

## Yerli Turistlerin Algıladıkları Seyahat Risklerinin Destinasyon Satın Alma Süreçlerine Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma <sup>a</sup>

 AYDIN ÜNAL <sup>b</sup>

Geliş Tarihi: 31.03.2020 | Kabul Tarihi: 23.10.2020

**Öz:** Bu çalışmada yerli turistlerin yabancı ülke destinasyonlarına ilişkin risk algılarının belirlenmesi ve ilgili risklerin destinasyon satın alma süreçlerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan 500 anket Mayıs-Ekim 2019 döneminde Antalya destinasyonunu paket tur satın alarak ziyaret eden ve daha önce yurtdışına çıkmamış yerli turistlere yüz yüze iletişim kurularak ulaştırılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler (454 anket) SPSS programında analize tabi tutulmuştur. Yapılan analizlerde yerli turistlerin yabancı destinasyonlarla ilgili olarak psikolojik, fiziksel, finansal, zamansal ve sosyal boyutlarda risk algıladıkları belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun yabancı destinasyonlarla ilgili genel risk algılarının yüksek (%69) ve yabancı destinasyonları seyahat niyetlerinin düşük (%57) düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon seçim süreci, algılanan risk, yerli turist, Antalya.

<sup>a</sup> Bu çalışma, Ekim 2019 tarihinde sonuçlandığı için. Etik Kurul İznine gerek yoktur.

<sup>b</sup> Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar MYO, Turizm Seyahat ve Eğlence Hiz. Böl. aydin-unal@hotmail.com.tr

---

## A Research on Determining the Effects of Travel Risks Perceived by Domestic Tourists on Destination Purchase Processes

**Abstract:** This study aims to determine the risk perceptions of domestic tourists about foreign destinations and to determine the effects of related risks on destination purchasing processes. 500 questionnaires prepared in this context were delivered to the domestic tourists who visited Antalya destination in the period of May-October 2019 by purchasing a package tour and who hadn't gone abroad before, by communicating face to face. The data obtained from the questionnaires (454 questionnaires) were analyzed by the use of the SPSS program. As a result of the analyzes, it was determined that the domestic tourists perceived risks in terms of psychological, physical, financial, temporal and social dimensions related to foreign destinations. In addition, it was determined that the general risk perceptions of the majority of the participants related to foreign destinations were high (69%) and that they had low intentions to travel to foreign destinations (57%).

**Keywords:** Destination choosing process, perceived risk, domestic tourist, Antalya.

## Giriş

Destinasyonlar yerel ve küresel ölçekte yoğun bir rekabet ortamı içerisinde varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bu süreçte diğer destinasyonlardan farklılıklarını ortaya koymak adına imaj, markalaşma, reklam ve tanıtım, marka aşinalığı ve sadakat oluşturma, vb. birçok faaliyeti birlikte yürütmektedirler (Garcia ve diğ., 2012). Ancak çoğu zaman destinasyonların gerçek sahipleri ve kullanıcıları olan turistlerin bakış açısıyla yürütülen bu faaliyetlerin değerlendirilmesi noktasında eksiklikler yaşanabilmektedir (Chi ve diğ., 2020). Bu çalışmada yerli turistlerin yabancı ülke destinasyonlarına ilişkin risk algılarının belirlenmesi ve ilgili risklerin destinasyon seçim süreçlerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın konusu ve ölçeği itibariyle ilgili alanyazında görülen kuramsal çerçeve ve uygulama temelli sonuç eksikliğinin giderilmesi adına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan Turistlerin Destinasyon Risk Algıları ve Destinasyon Seçim Kararları modeli daha önce Türkçe ve yabancı alanyazında Lepp ve Gibson (2003); Fuchs ve Reichel (2006); Qi ve diğ. (2009) ve Türkmen (2018) çalışmalarında kullanılmıştır. Araştırma modeli ve elde edilen sonuçlar kapsamında turistlerin destinasyon seçim süreçlerinde algıladıkları risklerin (performans, fiziksel, zaman, sosyal, psikolojik ve fiziksel risk) düzeylerinin ve bu risklerin satın alma süreçlerine etkilerinin ne düzeyde olacağının daha net analiz edilebileceği düşünülmektedir. Bu çerçevede çalışmada öncelikle araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur ve konu ile ilgili yapılmış diğer çalışmalar özetlenmiştir. Daha sonra araştırma yöntemi tasarlanmıştır, araştırma modeli ve ilgili araştırma hipotezi çerçevesinde gerekli analizler uygulanmıştır ve araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Araştırma da son olarak araştırma bulguları kısaca özetlenerek sonuç ve tartışma bölümü oluşturulmuştur.

## Literatür

Turistlerin destinasyon seçim süreçlerine önceki deneyimleri, memnuniyet değerlendirmeleri, bilgi birikimleri, destinasyon

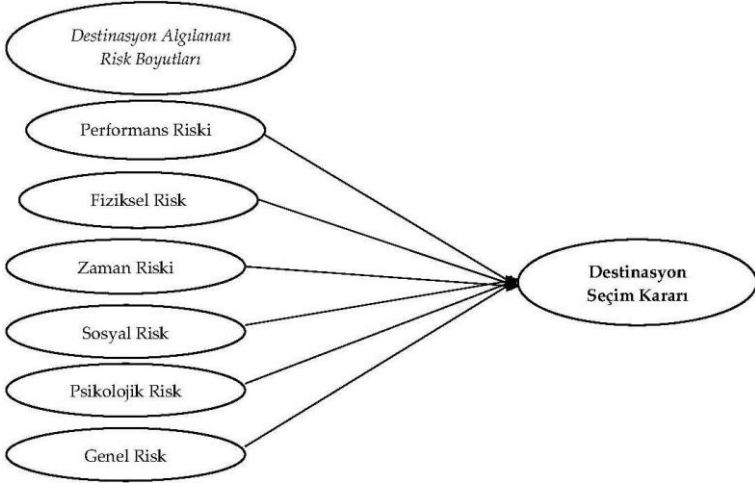
yonun imajı, farklılığı, kalitesi, sosyal, ekonomik, kültürel, kişisel, vb. birçok faktör etki edebilmektedir (Gürsoy ve McCleary, 2004; Taşçı ve Knutson, 2010; Chen ve Lin, 2012; Demirbulat GÜdü ve Saatçı, 2015). Bu sürece ayrıca destinasyonlar hakkında turistlerin algıladıkları riskler (Yeung ve Morris, 2006; Somoudi, 2012), turistlerin destinasyon deneyimi yaşamadan satın alma davranışında bulunmaları, bilgileri olmayandan uzak durma, bilinmeyen kaygısından kurtulma, tanıdık ve bilindik yani aşına olanı tercih etme, vb. algıları ve duygusal değerlendirmeleri de önemli düzeyde etki etmektedir (Roehl ve Fesenmaier, 1992; Lepp ve Gibson, 2003; Gürsoy ve McCleary, 2004; Kim ve Kim, 2005). Bu noktada turistler mümkün olduğunca kısaca “zarara uğrama tehlikesi” (Türk Dil Kurumu, 2020) olarak tanımlanabilecek olan risk kavramından ve bileşenlerinden etkilenmeme yönünde çabaları söz konusudur. Turistler destinasyon satın alma ve turistik bilgi edinme süreçlerinde yeterli bilgi kaynağına, görseline, vb. ulaşamamaktan gidilmesi planlanan destinasyonun kötü hava koşullarından yerel halkın turistlere karşı tutumlarına değin çok çeşitli bileşenleri risk olarak değerlendirebilmektedirler. Genel anlamda ilgili alanyazında turistik satın almalarda risk bileşenleri; finansal risk (hatalı ürün seçiminden kaynaklı ekonomik kayıplar), performans riski (seçilen ürünün beklenen faydayı sağlamaması), fiziksel risk (seçilen ürünün başta fiziksel sağlık sorunları olmak üzere çeşitli sağlık sorunlarına yol açması), sosyal risk (seçilen ürünün toplumsal statü üzerindeki olumsuz algılamaları), psikolojik risk (seçilen ürünün imaj, vb. üzerindeki olumsuzlukları), zaman riski (seçilen ürünün kaybedilen zamana değmemesi) ve genel memnuniyetsizlik algıları şeklinde sınıflandırılmaktadırlar (Roehl ve Fesenmaier, 1992; Schiffman ve Kanuk, 2000; Reisinger ve Movando, 2005; Keh ve Sun, 2008; Qi ve diğ., 2009; Gupta ve diğ., 2010; Karamustafa ve diğ., 2013). Daha önce ilgili alanyazında konu kapsamında yapılmış diğer çalışmalarda ise turistlerin destinasyon seçimlerinde; sağlık, politik istikrarsızlık, terör, kültürel ve dini farklılıklar, yabancı

olunan yiyecek ve içecekler, yüksek suç oranları (Lepp ve Gibson, 2003; Slevitch ve Sharma, 2008); güvenlik, sosyal risk ve havayolu ulaşımındaki aksaklıklar (Floyd ve diğ., 2004); finansal, fiziksel, sosyal, psikolojik riskler ve zaman kaybı (Özer ve Gülpınar, 2005); heyecan ve macera eksikliği hissi (Cater, 2006); salgın hastalıklar, doğal afetler, gıda zehirlenmeleri, cinsel hastalıklar, destinasyonda yaşanacak başta ulaşım araçları olmak üzere diğer maddi hasarlı kazalar (Rittichainiwatt ve Chakraborty, 2009; Ann ve diğ., 2010; Schusterschitz ve diğ., 2010; Jonas ve diğ., 2011; Aksu ve diğ., 2013; Ateşoğlu ve Türker, 2014; Güvenek ve Alptekin, 2015; Türkmen, 2018) risk unsuru olarak değerlendirmekteydiler. Turistlerin bilgi arama kanallarında yapılacak iyileştirmeler, turistlerin beklentilerinin, isteklerinin ve genel memnuniyetlerinin sürekli analiz edilmesi ve doğru değerlendirilmeleri, destinasyonlar hakkında sanal uygulamalar, arttırılmış gerçeklik ürünleri, vb. sayesinde sağlanacak kısmi deneyim fırsatı, doğru, samimi, içten ve yüksek kalite sunulacak hizmetler, mevcut turistlerin genel memnuniyetlerinin sağlanması ve elde edilecek olumlu geri bildirimlerin potansiyel turistlere aktarılabilmesi, vb. yapıcı ve geliştirici faaliyet aracılığıyla turistlerin algıladıkları risklerin azaltılması ve genel memnuniyetlerin arttırılması mümkün olacaktır (Kim ve diğ., 2005; Lovelock ve Wirtz, 2007; Lin ve diğ., 2009; Çetinsöz ve Ege, 2012; Özbek, ve diğ., 2015).

## Yöntem

### Araştırmanın Modeli ve Hipotezi

İlgili araştırma amacı doğrultusunda yerli turistlerin yabancı destinasyonlarla ilgili algıladıkları risk boyutlarının (performans, fiziksel, zaman, sosyal, psikolojik, fiziksel ve genel) destinasyon seçim süreçlerine etkilerini belirlemek için Turistlerin Destinasyon Risk Algıları ve Destinasyon Seçim Kararları Modeli (Şekil 1) oluşturulmuştur. Araştırma modelinin oluşturulma sürecinde Lepp ve Gibson (2003), Fuchs ve Reichel (2006), Qi ve diğ. (2009) ve Türkmen (2018) çalışmalarından yararlanılmıştır.



Şekil 1. Turistlerin Destinasyon Seçim Kararları ve Destinasyon Risk Algı Düzeyleri Modeli

**Hipotez 1.** Turistlerin destinasyonlarla ilgili algıladıkları riskler destinasyon seçim süreçlerini etkilemektedir. Turistlerin destinasyonlarla ilgili algıladıkları riskler destinasyon seçim süreçlerinde en az klasik (sosyal, kültürel, demografik, kişisel ve psikolojik) ve güncel (sosyal medya, akıllı ürünler, arttırılmış gerçeklik deneyimi, vb.) faktörler kadar destinasyon seçim süreçlerine etki etmektedir ve ilgili risk bileşenlerinden turistlerin destinasyon seçim kararları etkilenmektedir (Lepp ve Gibson, 2003; Floyd ve diğ., 2004; Law, 2006; Fuchs ve Reichel, 2006; Kozak ve diğ., 2007; Qi ve diğ., 2009; Gupta, ve diğ., 2010; Somoudi, 2012; Türkmen, 2018).

### Araştırma Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır ve anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik yedi sorudan ve bu sorulara ilişkin cevaplandırıcının seçebileceği ifadelerden oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların destinasyon risk algılarını ve destinasyon süreçlerine etkilerini belirlemeye yönelik 5-Kesinlikle Katılıyorum ve 1-Kesinlikle Katılmıyorum likert tipinde toplam 31 ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan soruların ve likert

tipi ifadelerin oluşturulmasında Lepp ve Gibson (2003) ve Fuchs ve Reichel (2006) tarafından geliştirilmeye başlanan ve Türkmen (2018) tarafından son şekli test edilen çalışmalardan yararlanılmıştır. Bu çalışmada anketin içerik geçerliğinin sağlanması, çeviri ve dil bilim konularında akademik ve yetkin kişilere danışılmıştır.

### **Araştırma Alanı Seçim Süreci**

Antalya destinasyonunun ve yerli ziyaretçilerinin araştırmaya konu edilmesinde; bilinen 2150 yıllık tarihi geçmiş ve sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel değerleri, dünyaca ünlü kumsalları ve deniz turizmi olanakları, gastronomik zenginlikleri ve yerel kültürü, ulusal ve uluslararası çok çeşitli organizasyonlara (Altın Portakal Film Festivali, vb.) ev sahipliği yapmasından dolayı tanınırlığı ve bilinirliği, 2019 yılı sonu itibarıyla Türkiye'nin en çok turist çeken ikinci destinasyonu olması (16 milyona yakın), iç turizm pazarlarında popülerliği ve ilgili konu kapsamında destinasyonu ziyaret eden yerli turistlere yönelik herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması etkili olmuştur (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020).

### **Araştırma Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Antalya destinasyonunu ziyaret eden yerli turistlerin bütünü oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise ilgili destinasyonu ziyaret eden ve araştırmanın veri toplama süreci içerisinde ulaşılabilen yerli turistler oluşturmaktadır. Ancak bu araştırmanın veri toplama süreci içerisinde (Mayıs-Ekim 2019) ilgili destinasyonu tam olarak kaç kişinin ziyaret ettiği ve bu ziyaretçilerin ne kadarının yerli turistlerden oluştuğu tespit edilememiştir. Bu sebeple araştırma örneklemini hesaplamak için hedef kitledeki birey sayısının bilinmediğinden hareketle;  $n = t^2 pq / d^2$  formülünden yararlanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007). Formül çerçevesinde ilgili değerleri yerine koyarsak araştırma örneklem sayısı;  $n = (1,96)^2 (0,5) \times (0,5) / (0,05)^2$ ;  $n = 0,9535 / 0,0025$ ;  $n = 384$  olarak belirlenmiştir. Hesaplanan örneklem büyüklüğüne ulaşmak için araştırma katılımcılarının belirlenmesi sürecinde özellikle ko-

nunun kendine has durumundan dolayı olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kasti (kararsal-amaçlı) örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde araştırmacı problemine cevap bulacağına inandığı kişileri kendisi seçmektedir (Altunışık ve diğ., 2007). Veri toplama süreci içerisinde cevaplayıcıların yönettiği toplam 500 anket destinasyondaki yerli turistlere yüz yüze iletişim kurularak ulaştırılmıştır. Ancak geri dönüş sağlanan anketlerden 26 tanesi her soruya aynı cevabın kodlanması ve 20 anket ise cevap kodlamalarının %50'sinden fazlasının boş bırakılmasından dolayı değerlendirme dışında bırakılmıştır. Araştırmanın değerlendirme kısmına 454 anket dâhil edilmiştir ve anketlerin geri dönüş oranı %91 olarak gerçekleşmiştir.

### **Araştırma Analizleri**

Araştırma sonucunda anketlerden elde edilen veriler bilgisayara kaydedilerek veri seti oluşturulmuştur. İlgili veri seti SPSS istatistikî veri programında analize tabi tutulmuştur. Araştırma anketinden elde edilen yerli turistlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler yüzde ve sıklık değerleriyle analiz edilmiştir. Sıklık analizinden sonra ölçekteki likert tipi ifadelerin güvenilirliği analiz edilmiştir. Değişkenlerin güvenilirlik analizinde Alpha katsayısından yararlanılmıştır. Güvenirlik analizinden sonra ölçeğin yapı geçerliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmada ayrıca ilgili araştırma boyutları regresyon analizine dâhil edilmiştir.

## **BULGULAR**

### **Katılımcılara İlişkin Bulgular**

Araştırmanın örneklem özelliklerine ilişkin genel bir değerlendirmenin yapılabilmesi için uygulanan sıklık analizi (Tablo 1) sonuçlarına göre katılımcıların çoğunluğunun erkek (%58), 25-60 yaş aralığında (%56), lisans (%41) ve lisansüstü (%23) düzeyde eğitime sahip, kendi işini yapan (%30) ve öğrenci (%29), 5001 TL ve üzerinde (%47) ve 2501 TL-5000 TL aralığında (%39) aylık gelire sahip kişilerden oluştuğu belirlenmiştir.



Ayrıca katılımcıların genel olarak yabancı destinasyon genel risk algıları yüksek (%69) ve yabancı destinasyonları seyahat niyetlerinin düşük (%57) olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları (n=454)

Demografik Özellikler		Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	189	41,6
	Erkek	265	58,4
Yaş	15-24 Yaş Aralığı	125	27,4
	25-60 Yaş Aralığı	256	56,4
	61 Yaş ve Üzeri	74	16,2
Eğitim Düzeyi	Lise ve Altı	78	17,2
	Önlisans	85	18,7
	Lisans	186	41,0
	Lisansüstü	105	23,1
Meslek	Öğrenci	133	29,2
	Özel Sektör Çalışanı	118	26,0
	Kendi İşini Yapan	134	29,5
	Kamu Çalışanı	37	8,1
	Emekli	42	9,2
Aylık Gelir	2500 TL ve Daha Az	66	14,5
	2501 TL-5000 TL Arası	175	38,5
	5001 TL ve Üzeri	213	47,0
Yabancı Destinasyon Genel Risk Algısı	Yüksek	315	69,3
	Düşük	139	30,7
Yabancı Destinasyon Seyahat Niyeti	Yüksek	194	42,7
	Düşük	260	57,3

### Güvenilirlik Analizi Bulguları

Bir araştırmada güvenilirlik analizi; herhangi bir konuda ör-

neklemi oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile oluşturulan ifadelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadıklarını test etmek amacıyla yapılır (Ural ve Kılıç, 2005). Bu araştırmada kullanılan ölçeğin Alpha katsayısı ,845 olarak bulunmuştur. Elde edilen katsayı oranları ölçeklerin güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

### **Faktör Analizi Bulguları**

Bu çalışmada açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizi ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO-Örneklem Yeterliliği İstatistiği) ve Bartlett's Test of Sphericity (Bartlett's Küresellik Testi) elde edilmektedir. Bartlett's küresellik testi faktör analizi yapabilmek için ifadeler arasında gerekli olan ilişki düzeyinin yeterli olup olmadığını göstermektedir ( $p < 0,05$ ). Aynı şekilde KMO örneklem yeterliliği de ifadeler arası korelasyonun faktör analizi için yeterli olup olmadığına karar vermede kullanılır (Durmuş ve diğ., 2010). Açıklayıcı faktör analizi sonucunda; sig. ( $p$ )=0,000 anlamlılık düzeyinde KMO değeri ,827 olarak belirlenmiştir. Ayrıca Bartlett's Testi sonucu 3885,237 olarak tespit edilmiştir. Bu oranın düzeyi ve elde edilen KMO değeri örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli ve uygun olduğunu göstermektedir. Çalışmada hem faktör yükleri açısından küçük hem de katsayısı küçük ifadeler (communalities) değerlendirme dışı bırakılarak faktör analizinin geçerliğinin artırılması amaçlanmıştır. Yapılan bu iki işlem sonucunda ölçekte yer alan 31 ifadeden üçünün (yabancı destinasyonlarda turistik yerler oldukça kalabalıktır, yabancı destinasyonlarda yiyeceklerin ve içeceklerin lezzetleri alışılmışın dışındadır ve yabancı destinasyonlarda yanlış anlaşılmalara ve yaşanan kaynakların temel nedeni dil bilmemek olduğunu düşünüyorum) ölçekten çıkartılmasına karar verilmiştir. Faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük 28 ifadeden oluşan beş boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar toplam varyansın %75,046'sını açıklamaktadır. Araştırmada elde edilen varyans oranı almanyaya göre kabul edilebilir bir düzeydedir (Altunışık vd., 2007: 347). Araştırmada faktör analizine ilişkin olarak Lepp ve Gib-

son (2003), Fuchs ve Reichel (2006), Qi ve diğ. (2009) ve Türkmen (2018) çalışmaları referans alınmıştır ve ilgili boyutlar; Psikolojik Risk Algısı (PRA), Fiziksel Risk Algısı (FRA), Finansal Risk Algısı (FRA), Zaman Risk Algısı (ZRA) ve Sosyal Risk Algısı (SRA) olarak adlandırılmıştır. Ayrıca yabancı turistlerin araştırma ölçeği boyutlarını değerlendirmelerine yönelik sonuçlara göre (Tablo 2); finansal risk algıları ( $\bar{x}$ =4,61), zaman risk algıları ( $\bar{x}$ =4,55), psikolojik risk algıları ( $\bar{x}$ =4,54) ve sosyal risk algıları ( $\bar{x}$ =4,04) boyutlarına katılımları yüksek ve pozitif düzeydedir ancak fiziksel risk algıları ( $\bar{x}$ =3,98) ise daha düşük ve pozitif düzeyde gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Araştırma Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları (n=454)

İfadeler	PSK	FİZ	FNS	ZMN	SSY	Ort. ( $\bar{x}$ )
Yabancı destinasyonlarda yaşayan insanlar arkadaş canlısı olmamalarından endişe duyarım.	,776					
Yabancı destinasyonun moda bir yer olmamasından endişe duyarım.	,751					
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmanın kişiliğime uymadığından endişe duyarım.	,738					
Yabancı destinasyonlarda tatil yapsam stresli ve gergin olmaktan endişe duyarım.	,730					4,54
Yabancı destinasyonlarda tatil yapsam kendimi psikolojik olarak rahat hissedemem.	,716					

Yabancı destinasyonlarda tatil yapma düşüncesi beni kaygılandırır.	,695					
Yabancı destinasyonlarda hava kalitesi yeterli değildir.		,817				
Yabancı destinasyonlarda tükettiğim yiyecekler sağlığıma zarar verebilir.		,809				
Yabancı destinasyonlarda bulaşıcı hastalıklar çok yaygındır.		,801				
Yabancı destinasyonlarda yasadışı suç oranları çok yüksektir.		,791				
Yabancı destinasyonlarda kapkaç, vb. olaylar çok yaygındır.		,775				3,98
Yabancı destinasyonlarda terör olayları çok yaygındır.		,753				
Yabancı destinasyonlarda politik istikrarsızlıklar çok yaygındır.		,747				
Yabancı destinasyonlarda doğal afetler çok yaygındır.		,721				
Yabancı destinasyonlarda trafik kazaları ve trafik sorunları çok yaygındır.		,699				
Yabancı destinasyonlarda turistik hizmet kalitesi yeterli değildir.			,723			

Yabancı destinasyonlarda konaklama hizmetleri yeterli değildir. Yabancı destinasyonlarda			,716			
Yapacağım harcamaların karşılığını alamamaktan endişe duyarım. Yabancı destinasyonlarda tatil yapmanın yurtiçi tatillere göre oldukça maliyetli olduğunu düşünürüm.			,711 ,685			4,61
Yabancı destinasyonlarda tatil yapsam finansal olarak zorlanacağımı düşünürüm.			,666			
Yabancı destinasyonlarda tatil yapsam vize, pasaport, vb. işlemlerin maliyetinden endişe duyarım.			,641			
Yabancı destinasyonlarda tatil yapsam beklenmeyen harcamalarla karşılaşmaktan endişe duyarım.			,616			
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak tatil süremi azaltır.				,699		
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak için hazırlık yapmak zaman alır.				,676		4,55
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak zaman kaybıdır.				,648		

Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak arkadaşlarım arasında itibarımı zedelemektedir.					,801	
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak arkadaşlarım arasında gösteriş olarak algılanmaktadır.					,766	4,04
Yabancı destinasyonlarda tatil yapmak arkadaşlarım arasında akılsızca bir düşünce olarak algılanmaktadır.					,748	
<b>Özdeğerler</b>	2,461	6,111	6,459	1,565	1,128	
<i>Güvenilirlik Analizi-Alpha</i>	,880	,867	,848	,743	,816	
<i>Açıklanan Varyans (%)</i>	14,558	20,978	21,642	8,751	11,117	
<i>Toplam Açk. Varyans (%)</i>	75,046					
<i>KMO Yeterliği</i>	,827					
<i>Bartlett's Küresellik Değeri</i>	3885,237					
<i>Sig. p değeri</i>	0,000					

### Regresyon Analizi Bulguları

Regresyon analizi; bağımlı bir değişken ile bu değişken üzerinde etkisi olduğu varsayılan bağımsız değişken veya değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel bir model ile açıklanmasıdır (Ural ve Kılıç, 2005). Bu çalışmada öncelikle destinasyon algılanan risk boyutları bağımsız değişken ve destinasyon seyahat niyeti bağımlı değişken ve sonrasında ise destinasyon genel risk algısı boyutu bağımsız değişken ve destinasyon seyahat niyeti boyutu bağımlı değişken olarak regresyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma hipotezinin test edilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre (Tablo 3) yerli

turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini açıklayan destinasyon algılanan risk boyutlarını belirlemeye yönelik regresyon modelinin bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir ( $F=22,167$ ;  $p<0,05$ ). Beta değerlerinin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde ise tüm destinasyon risk algısı boyutlarının turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği görülmektedir. Ayrıca turistlerin destinasyon seyahat niyetinlerini açıklayan destinasyon genel risk algısı boyutunu belirlemeye yönelik regresyon modelinin de (Tablo 3) bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir ( $F=11,789$ ;  $p<0,05$ ). Beta değerinin anlamlılık düzeyi incelendiğinde ise destinasyon genel risk algısı boyutunun yerli turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği görülmektedir.

Tablo 3. Destinasyon Risk Algısı (DRA), Destinasyon Genel Risk Algısı (DGRA) ve Destinasyon Seyahat Niyeti (DSN) Boyutlarına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

	Boyutlar	Beta	t	p	r <sup>2</sup>	F	VIF	Hipotez
DSN	PSK	,432	1,944	,000	,276	22,167	1,661	H 1 Kabul
	FİZ	,655	3,667	,000	,325		2,348	
	FNS	,587	4,321	,000	,346		2,488	
	ZMN	,201	1,987	,000	,288		1,321	
	SSY	,188	2,158	,000	,296		1,418	
	DGRA	,711	4,471	,000	,841	11,789	2,996	

Regresyon analizi sonuçlarına göre destinasyon risk algısı boyutlarının ve destinasyon genel risk algısı boyutunun turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini pozitif düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. İlgili sonuçlar çerçevesinde ilgili araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

### Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada yerli turistlerin yabancı ülke destinasyonlarına ilişkin risk algılarının belirlenmesi ve ilgili risklerin destinasyon seçim süreçlerine etkilerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Araştırma amacı kapsamında hazırlanan turistlerin

destinasyon risk algıları ve destinasyon seçim kararları anketi ile elde edilen verilerin analiz sonuçlarına göre katılımcıların çoğunluğunun erkek, 25-60 yaş aralığında, lisans düzeyinde eğitime sahip, kendi işini yapan, 5001 TL ve üzerinde aylık gelire sahip kişilerden oluştuğu belirlenmiştir. Katılımcıların yabancı destinasyonlarla ilgili olarak genel risk algıları yüksek ve yabancı destinasyonları seyahat niyetleri düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Katılımcıların yabancı destinasyonlarla ilgili olarak psikolojik, fiziksel, finansal, zamansal ve sosyal açıdan risk algıladıkları (Lepp ve Gibson, 2003; Fuchs ve Reichel, 2006; Qi ve diğ., 2009; Türkmen, 2018) ve ilgili risk boyutlarından sırasıyla finansal, zamansal, psikolojik ve sosyal olarak etkiledikleri belirlenmiştir. Katılımcıların yabancı destinasyonlara ilişkin fiziksel olarak risk algıları ise daha düşük ve pozitif düzeyde gerçekleşmiştir. Ayrıca yabancı destinasyon risk algısı boyutlarının orta ve pozitif düzeyde ve destinasyon genel risk algısı boyutunun ise yüksek ve pozitif düzeyde turistlerin destinasyon seyahat niyetlerine ve destinasyon seçim süreçlerine etki ettikleri tespit edilmiştir (Lepp ve Gibson, 2003; Floyd ve diğ., 2004; Law, 2006; Fuchs ve Reichel, 2006; Kozak ve diğ., 2007; Qi ve diğ., 2009; Gupta, ve diğ., 2010; Somoudi, 2012; Türkmen, 2018). Elde edilen sonuçlar bağlamında destinasyon yönetim, planlama ve pazarlama örgütlerine ilgili risk boyutlarını minimize edecek çalışmaları yürütmeleri, tanıtım ve imaj çalışmalarında ilgili risk faktörlerini esas almaları, turistler açısından seyahat niyetlerini arttırıcı stratejilere ve geliştirici çalışmalara odaklanmaları önerilmektedir. Yapılan bu araştırmanın ilgili alanyazına, destinasyon yönetim örgütlerine ve sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çünkü ilgili konu başlığında Türkçe alanyazında ve uygulama sonuçları anlamında ise yerli turistler nezdinde yapılmış çalışmalar oldukça sınırlıdır. Diğer yandan araştırma analizlerinden elde edilen sonuçların destinasyonların planlama ve pazarlama çalışmalarında yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Çünkü turistlerin destinasyon seçim süreçlerinde ve destinasyon seyahat



niyetlerinde destinasyonlara ilişkin kalite, imaj, sadakat ve farklılık algılarının, aşına olma durumlarının ve ayrıca algıladıkları risk düzeylerinin etki ettikleri mutlaka dikkate alınmalıdır (Milman ve Pizam, 1995; Tan ve Wu, 2016; Chen ve diğ., 2017; Gürsoy ve diğ., 2018). Turistlerin destinasyonlarla ilgili algıladıkları riskler destinasyon seçim süreçlerinde en az klasik (sosyal, kültürel, demografik, kişisel ve psikolojik) ve güncel (sosyal medya, akıllı ürünler, arttırılmış gerçeklik deneyimi, vb.) faktörler kadar destinasyon seçim süreçlerine etki etmektedir ve ilgili risk bileşenlerinden turistlerin destinasyon seçim kararları etkilenmektedir (Lepp ve Gibson, 2003; Floyd ve diğ., 2004; Law, 2006; Fuchs ve Reichel, 2006; Kozak ve diğ., 2007; Qi ve diğ., 2009; Gupta, ve diğ., 2010; Somoudi, 2012; Türkmen, 2018). Daha önce ilgili alanyazında konu kapsamında yapılmış diğer çalışmalarda ise turistlerin destinasyon seçimlerinde; sağlık, politik istikrarsızlık, terör, kültürel ve dini farklılıklar, yabancı olunan yiyecek ve içecekler, yüksek suç oranları (Lepp ve Gibson, 2003; Slevitch ve Sharma, 2008); güvenlik, sosyal risk ve havayolu ulaşımındaki aksaklıklar (Floyd ve diğ., 2004); finansal, fiziksel, sosyal, psikolojik riskler ve zaman kaybı (Özer ve Gülpınar, 2005); heyecan ve macera eksikliği hissi (Cater, 2006); salgın hastalıklar, doğal afetler, gıda zehirlenmeleri, cinsel hastalıklar, destinasyonda yaşanacak başta ulaşım araçları olmak üzere diğer maddi hasarlı kazalar (Rittichainiwatt ve Chakraborty, 2009; Ann ve diğ., 2010; Schusterschitz ve diğ., 2010; Jonas ve diğ., 2011; Aksu ve diğ., 2013; Ateşoğlu ve Türker, 2014; Güvenek ve Alptekin, 2015; Türkmen, 2018) risk unsuru olarak değerlendirmekteler. Turistlerin bilgi arama kanallarında yapılacak iyileştirmeler, turistlerin beklentilerinin, isteklerinin ve genel memnuniyetlerinin sürekli analiz edilmesi ve doğru değerlendirilmeleri, destinasyonlar hakkında sanal uygulamalar, arttırılmış gerçeklik ürünleri, vb. sayesinde sağlanacak kısmi deneyim fırsatı, doğru, samimi, içten ve yüksek kalite sunulacak hizmetler, mevcut turistlerin genel memnuniyetlerinin sağlanması ve elde edilecek olumlu geri bildirimlerin potansi-

yel turistlere aktarılabilmesi, vb. yapıcı ve geliştirici faaliyet aracılığıyla turistlerin algıladıkları risklerin azaltılması ve genel memnuniyetlerin artırılması mümkün olacaktır (Kim ve diğ., 2005; Lovelock ve Wirtz, 2007; Lin ve diğ., 2009; Çetinsöz ve Ege, 2012; Özbek, ve diğ., 2015). Ayrıca turistlerin genel risk algılarını, memnuniyetlerini ve memnuniyetsizliklerini sosyal çevrelerine ve referans gruplarına aktardıkları dikkate alındığında bu sürecin doğru yürütülmesi daha da önem kazanmaktadır.

Araştırma maddi kaynaklar ve zaman sınırlığından dolayı örneklem büyüklüğü alanyazında kabul edilen sınırlar içerisinde olmakla birlikte daha geniş bir örneklem büyüklüğüne uygulanamamıştır. Gelecekteki çalışmalarda araştırmaya dâhil edilecek turistlerin milletlerinin çeşitliliğinin ve örneklem kapsamının artırılması araştırma sonuçlarının genellenmesi açısından olumlu katkılar sağlayacaktır. Ayrıca ölçeğe yapılacak yeni eklemeler ve demografik değişkenlerde yapılacak değişiklikler ile farklı değişkenler açısından turistlerin destinasyon risk algılarının ve bu algıların destinasyon seçim süreçlerine etkilerinin ölçülmesi mümkün hale gelecektir.

### Kaynaklar

- Aksu, M., Aktaş, R. A., Oku, O. ve Şentürk, K. F. (2013). "Yabancı Turistlerin Güvenlik Algılarının Analizi: Alanya Örneği", *International Conference On Eurasian Economies*, 5 (2), ss.744-754.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Geliştirilmiş Beşinci Baskı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2020). "Antalya Hakkında Genel Bilgiler", <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-66213/genel-bilgiler.html>, (13.02.2020).
- Ann, M., Lee, C. ve Noh, Y. (2010). "Risk Factors at the Travel Destination: Their Impact on Air Travel Satisfaction and Repurchase Intention", *Service Business*, 4(2), ss.155-166.
- Ateşoğlu, İ., ve Türker, A. (2014). "Tatil Yeri Seçiminde Ülke İmajının

Turistin Risk Algısı Üzerine Etkisi”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), ss.9-28.

Cater, C. I. (2006). “Playing with Risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications in Adventure Tourism”, *Tourism Management*, 27(2), ss.317-325.

Chen, C-C. ve Lin, Y-H. (2012). “Segmenting Mainland Chinese Tourists to Taiwan by Destination Familiarity: A Factor-Cluster Approach”, *International Journal of Tourism Research*, 14(4), ss.339-352.

Chen, C-C., Chung, Y. J. Gao, J. ve Lin, Y-H. (2017). “Destination Familiarity and Favorability in A Country-Image Context: Examining Taiwanese Travelers’ Perceptions of China”, *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 34(9), ss.1211-1223.

Chi, K-H., Huang, K-C. ve Nguyen, M. H. (2020). “Elements of Destination Brand Equity and Destination Familiarity Regarding Travel Intention”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, ss.1-10.

Çetinsöz B. C. ve Ege, Z. (2012). “Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Risk Azaltma Stratejileri: Alanya Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), ss.159-172.

Demirbulat Güdü, Ö. ve Saatçı, G. (2015). Tüketici Tercih ve Davranışları, (Edt. Bozkurt M. ve Şahin B.). *Turizm Pazarlaması* (ss.117-148). Çanakkale: Paradigma Akademi.

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2007). *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi, Tıpkı Üçüncü Basım*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Floyd M. F., Gibson H. ve Gray L. P. (2004). “The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11, 2001”, *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 15(3), ss.19-38.

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(1), ss.266-276.

Garcia, A. J., Gomez, M. ve Molina, A. (2012). “A Destination-Branding

- Model: An Empirical Analysis Based on Stakeholders”, *Tourism Management*, 33(3), ss.646-661.
- Gupta A., Gupta, D. R. ve Arora N. (2010). “The Relationship between Perceived Travel Risk, Travel Safety, Travel Anxiety and Intentions to Travel: A Path Analysis Study of Domestic Traveller in India”, *International Journal of Tourism and Travel*, 3(1), ss.25-35.
- Gürsoy, D. ve McCleary, W. K. (2004). “An Integrative Model of Tourists’ Information Search Behavior”, *Annals of Tourism Research*, 31(2), ss.353-373.
- Gürsoy, D. Del Chiappa, G. ve Zhang, Y. (2018). “Impact of Destination Familiarity on External Information Source Selection Process”, *Journal of Destination Marketing&Management*, 8, ss.137-146.
- Güvenek B. ve Alptekin V. (2014). “Turistlere Yönelik Terör Saldırılarının Turizme Etkisi Türkiye Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Selçuk Üniversitesi SBMYO Dergisi*, 17(1), ss.21-28.
- Jonas, A., Mansfeld, Y., Paz, S. ve Potasman, I. (2011). “Determinants of Health Risk Perception among Low-Risk-Taking Tourists Traveling to Developing Countries”, *Journal of Travel Research*, 50(1), ss.87-99.
- Karamustafa, K., Fuchs, G. ve Reichel, A. (2013). “Risk Perceptions of A Mixed-Image Destination: The Case of Turkey’s First-Time Versus Repeat Leisure Visitors”, *Journal of Hospitality&Marketing Management*, 22, ss.243-268.
- Keh, H. T. ve Sun, J. (2008). “The Complexities of Perceived Risk in Cross-Cultural Services Marketing”, *Journal of International Marketing*, 16(1), ss.120-146.
- Kim, H-B. ve Kim, G. W. (2005). “The Relationship between Brand Equity and Firms’ Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants”, *Tourism Management*, 26(4), ss.549-560.
- Kim, L. H., Kim D. J. ve Leong J. K. (2005). “The Effect of Perceived Risk on Purchase Intention in Purchasing Airline Tickets Online”, *Journal of Hospitality&Leisure Marketing*, 13(2), ss.33-53.
- Kozak, M., Crotts, J. C. ve Law, R. (2007). “The Impact of the Percep-

- tion of Risk on International Travellers”, *International Journal of Tourism Research*, 9(4), ss.233-242.
- Law, R. (2006). “The Perceived Impact of Risks on Travel Decisions”, *International Journal of Tourism Research*, 8(4), ss.49-62.
- Lepp, A. ve H. Gibson (2003). “Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 30(3), ss.606-624.
- Lin, P. Jones, E. ve Westood, S. (2009). “Perceived Risk and Risk-Relievers in Online Travel Purchase Intentions”, *Journal of Hospitality Marketing&Management*, 18(8), ss.782-810.
- Lovelock, C. ve Wirtz, J. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Milman, A. ve Pizam, A. (1995). “The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case”, *Journal of Travel Research*, 33(3), ss.21-27.
- Özbek V., Günelan M., Koç F., Şahin N. K. ve Kaş E. (2015). “The Effects of Perceived Risk and Cost on Technology Acceptance: A Study on Tourists’ Use of Online Booking”, *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), ss.227-244.
- Özer, L. ve Gülpınar, S. (2005). “Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, ss.49-63.
- Qi C. Xueqing, Gibson H. J. ve Zhang J. J. (2009). “Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and the Beijing Olympic Games”, *Journal of Sport&Tourism*, 14(1), ss.43-67.
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2005). “Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception”, *Journal of Travel Research*, 43, ss.212-225.
- Rittichainuwat, B. N. ve Chakraborty G. (2009). “Perceived Travel Risks Regarding Terrorism and Disease: The Case of Thailand”, *Tourism Management*, 30(3). ss.410-418.
- Roehl, W. ve Fesenmaier D. (1992). “Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis”, *Journal of Travel Research*, 2(4),

ss.17-26.

- Schiffman, L. G. ve Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*, Wisconsin: Prentice Hall.
- Schusterschitz, C., Schutz, H. ve Wiedemann, P. M. (2010). "Looking for a Safe Haven After Fancy Thrills: A Psychometric Analysis of Risk Perception in Alpine Tourist Destinations", *Journal of Risk Research*, 13, ss.361-380.
- Slevitch, L. ve Sharma, A. (2008). "Management of Perceived Risk in the Context of Destination Choice", *International Journal of Hospitality ve Tourism Administration*, 9(1), ss.85-103.
- Somoudi, A. (2012). "Can Tourism in Timor-Leste and Malaysia Sabah Afford not to be Sustainable?", *Research Report*, Ritsumeikan Asia Pacific University, Beppu, Oita, Japan.
- Tan, W-K. ve Wu, C-E. (2016). "An Investigation of the Relationships Among Destination Familiarity, Destination Image and Future Visit Intention", *Journal of Destination Marketing&Management*, 5(3), ss.214-226.
- Taşçı, A. ve Knutson, B. J. (2004). "An Argument for Providing Authenticity and Familiarity in Tourism Destinations", *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 11(1), ss.85-109.
- Türk Dil Kurumu. (2020). "Risk", <https://sozluk.gov.tr/> (13.02.2020).
- Türkmen, E. (2018). "Yurtdışına Çıkma Niyeti Olan Türk Turistlerin Algıladıkları Risklerin Destinasyon Seçimine ve Satın Alma Niyetine Olan Etkisinin Belirlenmesi", *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Genişletilmiş İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.