
TURLA SEYAHAT EDEN TURİSTLERLE BAĞIMSIZ SEYAHAT EDEN TURİSTLERİN DEMOGRAFİK VE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ BİRBİRLERİNDEN FARKLI MI?

A. Hamdi İSLAMOĞLU*
Seda AKERMAN**

ÖZET

Hizmetlerin ve bir hizmet türü olan turizm hizmetlerinin türdeş(homojen) olmayışlarından ötürü, turizm pazarlamasında bu pazarın bölümlendirilerek hedef pazarın tayin edilmesi büyük önem taşımaktadır. İşletmelerin uygun parlama bileşenlerini geliştirmeleri ve uygun stratejilerle bunları sunmaları hedef pazarlarını doğru tayin etmeleri ile sağlanabilir.

Turizm pazarı pek çok değişkene göre bölümlendirilebilir. Kişilik ve demografik özellikler bunlardan ikisidir. Bu çalışmada, İstanbul'u turlarla ve bağımsız seyahat ederek ziyaret eden yabancı turistlerin demografik ve kişilik özelliklerine göre gruplara ayrılıp ayrılamayacağı araştırılacaktır. Bir başka değişle, turlarla seyahat eden turistlerle bağımsız seyahat eden turistleri kişilik ve demografik özelliklerin ayırıp ayırmadığı test edilecektir. Böyle bir çalışmanın seyahat acenteleri açısından önemli olacağı düşünülmüştür.

Yapılan çalışmada kimi demografik ve kişilik özelliklerinin iki farklı seyahat türünü seçenleri ayırdığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Turistlerin davranışları, Pazar bölümlendirmesi

* Prof. Dr. Kocaeli Üniversitesi, İİBF, Pazarlama Bilim Dalında Öğretim Üyesidir.

** Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Bilim Dalında Doktora Öğrencisidir.

1. Giriş

Turistler üzerinde yapılan çalışmalarda turist gruplarının değişik adlar altında gruplandırıldığı görülmektedir. Cohen (1972) ve Plog (1973) yaptıkları çalışmalarda turistleri deneyimlerine göre rgtlendirilmiş kitle turistleri, bireysel kitle turistleri, araştırmacı ve başıboş turistler olarak dört gruba ayırmıştır. Darden (1979) turistleri btce yapanlar, maceracılar, eve bağlılar, tatilciler ve ılımlılar olarak adlandırdığı beş grupta tanımlamıştır. Amerikan Express (1989) de maceracılar, endişeciler, ryacılar, düşkünler ve ekonomistler olarak beş turist grubu belirlemiştir.

Rivas(1997) turizm pazarının sosyal değerlere; Gonzales ve Bello (2000) yaşam tarzına; Reisinger ve Turner (2002), Crost (2007) kültürel faktörlere; Sarığll ve Huang (2007) faydaya dayalı olarak turizm pazarının blmlenebileceğini yaptıkları araştırmalarla ortaya koymuşlardır.

Psikografik değişkenlere göre de turizm pazarının blmlendirilebileceğini gösteren çalışmalar yapılmıştır. (Formica ve Uysal 1998; Biege ve Laesser 2002) bunlara örnek verilebilir. Bu alışmalar pazarlama kuramını desteklemektedir.

Turistlerin davranışları ile tüketicilerin davranışları pek çok yönden benzer olmalarına karşın, bazı farklılıklar da göstermektedir. Bunlar (McKercher ve Wong 2004):

- Gidilecek yer seçiminde bilgi yetersizlikleri,
- Risk,
- Katılmak istenen etkinlikle ilgili bilgi eksikliği,
- Yabancı dil bilgisizliği ve iletişim güçlüğü,
- Karşılaştırma zorlukları,
- Seyahat maliyetinin önceden tam olarak tahmin edilemeyeşi,
- Beklenen hizmet düzeyinin karşılanama endişesi olarak özetlenebilirler.

Bu çalışmada tüketici davranış modellerinin belirli sınırlamalar ve değişikliklerle turistlerin davranışlarına uygulanabileceği varsayılmıştır. Nitekim, turistlerin davranışlarını inceleyen kimi araştırmacılar tüketici davranış modellerinden önemli ölçüde yararlanmışlardır. Schmoll(1977) Howard – Shet modelini temel alarak kendine özgü bir model geliştirmiştir. Bu modelde seyahat uyarıcıları, kişisel ve sosyal etmenlerin seyahat isteğini etkilediği; bilgi araştırmasında maliyetlerin ve çekicilik faktörlerinin dikkate alındığı görülmektedir(Seaton ve Bennett 2004). Mathieson ve Wall (<http://www.scribd.com>) modelinde turistlerin karar süreçlerinin ihtiyaç isteği, bilgi toplama, değerlendirme, deneyimleri dikkate alma ve seçme aşamalarından oluştuğunu ifade etmektedir.

Gerek tüketici davranış modelleri gerekse turistlerin davranışları için uyarlanmış olan modellerin ortak özelliklerinden biri, kararların içsel ve dışsal faktörler tarafından etkilendiğini varsaymalarıdır. Bu çalışmada içsel faktörlerden biri demografik öteki kişilik özellikleri olmak üzere iki faktör incelemeye alınmıştır.

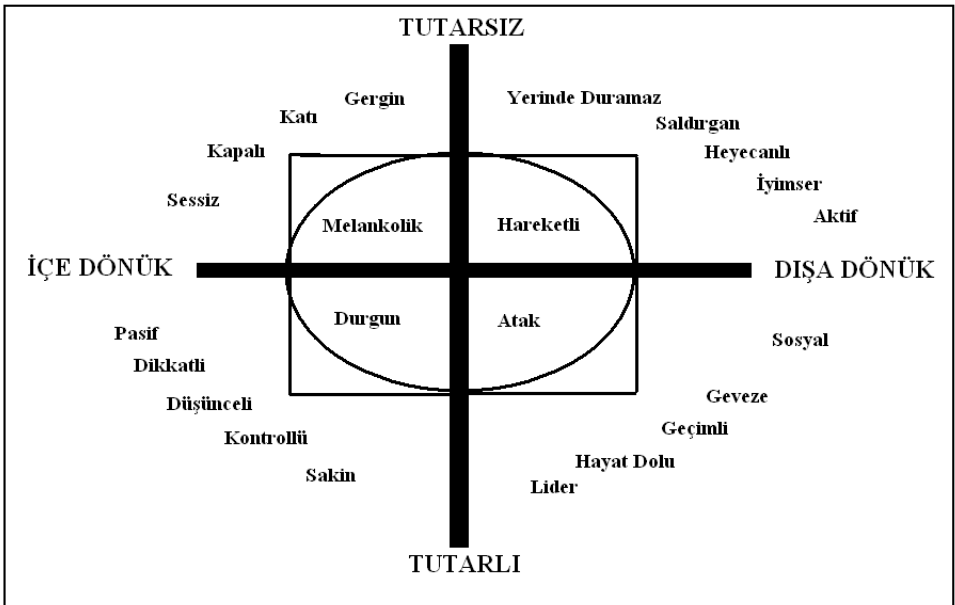
Bilindiği gibi, demografik faktörler çok sayıda olduklarından ve bunlara bu çalışmada demografik faktörlerden sadece yaş, cinsiyet ve medeni durum değişkenleri incelemeye alınmıştır.

Bu araştırmanın amacı, turlarla seyahat eden turistlerle bağımsız seyahat eden turistleri birbirinden ayıran demografik ve kişilik özelliklerini ve bunların önem derecelerini belirlemektir. Bu nedenle kişilik kuramları ve bunların uygulanıp test edilmeleri bakımından bir karşılaştırma yapmaya gerek duyulmuştur.

Kişilik özelliklerini ölçüp istatistiki kalıplara dökmek oldukça zordur. Bu zorluğun iki önemli nedeni vardır. Birinci neden kişilik özellikleri ile ilgili değişik kuramların olmasıdır. Bu bakımdan hangi kuramdan hareket edilmesi gerektiğine karar vermek zordur. İkinci zorluk kişilik özelliklerini ölçecek ölçeklerin ölçmeye ne ölçüde hizmet edebilecekleri konusundaki şüphelerdir. Bu ölçekler klinik deneylere dayanılarak geliştirilmişlerdir. Doktorla hasta arasındaki güvenle sahada araştırmacıya duyulan güven arasındaki fark, ölçeğin geçerliliği konusunda şüphe yaratmaktadır.

Kişilik kuramları Psikanalitik, Sosyo-Psikolojik, Trait, Biyolojik kuramlar şeklinde ele alınabilir. Psikanalitik kuram Freud tarafından ortaya atılmış, daha sonra onu izleyenler tarafından bu kurama bazı katkılar yapılmıştır. Bu kuram, insan davranışının ilkel benlikle üst benlik arasındaki mücadeleye dayandığını ve bu mücadelenin benlik tarafından dengelenmeye çalışıldığını ileri sürer. Sosyo-psikolojik kuram, başlangıçta Freud'cu olan ama, ondan ayrılan Jung ve Adler tarafından geliştirilmiştir (Odabaşı ve Barış, 2002). Onlara göre, Freud cinselliğe aşırı önem vermiştir ve kişi davranışı geçmişten etkilenmekle birlikte geleceği tasarlamasına bağlı olarak da oluşmaktadır(Burger,2006). Eysenck, kişiliğin büyük ölçüde biyolojik olduğunu ve kişiliğin ie-dışa dönüklük ve oturmuş-uçarı olarak dört boyutta ele alınması gerektiğini sistematik biçimde açıklanmıştır(Cüceloğlu,1991). Trait kuramı da kişiliği ie-dışa dönüklük, tutarlı-tutarsız olarak dört boyutta ele almaktadır(Odabaşı ve Barış,2002, Burger, 2006). Bu iki kurama ilişkin değişkenler şekil 1 ve şekil 2'de gösterilmiştir.

şekil 1. Dört Boyutta İncelenebilen Kişilik Özellikleri



Şekil 2. İçedönüklük-Dışadönüklük ve Oturmuş-Uçarı Boyutlarının Kesişiminden Ortaya Çıkan Dört Grup Kişilik Yapısı

	İÇEDÖNÜK	DIŞADÖNÜK
Oturmuş	1 Oturmuş - İçedönük	2 Oturmuş - Dışadönük
Uçarı	3 Uçarı - İçedönük	4 Uçarı - Dışadönük

Kaynak: Cüceloğlu, 1991, s. 422.

Değişik kişilik kuramlarına dayanılarak yapılan araştırmalarda kişilik özellikleri ile tüketici tercihleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu belirlenmiştir (Peter 1985, Rızaoğlu 1993; İslamoğlu 1995). Bu araştırmalarda daha çok Trait kuramından yararlanılmıştır. Bu araştırmada test etme kolaylığı bakımından Eysenck kuramı temel alınmıştır. Bu kurama dayanılarak içe ve dışa dönüklük şu boyutlarla ölçülmeye çalışılmıştır:

- Etkinlik
- Sosyallik
- Risk alma
- Atılganlık
- Kendini ifade etme
- Düşünce
- Sorumluluk

Gerek Trait gerekse Eysenck kuramı kişiliği ölçmek için, daha fazla sayıda boyutun kullanılmasını öngörmektedir. Ancak, çok sayıda değişkeni ve her değişkeni ölçmek için sorulması gereken soru sayısının çok sayıda olması nedeniyle, anketin cevaplanma süresini azaltmak amacıyla yukarıda sıralanan yedi değişkenle (boyutla) kişiliğin ölçülmesine karar verilmiştir.

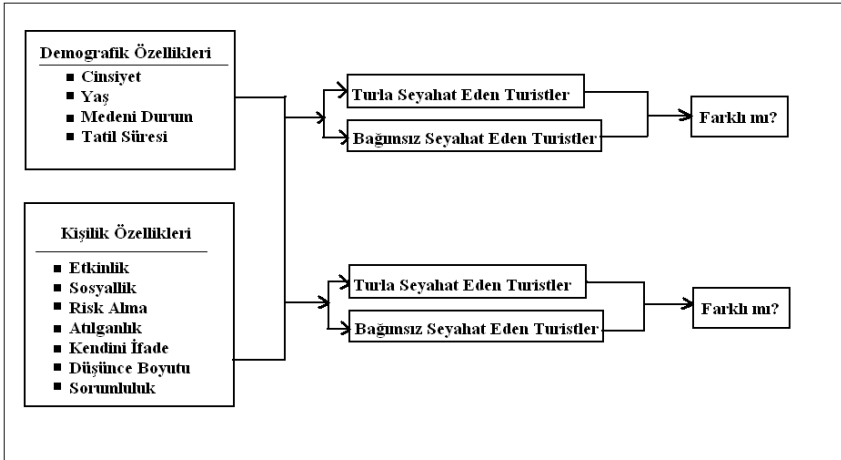
Daha önce de belirtildiği gibi, bu çalışmanın amacı, turlarla seyahat eden turistlerle bağımsız seyahat eden turistleri birbirinden ayıran demografik ve

kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve bunların önem sırasının ne olduğunu ortaya koymaktır. Bu amaçla Şu sorulara yanıt aranacaktır:

- Turistlerin demografik özellikleri iki grubu(turlarla seyahat edenlerle bağımsız seyahat edenleri) anlamlı bir biçimde ayırmakta mıdır?
- Turistlerin içe ve dışa dönük olmaları iki grubu anlamlı bir biçimde ayırmakta mıdır?

Bu iki temel soruya yanıt bulabilmek için Şekil 3'te görüldüğü gibi, turlarla ve bağımsız seyahat eden iki grup turistin demografik ve kişilik özellikleri belirlenecek, ikinci aşamada ise, demografik ve kişilik değişkenlerinin bu iki grubu ayırıp ayırmadığını, ayırıyorsa ayırmada hangi boyutların ayırmayı daha iyi yaptığı diskriminant analizi ile test edilecektir. Ayrıca örnekleme yönteminin kolayda örnekleme olmasından ötürü, parametrik olmayan ki-kare testi ile ele alınan değişkenlerin her biri ile iki grup arasında ilişki olup olmadığı da test edilecektir. Böylece, iki farklı tekniğin sonuçları karşılaştırılacak ve aralarında uyum olup olmadığına bakılacaktır.

Şekil 3. Araştırmanın Modeli



2. Bilgi Toplama ve Ölçkleme

Tüketicileri içe ve dışa dönük olarak tanımlamak amacıyla klinik deneylerden yararlanılarak geliştirilmiş değişik soru envanterleri vardır. (Malhodra, 1981; Lannox ve Wolf, 1984; Campbell ve diğerleri, 1996; Bearden ve Netemeyer, 1999; Köknel, 1982) tarafından geliştirilmiş olan soru formlarından yararlanılarak bir soru formu geliştirilmiş ve küçük bir grup üzerinde anket formu uygulanarak test edilmiştir. Test sonucunda bazı soruların değiştirilmesi gerektiği anlaşılmış ve anket formu yeniden düzenlenerek uygulanmıştır. Anket formunda demografik özellikler için üç soru açık uçlu, kişilik özellikleri için, 91 soru kapalı uçlu olarak sorulmuştur. Her kişilik özelliği için test öncesinde 25'er soru sorulmuş, daha sonra faktör analizi ile soru sayısı 13'er olarak azaltılmıştır. Her soru için üçlü ölçek (Evet, hayır, bazen) kullanılmıştır. Böylece 13 sorunun ortalama değeri ilgili boyutun değeri olarak alınmıştır. Dolayısıyla, kişilik özelliklerindeki yedi bağımsız değişkenin değerleri, her biri için sorulmuş 13 sorunun ortalaması ile değerlendirilmiştir.

ÖRNEKLEME

Örnekleme yönteminin belirlenmesinde ise, ana kitle listesinin elde bulunamayışı ve ülkeyi ziyaret eden turist sayısının yüksek olması nedeniyle tesadüfi örnekleme yöntemiyle örnekler çekilememiştir. Bu araştırmanın bir ön araştırma olarak genelleme iddiasının olmadığı da göz önüne alınarak İstanbul'u ziyaret eden turistlerin yoğunlukla ziyaret ettikleri Ayasofya, Topkapı ve Sultanahmet müzelerini ziyaret eden turistlerle günün değişik saatlerinde görülmüştür. Daha başka bir deyişle kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle toplanan bilgilere dayalı parametrik analizlerin güvenilirlik ve geçerlilikleri elbette ki kuşkulu olacaktır. Bu nedenle diskriminant analizi yanında ki-kare analizi de kullanılarak iki grubu ayıran boyutların iki gruba ilişkisi olup olmadığı da test edilmiştir.

Eğer, bir boyut iki grubu ayırıyorsa, o boyutla iki grup arasında ilişki olacağı beklenmelidir. Bu bağlamda, bu araştırmanın bir ön araştırma olarak amaca bir katkı sağlayabileceği düşünülebilir. 110'u bağımsız, 130'u turlarla seyahat eden 240 turistle görülmüş ve bu sayının yeterli olup olmayacağı aşağıdaki formülle araştırılmış ve 96 örneğin yeterli olduğu belirlenmiştir.

Ancak uygulanacak analiz tekniği açısından örnek sayısı bilinçli olarak 240'a çıkarılmıştır. Örnek büyüklüğü hesabı için şu formül kullanılmıştır(Cındık ve Akyüz,1998) :

$$n = Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q / (N \cdot D^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q)$$

- n = Örnek büyüklüğü
- Z = Güven katsayısı (% 95'lik güven için bu katsayı 1.96 alınmaktadır.)
- N = Ana kütle büyüklüğü
- P = Ölçmek istenilen özelliğin ana kütlede bulunma ihtimali (alışmamız çok amaçlı olmasından dolayı bu oran % 50 alınmıştır.)
- Q = $1-P$
- D = Kabul edilen örnekleme hatası (alışmamız için %10'luk bir örnekleme hatası ön görülmüştür.)

$$n = 1,96 \cdot 2000000 \cdot 50 \cdot 50 / (2000000 \cdot 100 + 50 \cdot 50) = 96$$

Her iki grup için ayrı ayrı normallik testleri yapılmıştır. Yaş bakımından sağa yatkın, tatil süresi ve medeni durum bakımından normale yakın bir dağılım belirlenmiştir. Bu da ayırma analizinin kullanılmasına olduğuca elverişli bir durumun olduğuna yorumlanabilir.

3. Analizler

Ankete katılanların üç demografik özelliğe ve tatil yapma sürelerine göre dağılımları Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre, hem bağımsız seyahat eden grupta hem de turla seyahat eden grupta kadınların oranı, erkeklere göre yüksek çıkmıştır. Medeni durum açısından, bekar turist gruplarının bağımsız seyahat eden turist gruplarında toplandığı, evli turistlerin ise turla seyahat eden grupta toplandığı görülmüştür. Genç yaştaki turistlerin bağımsız seyahat eden grupta; yaşlıların ise, turla seyahat eden grupta toplandığı görülmüştür. Tatil yapma süresi ise, bağımsız seyahat eden turist grubunda daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 1: Ankete Katılan Yabancı Turistlerin Medeni Durum, Yaş Aralıkları ve Tatil Yapma Süreleri Dağılımı

Demografik Özellikler		N	Ortalama %
Bağımsız Seyahat Eden Turistler			
Cinsiyet	Kadın	62	56.3
	Erkek	48	43.7
	Toplam	110	100.0
Medeni Durum	Bekar	78	70.9
	Evli	32	29.1
	Toplam	110	100.0
Yaş Aralığı	18-25	40	36.4
	26-40	42	38.2
	41-55	22	20
	55 üstü	6	5.4
	Toplam	110	100.0
Tatil Yapma Süresi	2 haftadan az	64	58.1
	2- 4 hafta arası	46	41.8
	Toplam	110	100.0
Turla Seyahat Eden Turistler			
		N	Ortalama
Cinsiyet	Kadın	92	70.7
	Erkek	38	29.3
	Toplam	130	100.0
Medeni Durum	Bekar	50	38.5
	Evli	80	61,5
	Toplam	130	100.0
Yaş Aralığı	18-25	38	29.2
	26-40	48	24.6
	41-55	42	32.4
	55 üstü	18	13.8
	Toplam	130	100.0
Tatil Yapma Süresi	2 haftadan az	96	73.8
	2- 4 hafta arası	34	26.2
	Toplam	130	100.0

Demografik özelliklere ayırma analizinin uygulanabilmesi için değişkenler arasındaki korelasyonun düşük çıkması gerekir(Eşdoğrusallık sorunu olmaması için). Tablo 2'de görüldüğü gibi değişkenler arasındaki korelasyon düşüktür ve bu ayırma analizinin kullanabileceğini göstermektedir.

Tablo 2: Demografik Değişkenlerin Gruplar İçi Korelasyonu

Korelasyon	Medeni durum	Tatil süresi	Cinsiyet	Yaş
Medeni durum	1,00	-0,09	0,07	-0,60
Tatil süresi	-0,09	1,00	-0,01	0,12
Cinsiyet	0,07	-0,01	1,00	0,07
Yaş	-0,60	0,12	0,07	1,00

Analizin uygunluğu doğrulandıktan sonra, veriler ayırma analizine alınmış ve Tablo 3'teki ayırma fonksiyonu katsayıları bilgisayar çıktısından elde edilmiştir.

Tablo 3: Demografik Değişkenlerin Standardize Edilmiş Ayırma Fonksiyonu Katsayıları

Değişkenler	Fonksiyon
	1
Yaş	- 0,727
Medeni durum	0,680
Tatil süresi	0,480
Cinsiyet	- 0,183

Tablo 3'te turla seyahat eden turistleri, bağımsız seyahat eden turistlerden ayıran en güçlü demografik özellik turistlerin yaşlarıdır. İkinci sırada medeni durumlarıdır. Cinsiyet iki grubu ayırmada anlamsız olup, tatil yapma süresi ise iki grubu ayırmada düşük düzeyde etkili görünmektedir. Bilindiği gibi, ayırma analizinde fonksiyon katsayıları 0.30'dan büyükse, o değişkenin ayırma üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Yaş, medeni durum ve tatil yapma süresi iki grubu ayırdığına göre, bu değişkenlerle gruplar arasında ilişki de olmalıdır. Bunun için yapılan ki-kare testleri sonuçları toplu olarak aşağıda verilmektedir. Yaş ile ilgili hipotez testine konu olan veriler Tablo 4 ve Tablo 5'te görülmekte, toplu bilgisayar sonuçları ise Tablo 6' da verilmiştir. Bu tablolara dayalı olarak şu hipotezler test edilmiştir.

H01: Turistlerin cinsiyet ile seyahat tipleri arasında ilişki yoktur.

H02: Turistlerin yaşları ile seyahat tipleri arasında ilişki yoktur.

H02: Turistlerin cinsiyet ile seyahat tipleri arasında ilişki yoktur.

H03. Turistlerin medeni durumları ile seyahat tipleri arasında ilişki yoktur.

H04: Turistlerin tatil yapma süreleri ile seyahat tipleri arasında ilişki yoktur.

Tablo 4:

Yaş Durumu	Seyahat Şekli		Toplam
	Turla Seyahat	Bağımsız Seyahat	
18-25	38	40	78
26-40	30	44	74
41-55	62	26	88
Toplam	130	110	240

Tablo 5:

Ki-kare değeri (Chi-Square)	Serbestlik derecesi (df)	Anlamlılık (Asym. Sig.)
15.871	2	0.000

Tablo 6:

Değişkenler	X ² değeri	df (Serbestlik derecesi)	Sig. (Anlamlılık)
Cinsiyet	0.725	1	0.394
Yaş	15.871	2	0.000
Medeni durum	9.669	1	0.002
Tatil yapma süresi	9.311	2	0.010

- Tablo 6'dan da görüldüğü gibi cinsiyet ile iki grup arasında ilişki çıkmamıştır (sig. 0.394>0.05 olduğu için) Bu sonuç diskriminant analizi sonuçları ile uyusmaktadır.
- Medeni durum ile iki grup arasında ilişki vardır(=0.00, p<0.05). Bu sonuç diskriminant analizi sonuçları ile uyusmaktadır.
- Tatil yapma süresi ile iki grup arasında ilişki vardır(p=0.01< <0.05). Bu sonuç diskriminant analizi ile uyusmaktadır.

Hem parametrik hem de parametrik olmayan analiz sonuçlarının birbiri ile uyumlu olması, turlarla seyahat eden turistlerle bağımsız seyahat eden turistlerin yaş, medeni durum ve tatil yapma süreleri bakımından farklı olduklarına yorumlanabilir.

4. Kişilik Özellikleri İki Grubu Ayırmada Etkili Midir?

Kişilik özelliklerinin belirlenmesinde 7 değişken kullanılmıştır ve bu 7 değişkenin turlarla ve bağımsız seyahat eden turistler için istatistiki dağılımları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Kişilik Değişkenlerinin Grup İstatistiki Bilgileri

Grup		Ortalama	Standart Sapma
1,00 Turla Seyahat Edenler	Etkinlik	0,59	0,17
	Sosyallik	0,62	0,17
	Risk alma	0,35	0,11
	Atılganlık	0,55	0,44
	Kendini İfade	0,55	0,16
	Düşünce Boyutu	0,60	0,14
	Sorumluluk	0,71	0,16
2,00 Bağımsız Seyahat Edenler	Etkinlik	0,63	0,14
	Sosyallik	0,79	0,92
	Risk alma	0,54	0,11
	Atılganlık	0,56	0,15
	Kendini İfade	0,63	0,11
	Düşünce Boyutu	0,60	0,14
	Sorumluluk	0,57	0,15
TOPLAM	Etkinlik	0,61	0,15
	Sosyallik	0,70	0,64
	Risk alma	0,43	0,14
	Atılganlık	0,55	0,34
	Kendini İfade	0,58	0,15
	Düşünce Boyutu	0,60	0,14
	Sorumluluk	0,64	0,17

Tablo 7’deki sonuçlar için yapılan analizlerin anlamlı olup olmadığına gruplar içi korelasyon değerlerine bakılarak karar verilebilir.

Tablo 8. Kişilik Değişkenlerinin Gruplar İçi Korelasyonu

Korelasyon	Etkinlik	Sosyallik	Risk Alma	Atılgnalık	Kendini İfade	Düşünce Boyutu	Sorumluluk
Etkinlik	1,000	-0,048	0,170	-0,038	0,259	0,014	0,082
Sosyallik	-0,048	1,000	0,055	0,060	0,209	0,061	-0,002
Risk Alma	0,170	0,055	1,000	0,056	0,348	0,115	-0,272
Atılgnalık	-0,38	0,060	0,056	1,000	0,063	0,087	0,036
Kendini İfade	0,259	0,209	0,348	0,063	1,000	0,175	-0,118
Düşünce Boyutu	0,014	0,061	0,115	0,087	0,175	1,000	-0,052
Sorumluluk	0,082	-0,002	-0,272	0,036	-0,118	-0,052	1,000

Gruplar arası korelasyonun Tablo 8’de düşük olduğu görülmektedir. Bu da diskriminant analizinin uygulanabileceğini göstermektedir.

Tablo 9: Kişilik Değişkenlerinin Standartlaştırılmış Ayırma Fonksiyonu Katsayıları

Değişkenler	Fonksiyon
Risk alma	0,94
Sorumluluk	0,51
Kendini ifade	0,31
Etkinlik	0,16
Sosyallik	0,15
Düşünce boyutu	0,01
Atılgnalık	0,01

Tablo 9’da görüldüğü gibi %30’un altında kalan değişkenler iki grubu ayırmada etkisiz çıkmıştır. Bunlar; atılgnalık, düşünce boyutu, sosyallik ve etkinlik değişkenleridir. Diğer taraftan %30’un üzerinde değere sahip risk alma, sorumluluk ve kendini ifade değişkenleri iki grubu ayırmada nispeten etkili gözükmektedir. İki grubu ayırmada en güçlü ve geçerli değişken risk alma çıkmıştır. Daha sonra sorumluluk ve kendini ifade değişkenleri gelmektedir.

İki grubu ayırmada etkili olduğu gözüken risk alma, sorumluluk ve kendini ifade etme değişkenleri etkili olduğuna göre bu değişkenlerle iki grup arasında da ilişkinin olması gerekir. Bunun için ki-kare testine başvurulmuş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 10: Risk alma, Kendini İfade ve Sorumluluk Değişkenleri
Ki-kare Analizi Değerleri

Değişkenler	X ² değeri	df (Serbestlik derecesi)	Sig. (Anlamlılık)
Risk alma	205.261	239	0.000
Kendini ifade	183.805	239	0.000
Sorumluluk	156.839	239	0.000

- Risk alma değişkeni ile iki grup arasında ilişki vardır($p=0.00$, $p<0.05$). Bu sonuç diskriminant analizi sonucu ile uyuşmaktadır.
- Sorumluluk değişkeni ile iki grup arasında ilişki vardır($p=0.00$, $p<0.05$). Bu sonuç diskriminant analizi sonucu ile uyuşmaktadır.
- Kendini ifade değişkeni ile iki grup arasında ilişki vardır($p=0.00$, $p<0.05$). Bu sonuç diskriminant analizi sonucu ile uyuşmaktadır.

Diskriminant analizi ile ki kare analiz sonuçları uyuştuğuna göre turlarla seyahat eden turistlerin risk alma, sorumluluk ve kendini ifade etme bakımlarından bağımsız seyahat eden turistlerden farklı oldukları söylenebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Topkapı Sarayı, Ayasofya Cami, Sultanahmet meydanın gezen iki grup turist (turlarla ve bağımsız seyahat eden) yaş, medeni durum ve nispeten tatilde geçirdikleri süre bakımından farklılık gösterdikleri dikkate alındığında; tur operatörleri ve seyahat acenteleri bu grupları çekmek için gençlere, bekarlara ve uzun süre seyahate edenlere uygun tur paketi hazırlamaları gerektiği söylenebilir. Örneğin, bu gruplara daha uzun süreli ve eğlence ağırlıklı tur paketleri düşük fiyatlarla sunulabilir. Öte yandan ülkenin turizm politikasına yön verecek yöneticilerin turlarla seyahat edenleri bağımsız seyahat etmeye ve böylece onların ülkeye daha fazla döviz bırakmalarını sağlamak için yaşlıları ve evlileri çekmek için politika geliştirmeleri gerekir.

Kişilik özellikleri dikkate alındığında turlarla seyahat edenlerin risk almaktan kaçındıkları, sorumluluk taşıdıkları ve kendilerini ifade etme isteğinde

oldukları görülmektedir. Bu bağlamda tur operatörleri ve seyahat acenteleri tur paketlerinin risk taşımadığını, kişilerin kendilerini ifade edebilecekleri tarzında konumlandırmaları gerektiği söylenebilir. Öte yandan ülkenin turizm politikasına yön verecek yöneticilerin turlarla seyahat edenleri bağımsız seyahat etmeye ve böylece onların ülkeye daha fazla döviz bırakmalarını sağlamak için; ülkenin güvenli olduğunu, her bakımdan risk taşımadığını ve her türlü deneyimi rahatlıkla gerçekleştirip kendilerini her ortamda rahatça ifade edebileceklerini vurgulayıp anlatmalıdır.

Kaynakça

- Assael, Henry, Consumer Behavior And Marketing Action, Kent Publishing Company, Second Edition, 1984
- Bearden, William O., Netemeyer, Richard G., Handbook Of Marketing Scales, Sage Pub., London, 1999
- Bieger, T., Laesser, C., Market Segmentation Of Ab İbternational, Journal Of Travel Research, Vol. 43, 2004
- Burger, Jerry M., Çev. Sarıoğlu İnan Deniz Erguvan, Kişilik, 1. Basım, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2006
- Cındık, Hicabı, Akyüz, Kadri Cemil, Trabzon İlindeki Küçük Ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısı, Sorunları Ve Çözüm Önerileri, Tr. J. Of Agriculture And Forestry, 22 (1998)
- Crotts, John C., The Effect Of Culturel Distance On Overseas Travel Behavior, Journal Of Travel Research, (September 2007)
- Cüceloğlu, Doğan, İnsan Ve Davranış, 9. Basım, Remzi Kitabevi, 1991
- Formica, S., Uysal, M., Market Segmentation Of An İnternational, Journal Of Travel Research, Vol. 36, 1998
- Gonzales, Anna M., Bello, Laurentino, The Construct "Lifestyle" İn Market Segmentation, European Journal Of Marketing, Vol. 36, N. ½, 2002
- Howard, John A., Consumer Behavior İn Marketing Strategy, Prentice Hall, Englewood Cliffs, Nj, 1989
- İslamoğlu, A. Hamdi, Tüketici Davranışları, Kocaeli Yayınları, No:4,1996
- İslamoğlu, A. Hamdi, Pazarlama Yönetimi, 2. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 2000
- Kolasa, Blair J., İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, (Çev.) Aykar Fulya, Somay Tomris Menteşe Mirgün, John Wiley And Sons Inc., 1969
- Köknel, Özcan, Kişilik, Altın Kitaplar, İstanbul, 1982
- Lazarus, Richard S., Personality, Second Edition, Englewood Cliffs, New Jersey, Pretice-Hall Inc., 1971
- Mckercher, Bob, Wong, Dona Y.Y., Understanding Tourism Behavior, Journal Of Travel Research, Vol. 43, 2004
- Mudambi, R., Baum, T., Strategic Segmentation: An Emprical Analysis Of Tourism Expenditure Journal Of Travel Research, Vol. 36, 1997
- Odabaşı, Yavuz, Barış, Gülfidan, Tüketici Davranışı, Mediacat, Ekim, İstanbul, 2002
- Reisinger, Yvette, Turner, Lindsay, A Cultureal Analysis Of Japanese, Tourist: Challanges For Tourism Marketers, European Journal Of Marketing, Vol. 33, N. 11/12, 1999

- Rızaoğlu, Bahattin, Turizm Davranışı, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Ekim, 2003
- Rızaoğlu, Bahattin, Turizm Pazarlaması, 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, Ocak, 2004
- Sarıgüllü, Emine, Huang, Rong, Benefit Segmentation Of Visitors To Latin America, Journal Of Travel Research, September, 2005
- Seaton, A. V., Bennett, M. M. Marketing Tourism Products- Concepts, Issues And Cases, Thomson Learning, 2004
- [http://www.scribd.com/doc / 19523031 / Consumer - Behavior - Models - and - Consumer-Behavior-in-Tourism-09-09-09.](http://www.scribd.com/doc/19523031/Consumer-Behavior-Models-and-Consumer-Behavior-in-Tourism-09-09-09)