



Security perceptions and expectations of domestic tourists - A sample of Southeastern Anatolia

Yerli turistlerin güvenlik algılarının belirlenmesi - Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği

Şimal Aymankuy¹
Özge GÜDÜ Demirbulat²
Yusuf Aymankuy³

Abstract

Tourism is a quite touchy sector against the situations such as act of god (volcanic eruption, flooding, earthquake, storm, etc.), war, terrorism and riots. The main priority of tourism activity participator tourists is whether the country or region where they want to travel is safe or not. Because tourists travel for resting, let of steam, relaxing or vocationally. On the other hand while the tourists take travel decision acts by considering the warnings of their state and media etc. elements. Accordingly, safe perception of a region or a country has significantly importance in order to provide the sustainability of tourism sector. In this context, how domestic tourists perceive southeastern Anatolia region with safe aspects was tried to revealed, after safety concept was handled by associating with tourism. In the research it has been reached that, the participants mostly attach importance to security factor in vacation. Perceptions of those who participated "GAP" tour was assessed in six dimensions such as "general security", "terrorist actions", "health security", "hotel security", "food security" and "transportation security". As a result of assessment, while the "hotel security" perception of those who

Özet

Turizm, doğal afetler (volkanik patlama, sel, deprem, kasırga vb.), savaş, terör ve isyan gibi durumlara karşı oldukça hassas bir sektördür. Turizm faaliyetine katılan turistlerin en önemli öncelikleri arasında, seyahat ettikleri ülke veya bölgelerin güvenli olup olmadığı yer almaktadır. Çünkü turistler; dinlenmek, stres atarak rahatlamak veya meslek amacıyla seyahat ederler. Öte yandan turistler, seyahat kararı alırken, kendi devletinin seyahat uyarılarını ve medya gibi unsurları da dikkate alarak hareket etmektedirler. Dolayısıyla turizm sektöründe sürekliliğin sağlanabilmesi adına bir ülke ya da bölgenin güvenilir olarak algılanması son derece önem arz etmektedir. Bu bağlamda; bu çalışmada güvenlik kavramı turizmle ilişkilendirilerek ele alındıktan sonra, yerli turistlerin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni güvenlik boyutuyla nasıl algıladıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada; katılımcıların tatilde en çok güvenlik unsuruna önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. GAP turuna katılanların güvenlik algıları "genel güvenlik", "terör eylemleri", "sağlık güvenliği", "otel güvenliği", "gıda güvenliği" ve "ulaşım güvenliği" şeklinde altı boyutta değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda,

¹Assistant Professor, Balıkesir University, Faculty of Engineering and Architecture, Industrial Engineering, sayman@balikesir.edu.tr

²Research Assistant, Balıkesir University, Tourism Faculty, Tourism Management, ozgegudu@hotmail.com

³Associate Professor, Balıkesir University, Tourism Faculty, Tourism Management, aymankuy@balikesir.edu.tr

attended the Southeastern Anatolia region tour has the highest participation, "general security" perception has the lowest participation dimension been determined. Besides the participators feel themselves in safe in the hotels of GAP tour, they also had even a little anxiety about the terrorism actions while they were taking to attend GAP tour.

Keywords: Security, tourism, domestic tourist, Southeastern Anatolia Region.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

Gneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ynelik turlara katılan katılımcıların "otel güvenliği" algısı en yüksek katılıma sahip iken, "genel güvenlik" algısı en düşük katılıma sahip boyut olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların GAP turunda konaklama yapılan otellerde kendilerini güvende hissetmelerinin yanısıra GAP turuna katılım kararı alırken terör eylemleri ile ilgili olarak az da olsa endişe duydukları bir başka araştırma sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Güvenlik, turizm, yerli turist, Güneydoğu Anadolu Bölgesi.

1. Giriş

Güvenlik kavramı, günümüzde içerik zenginleşmesine uğramıştır ve daha geniş anlamlı kullanılmaya başlamıştır. Soğuk Savaş ncesi dönemde, daha dar bir içerikle yani, askeri güvenlik olarak algılanan güvenlik anlayışı, Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte, daha geniş bir anlam ile ieriklendirilmiş ve bu kapsamda siyasi, sosyal, ekonomik ve çevresel konular da kavram içerisine dhil edilmiştir (Waewer, 2008; Kaypak, 2012). Son zamanlarda turizm yazınının ana konularından biri olan güvenlik kavramı; garanti, güven, huzur, düzen, barış, eminlik, güvenilirlik temin etmek ve garanti etmek gibi eř anlamlara sahiptir. Güvenlik; güven kelimesinden türetilmiş bir kelime olup tehlikesizlik hali, kendi kendine yetme ve emniyette olma hali anlamına gelmektedir (Payam, 2015). Bu bağlamda değerlendirildiğinde turizm; sağlık, güvenlik, rahatlık ve hijyen gibi kaygıların ön planda olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Nitekim savaş ve turizm ile terör ve turizm kavramlarını yan yana düşünmek imknsızdır (Küçükaltan, 2012). Çünkü turizm, dinlenmeye, eğlenmeye, farklı insanları, farklı kültürleri, doğal güzellikleri ve tarihi yapıları görmeye yönelik bir olgudur. Savaş ve terörün varlığı ve asayışın olmaması turizme engel olmakla birlikte, insanlar arasında düşmanlık, korku ve önyargıların da oluşmasına sebep olabilmektedir (Seçilmiş & nlnen, 2009). Dolayısıyla toplumsal bir değer olarak güvenlik; tehlike, risk, düzensizlik ve korkunun karşıtı olarak, koruma, risk yokluğu, kesinlik, güvenilirlik, itimat ve güven ile öngörülebilirliğe ilişkin olarak kullanılmaktadır (Brauch, 2008).

Turizm, sosyo-ekonomik, doğal, kültürel ve siyasi olaylara en kısa sürede tepki vermesi nedeniyle oldukça kırılgan bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle bir destinasyonun güvenli bölge imajının oluşturulması, ilgili bölgenin tanıtımında en önemli unsuru oluşturmaktadır (Aksu, Aktaş, Oku & şentürk, 2013). Bu noktada George (2013), güvenlik eksiği ile oluşan olumsuz imajın turizm endüstrisine zarar verebileceğinin altını çizmektedir. Güvenlik algısının olumsuz olması ya da kişisel güvenlik endişesi, turistlerin gelecekteki seyahat tercihlerinin de belirleyicisi olmaktadır (George, 2003; Pizam & Mansfeld, 2006; Kozak, Crofts & Law, 2007). İlgili yazındaki alışmalar (Mthembu, 2009; Aksu, Aktaş, Oku & şentürk, 2013; Ayob & Masron, 2014), güvenliğin turistin satın alma sürecinde belirleyici bir unsur olduğunu göstermekte ve turizm destinasyonlarında tatilin güvenli bir ortamda yapılmasının turistler için aranan ve önemle üzerinde durulan bir gereklilik olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Nitekim turizm endüstrisinin dünya çapında gelişme kaydetmesi için, özellikle turistik bölgelerdeki güvenlik risklerinin azaltılması gerekmektedir. Dünyanın herhangi bir yerine ya da bir turizm destinasyonuna ziyaret sırasında algılanan veya var olan terör riski, turistlerin temel ihtiyaçlarından birisi olan kişisel güvenlik algısına etki ettiğinden, turistlerin vereceği seyahat ve tatil kararları da bu durumdan etkilenmektedir. Bunun sonucunda turistler de, alternatif destinasyonlara yönelmekten, seyahatin

iptaline kadar değişik tepkiler gösterebilmektedirler. Dolayısıyla turistik bölgelerde, terör başta olmak üzere çeşitli sebeplerle oluşan güvensizlik ortamının ortadan kaldırılması önemli görülmektedir (Albayrak, Mi & Küçükaltan, 2015).

Turizm sektörünü oluşturan taraflar açısından can ve mal güvenliği önemli konulardan biridir. Turistik bir destinasyonda meydana gelen iç karışıklıklar, terör olayları, turistlerin maruz kaldığı hırsızlık, gasp ve yaralama gibi olaylar, hem bölgenin güvenlik imajı zedelemekte, hem de bölgeye ve destinasyona yönelik turizm talebinde ciddi azalmalar meydana getirmektedir. Turistler için konaklayacakları tesislerin güvenliği ya da hizmet kalitesi yalnız başına bir anlam ifade etmemektedir. Turistler gittikleri destinasyonun eğlence yerlerinde, alışveriş meknlerinde, tarihi alanlarda, kısacası bulunduğu tüm alanlarda kendini rahat ve güvende hissetmek istemektedirler (Breda & Costa, 2006; Stafford, Yu & Armoo, 2006; Seçilmiş & nlnen, 2009). Bu konuda Law (2006), destinasyon seçimindeki en önemli faktörlerin başında güvenlik ve temizliğin geldiğini vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada; güvenlik kavramı turizmle ilişkilendirilerek, yerli turistlerin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni güvenlik anlamında nasıl algıladıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. Alan yazın taraması

Güvenlik; sözlük anlamı içinde tehlike bulunmaması hali, emin ve rahat olma şeklinde tanımlanabilir (Mthembu, 2009; Kaypak, 2012). Günümüz koşullarında ise güvenlik; insan hayatını tehdit eden risklerin azaltılması ya da ortadan kaldırılması şeklinde ifade edilmektedir (Karabulut, 2009). Sosyal bilimler çerçevesinde ele alındığında güvenlik; genel ereve ve boyutlara tekabül eden, bireylere, konulara, toplumsal adetler ile değişen tarihsel şartlara ve durumlara uyarlanan temel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Brauch, 2008). Güvenlik, korku ve tehlikeden uzak olma durumu veya hissidir. Bu tanımdan güvenliğin bir fiziksel, bir de psikolojik boyutu olduğu çıkarımını yapmak mümkündür (Peattie, Clarke & Pettie, 2005; zdemir, 2013). Öte yandan; kişisel güvenlik, bireysel hak ve hürriyetlerin en geniş anlamda yaşanabilmesini kapsamaktadır. Yaşama, düşünme, inanç gibi hürriyetler bu kapsam içinde yer almaktadır. Toplumsal açıdan güvenlik; hukuk kurallarına uyulmamasının toplumsal örgütler tarafından denetlenmesidir. Bu denetim, kurallara uymayı sağlamak ve uymayanların da bu amaçla cezalandırılması biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu ise sonuçta kamu düzeni kavramını meydana getirmektedir. Güvenlik hizmetleri, kamu düzeninin sağlanması, bireylerin tehlikeli durumlardan korunması ve emniyetli bir ortam sağlanması amaçıyla yapılan etkinliklerdir (Seçilmiş & nlnen, 2009). Abraham Maslow'un belirttiği ihtiyaçlar hiyerarşisinde güvenlik ihtiyacı, zorunlu fizyolojik ihtiyaçlardan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Sonuçta insanlar her ortamda kendini güvende hissetmek istemektedirler. Dolayısıyla insanların huzur ve güvenliğinin sağlanması ve sağlanan bu güven ortamının devam ettirilmesi düşüncesi tarih boyunca devam eden bir olgudur (Seçilmiş, 2009; Küçükaltan, 2012).

Turizm, turistlerin serbest zamanlarını değerlendirdikleri, dinlendikleri ve eğlendikleri bir olaydır. Aslında turizm, turistlerin hiçbir şeyden endişe duymak istemeyecekleri bir olaydır. Temel olarak bu imknı sağlayacak alt yapı ise, güvenlik sorunlarının bulunmadığı bir ortamdır. Turizm ve güvenlik, temel olarak ilişkili ve etkileşimlidir. Bu ilişkiyi somut verilerle ortaya koymak mümkündür. Savaş, terör gibi olayların ve risklerin bulunduğu dönemlerde, söz konusu olayların yaşandığı ülkelere olan turizm talebinin düştüğü görülmektedir. Yine çeşitli salgın hastalıkların varlığı da turizm talebini olumsuz etkilemektedir. Kısacası; güvenlik riskinin arttığı durumlarda turizm talebi düşmektedir. Nitekim hem kişi güvenliği, hem genel güvenlik, hem de sağlık güvenliğinin turizm talebiyle doğrusal ilişkisi vardır (Tataroğlu & Subaşi, 2009).

Turizm olayı, gelirin tabana yayılması ve dengeli kalkınmanın gelişimine imkan sağlaması nedeniyle ülkesel ve bölgesel ekonomik ve sosyal kalkınma açısından önemli dinamiklerden biridir (Küçük, 2013). Turizmin gelişmesinde etkili olan ve turizm arzını oluşturan unsurlar, bölgeden bölgeye farklılık gösteren ve turistleri bir bölgeden diğerine çeken sistemin temel unsurlarıdır

(Ersun & Arslan, 2011). Turizm hareketinin oluşması için gerekli içsel ve dışsal uyarıcıların başında ise güvenlik gelmektedir. Güvensiz ve belirsiz bir ortamda turizmden bahsetmek çok güçtür. Turizmde alışılmış, bilinen bir yerden, yabancı bir ortama giriş söz konusudur. Bu sebeple turizm hareketinin gerçekleşmesinde güvenlik faktörünün ön plana çıkması çok doğaldır (Seçilmiş & nlnen, 2009). Nitekim güvenlik ve emniyet algılamaları, turistlerin seyahat kararlarında önemli bir faktördür (Bilim, 2004; Quintal, Lee & Soutar, 2010).

Volkanik patlama, sel, deprem, kasırga gibi doğal afetlerin yanı sıra, savaş, terör, siyasi istikrarsızlık, isyan gibi beşeri nedenli durumlara karşı da hassas olan turizm sektöründe sürekliliğin sağlanabilmesi ve turizmin kazanımlarından maksimum ölçüde yararlanılması, o ülkenin güvenli olarak algılanmasına bağlıdır (Yıldız, Yıldız & Aytemiz, 2015). Turistlerin seyahat kararlarını gerçek risklerden ziyade, algıladıkları risklere göre verdiklerini söylemek mümkündür (Reisinger & Mavondo, 2006; Çetinsöz & Ege, 2012). Hiçbir turist, para vererek risk satın almaya yanaşmaz. Bu bağlamda güvenlik konusunda risk taşıyan bir destinasyonda modern tesisler, tarih, doğal zenginlikler, kültürel ekicilikler ne kadar çok olursa olsun, bu turistik çekiciliklerin talep oluşturması ya da oluşacak talebin sürdürülebilir olması düşünülemez (Seçilmiş, 2009).

Güvenlik riskleri, ülkelere, bölgelere ve yörelere göre çeşitli farklılıklar göstermektedir. Seçilmiş & nlnen (2009), lkeleri tehdit eden ve sonucunda turizm talebinde azalmaya neden olan faktörleri; bölgenin içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi durum, genel yoksulluk, yüksek oranda işsizlik, aile kurumunun ve sorumluluğunun azalması, silah kullanımının yaygınlaşması, soygun, hırsızlık, gasp gibi olayların artması, gelir dağılımındaki adaletsizlik, radikal grupların şiddet yanlısı tutumları ve terörün yaygınlaşması şeklinde sıralamaktadırlar. Turizm faaliyetlerinin barış ortamında daha fazla gelişme eğilimde olması ve turistlerin kendilerini güvende hissedecekleri huzurlu ortamları tercih etmeleri eğilimi, terörist olaylardan en çok turizm sektörünün olumsuz olarak etkilenmesi söz konusudur (Arana & Leon, 2007; Yeşiltaş, ztrk & Türkmen, 2008). Turizm ve terörizm arasındaki ilişkiyi üç şekilde açıklamak mümkündür. Birincisi, sivil hedeflere yönelik olarak gerçekleşen terörist faaliyetler, bazen turistlerin de mağduriyet yaşamasına sebep olabilir. İkincisi, ekonomik hedeflere yönelik terörist faaliyetler, işlevsel olarak turizmle de alakalıdır. Son olarak ise turizmi ya da turistleri hedef alan terörizm; nispeten yüksek etkili medya ile hedeflerini sergileyebilmektedir (Pizam & Mansfeld, 2006; Küçükaltan, 2012).

Türkiye’de 1991 yılından beri, Kürdistan İşçi Partisi, otel bombalama ve hatta turistleri kaçırma gibi faaliyetlerle kendi terörist faaliyetlerini yönlendirmektedirler. Ancak, 1991 yılında yaşanan bu olaylara rağmen, Avrupa’nın önde gelen tur operatörleri, Türkiye’yi tur programlarından çıkarmazken, güvenlik problemlerinin turizm talebini yine de düşürdüğünü söylemek mümkündür. Örneğin, Almanya’nın en büyük ikinci tur operatörlerinden TU’nin müşteri sayısı, 1991 yılında bir önceki yıla oranla %10 azalma göstermiştir. 1993-1994 yıllarında da güvenlik hususunda bir değişiklik olmaması TU’nin müşteri sayısında %47’lik bir düşüşe daha sebep olmuştur. Ancak 1994-1995 yılında %67’lik bir artış söz konusu olmuştur (Cavlek, 2006). Nitekim Türkiye’nin Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaklaşık 30 yıldır devam eden terör olayları bu bölgelerdeki turizm talebinin olması gerekenin çok altında kalmasına neden olmuştur. Terör olayları sadece turistleri değil, yatırımcıları da karar verme sürecinde olumsuz etkilemekte ve terör olaylarının yaşandığı bölgelere yatırım kararı almalarını engellemektedir (Serin, 2008; Yenişehirlioğlu, Erdoğan, Polat & Sarışık, 2012).

Turizm endüstrisinin büyük bir değişim içinde olması ve ülke ekonomilerine önemli kazanımlar sağlaması, terrisme yönelik faaliyetlerin, turizm sektörünün vazgeçilmez enstrümanı olan turistler üzerinde yoğunlaşmasına sebep olmaktadır (Sönmez, 1998; Yeşiltaş, ztrk & Türkmen, 2008; Küçükaltan, 2012). Özellikle turizm getirisi yüksek olan ülkelere, meydana gelebilecek terörist faaliyetlerin, turizmi en çok etkileyen faktör olduğu, insanların kendisini güvensiz hissedeeği ülkelere gitmeyi kesinlikle istemediği, bu tür olayların olmasını takiben, bu ülke ve şehirlere planlanan gezilerin ve rezervasyonların hemen iptal edildiği görülmektedir

(George, 2003; Reisinger & Mavondo, 2006; Qi, Gibson & Zhang, 2009; Katrancı, 2010). 11 Eylül saldırılarının New York'ta turist tercihleri üzerindeki kısa dönemli etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada (Arana & Leon, 2007); turistler üzerinde olumsuz etkilerin söz konusu olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, bazı destinasyonların imajlarının olumsuz yönde etkilendiği de saptanan bulgular arasındadır.

Turizm söz konu olduğunda, ağırlama tesisinde güvenlik, sokakta güvenlik, yol güvenliği, havaalanlarında ve sınır kapılarında güvenlik, gıda güvenliği ve turistik mekanların güvenliğinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Tütüncü, Kiremitçi & alışkan, 2011). Öte yandan; turizm ve güvenlik konusu yalnız savaş, terör, kriz gibi kitlesel olumsuzluklardan etkilenmez. Münferit olaylar da turizm talebi üzerinde önemli bir rol oynar. Örneğin; bir havayolu şirketine ait uçağın düşmesi ya da kaçırılması, ülkenin ulusal hava yollarına da zarar verebilmektedir. Ya da bir otelde meydana gelen terör eylemleri, yine ülke genelinin güvenliği konusunda olumsuz düşüncelerin oluşmasına neden olmaktadır (Seçilmiş & nlnen, 2009).

3. İlgili alışmalar

İlgili yazında (Sönmez & Graefe, 1998; Mthembu, 2009; George, 2010; Ekiz & Köker, 2012; Payam, 2015) turistlerin tatillerinde en çok güvenlik konusuna önem verdiğini, konaklayacakları ortamın rahat ve konforlu olmasını istediklerini, çalışanların misafirlere kendilerini özel hissettirmelerini beklediklerini, bunun yanı sıra, çalışanların temiz ve düzgün görünümlü olmalarına önem verdiklerini ortaya koymaktadır. Güvenlik konusu bireylerin seyahat kararının verilmesinde belki de en önemli husustur. Bunun yanında; bireyin gittiği tesiste turist sağlığı ve güvenliği konusunun ön planda tutulduğunu bilmesi, bireyin memnuniyetini yükseltecektir (Sönmez & Graefe, 1998; George, 2010; Tütüncü, Kiremitçi & alışkan, 2011).

Güvenlik konusunda Heung, Qu & Chu'nun (2001) Tayvan ve Hong Konglu turistler üzerine yaptıkları araştırmalarında, her iki ülke turistleri için de güvenliğin en önemli çekici faktör olduğu grlmştir. Law, Chung & Lo (2004) da benzer şekilde Hong Konglu turistlerin de seyahatleri esnasında en fazla önem verdikleri unsurun güvenlik olduğunu belirlemişlerdir. Hsu, Tsai & Wu (2009) ise Tayvan'ı ziyaret eden turistler üzerinde yaptıkları araştırmada "kişisel güvenlik", "evresel güvenlik ve kalite" gibi güvenlikle ilgili özellikleri en önemli faktörler olarak değerlendirmektedirler.

Aksu, Aktaş, Oku & şentürk (2013) tarafından Alanya'ya gelen yabancı turistlerin Alanya hakkındaki güvenlik algılarının araştırıldığı çalışmada; Alanya'ya gelen turistlerin oldukça yüksek güvenlik algısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, cinsel taciz, kapkaç, suç, hırsızlık ve trafik gibi risklere bağlı olarak algı farklılıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin cinsel tacize, hırsızlığa, kapkaç olayına maruz kalmış olmalarına rağmen algılarında önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir.

Öte yandan; Seçilmiş (2009) güvenlik algısını etkileyen unsurları, turizm sektörüyle ilişkilendirerek ele almış ve bu doğrultuda yerli ve yabancı turistler üzerinde uygulanan bir anket yardımı ile turistlerin İstanbul hakkındaki güvenlik algılamaları ile kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri saptamaya çalışmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, cinsiyet, eğitim, kalış süresi ve geliş amacı turistlerin güvenlik algılamasını etkilerken, yaş ve bölgeye geliş sayısı faktörlerinin güvenlik algılamasını etkilemediği grlmştir.

4. Araştırma yöntemi

4.1. Araştırma amacı

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden (tura katılan) yerli turistlerin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ilişkin turizmi de ilgilendiren güvenlik algılarının belirlenmesi, araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bunun yanında yerli turistlerin, tatillerinde en çok önem verdikleri unsurların ve Güneydoğu Anadolu (GAP) turuna katılmalarında etkili olan nedenlerin belirlenmesi, ayrıca GAP turuna yeniden katılma, bir diğer ifadeyle bölgeye (destinasyona) yeniden gelme niyetlerinin tespit edilmesi de çalışmanın diğer amaçları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda; turistleri bir ülkeye/bölgeye çekebilmek için öncelikle, onların ülkeyi/bölgeyi nasıl algıladıklarının saptanması önemli görülmektedir. Araştırma nicel yaklaşımla kurgulanmıştır. Bu amaçla, Güneydoğu Anadolu (GAP) turuna katılan yerli turistlere, turun sonunda, yüz yüze anket uygulanmıştır. Araştırma, 2014 yılı Nisan - Eylül ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

4.2. Araştırma evreni

Araştırmanın evrenini Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden ve rehberli turlara katılan yerli turistler oluşturmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi; Türkiye'nin güneydoğusunda yer almakta ve Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, şanlıurfa ile şırnak illerini kapsamaktadır. Tablo 1'de 2014 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin illere göre dağılımı verilmektedir:

Tablo 1. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin illere göre dağılımı (2014)

İller	Yerli turist	Yabancı turist	Toplam
Adıyaman	159.781	26.114	185.895
Batman	106.399	8.113	114.512
Diyarbakır	230.311	27.895	258.206
Gaziantep	360.080	157.356	517.436
Kilis	15.066	13.185	28.251
Mardin	356.831	33.044	389.875
Siirt	29.581	620	30.201
şanlıurfa	736.834	69.302	806.136
şırnak	79.753	5.510	85.263
Toplam	2.074.636	341.139	2.415.775

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri verilerinden derlenerek hazırlanmıştır.

Tablo 1'de grldği gibi; 2014 yılı itibariyle Güneydoğu Anadolu Bölgesini 341.139'u yabancı, 2.074.636'sı yerli olmak üzere toplam 2.415.775 turist ziyaret etmiştir. Yerli turistlerin, yabancılara nazaran büyük bir farkla bölgeyi ziyaret ettiği de ortaya çıkan bir başka sonuçtur. Bu nedenle de çalışmanın yerli turistler üzerinde yapılması uygun grlmştir.

4.3. Veri toplama

Araştırmada veri toplama aracı olarak; araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik ifadelerin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Araştırma değişkenleri ile ilgili olarak alan yazından elde edilen model çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan ölçeğin içerik geçerlilik analizi için akademisyenlerden görüşler alınmış ve öneriler doğrultusunda araştırmada kullanılan anket leği hazırlanmıştır. Araştırma anketinde toplam 33 soru bulunmaktadır. Anket formu  bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde turistler ile ilgili demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik 10 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların tatilde en çok önem verdikleri unsurlar ile GAP turuna katılmalarında etkili olan unsurların belirlenmesine ve bu destinasyona (bölgeye) tekrar gelme niyetlerine yönelik 3 soru bulunmaktadır. Anketin nc bölümü,

katılımcıların güvenlik algılarına yönelik 5'li Likert lğine uygun olarak yapılandırılmış 20 sorudan oluşmaktadır. Katılımcıların düşüncelerini en iyi temsil eden seçeneği işaretlemeleri istenen anket formunda lek, "1", "Kesinlikle Katılmıyorum" - "5", "Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde puanlandırılmıştır.

Anket n teste tabi tutulmuştur. n test 5 Nisan – 10 Mayıs 2014 tarihlerinde 80 yerli turist üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda araştırma leğinin güvenilirliği test edilmiş ve Cronbach's Alpha katsayısı 0,881 olarak bulunmuştur. n test sonucunda anlaşılmasında güçlük çekilen herhangi bir ifadeye rastlanmadığından, anket sorularında bir değişiklik yapılmadan asıl uygulamaya geçilmiştir. Anket formu 20 Mayıs - 30 Eylül 2014 tarihleri arasında GAP turuna katılan yerli turistlere ulaştırılmıştır. 450 anket formundan geriye dönen ve geçerli kabul edilen 250 adet anket formu değerlendirme kapsamına alınmıştır.

4.4. Veri analizi

Elde edilen veriler, SPSS 21.0 (Statistical Package For Social Sciences) paket programı ile analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, öncelikle katılımcıların demografik özelliklerinin yapısı frekans dağılımlarıyla incelenmiş, daha sonra katılımcıların GAP turuna ilişkin güvenlik algılarının belirlenmesine yönelik oluşturulan ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Ayrıca belirli boyutlar altında değerlendirmeler yapabilmek için de faktör analizi uygulanmıştır.

5. Bulgular

5.1. Güvenilirlik analizi

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ilişkin güvenlik algılarının belirlenmesi amacıyla oluşturulan ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0,897 olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuç (0,897) dikkate alındığında, ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmektedir. Ölçeğin güvenilirlik incelemeleri sonucunda ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına ihtiyaç duyulmamıştır.

5.2. Geçerlilik analizi

Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için 20 ifadeye açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde, öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için KMO ve Barlett Küresellik Testi yapılmıştır. Tablo 2'de KMO ve Barlett testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2. KMO ve Barlett's testi

Kaiser-Meyer-Olkin rneklemenin Sayısının Yeterliliği		,712
Bartlett's Test of Sphericity	Yaklaşık	4251,713
	df (serbestlik derecesi)	190
	Sig. (anlamlılık değeri)	,000

Bu analizde KMO değeri 0,712 ve Barlett Küresellik Testi ki-kare değeri 4251,71 $p=0,000$ düzeyinde anlamlı olarak bulunmuştur. Bu değerler verilerin faktör analizi yapmak için yeterli ve uygun olduğunu göstermektedir. Nitekim ilgili yazına göre, verilerin faktör analizine uygun olması için KMO değerinin en az 0,50 ve Barlett testi sonucunun anlamlı olması gerekmektedir.

5.3. Demografik bulgular

Ankete katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımları frekans analizleri ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların demografik zellikleri Tablo 3'te verilmektedir.

Tablo 3. Katılımcılara ilişkin demografik bulgular

	Sıklık (N)	Yüzde (%)		Sıklık (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Medeni durum		
Kadın	131	52,4	Evli	122	48,8
Erkek	119	47,6	Bekar	128	51,2
Toplam	250	100,0	Toplam	250	100,0
Yaş			Daha önce yurtiçi tatile çıkma durumu		
18-25	45	18,0	Evet	242	96,8
26-33	118	47,2	Hayır	8	3,2
34-41	46	18,4	Toplam	250	100,0
42-49	39	15,6	Tatile ıkma sıklığı (Yıl içinde)		
50 ve üzeri	2	,8	1-2 kez	168	67,2
Toplam	250	100,0	3-4 kez	33	13,2
Eğitim			5-6 kez	32	12,8
Ortaöğretim	20	8,0	7 kez ve üzeri	17	6,8
n lisans	38	15,2	Toplam	250	100,0
Lisans	83	33,2	Tatile kiminle gelindiği		
Lisansüstü	109	43,6	Ailemle	131	52,4
Toplam	250	100,0	Yalnız	41	16,4
Meslek			Arkadaşıyla	78	31,2
Kamu alışanı	120	48,0	Toplam	250	100,0
Özel sektör alışanı	120	48,0	Tatilin süresi		
Ev hanımı	3	1,2	1-3 gün	26	10,4
İşveren / esnaf	3	1,2	4-6 gün	105	42,0
Diğer	4	1,6	7-9 gün	57	22,8
Toplam	250	100,0	10 gün ve zeri	62	24,8
			Toplam	250	100,0
Yaşanılan Őehir					
İstanbul	99			39,6	
İzmir	5			2,0	
Ankara	8			3,2	
Diğer	138			55,2	
Toplam	250			100,0	

Tablo 3'e göre katılımcıların çoğunluğu kadınlardan (%52,4), 26-33 yaş arasında olanlardan (%47,2) ve lisansüstü eğitim almış (%43,6) kişilerden oluşmaktadır. Meslek değişkenine göre katılımcıların çoğunun kamu çalışanı (%48) ve özel sektör çalışanı (%48) olduğu tespit edilmiştir. Medeni durum değişkeni açısından da katılımcıların evli (%48,8) ve bekar (%51,2), (%96,8)'lik bir çoğunluğunun da daha önce tatile çıkmış kişilerden oluştuğu belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı senede 1-2 kez (%67,2) tatile çıkmaktadırlar.

Tatil süreleri 4-6 gün (%42) arasında değişen katılımcıların çoğunluğu GAP turuna ailesi (%52,4) ile beraber gelmişlerdir. Ayrıca katılımcılar yaşadığı Őehir değişkeni açısından değerlendirildiğinde de; (%39,6) 'sının İstanbul'dan geldikleri, tura katılanların (%55,2) oranında belirttikleri diğer illerin sırasıyla; Balıkesir, Trabzon, Kayseri, Bursa, Antalya, Eskişehir ve Konya Şeklinde olduğu belirlenmiştir.

"Tatilde en önem verdiğiniz 3 unsur aşağıdakilerden hangisidir?" sorusuna verilen katılımcı yanıtları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Tatilde en çok önem verilen unsurlara ilişkin bulgular

	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Güvenlik unsuru	157	62,8
Konaklama imkanları	145	58,0
Doğa/ deniz olanakları	113	45,2
Ulaşım imkanları	107	42,8
Tarih/ kültür unsurları	95	38,0
Yeme-içme olanakları	55	22,0
Eğlence imkanları	47	18,8
Sessizlik/ sakinlik unsuru	26	10,42
Diğer	2	0,8

Tablo 4'e göre, araştırmanın katılımcılarının tatilde en çok önem verdiği hususlar; sırasıyla güvenlik (%62,8), konaklama imkanları (%58), doğa/deniz (%45,2) ve ulaşımın rahatlığı (%42,8) şeklinde tespit edilmiştir.

"GAP turuna katılmanıza neden olan en önemli 3 etken aşağıdakilerden hangisidir?" sorusuna verilen katılımcı yanıtları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. GAP turuna katılımı etkili olan unsurlara ilişkin bulgular

	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Doğal ekicilikler	183	73,2
Tarihi ekicilikler	181	72,4
Kültürel ekicilikler	176	70,4
Bölge mutfağı (yeme-içme)	166	66,4

Tablo 5'e göre katılımcıların çoğu; GAP turuna doğal ekicilikler (%73,2) ile tarihi ekicilikler (%72,4) için katılmışlardır. Öte yandan; kültürel ekicilikler (%70,4) ve bölge mutfağı (%66,4) için tura katılanların oranı da azımsanmayacak seviyededir.

"Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne tekrar gelmeyi düşünür msnz?" sorusuna verilen katılımcı yanıtları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların GAP'a tekrar gelme niyetine ilişkin bulgular

	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Evet	200	80,0
Hayır	50	20,0

Tablo 6'ya göre; katılımcıların büyük çoğunluğu (%80) GAP turuna tekrar katılmayı düşünmektedirler.

5.4. Faktör analizi

Yapılan faktör analizi ile toplam altı faktör grubu ortaya çıkmış ve bunlar; "genel güvenlik algısı", "terör eylemleri algısı", "sağlık güvenliği algısı", "otel güvenliği algısı", "gıda güvenliği algısı" ile "ulaşım güvenliği algısı" olarak adlandırılmıştır. Çalışmada araştırma ölçeğinde yer alan 20 madde içerisinde faktör yükü düşük olan madde tespit edilemediğinden 30 madde de faktör analizi kapsamında değerlendirilmiştir.

Faktör analizi kapsamında oluşan altı faktör, toplam varyansın %79,321'ini açıklamaktadır. Birinci faktör toplam varyansın %18,15'ini, ikinci faktör %16,44'n, üçüncü faktör %14,25'ini, dördüncü faktör %13,33'n, beşinci faktör %10,80'ini ve altıncı faktör %6,32'sini

açıklamaktadır. Bu çerçevede birinci faktör 4, ikinci faktör 3, üçüncü faktör 3, dördüncü faktör 3, beşinci faktör 4 ve altıncı faktör 3 ifadeyi içermektedir.

Birinci faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,895 ile 0,789 arasında; ikinci faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,835 ile 0,746 arasında; üçüncü faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,856 ile 0,607 arasında; dördüncü faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,886 ile 0,613 arasında; beşinci faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,816 ile 0,615 arasında ve altıncı faktörde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri 0,863 ile 0,712 arasında değişmektedir.

Faktör içerisinde yer alan ifadelerden en yüksek faktör yüküne sahip ifade ile en düşük faktör yüküne sahip ifade arasındaki farkın en az olmasının, faktörün içsel tutarlılığını artıracak kriteri göz önüne alındığında; faktörlerin içsel tutarlılığının oldukça iyi olduğunu söylemek mümkündür.

5.6. İfadelere ilişkin bulgular

Katılımcıların genel güvenliğe yönelik algı ortalamaları Tablo 7’de gösterilmiştir. Buna göre; genel güvenlik boyutuna yönelik algı ortalamaları 3,64 ile 3,30 arasında değişmektedir. En yüksek algı ortalamasına (3,64) ‘‘GAP turu esnasında can ve mal güvenliğim ile ilgili endiőe duymadım’’ ifadesi sahipken, en düşük algı ortalamasına (3,30) ‘‘GAP turu esnasında çevrede üniformalı kamu güvenlik görevlileri görmek kendimi güvende hissetmemi sağladı’’ ifadesi sahiptir.

Terör eylemleri boyutuna yönelik algı ortalamaları incelendiğinde; en yüksek algı ortalamasına (3,78) ‘‘GAP turu esnasında bölgede terör ile ilgili herhangi bir olay görmedim/yaşamadım’’ ifadesi sahipken; en düşük algı ortalamasına ise (3,20) ‘‘GAP turuna katılım kararı alırken terör eylemleri ile ilgili herhangi bir endiőe duymadım’’ ifadesi sahiptir.

Sağlık güvenliği boyutuna yönelik algı ortalamaları incelendiğinde ise; en yüksek algı ortalaması (3,73) ‘‘Bölgede herhangi bir hastalık riskinin olmaması GAP turuna katılımımı olumlu etkiledi’’ ifadesi iken; en düşük algı ortalaması (3,26) ‘‘Bölgede donanımlı ve yeterli sayıda sağlık personelinin varlığı ve kolay ulaşılabirliği GAP turuna katılımımı olumlu etkiledi’’ ifadesidir.

Otel güvenliği boyutuna yönelik algı ortalamaları 4,02 ile 3,55 arasında değişmektedir. En yüksek algı ortalamasına (4,02) ‘‘GAP turunda konaklama yapılan otellerde kendimi güvende hissettim’’ ifadesi sahipken; en düşük algı ortalamasına ise (3,55) ‘‘GAP turunda konaklama yapılan otellerin özel güvenlik elemanlarının bulunması kendimi güvende hissetmemi olumlu katkı sağlamıştır’’ ifadesi sahiptir.

Gıda güvenliği boyutuna yönelik algı ortalamaları incelendiğinde; en yüksek algı ortalamasına (3,84) ‘‘GAP turunda tkettiğim gıdaların (yiyecek-içecek) güvenliği ile ilgili olarak endiőe duymadım ve gönül rahatlığı ile tükettim’’ ifadesi sahiptir. Öte yandan; en düşük ortalamaya sahip ifade (3,50) ‘‘GAP turunda tkettiğim yiyeceklerin uygun mutfak koşullarında ve sağlıklı personel ile üretildiğini düşünüyorum’’ ifadesi olarak karşıma çıkmaktadır.

Ulaşım güvenliği boyutuna yönelik algı ortalamaları ise 3,67 ile 3,54 arasında değişmektedir. En yüksek algı ortalamasına (3,67) ‘‘GAP turunda Őehir içerisinde araç ile seyahat etmek güvenlidir’’ ifadesi sahiptir. En düşük ortalamaya sahip ifade ise (3,54) ‘‘GAP turunda Őehirlerarası yollarda seyahat etmek güvenlidir’’ şeklindedir.

Tablo 7. İfadelere ilişkin bulgular

İfadeler	Aritmetik ortalama	Standart sapma
Genel güvenlik algısı	3,41	,68
1.GAP turuna katılma kararı öncesinde can ve mal güvenliğim ile ilgili endiŐe duymadım.	3,34	1,32
2.GAP turu esnasında can ve mal güvenliğim ile ilgili endiŐe duymadım.	3,64	1,14
3.GAP turu esnasında çevrede üniformalı kamu güvenlik görevlileri görmek kendimi güvende hissetmemi sağladı.	3,30	1,03
4.GAP turu esnasında cadde ve sokaklarda bulunan MOBESE kameralarını görmek kendimi güvende hissetmemi sağladı.	3,35	1,09
Terör eylemleri algısı	3,46	1,00
5.GAP turuna katılım kararı alırken terör eylemleri ile ilgili herhangi bir endiŐe duymadım.	3,20	1,32
6.GAP turu esnasında bölgede terör ile ilgili herhangi bir olay görmedim/yaşamadım.	3,78	1,09
7.GAP turu esnasında terör ile ilgili olumsuz bir algıya kapılmadım (atmosfer hissetmedim).	3,39	1,17
Sağlık güvenliği algısı	3,45	,77
8.Bölgede ilkyardımdan ve tedavi hizmeti verebilecek sağlık kurumlarının (hastane, tıp fakültesi vb.) varlığı ve kolay ulaŐılabilirlięi GAP turuna katılımımı olumlu etkiledi.	3,35	,987
9.Bölgede donanımlı ve yeterli sayıda sağlık personelinin varlığı ve kolay ulaŐılabilirlięi GAP turuna katılımımı olumlu etkiledi.	3,26	1,09
10.Bölgede herhangi bir hastalık riskinin olmaması GAP turuna katılımımı olumlu etkiledi.	3,73	,79
Otel güvenliği algısı	3,76	,65
11.GAP turunda konaklama yapılan otellerde kendimi güvende hissettim.	4,02	,69
12.GAP turunda konaklama yapılan otellerin özel güvenlik elemanlarının bulunması kendimi güvende hissetmemi olumlu katkı saęlamıŐtır.	3,55	,92
13.GAP turunda konaklama yapılan otellerde giriŐ ve genel mekanlarda kameraların bulunması kendimi güvende hissetmemi saęlamıŐtır.	3,71	,87
Gıda güvenliği algısı	3,68	,81
14.GAP turunda tkettiğim gıdaların (yiyecek-içecek) güvenliği ile ilgili olarak endiŐe duymadım ve gönül rahatlığı ile tükettim.	3,84	1,01
15.GAP turunda tkettiğim yiyecek-içecekler taze / günlük olarak sınıflandırılabilir.	3,72	,98
16.GAP turunda tkettiğim yiyeceklerin uygun koŐullarda yetiŐtirildięini düşünüyorum.	3,67	,80
17.GAP turunda tkettiğim yiyeceklerin uygun mutfak koşullarında ve sağlıklı personel ile üretildiğini düşünüyorum.	3,50	,96
Ulaşım güvenliği algısı	3,60	,94
18.GAP turunda Őehirlerarası yollarda seyahat etmek güvenlidir.	3,54	1,14
19.GAP turunda Őehir içerisinde araç ile seyahat etmek güvenlidir.	3,67	,93
20.GAP turunda Őehir içerisinde yaya olarak seyahat etmek güvenlidir.	3,60	1,13

6. Sonuç ve değerlendirme

Bu araŐtırmanın temel amacını; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni ziyaret eden (GAP turuna katılan) yerli turistlerin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ilişkin güvenlik algılarının belirlenmesi oluŐturmaktadır. Nitekim güvenlik sorunu bulunduğu düŐünülen destinasyonlara istenilen düzeyde turist talebi sağlanamaması söz konusudur. Bu sebeple turistleri bir ülkeye/bölgeye çekebilmek için öncelikle, onların ülkeyi/bölgeyi nasıl algıladıklarının saptanması önemli

görülmektedir. Bununla beraber, turizm işletmeleri gibi müşteri memnuniyetinin en önemli ölçüt olduğu kurumlarda da güvenlik oldukça önemlidir.

Bu araştırma kapsamında; Güneydoğu Anadolu turuna katılan bireylerin çoğunluğu, bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerini görmek ve bölge mutfağını tatmak için yöreyi ziyaret etmişlerdir. Aynı zamanda; katılımcıların büyük çoğunluğu (%80), bölgeye tekrar gelmek istemektedirler. Elde edilen araştırma sonuçları Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin katılımcılar nezdinde otel güvenliği algısı açısından (3,76) olumlu algılandığını göstermektedir. Bu da katılımcıların GAP turunda konaklama yapılan otellerde kendilerini güvende hissettiklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca konaklama yapılan otellerin giriş noktalarında ve genel mekanlarında güvenlik kameralarının varlığının da katılımcıların kendilerini güvende hissetmelerini sağladığı sonucunu ortaya koymaktadır. Bu noktada; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan konaklama işletmelerinin güvenlik kapsamında, teknolojik imkanlardan da yararlanarak, etkili güvenlik yöntem ve teknikleri geliştirmelerinin otel müşterilerinin kendilerini güvende hissetmelerine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Oteller, ABD'deki 11 Eylül saldırıları öncesinde terörizm açısından soft hedefler arasında yer almışken, 11 Eylül'de yaşanan korkunç olay, bu saldırıların otellerde de olabileceğini akıllara getirmiştir (Clifton, 2012). Bu doğrultuda, otel işletmelerinin müşterileri tarafından güvenli bulunmaları önem arz etmektedir.

Turistler gittikleri destinasyonda tatilleri süresince tükettikleri yiyecek-içecek ürünlerinde gıda güvenliği ararlar ve beklerler. Çünkü turistler gidilen destinasyonun yöresel mutfağını tanımak ve yöresel yemekleri tatmak istemektedirler. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin katılımcılar nezdinde gıda güvenliği açısından olumlu algılandığını (3,68) söylemek mümkündür. Nitekim katılımcılar, GAP turunda tükettikleri gıdalar ile ilgili olarak endişe duymadıklarını ve gönül rahatlığı içerisinde bu yiyecekleri tükettiklerini (3,84) ifade etmişlerdir. Katılımcılar ayrıca, tur esnasında tüketilen yiyecekleri, taze (3,72) ve uygun koşullarda yetiştirilmiş (3,67) olarak değerlendirmişlerdir. Gıda güvenliği bütün toplumu ilgilendiren bir konudur. Gıda retimi yapan işletmeler halk sağlığı konusunda üzerlerine düşen görevleri yerine getirmelidir. Gıda güvenliğini sağlamak ve daha kaliteli ve güvenilir yiyecek-içecek hizmeti sunmak için otel işletmeleri de gıda güvenlik yönetim sistemlerini uygulamalıdır (Dokuzluoğlu, 2013). Turizm sektörünün önemli bir yapı taşı olan otellerdeki gıda güvenliği, sektörün geleceği açısından büyük önem taşımaktadır. Gıda güvenliğinin hem iç, hem de dış turizmde önemi artmakta ve gıda güvenliği, turizm işletmelerine sektörde farklılık yaratma fırsatı sunmaktadır (www.wcs.com.tr, 12.02.2016). Böylece işletmeye olan talebin artmasına yol açmaktadır.

Çalışmada ortaya çıkan bir başka sonuca göre de, katılımcıların ulaşım güvenliğine ilişkin verdikleri yanıtlardan bu konu ile ilgili geneldeki olumlu algılarının yanı sıra bir takım tereddütlerinin de olduğunu söylemek mümkündür. Başka bir deyişle; katılımcılar tur esnasında Őehir içinde hem araç ile (3,67), hem de yaya olarak (3,60) seyahat ederken güvenlik hususunda bir tedirginlik yaşamazken; Őehirlerarası yollarda seyahat ederken (3,54) bazı çekinceler duydukları sonucunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu sebeple; özellikle Őehirlerarası yollarda turistlerin kendilerini güvende hissetmelerini sağlayacak güvenlik ortamının sağlanması, bölge turizminin gelişmesine çok önemli katkılar sağlayacağı aşıkrdır. Bu kapsamda özellikle turistlere güvenli bir ortam sağlamak için destinasyonun nitelik ve Őartlarına göre Akdeniz ve Ege bölgelerindeki turizm destinasyonlarında olduğu gibi turizm polisi ya da jandarması gibi özel birimler kurulması önerilmektedir. Ayrıca ulaşım noktalarında (havaalanları, tren ve otobüs terminalleri) güvenlik önlemlerinin üst düzeyde alınması gerekmektedir ve istisnasız bir Őekilde sağlanmalıdır.

Bu araştırma kapsamında katılımcıların terör eylemleri boyutunda (3,46) bir takım tereddütler yaşadığı tespit edilmiştir. Nitekim katılımcılar tur esnasında bölgede terör ile ilgili herhangi bir olay görmemelerine (3,78) rağmen; olumsuz bir algıya kapılmışlardır. Ayrıca katılımcıların, tura katılım kararlarında (3,20), tur esnasında (3,39) terör eylemleri ile ilgili endişeleri de söz konusudur. Öte yandan; 12 Ocak 2016 tarihinde İstanbul Sultanahmet Meydanı'nda meydana gelen terör saldırısında, 10 Alman turistin hayatını kaybetmesi, Türkiye'ye

gelecek Alman turistlerin güvenlik endişesi duymasına yol açmaktadır. Nitekim dünyanın önde gelen tur operatörlerinden TUI Group yaptığı açıklamada 2015 yılında müşterilerinin yaklaşık %14'ünün Türkiye'ye seyahat etmeyi tercih ettiğini ve Türkiye'nin özellikle Alman müşteriler arasında popüler bir tatil lokasyonu olduğunu açıklamıştır. Ancak söz konusu terör eyleminden dolayı, Türkiye'ye yönelik 2016 yaz sezonu için yapılan rezervasyonların %40 oranında düştüğü ifade edilmiştir (www.hurriyet.com.tr, 11.02.2016). Bununla beraber, turizmciler, 2015 yılında Almanya ve Rusya'nın ardından Türkiye'yi en çok tercih eden İngiliz turizm pazarında 2016 yılında ciddi düşüşler yaşanacağını belirtmektedirler. İngiltere merkezli Billa Plus Tur Operatörü Türkiye Yetkili Acentesi Erata Turizm'in Direktörü Süleyman Akçil, güvenli olmayan bir ülkeye kimsenin gitmek istemeyeceğini belirterek, "İngilizler de Türkiye'ye řu an o gözle bakıyor. 2016 turizm sezonunda pazarda ciddi düşüşler yaşanacak" şeklinde bir açıklama yapmıştır. Akçil açıklamasında ayrıca, İngilizlerin, gemi ile seyahat etmek için yaptıkları planlarında Türkiye programını tehlikeli gördüğü için istemediklerini, yapılan anketlerde Türkiye programı istenmemesi üzerine çok sayıda limanın programdan çıkarıldığını ifade etmiştir (www.milliyet.com.tr, 11.02.2016). Destinasyonlar topyekn olarak kendileri ile ilgili güvenlik anlamındaki olumsuzları bertaraf edecek her türlü tanıtım, imaj oluşturma ve olumsuz imajları ortadan kaldırmaya yönelik çabalar içerisine yönelmelidirler. Ayrıca turizm çalışanlarının tamamının, ancak özellikle bu bölgede çalışanların güvenlik önlemleri ve acil durumlara karşı eğitilmesi bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan; turistler de güvenlik önlemleri konusunda bilinçlendirilmeli ve eğitilmelidirler. Bu kapsamda bölge turizmi için merkezi otorite, yerel kuruluşlar, özel ve kamu güvenlik birimleri, turizm kurumları, yerli halk ve turistler arasında güvenlik konusunda işbirliği yapılmalı ve koordinasyon sağlanmalıdır.

Katılımcıların en çok tedirgin oldukları güvenlik boyutlarından biri de, sağlık güvenliği algısı (3,45) olarak tespit edilmiştir. GAP turuna katılma kararı hususunda, bölgede herhangi bir hastalık riskinin olmaması (3,73) büyük bir etken olarak belirlenmiştir. Ancak katılımcıların, ilkyardıma ve tedavi hizmeti verebilecek sağlık kurumlarının (3,35), donanımlı ve yeterli sayıda sağlık personelinin (3,26) varlığı ve kolay ulaşılabilirliği hususlarında tedirginlik yaşadıklarını söylemek mümkündür. Bu çerçevede; turistlere gittikleri ülkede/bölgede sağlıkla ilgili her türlü sorunlarını çözecek yabancı dil bilen personelden oluşturulacak Acil Turist Sağlığı birimlerinin oluşturulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Katılımcılar GAP turuna katılma kararı öncesinde can ve mal güvenlikleri ile ilgili endişe duyarken (3,34) tur esnasında can ve mal güvenliği ile ilgili olarak endişe duymadıklarını (3,64) belirtmişlerdir. Aslında bu durum bölge hakkındaki bazı yanlış bilgilendirmelerin bir sonucu olarak da ifade edilebilir. Bunun yanı sıra tur esnasında çevrede üniformalı kamu güvenlik görevlileri (3,30) ve sokaklarda bulunan MOBESE kameraları (3,35), katılımcıların tamamen kendilerini güvende hissetmelerini sağlamadığı, ancak yine de destinasyonun güvenliğine yönelik tedirginliklerini kısmen de olsa ortadan kaldırılmasına katkı sağladığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada katılımcıların bölge ile ilgili en düşük güvenlik algıları "Genel Güvenlik" boyutunda (3,41) tespit edilmiştir. Bunda medyada ve kamuoyunda bölgede yaşanan olaylarla ilgili yapılan haberlerin önemli olduğu düşünülmektedir.

Ülkelerin genel güvenlik politikaları içerisinde turizme ve turiste yönelik güvenlik ile ilgili riskleri en aza indirecek olan turizm güvenliğine yönelik ulusal politikalara önem verilmesi gerekmektedir. Turizm destinasyonlarında ve alanlarında güvenlik hizmetleri sağlanmalıdır. Ayrıca turizm ve turist güvenliğine, ülkelerin turizm planlaması ve tanıtımı faaliyetleri içinde yer verilmelidir. Turizmde, özellikle de yabancı turistler nezdinde yaşanabilecek olumsuzlukların, ülkeler arasında diplomatik krizlere bile yol açabileceği gözlerden uzak tutulmamalıdır.

İnsan, turizmi de içine alan yaşamsal faaliyetlerinin her alanında ihtiyaç duyduğu öncelikler arasında güvenlik yer almaktadır. Dolayısıyla, tüm ülkeler, destinasyonlar ve işletmeler potansiyel güvenlik risk ve algılarını belirlemelidirler. Dünyada hem genel, hem de turizm güvenliğine yönelik önlemlerin alınıp, uygulanması ancak, uluslararası işbirliği ve dayanışma ile mümkün

olacaktır. Bu kapsamda tarafsız bir Őekilde ve siyasi bir tutum geliŐtirmeden alınacak güvenlik tedbirleri, görsel ve yazılı materyaller ile de desteklenmelidir.

Kaynakça

- Aksu, M., AktaŐ, A.R., Oku, O. &Őentrk, F.K. (2013). Yabancı turistlerin güvenlik algılarının analizi: Alanya rneği. *International Conference on Eurasian Economies*, SESSION 5C: Turizm II, 744-754.
- Albayrak, A., Mil, B. &Kkaltan, D. (2015). Uluslararası barıŐı zedeleyen turizm odaklı küresel teröre yönelik karŐılaŐtırmalı bir yaklaşım. *16. Ulusal Turizm Kongresi*, 12-15 Kasım, 1037-1052.
- Arana, J.E. & Leon, C.J. (2007). The impacts of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35/2, 299-315.
- Ayob, N.M. & Masroni, T. (2014). Issues of safety and security: new challenging to Malaysia tourism industry. *SHS Web of Conferences* 12, 1-10. <http://www.shs-conferences.org/> (EriŐim: 04.06.2015).
- Bilim, Y. (2004). Popüler turistik destinasyonlarda (turizm merkezlerinde) polis ve hizmetlerinin Avrupalı turistler tarafından algılanması. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Brauch, H.G. (2008). Güvenliğin yeniden kavramsallaŐtırılması: BarıŐ, güvenlik, kalkınma ve evre kavramsal dörtlüsü. *Uluslararası İliŐkiler*, 5/18, 1-47.
- Breda, Z. & Costa, C. (2006). Safety and security issues affecting inbound tourism in the people's republic of China. Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Ed). *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice* iinde. UK: Butterworth-Heinemann.
- Cavlek, N. (2006). Tour operators and destination safety. Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Ed). *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice* iinde (335-352). UK: Butterworth-Heinemann. Doi:10.1016/S0160-7383(01)00067-6
- etinsz, B.C. & Ege, Z. (2012). Turistlerin demografik özelliklerine göre risk azaltma stratejileri: Alanya rneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23/2, 159-172.
- Clifton, D. (2012). Hospitality security (managing security in today's hotel, lodging, entertainment and tourism environment), New York: 2012.
- Dokuzluoğlu, B. (2013). Turizm sektöründe gıda güvenliği, <http://www.turizmdosyasi.com/yazar.asp?yaziID=9202&Baslik=turizm-sektorunde-gida-guvenligi>, EriŐim: 12.02.2016.
- Ekiz, E.H. & Köker, N.E. (2012). Destinasyon tatmininin belirleyicileri: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni ziyaret eden yabancı turistlerin algılamaları. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2/4, 45-63.
- Ersun, N. & Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 31/2, 229-248.
- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24, 575-585.
- George, R. (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*, 31, 806-815.
- George, R. (2013). International tourists' perceptions of crime-risk and their future travel intentions during the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *South Africa J. Bus. Manage*, 44/1, 47-60.
- Heung, V.C.S., Qu, H. &Chu, R. (2001). The relationship between vacation factors and socio-demographic and traveling characteristics: The case of Japanese leisure travelers. *Tourism Management*, 22/3, 259-269.
- Hsu, T-K., Tsai Y-F. &Wu, H-H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30, 288-297.

- Karabulut, B. (2009). Küreselleşme sürecinde güvenlik alanında değişimler: Karadeniz'in güvenliğini yeniden düşünmek. *Karadeniz Araştırmaları*, 6/23, 1-11.
- Katrancı, Y. (2010). Turizm işletmelerinde güvenlik yönetimi. Yayınlanmamış yüksek lisans proje çalışması. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaypak, Ş. (2012). Güvenlikte yeni bir boyut; çevresel güvenlik. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8/8, 1-22.
- Küçükaltan, D. (2012). Terörizmin hedefindeki sektör: Turizm (Kronolojik Bir Yaklaşım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M., Crotts, J.C. & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9, 233-242.
- Kçk, M. (2013). Çamlık kasabası turizm potansiyelinin değerlendirilmesi için çzm nerileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3/2, 35-45.
- Law, R. (2006). The perceived impact of risks on travel decisions. *International Journal of Tourism Research*, 8, 289-300.
- Law, R., Cheung, C. & Lo, A. (2004). The relevance of profiling travel activities for improving destination marketing strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16/6, 355-362.
- Mthembu, N. (2009). Tourism crime, safety and security in the Umhlathuze District Municipality, Kwazulu-Natal. Unpublished masters' thesis. Kwadlangezwa: University of Zululand.
- zdemir, E. (2013). *Ortadoğu barışında güvenlik ve işbirliği modeli arayışları*. Yayınlanmamış yksek lisans tezi. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstits.
- Payam, Mehmet M. (2015). Turizm blgelerinde emniyet ve gvenliğin sağlanması. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015) bildiri kitabı iinde* (s. 316-326). Konya: Aybil Yayınları.
- Peattie, S., Clarke, P. & Pettie, K. (2005). Risk and responsibility in tourism: promoting sun-safety. *Tourism Management*, 26, 399-408.
- Pizam, A. & Mansfeld, Y. (2006). Toward a theory of tourism security. Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Ed). *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice* iinde (1-27). UK: Butterworth-Heinemann.
- Qi, C.X., Gibson, H.J. & 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, 43-67.
- Quintal, V.A., Lee, J.A. & Soutar, G.N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31, 797-805.
- Reisinger, Y. & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20/1, 13-31.
- Seilmiş, C. & nlnen, K. (2009). İstanbul'u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılamaları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1/1, 65-84.
- Seçilmiş, C. (2009). Turistlerin kişisel değişkenlerinin güvenlik algılamalarındaki rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/30, 152-166.
- Serin, M. (2008). Turizm sektöründe kriz yönetimi açısından terörizmin turizme etkisinin analizi. Yayınlanmamış uzmanlık tezi. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Snmez, S. (1998). Tourism, terrorism and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25/2, 416-448.
- Snmez, S.F. & Graefe, A.R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25, 112-144.
- Stafford, G., Yu, L. & Armoo, A.K. (2006). Crisis management and recovery: how Washington, DC hotels responded to terrorism. Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Ed), *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice* iinde (291-311). UK: Butterworth-Heinemann.
- Tataroğlu, M. & Subaşı, E. (2009). Kolluk glerinde modernleşme: Muğla rneğinde turizm jandarması yapılıması. *Ynetim ve Ekonomi*, 16/2, 73-93.

- Ttnc, ., Kiremiti, İ. &alışkan, U. (2011). Sağlık turizmi, güvenlik ve kalite. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22/1, 91-93.
- Waewer, O. (2008). Toplumsal güvenliğin değişen gündemi. *Uluslararası İlişkiler*, 5/18, 151-178.
- Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, ., Polat, S. & Sarışık, M. (2012). Politik krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma- Mısır turizmi. 1. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*, 20-22 Nisan, 216-232.
- Yeşiltaş, M., ztrk, İ. & Türkmen, F. (2008). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm nerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10/1, 175-189.
- Yıldız, Z., Yıldız, S. & Aytemiz, L. (2015). Kara turizm, terör turizmi ve Türkiye potansiyeli. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4/2, 390-407.
- <http://www.hurriyet.com.tr/tatil-planinda-turkiye-yok-40052260> Erişim: 11.02.2016.
- <http://www.milliyet.com.tr/ruslar-dan-sonra-ingiliz-turist/ekonomi/detay/2192808/default.htm> Erişim: 11.02.2016.
- http://www.wcs.com.tr/oteller_gida.htm Erişim: 12.02.2016.

Extended English Abstract

Literature: Security concept which was one of the main issues of tourism literature has synonyms such as guarantee, confidence, peace, order, peacetime, assurance, providing reliability and to guarantee. Security is a word derived from secure and it means innocuousness situation, self-sufficiency and feel safe (Mthembu, 2009; Kaypak, 2012; Payam, 2015). Security need ranks number two at hierarchy of needs after obligatory physiological needs determined by Abraham Maslow. In conclusion people want to feel themselves in safe. When assessing in this context, tourism is the leading sector where health, security, comfort and hygiene anxiety thoughts are forefront. Hence it is impossible to consider the war and tourism and terrorism and tourism concepts side by side (Kkaltan, 2012). While existence of war and terrorism and lack of public order prevents tourism, also cause fear, hostility, and prejudice between the people (Seilmiş & nlnen, 2009). The main internal and external stimulus is security in order to generate the tourism movement. George (2013), underlines negative image consisted due to the missing security could damage tourism industry. Negative security perception or individual security anxiety is the determinant of tourists for their future travelling preferences (George, 2003; Pizam & Mansfeld, 2006; Kozak, Crofts & Law, 2007). Studies of the related literature (Law, 2006; Mthembu, 2009; Aksu, Aktaş, Oku & şentrk, 2013; Ayob & Masron, 2014), reveals the security is a determinant in the process of purchase of tourist and emphasizes that the security of holiday is the most wanted characteristic of vacation. Terrorism risk which was perceived during a travel to any place of world or any destination or the existing terrorism, travelling and holiday decision of tourists affected from this situation due to this situation effects personal security perceptions of tourists. Consequently tourists can react like directing to other destinations or canceling the travelling. So removing insecurity environment which was consisted primarily due to terrorism and other several reasons seems important (Albayrak, Mil & Kkaltan, 2015). In terms of parties forming the tourism sector security of life and property is one of the most important subjects. Internal disorders occurred in a touristic destination, terrorist incidents, events which tourists subjected to such as robbery, seizure and injuring either damage the image of region and decreases the tourism demands for the destination. Tourism demand decreases in cases when the security risk increases. Either individual security or general security and health security is directly associated with tourism demand (Tataroğlu & Subaşı, 2009). It is possible to say the tourists take the decision of travelling rather than the real risk but the risks they perceived (Reisinger & Mavondo, 2006; etinsz & Ege, 2012). Any tourist wants to purchase risk by making payment. In this context in a destination where is risky in respect of security, no matter there are modern

facilities, history, natural riches, cultural attraction doesn't mean to form a touristic demand and sustain it (Seçilmiş, 2009). Tendency of development of tourism activities in peace environment and preference of tourists the places where they feel themselves in safe and tourism sector is mostly affected from terrorist incidents (Arana & Leon, 2007; Yeşiltaş, Öztrk & Trkmen, 2008).

Purpose and method: Main purpose of the research is to determine the security perceptions which are related with the tourism of Southeastern Anatolia Region of domestic tourists who attend tour and visit Southeastern Anatolia Region. Research has been fictionalized with quantitative analysis method. For that reason face to face survey was implemented to the domestic tourist who attended Southeastern Anatolia Region Tour (GAP tour). Research was realized between 2014 April and September. As of 2014 341.139 foreign, 2.074.636 domestic and total 2.415.775 tourists visited Southeastern Anatolia Region. So population of research consisted of domestic tourist who attended guided tour of Southeastern Anatolia Region. Survey form was used in order to collect data. Returned and accepted 250 form of 450 survey form have been taken into consideration in scope of research. Confidence coefficient of scale (Cronbach Alfa) was found 0.897; this result indicated the scale is quite confidential.

Results and assessments: The most important case which participants cares mostly was determined as security (62,8 %) and most of the participants thinks to participate GAP tour again (80 %). Totally 6 factor group occurred with the factor analyze and these were named as; "general security", "terrorist actions", "health security", "hotel security", "food security" and "transportation security". As a result of assessment, while the "hotel security". Obtained research results shows that, Southeastern Anatolia Region was perceived positive in respect to hotel security (3,76). This reveals that the participants feel themselves in safe in the hotel where they lodged. It is possible to say the Southeastern Anatolia Region was perceived positive in respect of food security (3,68). Hence participants expressed that they ate the foods in GAP tour with inner peace and never felt anxiety about it (3,84). According to another result revealed by the research, participants have some hesitations about transportation security alongside with the positive responses they gave. In other words, while the participants travel in the center either by vehicle (3,67) or on foot (3,60) did not feel any security problem; they had some hesitations during the travel at interprovincial roads (3,54). Within the scope of this research participants had some hesitations about the terrorist actions (3,46). In spite of the participants did not see any action regarding the terrorist activities (3,78) they had negative perception. One of the most hesitated security dimensions was determined as health security perception (3,45). Having no disease risk in the region (3,73) was determined as an important factor about to take the decision of attending GAP tour. But it is possible to say the participants had hesitations regarding the accessibility of health centers which will present first aid and treatment service (3,35), equipped and sufficient number of health personnel (3,26). Participants were anxious, before the decision of attending GAP tour (3,34) they mentioned that never been anxious during the tour (3,64). The lowest security perception of participants about the region was determined "general security" (3,41). News on media about the event in the region was important on this. States should attach importance to national policies directed to tourism security which will minimize risks about the security, tourist and tourism. Security services should be provided in tourism destinations and fields. Also tourism and tourist security should be included in the planning and promotion facilities of states. Problems especially in the presence of tourists and tourism could cause even diplomatic crisis between the states. This matter shouldn't be overlooked. Security plays a part within the vital activities of human which are needed in every fields of life. So, all the states destinations and enterprises should determine the security and risk perceptions. In the world taking either the general security precautions or tourism security precautions and implementing these precautions would be possible only with the international collaboration and solidarity. Within this scope the safety measures which will be taken evenhandedly and not developing any political attitude should be supported by visual and written materials.