



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 1671-1688.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.444](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.444)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Koronavirüs Salgınının Tatile Çıkma Niyeti Üzerine Etkisi

Öğr. Gör. S. Ceylin ŞANLI, Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa, e-posta: ceylin_sanli@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7339-0538>

Arş. Gör. Ahmet ERDEM, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Şanlıurfa, e-posta: ahmet-erdem@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8120-3958>

Prof. Dr. Kamil UNUR, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: kunur@yahoo.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2992-7427>

Öz

Araştırmanın amacı bireylerin koronavirüs salgınına yönelik algılarının, koronavirüse yönelik olarak aldıkları önlemlerin ve koronavirüs salgınına ilişkin ilgi düzeylerinin tatil satın alma niyetleri ile ilişkisini incelemektir. Bu amaçla internet ortamında katılımcılara anket uygulanmıştır. Analizler kullanılabilir 440 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Uygulanan analiz sonuçlarına göre koronavirüs algısı tehlikelilik boyutu ile tatil satın alma niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda tatil satın alma niyetinin katılımcıların tatil fiyat beklentisine göre ve koronavirüs tehlikelilik algısı düzeyine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, COVID-19, Koronavirüs, Salgın hastalık, Seyahat Niyeti.

Makale Gönderme Tarihi: 04.04.2020

Makale Kabul Tarihi: 07.07.2020

Önerilen Atf:

Şanlı, S. C., Erdem, A. ve Unur, K. (2020). Koronavirüs Salgınının Tatile Çıkma Niyeti Üzerine Etkisi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 1671-1688.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(3): 1671-1688.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.444](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.444)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Effect of the Coronavirus Pandemic on The Intention of Buying A Holiday

Lecturer S. Ceylin ŞANLI, Harran University, Halfeti Vocational School, Şanlıurfa, e-mail: ceylin_sanli@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7339-0538>

Research Assistant Ahmet ERDEM, Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Şanlıurfa, e-mail: ahmet-erdem@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8120-3958>

Prof. Dr. Kamil UNUR, Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail: kunur@yahoo.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2992-7427>

Abstract

The aim of this study is to determine the relationship between individuals' perceptions of coronavirus pandemic, prevention taken for coronavirus, their interest levels regarding coronavirus pandemic and their holiday buying intentions. For this purpose, a questionnaire was applied via internet. 440 useable questionnaires were analyzed. According to the results of the analysis, it was found that there is a negative relationship between hazardousness dimension of coronavirus perception and intention to buy a holiday. As a result of the research, it was determined that the intention of buying a holiday showed significant differences according to the holiday price expectation of the participants.

Keywords: Tourism, Pandemic Disease, COVID-19, Perception of Coronavirus, Holiday Intention.

Received: 04.04.2020

Accepted: 07.07.2020

Suggested Citation:

Şanlı, S. C., Erdem, A. and Unur, K. (2020). The Effect of the Coronavirus Pandemic on The Intention of Buying A Holiday, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 1671-1688.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Turizm, içerisinde birçok değişkeni ve paydaşı barındıran, ayrıca yapısal bakımdan kırılğan özellik gösteren sektörlerden biridir. Küresel ölçekte turizm faaliyetlerinin devam edebilmesi ilgili destinasyondaki emniyet ve güven ortamıyla yakından ilişkilidir. Bu bakımdan doğal afet, salgın hastalık, terör olayı, iç çatışma, sokak olayları, politik, ekonomik veya sosyal sorunlar turizm sektöründe güven ortamının zayıflamasına ve krizin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Köşker, 2017: 216). Kriz kavramı TDK (2020) tarafından “Bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran” olarak tanımlanmaktadır. Krizler öngörülemeyen olaylardır ve turizm sektörünü derin ve ani bir şekilde etkileyebilmektedir. Dünyanın herhangi bir noktasında çeşitli nedenlerden dolayı ortaya çıkan krizler turist sayısı ve turizm geliri açısından önemli kayıplara yol açmaktadır (Çeti ve Ünlüöner, 2019). 21. yüzyılda, iklim değişikliği ve küresel sağlık sorunları turizm endüstrisinde değişimin iki büyük itici gücü olarak ifade edilmektedir (Jamal ve Budke, 2020: 2). Tablo 1’de 1974-2009 yılları arasında dünyada yaşanan ekonomik, politik ve sağlık krizleri ile doğal afetlerin genel durumu yer almaktadır.

Tablo 1. Dünyada Yaşanan Genel Krizler

Yıl	Uluslararası turistik varış (m)	Önceki yıla göre değişim%	Ekonomik durgunluk / finansal kriz	Petrol / enerji sorunları	Politik meseleler	Sağlık sorunları	Doğal / çevresel felaketler
1974	205,7 ^a		Avrupa, Kuzey Amerika	1973–1974 petrol krizi	Arap petrol ambargosu		
1975	222,3 ^a	8.1					
1976	227,4 ^a	2.3					
1977	246,1 ^a	8.2					
1978	260,1 ^a	5.7					
1979	272,1 ^a	4.6		Enerji krizi	İran'da Devrim; SSCB Afganistan'ı işgal etti.		
1980	278,1 ^a	2.0	Amerika Birleşik Devletleri		Irak-İran savaşı		
1981	278,6 ^a	0.2	Avrupa, Kuzey Amerika				
1982	276,9	-0.6	Avrupa, Kuzey Amerika				
1983	281,8	1.8					
1984	306,8	8.9					
1985	320,1	4.3					
1986	330,2	3.2					
1987	359,7	8.9					
1988	385,0	7			İlk İntifada		

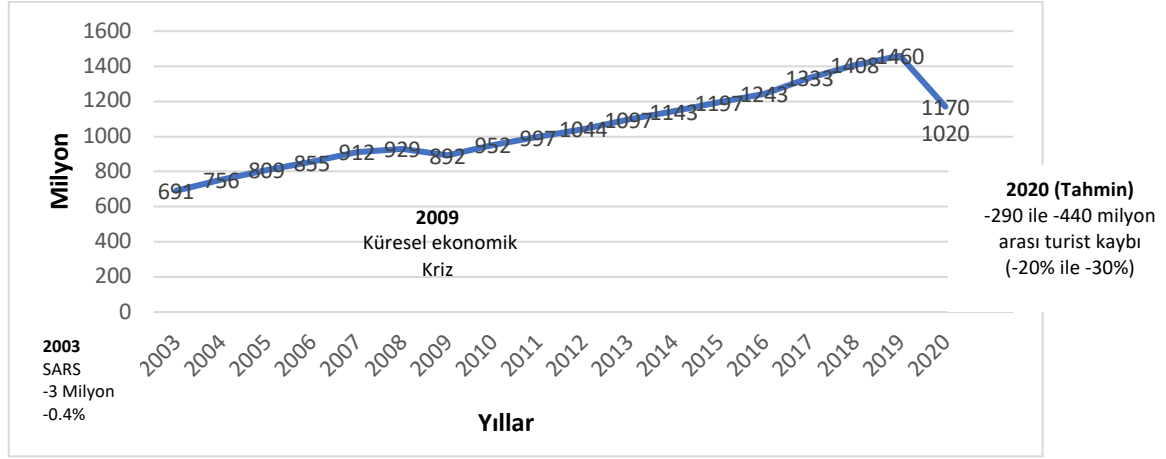
1989	410.1	6.5					
1990	439.5	7.2	Global	Yağ şoku	Birinci Körfez Savaşı		
1991	442,5	0.7	Global				
1992	479,8	8.4	Global				Andrew Kasırgası
1993	495,7	3.3	Global				
1994	519,8	4.9					
1995	540,6	4,0					
1996	575,0	6.4					
1997	598,6	4.1	Asya				Güneydoğu Asya'da pus
1998	616.7	3.0	Global				
1999	639.6	3.7					
2000	687,0	7.4			İkinci İntifada		
2001	686,7	0.0	Global		11 Eylül saldırıları	İngiltere ayak ve ağız salgını	
2002	707,0	2.9	Global			SARS	
2003	694,6	-1.7			İkinci Körfez Savaşı	SARS	
2004	765,1	10.1					Endonezya tsunami
2005	806.8	5.5			Bali bombalamaları		Katrina Kasırgası
2006	842 ^a	4.5			İsrail'in Lübnan'ı işgali		ABD ısı dalgası; Güneydoğu Asya'da pus
2007	898 ^a	6					Avrupa ısı dalgası
2008	924 ^a	2.0	Global	Petrol 147 \$			
2009	880	-4.0	Global			Domuz gribi salgını	Avrupa ve ABD soğuk dalgası
a: tahmini rakamlar * Global: küresel büyüme oranlarının %3'ten küçük veya %3'e eşit olduğu dönemler							

Kaynak: Hall, 2010: 404-405.

Tabloda da görüldüğü gibi dünyada bazen bölgesel bazen de küresel ölçekte çeşitli krizler yaşanmakta ve bu krizler dünya genelinde uluslararası turizm hareketlerine katılan turist sayılarını olumsuz etkilemektedir. Yine tabloda görüldüğü gibi uluslararası turizm hareketlerini en fazla olumsuz etkileyen kriz türlerinin başında salgın hastalıklar (2002 yılı SARS Virüsü ve 2009 yılı Domuz Gribi) gelmektedir. Bir başka ifadeyle dünya genelinde yaşanan salgın hastalıklar turizm sektörü açısından ciddi bir krizdir. Nitekim UNWTO (Dünya Turizm Örgütü)

2019 yılının sonlarına doğru önce bölgesel daha sonra küresel ölçekte ortaya çıkan koronavirüs salgını sebebiyle 2020 yılındaki uluslararası turist hareketliliğinin %20-%30 (290-400 milyon turist) oranında azalacağı ve 300 ila 450 milyar dolar kayba uğrayacağı tahminini paylaşmıştır.

Tablo 2. 2003-2020 Yılları Arası Küresel Turizm Gelişimi



Kaynak: UNWTO, 2020

Dünya genelinde turizm sektörünü ciddi oranda etkilemesi beklenen Corona virüs salgınının olduğu ve nasıl geliştiği konusunun kısaca anlatılması gerekmektedir. İlk defa Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve 31 Aralık 2019 tarihinde nedeni bilinmeyen pnömoni (Zatürre) olarak Dünya Sağlık Örgütüne bildirilen hastalık 7 Ocak 2020'de Çinli yetkililer tarafından "2019-nCoV" olarak adlandırılmıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020). Koronavirüsler (CoV), soğuk algınlığından ağır solunum yolu yetmezliği MERS-CoV, SARS gibi daha ciddi hastalıklara kadar çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesi olarak bilinmektedir (Til, 2020: 54). Yeni tip koronavirüsün insanlarda hastalık yaptığı saptanmış ve hastalığın adı COVID-19 olarak kabul edilmiştir. Gelişmeler sonucunda Dünya Sağlık Örgütü, önce 30 Ocak 2020'de Uluslararası Sağlıkta Acil Durum ilan etmiş, 11 Mart 2020 tarihinde ise COVID-19'u dünya çapında bir salgın hastalık (pandemi) olarak bildirmiştir. Günümüze gelindiğinde ise (29 Nisan 2020) 213 ülke ve bölgeye yayılmış olan COVID-19 salgınında onaylanmış vaka sayısı 3.024.059, iyileşen hasta sayısı 888.091 ve toplam ölüm 208.112 olarak tespit edilmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).

Salgının yaşandığı ülkelerden birisi olan Türkiye'de koronavirüs vakası ilk olarak 10 Mart 2020 tarihinde resmi kayıtlara geçmiştir. 29 Nisan 2020 tarihi itibarıyla ise, 991.613 test, 117.589 vaka, 3.081 vefat, 1.574 yoğun bakım, 831 solunum cihazına bağlı (entube) ve 44.040 iyileşen hasta bulunmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). İlk koronavirüs vakası Türkiye'de görüldükten sonra salgınla ilgili farklı alanlara (ekonomi, sağlık, eğitim, turizm vb.) yönelik birçok önlem alınmıştır (Özatay ve Sak, 2020). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bu süreçte turizm sektörüne yönelik alınan tedbirler aşağıda yer almaktadır.

- İç hava yolu taşımacılığında %18 olan KDV oranı; Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için %1'e indirildi.
- Kısa çalışma ödeneğinde çalışma şartı 450 güne, hizmet şartı ise 60 güne düşürüldü.
- Askıdaki personelin kısa çalışma ödeneği hakkından faydalanması sağlandı.
- Asgari ücret desteği 2020 sonuna kadar uzatıldı.
- İhracatçı ve döviz kazandırıcı faaliyeti bulunan firmaların Eximbank kredileri için Kredi Garanti Fonu (KGF) kefalet oranı %100'e çıkarıldı. Kullanılacak toplam kredi miktarı da artırıldı.

- İşçi çıkarmayan turizm firmaları için kamu bankaları ile programa katılan bankalardan 6 ay ödemesiz olmak üzere 36 ay vade ve %7,5 faiz ile KGF kefaletli 'işe devam kredisi' kullanma hakkı tanındı.
- Kredi, anapara ve faiz ödemelerinin asgari 3 ay süre ile ötelenmesi dahil olmak üzere birçok kolaylık sağlandı. Bu öteleme turizm sektöründe 12 aya çıkabiliyor.
- A grubu seyahat acentelerin müze ücretlerine 16 Mart – 15 Ekim tarihleri arasında %10'luk ek indirim sağlandı.
- TÜRSAB aidatlarının 2020 yılında alınmaması karara bağlandı.
- Otellere, acente avanslarını geri ödemelerini kolaylaştıracak kredi imkânı sağlandı.
- Otel kiralamalarına ilişkin irtifak hakkı bedelleri, hasılat payı, ecrimisil ödemeleri, Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için 6 ay süreyle faizsiz ertelendi.
- Sektör paydaşlarının bu süreci kolaylıkla atlatabilmesi için Nisan, Mayıs ve Haziran dönemlerinde verilmesi gereken muhtasar, SGK prim hizmet ve KDV beyannamelerinin ödemeleri 6'şar ay ertelendi.
- Müzik, sinema, ilim-edebiyat, güzel sanatlar ve radyo-televizyon sektörlerinde; eser sahipleri ile yapımcı ve yayınevlerinden oluşan 27 meslek birliğinin 2020 yılı destek tutarları %50 oranın artırıldı.
- Yeni sezonda yapılacak yardımların üst limitleri ve yardım yapılacak özel tiyatro sayısı arttırıldı. Başvurular Temmuz ayı, yeni sezon ödemeleri ise Eylül ayı olmak üzere öne çekildi.
- 2019-2020 sanat sezonu için Kültür ve Turizm Bakanlığında yardım almış özel tiyatroların (yasaklar kapsamında oyun taahhütlerinin tamamını yerine getirmeseler de) 11 Mart 2020 tarihine kadar proje destek miktarında herhangi bir kesintiye gidilmeyeceği açıklandı.
- Özel tiyatroları; kapasiteleri ve personel sayıları ile orantılı desteklemek için çeşitli planlar hazırlandı. Özel tiyatroların devlet teşvik ve desteklerinden faydalanması sağlandı. Aynı zamanda 130 özel tiyatroya Kültür Girişimi Belgesi alma hakkı tanındı.
- Bakanlığa bağlı Devlet Tiyatroları, Devlet Opera Balesi, Güzel Sanatlar Genel Müdürlükleri'nde 3000'den fazla yevmiyeli çalışan sanatçı 2020 Ocak ayı itibariyle; yıllık sözleşme kapsamına alındı.
- Etkin Kütüphane Evinizde, Kütüphanem Cepte, E-Kitap Mobil Uygulaması ve Konuşan Kitaplık hizmetleri dijital ortamda kullanıcıların hizmetine sunuldu.
- www.sanalmuze.gov.tr adresi üzerinden farklı müzelere erişim imkanı sağlandı.
- "Sinemaya Gitmeyen Çocuk Kalmasın" etkinliği kapsamında, 1 milyon öğrenci için sunulan ücretsiz film hediye kapasitesi 2 milyon öğrenciye çıkarıldı. Bu sayede Anadolu'daki sinemaların desteklenmesi sağlandı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Yukarıdaki önlemlerin yanında turizm sektörüne yönelik COVID-19 salgınınun etkilerinin asgari düzeyde tutulabilmesi amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ile ilgili sektör kuruluşlarının ortaklığında, gerekli şartları yerine getiren işletmelere "COVID-19 ve Hijyen" belgesi verilmesine yönelik proje planlanmaktadır. Proje kapsamında hem turistlerin/tüketicilerin sağlığını korumak hem de potansiyel turistlerin güvenlerinin kazanılması amaçlanmaktadır. Konaklama ve yeme-içme sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin belgelendirilmesine yönelik esasları belirlemek üzere TÜROB, TÜROFED ve TURYİD temsilcilerinden oluşan bir komite kurulmuştur (TUROB, 2020).

Sonuç olarak, COVID-19 salgını dünyadaki tüm ülkeleri ve sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemektedir (Ying vd., 2020: 53). Ayrıca, yapısal özelliği bakımından turizm talebi destinasyonda yaşanan olumlu veya olumsuz farklı olaylara ani tepkiler verebilen dinamik

bir yapıdadır (Acar, 2020: 8). Bu kapsamda tüm dünyayı derin bir şekilde etkileyen COVID-19 salgınının turizm sektörüne yönelik etkilerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Araştırmada katılımcıların koronavirüs algısı, koronavirüse yönelik olarak aldıkları önlemler, koronavirüse ilişkin ilgi düzeyleri ve tatil satın alma niyetleri arasındaki ilişki incelenmiştir. İlgili literatür incelendiğinde COVID-19 salgınının turizm sektörüne yönelik etkilerinin ulusal ve uluslararası alanda değerlendirildiği çalışma sayısının sınırlı olduğunu söylemek mümkündür (Acar, 2020; Hoque vd., 2020; Ying vd., 2020; Jamal ve Budke, 2020). Dolayısıyla araştırmanın hem literatüre hem de sektöre yönelik katkıda bulunduğu ifade edilebilir.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı bireylerin koronavirüs salgınına yönelik algılarının, koronavirüse yönelik olarak aldıkları önlemlerin ve koronavirüs salgınına ilişkin ilgi düzeylerinin tatil satın alma niyetleri ile ilişkisini incelemektir. Bu amaçla kolayda örnekleme yöntemi ile internet ortamında katılımcılara anket uygulanmıştır. Anket formu hazırlanırken Çırakoğlu'nun (2011) domuz gribi algısına yönelik olarak hazırladığı ölçekten yararlanılmıştır. Ancak ölçek maddelerinin önemli bir kısmının koronavirüs salgınına uygun sorular olmaması ve koronavirüs için ilave sorular olması zorunluluğu nedeniyle yeni bir ölçek oluşturabilmek adına bir soru havuzu oluşturulmuştur. Soru havuzu oluşturulurken genel olarak kamuya açık bilgilerden ve basın yayın organlarında yer alan tartışma ve bilgilendirici programlardan yararlanılmıştır. Oluşturulan soru havuzunda toplamda 19 soru yer almıştır. Anket formunda yararlanılan tatil satın alma niyeti ölçeği Pavlou ve Gefen (2004) tarafından geliştirilmiş, Çetinkaya (2019) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek maddelerinin yanıt kategorileri "1=Kesinlikle Katılmıyorum", "2= Katılmıyorum", "3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum", "4=Katılıyorum" ve "5= Kesinlikle Katılıyorum" olarak belirlenmiştir. Anket formunda ölçeklerin yanı sıra 12 adet demografik soruya da yer verilmiştir. Veriler Mart – Nisan 2020 tarihleri arasında toplanılmıştır. Analizler kullanılabilir 440 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ayrıca verilere güvenilirlik analizi, frekans analizi, betimsel analiz, t-testi, ANOVA, korelasyon analizi ve kümeleme analizi yapılmıştır. Koronavirüs salgınına yönelik olarak turizm alanında sınırlı sayıda çalışmanın bulunması nedeniyle bu araştırmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere frekans analizi yapılmıştır. Frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların %60,9'unun kadın (268 kişi), %57,3'ünün bekar (252 kişi) ve %33'ünün 26-30 yaş aralığında (145 kişi) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun lisansüstü (%47) ve lisans (%43,9) mezunu olduğu belirlenmiştir. Bu bulguya verilerin internet ortamında toplanmış olmasının etki ettiğini söylemek mümkündür. Katılımcıların gelir düzeylerinin asgari ücret ile 3500 TL arasında yoğunlaştığı (%35,7) görülmüştür. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin dağılımları Tablo 3'te sunulmuştur.

Katılımcıların %59,3'ünün en son 2019 yılında tatile çıktıkları belirlenmiştir ve tatile çıkanların %86,4'ü tatillerinde yurtiçi seyahatleri tercih etmiştir. Ayrıca katılımcıların %84,5'inin koronavirüsten önce tatile çıkmayı düşündükleri ve katılımcıların %66,1'inin koronavirüs tümüyle biterse tatile çıkacakları belirlenmiştir. Katılımcıların %79,8'i bu yıl tatile çıkarlarsa yurtiçi seyahatleri tercih edeceklerini ve %47,3'ü koronavirüs nedeniyle tatil yeri tercihini değiştirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların koronavirüsün tatil fiyatları üzerindeki olası

değişimlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde çoğunluğunun (%62) tatil fiyatlarının düşeceğini öngördüğü gözlemlenmiştir. Katılımcıların tercih ettikleri tatile yönelik bulgular Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%	Eğitim Durumu	n	%
Kadın	268	60,9	Lise	18	4,1
Erkek	171	38,9	Ön lisans	22	5,0
Eksik Veri	1	0,2	Lisans	193	43,9
Medeni Durum	N	%	Lisansüstü	207	47,0
Evli	188	42,7	Aylık Gelir		
Bekar	252	57,3	Asgari ücret-3500 TL	157	35,7
Yaş	N	%	3501 – 4500 TL	73	16,6
25 yaş ve altı	111	25,2	4501 – 5500 TL	63	14,3
26-30 yaş arası	145	33,0	5501 ve üzeri	126	28,6
31 – 35 yaş arası	91	20,7	Eksik Veri	21	4,8
36-40 yaş arası	46	10,5			
41 yaş ve üzeri	43	9,8			
Eksik Veri	4	,9			

Tablo 4. Katılımcıların Tercih Ettikleri Tatile Yönelik Bulgular

En son tatile çıkılan yıl	n	%	En son tatil tercihi	N	%
2020	41	9,3	Yurtiçi	380	86,4
2019	261	59,3	Yurtdışı	44	10,0
2018	66	15,0	Her ikisi	16	3,6
2017 ve öncesi	72	16,4	Bu yıl tatile çıkılırsa tatil tercihi	N	%
Koronavirüsten önce tatile çıkma düşüncesi	n	%	Yurtiçi	351	79,8
Evet	372	84,5	Yurtdışı	23	5,2
Hayır	68	15,5	Her ikisi	57	13,0
Bu yıl tatile çıkma düşüncesi	n	%	Koronavirüsün tatil yeri tercihini değiştirme durumu	n	%
Koronavirüs tümüyle biterse tatile çıkarım	291	66,1	Evet	208	47,3
Koronavirüs azalma eğilimine girerse tatile çıkarım	35	8,0	Hayır	228	51,8
Koronavirüs tümüyle bitse bile tatile çıkmam	114	25,9	Eksik veri	4	,9
Koronavirüsün tatil ücretlerine etkisi düşüncesi	n	%			
Fiyatlar düşecek	273	62,0			
Fiyatlar yükselecek	124	28,2			
Fiyatlar değişmeyecek	43	9,8			

Ölçeklerin yapısal geçerliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin ve Barlett Küresellik testi uygulanmıştır. Faktör sayısının tespitinde özdeğerlerin birden büyük olmasına, madde yüklerinin en az 0,40 olmasına, her faktörün en az üç maddeden oluşmasına dikkat edilmiştir. Döndürme metodu olarak Varimax döndürme metodu tercih edilmiştir.

Tablo 5. Koronavirüs Algısı Açıklayıcı Faktör Analizi

Koronavirüs Algısı	Faktör Yüğü	Özdeğer	Varyans	Ortalama
Tehlikelilik		2,392	15,950	1,6174
1. Bu hastalık söylendiğı kadar tehlikeli değıl.*	,787			1,6568
2. Medya koronavirüs salgını abartıyor.*	,868			1,7409
3. Sağlık çalışanları (uzmanlar) koronavirüs salgını abartıyor.*	,840			1,4545
Bulaşıcılık		2,330	15,532	4,5886
1. Koronavirüs herkese bulaşabilir.	,728			4,5477
2. Kolay bulaşan bir hastalıktır.	,655			4,5773
3. Koronavirüsün kadınlara ve erkeklere bulaşma olasılığı eşittir.	,719			4,5795
4. Koronavirüs 65 yaş üstü insanları daha çok etkilemektedir.	,594			4,6500
Koronavirüs Önlemleri		2,279	15,192	4,3305
1. Kişisel temizliğe dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,539			4,6500
2. Maske ve eldiven kullanmak koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,651			3,9682
3. Kolonya - Dezenfektan koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,803			4,3205
4. Beslenmeye dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,632			4,3705
5. Salgını durdurmak için herkesin ellerini sıkça yıkaması koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,635			4,3432
Koronavirüse Yönelik İlgi		1,995	13,301	4,1955
1. Koronavirüsle ilgili çıkan haberleri (tv, gazete, sosyal medya vb.) sürekli takip ederim.	,871			4,2136
2. Koronavirüsle ilgili sürekli bilgi alışverişinde bulunurum.	,855			4,0705
3. Koronavirüsle ilgili paylaşılan istatistikleri takip ederim.	,831			4,3023
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğı: %79,1; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 2083,370; s.d.:105, p<0.0001; Açıklanan toplam varyans: %59,974; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,814; Genel ortalama:4,383 Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum				

*Maddeler analizlerde ters kodlanmıştır.

Koronavirüs algısı ölçeğı faktör analizi esnasında "Koronavirüs ölümcül bir hastalıktır", "Koronavirüs gençler için tehlikeli değıldir.", "Koronavirüsten korunmak için hane halkı dışındaki insanlarla sosyal mesafeyi korumak önemlidir." ve "Bu hastalığa yakalanmamak için aldığım kişisel tedbirler yeterlidir." maddeleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almadığı için analizlerden çıkartılmıştır. Daha sonra tekrarlanan analizler sonrasında koronavirüs algısı

ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,791; Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare 2083,370 olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında ölçeğin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Uygulanan faktör analizi sonucunda 4 faktör altında toplanan ölçeğin toplam varyansın %59,974'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo 5'te koronavirüs algısı ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu sunulmuştur.

Tablo incelendiğinde tehlikelilik boyutu olarak adlandırılan birinci faktör 3 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %15,950'sini açıklamaktadır. Bulaşıcılık olarak adlandırılan ikinci boyut 4 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %15,532'sini açıklamaktadır. 5 maddeden oluşan ve toplam varyansın %15,192'sini açıklayan üçüncü faktör koronavirüs önlemleri olarak adlandırılmıştır. Koronavirüse ilgi olarak adlandırılan dördüncü faktör 3 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %13,301'ini açıklamaktadır.

Tatil satın alma niyetine uygulanan faktör analizinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,626; Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare 483,339 olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında ölçeğin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Uygulanan faktör analizi sonucunda tek faktör altında toplanan ölçeğin toplam varyansın %69,839'unu açıkladığı bulgulanmıştır. Tablo 6'da tatil satın alma niyeti ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu sunulmuştur.

Tablo 6: Tatil Satın Alma Niyeti Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Tatil Satın Alma Niyeti	Faktör Yüğü	Özdeğer	Varyans	Ortalama
1. Gelecekte imkânım olduğu takdirde (zaman, para vs. açısından) tatil satın almayı düşünürüm.	,698	2,095	69,839	2,9371
2. Yakın zamanda muhtemelen tatil satın alacağım.	,894			3,7818
3. Elime geçen ilk fırsatta (başkaları tarafından tanınan izin, boş zaman vb. fırsatlar) tatil satın almak niyetindeyim.	,899			2,4136

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax
 Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %62,6; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 483,339; s.d.:3, p<0.0001;
 Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Araştırma kapsamında kullanılan koronavirüs algısı ölçeğine ilişkin ortalamalar Tablo 5'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde koronavirüs algısının tehlikelilik boyutunun ortalaması 1,6174, bulaşıcılık boyutu ise 4,5886 olarak bulgulanmıştır. Koronavirüs Önlemleri boyutu incelendiğinde, boyutun genel ortalaması 4,3305 olarak belirlenirken ölçeğin en yüksek ortalamaya sahip ifadesinin "Kişisel temizliğe dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir." (4,65) ifadesi olduğu tespit edilmiştir. Koronavirüse ilişkin ilgi boyutunun genel ortalaması 4,1955 olarak bulgulanmıştır. Bu boyutta en yüksek ortalamaya sahip ifadenin "Koronavirüsle ilgili paylaşılan istatistikleri takip ederim." (4,3023) ifadesi olduğu tespit edilmiştir. Tatil satın alma niyetine ilişkin ölçek incelendiğinde ise ölçeğin ortalaması 2,9371 olarak bulgulanmıştır. Tatil satın alma niyeti ölçeğine ilişkin ortalamalar Tablo 6'da sunulmuştur.

Güvenilirlik analizi, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2010: 403). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için Croanbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Koronavirüs algısı ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,809 olarak bulgulanmıştır. Ölçeğin birinci yarısı için güvenilirlik katsayısı 0,749; ikinci yarısı için 0,753 olarak bulgulanmıştır. Tek numaralı ölçek maddelerinin güvenilirlik katsayısı 0,673 ve çift numaralı ölçek maddelerinin güvenilirlik katsayısının 0,625 olduğu tespit edilmiştir. Rastgele seçilen 229

anket için güvenilirlik katsayısı 0,805; 221 anket için ise 0,814 olarak bulgulanmıştır. Bu bilgiler ışığında ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2010: 405). Koronavirüs algısı ölçeğine ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 7'de sunulmuştur:

Tablo 7. Koronavirüs Algısı Güvenilirlik Analizi

Koronavirüs Algısı	Madde Silinirse Cronbach Alpha Değeri
Tehlikelilik	
1. Bu hastalık söylendiği kadar tehlikeli değil.	,801
2. Medya koronavirüs salgınını abartıyor.	,791
3. Sağlık çalışanları (uzmanlar) koronavirüs salgınını abartıyor.	,788
Bulaşıcılık	
1. Koronavirüs herkese bulaşabilir.	,796
2. Kolay bulaşan bir hastalıktır.	,796
3. Koronavirüsün kadınlara ve erkeklere bulaşma olasılığı eşittir.	,803
4. Koronavirüs 65 yaş üstü insanları daha çok etkilemektedir.	,806
Koronavirüs Önlemleri	
1. Kişisel temizliğe dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,802
2. Maske ve eldiven kullanmak koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,803
3. Kolonya - Dezenfektan koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,798
4. Beslenmeye dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,798
5. Salgını durdurmak için herkesin ellerini sıkça yıkaması koronavirüsten korunmak için önemlidir.	,799
Koronavirüse Yönelik İlgi	
1. Koronavirüsle ilgili çıkan haberleri (tv, gazete, sosyal medya vb.) sürekli takip ederim.	,795
2. Koronavirüsle ilgili sürekli bilgi alışverişinde bulunurum.	,795
3. Koronavirüsle ilgili paylaşılan istatistikleri takip ederim.	,794
Ölçeğin tamamı için Alfa katsayısı: 0,809 Ölçeğin ilk yarısı için Alfa katsayısı:0,749 Ölçeğin ikinci yarısı için Alfa katsayısı:0,753 Tek numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı:0,673 Çift numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı:0,625 Rastgele seçilen 229 anket için Alfa katsayısı:0,805 Rastgele seçilen 211 anket için Alfa katsayısı:0,814	

Tatil satın alma niyeti ölçeği güvenilirlik katsayısı 0,781 olarak bulgulanmıştır. Rastgele seçilen 213 anket için güvenilirlik katsayısı 0,801; 227 anket için ise 0,758 olarak bulgulanmıştır. Bu bilgiler ışığında ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2010: 405). Tatil satın alma niyeti ölçeğine ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur:

Tablo 8. Tatil Satın Alma Niyeti Güvenilirlik Analizi

Tatil Satın Alma Niyeti	Madde Silinirse Cronbach Alpha Değeri
1. Gelecekte imkânım olduğu takdirde (zaman, para vs. açısından) tatil satın almayı düşünürüm.	0,864
2. Yakın zamanda muhtemelen tatil satın alacağım.	0,600
3. Elime geçen ilk fırsatta (başkaları tarafından tanınan izin, boş zaman vb.fırsatlar) tatil satın almak niyetindeyim.	0,591
<p>Ölçeğin tamamı için Alfa katsayısı: 0,781 Ölçeğin ilk yarısı için Alfa katsayısı:- (Ölçek 3 maddeli olduğu için uygulanmamıştır) Ölçeğin ikinci yarısı için Alfa katsayısı:- (Ölçek 3 maddeli olduğu için uygulanmamıştır) Tek numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı:- (Ölçek 3 maddeli olduğu için uygulanmamıştır) Çift numaralı ölçek maddeleri için Alfa katsayısı:- (Ölçek 3 maddeli olduğu için uygulanmamıştır) Rastgele seçilen 213 anket için Alfa katsayısı:0,801 Rastgele seçilen 227 anket için Alfa katsayısı:0,758</p>	

Ölçeklerin açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin değerler Tablo 9’da sunulmuştur. Tabloda görüldüğü üzere standardize değerler 0,40-0,89 arasında, t-değerleri ise 1,96’nın üzerinde bulunmuştur. Ayrıca ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 9. DFA Sonuçları

Koronavirüs Algısı	Standardize Yük Değeri	t-değeri	Alpha
Tehlikelilik			0,806
1. Bu hastalık söylendiği kadar tehlikeli değil.	0,64	14,28	
2. Medya koronavirüs salgınını abartıyor.	0,85	20,09	
3. Sağlık çalışanları (uzmanlar) koronavirüs salgınını abartıyor.	0,87	20,72	
Bulaşıcılık			0,655
1. Koronavirüs herkese bulaşabilir.	0,71	13,87	
2. Kolay bulaşan bir hastalıktır.	0,66	12,90	
3. Koronavirüsün kadınlara ve erkeklere bulaşma olasılığı eşittir.	0,52	9,91	
4. Koronavirüs 65 yaş üstü insanları daha çok etkilemektedir.	0,40	7,50	
Koronavirüs Önlemleri			0,694
1. Kişisel temizliğe dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	0,48	9,29	

2. Maske ve eldiven kullanmak koronavirüsten korunmak için önemlidir.	0,52	10,21	
3. Kolonya - Dezenfektan koronavirüsten korunmak için önemlidir.	0,69	14,06	
4. Beslenmeye dikkat etmek koronavirüsten korunmak için önemlidir.	0,61	12,18	
5. Salgını durdurmak için herkesin ellerini sıkça yıkaması koronavirüsten korunmak için önemlidir.	0,57	11,12	
Koronavirüse Yönelik İlgi			0,852
1. Koronavirüsle ilgili çıkan haberleri (tv, gazete, sosyal medya vb.) sürekli takip ederim.	0,87	21,20	
2. Koronavirüsle ilgili sürekli bilgi alışverişinde bulunurum.	0,82	19,37	
3. Koronavirüsle ilgili paylaşılan istatistikleri takip ederim.	0,75	17,43	
Tatil Satın Alma Niyeti			0,781
1. Gelecekte imkânım olduğu takdirde (zaman, para vs. açısından) tatil satın almayı düşünürüm.	0,49	10,18	
2. Yakın zamanda muhtemelen tatil satın alacağım.	0,89	18,17	
3. Elime geçen ilk fırsatta (başkaları tarafından tanınan izin, boş zaman vb.fırsatlar) tatil satın almak niyetindeyim.	0,89	19,06	

Ölçme modelinin bir bütün olarak kabul edilebilmesi için uyum iyiliklerinin de kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer alması gerekmektedir. Tablo 10'da uyum iyiliği değerleri sunulmuştur. Tablo incelendiğinde X^2/df , RMSEA, SRMR ve AGFI değerlerinin iyi uyum; NFI, NNFI, CFI ve GFI değerlerinin ise kabul edilebilir uyum değerleri içerisinde yer aldığı belirlenmiştir. Değerler incelendiğinde modelin kabul edilebilir düzeyde geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 10. Uyum İyiliği Sonuçları

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Uyum İyiliği Değerleri
	İyi Uyum İyiliği Değeri	Kabul Edilebilir Uyum İyiliği Değeri	
X^2/df	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	1,98
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	0,047
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0,05$	$0,05 < SRMR \leq 0,10$	0,050
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,93
NNFI	$0,97 \leq NNFI \leq 1,00$	$0,95 \leq NNFI < 0,97$	0,96
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	0,96
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,94
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,92

Katılımcıların tatil satın alma niyetlerinin koronavirüs nedeniyle tatil fiyatlarındaki değişime göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA uygulanmıştır.

ANOVA sonuçlarına göre katılımcıların tatil satın alma niyetleri koronavirüs nedeniyle tatil fiyatlarında meydana gelecek değişikliklere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Analiz sonuçları Tablo 11’de sunulmuştur:

Tablo 11. Tatil Satın Alma Niyetinin Fiyat Beklentisine Göre Karşılaştırılması

	Tatile Çıkma Durumu	n	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlam Düzeyi
Tatil Satın Alma Niyeti	Fiyatlar düşecek	273	2,8156	,89832	6,950	,001
	Fiyatlar yükselecek	124	3,0753	1,03493		
	Fiyatlar değişmeyecek	43	3,3101	,94951		

Varyansların homojenliği testine göre varyanslar homojen olduğundan ($p>0,05$) hangi gruplar arasında farklılık olduğunu görebilmek için Gabriel testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre koronavirüs nedeniyle tatil fiyatlarının yükseleceğini ve koronavirüs nedeniyle tatil fiyatlarının değişmeyeceğini düşünen katılımcıların tatil satın alma niyetleri koronavirüs nedeniyle tatil fiyatlarının düşeceğini düşünen katılımcılara göre daha yüksektir. Analiz sonuçları Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12. Tatil Satın Alma Niyetinin Fiyat Beklentisine Göre Çoklu Karşılaştırılması

		Tatile Çıkma Durumu	Ortalama Farkı	Anlam Düzeyi
Tatil Satın Alma Niyeti	Fiyatlar düşecek	Fiyatlar yükselecek	-,75897*	,000
		Fiyatlar değişmeyecek	-,98613*	,000

Tatil satın alma niyeti (3 madde) ölçeği kullanılarak kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Kümeleme analizi sonucunda 440 kişiden oluşan örneklem tatil satın alma niyeti yüksek 185 kişi ve tatil satın alma niyeti düşük 255 kişi olmak üzere iki kümeye ayrılmıştır. Kümeleme analizi sonucunda oluşan iki küme Tablo 13’te sunulmuştur:

Tablo 13. Tatil Satın Alma Niyeti Kümeleme Analizi

	Satın Alma Niyeti	n	Ortalama	Standart Sapma	T Değeri	Anlam Düzeyi	Levene Testi p değeri
Tatil Satın Alma Niyeti	Yüksek	185	3,8703	,50119	31,878	,000	,044
	Düşük	255	2,2601	,55166			

Koronavirüs tehlikelilik ve bulaşıcılık algısı, alınan önlemler ve koronavirüs ilgisinin tatil satın alma niyeti düzeyine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t-testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre koronavirüs algısının tehlikelilik boyutu tatil satın alma niyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tatil satın alma niyeti düşük olan katılımcıların

koronavirüs tehlikelilik algısı tatil satın alma niyeti yüksek olan katılımcılara göre daha yüksektir. Analiz sonuçları Tablo 14’te sunulmuştur.

Tablo 14. Tatil Satın Alma Niyetine Göre Koronavirüs Algısı

	Satın Alma Niyeti	n	Ortalama	Standart Sapma	T Değeri	Anlam Düzeyi	Levene Testi p değeri
Tehlikelilik	Yüksek	185	4,2036	,91551	-3,964	,000	,001
	Düşük	255	4,5124	,71767			
Bulaşıcılık	Yüksek	185	4,6203	,42196	1,186	,236	,018
	Düşük	255	4,5657	,54326			
Önlem	Yüksek	185	4,1568	,75904	-,943	,346	,453
	Düşük	255	4,2235	,71429			
İlgi	Yüksek	185	4,3092	,45298	,800	,424	,299
	Düşük	255	4,3459	,49027			

Koronavirüs tehlikelilik ve bulaşıcılık algısı, koronavirüse yönelik alınan önlemler, koronavirüs salgınına ilişkin ilgi ve tatil satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 15’te sunulmuştur.

Tablo 15. Korelasyon Analizi

	Tehlikelilik	Bulaşıcılık	Önlemler	İlgi	Tatil Satın Alma Niyeti
Tehlikelilik	1	,376**	,262**	,229**	-,173**
Bulaşıcılık	,376**	1	,351**	,218**	,007
Önlemler	,262**	,351**	1	,327**	,032
İlgi	,229**	,218**	,327**	1	-,069
Tatil Satın Alma Niyeti	-,173**	,007	-,032	-,069	1

Korelasyon analizi sonucunu göre tatil satın alma niyeti ile koronavirüs algısının tehlikelilik boyutu arasında negatif yönde çok zayıf düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre tatil satın alma niyeti ile koronavirüsün bulaşıcılık algısı, koronavirüse ilişkin alınan önlemler ve koronavirüse yönelik ilgi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın amacı bireylerin koronavirüs salgınına yönelik algılarının, koronavirüse ilişkin önlemlerinin ve koronavirüse yönelik ilgilerinin tatil satın alma niyeti ile ilişkisini incelemektir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar koronavirüsün oldukça tehlikeli ve bulaşıcı olduğunu düşünmektedir. Ayrıca katılımcıların aldıkları kişisel önlemlerin yeterli olduğuna yönelik

algularının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların koronavirüse yönelik ilgilerinin yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre ise katılımcıların tatil satın alma niyetlerinin orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca neden olarak hala salgınla ilgili aşının ya da tedavinin bulunmadığı ve hastalıkla ilgili olarak sürekli yeni bilgilerin paylaşılması gösterilebilir. Ayrıca çok sayıda uzmanın konuyla ilgili farklı bilgiler paylaşması da bu sonucun nedenlerinden biri olarak düşünülebilir.

Araştırmanın başka bir sonucuna göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu koronavirüs salgınından önce tatile çıkma niyetine sahipken, koronavirüs nedeniyle tatile çıkma düşüncelerinde değişiklik meydana gelmiştir. Ayrıca koronavirüs salgını katılımcıların neredeyse yarısının tatil yeri tercihinin değişmesinde etkili olmuştur. Elde edilen bu sonuç turizm talebinin kırılğan olduğunu ve salgın hastalıklardan etkilendiğini bir kez daha göstermektedir. Bu noktada turizm işletmelerinin turistlerin güvenli ortam algısını destekleyecek faaliyetler yapması önerilebilir. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı, koronavirüs olmayan alanlar için uluslararası kabul gören bir sertifikasyon sistemi oluşturulmasıyla ilgili çalışmalar yapmaktadır. Bu sisteme göre gerekli önlemleri alan tesisler sertifika olarak turizm sezonunda faaliyete geçebilecektir. Bu çabalar doğru yönde atılmış adımlar olarak görünmektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucuna göre koronavirüs salgını nedeniyle tatil fiyatlarının yükseleceğini düşünen katılımcılar ile koronavirüs salgını nedeniyle tatil fiyatlarının düşmeyeceğini düşünen katılımcıların tatil satın alma niyetleri koronavirüs salgını nedeniyle tatil fiyatlarının düşeceğini düşünen katılımcılara göre daha yüksektir. Bu sonuç bazı katılımcıların fiyatlar düşerse ya da yükselse bile tatile gitme niyetleri olduğunu yani fiyatların düşmesini bir fırsat olarak görmediklerini ve dolayısıyla her fiyat düzeyinde tatile çıkmak istediklerini gösteriyor olabilir. Bu noktada katılımcıların 2020 yılı içerisinde fiyatlardan bağımsız olarak turizm faaliyetlerine katılmaya istekli oldukları söylenebilir. Bu algıyı turizm paydaşları için bir avantaj olarak değerlendirmek mümkündür.

Araştırmanın başka bir sonucuna göre tatil satın alma niyeti yüksek olan katılımcıların koronavirüs salgınına yönelik tehlikelilik algıları tatil satın alma niyeti düşük olan katılımcılara göre daha düşüktür. Bu bulgu tatil satın almayı düşünen katılımcıların koronavirüsü daha az tehlikeli buldukları şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç koronavirüsü daha tehlikeli görenlerin tatil satın almayı düşünmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmanın başka bir bulgusuna göre tatil satın alma niyeti koronavirüs salgını algısının tehlikelilik boyutu ile negatif yönde düşük düzeyde ilişkilidir. Buna göre katılımcıların koronavirüs salgınına yönelik olarak tehlikelilik algısı yükseldikçe tatil satın alma niyetlerinin azaldığını, koronavirüs salgınına yönelik olarak tehlike algısı azaldıkça tatil satın alma niyetlerinin yükseldiğini söylemek mümkündür. Bu sonuç koronavirüse yönelik tehlike algısı ile tatil satın alma niyeti arasında ters yönlü bir ilişkinin varlığına işaret etmekte, yani tehlike algısı düştükçe tatil satın alma niyetinin yükseldiğini göstermektedir. Araştırma kapsamında ayrıca tatil satın alma niyeti ile koronavirüs bulaşıcılık boyutu, koronavirüse yönelik alınan önlemler ve koronavirüse ilişkin ilgi arasında anlamlı ilişkilerin olmadığı belirlenmiştir.

Koronavirüs salgınına yönelik olarak turizm alanında yapılan bu çalışmanın sınırlı sayıda benzerinin olması nedeniyle alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma verilerinin internet ortamında toplanmış olması araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Daha sonraki çalışmalar için araştırmacılara koronavirüs algısını farklı değişkenler ile ele almaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Çeti, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Çetinkaya, F. Ö. (2019). *Sosyal Medyada Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Kişinin Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.
- Çırakoğlu, O. C. (2011). Domuz Gribi (H1N1) Salgınıyla İlişkili Alguların, Kaygı ve Kaçınma Düzeyi Değişkenleri Bağlamında İncelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67), 49-64.
- Dünya Sağlık Örgütü, 2020. <http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov> [Erişim tarihi: 23.04.2020]
- Dünya Sağlık Örgütü, 2020 <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> [Erişim tarihi: 30.04.2020]
- Hall, C. M. (2010). Crisis Events in Tourism: Subjects of Crisis in Tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. and Hamid, A. B. A. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- Jamal, T. and Budke, C. (2020). Tourism in a World with Pandemics: Local-Global Responsibility and Action. *Journal of Tourism Futures*, 1-8.
- Kalaycı, Ş. (2010), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (62), 216-230.
- Özatay, F. ve Sak, G. (2020) COVID-19 Salgını Bir Değil, Bir Kaç Çeyrek Sürerse Ne Olur?. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı*. N202015.
- Pavlou, P. A. and Gefen, D. (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37-59.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020. COVID-19 Kapsamında Alman Önlemler. <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-260835/bakanimiz-sayin-mehmet-nuri-ersoyun-kultur-ve-turizm-se.html> [Erişim tarihi: 23.04. 2020]
- T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020. İstatistikler. <https://covid19.saglik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 23.04.2020]
- TDK, 2020. Kriz. <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim tarihi: 23.04. 2020]
- Til, A. 2020. Yeni Koronavirus Hastalığı (Covid-19) Hakkında Bilinmesi Gerekenler. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı*, 8 (85),53-57.
- TUROB, 2020. <http://www.turob.com/tr/haberler/covid-19-ve-hijyen-belgesi-degerlendirme-toplantisi-yapildi> [Erişim tarihi: 23.04.2020]

Yang, Y., Zhang, H. and Chen, X. (2020). Coronavirus Pandemic and Tourism: Dynamic Stochastic General Equilibrium Modeling of Infectious Disease Outbreak. *Annals of Tourism Research*. 1-6.

Ying, T., Wang, K., Liu, X., Wen, J. and Goh, E. (2020). Rethinking Game Consumption in Tourism: A Case of the 2019 Novel Coronavirus Pneumonia Outbreak in China. *Tourism Recreation Research*, 1-6.