aims to fill the gap about destination specific risk and presented how tourists' behavior can change in the presence of risks.

Research type

This article is a conceptual review of the existent literature.

Research problems

What is the risk perception of tourist? What are the main destination risks from tourism perception? What are the major consequences of destination risk? How do tourists perceive risks about Turkey?

Findings and discussion

The researchers found that each destination has unique geopolitical position, internal issues and qualifications. The differences in destinations also create differences in risk types. Therefore, it

is important to determine the risk categories correctly in the context of the country that is the subject of the research. In this context, Turkey had to deal with different types of risks due to its geostrategic location and its location at the junction of the Asian and European continents. Also, the perceptions of domestic and foreign tourists differ in the face of tourism risks in Turkey. However, the literature reveals that tourist behavior can be affected both positively and negatively in the face of risks. Risks arising in one country can potentially both harm and create opportunities for tourism destinations of another country. For this reason, the increasing security and functional risks in Turkey's region may reflect positively on Turkey's tourism.

Results of the article

It is important that decision makers should make quick decisions and take actions. In this direction, it is necessary to prepare specific destination risk maps by evaluating tourists' perception. This article is both filling the literature gap and to expose the need for research about the tourist behavior in the short and long term in the face of destination-specific risks. In addition, this article offers specific recommendations to prevent perceived risks in Turkey.

Suggestions based on results

Future research could collect data from tourists and empirically analyzed the presented suggestions.

Limitations of the article

The limitation of the study was a conceptual literature review and the date have not been evaluated empirically.

1. GİRİŞ

Son 40 yıldır özellikle pazarlama literatüründe tartışılmaya devam eden tüketicilerin risk algısı teorisi, 11 Eylül saldırıları sonrası turizm çalışmalarında da etkili olmuştur. 2001 yılının Eylül ayında Amerika'da Dünya Ticaret Merkezi ikiz kulelerine ticari uçakların çarpmasıyla terörizmin etkileri ulusal ve uluslararası medyada tekrar tartışılmaya başlanmıştır. Bu eylemler sonucunda, Amerika Birleşik Devletleri'ne gelen turist sayısında bir önceki yıla göre yaklaşık olarak % 7'lik bir düşüş gerçekleşmiştir (World Tourism Organization, 2002). Ayrıca, Amerika'da turizm endüstrisinin 9/11 saldırılarından önceki haline gelebilmesi 3 yıl sürmüştür (World Bank, 2016). Terörizmin ve farklı risklerin destinasyonlara verdiği zararlar sonucunda araştırmacılar destinasyon pazarlamasında risklerin önemine odaklanmışlardır. Pazarlama

faaliyetleri çerçevesinde, zihinlerde hedef odaklı bir destinasyon imajı oluşturmak ve destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla turistlerdeki algıların önemine odaklanmaktadır. Özellikle turistik destinasyonlara yönelik gerçekleşen saldırılar ve beklenmedik olaylar turistlerin ülke ziyaretlerinden mutsuz ayrılmalarına neden olmaktadır. Bu durumun giderilebilmesi amacıyla neler yapılabileceğine yönelik çalışmaların ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Bu hususta, araştırmacılar öncelikle destinasyona ilişkin riskleri değerlendirmektedir. Bu çalışmalarda güncel olarak, 2001 Dünya Ticaret Merkezi saldırısında önem kazanan terörizm gibi insan yapımı riskler (Wolff ve Larsen, 2014), tsunami gibi doğal afetler sonucu karşılaşılan riskler (Chew ve Jahari, 2014:384), fiziksel riskler (Roehl ve Fessenmaier, 1992:19) ve özellikle salgınlarla gündeme gelen sağlık risklerinden (Lepp ve Gibson, 2003:608) sıkça bahsedilmektedir. Turistlerin algılayabilecekleri riskler belirlenirken; destinasyonun konumu, destinasyonun yakın çevresi, gelen turist çeşitliliği ve turistlerin temel geliş sebepleri de önem arz etmektedir.

Turizm literatüründe destinasyona yönelik riskleri belirlemek üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır. İlk olarak, Roehl ve Fessenmaier (1992:19) algılanan risk kavramını araştırarak tatil amacıyla yapılan seyahatlerdeki algılanan risk kavramını ele alarak riskin çok boyutlu bir yapısı olduğunu belirlemiştir. Bu çalışmayı takip eden Adam (2015) ise Gana'yı ele alarak beklenti, fiziksel, sağlık, finansal, politik ve sosyo-psikolojik risk faktörlerini belirlemiştir. Pizam (1999:7) ise Amerika'nın Louisiana ve Kaliforniya eyaletlerinde gerçekleşen suç dalgalarının turist sayısı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Goodrich (2002) Amerika'daki 9/11 saldırısını, Bhattarai ve diğerleri (2005:669) Nepal ve Wolf ve Larsen (2014:200) ise Oslo'da meydana gelen terör saldırılarını, Rittichainuwat ve Chakraborty (2009:410) Bangkok'da 2007 gerçekleşen terör saldırılarını ve salgın hastalıkları, Novelli ve diğerleri (2018) Gambia'daki sağlık risklerini değerlendirmiştir. Bu makalelerde görüldüğü üzere turistlerin algılayabilecekleri risk faktörleri her ülkenin nitelikleri, jeopolitik konumu, içsel meseleleri, izlediği politikalar ve hatta gelişen çevresel tehditlere karşı geliştirdikleri stratejik eylemlere göre farklılaşmaktadır. Nitekim ülkelerin sahip oldukları bu farklılıklar turizm endüstrisinde önemli derecede imaj kazanımına ve kaybedişine neden olabilmektedir Türkiye'nin de sahip olduğu jeopolitik konumu dolayısıyla riskler mali kayıpların yanı sıra Türkiye'nin destinasyon imajını da zarar vermektedir (Kılıçlar ve diğerleri, 2018:244).

Türkiye'nin demografik yapısı, konumu ve politikasının iyi anlaşılması risk kategorilerinin belirlenmesinde yardımcı olacaktır. 2021 yılında Türkiye'yi neredeyse 30 milyon turist ziyaret etmiştir ve temel geliş sebeplerini gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler oluşturmaktadır (TUİK, 2022). Ocak 2020 ve Ağustos 2022 yılları arasında Türkiye'ye en çok Almanya, Rusya Federasyonu, İngiltere, Bulgaristan ve İran'dan gelen yabancı turistler ziyarette bulunmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Ancak, yılda neredeyse 30 milyonu aşkın turist tercih ettiği ve bulunduğu, çok çeşitli turizm destinasyonlarına sahip Türkiye hakkında güncel çalışmaların eksikliği söz konusudur.

Özellikle Türkiye bağlamında düşünüldüğünde küresel salgının yanında, jeopolitik konumundan kaynaklanan terör, göç ve arabuluculuk faaliyetleri ülkeye gelen veya gelmek isteyen turistlerin algılarını etkilemektedir. Bu bağlamda Rusya-Ukrayna savaşı, enerji krizi ve göçmen sorunu gibi güncel riskler karşısında potansiyel turistlerin risk algılarına yönelik öncelikle kavramsal değerlendirmelerin yapılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, Türkiye'de turistlerin risk algıları üzerine yapılan çalışmalar belirli destinasyon üzerinde gerçekleşen araştırmalardan meydana gelmektedir. Yapılan araştırmalar turistlerin sık tercih ettiği destinasyonlar (İstanbul, Bodrum, Kapadokya vb.) üzerine odaklanmaktadır (örneğin; Savaşçı ve Yıldırım, 2021; Orhun ve Meriç, 2022; Ateşoğlu ve Türker, 2013). Başka bir hususta, araştırmalarda algılanan risk kavramının çok boyutlu yapısı ihmal edilerek tek boyutlu bir risk değerlendirmesi yapılmıştır (örneğin; Karataş ve Şahin, 2023). Literatürdeki boşluğu giderebilmek ve gelecek araştırmalara temel oluşturabilmesi amacıyla öncelikle mevcut konjonktürde Türkiye'nin çok boyutlu risk değerlendirilmesinin yapılması gerekmektedir. Çünkü yapılacak olan değerlendirmeler risk çeşitlerini belirlemede ışık tutacak ve ampirik çalışmalara yol gösterici olacaktır.

Bu çalışmanın amacı; turistlerin destinasyonlara ilişkin algıladıkları risk faktörleri üzerine gerçekleştirilen çalışmaların sistematik incelenmesini gerçekleştirmek, mevcut gelişen mikro ve makro çevre koşulları altında Türkiye'nin turizm açısından risk konjonktürünü değerlendirmek ve araştırmacılar ile politika yapıcılara turizm yönetimi ve pazarlaması hakkında önerilerde bulunmaktır. Çalışmada risk teorisi ele alınarak risk çeşitleri sınıflandırılmakta ve Türkiye'nin turizm destinasyonlarını etkileyebilecek güncel risk faktörleri açıklanmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle turizmde risk teorisi ve risk çeşitleri sistematik bir literatür taraması ile ele alınmaktadır. Daha sonra, Türkiye'ye yönelik güncel risk

kategorilerinden bahsedilerek yerli ve yabancı turistler üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Son olarak Türkiye'nin turizm açısında risk konjonktürü değerlendirilmekte ve gelecek çalışmalar için önerilere yer verilmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Destinasyona İlişkin Algılanan Risk

Servis endüstrisinin (otel, restoran vb.) büyüklüğü ve çeşitliliği sebebiyle tüketiciler her zaman tekrar eden davranışlar göstermemektedirler. Hedonik bir tüketim biçimi (Hirschman ve Holbrook, 1982:93) olması sebebiyle bireyler yaşayacakları deneyimin eşsiz ve kusursuz olmasına dikkat etmektedirler. Belirsizliğin yüksek olduğu bu endüstri dalında tüketicilerin aynı deneyimi tekrar yaşamak isteyip istemeyecekleri de farklı unsurlara bağlı olmaktadır. Örneğin; turistlerin yaşayacakları seyahat deneyimleri güzel hava şartları ve yeni kurulacak arkadaşlıklarla olumlu yönde etkilenebilirken; hastalık, kötü yiyecekler, hırsızlıklık gibi durumlarda deneyimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, pazarlamacıların çabalarına rağmen tatil ve tekrar satın alma davranışları ile ilgili memnuniyet büyük ölçüde pazarlamacıların kontrolü dışında gerçekleşmektedir (Mitchell, Davies, Moutinho ve Vassos, 1999:168). Bu nedenle, turistlerin karşılaşılabileceği doğa olayları ve toplumsal tehlikelerin etkisini değerlendirebilmek için turizm alanında risk algısına yönelik çalışmalar oldukça önem kazanmıştır (e.g. Reisinger ve Movando, 2005:212; Wolff ve Larsen, 2014:201). Bu doğrultuda, öncelikle risk tanımının yapılması ve algılar üzerindeki etkisinin derinleşerek ele alınması gerekmektedir.

Risk; istenmeyen bir durumun tüketici davranışlarını negatif yönde etkileme ihtimali olarak ifade edilmektedir (Laws ve Prideaux, 2005:3). Risk, Reisinger ve Movando (2005:218) tarafından tehdit ve tehlikelere maruz kalabilecek bilişsel olasıklar olarak tanımlanmaktadır. Turizm'de risk kavramı, turistlerin satın alma veya tüketim faaliyetlerini gerçekleştirdikleri esnada destinasyon ile ilgili algıladıkları ve deneyimledikleri olumsuzluklar olarak ifade edilmektedir (Tsaur ve diğerleri, 1997:799). Fakat, risk üzerine uzlaşmış tam bir tanım olmadığından farklı görüşler de mevcuttur. Buna göre, Post-modernistler tehdit unsurunun ortadan kalkmasına rağmen risk algısının devam edebildiğini vurgulamaktadır (Yang ve Nair, 2014:322). Ayrıca turizmde risk genellikle algısal olarak tanımlanmakta ve her zaman "gerçek risk'ten" bahsedilmemektedir. Fakat, birçok araştırmacı tarafından riskin teorik çerçevesi sunulmaya çalışılmış olmasına rağmen Williams ve Balaz (2015:272)'a göre hala yeterince

teorik hale getirilememiş disiplinler arası bir kavram olarak görülmektedir. Turistlere göre riskin yüksek olması kendilerinin daha fazla tehlikeye açık olmasına neden teşkil ettiğinden dolayı tehlikeye maruz kalma olasılığının da yüksek olduğu algısı oluşturmaktadır (Mansfield, 2006:35) ve bu durum seyahat kararlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Çalışmada risk kavramı, yukarıda bahsedilen tanımlara benzer olarak destinasyondaki tehditler ve tehlikelerin hem gerçek hem de turistlerin kişisel algıları olarak ele alınmaktadır.

Yukarıda bahsedilen hususlar çerçevesinde gerek tehditler ve tehlike olasılıkları gerekse gerçek riskin var olduğu durumlarda, tüketiciler satın almayı azaltmayı seçecektir (Fuchs ve Reichel, 2011:269). Bir başka ifadeyle tüketicilerin karşılaştıkları risklerin tolere edemeyecekleri bir seviyeye ulaşması (Mitchell ve diğerleri, 1999:169) satın alma davranışlarını olumsuz yönde değiştirmelerine yol açmaktadır. Her tüketici için mevcut bu eşik değerin üst seviyesi tolere edilemezken altı ise absorbe (soğurma) edilebilmektedir (Mitchell ve diğerleri, 1999:169).

Risk kavramı ve riskin algılar üzerindeki işleyişini açıklamak amacıyla daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü kavram geleneksel anlamda her ne kadar olgunlaşma sürecini tamamlamış olsa da tüketici araştırmalarından kültürlerarası karşılaştırmalara, gıda teknolojilerinden bankacılığa kadar çok çeşitli konularda araştırmalar yapılarak günden güne gelişmektedir (Mitchell, 1999:165). Bu ihtiyacın en çok hissedilmekte olduğu alan şüphesiz ki turizm endüstrisi olmaktadır. Algılanan riskin turizm faaliyetlerine verdiği zarar yaşanan son pandemi sürecinde daha çok ortaya çıkmıştır. Örneğin; Baker (2020) Çin otel pazarının 2019 ve 2020 Ocak aylarını karşılaştırarak, pazarın bir önceki yıla göre %71 küçüldüğünü belirtmiştir. Araştırmacılar destinasyonlara ilişkin riskleri belirleyerek değişen turist davranışlarını tahmin etmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle geleneksel pazarlama alanında yaygın olarak tüketici davranışlarını açıklamaya yarayan tüketicilerin risk algısı teorisi aynı zamanda seyahat pazarlamacılarına ve perakendecilerine dünyayı turistlerin gözünden görme olanağı da sunmaktadır (Mitchell ve diğerleri, 1999:170).

Turistlerin destinasyonlarda yaşayabilecekleri veya etkilenebilecekleri olumsuz durumların her birisine çözüm getirilebilmesi amacıyla, riskin kaynağının belirlenmesi önemlidir. Bir destinasyonun riskli olarak algılanması, turistlerin seyahat planlarını değiştirmesine, tekrar tercih etmeme istememesine veya başkasına önermeyi düşünmemesi gibi olumsuz durumlara yol açabilmektedir. Destinasyon pazarlama faaliyetlerine verilebilecek zararların bertarafı da riskin çeşidine göre değişmektedir. Bu nedenle, destinasyonlarda algılabilecek risklerin detaylı olarak

doğru bir şekilde ortaya konabilmesi ve kavramının derinleştirilmesi amacıyla risk çeşitlerinin tanımlanması yararlı olacaktır.

2.2. Turizmde Risk Çeşitleri

Destinasyonlara yönelik riskleri belirlemek amacıyla yapılmış çalışmalar, riskin sadece somut öğelerden değil soyut öğelerden de (seyahat esnasında yaşanan duygular vb.) kaynaklanabilir olduğunu göstermektedir. Roehl ve Fessenmaier (1992) turizm literatüründe ilk defa risk kavramını araştırarak tatil amacıyla yapılan seyahatlerde algılanan risk kavramını ele almışlardır. Ayrıca, risk çeşitleri belirlenirken her destinasyon için ayrı inceleme yapılmalıdır çünkü algılanan risk değişebilmektedir (Roehl ve Fessenmaier, 1992:19).

Turizm literatürü destinasyona ilişkin riskleri genelleyerek, kategorize etmeye çalışmaktadır. Fakat, benzer risk çeşitlerinden bahsedilmesine rağmen üzerinde uzlaşmış bir risk ayrımı bulunmamaktadır. Sönmez ve Graefe (1998b:174)'nin seyahat risklerinin on ayrı boyutu olduğundan bahsettikleri çalışma, en çok kabul gören araştırmalardan birisi olduğu için bahsedilmeye değerdir. Destinasyona ait risk çeşitliliği, algılardaki farklılıklardan kaynaklanabildiği gibi destinasyonun fiziksel durumundan, politik karmaşasından veya turistin kişisel özelliklerinden de meydana gelebilmektedir. Turistlerin destinasyonlarda yaşayabilecekleri olası risk çeşitleri Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Destinasyona İlişkin Algılanan Riskler

Risk	Tanım	Kaynakça
Fonksiyonel Risk	Seyahat sırasında mekanik, ekipman veya organizasyondan kaynaklanacak risklerin ortaya çıkma ihtimali	Sönmez ve Graefe, 1998b; Roehl ve Fessenmaier, 1992
Finansal Risk	Seyahat deneyiminin harcanan paraya değmemesi	Sönmez ve Graefe, 1998b
Sağlık Riski	Seyahat esnasında veya destinasyonda belirli salgın hastalığa veya çeşitli başka hastalıklara yakalanabilme ihtimali	Sönmez ve Graefe, 1998b

Fiziksel Risk	Seyahat esnasında karşılaşılabilecek fiziksel tehlikeler ve yaralanmalar	Sönmez, Apostolopoulos, ve Tarlow, 1999; Sönmez ve Graefe, 1998; Tsaur, Tzeng, ve Wang, 1997
Politik İstikrarsızlık	Seyahat esnasında ülkedeki politik karmaşanın arasında kalma ihtimali	Sönmez ve Graefe, 1998b
Psikolojik Risk	Seyahat deneyinin bireyin kişiliği veya öz- imajı ile uyuşmaması	Sönmez ve Graefe, 1998b
Tatmin Riski	Seyahatin bireyi yeterince tatmin ve mutlu etmemesi	Sönmez ve Graefe, 1998b
Sosyal Risk	Seyahat seçiminin veya deneyiminin başkaları (aile, arkadaşlar veya yakınlar) tarafından onaylanmaması	Sönmez ve Graefe, 1998b
Terör Riski	Seyahat esnasında terör eyleminden etkilenmek, eylemlerin arasında kalma ihtimali	Ritcher, 2003; Sönmez ve Graefe, 1998
Zaman Riski	Seyahatin çok fazla zaman alması veya harcanan zamana değmemesi	Sönmez ve Graefe, 1998b
Kültürel Risk	Farklı kültürel normlar ve dilsel farklılıklar	Basala ve Klenosky, 2001

Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de risk çeşitlerinin tanımlarına yer verilmiştir. Burada bahsedilen risk çeşitlerinin ayrıntılı incelenmesi sonucunda turistlerin bazı durumlarda otel konforundan (ekipmanı vb.) sağlık koşullarına kadar çok çeşitli eksikliği risk olarak algılayabildiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda fonksiyonel risk; seyahat sırasında mekanik, ekipman veya organizasyondan

kaynaklanacak risklerin ortaya çıkma ihtimali olarak değerlendirilmektedir (Sönmez ve Graefe, 1998b:174; Roehl ve Fessenmaier, 1992:20) Örneğin; konaklamada veya ulaşımda yaşanabilecek aksilikler fonksiyonel risk olarak ifade edilmektedir. Finansal risk, seyahat deneyimi ile harcanan para arasındaki ilişkiden meydana gelmektedir. Sağlık riski ise, seyahat esnasında veya destinasyonda belirli salgın hastalıklara veya çeşitli hastalıklara yakalanabilme ihtimalinden kaynaklanmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998b:175). Briggs ve Habib (2004) seyahat esnasında gezginlerin hastalanma veya yaralanma ihtimallerinin en az %30 ile %50 arasında olabileceğini belirtmektedirler ve bu durum ciddi bir seyahat engeli oluşturabilmektedir. Fiziksel risk, seyahat esnasında karşılaşılabilecek muhtemel fiziksel tehlikeler ve yaralanmalar olarak ifade edilmektedir (Sönmez ve diğerleri, 1999:14; Sönmez ve Graefe, 1998a:115; Tsaur ve diğerleri, 1997:800). Örneğin; trafik kazaları, doğal afetler, fiziksel saldırı veya kişinin kendi isteğiyle katıldığı bir aktivitede yaralanma ihtimali fiziksel risk olarak değerlendirilmektedir (Adam, 2015).

Devletleri veya hükümetleri hedef alan eylemlerin sonucunda turistlerin konforlarının bozulması da risk olarak değerlendirilmektedir. Bu durum turistin ülkeyi ziyareti esnasında politik karmaşanın arasında kalma ihtimalinde kendini göstermektedir (Sönmez ve Graefe, 1998b:176). Benzer şekilde, terör riski ise turistin seyahati esnasında terör eyleminden etkilenme, eylemlerin arasında kalma ihtimali anlamına gelmektedir (Ritcher, 2003:344; Sönmez ve Graefe, 1998a:115). Arana ve Leon (2008:305) , Peter, Poulston ve Losekoot (2014:255) ve Wolff ve Larsen (2014:202) turizmin terörist faaliyetlerinden çokça etkilendiğini, Faulkner (2001:136) ve Israeli ve Reichel (2003:254) ise turizm faaliyetlerini en çok etkileyenin terörizm olduğunu vurgulayan isimler olmuşlardır (Kılıçlar, Uşaklı ve Tayfun, 2018:233).

Risk destinasyon ve turistin benliği arasındaki uyumsuzlıktan da meydana gelebilmektedir. Psikolojik risk, seyahat deneyiminin bireyin kişiliği veya öz-ımağı ile uyumsuzluğa ihtimali olarak tanımlanırken, tatmin riski ise seyahatten tatmin olmamak (beğenmemek, mutlu ayrılmamak) karşılığına gelmektedir (Sönmez ve Graefe, 1998b:176). Sosyal risk, seyahat seçiminin veya deneyiminin başkaları (aile, arkadaşlar veya yakınlar) tarafından onaylanmama ihtimali olarak değerlendirilmektedir (Sönmez & Graefe, 1998b). Son olarak zaman riski, seyahatin çok fazla zaman alması veya harcanan zamana değmemesi olarak tanımlanmıştır (Sönmez ve Graefe, 1998b:176).

Basala ve Klenosky (2001), Sönmez ve Graefe (1998a:115)'nin sınıflandırmasına ek olarak kültürel risklerin önemini vurgulamaktadır. Kültürel, dilsel veya dinsel farklılıklar bazı turistler için seyahat motivasyonu olabilirken bazıları için seyahat engeli olarak görülebilmektedir (Basala ve Klenosky, 2001). Ayrıca dilsel farklılıklar da turistlerin bu dilleri anlayamamalarına ve iletişim kuramamalarına veya yanlış anlaşılacağından korkmasına sebep olabilmektedir (Adam, 2015:103). Örneğin; Afrika kıtasındaki gelenek ve göreneklerine bağlı topluluklarda kültürel ihlaller tolere edilmeyebilir (Adam, 2015). Sonuç olarak, kültürel riskte turistlerin destinasyon tercihlerinde etkili olmaktadır.

Son olarak, turistlerin seyahatlerinde zevk ve tatminin önceliği turizmin hedonik tüketim biçimi olarak tanımlanmasına neden olmaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982:93). Turistlerin destinasyondan mutlu ayrılmaları amacıyla seyahat esnasında yaşanabilecek olumsuzlukların kaynağının iyi anlaşılabilmesi, turizm çalışmalarının önem kazanmasına neden olmuştur. Jeostratejik konumu ve sahip olduğu önemli turizm destinasyonları sebebiyle Türkiye'nin hem iç hem de bölgesindeki riskleri iyi değerlendirememesi ve değişen koşullara hızlı cevap verememesi turizm endüstrisini olumsuz etkileyebilir.

2.3. Türkiye'ye Yönelik Risk Kategorileri

Türkiye çok çeşitli turizm destinasyonlarına sahip olması nedeniyle her yıl milyonlarca turist için ilgi odağı olmaktadır. Fakat, sahip olduğu jeostratejik konumu ve bulunduğu bölgedeki karmaşa nedeniyle (Rusya-Ukrayna savaşı, Suriye iç savaşı, İŞİD eylemleri vb.) farklı turizm risklerini barındırmaktadır. Türkiye üç tarafının denizlerle çevrili olması sebebiyle hem deniz hem de kara sınırından olmak üzere toplamda on altı ülke (kara komşuları: Suriye, Irak, İran, Azerbaycan, Ermenistan, Gürcistan, Bulgaristan, Yunanistan; yakın deniz komşuları: Rusya Federasyonu, Ukrayna, Romanya, Moldova çıkışı Libya, Mısır, İsrail ve Lübnan) ile komşudur (Başaga, 2022).

Türkiye bulunduğu jeostratejik konumu ve Asya ve Avrupa kıtalarının birleşiminde yer alması sebebiyle Ortadoğu'nun içinde bulunduğu karışıklık ve Arap baharından kaçan mültecilerin sığınma destinasyonu haline gelmiştir. 2020 yılında resmi raporlarda toplamda 3,5 milyon Suriyelinin barındığı (Göç İdaresi Başkanlığı, 2020) ve 2019 yılı sonunda en çok Suriye, Irak, Türkmenistan, Afganistan ve İran tarafından göçmenlerin geldiği belirtilmiştir (TUİK, 2020). Fakat her geçen gün genişleyen göçmen sorunu, Rusya-Ukrayna arasında süren çatışmalar sonucunda artmıştır. Rusya'nın seferberlik ilan etmesi ve Ukrayna'dan kaçan nüfusun bir

kısımının da Türkiye'ye yerleşmesi beklenmektedir. Ayrıca, düzenli göçmen nüfusun yanında düzensiz göçmen nüfusun da artması Türkiye'nin çalışma ekonomisindeki yapısını da değiştirmektedir. Özellikle düzensiz göçmenler, turizm (otel ve restoran) endüstrisi gibi hizmet sektörlerinde çalışmaktadır (Düvell, 2011). Bu durum, Türkiye turizm endüstrisinde hizmet kalitesinin değişmesine neden olabilir. Gerek yerli gerekse yabancı turistler tarafından hizmet kalitesinin azalması seyahatlerinden mutlu ve beklentilerinin karşılandığı hissi ile ayrılmamalarına neden olabilecektir. Böylelikle, göçmen sorunun yarattığı bu durum fonksiyonel risk algısının yükselmesine neden olabilir.

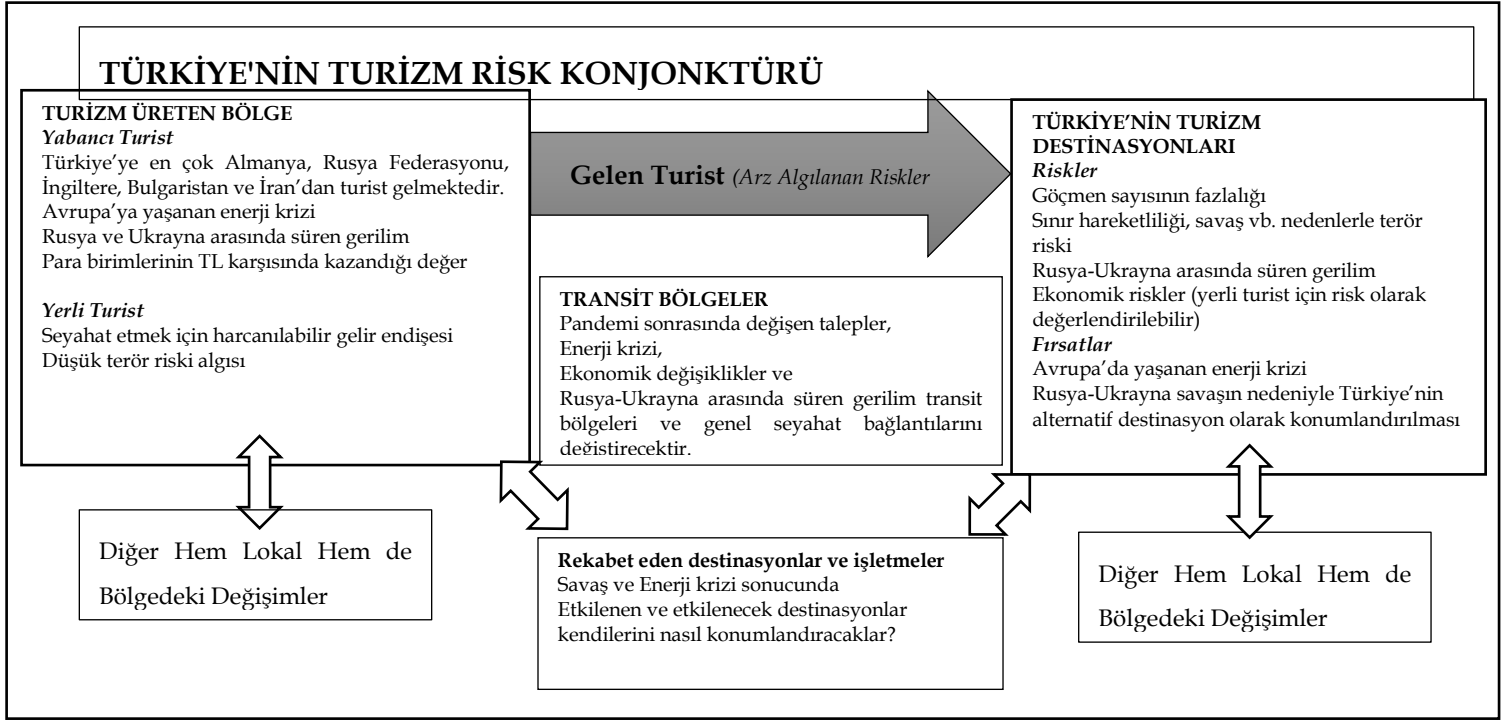
Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada gerilimin yüksek olması terör, politik karmaşa gibi güvenlik risk endişelerini de arttırmaktadır. Türkiye'nin teröristlere karşı yürütmekte olduğu Kuzey Irak ve Suriye sınırındaki sınır ötesi hareketlerin ve Karadeniz'deki gerilimin yüksek olması, güvenlik risk algılarında değişikliklere yol açabilir. Turistlerin karşılaşabilecekleri her bir risk türü maddi ve manevi kayıplar yaşayacakları endişesine neden olabilir. Ayrıca, turistik destinasyonlar teröristlerin ideolojik mesajlarını dünyaya duyurabilmeleri için önemlidir (Paraskevas ve Arendell, 2007:1566). Bu nedenle, Türkiye'ye gelen yabancı turistler, terör riskini yüksek algılayabilir. Fakat, Liu ve Pratt (2017:415) yapmış oldukları araştırma sonucunda terörizmin uzun vadede turizm sektöründe ters bir etki yaratmadığını vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle, güvenlik risklerinin etkisi her zaman turistler için tehlikeli olarak değerlendirilmemektedir.

Shoemaker'a (1994) göre turistlerin güvenlik tercihlerinin önemli olduğunu söylemeleri, ziyaret fikirlerini her zaman etkilememektedir. Diğer bir ifadeyle, belirli bir destinasyonu devamlı ziyaret eden turistler için destinasyonda veya bölgesinde riskin yüksek olması her zaman seyahat tercihleri üzerinde etkili olmamaktadır (Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009:414). Ayrıca, Gitelson ve Crompton (1984:215) araştırmalarında destinasyonu geçmişte ziyaret etmiş kişilerin, güvenlik algısının aynı bölgeyi tekrar ziyarette bulunmalarına engelde bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009). Bu nedenle, bölgedeki karmaşanın neden olduğu yüksek risk algısı, yerli turistlerin muhtemel destinasyon tercihlerini etkilemeyecektir. Ayrıca, benzer şekilde Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafyada mevcut güvenlik algılarının düşük olması ve Türkiye'nin kendi içinde daha barışçıl bir ekosisteme sahip olması da potansiyel turistler için makul bir destinasyon olarak değerlendirilmesine neden olabilir.

Bir diğer önemli konu, Rusya ve Ukrayna arasında süren gerilim Şubat 2022’de Rus tanklarının sınırı geçmesiyle (BBC News , 2022a) ve bunun bir getirisi olarak Gazpromun doğalgaz boru hattını kapatması sonucunda enerji krizinin başlamasıdır. Gazprom Belarus’tan geçerek Polonya, Almanya ve diğer Avrupa ülkelerine giden boru hatlarını kapatması (BBC News, 2022b) durumunda Avrupa’nın kışın ısınma problemiyle karşılaşması beklenmektedir. Bu durum, turistler için konforlarının bozulmasına neden ve sonucunda fonksiyonel risk algısına sebep olabilir. Enerji krizi hem Avrupa’yı hem de Avrupa’dan seyahat edecek turistlerin tatil mekânı tercihlerinde etkili olacaktır. Ayrıca, Türkiye’nin enerji krizinden etkilenmiyor olması da Avrupa’ya karşı alternatif bir destinasyon olarak görünmesini sağlayabilir. Yeni düzende hem yabancı hem de yerli turistlerin, Türkiye’deki fonksiyonel riski düşük algılamaları beklenmektedir. Fakat, 1972’de Virginia’da başlayan enerji krizinde Virginia’dan geçiş yapılan diğer eyaletler içinde problem olabileceği vurgusu yapılmıştı (Solomon ve George, 1976:11). Bu nedenle, transit bölgeler ve rekabet eden destinasyonların da enerji krizinden nasıl etkileneceği önem arz etmektedir.

Kovid-19 pandemisi dünya ekonomisinde ciddi sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Türk parasının pandemi öncesinde başlayan değer kaybı ve enflasyondaki ivmelenme, yerli turistlerin seyahat planlarını etkilemektedir. Özellikle bu durum yerli turistleri olumsuz etkileyecektir. Çünkü yerli turist harcayacağı paranın karşılığının yaşayacağı deneyime değmeme ihtimalinden endişe duyabilir. Fakat, Türk parasının özellikle Dolar ve Euro karşısında kaybettiği değer sonucunda yabancı turistler için Türkiye’de seyahat yapmanın maliyeti düşmektedir. Bu durum, yerli turistlerde finansal risk algılamasına neden olurken, yabancı turistler için mevcut fırsatları değerlendirmek olarak görülebilir.

Belirtilen hususlar çerçevesinde Türkiye’nin turizm risk konjonktürü Şekil 1’de gösterilmektedir. Bu görsel Hall ve diğerlerinin (2020) COVID-19 pandemisi çerçevesinde hazırladıkları bildirisinden esinlenerek çalışmamıza özgü olarak oluşturulmuştur.



Şekil 1: Türkiye'nin Turizm Risk Konjonktürü

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Sonuç olarak, uluslararası turizm endüstrisindeki turist talepleri krizler ve afetler konusunda oldukça kırılgan bir yapı sergilemektedir (Cró ve Martins, 2017:5). Ayrıca, yaşanan krizler yerel olarak değerlendirilmemelidir. Bir destinasyonda yaşanabilecek bir kriz, komşu destinasyonu da etkileyebilir. Bu konuda gerek araştırmacılar gerekse endüstride çalışan profesyoneller için yapılan değerlendirmeler sektöre rehberlik etmektedir (Ritchie ve Jiang, 2019). Bu amaçla son bölümde Türkiye özelinde belirlenmiş olan risk çeşitlerine yönelik, yönetsel ve gelecek araştırmalara rehberlik edebilecek önerilere yer verilmiştir.

3. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ülkeler için yıkıcı etkilere sahip olan terör, savaş ve fiziksel ihtiyaçların yoksunluğu maddi kayıplara neden olmaktadır. Bu durum özellikle bacasız sanayi olarak ifade edilen ve ekonomik katkılarının yadsınamaz olduğu turizm endüstrisinin zor durumlarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Dünyanın çeşitli bölgelerinin kırılgan jeopolitik durumu, salgınların küresel boyutlara ulaşması ve politik şiddetin artması gibi konular destinasyonlarda güvenlik ve

emniyet kavramlarını ön plana çıkarmıştır (Fuchs & Reichel, 2011). Destinasyonlara yönelik bu ilgi sadece akademisyenler için önem kazanmamış aynı zamanda karar vericiler, düzenleyiciler, pazarlamacılar ve iş adamlarının da ilgisini çekmiştir. Destinasyonlar yaşanan olumsuzluklar, turistlerin destinasyona yönelik risk algılarını değiştirerek birçok risk boyutunu önemli hale getirmekle kalmayıp, aynı zamanda seyahatlerin önünde psikolojik engeller de oluşturmaktadır (Fuchs & Reichel, 2011). Bir ülkede doğan riskler, başka ülkenin turizm destinasyonlarını potansiyel olarak hem zarar verebilir hem de fırsatlar yaratabilir. Bu nedenle, karar verici mercilerin hızlı neticeye ulaşmaları ve eyleme geçmeleri önemlidir.

Literatürde, tüketicilerin belirli risk çeşitleri karşısındaki bilet veya tatil paketini satın alma kararları sıkça araştırılmasına karşın, destinasyona yönelik risk algısı, risk azaltma stratejileri veya riskli destinasyona geri dönme eğilimleri gibi konularda araştırmalara daha az rastlanılmaktadır (Fuchs ve Reichel, 2011:266). Bu doğrultuda, turistlerin algılayabilecekleri majör risklerin her bir destinasyon için ayrı değerlendirilerek, risk haritalarının çıkarılması gerekmektedir. Ayrıca, literatür boşluğunun giderilerek, destinasyona özel riskler karşısında kısa ve uzun vadedeki turist davranışları önemli sayıdaki araştırma ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Bu makalede, risk teorisi ve risk çeşitleri ele alınmış ve Türkiye’de turizm destinasyonları için güncel algılanabilecek risklerden bahsedilmiştir. Çalışmamızla, bu yazında en önemli katkımız, mevcut konjonktürde Türkiye’yi tercih edecek olan yerli ve yabancı turistlerin kısa dönemde algılayabilecekleri risklerden bahsederek, turizm endüstrisinin karşılaşılabileceği riskleri belirlemektir.

Yazındaki araştırmalar, krizlerin ve afetlerin turizm endüstrisini önemli derecede etkilemesinin temel nedenini sektörün yapısı ve büyüklüğü ile ilişkilendirmektedir (Backer ve Ritchie, 2017:401). Paydaşlarının çok fazla olması sebebi ile krizler daha yıkıcı etkilere sahip olabilir. Örneğin; bu çalışmaya konu olan Türkiye’nin 2022 yılına ait turizm kazancı 46 milyar dolardır (TUİK, 2023). Ülke ekonomisi içinde önemli payı bulunan bu endüstri dalının kesintiye uğramadan devam edebilmesi önemlidir. Paydaşlarının çokluğu göz önünde bulundurulduğunda risk çeşitlerinde farklı paydaşlara görev düşmektedir. Bu nedenle, risklerin etkileri değerlendirilirken Türkiye’deki turizm endüstrisinde rol alan tüm oyuncuların etkileşimleri de dikkate alınmalıdır. Bu amaçla, sistem bakış açısının benimsenmesi, endüstrinin tüm birimlerinin hem kendi içlerinde hem de birbirleriyle olan etkileşimlerinin incelenmesine olanak sağlanmalıdır. Ayrıca, olası risk beklentileri de kolaylıkla

değerlendirilebilir hale gelecektir. Dolayısıyla, turistlerin risk algıları üzerine çalışılırken, çevredeki turizm destinasyonları, turistlerin transit geçiş yaptıkları bölgeler, rekabet edilen destinasyonlar ve turistlerin geldikleri destinasyonlardaki mevcut risklerin analiz edilerek değerlendirilmesi turizm faaliyetlerinin aksamamasına yardımcı olacaktır.

Terör saldırıları turizm endüstrisine diğer risklere nazaran daha çok zarar verebilmektedir (Faulkner, 2001:136; Israeli ve Reichel, 2003:255). Ayrıca, Beirman (2003) emniyet ve güvenlik algısının turistlerin destinasyon kararlarını belirleyen temel etken olduğunu ifade etmiştir. Ancak, araştırmalar terör saldırıları sonrası turizm endüstrisinin kriz sürecini çok daha çabuk atlatabildiğini de ortaya koymaktadır (Ritchie & Jiang, 2019). Mitroff (2005) çalışmasında terör eylemlerinin ne zaman ve nasıl gerçekleşeceğine ve nasıl önlem alınması gerektiği şeklindeki sorulara dikkat çekmiştir. Buna göre, eylemler gerçekleşmeden önce hazır olunması gerekmektedir. Diğer taraftan, hükümetler, seyahat acentaları ve medya düzenli olarak turistleri yaşayabilecekleri risklere karşı uyarmaktadır (Lepp ve Gibson, 2003:622). Buna göre, Türkiye Cumhuriyeti devletinin terör eylemlerine karşı hazırlıklı olması gerekmektedir. Örneğin; Türkiye de 2016 yılında Atatürk havaalanında gerçekleşen terör saldırısı da global bir etkiye neden olmuştur. Saldırı yerinin uluslararası bir havalimanı olması ve alandaki turist sayısının fazla olması medyada büyük yankı uyandırmıştır. Saldırı öncesi, Türkiye 2015 yılında turistlerin en çok tercih ettikleri ilk 10 ülke arasına girmeyi başarmış olmasına rağmen eylem sonrası turizm gelirinde dramatik bir düşüş gözlemlenmiştir. Turizm kazancı 2015 yılının aynı ayına bakıldığında 41,6 milyon dolar iken, olay sonrasında 31,4 milyon dolara gerilediği açıklanmıştır (TUIK, 2016). Türkiye'nin jeopolitik konumu dolayısıyla sıkça yaşamış olduğu terörist eylemler mali kayıpların yanı sıra Türkiye'nin destinasyon imajını da zarar vermektedir (Kılıçlar ve diğerleri, 2018). Bu nedenle hem devletin hem de seyahat acentalarının turistleri yapılacak önlemler hakkında hızlı ve güven verici şekilde bilgilendirilmesi de turistlerin risk algılarında değişikliğe sebep olabilir. Bununla birlikte, medyanın kısa zamanda geniş bir kitleye ulaşması ve güvenilir bir kaynak olması bireylerin destinasyon ile ilgili algılarını değiştirebilir (Tasci ve Gartner, 2007:416). Olumsuz haberler ve ağızdan ağıza aktarılan bilgiler sonucunda tüketicilerin destinasyon ile ilgili algıladıkları risk de artmaktadır (Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009:413). Bu sebeple, medyanın spekülasyon haberlerden kaçınarak, yalın ve abartısız dil kullanması turistlerin rahatlamaını sağlayabilir.

Rittichainuwat ve Chakraborty (2009) ise Bangkok’da 2007 yılında gerçekleşen terör saldırılarının etkisini inceledikleri makalelerinde eylemler sonucunda otellerin fiyat düşürme politikası uygulamak yerine var olan güvenlik sistemlerini arttırdığını vurgulamaktadır (kapalı devre kamera sistemi, metal detektörler, araçları kontrol eden güvenlik çalışanları vb.). Ayrıca fiyatlarda indirim politikası uygulamanın turistleri ekstra motive etmediği ve destinasyon imajına zarar vermekte olduğu gözlenmiştir (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009). Otel sahiplerinin de yapabilecekleri güvenlik değişiklikleri turistlerin algılarında değişiklik yaratmaya yetebilir. Ancak riskten dolayı fiyatlarda yapılabilecek değişiklikler gençler ve gezginler tarafından indirimlerden yararlanabilecekleri bir fırsat olarak değerlendirilmektedir (Chew & Jahari, 2014). Bu sebeplerden ötürü Türkiye hakkında olumsuz destinasyon imajı yaratmamak adına otellerin güvenlik seviyelerini arttırmaları daha uygun olacaktır.

Turistlerin risk algılarının seyahat tercihleri üzerindeki etkisinin yüksek (Lepp ve Gibson, 2003:622) olması ihtiyaçlar hiyerarşisi (Maslow, 1943) ile ilişkilendirilmektedir. Buna göre, ikinci sırada yer alan güvenlik ihtiyacı seyahat planları üzerinde etkin rol oynamaktadır (Lepp ve Gibson, 2003:622). Bir diğer görüşte, Pearce’ın (1988; 1996) Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisini temel alarak hazırladığı “Seyahat kariyer Basamağı (Travel Career Ladder)” modelidir. Bu modele göre turistler düşük sıradaki ihtiyaçlarla (örneğin; yemek ve güvenlik) daha az tatmin olurken, yüksek sıradaki ihtiyaçlarla (temizlik vb.) daha çok tatmin olmaktadır. Bu görüş farklıları sonucunda Türkiye’nin sadece üzerinde durması gereken risk türü terör ve güvenlik konuları olmamalıdır. Komşu ülkelerde süregelen gerilimi bir fırsat olarak değerlendirerek destinasyonlarını güvenli lanse edebilmesi de önem arz etmektedir. Ayrıca, oluşabilecek terör saldırılarına karşı tetikte ve acil eylem planlarının hazır olması gerekmektedir. Gelecek araştırmaların, bu konunun üzerinde etraflıca durması ve ampirik olarak değerlendirmesi araştırmalarda derinleşme imkânı sağlayacaktır. Ancak bunun yanında hizmet kalitesini artırabilecek fiziksel unsurların da eşit şekilde ele alınması gerekmektedir.

Avrupa’daki enerji krizi, alternatif destinasyon olması ve turistlerin alım güçlerinin yüksek olması uluslararası turizm endüstrisinde Türkiye’ye olumlu katkı sağlamaktadır. Fakat bu sürecin devamlılığı için turistlerin fiziksel konforunun da devam ettirilmesi önemlidir. Evinden ayrı kalan bireylerin yaşayabileceği fonksiyonel sıkıntılar, günlük faaliyetlerini gerçekleştirirken alıştıkları düzenden ayrılması olarak tanımlanmaktadır. Örneğin; konuk kendi evinde hızlı bir internet erişimine sahipken ve tatil için geldiği yerde benzer hızı bulamaz ise

bireyde örtük bir anksiyeteye neden olmaktadır (Hazan ve Shaver, 1987; Hazan ve Zeifman, 1999:). Psikolojik açıdan birey kendisine ait (örneğin; yatak) fiziksel ihtiyaçlarını karşıladığı gereçlerine bağlıdır (Hazan ve Shaver, 1987:513; Hazan ve Zeifman, 1999:84). Bu durumda turistlere evlerindeki konforu sunabilmek gerekmektedir. Bu nedenle, otel odasındaki yataklarının konforundan başlayarak gezecekleri müzenin temizliğine kadar fiziksel konfor alanının yaratılabilmesine dikkat edilmelidir. Konukların evleri dışındaki bir çevrede, kendilerine sunulmuş olan kişisel hizmetleri kullanabilmeleri misafirperverlik anlayışı için öncül olduğu kabul edilmektedir (Beldona ve diğerleri, 2019). Ticari işletmeler tarafından misafirlerin konforunun önemszenmesi ve algılanan hizmet kalitesinin yüksek olması, misafirlerin bu deneyimi tekrar yaşamak istemeleri ile sonuçlanmaktadır.

Genellikle riskin kaynağı iki temel nedene bağlıdır. Birinci neden bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Chang, 2009:367). Turistler seyahat edecekleri destinasyonlar hakkında yaşadıkları yer kadar bilgiye sahip olamayabilir ve bu durum olası riskler hakkında detaylı bilgiye sahip olmamaları ile sonuçlanmaktadır. İkinci neden hava koşulları gibi doğa olaylarından toplumsal tehlikelere kadar değişebilecek gelecek koşulları hakkındaki bilgi eksikliğinden meydana gelmektedir (Chang, 2009:367). Diğer bir ifadeyle, bilgi eksikliği veya kontrol edilemeyecek durumlar risklerin kaynağını oluşturmaktadır. Bilgi eksikliğinin giderilmesi risk azaltma stratejisi görevini üstlenecektir. Turistlerin doğru bilgiye çabuk ve güvenli bir kaynaktan ulaşabilmeleri gerekmektedir. Bu sebeple, destinasyonlar özelinde yerel belediyelerin sağladığı bilgilerin sıklıkla güncellenmesi ve daha kapsamlı olması beklenebilir. Ayrıca, seyahat blogları yazılan bilgilerin ağızdan ağıza yayılmasına yardım eden önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Chen, Shang ve Li, 2014). Olumlu izlenime sahip turistlerin ağızdan ağıza yayacakları bilgiler ve seyahat bloglarında yer alacak yeni yorumlar da gelecek turistlerin dikkatini çeken bilgi kaynaklarıdır. Bu blogların da destinasyon pazarlamasında büyük rolü olduğu göz ardı edilmemelidir.

Kraemer ve diğerleri (1997:339) risk faktörünü istenmeyen bir sonuç ile ilgili ve geçici olarak gelen öncül bir değişken olarak tanımlamaktadırlar. Bu nedenle risk öncül bir değişken olarak ele alınmaktadır. Algılanan riskin subjektif olması veya genellikle etkilenen veya duygulanım tarafından yönlendirilen bilişsel bir süreç olmasına rağmen, algılanan risk genellikle duygu olarak belirtilmektedir (Loewenstein ve diğerleri, 2001:270). Ayrıca, bireyin algıladığı yüksek riskli bir duruma muhtemel endişe, anksiyete veya korku gibi olumsuz duygular eşlik

etmektedir. Turizm de risk bazen endişe ile ilişkilendirilirken (Larsen ve diğerleri, 2009:262) bazen de korku ve anksiyete ile ilişkilendirilmektedir (Reisinger ve Movando, 2005:216). Turistlerin yüksek risk algılarının oluşmasına ve riske karşı tepkileri literatürde tartışılmaya devam etmektedir. Gelecek araştırmalar, riskin seyahat, satın alma ve tavsiye niyetine doğrudan etkisini araştırmak yerine destinasyon riskinin seyahat kararlarına etkisindeki aracı değişkenleri de araştırmaları konunun genişletilebilmesine yardımcı olacaktır.

Bir diğer önemli husus riskin subjektif bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum riskin hem araştırılmasını zorlaştırmaktadır hem de üzerinde uzlaşmış bir ölçüm tekniğinin bulunmamasına yol açmaktadır. Bazı çalışmalar, katılımcıların endişelerini (Reichel ve diğerleri, 2007:223), korkularını (Fuchs ve diğerleri, 2013:271) veya gerginliklerini (Sönmez ve Graefe, 1998a:235) derecelendirerek algılanan riski açığa çıkarmaya çalışmıştır. Diğer çalışmalar da olayların gerçekleşme olasılıkları (Kozak ve diğerleri, 2007:239) veya spesifik olayların kişiye ne kadar riskli görüldüğü (Wolff ve Larsen, 2016) üzerinde yoğunlaşarak, algılanan riski ölçmeyi amaçlamıştır (Wloff ve diğerleri, 2019:207). Bu araştırmada kavramsal olarak destinasyon riskleri ele alınmaktadır. Gelecek araştırmalar algılanan risk üzerinde kabul gören bir ölçüm tekniği geliştirmeyi amaçlayabilir.

Ayrıca, risk disiplinler arası bir kavram oluşu sebebiyle hala yeterince teorik hâle getirilememiştir (Williams ve Balaz, 2015:283). Bu nedenle, turizm çalışmalarında risk kavramı yeni risk gruplarının eklenmesiyle birlikte hâlâ güncel olarak araştırılmaya devam etmektedir. Gelecek araştırmalar farklı risk türlerini, farklı destinasyonlar üzerinden ele alabilir ve konuya gerek teorik gerekse ampirik katkılar sunabilir.

Bu makalenin kavramsal olarak yazın incelemesi olması ve ampirik olarak verilerin değerlendirilmemiş olması çalışmanın kısıtı olarak görülmektedir. Yapılan kapsamlı mevcut literatür incelemesi ve teori aracılığıyla konunun kavramsal çerçevesi belirlenmiştir. Çalışmamızda sunmuş olduğumuz önerilerin ampirik olarak da incelenmesi mevcut literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Adam, I. (2015). Backpackers' risk perceptions and risk reduction strategies in Ghana. *Tourism Management*, 49, pp. 99-108.

Arana, J. E. ve Leon, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 299-315.

Ateşoğlu, İ., ve Türker, A. (2013). Türkiye'de tatil yapan turistlerin algıladıkları risk türleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3)

Başaga, A. (2022). Komşu Ülkelerle Ticaretimiz. Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı. Erişim adresi: <https://www.mfa.gov.tr/komsu-ulkelerle-ticaretimiz.tr.mfa>

Bhattarai, K., Conway, D., ve Shrestha, N. (2005). Tourism, terrorism and turmoil in Nepal. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 669-688.

Backer, E. ve Ritchie, B. W. (2017). VFR travel: A viable market for tourism crisis and disaster recovery?. *International Journal of Tourism Research*, 19(4), pp. 400-411.

Baker, T. (2020). Chinese hotels seeing steep declines from coronavirus. Erişim adresi: <http://hotelnewsnow.com/Articles/300132/Chinese-hotels-seeing-steepdeclines-from-coronavirus>

Basala, S. L. ve Klenosky, D. B. (2001). Travel-style preferences for visiting a novel destination: a conjoint investigation across the novelty-familiarity continuum. *Journal of Travel Research*, 40(2), pp. 172-182.

BBC News. (2022a, Şubat 22). Rusya-Ukrayna krizi nasıl savaşa dönüştü, bugüne nasıl gelindi?. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60477870>

BBC News. (2022b, Eylül 7). Rusya, Avrupa'ya gaz akışını nasıl kesiyor?. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/articles/crgj3jd28wmo>

Beldona, S., Kher, H. V., & Bernard, S. (2019). Do personal values affect perceptions of the hospitality performance? *International Journal of Hospitality Management*, 102384.

Beirman, D. (2003). United States: September 11, 2001 terrorist attack. The impact on American and global tourism. In D. Beirman, *Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach* (pp. 43-68). Oxon: CABI Publishing.

Briggs, R. ve Habib, N. (2004). Health travel: Effective communication to improve travel health outcomes. Erişim adresi: <https://www.nuffieldtrust.org.uk/research/healthy-travel-effective-communication-to-improve-travel-health-outcomes>

- Chang, S. Y. (2009). Australians' holiday decisions in China: a study combining novelty-seeking and risk-perception behaviors. *Journal of China Tourism Research*, 5(4), pp. 364-387.
- Chen, Y., Shang, R., & Li, M. (2014). The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist destination. *Computers in Human Behavior*, 30, 787-799.
- Chew, E. Y. ve Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, pp. 382-393.
- Cró, S. ve Martins, A. M. (2017). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters?. *Tourism Management*, 63, pp. 3-9.
- Düvell, F. (2011). *Irregular Immigration, Economics and Politics*. Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich. München: CESifo DICE Report.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), pp. 135-147.
- Fuchs, G. ve Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32, pp. 266-276.
- Fuchs, G., Uriely, N., Reichel, A., & Maoz, D. (2013). Vacationing in a terror-stricken destination: Tourists' risk perceptions and rationalizations. *Journal of Travel Research*, 52, 182-191.
- Göç İdaresi Başkanlığı. (2020). *Geçici Korumamız Altındaki Suriyeliler*. T.C. Cumhurbaşkanlığı Göç İdaresi Başkanlığı. Erişim adresi: <https://www.goc.gov.tr/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler>
- Gitelson, R. J. ve Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11, pp. 199-217.
- Hall, C. M., Scott, D. ve Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), pp. 577-598.
- Hazan, C. ve Shaver, P. R. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of personality and social psychology*, 52(3), 511-524.

- Hazan, C. ve Zeifman, D. (1999). Pair bonds as attachment. In J. Cassidy, & P. R. Shaver, *Handbook of Attachment: Theory, Research and encounters and assessing provider performance*,. 83-97.
- Hirschman, E. ve Holbrook, M. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), pp. 92-101.
- Israeli, A. ve Reichel, A. (2003). Hospitality crisis management practices: The Israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 353-372.
- Karataş, A ve Şahin, S. (2023). Turistlerin Risk ve Güvenlik Algılarının Algılanan Değer ve Destinasyon Tercihine Etkisi (The Effect of Tourists' Perceptions of Risk and Security Perceived Value and Destination Preference). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(1), 580-603.
- Kılıçlar, A., Uşaklı, A., & Tayfun, A. (2018). Terrorism prevention in tourism destinations: Security forces vs. civil authority perspectives. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 232-246.
- Kraemer, H. C.; Kazdin, A. E.; Offord, D. R.; Kessler, R. C.; Jensen, P. S. ve Kupfer, D. J.; (1997). Coming to terms with the terms of risk. *Archives of General Psychiatry*, 54, 337-343.
- Kozak, M., Crofts, J. C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.
- Larsen , S., Brun, W. ve Øgaard, T. (2009). What tourists worry about – Construction of a scale measuring tourist worries. *Tourism Management*, 30(2), 260-265.
- Laws, E., ve Prideaux, B. (2006). Crisis management: A suggested typology. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 1-8.
- Lepp, A. ve Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), pp. 606-624.
- Liu, A. ve Pratt, S. (2017). Tourism's vulnerability and resilience to terrorism. *Tourism Management*, 60, pp. 404-417.
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K. ve Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127, 267-286.

- Mansfield, Y. (2006). The role of security information in tourism crisis management: the missing link. Mansfield, Y. ve A. Pizam içinde, *Tourism, security & safety from theory to practice*. Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, pp. 370-396.
- Mitroff, I. I. (2005). Why some companies emerge stronger and better from a crisis: 7 essential lessons for surviving disaster. New York: AMACOM.
- Mitchell, V. M., Davies, F., Moutinho, L. ve Vassos, V. (1999). Using neural networks to understand service risk in the holiday product. *Journal of Business Research*, 46(2), pp. 167-181.
- Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: conceptualizations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), pp. 163-195.
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A., ve Ritchie, B. W. (2018). “No Ebola... still doomed”– The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Pauchant Research*, 70, 76-87.
- Orhun, B. N., ve Meriç, S. Turizm Destinasyonu Risk Algısı ile Öz Etkinlik Düzeyi Arasındaki İlişki: Van İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 447-467.
- Paraskevas, A. ve Arendell, B. (2007). A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations. *Tourism Management*, 28, pp. 1560-1573.
- Pearce, P. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Pearce, P. (1996). Recent Research in Tourist Behavior. *Asia-Pacific Journal of Tourism Research*, 1, 7-17.
- Peter, C., Poulston, J., & Losekoot, E. (2014). Terrorism, rugby, and hospitality: She' ll be right. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 253-261.
- Pizam, A. (1999). Comprehensive Approach to Classifying Acts of Crime and Violence at Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 38(5), 5-12.
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research*, 46(2), 217-226.

- Reisinger, Y. ve Movando, F. (2005). Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception. *401*, 43, pp. 212-225.
- Ritcher, L. K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*, 41(4), 340-347.
- Ritchie, B. W. ve Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79, 102812.
- Rittichainuwat, B. N. ve Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30, pp. 410-418.
- Roehl, W. S. ve Fessenmaier, D. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: an exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 2(4), pp. 17-26.
- Savaşci, U. ve Yıldırım, H. M. (2021). Destinasyon İmajı ve Algılanan Riskin, Davranışsal Niyete Etkisi: Bodrum Örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(2), 115-134.
- Sönmez, S. ve Graefe, A. (1998a). Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. *Annals of Tourism Research*, 25, pp. 112-144.
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998b). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37, pp. 171-177.
- Sönmez, S., Apostolopoulos, Y., ve Tarlow, P. (1999). Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), pp. 13-18.
- Shoemaker, S. (1994). Segmenting the U.S. travel market according to benefits realized. *Journal of Travel Research*, 32(3), pp. 8-21.
- Solomon, P. J. ve George, W. R. (1976). An Empirical Investigation of the Effect of the Energy Crisis on Tourism. *Research Notes & Communications*, 14(3), pp. 9-13.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022, Ağustos). Turizm İstatistikleri. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- Tasci, A. ve Gartner, C. W. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(5), pp. 413-425.

Tsaur, S. H., Tzeng, G. H. ve Wang, G. C. (1997). The application of AHP and fuzzy MCDM on the evaluation study of tourist risk. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 796-812.

TUİK. (2016). Retrieved from Türkiye İstatistik Kurumu: <http://www.turkstat.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?Id=21530>

TUİK. (2020, Temmuz 17). Uluslararası Göç İstatistikleri, 2019. Türkiye İstatistik Kurumu. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Uluslararası-Göç-İstatistikleri-2019-33709>

TUİK. (2022, Ocak 31). Turizm İstatistikleri, IV.Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2021. Türkiye İstatistik Kurumu. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-İstatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralık-ve-Yıllık,-2021-45785>

Williams, A. M. ve Balaz, V. (2015). Tourism Risk and Uncertainty:Theoretical Reflections. *Journal of Travel Research*, 54(3), pp. 271-287.

Wolff, K., ve Larsen, S. (2014). Can terrorism make us feel safer? Risk perceptions and worries before and after the July 22nd attacks. *Annals of Tourism Research*, 44, pp. 200-209.

World Bank. (2016). World development indicators - United States of America. World Bank. Retrieved from <http://data.worldbank.org/country/united-states?view¼chart>

World Tourism Organization. (2002). Tourism Proves as a Resilient and Stable Economic Sector. Retrieved from World Tourism Organization: <http://www.worldtourism.org/newsroom/Releases/moreFreleases/june2002/data.htm>

Yang, C. L. ve Nair, V. (2014). *Risk perception study in tourism: Are we really measuring perceived risk? 5th Asia Euro Conference 2014*. Procedia - Social and Behavioral Sciences. pp. 322-327.