



TURİSTLERİN KİŞİSEL DEĞİŞKENLERİNİN GÜVENLİK ALGILAMALARINDAKİ ROLÜ

THE ROLE OF THE SECURITY PERCEPTION OF TOURISTS PERSONAL VARIABLE

Arş.Gör. Cihan SEÇİLMİŞ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
csecilmis@ogu.edu.tr

ÖZ

Güvenli bir tatil anlayışı turizmin vazgeçilmez unsurlarından biridir. Turistlerin tatil yeri seçiminde ilk olarak aradıkları özelliklerden biri tatil yerinin güvenli olmasıdır. Turistlerin gidecekleri yeri güvenli algılayıp algılamamasında birçok faktör etkileyici olabilmektedir. Turistlerin bir yer için güvenlik algılamaları ortamlardan, daha önceki deneyimlerden, duyumlarından, kişisel duygu, tutum, amaç ve dürtüler tarafından etkilenir.

Bu araştırmada, güvenlik algısını etkileyen etmenler, turizm sektörüyle ilişkilendirilerek ele alınmış, bu doğrultuda, yerli ve yabancı turistler üzerinde uygulanan bir anket yardımı ile turistlerin İstanbul hakkındaki güvenlik algılamaları ile kişisel özellikleri arasındaki ilişkiler saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre, cinsiyet, eğitim, kalış süresi ve geliş amacı turistlerin güvenlik algılamasını etkilerken, yaş ve bölgeye geliş sayısı faktörlerinin güvenlik algılamasını etkilemediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Güvenlik ihtiyacı, algıda farklılık, güvenlik algısı

ABSTRACT

Safe holiday concept is one of the indispensable elements of tourism. Safety is among the first properties that tourists look for in a holiday venue. There may be several factors affecting tourists' perception about a destination's safety, such as past experience, information obtained, personal feelings, behavior, objective and urge.

In this study, the factors affecting perception of safety related to tourism sector are discussed. The relation between the safety perception of domestic and foreign tourists regarding İstanbul and their personal properties are determined by means of a survey applied to the tourists.

According to the results of the survey, gender, education, duration of stay, aim of arriving affect to detect the safety of tourists. Age and number of a arriving factors don't affect to detect the safety of tourists.

Keywords: Safety needs, differences in perception, perception of safety

GİRİŞ

Abraham Maslow'un belirttiği ihtiyaçlar hiyerarşisinde güvenlik ihtiyacı, zorunlu fizyolojik ihtiyaçlardan sonra ikinci sırada yer almaktadır. İnsanlar her ortamda kendini güvende hissetmek isterler. Dolayısıyla insanların huzur ve güvenliğinin sağlanması, sağlanan bu güven ortamının devam ettirilmesi düşüncesi tarih boyunca var olmuştur (Kızılkaya ve Sönmez, 2003, 18).

Değişen dünya şartlarında güvenlik ile ilgili kavramlar geniş bir yelpazeye yayılmıştır. Sağlık, eğitim, insan hakları, çevreyle ilgili değişim, terör, göç, hava kirliliği gibi birçok olgu güvenlik kavramının içinde yerini almıştır. Hal böyle olunca güvenlik toplumsal güvenliğe ve huzura endeksli bir boyut kazanmaktadır (McSweeny, 1999, s. 19).

Turistik bölge ve işletmeler giderek artan rekabet şartlarında başarılı olabilmek için turistik ürün ve hizmetlerde farklılaştırma yoluna gitmektedirler. Bu şekilde farklılaştırılan ürün ve hizmetlerde yeterli alt yapı oluşturulmazsa, turistler farklı boyutlardaki güvenlik problemleriyle karşı karşıya kalabilmektedir.

Hiçbir turist, para vererek risk satın almaya yanaşmaz. Güvenlik konusunda risk taşıyan bir bölgede modern tesisler, tarih, doğal zenginlikler, kültürel çekicilikler ne kadar çok olursa olsun, bu turistik çekiciliklerin talep oluşturması ya da oluşacak talebin sürdürülebilir olması düşünülemez (Kuveloğlu, 2004, 142).

Turist tatile çıkmaya karar verirken, öncelikle tatilini güven içinde ve en iyi şekilde nerede geçireceğine karar verir. Böylece tatil programını belirgin hale getirmiş olur. Güvenlik sorusu ya yaşanan deneyimden ya da ikinci elden bilgilerin toplanmasıyla ortaya çıkan imajdan oluşur ve karşılaştırmalı olarak tatil yeri seçiminde belirleyici rol oynar. Başka bir deyişle, kamu düzeninin sağlanması ve korunması konusundaki imaj, turistik bir çekicilik olarak tatile çıkma aşamasında turistini tercihini etkilemektedir.

Turistik bir destinasyonun turistler tarafından güvenli algılanıp algılanmamasında içsel ve dışsal birçok faktör devreye girmektedir. Bir destinasyon kimi turist için güvenli algılanırken bir diğeri için güvensiz olabilmektedir. Güvenliğin algılanmasındaki farklılaştırıcı bu kişisel değişkenlerin bilinmesi pazar bölümlenmesi yaparken işletmelere avantaj sağlayabilir.

1. GÜVENLİK ALGILAMASI

İnsanlar dış çevre şartlarını içsel özelliklerini katarak yorumlarlar. Güvenlik olgusunun algılanmasında daha çok kişisel özellikler algılamayı etkilemektedir

1.1. Algı ve Algılama kavramı

Koptagel'e (2001,19) göre algı, duyu organları aracılığıyla edinilen nesnelere ve olaylara ait izlenimlerin yorumlanması, seçilmesi ve düzenlenmesi yani tanınmasıdır. Birey içinde yaşadığı çevreye yeterli ve etkili bir uyumu algı süreçleri ile sağlar.

Ayrıca algı, bireyin zihinsel yapısı, tecrübeleri, güdülenmişlik düzeyi ve pek çok başka içsel faktörlerden etkilenir. "Bu durumda dikkat ve algı süreçleriyle kısa süreli belleğe giren bilgi, gerçeğin aynası değildir, bireyin öznel bilgileri, gerçeği yorumlamadaki beklentileriyle algılanan kendi gerçeğidir. Kısa süreli belleğe gelen bilgi objektif gerçek değil algılanan gerçektir" (Özgel, 2006, 19).

Yaycı' ya (2005, 215) göre duyu organlarımız tarafından kaydedilen uyarıcıların örgütlenip, yorumlanarak bir bütün hale getirilmesi belirli ilkeler çerçevesinde yapılmaktadır. Bu ilkeler aynı zamanda algısal yaşantılarımızın özellikleri ya da algının özellikleri olarak da adlandırılır. Seçicilik, değişmezlik, örgütlenme ve derinlik algısı algının başlıca özellikleridir. İçinde yaşanan çevrenin yapısı, sürekliliği ve anlamlı olarak algılanması bu özellikler sayesinde mümkün olmaktadır. Algısal özelliklerin bazıları kalıtım, bazıları da sonradan öğrenme yoluyla kazanılmaktadır.

Algılama, duyu organlarını uyaran nesnelere, niteliklerin veya olayların farkında olunmasıdır. Herhangi bir zamanda algılananlar sadece uyarının yapısına bağlı değil, aynı zamanda ortama, önceki deneyimlere, o andaki duygulara, genelde istek, tutum ve amaçlara bağlıdır (Ünlü, 2001,50). Uyarıcılar farklı kişilerde farklı yorumlanacağı gibi; aynı kişi, aynı uyarıcıları değişik bakış açısına göre farklı biçimlerde anlamlandırabilir

Algının temel özelliklerini Yaycı (2005, 215) aşağıdaki gibi sıralamıştır:

1. Algılama niteliği bireyden bireye değişir.
2. Algılama, bireyin biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarından etkilenir.
3. Algılamada deneyim ve öğrenme önemli bir rol oynar.

1.2. Algılamayı Etkileyen Etmenler

Bunlar, fizyolojik ya da psikolojik kökenli; duygular, gereksinimler, zihni tutumlar, hazır bulunma, telkin gibi iç etmenler olabileceği gibi toplumsal kaynaklı dış etmenler de olabilmektedir. Bunlar (MEB,2009,32-33);

- Duygular,
- Geçmişte yaşanan tecrübeler,
- İlgi ve ihtiyaçlar,
- Zihni tutumlar,
- Algısal hazır bulunuşluk,
- Korku, öfke, kaygı gibi durumlar,
- Çevre ve kültür
- Ani değişiklik, tuhafılık, zıtlık, hareketlilik gibi etmenlerdir.

1.3. Turizmde Güvenlik Algılaması

Güvenlik, genel anlamda kişinin kendisini mevcut tehlikelere karşı korunmuş ve huzur içinde hissetmesidir. Güvenlik kavramı, “varlığını koruma ve sürdürme” amacı taşıyan her davranış biçiminde karşılaşılan bir olgudur. Bu bağlamda bireyleri, toplumları, şirketleri, devletleri ve nihayet uluslararası düzeni içine alan çok geniş anlam içermekte olan güvenlik, bu aktörlerin algı ve beklentileri doğrultusunda çeşitlenen bir kavram olarak nitelendirilmektedir (Çevik, 2008, 24-25).

Güvenliğin, ekonomik, psikolojik, sosyal ve hukuki olmak üzere birçok yönleri bulunmaktadır. Bunlara ek olarak maddi ve maddi olmayan, aktif ve pasif yönleri de bulunmaktadır. Güvenliğin maddi yönü çevresel maddi şartları içerirken, maddi olmayan yönü ise kişinin kendi psikolojik alanına giren, onu etkileyen ve etkilenen her şeyi ifade eder. Pasif yönü koruma ve savunmayı aktif yönü ise saldırı ve yok etmeyi içerir. Turizm güvenliği daha çok güvenliğin maddi, hukuki, sosyal ve psikolojik yönleriyle ilgilidir (Uçkun, 2007, 309).

Turistler tarafından bir bölgenin güvenli algılanması, o bölgeye turistik talep oluşmasında en önemli faktörlerden biridir. Turistlerin güvenlik algılamasını etkileyen birçok etmen vardır. Medyada çıkan haberler, gittiği ülkede yaşadığı olumlu ve olumsuz tecrübeler ya da arkadaşlarının yaşadığı tecrübeler bunların başlıcalarıdır. Bu etmenler gidilecek yer konusunda belirleyici rol oynamaktadır.

2. TURİSTLERİN KİŞİSEL DEĞİŞKENLERİNİN GÜVENLİK ALGILAMALARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Turistlerin bir bölgeyi güvenli algılayıp algılamamasının çeşitli nedenleri olabilmektedir. Turistlerin bir bölümü, bölgeyi güvenli olarak görürken başka bir grup güvensiz olarak görebilmektedir. Bu durum güvenlik algılamalarında tek bir değişkenin olmadığı görülmektedir. Bu araştırmada turistlerin kişisel değişkenleri ile güvenlik algılamaları arasındaki ilişkiler saptanmaya çalışılmıştır.

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma ile turistlerin ziyaret ettikleri bölgeler hakkındaki güvenlik algılamaları ile kişisel özellikleri arasındaki ilişkiler saptanıp, uygun yönetim ve pazarlama politikalarına yön verebilecek veriler elde etmek amaçlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evreni, Türkiye'ye gelen yabancı turistler ile yurt içi turizm hareketlerine katılan yerli turistlerdir.

Araştırma örneklemini; 92'si Avrupalı, 27'si Amerikalı, 26'sı Türk, 23'ü Uzakdoğulu, 17'si BDT'li, 16'sı Orta Asyalı ve 6'sı da Avustralyalı olmak üzere toplam 207 denek oluşturmuştur.

Araştırmada kullanılan veriler, Türkçe, İngilizce, Fransızca ve Almanca olarak hazırlanan anket formları yardımıyla, tesadüfi olarak belirlenen turistlerden elde edilmiştir. Anket kültür turizminin en yoğun yaşandığı İstanbul ilinin çeşitli merkezlerinde uygulanmıştır. Toplanan veriler üzerinde bilgisayar ortamında SPSS paket programı aracılığıyla istatistiksel analizler yapılmıştır.

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığı Ki-Kare test tekniği kullanılarak araştırılmıştır

2.3. Araştırma Hipotezi

Araştırmanın hipotezi, turistlerin kişisel özellikleri bağımsız değişken olarak alınmış ve buna göre kurulmuştur. Turistlerin, ziyaret ettikleri bölgelerdeki güvenlik algılamaları ile kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri ortaya koyabilmek amacıyla kurulmuştur.

H₁: Turistlerin kişisel özellikleri ile güvenlik algılamaları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerdeki değişik kriterler açısından güvenlik algılamaları ile cinsiyet, yaş, eğitim durumu, kalış süresi, geliş sayısı gibi özellikler arasında ilişki olup olmadığını araştırmak için dokuz alt hipotez kurulmuş ve bunlar $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde test edilmiştir.

2.4. Araştırma Bulguları

Örneklemin genel özellikleri Tablo 1’ de verilmiştir.

Tablo 1 Ankete Katılanlara Ait Genel Özellikler

	Frekans n	Yüzde %
Cinsiyet		
Bay	115	55,6
Bayan	92	44,4
Toplam	207	100,0
Eğitim Durumu		
İlk ve ortaöğretim	48	23,2
Üniversite	132	63,8
Lisansüstü	27	13,0
Toplam	207	100,0
Yaş Grupları		
- 30	133	64,3
30 – 45	59	28,5
45’den büyük	15	7,2
Toplam	207	100,0
Kalış Süresi		
0 - 7 Gün	109	52,7
8 - 14 Gün	41	19,8
15 - 21 Gün	33	15,9
22 + ...Gün	24	11,6
Toplam	207	100,0
Geliş Sayısı		
1	97	46,9
2	52	25,1
3 +	58	28,0
Toplam	207	100,0

Tablo 1 incelendiğinde ankete katılanların büyük bir bölümünün üniversite ve lisansüstü mezunu olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum kültür turizmi için İstanbul’a gelen turistlerin eğitim seviyelerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Ankete katılan turistlerin yaş dağılımına bakıldığında ilk sırayı % 64,3 ile 30 yaşından küçük yanıtı alırken, İstanbul da kalış süreleri bakımından ilk sırayı % 52,7 ile 0-7 gün arası cevabı almaktadır.

2.5. Hipotez Testleri

Araştırmaya ilişkin bulgular değerlendirildikten sonra hipotezlerle ilgili olarak karşılaşılan sonuçlar aşağıda verilmiştir.

H₁: Turistlerin; turistik mekânları güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, turistik mekânları güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 2’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 4 tür. Turistlerin, turistik mekânları güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})’nin sonucu 13,020 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; turistik mekânları güvenli algılayıp algılamamasında yaş faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların yaşları düştükçe turistik mekânları daha güvenli algılama oranları artmaktadır. Bunun nedeni gençlerin özellikle turistik eğlence mekânlarına yaşlılara göre daha fazla ilgi göstermeleri ve tatillerinin vazgeçilmez bir parçası olarak görmeleridir.

Tablo 2: Turistik Mekânların Güvenli Algılanıp Algılanmadığının Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
YAŞ				
- 30	23 17,3	57 42,9	53 39,8	133 100,0
30 – 45	3 5,1	19 32,2	37 62,7	59 100,0
45 +		6 40,0	9 60,0	15 100,0
Sütun Toplam	26 12,6	82 39,6	95 47,8	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 13,020 Serbestlik Derecesi = 4 P < 0.05

H₂: Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi hastalık riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgeyi hastalık riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 3’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 4 tür. Turistlerin, ziyaret ettiği bölgeyi hastalık riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile yaşları arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})’nin sonucu 6,549 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilememiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi hastalık riski açısından güvenli algılayıp algılamamasında yaş faktörünün önemli bir değişken olmadığı görülmüştür.

Tablo 3: Ziyaret Edilen Bölgenin Hastalık Riski Açısından Güvenli Algılanıp Algılanmadığının Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
YAŞ				
- 30	9 6,8	62 46,6	62 46,6	133 100,0
30 – 45	9 15,3	22 37,3	28 47,5	59 100,0
45 +		9 60,0	6 40,0	15 100,0
Sütun Toplam	18 8,7	93 44,9	96 46,4	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 6,549 Serbestlik Derecesi = 4 P> 0.05

H₃: Turistlerin; toplu taşıma araçlarını güvenli algılayıp algılamaması ile cinsiyetleri arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, toplu taşıma araçlarını güvenli algılayıp algılamaması ile cinsiyetleri arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 4’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 2 dir. Turistlerin toplu taşıma araçlarını güvenli algılayıp algılamaması ile cinsiyetleri arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})’nin sonucu 12,647 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; toplu taşıma araçlarını güvenli algılayıp algılamamasında cinsiyet faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Tabloya bakıldığında kadınların erkeklere göre toplu taşıma araçlarını daha güvensiz algıladıkları görülmektedir. Bu durum kadınların erkeklere göre bu konularda daha hassas olmalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 4: Toplu Taşıma Araçlarının Güvenli Algılanıp Algılanmadığının Cinsiyete Göre Dağılımı

Sayı Satır%	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
CİNSİYET				
KADIN	10 11,2	23 25,8	56 62,9	89 100,0
ERKEK	5 4,4	56 49,1	53 44,5	114 100,0
Sütun Toplam	15 7,4	79 38,9	109 53,7	203 100,0

Ki-Kare Değeri = 12,647 Serbestlik Derecesi = 2 P < 0.05

H₄: Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile eğitim durumları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile eğitim durumları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 5’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 4 tür. Ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile eğitim durumları arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})’nin sonucu 17,838 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamamasında eğitim faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Eğitim seviyesi yükseldikçe, kişilerin terörizm ve riskler konusuna dair bilgileri de artmaktadır. Bu durum eğitim seviyesi yüksek olan turistlerin, güvenlik algılamasını etkilemektedir.

Tablo 5: Ziyaret Edilen Bölgenin Terör Riski Açısından Güvenli Algılanıp Algılanmadığının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
EĞİTİM DURUMU				
İLK ve ORTAÖĞRETİM	16 33,3	19 39,6	13 27,1	48 100,0
ÜNİVERSİTE	12 20,1	53 33,1	67 46,9	132 100,0
LİSANSÜSTÜ	5 18,5	9 33,3	13 48,1	27 100,0
Sütun Toplam	33 15,9	81 39,2	93 44,9	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 17,838 Serbestlik Derecesi = 4 P < 0.05

H₅: Turistlerin; ziyaret ettiği bölgede yaya olarak dolaşılması açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgede yaya olarak dolaşılması açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 6'da verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 8 dir. Turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi yaya olarak dolaşma açısından güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})'nin sonucu 25,292 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi yaya olarak dolaşma açısından güvenli algılayıp algılamamasında geliş amacı faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Dinlenmek ve eğlenmek için gelen turistlerin, yeni yerler görmek için gelen turistlere göre bölgeyi daha güvenli algıladıkları görülmektedir. Bu durum kişilerin bölgeye ve tatile bakış açılarıyla ilgilidir. Dinlenmek ve eğlenmek için gelen turistler küçük ayrıntılara ve güvenlik eksikliklerine dikkat etmek yerine daha fazla eğlenmek ve dinlenmek için çalışacaklardır. Bu nedenle güvenlik algılamaları daha yüksek çıkmaktadır.

Tablo 6: Turistlerin Gittikleri Bölgelerde Yaya olarak Dolaşmaları Açısından Bölgeyi Güvenli Algılayıp Algılamadığının Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
GELİŞ AMACI				
EĞLENME	2 6,7	13 43,3	15 50	30 100,0
DİNLENME	6 21,4	6 21,4	16 57,1	28 100,0
YENİ YERLER GÖRME	14 17,7	19 24,1	46 58,2	79 100,0
İŞ		10 25,6	29 74,4	39 100,0
DİĞER	10 32,3	12 38,7	9 29,0	31 100,0
Sütun Toplam	32 15,5	60 29	115 55,6	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 25,292 Serbestlik Derecesi = 8 P < 0.05

H₆: Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 7’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 8 dir. Turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamaması ile geliş amaçları arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})’nin sonucu 23,246 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi terör olayları açısından güvenli algılayıp algılamamasında geliş amacının önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Geliş amaçlarının güvenlik algılamalarına etkisi burada görülmektedir. Eğlenme ve dinlenme amaçlı gelen turistlerin bölgeyi yeni yerler görmek ve iş için gelen turistlerden daha güvenli buldukları ortaya çıkmıştır.

Tablo 7: Ziyaret Edilen Bölgenin Terör Riski Açısından Güvenli Algılanıp Algılanmadığı Değerlendirmesinin Geliş Amaçlarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
GELİŞ AMACI				
EĞLENME	1 3,3	20 66,7	9 30,0	30 100,0
DİNLENME	2 7,1	13 46,4	13 46,4	28 100,0
YENİ YERLER GÖRME	11 3,9	25 31,6	43 54,5	79 100,0
İŞ	9 23,1	15 38,5	15 38,5	39 100,0
DİĞER	10 32,3	8 25,8	13 41,9	31 100,0
Sütun Toplam	33 15,9	81 39,1	93 44,9	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 23,246 Serbestlik Derecesi = 8 P < 0.05

H₇: Turistlerin; ziyaret ettiği bölgede eğlence mekânlarını güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgedeki kalış süreleri arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin; ziyaret ettiği bölgede eğlence mekânlarını güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgedeki kalış süreleri arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 8’de verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 6

dır. Turistlerin ziyaret ettiği bölgede eğlence mekânları açısından İstanbul'un güvenliğini değerlendirmelerinin turistik bölgedeki kalış süresi değişkeni ile olan ilişkisi araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})'nin sonucu 54,696 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgede turistik eğlence mekânlarının güvenliği açısından, bölgeyi güvenli algılayıp algılamamalarında turistik bölgedeki kalış süresi faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Turistlerin yabancı ortamlara ilk kez girdiklerindeki güvensizlik hisleri yanıtlara yansımıştır. Turistik mekânları en güvensiz olarak algılayan turistler yedi günden az kalanlardır.

Tablo 8: Turistlerin Gittikleri Bölgelerde Eğlence Mekânları Açısından Bölgeyi Güvenli Algılayıp Algılamamalarının Kalış Süresine Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
KALIŞ SÜRESİ				
0 - 7 GÜN	6 5,5	33 30,3	70 64,2	109 100,0
8 - 14 GÜN	7 17,1	22 53,7	12 29,3	41 100,0
15 - 21 GÜN	12 36,4	20 60,6	1 3,0	33 100,0
22 + ... GÜN	1 4,2	7 29,2	16 66,7	24 100,0
Sütun Toplam	26 12,6	82 39,6	99 47,8	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 54,696 Serbestlik Derecesi = 6 P < 0.05

H_8 : Turistlerin ziyaret ettiği bölgede yaya olarak dolaşılması açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayısı arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgede yaya olarak dolaşmaları açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayısı arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 9'da verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 4 tür. Turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi yaya olarak dolaşmaları açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayısı arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})'nin sonucu 9,761 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilememiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi yaya olarak dolaşmaları açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamamalarında turistik bölgeye geliş sayısının önemli bir değişken olmadığı görülmüştür.

Tablo 9: Turistlerin Gittikleri Bölgelerde Yaya Olarak Dolaşılması Açısından Bölgenin Güvenli Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirmelerinin Kalış Süresine Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
GELİŞ SAYISI				
1	11 11,3	34 35,1	52 53,6	97 100,0
2	14 26,9	9 17,3	25 55,8	52 100,0
3 +	7 12,1	17 29,3	34 58,6	58 100,0
Sütun Toplam	32 15,5	60 29,0	115 55,6	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 9,761 Serbestlik Derecesi = 4 P > 0.05

H₀: Turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi hastalanma riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayıları arasında bir ilişki vardır.

Turistlerin, ziyaret ettiği bölgede hastalanma riski açısından bölgeyi güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayıları arasında bir ilişki olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 10'da verilmiştir. χ^2 uygulanan tablonun serbestlik derecesi 4 tür. Turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi hastalanma riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile turistik bölgeye geliş sayısı arasında bir ilişki araştırılmış ve test istatistiği (χ^2_{hes})'nin sonucu 11,143 bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilememiştir. Turistlerin; ziyaret ettiği bölgeyi hastalanma riski açısından güvenli algılayıp algılamamasında bölgeye geliş sayısının önemli bir değişken olmadığı görülmüştür.

Tablo 10: Turistlerin Gittikleri Bölgelerde Hastalık Riski Açısından Bölgenin Güvenli Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirmelerinin Geliş Sayılarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Güvenli	Normal	Güvensiz	Satır Toplam
GELİŞ SAYISI				
1	5 5,2	41 42,3	51 52,6	97 100,0
2	4 7,7	31 59,6	17 32,7	52 100,0
3 +	9 15,5	21 36,2	28 48,3	58 100,0
Sütun Toplam	18 8,7	93 44,9	96 46,4	207 100,0

Ki-Kare Değeri = 11,143 Serbestlik Derecesi = 4 P > 0.05

SONUÇ

Turistlerin bir ülkeye yönelik güvenlik algılamalarının değerlendirilebilmesindeki en önemli araç, turistlerin kendi düşüncelerini tespit edilmesine dayanan geri bildirim çalışmalarıdır. Bu sayede turistlerin mevcut algıları değerlendirilebilecek, turizmde yeni güvenlik, pazarlama ve yönetim politikaları turistlerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda yapılabilecektir.

Araştırmada kişisel özelliklerin güvenlik algılamasını nasıl etkilediğini ortaya koymak için karşılaştırmalar yapılmıştır. Yapılan testler sonucunda, turistlerin ziyaret ettiği bölgeyi hastalık riski açısından güvenli algılayıp algılamaması ile yaş ve bölgeye geliş sayısı faktörü arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Çeşitli yönlerden güvenlik algılamalarına dair sorulan sorularda cinsiyet, eğitim, kalış süresi ve geliş amacı faktörleri ile güvenlik algılamaları arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Böyle bir araştırmada, konu ile ilgili farklı yönleri ortaya koyabilmek için, araştırma evreninin daha geniş tutulması yararlı olacaktır. Araştırmanın hem mahalli hem de ulusal boyutlarda yapılması sonuçlara göre gerek mahalli gerek se ulusal turizm politikaları belirlemede katkı sağlayacaktır.

Turistik bölge ve işletmeler için güven veren ve güvenilen marka olma hedefi öncelikli olmalıdır. Bu sağlandığı takdirde turizm ürününün rekabetçi ve döviz kazandırıcı yönünü desteklemek ve sürdürülebilir kılmak mümkün olabilecektir

Turistlerin kafasında oluşan olumsuz güvenlik algılamalarını değiştirmek gerekmektedir. Bunun için ise olumsuz algılamalara neden olan gerek içsel gerekse dışsal etmenler tespit edilerek olumlu imaj oluşturma çabalarına ağırlık verilmelidir. Güvenlik algılamalarını etkileyen etmenlere göre (cinsiyet, yaş, eğitim vb) daha spesifik gruplara çeşitli iletişim araçları kullanılarak, tanıtım ve imaj düzeltici çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- ÇEVİK, T. (2008). *11 Eylül Saldırıları Sonrasında ABD'nin Uluslararası Terörizmle Mücadeleye İlişkin Güvenlik Politikası*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- DEDEOĞLU, B. (2003). *Uluslararası Güvenlik ve Strateji*, İstanbul: Derin Yayınları.
- GEGENFURTNER, K. R. (2005). *Beyin ve Algılama*, Çeviren: Barış Konukman. İstanbul: İnkılâp Kitabevi
- KIZILKAYA, A., & SÖNMEZ, N. (2003). Geçmişten Günümüze Güvenlik İhtiyacı ve Türk Polis Teşkilatı, *Çağın Polisi Dergisi*, Sayı 18 s 19-23
- Erisim: [http://www.caginpulisi.com.tr/18/19-20-21-22-23.htm]. Erisim Tarihi :15.02.2009
- McSWEENEY B. (1999) *Identity and Interests: A Sociology of International Relations*, Cambridge University Press, Port Chester, NY., USA.
- MEB (2009). *Psikoloji 1 Açıköğretim Lisesi Kitap ve Ders Notları*, Ankara.
- Erişim: [http://egitek.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/AolKitaplar/Psikoloji_1/2.pdf]. Erişim tarihi: 18.04.2009
- KOPTAGEL, İ., G. (2001). *Tıpsal Psikoloji*, İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri
- KOYUNOĞLU, S. (2003). *Turist sağlığı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KUVELOĞLU, D. (2004). *Turizm@gelecek.tr*, Ankara: Elips Kitap.
- ÖZGEL, S. (2006). *Plastik Sanatlar, Matematik Ve Yazın Alanlarında Çalışan Bireylerin Görsel Ve Mekânsal Algularındaki Benzerlikler*, Basılmamış Yüksek lisans Tezi, İstanbul.
- RIZAOĞLU, B. (2003). *Turizm davranışı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- UÇKUN, G. (2007). "Turizmde Güvenlik ve Yönetimi" *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar* (Editörler: Dr. Melih Bulu İ.Hakkı Eraslan), Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları Yayın No: 2007/1.
- ÜNLÜ, S. (2001). *Psikoloji*, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- ÜNLÜÖNEN, K. (2000). Turizm Sektöründe Tüketicinin Can ve Mal Güvenliği Üzerine Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 85-105
- WTO (1997). *Tourist safety and security*. Madrid, Spain.
- YAYCI, L. (2005). "Bilgi İşleme Kuramı", *Gelişim ve Öğrenme*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,