



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Covid-19 Dönemi Öncesi ve Sonrası Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklentilerin İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Hatay, e-posta: gamze.eryilmaz@iste.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0588-8021>

Meltem KAYA, Yüksek Lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay, e-posta: meltemkayab@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3752-6914>

Öz

Bu çalışma, Covid-19 salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki/etkilerine dikkat çekmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmada, Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası destinasyon beklentilerinde ne tür değişimler olduğu incelenerek, bahsi geçen değişimin beklentiler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Amacı karşılayabilmek üzere sekiz araştırma sorusu geliştirilmiştir. İskenderun Teknik Üniversitesi etik kurulu onayından geçen araştırma soruları ve demografik bilgilerin yer aldığı veri toplama formu ile turizm alanında uzman olan (4) ve olmayan katılımcılardan (6) araştırma verileri toplanmıştır. İlgili veriler 1 - 15 Haziran 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda Covid-19 dönemi öncesi (konaklama, yeme-içme alanları, ulaşım ve genel destinasyona yönelik) beklentiler özellikle hijyen konusunda bireysel alanlar için ön plandadır. Ancak Covid-19 sonrası artık toplu kullanılan her alan için hijyen ve dezenfektan kuralları ve kullanımına dikkat edilmesi beklenmektedir. Ayrıca katılımcılar Covid-19 dönemi öncesi daha çok konaklamak için otellerde kalmayı tercih ederken, Covid-19 dönemi sonrası bireysel tatil yapılabilecek kiralık ev veya kiralık villaları tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Araştırma bulgularından hareketle Covid-19 ile beraber bireylerin destinasyonlara yönelik beklenti ve tercihlerinde değişimler söz konusudur. Bu değişimler sebebiyle turizm destinasyonlarının, turist beklentilerini yeniden değerlendirerek, tekrardan yapılanmaya gideceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Koronavirüs, Turizm Destinasyonu, Beklenti.

Makale Gönderme Tarihi: 15.08.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.01.2021

Önerilen Atıf:

Eryılmaz, G. ve Kaya, M. (2021). Covid-19 Dönemi Öncesi ve Sonrası Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklentilerin İncelenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1): 17-36.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2021, 4(1): 17-36. DOI:[10.26677/TR1010.2021.638](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.638)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Analysis of Expectations for Tourism Destinations Before and After Covid-19 Period

Assistant Prof. Dr. Gamze ERYILMAZ, İskenderun Technical University, Faculty of Tourism, Hatay, e-mail: gamze.eryilmaz@iste.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0588-8021>

Meltem KAYA, MSc. Student, İskenderun Technical University, Social Sciences Institute, Hatay, e-mail: meltemkayab@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3752-6914>

Abstract

This study was conducted to raise awareness of the potential impact of the Covid-19 outbreak on tourism destinations. In this context, the study examined the changes in target expectations before and after the Covid-19 period and examined the impact of this change on expectations. Eight research questions were designed to serve the purpose. Research data was collected from participants (6) who were experts in the field of tourism (4) and from participants who were not (6) with the data collection form including the research questions and demographic information approved by the Ethics Committee of Iskenderun Technical University. Relevant data was collected between June 1st and 15th, 2020. The data were subjected to a content analysis. As a result of the analysis, the expectations before the Covid-19 period (for accommodation, eating and drinking areas, transport and general destinations) for individual areas are in the foreground, especially with regard to hygiene. However, post Covid-19, it is expected that the hygiene and disinfection regulations and uses for each area that is shared will be considered. In addition, the participants stated that they prefer to stay in hotels before the Covid-19 period, but prefer rental houses or rental villas for individual vacations after the Covid-19 period. Based on the research, there are changes in people's expectations and preferences towards goals with Covid-19. Because of these changes, it is believed that a reassessment of tourist expectations will restore tourism destinations.

Keywords: Covid-19, Coronavirus, Tourism Destination, Expectation.

Received: 15.08.2020

Accepted: 02.01.2021

Suggested Citation:

Eryılmaz, G. and Kaya, M. (2021). Analysis of Expectations for Tourism Destinations Before and After Covid-19 Period, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(1): 17-36.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

“Yeni koronavirüs (Covid-19)” Çin Halk Cumhuriyeti, Hubei Eyaleti Vuhan şehri deniz ürünleri pazarı çalışanlarında 31 Aralık 2019 tarihinde ortaya çıktığı bilinen bir salgın hastalıktır. Küresel olarak, 13 Ağustos 2020, 15:41 CEST itibari ile, DSÖ'ye 744.385 ölüm dahil olmak üzere 20.439.814 doğrulanmış COVID-19 vakası bildirilmiştir. DSÖ Bölgesine göre duruma bakıldığında, Amerika'da 10950220, Avrupa'da 3668652, Güneydoğu Asya'da 2830404, Doğu Akdeniz'de 1683511, Afrika'da 916644, Batı Pasifik'te ise 389642 rakamlarına ulaşılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün resmî web sitesinde bulunan ve birden fazla dile çevrilmiş olan Koronavirüsler ile ilgili tanımlama ve mevcut bilgiler doğrultusunda T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü tarafından 10 Ocak 2020 tarihinde Koronavirüsler Raporu ve T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından 21 Şubat 2020 tarihinde yayımlanmış olan Covid-19 Rehberi'nde Çin kaynaklı olduğu görülen yeni virüs ile ilgili şu bilgilerin yer aldığı görülmektedir (WHO, 2020a).

“ Coronavirus'ler (CoV), soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV) ve Ağır Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome, SARS-CoV) gibi daha ciddi hastalıklara kadar çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. Yeni korona virüs, daha önce insanlarda tanımlanmamıştır. Bu yeni virüs, soğuk algınlığı, SARS ve MERS gibi virüsleri de içeren bir virüs ailesi olan korona virüs olup geçici olarak “2019-nCoV.” olarak adlandırılmıştır. 12 Şubat 2020 itibariyle COVID-19 olarak güncellenmiştir. Coronavirus'lar zoonotik olup, hayvanlardan bulaşarak insanlarda hastalık yapabilir. Detaylı araştırmalar sonucunda, SARS-CoV'un misk kedilerinden, MERS-CoV'un ise tek hörgüçlü develerden insanlara bulaştığı ortaya çıkmıştır.”

Meydana çıktığı günden itibaren Dünya çapında gündem olan yeni korona virüs ile alakalı başta sağlık alanı olmak üzere birçok alanda bilimsel çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar genel olarak, virüsün tanımı, vaka sayıları, yayılma alanları ve korunma yolları ile alakalı bilgileri kapsamaktadır (WHO, 2020b). Korona virüs ile ilgili Dünya Turizm Örgütü ile Dünya Sağlık Örgütü, resmî web sayfalarında 31 Aralık 2019 ile 10 Mart 2020 tarihlerinde yayınlanmış olan raporlar, yapılmış olan uyarılar doküman analizi yöntemi ile incelenmiş ve uluslararası kapsamda tehdit arz eden ölümcül virüse yönelik küresel çapta alınan önlemler sıralanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü, korona virüs ile ilgili yeni ve güncel bilgileri (onaylanmış vaka sayıları, virüs kaynaklı ölümler, virüsün tespit edildiği ülkeler vb.) 21 Ocak 2020 tarihinden günümüze kadar (günümüzde hala devam etmektedir) gün ve günlük olarak “Durum Raporu” başlığında web sitesinde yayınlayıp dünya kamuoyuna bu gelişmeler ile alakalı sürekli bilgi vermektedir (WHO, 2020b). Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan açıklamalara bakıldığında, durum turizm sektörü açısından her ne kadar önemli ve vahim bir durum olmuş olsa da önceliğin kesinlikle toplum ve insan sağlığı olduğu ciddi bir şekilde önemle belirtilmektedir. Turizm endüstrisinin bireyleri ve refahlarını baz alarak turizm endüstrisinin benimsemiş olduğu hassasiyet ve iş birliğinin söz konusu salgının durdurulması ya da yok olması hususunda hayati bir öneme sahip olacağı Dünya Turizm Örgütü tarafından ısrarla vurgulanmaktadır (WHO, 2020b). Virüsün yayılma hızı göz önünde bulundurulduğunda, uluslararası kapsamda turizm endüstrisini etkileyeceği kaçınılmaz bir sonudur. Bununla beraber turizm endüstrisinde bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu salgın sebebiyle daha fazla etkileneceği tahmin edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü dokümanlarından hareketle (WHO, 2020b) salgının uzun vadede son bulmayacağını ve genel olarak dünya turizmini olumsuz yönde etkileyeceğini söylemek mümkündür. Bu çalışmada da odaklanıldığı üzere turizm destinasyonlarının da bu etkiden önemli dereceden payını alan bir turizm ürünü olduğu söylenebilir.

Bu çalışma, korona virüs salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki /etkilerine dikkat çekmek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çünkü yaşanan salgın sürecinin bireylerin beklentilerinde değişime neden olacağı/olduğu ön görülmektedir. Bu ön görüden hareketle çalışma kapsamında, Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası destinasyon beklentilerinde ne tür değişimler olduğu incelenmek istenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm Destinasyonu

Destinasyon tanımlaması oldukça zor bir kavram olmakla beraber sınırlarını belirlemek de aynı zorluk derecesine sahiptir. Bu sayede birden fazla yaklaşım benimsenerek birden fazla tanımlama yapmak da mümkündür. Destinasyon sözcüğünü coğrafi açıdan tanımlamak gerekirse, birbiri ile benzerlik gösteren yeryüzü parçalarının; bitki örtüsü, jeolojik yapısı, hayvan, toprak, iklim ve bir kısmı insanlar tarafından şekillendirilen bir çeşit alan ya da arazi olarak tanımlanmaktadır (Friedmann ve Weaver, 1980: 31). Bir başka çalışmada ise destinasyon, amacı seyahat etmek olan bir grubun ihtiyaçlarını karşıladıkları yer olarak ifade edilmiştir (Gunn, 1994: 27). Bahar ve Kozak (2012: 35) destinasyon kavramını, birbirinden farklı olmayan kültür, doğa ve iklim şartlarına sahip hem doğal hem de kültürel açıdan zenginlikleri olan, beslenme, konaklama, ulaşım ve iletişim gibi imkanlara sahip, birçok kamusal hizmetin sunulduğu turizm çekiciliği bulunan coğrafi bir alan olarak tanımlamaktadır.

Cooper ve Hall (2008: 112) ise destinasyon ile ilgili tanımlamaları birleştirmiş olup; yerleşim yeri ya da konum, yer duygusu ve yerel yer olarak üç farklı destinasyon yaklaşımının olduğunu belirtmiştir. Yerleşim yeri ya da konum olarak ifade edilen yaklaşım biçimi, yeryüzü üzerinde sınırları kesin olan toprak parçası; yerel yer olarak ifade edilen yaklaşım, bireylerin gündelik yaşamlarının ve sosyal bağlarının olduğu yer; yer duygusu yaklaşımı ise ziyaret eden bireylerin duygularına hitap eden, aynı zamanda destinasyonun farklılığını gözler önüne seren özellikler şeklinde tanımlanmıştır. Buna bağlı olarak destinasyon kavramının, bu üç unsur üzerinde şekillendiği söylenebilir. Netice itibariyle genel bir perspektifle ele alındığında, bir konumun ya da bulunulan bölgenin turistik açıdan bir destinasyon olabilmesi ve talep edilebilmesi için ciddi anlamda turistik çekiciliklerinin olması en temel şart olmaktadır. Söz konusu bu çekiciliklerin yanında destinasyonu bir takım rekreasyonel faaliyetler, konaklama, eğlence ve beslenme gibi unsurlara sahip, turistler tarafından sık bir şekilde ziyaret edilen, ekonomik, fiziksel ve kültürel özelliklere sahip yer olarak ifade etmek mümkündür.

Destinasyonun Bileşenleri

Dünya Turizm Örgütü'ne göre destinasyon bileşenleri; ulaşılabilirlik, imaj ve özellik/nitelik, çekicilikler, insan kaynakları, kamu/özel sektör tesisleri ve fiyat olarak tanımlanmaktadır (DTÖ, 2007: 1). Burkart ve Medlik (1992: 46) ise, destinasyon bileşenlerini üç grupta toplamışlardır. Bunlar, olanaklar, çekicilikler ve ulaşılabilirliktir. Yine buna benzer bir kategorize etme şeklinin de Buhalis tarafından yapıldığı görülmektedir. Buhalis (2000: 98), etkinlikler, çekicilikler, ulaşılabilirlik, uygun paketler, olanaklar ve diğer hizmetler olarak toplamda altı bileşen üzerinde durmaktadır. Tablo 1'de yer verildiği üzere (Buhalis, 2000), her bileşen, kendine has kombinasyona sahiptir. Dolayısıyla bu kombinasyon destinasyon tanımlanmasında da kullanılmaktadır.

Tablo 1. Destinasyon Bileşenleri ve Özellikleri

Bileşen	Özellikleri
Etkinlikler	Destinasyon alanındaki tüm etkinlikler ve turistlerin ziyaretleri esnasında yapmak istedikleri her şey
Çekicilikler	Özel faaliyetlerin çekicilikleri, doğal ve yapay şekilde ifade edilen çekicilikler, destinasyon alanının sahip olduğu tarihi ve kültürel miras çekiciliği
Ulaşılabilirlik	Tüm ulaşım araçlarını, yolları, otoparkları içine alan ulaşım sistemi ve fiyat faktörü, zaman faktörü, güvenlik ve emniyet açısından uygunluğu
Uygun paketler	Genellikle aracı kitlelere hitap eden turistik ürünler
Olanaklar	Konaklama tesisleri, yiyecek içecek tesisleri ve diğer turistik hizmetler
Diğer hizmetler	Turistlerin kullandığı turizm çekicilikleri dışındaki alanlar (bankalar, gazete bayileri, hastaneler vb.) olarak faaliyet veren diğer hizmet alanları

Kaynak: Buhalis, 2000

Ritchie ve Crouch'un (2003: 111) ise destinasyon bileşenlerini yedi başlık şeklinde ele aldıkları görülmektedir. Bu bileşenler, (1) doğal iklim ve çevre, (2) gelenekler, el sanatları, dil, gastronomi gibi kültürleri ve geçmiş zamanı, (3) eğlence, dinlenme vb. turistik etkinlikler, (4) dünya genelinde yapılan fuarlar, olimpiyatlar, kongreler ve festivaller gibi özel faaliyetler, (5) konaklama, yeme-içme, kültür, ulaşım ve eğlence amaçlı turistik etkinlikler, (6) konjonktürel (güncel) pazar yönelimleri, (7) kültürel anlamda yapılan kutlamalar, spor müsabakaları, temelinde eğitim ve bilim olan kongreler, iş ve ticari açıdan gerçekleştirilen fuarlar, özel etkinlikler ve benzeri eğlence imkânlarıdır.

Çekicilikler, turizm destinasyonlarının önem arz eden bileşenlerindedir. Literatürde de ayrı bir şekilde sınıflandırılabilir. Gunn (1979), çekicilikleri iki sınıfa ayırmıştır. Bunlar, tur yaratan çekicilikler ve kalış süresi yaratan çekiciliklerdir. Tur yaratan çekiciliklere örnek olarak, yol üzerinde manzarası güzel alanlar, önem arz eden doğa alanlar, çeşitli kamp alanları, deniz-göl-nehir tur alanları, akraba-arkadaş evleri, özgün-tarihi yapılar, dini ve kültürel alanlar, yeme-içme ve eğlence alanları gösterilmiştir. Diğer bir unsur olan kalış süresi yaratan çekiciliklere ise; çeşitli spor alanları (av, su vb.), resortlar ve kamp alanları, festivaller, toplantı ve kongre alanları, kumar merkezleri, spor kompleksleri ve salonları, ticaret-bilim teknoloji merkezleri ve temalı park alanlarını örnek olarak verildiği görülmektedir (Gunn, 1979: 55).

Destinasyon Türleri

Coğrafi boyutuna ve niteliğine göre farklı şekillerde sınıflandırılan destinasyonlar, büyüklüğüne göre kategorize edildiğinde yerel, bölgesel, özel merkez, kıta ve ülke olarak ayrılmaktadır. Yerel alan olarak tabir edilen turistik destinasyonlar, turistik anlamda alt ve üst yapı kaynakları sayesinde turistik ürünlere sahip olan, turistik alanda hizmet sunan, turistlerce günü birlik ziyaret edilen veya minimum bir gece konaklama yapılan alanlardır, yerel destinasyon, yerel halkında içinde bulunduğu bir ağ şeklinde devasa bir destinasyonun dilimi de olabilmektedir (DTÖ, 2007: 1). Bölgesel bazda destinasyon alanlarını ise belirlemek oldukça zordur. Bölge, birkaç şehirden oluşan yöreler ya da bir kent veya birkaç farklı kıtadan meydana gelen kara parçaları olarak tanımlanabilir (Var vd., 2002: 101). Özel merkezler grubu ise (Disneyland, 2013 senesinde

İstanbul Haliç'te açılan Vialand vb. eğlence parkları gibi) doğrudan eğlence odaklı özel alanları içerisinde barındıran destinasyon türleridir.

Buhalis, destinasyonları çekicilik özelliklerini baz alarak altı grupta değerlendirmektedir. Bunlar; şehir, dağ, kırsal, sahil, otantik, benzersiz/egzotik ve seçkin (genellikle özel ilgi destinasyonları) destinasyonlardır (Buhalis, 2000: 101). Destinasyonları Halloway (1994: 6-7) ise, şehir ve kasaba, yazlık, kırsal alan olarak kategorize etmektedir. Bununla beraber destinasyon türlerini, bireylerin seyahat etmelerini sağlayan; coğrafi koşullar, iklim, kalış süresi, uzaklık gibi etkenlere göre kategorize etmek de mümkün olmaktadır. Eğitim-kültür-tatil-iş- din vb. sebeplerle seyahat eden bireylerin destinasyon seçimleri, bu faktörlere göre değişkenlik göstermektedir.

Destinasyonların çeşitli kriterler göz önünde alınarak farklı şekillerde sınıflandırılması söz konusu olduğunda dikkate alınması gereken bir diğer sınıflandırma, Page'in destinasyon tipolojisidir (Page, 1995:1). Bu tipolojiye göre aşağıdaki gibi bir sınıflandırmadan söz edilebilir. Başkentler (Londra, Paris, New York) ve kültürel başkentler (Roma), Metropolitan merkezler ve duvarlarla örülü (York) ve küçük kale kentler, Büyük tarihi kentler (Venedik, Oxford), İç kent alanları (Manchester), Canlandırılmış deniz kıyısı alanları (Sydney Darling Harbour), Endüstriyel kentler (Chicago, Detroit), Deniz kıyısı resortları (Antalya) ve kış sporu resortları (Uludağ, Bolu, Kartalkaya), Özel olarak yaratılan turist resortları (WOW Otelleri), Turist eğlence merkezleri (Disneyland, Las Vegas), Kültürel sanat şehirleri (Floransa), Termal merkezler (Spa'lar) şeklinde bir sınıflandırma mevcuttur.

Destinasyonun Özellikleri

Destinasyon bir "ürün" olarak değerlendirildiğinde veya bir "yer" olarak ele alındığında kendi içinde bulunduğu konuma göre özellikler içermektedir. Ashworth ve Voogd (1990: 7-9) destinasyon özelliklerini tanımlarken destinasyon kavramını bir ürün olarak değerlendirmişlerdir. Bu yaklaşıma göre, destinasyonda bulunan bir ürünün doğrudan ya da dolaylı olarak turizm ile alakalı olup olmadığını saptamak epey zordur (Örneğin; tarihi bir destinasyon alanının orada bulunan turistik ürünler ile diğer çekiciliklerin birbirinden ayrılmasının zor olması gibi). Bu kapsamda destinasyonu bir bütün olarak ele almak gerekir. Çünkü turistik ürün bir bütündür. Destinasyondaki ürün, üretici kısımdan ziyade tüketici kısım yardımıyla bir araya getirilen deneyim ve hizmetlerden oluşmaktadır. Destinasyon genel olarak tek bir bileşenden oluşmaktadır. Fakat bu bileşen, bulunduğu konuma göre destinasyonu hem pazarlayan hem yöneten hem de tüketen gruplara göre değişiklik göstermektedir (Aynı destinasyonu birbirinden farklı araçların farklı ürünler ile pazarlaması; destinasyon yönetiminde bulunan bireylerin de destinasyonu ulusal, bölgesel ve yerel olarak ele alması gibi). Destinasyon bir ürün olarak ele alındığında çoklu satışa uygundur. Birbirinden ayrı gruplara farklı araçlarla farklı türde pazarlanabilmektedir.

Destinasyonunun, bir yer olarak nitelenmesi söz konusu olduğunda da içermesi gereken bazı özellikler söz konusudur (Usta, 2008: 224). Öncelikle destinasyon bir "yer" olarak doğal ve kültürel anlamda bazı turistik çekicilikleri içermelidir. "Yer" turistlerin meslek, yaş, eğitim gibi kişisel özelliklerine hitap etmelidir. Ancak "yer" olarak konumlanan destinasyonun, turizm faktörünün gelişimi yönünden çevresinden kendini soyutlamış bir arazi olmaması gerektiğini belirtmekte yarar vardır. Çevredekiler ile fiziksel anlamda bir alışverişte söz konusu olmalıdır. Belli başlı merkezi alanlara yakın olsa da "yer" in kendine has özelliği ile bir ayrıcalığının olması önemlidir. Bu nedenle, bir "yer" in turizm destinasyonu olarak gelişimi söz konusu ise kendine has yapısı dikkate alınmalıdır. Bu özellikler ile birlikte sahip olduğu tarihi yapısı ve mimarisıyla anlam kazanan "yer" ler zaman ve yaş özelliğine sahip olmalıdır. Bu tür yerler hem yerleşim yeri hem de insan yapımı olması sebebiyle daha çekici olabilmektedir. Aynı zamanda özel ilgi turizmi

çeşitlerine olan talep doğrultusunda ortaya çıkan yeni yerler, eski yerlere göre daha çok turizm etkinliklerine sahip olmalıdır. “Yer”in gelişimi ve sürdürülebilirliği esas alındığı için bu tür yerler korunaklı ve yeni yapılanmalara elverişli yerler olmalıdır. “Yer”lerin adları hem çekici hem de hayal gücünün harekete geçmesinde etkili olmalıdır. Bu sebepten dolayıdır ki, adsız arazi ve bölgeler yönlendirilmekten bir hayli uzaktır. “Yer”lerin kültürel anlamdaki belirleyicileri ne kadar benzerlik gösterirse gösterebilir, kendilerine has geçmişten günümüze sahip olduğu değerler vardır. “Yer” ve bulunduğu çevresi, yalnızca sahip oldukları imkanlar doğrultusunda turizm kaynağı olamamaktadır. Kaynak özelliği kazanabilmeleri için, belli başlı turizm ihtiyaçlarına cevap niteliği kazanmalıdır. “Yer” ve insan ilişkisi sosyal boyuttur. Bir diğer ifadeyle “yer” arkadaşlık, aile, yalnızlık ve aşk gibi farklı sosyal öğeler aynı alana farklı boyutta anlamlar yükleyebilmelidir. Tüm bu özelliklere ek olarak; ulaşımın, erişimin ve gidilen destinasyonda bir toplumun olması önemlidir. Aynı zamanda destinasyonun turizm çekiciliklerinin pazar ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve ulaşım olanaklarının teşvik edici unsur olarak sunulması gerekmektedir (Gunn, 1994: 27-28).

Covid-19’un Turizme Etkisi ile Alakalı Literatür

Turizm bilindiği üzere çok hassas bir sektördür. Savaş ve doğal afetler, terör, siyasal, ekonomik ve politik dengelerin bozulmasından, hükümette yaşanan bunalımlar gibi durumlardan çok çabuk etkilenmesi bu hassaslığın en iyi örneklerindedir (Durgun ve Yıldız, 2010; Bahar ve Balmumcu, 2010). Turizm destinasyonlarının özellikle mikro ve makro çevresinde meydana gelen olumsuz durumlar genellikle az sayıda ziyaretçi ile sonuçlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle insan sağlığı ya da güvenliği (bu hastalık ya da terörizm benzeri durumlar) ile alakalı küçük bir risk unsuru, söz konusu turistik destinasyonun tercih edilmemesi için yeterli bir sebep olmaktadır (Lee ve Chen, 2011).

Özellikle son zamanlarda meydana gelen bazı terör olaylarının, doğal afetler ve salgın hastalıkların bulunduğu bölgenin turizm hareketlerinde olumsuz etkiler yarattığı bilinmektedir (Bahar ve Kozak 2008). Bu kapsamda alın yazın taraması yapıldığında hem salgın hastalıkların hem de mali krizlerin turizm sektöründe yol açtığı bazı etkilerden söz etmek mümkündür (Stylidis ve Terzidoğu, 2014; Kuo vd, 2008; Okumuş vd., 2003). Covid-19’unda bu etkiyi yaratan yeni bir süreç olduğu göz önüne alındığında Aralık 2019’dan itibaren görülen bu salgının, güncel olarak turizm üzerindeki etkisini farklı yönleriyle ele alan pek çok çalışmadan söz edilebilir. Bahsi geçen etkiyi inceleyen çalışmalar takip eden kısımda örneklendirilmiştir.

Eryılmaz (2020), ‘Türkiye’de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tıp Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri’ adlı çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren otellerin mevcut durumunu ve Koroavirüs salgını esnasında ve sonrasında Turizm Bakanlığı’nın tedbirleri doğrultusunda uyguladıkları sistemini aktarmayı ve Türkiye’de faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası zincir otellerin web sayfalarında Covid-19 ile ilgili yaptıkları bilgilendirmeleri analiz etmeyi amaçlamıştır. İlk 10’da yer alan ulusal ve uluslararası zincir oteller araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışma sonucuna göre, uluslararası zincir otellerin müşterilerine, rezervasyonlarının akıbeti hakkında daha fazla yardımcı oldukları, hijyen ve Covid-19 ile alakalı bilgilendirmelere daha sadık kaldıkları bilgisine ulaşılmıştır (Eryılmaz, 2020: 1).

Acar (2020), ‘Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi’ adlı çalışmasının amacı, salgının turizm faaliyetleri üzerindeki güncel ve gelecek dönemlerdeki muhtemel etkilerinin tespit edilmesidir. Dünya Sağlık Örgütü’ne (WHO) ait resmî web sitesinde sürekli güncellenen ve anlık olarak paylaşılan veriler ve talimatlar doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma sonucuna göre, yeni korona virüsün ülke ekonomilerinde etkileri uzun

süre hissedilebilecek türden zararlar oluşturacağı ve turizm sektörünün de bu zararlardan doğrudan olumsuz bir şekilde etkileneceği yönündedir.

Üstün (2020), 'Covid-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması' adlı çalışmada internet üzerinden doğruluk payı fazla olan haber kaynaklarına ve bilimsel literatüre dayalı olarak, Covid-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlemi etkileyen olumsuzluklarını inceleyen ve değerlendiren bir içeriğe yer verilmiştir.

Bahar ve Çelik'in (2020), 'Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri' adlı çalışması, Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkilerini kavramsal olarak ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle daha önce yaşanmış olan krizlerin turizme etkileri üzerinde durulmuştur ve ekonomik verilerle Covid-19 virüsünün turizme yönelik olası etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında kontrollü ve sağlıklı turizm kavramı ortaya konmaktadır. Çalışma sonucuna göre, salgının yol açacağı talep şoklarının turizm sektöründe istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Alanyazında yer alan çalışmaların genel itibarıyla Covid-19'un olası etkilerine odaklandığı ve bunun önüne geçilebilmesine yönelik alınan önlemler üzerinde durduğu görülmektedir. Çalışmaların daha çok doküman incelemesi ve kavramsal bir değerlendirmeye gitmesi ile salgının bir inceleme konusu olarak ele alındığı söylenebilir. Bu çalışmada Covid-19'un yarattığı etkiden hareketle, bireylerin beklentilerindeki değişim incelenmek istenmiştir. Dolayısıyla çalışmanın bu yönüyle farklılaştığı söylenebilir. Bu bağlamda sonraki çalışmalara yol göstereceği ve turizm hizmeti veren işletmecilere farklı bir bakış açısı kazandıracığı öngörüsü ile bu çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Tanımlayıcı türde tasarlanan araştırmanın temel amacı, salgının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki/etkilerine dikkat çekmektir. Genellikle tanımlayıcı araştırmalar, bireylerin, grupların, durumların, olayların özelliklerini ve boyutlarını tanımlamak, "Ne?" sorusuna cevap aramak, araştırma sorunsalları hakkında yeterince bilgi sahibi olmak amacıyla kullanılan araştırma yaklaşımlarıdır. Bu tür tasarıma sahip araştırmalarda kalitatif (niteliksel) araştırma yöntemleri tercih edilebilmekle birlikte, örneklemden açık uçlu soru formu veya mülakat tekniği ile elde edilen verilerin içerik analiziyle değerlendirilip yorumlanması sonucu, araştırma raporları tanımlayıcı bir nitelik kazanabilmektedir (Yener, 2018: 106).

Nitel veri toplanarak gerçekleştirilen araştırmalarda amaç genel itibarıyla araştırma bulgularını evrene genellemek değil, konunun derinliğine inmektir (Başkale, 2016). Bu sebeple konuyu detaylandırmak adına hem alanında uzman lisansüstü düzeyde katılımcıdan, hem de alanında uzman olmayan ancak tatil tercihleri olabilecek ve turizm destinasyonuna turizmci penceresinden bakmayan katılımcılardan veri toplanmıştır. İki katılımcı çeşidinin bakış açılarının farklı olabileceği ve beklentilerdeki olası değişimleri daha iyi çeşitlendirmek adına çalışmada bu tür bir yaklaşım izlenmiştir. Bu tür çalışmalarda bir veya iki örneklemin (bireyler, gruplar da olabilir) de konun detaylandırılması için yeterli olabileceği (Onwuegbuzie, 2007; Collins, 2006) belirtilmektedir. Aynı zamanda temel bilgi görüşmeleri gibi görüşmeler için en az 5 kişinin örneklem büyüklüğü için de yeterli olabileceği önerilmektedir (Başkale, 2016). İlgili önermeler dikkate alınarak bu çalışmada iki farklı örneklem grubundan olmak üzere toplamda 10 katılımcıdan veri toplanmıştır. Veriler İskenderun Teknik Üniversitesi etik kurulu onayından geçen araştırma soruları ve demografik bilgilerin yer aldığı veri toplama formu ile toplanmıştır. Bu bağlamda ilgili veriler İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda lisansüstü eğitim gören 4 öğrenci ve İskenderun Teknik

Üniversitesi'nde görev yapan 6 kamu çalışanından 1-15 Haziran 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcılara Covid-19 ile ilgili aşağıdaki sorulara cevap vermeleri istenmiştir:

1. Covid-19 öncesi konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?
2. Covid-19 sonrası konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?
3. Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerinden beklentileriniz nelerdir?
4. Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerinden beklentileriniz nelerdir?
5. Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileriniz nelerdir?
6. Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileriniz nelerdir?
7. Covid-19 öncesi tercih edeceğiniz konaklama türü nedir?
8. Covid-19 sonrası tercih edeceğiniz konaklama türü nedir?

Genel olarak çalışmanın amacına fayda sağlayabilecek bir kitleden veri toplama süreci gerçekleştirildiği için araştırma güvenilirliğinin de bu sayede sağlandığı ifade edilebilir (Başkale, 2016). Analiz kısmına geçildiğinde, katılımcıların yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar içerik analizi yönteminden faydalanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi, sözlü ya da yazılı bir biçimde elde edilen verilerin bütünlüğü bozmayacak bir biçimde sistematik olarak kodlanması ve alt temalara indirgenerek sayısallaştırılması ve kavramsallaştırılması ile beraber düzenli bir biçimde toplanarak kategorize edilme sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Yapılan içerik analizi sonucunda katılan bireylerin verdiği yanıtlar tek tek değerlendirmeye alınarak birbiri ile benzer-yakın ifadeler bir kod altında toplanmıştır. Ardından belirlenen kodlar ise frekansları baz alınıp boyutlandırılarak kategorize edilmiştir. İlgili detayları analiz ve bulgular bölümünde sunulmaktadır.

ANALİZ ve BULGULAR

Katılımcılar ile ilgili demografik bilgiler, Tablo 2'de sunulmaktadır. Tablo incelendiği zaman, katılımcıların %50'sini kadın, %50'sini ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu 30-40 (%60) yaş Kamu Çalışanları ve 20-25 (%40) yaş Lisansüstü öğrenciler oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim programları incelendiğinde ise %40'sinin yüksek lisans programında yer aldıkları, %60'sinin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

	Frekans	%
Cinsiyet		
Kadın	5	%50
Erkek	5	%50
Yaş		
20-25 yaş arası	4	%40
30-40 yaş arası	6	%60
Kategori		
Lisansüstü	4	%40
Kamu Çalışanı	6	%60

Verileri analiz etmek için faydalanılan içerik analizi süreci 3 adımda gerçekleştirilmiştir. İlk etapta, çalışma sorularına verilen yanıtlar ve demografik özellikler kelime havuzunda (Genel Katılımcı İfadeleri) toplanmıştır. İkinci etapta ise kelime havuzunda yer alan kelime ve kelime

grupları frekanslarına göre kodlanarak tablolar oluşturulmuştur. Anlamli bütünlerin oluşturulduğu esnada dikkat edilen unsurlar aşağıdaki gibidir;

- Soruların yanıtlarında aynı katılımcının tekrar eden yanıtları karışıklığı önlemek için yalnızca 1 defa kayıt edilmiştir.
- Kullanılan eş anlamlı kelimeler ortak kelime grupları içerisinde değerlendirilmiştir (Örn: Güvenilir olması- Güvenli olması vb.)
- Yanıtlarda yer alan söz yazım ve imla hataları araştırmacılar tarafından düzeltilerek ilgili tablolarda ifade edilmiştir.

‘Covid-19 dönemi öncesi konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?’ sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda 9 ifade (kod) tespit edilmiştir. İlgili katılımcı ifadeleri Tablo 3’te yer almaktadır. Tablo 3 kodların hangi katılımcı tarafından kaç kez tekrarlandığına yönelik detaylar ile birlikte sunulmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Covid-19 Öncesi Konaklama İşletmelerine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının temiz olması	X	X	X	X	X	X	X	X	X		9
2. Fiyatının uygun olması	X		X			X					3
3. Hızlı hizmet sunumu	X										1
4. Müşteri ilişkilerinin birebir ve yüz yüze olması	X										1
5. Konforlu olması			X				X	X		X	4
6. Güvenilir olması			X							X	2
7. Otelde sunulan yemek hizmetinin tüm misafirlere hitap etmesi				X							1
8. Geliri düşük aileler için uygun fiyatlı tatiller					X						1
9. Aktivitelerin olması						X					1
Σ	4	1	4	2	2	3	2	2	1	2	23
%	17	4	17	9	9	13	9	9	4	9	100

Tablo 3 incelendiğinde belirlenen ifadelerin potansiyel turistlerin (müşterilerin) bir işletmeden beklediği temel hizmet unsurlarını yansıttığı söylenebilir. Tablo 3’te en fazla karşılaşılan 1. ifade ‘Otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının temiz olması’ ifadesidir. 9 katılımcı benzer cevabı vermiştir. Ardından 5. ifade olan ‘Konforlu olması’ ifadesi 4 katılımcı tarafından belirtilmiş olup 2. ifade olan ‘Fiyatının uygun olması’ unsuru 3 katılımcı tarafından belirtilerek 5. ifadeyi takip etmektedir. Ancak frekansı az olan “Güvenilir olması” ile beklenti ifadesini de dikkat çekmekte yarar vardır. Bireylerin diğer beklentilerinin oluşabilmesi için güvenilir bir yere gittiğini bilerek gitmesi önemlidir. Dolayısıyla oluşan beklentilerin gidilmesi planlanan yerin güvenli olma olasılığına dayanarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bir diğer ifadeyle frekansı az veya çok olan her bir beklentinin “güvenilir olması” esasına dayanarak oluştuğu bir ön kabul olarak tanımlanabilir.

‘Covid-19 sonrası konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?’ sorusuna verilen yanıtlar Tablo 4’te sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Covid-19 Sonrası Konaklama İşletmelerine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Hijyenik olması	X										1
2. Hizmetin niteliği	X										1
3. Müşteri ilişkilerinde sosyal mesafe için teknoloji kullanımı	X										1
4. Hijyen kuralı ihlali yapan misafirlerin uyarılması		X									1
5. Misafir giriş ve çıkışlarında otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının ekstra dezenfekte edilmesi		X	X	X	X	X		X		X	7
6. Konaklama işletmelerinde yönetimin ekstra hijyen tedbirleri			X		X	X		X		X	5
7. Konaklama işletmesindeki yabancı turist sayısı bilgisi			X								1
8. Konaklama işletmesindeki misafirlerin ülke bilgileri			X								1
9. Konaklama işletmesindeki misafir yoğunluğunu bilmek						X		X	X		3
10. Konaklama işletmesindeki çalışanların temiz ve titiz olması						X		X			2
11. Konaklama işletmesinin her şey dahil standardında olmaması							X				1
Σ	3	2	4	1	2	4	1	4	1	2	24
%	12	8	17	4	8	17	4	17	4	8	100

Tablo 4'e göre katılımcılar sırasıyla en fazla 'Misafir giriş ve çıkışlarında otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının ekstra dezenfekte edilmesi', 'Konaklama işletmelerinde yönetimin ekstra hijyen tedbirleri' ve 'Konaklama işletmesindeki misafir yoğunluğunu bilmek' yanıtlarını vermişlerdir. Ancak en az frekansa sahip olmalarına rağmen katılımcıların beklentilerinin değiştiğine dikkat çeken ifadelerin (konaklama işletmesindeki misafirlerin ülke bilgileri, konaklama işletmesindeki yabancı turist sayısını bilme isteği ve konaklama işletmesinin her şey dahil standardında olmaması gibi) varlığını da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu tür farklı ifadelerin kendini göstermesi beklenti ivmesinin yön değiştirdiğine işaret etmektedir. Pandemi sürecinde bireylerin temizlik ve hijyen konusunda ekstra tedbirli olmaları gibi yabancı uyruklu misafirler ile aynı yerde bulunma endişesi de bir hayli etkin olmalıdır ki verilen yanıtlarda karşılaşılmaktadır. Pandemi öncesi beklentiler ile pandemi sonrası beklentilerin çoğunun değişmesi gibi genel ifadelerde de önceliklerin değiştiğini söylemek oldukça mümkündür.

'Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri' sorusuna verilen yanıtlar Tablo 5'te sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 10 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Covid-19 Öncesi Ulaştırma Hizmetlerine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Ulaşım fiyatının uygun olması	X	X	X			X					4
2. Ulaşımında hızlı hizmet sunumu	X										1
3. Ulaşımın zamanında olması	X					X					2
4. Ulaşım esnasında ücretsiz ikram	X					X					2
5. Ulaşım aracının konforlu ve rahat olması		X	X		X		X	X	X	X	7
6. Ulaşımın güvenilir olması			X							X	2
7. Ulaşımında yolcu sayısının fazla olmaması				X							1
8. Ulaşım aracının temiz olması				X		X	X				3
8. Ulaşım araçlarının teknolojik olması					X						1
9. Ulaşım aracı çalışanlarının temiz olması							X	X			2
10. Ulaşım aracı çalışanlarının güler yüzlü ve ilgili olmaları							X				1
Σ	4	2	3	2	2	4	4	2	1	2	26
%	15	8	11	8	8	15	15	8	4	8	100

Tablo 5'e göre en fazla ortak yanıt olarak 'Ulaşım aracının konforlu ve rahat olması' ifadesine rastlanılmaktadır. Ulaşım fiyatının uygun olması ve ulaşım aracının temiz olmasına yönelik ifadeler de yine frekansı yüksek diğer ifadeler olarak tanımlanabilir. Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentilerin arasında rahatlık ve konfor diğer ifadelerle göre ön plandadır. Ardından ise ulaşım fiyatının uygun olması ifadesi yanıt olarak verilmiştir. Ulaşım aracı çalışanlarının temiz olması ifadesi, ulaşım aracı çalışanlarının güler yüzlü ve ilgili olmaları ifadesinden daha çok tercih edilmiştir. Bu durum tek başına çalışanların tutumlarının yeterli olmadığına işaret etmektedir. Gerekli kriterlerin sağlanması durumunda çalışanların tutumlarının bir beklenti olarak kendini göstermesi, frekans olarak düşük çıkma durumunu açıklayabilir.

'Katılımcıların Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri' sorusuna verilen yanıtlar Tablo 6'da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 9 ifade (kod) tespit edilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak sırasıyla 'Ulaşım aracında oturma alanlarının her kullanımdan önce ve sonra ekstra dezenfekte edilmesi' ile 'Ulaşımında yolcu kapasitesinin sosyal mesafeye uygun olması' ifadelerine rastlanılmaktadır. Bu ifadeleri 'Ulaşım hizmetinin sağlıklı ve güvenilir olması' ve 'Ulaşım aracında maske kullanılması' ifadeleri takip etmektedir. Ancak yine frekansı en az olan ama beklenti bakımından dikkat çekilebilecek ifadeler de bulunmaktadır. Bu ifadeler yolcuların sağlık kontrolünün yapılmasına, ulaşım aracı içerisinde maske kullanımına ve yolculara dezenfektan dağıtılmasına yönelik ifadelerdir. İlgili ifadelerin beklentilerdeki değişimi farklı bakış açıları ile yansıttığı düşünülmektedir. Covid-19 süreci yaşanmadan önce maskenin bireyler için hemen hemen hiçbir önemi olmadığı söylenebilir. Ancak sürecin yaşanması ile birlikte salgının ekstra hijyenik olmayı, temasın çok sağlıklı bir durum olmadığını ve sosyal mesafeyi beraberinde getirdiği tabloda yer alan bulgulardan daha net görülebilmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Covid-19 Sonrası Ulaştırma Hizmetlerine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. Ulaşım hizmetinin sağlıklı ve güvenilir olması	X		X		X							3
2. Yolcuların sağlık kontrolünün yapılması	X											1
3. Ulaşım aracında oturma alanlarının her kullanımdan önce ve sonra ekstra dezenfekte edilmesi	X	X	X			X	X	X	X	X		8
4. Ulaşım aracında oturma planının sosyal mesafeye dikkat edilerek yapılması	X	X										2
5. Ulaşımın konforlu olması			X					X				2
6. Ulaşımında yolcu kapasitesinin sosyal mesafeye uygun olması				X	X	X	X	X	X	X		7
7. Ulaşım aracının daha sık aralıklarla dezenfekte edilmesi				X								1
8. Ulaşım aracında maske kullanılması				X		X	X					3
9. Ulaşım aracında yolculara dezenfektan dağıtılması				X								1
Σ	4	2	3	4	2	3	3	3	2	2		28
%	14	7	11	14	7	11	11	11	7	7		100

'Katılımcıların Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri' sorusuna verilen yanıtlar Tablo 7'de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 8 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 7'ye göre en fazla ortak yanıt olarak 'Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması' ifadesi ön plana çıkmaktadır. Bu ifadeyi ise 'Destinasyonun çevre ve altyapısının sorunsuz olması' yönelik beklenti ifadesi takip etmektedir. Tabloda, destinasyonun genel temizlik ve hijyenine yönelik beklentilerin kendi içinde çeşitlilik gösterdiği görülmekle birlikte, Covid-19 sürecinde verilerin toplanmasına paralel olarak, frekansı az olan ifadelerin süreçten etkilenerek verilen yanıtlar olduğu düşünülmektedir. Buna bağlı olarak bireylerin temizlik ve hijyenin yaşanılabilir düzeyde bir hizmet olarak sunulmasının dışında ekstra bir beklentiye vurgu yapmadıkları söylenebilir. Bu konuyla ilgili olarak beklentilerindeki değişim ve artış, Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentilerin yer aldığı Tablo 8'de daha detaylı görülebilmektedir. Bu durum bir destinasyonun temiz ve hijyenik olması gerekliliğine her daim vurgu yaparken, konuyla ilgili beklentilerin bundan sonraki süreçte kendi içinde daha da farklılık ve çeşitlilik göstereceğine işaret etmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Covid-19 Öncesi Destinasyonun Genel Hijyen ve Temizliğine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Destinasyonun çevre ve altyapısının sorunsuz olması	X							X			2
2. Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması		X	X	X	X	X	X	X	X	X	9
3. Destinasyona yönelik yapılan hijyen ile alakalı iyi yorumlar			X								1
4. Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin teftiş edilmesi				X							1
5. Destinasyonda turistlerin alınan tedbirler konusunda bilgilendirilmesi				X							1
6. Destinasyonda uyarıcı tabelaların olması				X							1
7. Destinasyonda ortak alanların kullanım sıklığına göre saatlik ya da günlük dezenfekte edilmesi						X					1
8. Destinasyonda kullanılan malzemelerin hijyenik olması						X					1
Σ	1	1	2	4	1	3	1	2	1	1	17
%	6	6	12	23	6	18	6	12	6	6	100

‘Katılımcıların ‘Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri’ sorusuna verilen yanıtlar Tablo 8’de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak ‘Destinasyonda yerel yönetimin toplu kullanım alanlarında hijyen önlemleri’ ifadesi ile karşılaşılmaktadır. Bununla birlikte ‘Destinasyonda ortak kullanım alanlarında sosyal mesafe kuralına uyulması’ ve ‘Destinasyonda ortak kullanım alanlarının dezenfekte edilme sıklığı’ ifadeleri yine frekansı yüksek olan diğer beklenti ifadeleridir. Ancak frekansı düşük olmasına rağmen beklenti bakımında dikkat çekilmesi gereken ifadelerde bulunmaktadır. Bu ifadeler, destinasyonda bulunan misafirlerin Covid-19 testi yaptırmış olmalarına (sağlıklı bireylerin tatil yaptığı bir destinasyonda hizmet olanağı sağlama), destinasyona sınırlı sayıda turist kabul edilmesine, el yıkama alanlarının sıklığı ve bu alanların temassız olmasına yönelik beklenti ifadeleridir. Bu ifadeler bireylerin destinasyonun sadece temiz ve hijyenik olmasının ötesinde, kişisel temizliğin sağlanması ile ilgili özel alanlar ve belirli tedbirlerin alınmasına yönelik beklentilerinde oluşabileceğine işaret etmektedir. Aynı zamanda, bundan sonraki süreçte destinasyona ilişkin genel temizlik ve hijyen ile ilgili beklentilerde ortaya çıkabilecek değişim ve çeşitliğin bir göstergesi olabilir.

Tablo 8. Katılımcıların 'Covid-19 Sonrası Destinasyonun Genel Hijyen ve Temizliğine Yönelik Beklentileri

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1.El yıkama alanlarının sıklığı	X											1
2.El yıkama alanlarının temassız olması	X											1
3.Destinasyonda turistik işletme ve alanlarda dezenfektan noktaları	X											1
4.Destinasyonda yerel yönetimin toplu kullanım alanlarında hijyen önlemleri	X	X	X	X		X		X	X	X		8
5.Destinasyonda ortak kullanım alanlarının dezenfekte edilme sıklığı			X	X		X						3
6.Destinasyonda ortak kullanım alanlarında sosyal mesafe kuralına uyulması		X	X	X	X			X				5
7.Destinasyonda maske kullanılması					X							1
8.Destinasyonda bulunan çalışanların kişisel temizliklerine ekstra dikkat etmeleri						X						1
9.Destinasyonda kullanılan malzemelerin ekstra hijyenik olması							X		X			2
10. Destinasyonda az kişinin olması								X				1
11. Destinasyonda bulunan misafirlerin Covid-19 testi yaptırmış olmaları								X		X		2
Σ	4	2	3	3	2	3	1	4	2	2		26
%	15	8	11	11	8	11	4	15	8	8		100

'Katılımcıların Covid-19 öncesi tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü' sorusuna verilen yanıtlar Tablo 9'da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 6 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Covid-19 Öncesi Tercih Etmeyi Ön Gördükleri Konaklama Türü

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. Otel	X	X	X	X		X	X	X	X	X		9
2. Pansiyon		X	X									2
3. Butik Otel		X	X									2
4. Karavan					X							1
5. Çadır					X							1
6. Kamp							X					1
Σ	1	3	3	1	2	1	2	1	1	1		16
%	1	3	3	1	2	1	2	1	1	1		100

Tablo 9 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak 'Otel' ifadesi ile karşılaşılmaktadır. 'Pansiyon' ve 'Butik Otel' yanıtları da tercih edilen diğer yanıtlar olarak belirlenmiştir. Covid-19 dönemi

öncesi kalabalık alanlarda bulunmak, her aktiviteye katılımın daha mümkün olduğu alanları seçmek veya tercih edilme sıklığı fazla olan alanlara seyahat etmek bireylerin öncelikli tercihleri olarak belirtilebilir. Böyle bir durum söz konusu olduğunda 'otel' ifadesinin diğer ifadelerle göre daha fazla tercih edilmesi bulgusunu destekleyebilir. Ancak gelir durumu, daha az kalabalık sevmeye veya kişisel tercihler gibi farklı etkenler düşük frekansa sahip olan diğer konaklama türlerinin de açıklayıcısı olabilir.

'Katılımcıların Covid-19 sonrası tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü' sorusuna verilen yanıtlar Tablo 10'da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Covid-19 Sonrası Tercih Etmeyi Ön Gördükleri Konaklama Türü

Katılımcılar	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	Σ
İfadeler (Kod)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Kamp	X										1
2. Kiralık Villalar		X				X		X			3
3. Bungalov Evler		X									1
4. Apart Daire			X								1
5. Butik Otel				X				X			2
6. Karavan				X						X	2
7. Kiralık Yayla Evleri					X						1
8. Kiralık Bahçeli Evler					X						1
9. Kiralık Evler							X	X		X	3
10. Otel									X		1
11. Çadır										X	1
Σ	1	2	1	2	2	1	1	3	1	3	17
%	6	12	6	12	12	6	6	18	6	18	100

Tablo 10'a göre en fazla ortak yanıt olarak 'Kiralık evler' ve 'Kiralık villalar' ifadeleri ile karşılaşılmaktadır. Otel yanıtının bu kısımda sadece 1 frekans olması salgın sonrası konaklama tercihine yönelik beklentilerin değişim göstereceğine yönelik önemli bir bulgu olabilir. Bu bulgu, konaklama işletmelerine yönelik beklentilerde değişim olabileceğine ve bu doğrultuda bireysel konaklama alanlarına yönelme olacağını işaret etmektedir. Elde edilen bu bulgulara göre Covid-19 sürecinin Covid-19 dönemi öncesi beklentilerini değiştirdiği söylenebilir. Bu durum sadece frekansı yüksek olan ifadelerden değil, aynı zamanda konaklama türüne ilişkin ortaya çıkan çeşitli ifadelerin destekleyici bir bulgu olmasıyla açıklanabilir. Bu bulgudan hareketle salgın süreciyle birlikte bireylerin kalabalıktan veya sık kullanılan alanlardan uzak olup, yalnızca kendilerinin bulunduğu konaklama türlerini tercih etme eğiliminde olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Tüm dünyayı etkisi altına alan ve binlerce insanın ölümüne sebep olan Covid-19 salgınının etkileri henüz devam etmektedir. Dünya turizm örgütüne göre, Ocak ayı ile birlikte turizm gelirlerinde ciddi oranda düşüş mevcuttur. Buna bağlı olarak turizm endüstrisinin kendi içerisinde yeni bir ivme kazanması bir bakıma salgının gelir etkisini en aza indirgeyebilir. Bu ivmeye katkı sağlayacak tedbirlerden biri, bundan sonraki süreçte insanlara sunulacak tatil olanaklarının hemen hemen bütün sağlık önlemlerinin (tatil öncesi-tatil süresince- tatil sonrası) alınmasıyla turistlere sunulmasıdır. Çünkü yaşanan bu sürecin ilgili tedbirlere yönelik turist

beklentilerini de şekillendireceği ön görülmektedir. Bahsi geçen ön görüden hareketle çalışmada, korona virüs salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki /etkilerine dikkat çekerek salgının turizm destinasyonlarına yönelik beklentiler değişim incelenmek istenmiştir. Bu değişimi inceleyebilmek adına geliştirilen sekiz araştırma sorusu, araştırma katılımcılarına açık uçlu olarak sorulmuş ve araştırma verileri toplanmıştır. İlgili verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılarak araştırma bulguları elde edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi konaklama işletmelerine yönelik beklentileri, genel itibariyle bir hizmet işletmesinden beklenen temel özellikleri yansıtmaktadır. Buna göre katılımcılarının çoğunluğu, otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının temiz olmasına yönelik beklenti içerisindedir. Yaşanan bu olumsuz dönem öncesinde katılımcıların aynı zamanda bir konaklama işletmesinin konforlu, fiyatının uygun, güvenilir olması, hızlı hizmet sunumu, yemek hizmetlerinin tüm misafirlere hitap etmesi gibi beklentiler bulgulanmıştır. İlgili bulgulardan hareketle turist beklentilerinin çeşitlilik gösterdiği söylenebilir.

Covid-19 sonrası konaklama işletmelerine yönelik beklenti bulguları incelendiğinde, Covid-19 dönemi öncesi ile benzer (hijyenik olması, hizmetin niteliği gibi) beklentilerin olduğu görülmektedir. Ancak verilen yanıtlardan hareketle salgın sonrası dönem için beklentilerde değişiklik olduğu bu aşamada daha belirginleşmiştir. Çünkü bu süreçten sonra konaklama işletmelerinden özellikle misafir giriş ve çıkışlarında otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının ekstra dezenfekte edilmesi, işletme yönetiminin ekstra hijyen tedbirleri, misafir yoğunluğunun bilinmesi, çalışanların temiz ve titiz olması gibi beklentilerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte yabancı turist sayısının bilinmesi, misafirlerin ülke bilgileri, her şey dahil standardının olmaması, sosyal mesafe için teknoloji kullanımı ve hijyen kuralı ihlali yapan misafirlerin uyarılması gibi beklentiler de mevcuttur. Bu bulgulardan hareketle katılımcıların, ortak kullanım alanlarına giriş yapmadan önce salgın sebebiyle benimsemiş oldukları dezenfekte eyleminin daha sık ve bilinçli bir şekilde yapılması gerektiği konusunu önemle vurguladıkları aşikardır. Bu bağlamda salgın dönemi öncesi ve sonrası beklentilerin konaklama işletmeleri açısından önemli derecede değişim gösterdiği söylenebilir.

Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri incelendiğinde benzer beklentilerle birlikte, beklentilerin çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. Genel itibariyle beklentilerin, ulaşım aracının konforlu, rahat ve fiyatının uygun olması ile ilgili olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların salgın dönemi öncesi ulaşım aracına yönelik temiz, güvenilir, ulaşımın zamanında ve ücretsiz ikramların olması gibi beklentilerinin olduğu bulgulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri ile ilgili bulgulara bakıldığında ise beklentilerdeki değişim açıkça görülebilmektedir. Salgın sonrası dönemde en önemli beklentinin ulaşım araçlarında oturma alanlarının her kullanımdan önce ve sonra ekstra dezenfekte edilmesi şeklinde değiştiği görülmektedir. Bununla birlikte bir diğer önemli beklentinin ulaşımında yolcu kapasitesinin sosyal mesafeye uygun bir şekilde tasarlanması ile ilgili olduğu söylenebilir. Aynı zamanda katılımcılar ulaşım esnasında maske takılmasını, oturma planlarının sosyal mesafeye göre yapılmasını, ulaşım aracında dezenfektan dağıtılmasını beklediklerini belirtmişlerdir. Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası için ortak beklentiler bulunsa da (ulaşım hizmetlerinin sağlıklı ve güvenilir olması, ulaşımın konforlu olması gibi), Covid-19 sonrası beklentilerde belirgin bir şekilde değişim olduğu söylenebilir.

Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentilere ilişkin bulgular incelendiğinde, katılımcıların araştırma sorusuna paralel olarak destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olmasını bekledikleri bulgulanmıştır. Bu bulgunun, normal şartlarda da bir turizm destinasyonundan (temizlik ve hijyen açısından) beklenen genel hizmetler olması sebebiyle, bahsi geçen durumu doğruladığı söylenebilir. Covid-19 sonrası da benzer

beklentilerin olmasıyla birlikte, çeşitlilik gösteren farklı beklentilerinde ortaya çıktığı görülmektedir. Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentiler ile ilgili bulgular incelendiğinde, öncelikle destinasyonda yerel yönetimin toplu kullanım alanlarında hijyen önlemlerini üst düzeye çıkarmasına yönelik beklentinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu nedenle bir destinasyonun pazarlamasında özellikle konu ile ilgili yerel yönetimlere büyük sorumluluklar düştüğü söylenebilir. Aynı zamanda destinasyonda ortak kullanım alanlarında sosyal mesafe kurallarına uyulması için gereken titizliğin gösterilmesi beklenmektedir. Bu bulgudan hareketle belki de bu süreçten sonra turistik destinasyon seçiminde bu tür uygulamaların olduğu alanların daha cazip hale geleceği söylenebilir. Bir diğer önemli bulgu katılımcıların ortak kullanım alanlarının sık sık dezenfekte edilmesine yönelik beklentidir. Tespit edilen bulgular dikkate alındığında turistik destinasyonların (turizmin çok yönlü yapısından dolayı ortak kullanılan alanlarının çok olması sebebiyle), her daim sağlık ve temizlik açısından kullanılabilir olmasının daha çok dikkate alındığı söylenebilir. Belki de destinasyon tercihinde ön kriterler arasında olmayan bu unsurlar (hijyen önlemleri, sık sık dezenfekte etme, tutarlı sosyal mesafe kuralları gibi) Covid-19 ile birlikte önemli bir tercih unsuru haline gelecektir. Buna bağlı olarak yerel yönetimler ile birlikte turizm paydaşları, işletmecileri, yerel halk ve hatta destinasyonu ziyaret eden turistlerin, bu konuda her daim iş birliği içinde olması gerektiği düşünülmektedir. Bu şekilde bir iş birliği sağlanmaz ise turizm destinasyonun bu süreçten sonraki tercih edilebilirliği devam etmeyebilir. Destinasyonun pazarlanması sürecinde de turistlerin değişen beklentileri üzerinden ilgili olanakların sağlanacağına yönelik vurgu yapılması ve bunun somutlaştırılması önemli olabilir.

Katılımcıların Covid-19 öncesi ve sonrası tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türlerine ilişkin bulgulara bakıldığında, salgın öncesi genel itibarıyla tercih edilen konaklama türünün otel olduğu bulgulanmıştır. Ancak salgın sürecinin etkisiyle tercihlerin değiştiği görülmektedir. Buna göre katılımcıların daha bireysel yaşam alanı sağlayan konaklama yerlerini, bir diğer ifadeyle kiralık villalar, evler gibi konaklama imkanı sağlayan yerleri tercih etmeyi ön gördükleri belirlenmiştir. Araştırma bulgularından hareketle bireylerin topluluğun bulunduğu alanlardan uzak kalma fikrinin tatil tercihlerine, konaklama türlerine de yansıtacağı söylenebilir. Bu bağlamda daha çok doğal ve az insanın bulunduğu alanların tercih edilmesinin söz konusu olduğu görülmektedir.

Covid-19'un insan yaşamına etkisi gözle görülür düzeyde artmıştır. Bireylerin düşüncelerinde ve bundan sonraki yaşamlarında baz alacağı önemli bir unsur olmaktadır. Bununla beraber sosyal mesafeyi insan yaşamına dahil ederek, temizliğin ve hijyenin önemini insanlığa bir kez daha göstermiştir. Tüm hastalıkların başı olan hijyen faktörünü çıkmamak üzere insan hayatına entegre olmasını sağlayan bu salgının, turizm destinasyonlarında bireylerin tercihleri üzerinde bariz farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir. Bu çalışma bu farklılıkları sekiz araştırma sorusu ve on katılımcının bu sorulara vermiş olduğu yanıtlarla ortaya koymuştur. Bu durum araştırmanın sınırlılığını da oluştursa da, salgının etkisine/etkilerine ve beklentilerdeki değişme dikkat çekmesi açısından çalışmanın önemine dikkat çekmektedir.

Araştırmanın bir başka sınırlılığı, araştırma soruları içerisinde Covid-19 öncesi ve sonrası yiyecek-içecek işletmelerinden beklentilere ilişkin soruların yer almasıdır. Konaklama işletmelerinin bünyesinde genel itibarıyla restoran, a la carte gibi yeme içme alanlarının bulunması sebebiyle, katılımcıların konaklama işletmeleri ile ilgili yanıtları verirken tekrar eden yanıtlar vermesinin önüne geçmek için yeme içme alanları ile ilgili araştırma sorularına yer verilmemiştir. Ancak bundan sonraki Covid-19 ile alakalı yapılacak olan araştırmalarda bahsi geçen araştırma sorularına da yer vererek farklı örneklemeler üzerinde çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte hem beklenti hem de beklenti sonrası deneyim karşılaştırmalı olarak açık uçlu araştırma soruları ile doğrudan turistler üzerinde araştırma gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 7-21.
- Ashworth, G. J. and Voogd, H. (1990). *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, United Kingdom: Belhaven Press.
- Bahar, O. ve Balmumcu Ö. (2010). 2008 Küresel Mali Krizin Turizm Sektörüne Yansımaları, *I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, Nevşehir, 27-30 Mayıs 2010: 894-909
- Bahar, O. and Çelik İ. N. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) Turizm Sektörü Üzerindeki Ekonomik Etkileri. *The International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Bahar, O. and Kozak, M. (2008). *Tourism Economics: Concepts and Practices*, UK: Nova Science Pub Incorporated.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1): 23-28.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of The Future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Burkart, A. J. and Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present and Future. (Ed. 2)*, London: Heinemann Publishers.
- Collins, K. M. T., Onwuegbuzie, A. J. and Jiao, Q. G. (2006). Prevalence of mixed-methods sampling designs in social science research, *Evaluation and Research in Education*, 19 (2): 83-101.
- Cooper, C. and Hall, C. M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*, Amsterdam: Routledge.
- Emekli, G. (1998). *Bergama'da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Eryılmaz, B. (2020) Türkiye'de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1): 15-27.
- Friedmann, J. and Weaver, C. (1980). *Territory and Function: The Evolution of Regional Planning*, California: Univ of California Press.
- Gunn, C. A. (1979). *Tourism Planning*, New York: Crane, Russak.
- Gunn, C. A. and Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, New York: Psychology Press.
- Holloway, J. C. and Humphreys, C. (2019). *The Business of Tourism*, India: Sage Publications Limited.
- 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.
- Kömürcü, G. B. (2013). *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F. and Huang, B. W. (2008). Assessing Impacts of Sars and Avian Flu on International Tourism Demand to Asia, *Tourism Management*, 29(5): 917-928.
- Lee, C. C. and Chen, C. J. (2011). The Reaction of Elderly Asian Tourists to Avian Influenza and Sars, *Tourism Management*, 32(6): 1421-1422.
- Okumus, F., Altınay, M. and Araslı, H. (2005). The Impact of Turkey's Economic Crisis of February 2001 On the Tourism Industry in Northern Cyprus, *Tourism Management*, 26(1): 95-104.
- Onwuegbuzie, A. J. and Leech, N.L. (2007). A Call for Qualitative Power Analyses, *Quality and Quantity*, 41: 105-121.
- Page, S. J. (1995). *Urban tourism, New Zealand: Routledge.*
- Ritchie, J. B. and Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, UK: Cromwell Press.*
- Styrk, J. (2020, Mart). Top 100 Fastest Growing ve Declining Categories in E- Commerce. <https://www.Stackline.Com/News/Top-100-Gaining-Top-100-Declining-E-Commerce-Categories-March-2020> [Erişim Tarihi: 13.06.2020].
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Covid-19 (2019-N Cov Hastalığı) Rehberi (Bilim Kurulu Çalışması) (2020), T.C. Sağlık Bakanlığı, 25 Şubat 2020. [Erişim Tarihi: 14.06.2020].
- Usta, Ö. (2012). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim, Ankara: Detay Yayıncılık.*
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 30-49.
- Ünüsün, Ç. ve Sezgin, M. (2004). *Turizm Pazarlaması, Konya: Atlas Kitabevi.*
- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması, *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25(1): 142-153.
- World Health Organization (WHOa) (2020). World Health Organization, Coronavirus Disease, <https://www.who.int/Docs/Default-Source/Coronaviruse/Situationreports/20200221-Sitrep-32-Covid> [Erişim Tarihi: 22.06.2020].
- World Health Organization (WHOb) (2020). Novel Coronavirus (2019-NCOV) Situation Reports. 2020. Reference Source. www2.UNWTO.org [Erişim Tarihi: 22.06.2020].
- Yener, S. (2018). Sosyal Bilimlerde Kuramın Rolü, *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(3): 102-113.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.*
- Yıldız, Z. ve Durgun, A. (2010). 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1): 1-15.