



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Kovid-19'un (Koronavirüsün) Yerli Turist Davranışı ve Seyahat Eğilimlerine Etkileri

Melih KABADAYI, Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: melihkabadayi@outlook.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8521-6999>

Nazlı KARDEŞ, Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: nazlikardes@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7259-8281>

Öz

Dünyada zaman zaman çeşitli krizler ortaya çıkmakta ve turizm endüstrisi bu krizlerden oldukça yüksek bir düzeyde etkilenmektedir. Son olarak içinde bulunduğumuz KOVİD-19 salgını, insanların turizmle yönelik tutum ve davranışlarını değiştirebilecek ve/veya dönüştürebilecek kadar ciddi bir salgın olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda mevcut çalışmanın amacı, KOVİD-19'un potansiyel yerli turistlerin tutum ve davranışları ile seyahat eğilimleri üzerindeki etkilerini belirlemektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile 731 kişiden veri toplanılmıştır. Çalışma sonucunda insanların büyük bir kısmının seyahat planlarını azalttıkları veya erteledikleri, tercih ettikleri turistik ürünlerin farklılaşmaya başladığı ve hijyen duyarlılığının büyük ölçüde arttığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOVİD-19, Koronavirüs, Turist Davranışı, Seyahat Eğilimi, Türkiye.

Makale Gönderme Tarihi: 16.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 03.10.2020

Önerilen Atf:

Kabadayı, M. ve Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) Yerli Turist Davranışı ve Seyahat Eğilimlerine Etkileri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3703-3719.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(4): 3703-3719.

DOI: 10.26677/TR1010.2020.586

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



RESEARCH PAPER

Domestic Tourist Behavior of Covid-19 (Coronavirus) and Effects on Travel Trends

Melih KABADAYI, Ph.D. Student, Sakarya University of Applied Sciences, Graduate Education Institute, Sakarya, e-mail: melihkabadayi@outlook.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8521-6999>

Nazlı KARDEŞ Ph.D. Student, Sakarya University of Applied Sciences, Graduate Education Institute, Sakarya, e-mail: nazlikardes@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7259-8281>

Abstract

Various crises occur from time to time on the world and the tourism industry is highly affected by these crises. Finally, the current COVID-19 outbreak has had a serious impact that can change and/or transform people's attitudes and behaviors towards tourism. In this context, the aim of the present study is to determine the effects of COVID-19 on potential local tourists' attitudes and behaviors and travel trends. In the study, data were collected from 731 people by utilized the survey technique, which is one of the quantitative research methods. As a result of the study, it was determined that the majority of people reduced and/or postponed their travel plans, the touristic products preferred by individuals began to differentiate and their hygiene sensitivity increased to a large extent.

Keywords: COVID-19, Coronavirus, Tourist Behavior, Travel Tendency, Turkey.

Received: 16.06.2020

Accepted: 03.10.2020

Suggested Citation:

Kabadayı, M. and Kardeş, N. (2020). Domestic Tourist Behavior of Covid-19 (Coronavirus) and Effects on Travel Trends, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3703-3719.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Dünyada bazı dönemlerde çok farklı olumsuz olaylar yaşanmakta ve bu olaylardan insanlar ve dolayısıyla işletmeler ciddi ölçüde etkilenmektedirler. Kimi zaman ülkeler arası siyasi çatışmalar hatta savaşlar yaşanmakta, kimi zaman ise ekonomik krizler yaşanmaktadır. Bazı zamanlar da ise salgın hastalıklar dolayısıyla birtakım sorunlar ortaya çıkmaktadır. Turizm endüstrisi yaşanan kriz ortamından en fazla etkilenen alanlardan biri olmaktadır. Zira turizm lüks bir tüketim olarak değerlendirilmekte ve istenilmeyen koşullarla karşılaşıldığında ilk vazgeçilen tüketim kalemini oluşturmaktadır. Bununla birlikte insanların seyahat edebilmeleri için gidecekleri yer ile ilgili güvenlik endişelerinin de bulunmaması gerekmektedir. Bu alanlar aynı zamanda turistik destinasyonların temel unsurlarından biri olan ulaşılabilirlik koşulunu sağlamalıdır. Bilindiği üzere turizm temel olarak yer değiştirme ve farklı yerlere seyahat etmeye dayanmaktadır. Bu bağlamda dağıtım kanallarının ters işleme, ürünün turiste değil de turistin ürüne gidiyor olması nedeniyle ulaşım aksaklıklarının yaşandığı dönemlerde zorunlu olarak talepte kesinti olmaktadır. Tüm bunların yanı sıra yaşanan krizin psikolojik boyutu da bulunmaktadır. Turist davranışı korkunun şiddetine bağlı olarak değişebilmektedir. Salgın hastalıkların "korku faktörü" siyasi olaylardan, doğal afetlerden ve çeşitli diğer krizlerden daha yüksek olabilmektedir. Özellikle KOVİD-19'un yarattığı korkunun şiddeti belki de bugüne kadar görülen en yüksek noktadadır. Zira virüs dünya geneline yayılmış ve ulaşım olanaklarının bu kadar gelişmiş olduğu bir dönemde ilk kez seyahatler bu düzeyde kısıtlanmıştır. UNWTO Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili'nin söylemiyle "Dünya eşi görülmemiş bir sağlık ve ekonomik krize karşı karşıya"dır. Krizin 2019 rakamlarına göre turist sayısında yıllık %60 ile %80 arasında bir düşüşe neden olabileceği tahmin edilmektedir (www.unwto.org). Buna bağlı olarak dünya genelinde turizmden elde edilen ihracat gelirinin ise 0,91 ile 1,2 trilyon ABD Doları arasında azalacağı beklenmektedir. Zararın boyutu uluslararası sınırların açılma durumları temel alınarak oluşturulan şu üç olası senaryoya bağlıdır (www.unwto.org):

- *Senaryo 1:* Uluslararası sınırlar Temmuz ayında kademeli olarak açılmaya başlarsa: %-58,
- *Senaryo 2:* Uluslararası sınırlar Eylül ayında kademeli olarak açılmaya başlarsa: %-70,
- *Senaryo 3:* Uluslararası sınırlar Aralık ayında kademeli olarak açılmaya başlarsa: %-78 düzeylerinde kayıpların yaşanacağı öngörülmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) 2 Haziran 2020 tarihinde, yani çalışma verilerinin toplanmaya başlandığı tarihte yayınlamış olduğu rapora göre, KOVİD-19 virüsü dünya üzerinde 6.194.533 kişiye bulaşmış ve 376.320 kişi hayatını kaybetmiştir (www.who.int). Salgına ait yayınlanan durum raporları virüsün küresel çapta açtığı tahribatın boyutunu gözler önüne sermektedir. Salgının beklenilenden daha uzun sürmesi, büyük kayıplara yol açması, hatta 11 Mart 2020 tarihinde DSÖ tarafından endişe verici yayılımı nedeniyle "pandemi" (çok geniş alanlara yayılan hastalık) olarak ilan edilmesi (www.seyahatsagligi.gov.tr) dolayısıyla, tüketici davranışlarında kalıcı değişim ve dönüşümleri beraberinde getireceği düşünülmektedir. Bu bağlamda turist davranışlarının belirlenmesi ve turistik destinasyon seçimine etki eden unsurların tespit edilmesi, turizm işletmelerinin hayatlarını devam ettirebilmeleri açısından önem arz etmektedir.

Seyahat engellerinin kalkmaya başlamasıyla birlikte turistik hareketlilik artacak mıdır? Ne düzeyde artacaktır? İnsanların seyahat eğilimleri nasıl olacaktır? Hijyen algıları ve beklentileri değişmiş midir? Bu soruların cevapları şu an için tam olarak bilinmemektedir. Literatürde bu konudaki çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu bağlamda mevcut araştırmanın amacı, KOVİD-19'un potansiyel yerli turistlerin seyahatlere ilişkin tutum ve davranışları üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir. Salgının bireylerin seyahat eğilimlerini değiştirip değiştirmediğini tespit etmektir. Çalışma, turizm işletmelerinin KOVİD-19 sürecinde turist davranışı ile ilgili bilgi edinebilmeleri ve değişen beklentiler ile uyumlu ürün geliştirebilmeleri noktasında önem arz

etmektedir. Zira çalışma verilerinin pandeminin devam ettiği ve seyahatlerin serbestleştiği bir dönemde toplanmış olması, potansiyel turist görüşlerinin/beklentilerinin daha net bir şekilde ortaya konulması açısından önemli görülmektedir. Araştırma bulgularının, turizm işletmelerinin hayatlarını devam ettirebilmeleri ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kazanabilmeleri adına faydalı olacağı ve gelecek çalışmalara yön göstereceği düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Turizm endüstrisi uzun zamandır kriz ve afetlere karşı en savunmasız endüstrilerden biri olarak kabul edilmektedir (Biggs vd., 2012; Hall, 2010). Dış ortamın veya iç faktörlerin aniden değişmesi sonucunda oluşan krizler, bir sistemin veya alt sisteminin güvenliği için bir tehdit oluşturmaktadır. Terör saldırıları, doğal afet, ekonomik olaylar, siyasi olaylar vb. şekillerde ortaya çıkan krizlerin farklı özellikleri ve turizm üzerinde farklı derecelerde etkileri vardır. Destinasyon imajı ve güvenlik konusu üzerine yapılan çalışmalar (Chapuis, Le Falher ve Gonzalez, 2015; Ilgın ve Uruç, 2018; Albayrak ve Özkul, 2013; Davras ve Uslu, 2019) bunu kanıtlar niteliktedir. Ancak pandemi boyutuna ulaşan salgın hastalıklar, siyasi, ekonomik ve terör olaylarından farklı olarak ortaya çıktığı alanların dışına da yayılma etkisi göstermesi nedeniyle küresel ölçekte bir dizi önlemin alınmasını gerektirmektedir. Öngörülemez durumlar arasında yer alan salgın hastalıklar, ortaya çıktığı destinasyona olan güveni azaltmaktadır (Çeti ve Ünlüöner, 2019: 109-110). Son olarak ortaya çıkan KOVİD-19 pandemisinin yaratmış olduğu yıkım öngörülemez düzeydedir.

KOVİD-19 salgını korona virüsün bir çeşididir. Korona virüsler (CoV), soğuk algınlığı gibi küçük çaplı ya da Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS-CoV) kadar ciddi hastalıklara sebep olabilen geniş çaplı bir virüs ailesidir (covid19.saglik.gov.tr). Bu yeni virüs ilk olarak "2019-nCoV." olarak adlandırılmıştır. 12 Şubat 2020 tarihinde ise COVID-19 olarak isimlendirilmiştir. CO-Corona, Vİ-Virus, D-Disease (Hastalık) ve "19" ise 2019 yılını ifade etmektedir. Türkçe yazında KOVİD-19 olarak kullanılmaktadır. Korona virüsler hayvansal kaynaklı olup, hayvanlardan insanlara bulaşmaktadır. SARS-CoV misk kedileri, MERS-CoV ise tek hörgüçlü develer aracılığıyla insanlara bulaşmıştır (www.seyahatsagligi.gov.tr). KOVİD-19'un ise nasıl ortaya çıktığı ve nasıl yayılım gösterdiği henüz tam olarak bilinmemektedir. Bu virüs ilk kez Çin'in Hubei Eyaleti'nin Vuhan şehrinde Aralık ayının sonlarında ortaya çıkmıştır. Hastalık ilk olarak bu şehirdeki deniz ürünleri ve hayvan pazarında yer alan kişilerde görülmüştür. Sonrasında insandan insana bulaşarak, Vuhan başta olmak üzere Hubei Eyaleti'nin geneline ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer bazı eyaletlerine taşınmıştır. Daha sonra uluslararası bir hâl alarak dünya geneline yayılmıştır (covid19bilgi.saglik.gov.tr).

DSÖ, KOVİD-19 ile ilgili güncel verileri 21 Ocak 2020 tarihinden bu yana "Durum Raporu" başlığı altında resmî web sitesinde yayınlamaya başlamıştır. DSÖ'nün yayınladığı günlük rapora göre, 2 Haziran 2020 tarihinde dünya üzerinde 6.194.533 kişiye KOVİD-19 bulaşmıştır. Hastalığın bulaştığı kişilerden 376.320 kişi hayatını kaybetmiştir (www.who.int). Türkiye'de aynı tarihte hastalık bulaşan sayısı 165.555, toplam vefat eden sayısı 4.585, toplam iyileşen sayısı ise 129.921 kişidir (covid19.saglik.gov.tr). Salgına ait yayınlanan durum raporları virüsün küresel çapta açtığı tahribatı bizlere göstermektedir.

KOVİD-19'un turizm sektörü ile ilişkilendirilmesinin en önemli sebebi, virüsün yayılmasında ve etki alanının genişlemesinde uluslararası seyahatlerin son derece etkili olmasıdır. KOVİD-19 ile ilgili yakın zamanlı çalışmalar da incelendiğinde virüsün dünyaya yayılmasında, taşıyıcı kişilerin yapmış oldukları seyahatlerin etkili olduğu görülmektedir (Wilson ve Chen, 2020:2). Uluslararası

seyahatler, yerel düzeyde ortaya çıkan bu virüsün insan faktörü ile birlikte dünya geneline yayılmasında önemli bir rol oynamıştır. Virüsün yayılmasını yavaşlatmak ve durdurmak için alınan seyahat tedbirlerinin, karantina ve izolasyon uygulamalarından etkilenen alanların başında da turizm gelmektedir (Şen, 2020:13). KOVİD-19 salgını nedeniyle insanların hareketliliğini engelleyici tedbirlerin alınması ve sosyal izolasyon önlemleri, turizm işletmelerinin faaliyetlerini tamamen durdurma aşamasına getirmiş ve turizm endüstrisi belirsiz bir sürecin içine girmiştir. Salgınla birlikte turist kaybı yaşayan çok sayıda işletme ve dolayısıyla insan gelir kaybı yaşamıştır (Atay, 2020:169).

KOVİD-19'un tanımlandığı ilk günden itibaren, özellikle sağlık alanındaki araştırmacılar ve farklı alanlardaki birçok araştırmacı çok sayıda bilimsel çalışma gerçekleştirmiştir. Turizm endüstrisi de yeni korona virüs ile ilgili çok sayıda çalışmanın yapıldığı alanlardan biridir. Ancak korona virüsü turizm bağlamında ele alan çalışmalar genellikle derleme çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların turizme yönelik tutum ve davranışlarının bugün ve gelecekte nasıl olacağı ile ilgili ampirik çalışma sayısı ise oldukça kısıtlıdır.

KOVİD-19'un potansiyel turistler üzerindeki etkilerini ölçmek amacı ile yapılan çalışmalarda, salgının turist davranışını etkilediği ve etkilemeye devam edeceği ifade edilmektedir (Aydın ve Doğan, 2020; Atay, 2020; Wen, Kozak, Yang ve Lui, 2020). Salgın nedeniyle yerel turistlerin önemli bir kısmının rezervasyonlarını iptal ettikleri ve 3 ila 6 ay gibi bir süre içerisinde tatile çıkmayı düşünmedikleri belirlenmiştir (Yenişehirlioğlu ve Salha, 2020). Tatil yapacak kişiler ise, ağırlıklı olarak sosyal mesafenin korunabileceği; yazlık, bungalov, yayla evi vb. gibi konaklama türleri ile ilgilenmektedirler (Kiper ve arkadaşları, 2020; Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020; Yenişehirlioğlu ve Salha, 2020). KOVİD-19 hastalığı sebebiyle hayatını kaybeden insanlarla bağı olan, kronik hastalığı olan, salgını önemli bir tehlike olarak algılayan ve ileri yaştaki insanların, kısa vadede tatil konusunda isteksiz oldukları ve turizmde kısa dönemde talebin oluşması ve yönlendirilmesi sektörün önündeki en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir (Atay, 2020; Şanlı, Erdem ve Unur, 2020). Güvenlik (%73) ve temizlik (%64) turist tercihinin etkileyen en önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020). Salgının turizm endüstrisinde yeni bir dönemi başlatacağı, temassız dijital işlemlerin ve izole tatillerin önem kazanacağı düşünülmektedir (Kıvılcım, 2020). Tüketicilerin teknoloji ile daha uyumlu, sağlık, hijyen ve sosyal mesafe gibi konularda daha hassas davranışlarda bulunacakları beklenmektedir (İbiş, 2020). Tüketici tercihlerinin bağımsız seyahatlere ve sağlıklı yaşam turizmine yöneleceği öngörülmektedir (Kiper ve arkadaşları, 2020; Wen, Kozak, Yang ve Lui, 2020). Salgın sonrası turizm hareketliliğinin yurtiçi odaklı olması, hatta turistlerin mümkün olduğunca yaşadıkları yerlere yakın seyahatler gerçekleştirmeleri beklenmektedir (McKinsey ve Company, 2020; Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020).

Salgının yayılmasını kontrol altına almak amacıyla alınan tüm tedbirler turizm sektöründe "Yeni Normal" olarak adlandırılan bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Yapılan çalışmalara incelendiğinde, KOVİD-19'un yaratmış olduğu belirsizlik ortamı, risk ve korku faktörünün tüketici davranışı, satın alma niyeti ve turizm eğilimleri üzerinde etki yaratacağı açık bir şekilde görülmektedir. Korku faktörü kalabalık yerlerden uzaklaşma eğilimini artırmış, sakin turizm anlayışının önem kazanmasını sağlamış ve teknoloji kullanımının bu yeni dönemde daha da yaygınlaşmasını sağlamıştır. Hijyen ve sağlık güvenliğinin gelecek turizm anlayışında davranışları etkileyen en önemli unsurlar olacağı söylenebilmektedir.

Turizmin KOVİD-19'dan en fazla etkilenen endüstri olduğu düşünülmektedir (TURSAB, 2020; İbiş, 2020; Kıvılcım, 2020). Turizmin ekonomik ve sosyal etkileri göz önüne alındığında, sürdürülebilirliğinin sağlanması; işletmeler, devletler ve de toplumlar açısından önem arz etmektedir. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında ise, turistik tüketicilerin

değişen tutum ve davranışlarının belirlenmesi ve turistik destinasyon seçimine etki eden unsurların tespit edilmesi kritik öneme sahiptir.

METODOLOJİ

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmıştır. Pandemi nedeniyle insanlarla etkileşime geçmenin güç olmasına bağlı olarak, anketler internet ortamında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini Türkiye'deki potansiyel yerli turistler oluşturmaktadır. Maliyet, zaman, bazı bireylerin çalışmaya katılmak istememeleri ve herkesin internet kullanmaması gibi kısıtlılıklar sebebiyle evrenin tamamına ulaşılamamıştır. Ayrıca çalışmanın veri toplama sürecinde 18 yaş altı ve 65 yaş üstü için evden çıkma yasağı bulunması dolayısıyla bu gruplar da araştırmaya dâhil edilmemiştir. Örneklemin en geniş evren büyüklüğünü temsil edebilmesi için erişilmesi gereken asgari katılımcı sayısına (384) ulaşılmak amaçlanmıştır (Sekaran, 1992:253). Tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden, "kolayda örnekleme" tekniği ile 731 kişiden veri elde edilmiştir. Sosyal bilimlerde çok sık olarak tercih edilen kolayda örnekleme tekniğinde, en kolay ulaşılan birey en uygun katılımcı olarak değerlendirilmektedir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015:142).

Çalışmanın anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda katılımcıların KOVİD-19'un etkilerine yönelik algılarının belirlenmesinde kullanılan, Wen, Huimin ve Kavanaugh (2005) tarafından geliştirilen ve 22 ifadeden oluşan ölçek bulunmaktadır. Soru formu araştırmacılar tarafından Türkçe'ye dönüştürülmüştür. İfadelerin ölçülmesinde 5'li Likert tipi derecelendirme (kesinlikle katılmıyorum=1, katılmıyorum=2, ne katılıyorum ne katılmıyorum=3, katılıyorum=4, kesinlikle katılıyorum=5) kullanılmıştır. İkinci kısımda ise katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Anket uygulamasına Türkiye sınırları içerisinde seyahatlerin serbest bırakılmasının ardından başlanılmıştır. Veriler 2 Haziran ile 14 Haziran 2020 tarihleri arasında toplanılmıştır. Araştırmacılar çalışma verilerinin seyahat yasağının kalktığı ve insanların seyahat edebilme imkânına sahip oldukları bir zamanda toplanılmasının daha uygun olacağını düşünmüşlerdir. Zira yasakların uygulandığı dönemde insanların seyahat planı yapabilmeleri ve geleceğe ilişkin sağlıklı karar verebilmeleri güçleşebilmektedir. Bu bağlamda araştırma bulgularının, KOVİD-19'un potansiyel turistlerin turistik seyahatlerini, hijyen algılarını ve seyahat eğilimlerini nasıl etkilediğinin belirlenmesi noktasında daha sağlıklı sonuçlar üreteceği söylenebilir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda şu hipotezler geliştirilmiştir;

H1: KOVİD-19 insanların seyahatlerini olumsuz olarak etkilemiştir.

H2: KOVİD-19 insanların seyahat eğilimlerini etkilemiştir.

H3: KOVİD-19 insanların seyahat süreçlerindeki hijyen algılarını ve beklentilerini değiştirmiştir.

H4: KOVİD-19 turistlerin demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Örnekleme Grubunun Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili veriler incelendiğinde (Tablo 1), çalışma grubunun %57'sini kadınların, %43'ünü ise erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan bireylerin %65'i 18-30 yaş aralığındadır. Katılımcıların %61,7'si en az lisans mezunudur. Bireylerin %43,5'i özel sektörde çalışmakta iken, %22,2 herhangi bir işte çalışmamaktadırlar. Gelir

düzeyleri incelendiğinde, katılımcıların %37,9'unun 2500 TL veya daha düşük bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %34,1'i 2500-4000 TL, %28'i ise 4000 TL'nin üzerinde gelire sahiptirler. Bireylerin %51,3'ü yılda bir kez, %31,5'i ise yılda en az iki kez tatile çıkmaktadırlar.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	415	57,0
	Erkek	313	43,0
Yaş	18-30	476	65,3
	31-40	184	25,2
	41-50	51	7,0
	51-64	18	2,5
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	32	4,4
	Lise	132	18,1
	Ön Lisans	115	15,8
	Lisans	313	43,0
	Lisansüstü	136	18,7
Meslek	Öğrenci	128	17,6
	Özel sektör	317	43,5
	Çalışmıyor	162	22,2
	Kamu	113	15,5
	Emekli	9	1,2
Gelir	2500 TL ve Altı	269	37,9
	2501-4000 TL	242	34,1
	4001 TL ve Üstü	199	28,0
Tatile Çıkma Sıklığı	Yılda iki kez	228	31,5
	Yılda bir kez	371	51,3
	İki yılda bir kez	62	8,6
	Üç yılda bir kez	18	2,5
	Dört yılda bir kez	44	6,1

Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Gerçekleştirilen ölçümlerin güvenilirliği "Cronbach's Alpha" değerleri ile yapı geçerliği ise faktör analizi kullanılarak belirlenmiştir. Faktör analizinde "Temel Bileşenler Yöntemi" ve "Direct Oblimin Rotasyonu" kullanılmıştır. Ölçeğin genel güvenilirlik değerinin (Cronbach's Alpha) 0,90 olduğu görülmüştür. Faktör analizi sonucunda, iki ifade faktör yükleri dolayısıyla analizden çıkarılmıştır. Yapılan son analizde 20 ifade yer almış ve bu ifadeler 3 faktör altında toplanmıştır. Analiz sonucunda oluşan boyutlar; hijyen duyarlılığı (11 madde), genel etkiler (4 madde), seyahat eğilimi (5 madde) olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 2'de, faktör analizi neticesinde oluşan boyutlara ilişkin değerlere yer verilmektedir. Tabloda ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin 0,456 ile 0,793 aralığında değiştiği görülmektedir. Her bir ifadenin faktör yükünün yeterli düzeyde olduğu söylenebilmektedir (Büyüköztürk, 2002). Ölçeğin oluşturan üç boyut, toplam varyansın %55,87'sini açıklamaktadır. Hijyen duyarlılığı boyutu %19,59; genel etkiler boyutu %14,13 ve seyahat eğilimi boyutu %12,75 oranında açıklayıcılığa sahiptir.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yüğü	Öz Deęer	Açıklanan Varyans Yüzdesi	X	Cr. Alfa
Hijyen Duyarlılığı					
KOVID-19 nedeniyle seyahat ettiğim kişilerin sağlıklı olmalarına daha fazla önem veriyorum.	,793	7,941	39,705	4,27	,870
KOVID-19 nedeniyle ulaşım araçlarının hijyenini daha fazla önemsiyorum.	,781				
KOVID-19 nedeniyle seyahat ederken rutin hijyen gerekliliklerine daha fazla önem gösteriyorum.	,762				
KOVID-19 nedeniyle otellerin hijyenine daha fazla önem veriyorum.	,756				
KOVID-19 nedeniyle turistik yerlerin hijyeni ile daha fazla ilgileniyorum.	,716				
KOVID-19 nedeniyle halka açık rekreasyon alanlarının hijyenini daha fazla önemsiyorum.	,711				
KOVID-19 nedeniyle grup turlara katılma ihtimalim düşüktür.	,594				
KOVID-19 nedeniyle sadece sağlığımdan emin olduğum yakınlarımla seyahat etmeyi tercih ederim.	,572				
KOVID-19 nedeniyle, açık alan / doğa turizmi etkinliklerine katılmaya olan ilgim arttı.	,533				
Bir tur grubuyla seyahat ederken ayrı yemek yemeyi tercih ederim.	,518				
KOVID-19 nedeniyle yüksek kaliteli otellerde kalmayı tercih ederim.	,456				
Genel Etkiler					
Tüm boş zaman seyahatlerim KOVID-19 döneminde iptal edildi.	,762	1,709	8,547	4,11	,719
KOVID-19 işimi ve hayatımı büyük ölçüde etkiledi.	,729				
Tüm iş seyahatlerim KOVID-19 döneminde iptal edildi.	,715				
KOVID-19 hayata ve yaşam tarzıma karşı tutumumu büyük ölçüde etkiledi.	,715				
Seyahat Eğilimi					
KOVID-19 bitene kadar seyahat planlarımı büyük ölçüde azaltacağım.	,768	1,524	7,618	3,99	,859
KOVID-19 nedeniyle kalabalık şehirlere seyahat etmekten kaçınacağım.	,733				
KOVID-19 nedeniyle, Türkiye’de seyahat etmenin güvenli olmayacağına inanıyorum.	,710				
KOVID-19 nedeniyle turistik seyahatlere ayırdığım zamanı azaltacağım.	,670				
Turistik yerleri seçerken, KOVID-19’dan fazla etkilenen yerlerden kaçınacağım.	,566				

Not: KMO Deęeri=0,925, Ki-Kare=6753,567; Bartlett testi anlamlı (p<0,05); Toplam Açıklanan Varyans: %55,870

Çalışmanın hijyen duyarlılığı boyutuna ilişkin cevapların ortalaması 4,27'dir. Katılımcıların hijyen beklentileri KOVİD-19 ile birlikte artış göstermiştir. Salgının etkisiyle insanlar turistik yerlerin, halka açık eğlence yerlerinin, ulaşım araçlarının ve otellerin güvenliğine ve hijyenine daha fazla önem vermeye başlamışlardır. İbiş de (2020) çalışmasında, tüketicilerin teknoloji ile daha uyumlu, sağlık, hijyen ve sosyal mesafe gibi konularda daha hassas davranışlarda bulunacaklarını belirtmiştir. Buna ek olarak, birlikte seyahat edecekleri insanların sağlık koşullarını da daha fazla önemsemeye başlamışlardır. Örneğin bireyler "Bir tur grubuyla seyahat ederken ayrı yemek yemeyi tercih ederim" ifadesine oldukça yüksek bir düzeyde (X:4,01) katıldıklarını belirtmişlerdir. Türk kültüründe insanların birlikte yemek yeme alışkanlığı/geleneği (Güler, 2010) bulunmasına rağmen katılımcıların bireysel olarak yemek yeme isteklerinin bulunması, hijyen konusunda ciddi korkularının olduğunu göstermektedir. Ayrıca ölçek ifadeleri içerisinde en yüksek ortalamaya, "KOVİD-19 nedeniyle ulaşım araçlarının hijyenini daha fazla önemsiyorum" ifadesinin sahip olduğu görülmüştür. Bu bulguya bağlı olarak bireylerin toplu ulaşım araçlarından kaçınacakları ifade edilebilir. Toplu ulaşımdan ziyade bireysel ulaşım araçlarıyla seyahat edecekleri söylenebilir. Bununla birlikte kişilerin tur gruplarına katılma ihtimallerinin de düşük olduğu saptanmıştır (Madde 12; X: 4.38). Wen ve arkadaşları (2020) da araştırmalarında, Çinli potansiyel turistlerin KOVİD-19 salgını sonrasında bağımsız turlara katılım eğiliminin artacağı şeklinde benzer bir sonuca ulaşmışlardır. Demir ve arkadaşları (2020) da, çalışmalarında kısa vadede kitlesel turizm hareketlerine katılımın bireyselle döneceğini ve kitlesel turizme katılım oranının azalacağından bahsetmektedirler. Bunun nedeni salgının kalabalık ortamlarda bulaşma riskinin daha fazla olmasıdır. Bu da tüketicilerin tur satın alma davranışlarının azalacağı, kitle turizminde azalmanın yaşanacağı şeklinde yorumlanabilir." KOVİD-19 nedeniyle sadece sağlığımdan emin olduğum yakınlarımla seyahat etmeyi tercih ederim." ifadesi de kişilerin tanımadıkları insanlarla temastan kaçınma eğiliminde olduklarını ve dolayısıyla tur gruplarından uzak duracaklarını destekler niteliktedir.

"Genel etki" boyutunda yer alan ifadelerin ortalaması 4,11 olarak belirlenmiştir. İnsanların büyük bir kısmı KOVİD-19 nedeniyle seyahat planlarını iptal etmişler ya da azaltmışlardır. Buradan salgın dolayısıyla turizm hareketliliğinin olumsuz yönde etkilenmeye devam edeceği anlaşılmaktadır. Zira madde 1 (X: 4,36) ve madde 2 (X:4,16) KOVİD-19'un potansiyel turistlerin iş ve sosyal yaşamları üzerinde geniş çaplı etkilere neden olduğunu göstermektedir. Özellikle salgının yaratmış olduğu belirsizlik ortamı ve buna bağlı olarak yaşanan maddi ve manevi gelecek kaygısı, kişilerin riskli işlerden kaçınmaları sonucunu doğurmaktadır. Turizm faaliyetlerinin yüksek oranda ikame edilebilir olması, kriz duyarlılığının yüksek olması ve talep esnekliğinin fazla olması da seyahatler üzerinde negatif bir sonuç üretmiştir. Potansiyel turistlerin önemli bir kısmı sürecin neden olduğu korku faktörüne bağlı olarak seyahatten kaçınmışlardır. Temel duygusal tepkilerden biri olan korku, turistlerin davranışlarındaki değişikliklerin temel belirleyicilerindedir (Witte ve Allen, 2000; Van Bavel vd., 2020). Turistik hareketliliğe katılacak bireyler ise, virüsten az etkilenen destinasyonları tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Şanlı, Erdem ve Unur (2020)'un, turistlerin tatil satın alma niyetinin ve koronavirüs tehlikelilik algısı seviyesine göre farklılaştığını belirledikleri çalışma bu sonucu destekler niteliktedir.

Çalışmanın seyahat eğilimleri boyutuna ilişkin değerlendirmelerin ortalaması ise "3,99" dur. Çalışma bulguları, KOVİD-19'un genel olarak seyahatleri azaltmakla birlikte, seyahat eğilimlerini de etkilediğini göstermektedir. Bireylerin açık alan ve doğa turizmi faaliyetlerine yönelik ilgilerinin artacağı sonucunu yansıtmaktadır. Türkiye'de yaygın olan turizm çeşidinin kitle turizmi olduğu düşünüldüğünde, KOVİD-19'un ülkenin turizm eğilimini (en azından kısa vadede) ciddi bir dönüşüm/değişime uğratacağı düşünülmektedir. "Seyahat eğilimleri" boyutunda yer alan 6, 7, 10 ve 11. ifadeler turistlerin seyahat planlarını ve seyahat için ayırdıkları

süreyi azaltacaklarını, kalabalık şehirlerden ve KOVİD-19'dan daha fazla etkilenen bölgelerden uzak duracaklarını göstermektedir. 7. ve 8. maddeler ise, seyahat sürelerini azaltan turistlerin kalabalık yerlerden kaçınarak, açık alan ve doğa turizmi faaliyetlerine olan ilgilerinin arttığını göstermektedir. Wachyuni ve Kusumaningrum (2020) ile Kiper ve arkadaşları (2020) da yapmış oldukları çalışmalarda, yeni dönemde turistlerin doğa turizmine olan ilgilerinin artacağına vurgu yapmaktadırlar. Turistlerin açık alan ve doğa turizm faaliyetlerine olan ilgileri, kapalı alanlardan ve kalabalıktan uzaklaşmak ve KOVİD-19 döneminde uygulanan ev karantinaları ve izolasyon uygulamaları nedeniyle oluşan kapalı alanlardan uzak durma isteği olarak yorumlanabilmektedir. Ayrıca ortalamanın üzerinde bir değere sahip olmasına rağmen "madde 5 (KOVİD-19 nedeniyle, Türkiye'de seyahat etmenin güvenli olmayacağına inanıyorum)", ölçekte en düşük puanlamaya sahip olan ifadedir. Katılımcıların bu ifade ile hijyenik ve güvenli bir seyahat imkanı oluşturulduğu takdirde, Türkiye'de seyahat etmenin herhangi bir olumsuzluk barındırmadığını düşündüklerini gösterebilir.

Tablo 3. Ölçek İfadelerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfadeler	X	S.S.
1. KOVİD-19 işimi ve hayatımı büyük ölçüde etkiledi.	4,36	0,84
2.KOVİD-19 hayata ve yaşam tarzıma karşı tutumumu büyük ölçüde etkiledi.	4,16	0,90
3.Tüm iş seyahatlerim KOVİD-19 döneminde iptal edildi.	3,78	1,18
4.Tüm boş zaman seyahatlerim KOVİD-19 döneminde iptal edildi.	4,11	1,07
5.KOVİD-19 nedeniyle, Türkiye'de seyahat etmenin güvenli olmayacağına inanıyorum.	3,64	1,25
6.KOVİD-19 bitene kadar seyahat planlarımı büyük ölçüde azaltacağım.	4,07	1,01
7.KOVİD-19 nedeniyle kalabalık şehirlere seyahat etmekten kaçınacağım.	4,12	1,07
8.KOVİD-19 nedeniyle, açık alan / doğa turizmi etkinliklerine katılmaya olan ilgim arttı.	3,77	1,13
9.KOVİD-19 nedeniyle turistik yerlerin hijyeni ile daha fazla ilgileniyorum.	4,26	0,91
10.KOVİD-19 nedeniyle turistik seyahatlere ayırdığım zamanı azaltacağım.	3,87	1,04
11.Turistik yerleri seçerken, KOVİD-19'dan fazla etkilenen yerlerden kaçınacağım.	4,23	0,96
12.KOVİD-19 nedeniyle grup turlara katılma ihtimalim düşüktür.	4,38	0,87
13.KOVİD-19 nedeniyle sadece sağlığımdan emin olduğum yakınlarımla seyahat etmeyi tercih ederim.	4,22	0,94
14.KOVİD-19 nedeniyle halka açık rekreasyon alanlarının hijyenini daha fazla önemsiyorum.	4,41	0,77
15.KOVİD-19 nedeniyle ulaşım araçlarının hijyenini daha fazla önemsiyorum.	4,59	0,73
16.KOVİD-19 nedeniyle seyahat ettiğim kişilerin sağlıklı olmalarına daha fazla önem veriyorum.	4,47	0,76
17.KOVİD-19 nedeniyle yüksek kaliteli otellerde kalmayı tercih ederim.	3,79	1,17
18.KOVİD-19 nedeniyle otellerin hijyenine daha fazla önem veriyorum.	4,49	0,74
19.Bir tur grubuyla seyahat ederken ayrı yemek yemeyi tercih ederim.	4,01	1,05
20.KOVİD-19 nedeniyle seyahat ederken rutin hijyen gerekliliklerine daha fazla önem gösteriyorum.	4,55	0,73

Araştırma Boyutlarına İlişkin Cevapların Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşma Durumu

Katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarına göre KOVİD-19'un etkilerine yönelik algılarının farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesinde t-Testi kullanılmıştır. Analizler sonucunda bireylerin hijyen duyarlılığı, genel etkiler ve seyahat eğilimleri boyutlarına ilişkin algılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür ($p < 0,05$). Kadınların; otel, halka açık rekreasyon alanları, turistik yerler ve ulaşım araçlarının hijyenine erkeklerden daha çok önem verdikleri belirlenmiştir. Bunun sebebi kadınların normal dönemlerde de erkeklere göre hijyen açısından daha dikkatli davranmaları (Özkaya ve Oğan,2018) olabilir. Aynı zamanda kadınların KOVİD-19 nedeniyle açık alan ve doğa turizmine olan eğilimleri daha fazladır. KOVİD-19'un tüketicilerin seyahat eğilimleri üzerindeki etkileri incelendiğinde, kadınların seyahatlerini azaltma ve kalabalık yerlerden kaçınma eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. KOVİD-19'un potansiyel turistler üzerindeki genel etkilerine baktığımızda ise, kadınların iş ve sosyal yaşam olarak erkeklerden daha fazla etkilendikleri anlaşılmaktadır. Bunun nedeni, evden çalışmaya devam eden veya çalışmayan kadınların, evde daha çok zaman geçirerek ev işlerine ve ev halkına daha fazla zaman ayırmaları (Bozkurt, 2020:129) olabilir.

Tablo 4. Araştırma Boyutlarına İlişkin Cevapların Cinsiyet Gruplarına Göre Farklılaşması - T Testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	Ortalama (x̄)	S.S	t	p
Hijyen Duyarlılığı	Erkek	4,0574	,6809	8,407	,000
	Kadın	4,4340	,4667		
Genel Etkiler	Erkek	4,0051	,8216	3,242	,001
	Kadın	4,1896	,6700		
Seyahat Eğilimi	Erkek	3,7061	,9350	7,709	,000
	Kadın	4,1989	,7327		

Yaş değişkeninde gruplar arasındaki farklılıklara bakıldığında, hijyen duyarlılığı ve seyahat eğilimi boyutlarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Ancak genel etkiler boyutuna ilişkin değerlendirmelerin farklılaştığı belirlenmiştir. 18-30 yaş arası bireylerin KOVİD-19'dan daha fazla etkilendikleri tespit edilmiştir ($p:0,02$). 18-30 yaş arası bireyler boş zaman seyahatlerini ve iş seyahatlerini 31-64 yaş arası bireylere oranla daha fazla iptal ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun sebebi 18-30 yaş arası bireylerin iş hayatlarında, 31-64 yaş arası bireylere göre daha aktif olarak çalışmaları ve daha yoğun olarak seyahat etmeleri olabilir.

Tablo 5. Araştırma Boyutlarına İlişkin Cevapların Yaş Gruplarına Göre Farklılaşması - T Testi Sonuçları

Değişken	Yaş	Ortalama (x̄)	S.S	t	p
Hijyen Duyarlılığı	18-30	4,3046	,5876	1,915	,056
	31-64	4,2156	,6160		
Genel Etkiler	18-30	4,1577	,7173	2,316	,021
	31-64	4,0240	,7860		
Seyahat Eğilimi	18-30	4,0117	,8323	,997	,319
	31-64	3,9431	,9105		

Eğitim durumları açısından farklılıklara bakıldığında ise; bireylerin hijyen duyarlılığı ve seyahat eğilimine yönelik değerlendirmelerinin anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Ancak KOVİD-19'un genel etkilerinin kişilerin eğitim durumlarına göre anlamlı bir biçimde farklılaştığı belirlenmiştir ($p<0,01$). Lisans ve üstü eğitime sahip olan bireyler, iş seyahatleri ve seyahat planlarını önlisans ve daha düşük eğitime sahip kişilere göre daha fazla iptal etmişlerdir. Bu kişilerin iş ve sosyal yaşantıları pandemi sürecinden olumsuz olarak daha fazla etkilenmiştir.

Tablo 6. Araştırma Boyutlarına İlişkin Cevapların Eğitim Gruplarına Göre Farklılaşması - T Testi Sonuçları

Değişken	Eğitim	Ortalama (x)	S.S	t	p
Hijyen Duyarlılığı	Önlisans ve Altı	4,2744	,6284	,053	,957
	Lisans ve Üstü	4,2719	,5801		
Genel Etkiler	Önlisans ve Altı	4,0245	,8043	2,435	,015
	Lisans ve Üstü	4,1667	,6997		
Seyahat Eğilimi	Önlisans ve Altı	4,0142	,8645	,664	,507
	Lisans ve Üstü	3,9706	,8589		

Katılımcıların; meslek, gelir ve tatile çıkma sıklığı değişkenlerine yönelik değerlendirmelerinin farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi (One-Way Anova) aracılığıyla belirlenmiştir. Analizler sonucunda yalnızca tatile çıkma sıklığına ilişkin değerlendirmelerin anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analiz tekniklerine geçilmiştir. Hangi post-hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin kullanılacağına karar vermek için öncelikle Levene's testi ile grup dağılımlarının varyanslarının homojen olup olmadığı incelenmiştir. Genel etkiler boyutunda varyansların homojen olduğu görülmüştür ($L=1,741$; $0,17$) ve Scheffe tekniği tercih edilmiştir. Hijyen duyarlılığı boyutunda ise varyansların homojen dağılım sergilemediği belirlenmiştir ($L=4,996$; $0,00$) ve Games-Howell tekniği kullanılmıştır.

Tablo 7. Araştırma Boyutlarına İlişkin Cevapların Tatile Çıkma Sıklığına Göre Farklılaşması - Anova Sonuçları

Boyutlar	Tatile çıkma sıklığı	Ortalama	S.S.	F	p
Hijyen Duyarlılığı	İki yılda bir kez veya daha az	4,1771	,6091	3,203	,041
	Yılda bir kez	4,3262	,5118		
	Yılda iki kez	4,2522	,7064		
Genel Etkiler	İki yılda bir kez veya daha az	3,9254	,7617	6,573	,001
	Yılda bir kez	4,1103	,7076		
	Yılda iki kez	4,2230	,7666		
Seyahat Eğilimi	İki yılda bir kez veya daha az	3,9238	,8928	1,337	,263
	Yılda bir kez	4,0410	,7822		
	Yılda iki kez	3,9447	,9553		

Gerçekleştirilen analizler sonucunda, bireylerin tatile çıkma sıklıklarına göre KOVİD-19'un genel etkilerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. İki yılda bir kez veya daha az tatile çıkan bireyler ile yılda iki kez tatile çıkan bireylerin algılarının farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Hijyen duyarlılığı boyutunda ise, iki yılda bir kez veya daha az tatile çıkan bireyler ile yılda bir kez tatile çıkan bireylerin algı düzeylerinin farklılık saptanmıştır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ulaşım araçlarının gelişmesi sonucunda, seyahatler son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Turizm faaliyetlerinin küreselleşme süreci hız kazanmıştır. Ancak turistik hareketlilik KOVİD-19 ile birlikte ilk kez bu kadar ciddi bir daralma yaşamıştır. 2019 yılında turizmde görülen rekor rakamlar bir anda ciddi ölçüde azalmıştır. Salgının yarattığı panik ortamı ve psikolojik etki ile birlikte alınan seyahat önlemleri, karantinalar ve izolasyonlar bu duruma doğrudan etki etmiştir. Alınan tedbirler tüketicilerin evde kalmalarına ve seyahatlerini kısıtlamalarına neden olmuştur. Öte yandan virüsün tedavisinin henüz bulunmamış olması ve korku halinin devam ediyor olması turist davranışlarında değişimlere yol açmıştır.

Çalışma sonuçları KOVİD-19'un insanların iş hayatlarını, sosyal yaşamlarını ve seyahat faaliyetlerini büyük ölçüde etkilediğini göstermektedir. Kişiler belirsiz salgın ortamında kendilerini maddi ve manevi korumaya almışlardır. Seyahatlerin ve turizm faaliyetlerinin azalmasında, iç motivasyonun yanı sıra, harici zorunlu önlemler ve seyahat yasakları da önemli rol oynamıştır. Turizm faaliyetleri oluşan kriz ortamında kolay vazgeçilebilecek bir harcama kalemidir ancak salgın kontrol altına alındıkça, risk azaldıkça ve önlemler artırıldıkça KOVİD-19'un turizm üzerindeki olumsuz etkileri zayıflayacaktır.

KOVİD-19, özellikle turistlerin tercih ettiği turizm türlerini ve seyahat eğilimlerini etkilemiştir. Aydın ve Doğan (2020), McKinsey ve Company (2020) ve Yenişehirlioğlu ve Salha (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmaların bulguları da bu sonucu destekler niteliktedir. KOVİD-19'dan sonra insanların tur programlarına yönelik eğilimleri azalmıştır. Turistlerin seyahat eğilimlerinde genel bir azalma olmasına rağmen, açık alan ve doğa turizmi faaliyetlerine katılım eğilimleri artmıştır. Kalabalık olmayan şehirlere, daha sakin ve KOVİD-19'dan daha az etkilenmiş yerlere gösterilen ilgi artmaya başlamıştır. Nitekim virüse karşı gerekli tedbirleri alan destinasyonlar turistler tarafından daha fazla tercih edilecektir. Böylelikle KOVİD-19'dan daha az etkilenen kalabalık olmayan ve doğal alanlara sahip olan bölgeler turizm potansiyelini arttırabilecek bölgeler olarak görülebilir. Butik otellere, bungalov evlere, kırsal turizme, kamp ve karavan turizmine olan talebin artış göstereceği ifade edilebilir. Kalabalık şehirlere ve alanlara olan eğilimin azalması ve Türkiye'nin deniz kum güneş turizmindeki payı göz önüne alındığında, turistlerin sosyal mesafeyi koruma bilinci devam ederse, bu bölgelerdeki turizm işletmelerinin sahip oldukları ürün yapısı ile talebin isteklerini karşılamaları kolay olmayacaktır. Bu nedenle, sosyal mesafeyi korumaya yönelik ürünler geliştirilmesine odaklanılmalıdır.

Mevcut çalışma bulguları, KOVİD-19'un en büyük etkisinin halkın hijyen konusundaki farkındalığı ve endişesi olduğunu yansıtmaktadır. Salgın ile birlikte halkın otel, rekreasyon alanları, ulaşım araçları vb. alanlara yönelik hijyen duyarlılığında büyük oranda artış meydana gelmiştir. İnsanların turistik tercihlerinde hijyen önemli ölçüde belirleyici bir hâl almıştır. Bu doğrultuda turistlerin seyahat tercihlerinde işletmelerden bekledikleri hijyen gereklerinin belirlenmesi ve faaliyetlerin buna göre gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Turizmde yeni dönem pazarlama çalışmalarının odak noktası hijyen ve kişilerin güvenliği üzerine olmalıdır. Ek olarak tüketicilerin artan hijyen ve güvenlik isteklerinin seyahat biçimlerini de etkileyeceği, insanları toplu ulaşımdan ziyade bireysel ulaşım araçlarıyla seyahat etmeye yönelteceği

söylenbilir. Ayrıca hijyen ve güvenlik faktörünün turizm tercihlerinde en önemli belirleyici faktör olması, yeni dönem turizmde teknolojiye olan ilgi ve eğilimin daha fazla artacağı anlamını da taşıyabilmektedir. Bu nedenle işletmelerde mümkün olduğunca yüz yüze hizmetlerin azaltılarak teknolojik aletlerin ve akıllı uygulamaların kullanılması önemli görülmektedir.

KOVID-19'un turistlerin davranışı üzerindeki etkilerinin belirlenmesinde, demografik özellikler de önem arz etmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilen analizler sonucunda insanların pandemiye karşı tutumlarının kişisel özelliklerine göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Kadınların iş ve sosyal yaşam olarak KOVID-19'dan erkeklerden daha fazla etkilendikleri belirlenmiştir. Eğitim seviyesi arttıkça KOVID-19'un kişiler üzerindeki olumsuz etkileri artış göstermiştir. Yaş düştükçe, bireylerin salgından negatif olarak daha fazla etkilendikleri tespit edilmiştir. Çalışma bulgularının tümü, araştırma hipotezlerinin "kabul" edildiğini göstermektedir.

Salgının yaratmış olduğu kriz ortamı beraberinde birtakım sorunların çözülmesine yarayabilir. KOVID-19; turistik ürün çeşitlendirmesi, turizmin 12 aya yayılması, talebin tüm bölgelere dağıtılması, taşıma kapasitesinin aşılması vb. gibi turizmde yıllardır istenilen dönüşümün gerçekleşmesine yardımcı olabilir. Turizmin fiziksel ve sosyal çevre üzerinde neden olduğu olumsuzlukların ortadan kalkması ve/veya azalmasına katkı sunabilir. Sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda bir planlama yapılması noktasında eşsiz bir fırsat sağlayabilir. Yerel turizm hareketliliğinin gelişmesini hızlandırabilir.

Özellikle salgın sürecinde ve kısa vadede turizm işletmelerinin potansiyel turistleri efektif talebe dönüştürmeleri güçleşecektir. Bu bağlamda işletmelerin zorlukları aşabilmeleri için, krizin yaratmış olduğu korkuya karşı çözümler üretmeleri -KOVID-19 için hijyen gereklilerinin azami düzeyde yerine getirilmesi- gerekmektedir. İnsanların kalabalık ortamlardan kaçınmaları dolayısıyla, işletmelere sosyal mesafenin korunabileceği düzeyde misafir kabul edilmelidir. Misafirler ile personel arasındaki teması azaltmak amacıyla teknolojik araçların kullanımı artırılmalıdır. Transferler mümkün olduğunca bireysel olarak gerçekleştirilmelidir. Zira bulgular insanların toplu seyahatlere karşı olumsuz tutuma sahip olduklarına göstermektedir. Ancak tüm bu uygulamaların olumlu sonuçlar üretebilmesi için, alınan tedbirler ile ilgili insanlar doğru bir şekilde bilgilendirilmelidir. Pazarlama çalışmalarının odak noktası bu yönde olmalıdır. Bununla birlikte çalışmada potansiyel turistlerin yakın yerlere seyahat etme eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Buna bağlı olarak işletmelerin pazarlama çalışmalarında yakın çevrelerine ağırlık vermeleri önerilebilir. Ayrıca KOVID-19 ve olası benzeri salgın hastalıklar için politikaların geliştirilmesi işletmelere fayda sağlayacaktır. Turist davranışları ve beklentilerinin ne yönde evrileceği turizm işletmelerinin hayatlarını sürdürebilmeleri açısından önemlidir. Dolayısıyla araştırmacılar pandemi sürecinin potansiyel turistler üzerindeki etkilerini ve turistik tüketici davranışlarını ortaya koymak için farklı çalışmalar gerçekleştirebilirler. Turistik tüketicilerin işletmelerden beklentilerini detaylı bir biçimde ortaya koyabilmek için turistler ile nitel araştırmalar yapılabilir. Ayrıca mevcut çalışmaların genel olarak derleme çalışmalar olması dolayısıyla, tüketici beklentilerinin, insanların değişen tutum ve davranışlarının belirlenebilmesi amacıyla nicel çalışmaların yapılması da faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, Y. (2020). Yeni Korona virüs (COVID-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.

Albayrak, A. ve Özkul, E. (2013). Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(6), 15-31.

- Atay, L. (2020). KOVİD-19 Salgını ve Turizme Etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 168-172.
- Avraham, E. (2016). Destination Marketing and Image Repair During Tourism Crises: The Case of Egypt. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 41-48.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Biggs, D., Hall, C. M. and Stoeckl, N. (2012). The Resilience of Formal and Informal Tourism Enterprises to Disasters: Reef Tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 645-665.
- Bozkurt, V. (2020). Pandemi Döneminde Çalışma: Ekonomik Kaygılar, Dijitalleşme ve Verimlilik. 115-136. DOI: 10.26650/B/SS46.2020.005.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(4), 470-483.
- Chapuis, J.M., Le Falher, C. and Gonzalez, M. (2015). Destination Image, Perceived Risk and Intention to Visit. Faculty of Tourism (IREST), *University Paris1 Panthéon-Sorbonne, Working Paper-1*, 1st June 2015.
- Coşkun, R., Altunışık, R. Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. 8. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Davras, Ö. ve Uslu, A. (2019). Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 679-696.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, Ş. Ş. (2015). Korona virüs (Covid-19) Salgınının Türkiye’de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi. 1. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme-İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(S 1), 24-30.
- Hall, C. M. (2010). Crisis Events in Tourism: Subjects of Crisis in Tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
- <https://covid19.saglik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01.07.2020).
- <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir.html> (Erişim Tarihi 05.07.2020).
- <https://www.seyahatsagligi.gov.tr/site/koronavirus> (Erişim Tarihi: 05.07.2020).
- <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (Erişim Tarihi: 05.07.2020).
- https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200602-covid-19-sitrep-134.pdf?sfvrsn=cc95e5d5_2 (Erişim Tarihi: 01.07.2020).
- İlgin, H.Ö. ve Uruç, H. (2018). Destinasyon İmajı Araştırmaları Perspektifinden Marmara Ereğlisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2, 2-15.

- İbiş, S. (2020) Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.
- Kiper, V. O., Saraç, Ö., Çolak, O. ve Batman, O. (2020). Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 527-551
- Lau, J. T., Griffiths, S., Choi, K. C. and Tsui, H. Y. (2010). Avoidance Behaviors and Negative Psychological Responses in the General Population in the Initial Stage of the H1N1 Pandemic in Hong Kong. *BMC Infectious Diseases*, 10(1), 139.
- McKinsey and Company (2020). "Consumer Sentiment Evolves as the Next "Normal" Approaches" <https://www.mckinsey.com/businessfunctions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19> (Erişim: 04.08.2020).
- Özkaya, F. D. ve Oğan Y. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Hijyen-Sanitasyon; Artvin Çoruh Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Artvin Sempozyumu* 18-20 Ekim 2018.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley, and Sons.
- Şanlı, S. C., Erdem, A. ve Unur, K. (2020). Koronavirüs Salgınının Tatile Çıkma Niyeti Üzerine Etkisi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1671-1688.
- Şen, M. A. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'deki Yemek Firmalarında Oluşturduğu Etkinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1), 89-100.
- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M. and Drury, J. (2020). Using Social and Behavioural Science to Support COVID-19 Pandemic Response, *Nature Human Behaviour*, 4, 460-471.
- Wachyuni, S. S. and Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 3(4), 67-76.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S. and Liu, F. (2020). COVID-19: Potential Effects on Chinese Citizens' Lifestyle and Travel. *Tourism Review*. DOI: 10.1108/TR-03-2020-0110.
- Wen, Z., Huimin, G. and Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38.
- Wilson, M.E. and Chen, L. H. (2020). Travellers Give Wings to Novel Coronavirus (2019-nCoV). *Journal of Travel Medicine*, 27(2), 1-3.
- Witte, K., and Allen, M. (2000), "A Meta-Analysis of Fear Appeals: Implications for Effective Public Health Campaigns". *Health Education & Behavior*, 27(5), 591-615.
- Wu, L., Zhang, J. and Fujiwara, A. (2011). Representing Tourists' Heterogeneous Choices of Destination and Travel Party with an Integrated Latent Class and Nested Logit Model. *Tourism Management*, 32(6), 1407-1413.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye İç Turizmüne Yansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 355-368.

Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A. and Lu, L. (2014). Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta Analysis. *Tourism Management*, 40, 213-223.