



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

GÜVENLİ HİZMET SERTİFİKASYON PROGRAMINDA
TÜKETİCİLERİN GELECEKTEKİ OTEL SEÇİM
DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

Edanur KILINÇ

1930241017

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Gülay BULGAN

ISPARTA-2023

TEZ SAVUNMA TUTANAĞI





T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “*GÜVENLİ HİZMET SERTİFİKASYON PROGRAMI’NDA TÜKETİCİLERİN GELECEKTEKİ OTEL SEÇİM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ*” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Edanur KILINÇ
26.01.2023



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Edanur KILINÇ
Öğrenci Numarası	1930241017
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Programı	Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora
Danışmanın Unvanı, Adı-SOYADI	Doç. Dr. Gülay BULGAN
Tez Başlığı	GÜVENLİ HİZMET SERTİFİKASYON PROGRAMI'NDA TÜKETİCİLERİN GELECEKTEKİ OTEL SEÇİM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ
Turnitin Ödev Numarası	

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **244** sayfalık kısmına ilişkin olarak, 26/01/2023 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesinin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;

%5 'tir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

26/01/2023
Doç. Dr. Gülay BULGAN
(İmza)

(KILINÇ, Edanur, COVID-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Tüketicilerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi: Bursa İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2023).

ÖZET

2019 yılında Covid-19 virüsünün ortaya çıkması bütün dünyayı olumsuz etkilemiştir. Küresel alanda yaşanan bu sağlık krizi turizm sektörünü durma noktasına getirmiştir. Nitekim yaşanan her kriz bir fırsat yaratmaya sebep olmaktadır. Türkiye’de Covid-19 salgını bir fırsat görülerek Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı geliştirilmiştir. Bu araştırmada Covid-19 sürecinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda güvenli bir otel imajı altında yatan boyutların etkileri de incelenmiştir.

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, verilerin toplanması için anket tekniği uygulanmıştır. Araştırmanın evreni Bursa iline gelen yerli ve yabancı tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen anket verilerinin analizi sonucunda hijyen, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı faktörlerinin tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Otel Seçim Davranışı, Güvenli Turizm, Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı, Bursa İli.

(KILINÇ, Edanur, Examination Of Future Hotel Selection Behaviors Of Consumers In The Secure Service Certification Program: The Case Of Bursa Province Master's Thesis, Isparta, 2023).

ABSTRACT

The emergence of the Covid-19 virus in 2019 has adversely affected the whole world. This health crisis in the global arena has brought the tourism sector to a standstill. As a matter of fact, every crisis causes an opportunity. The Covid-19 outbreak in Turkey was seen as an opportunity and the Safe Service Certification Program was developed. In this study, it is aimed to evaluate the future hotel selection behaviors of consumers in the Safe Service Certification Program during the Covid-19 process. At the same time, the effects of the dimensions underlying the image of a safe hotel were examined.

Quantitative research method was used in the study and survey technique was applied to collect the data. The universe of the research consists of domestic and foreign consumers coming to Bursa province. In the study, non-random convenience sampling method was used. As a result of the analysis of the survey data, it was determined that hygiene, self-service technology, health measures, stress and vaccination factors positively affected the future hotel selection behaviors of consumers.

Keywords: Consumer, Hotel Selection Behavior, Safe Tourism, Safe Service Certification Program, Bursa Province.

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitim hayatım boyunca bana yol gösteren ve desteğini esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Gülay BULGAN'a, tezin son aşamasında görüş ve önerileri ile çalışmaya katkılarını sağlayan Prof. Dr. Didar BÜYÜKER İŞLER'e ve turizm işletmeciliği bölümündeki tüm hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım.

Eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini, emeklerini esirgemeyen canım babam Emrullah KILINÇ'a, canım annem Halise KILINÇ'a, canım abim Yunus Emre KILINÇ'a ve sevgili eşi İlknur KILINÇ'a sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. İyi ki varsınız!

Lisans ve yüksek lisans eğitim hayatımız boyunca omuz omuza olduğum, her adımımıza birlikte sevinçle desteklediğimiz sevgili dostum Elvan TATİK'e sonsuz sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca birlikte yoldaşlığımızı paylaştığım tüm arkadaşlarıma ve dostlarıma sevgilerimle... Başarılar hep sizinle olsun, iyi ki yollarımız kesişti. Sizleri seviyorum!

Son olarak biz kadınlara eğitimin ve bilimin bilinciyle sunduğu her imkân için sevgili Mustafa Kemal Atatürk'e sonsuz teşekkürlerimi ve şükranlarımı sunarım. Sevgi, saygı ve özlemle...

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI.....	i
YEMİN METNİ.....	ii
ÖZET.....	iii
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar.....	x
RESİMLER.....	xiii
GRAFİKLER.....	xiv
KISALTMALAR.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

COVID-19 SALGINI, DÜNYA VE TÜRKİYE TURİZMİ

1.1.Salgın Hastalıkların Tarihsel Süreçleri ve Turizm.....	2
1.1.1. Salgın Hastalıklar ve Turizm Sektöründeki Etkileri.....	3
1.1.2. Covid-19 Bulaşıcılığı.....	14
1.2.Covid-19 Salgınının Dünya Ekonomisi Üzerindeki Etkileri.....	16
1.2.1. Küresel Ekonomi Üzerinde Meydana Gelen Değişimler.....	16
1.2.2. Salgının Ülkeler Arasındaki Bütüncül Ekonomideki Etkileri.....	17
1.2.3. Salgının Türkiye Ekonomisine Etkileri	23
1.3.Covid-19 Salgını ve Dünya Turizmi	28
1.3.1. Covid-19 Salgını Öncesi Dünya Turizmi.....	28
1.3.2. Covid-19 Salgını Sonrası Dünya Turizmi.....	34
1.4.Covid-19 Salgını ve Türkiye Turizm Sektöründe Yaşananlar	40
1.4.1. Konaklama Sektörü Üzerindeki Etkileri.....	44
1.4.2. Yiyecek ve İçecek Sektörü Üzerindeki Etkileri	47
1.4.3. Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri Üzerindeki Etkileri.....	49
1.4.4. Havacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri.....	50

İKİNCİ BÖLÜM

GÜVENLİ TURİZM

2.1. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı	53
2.1.1. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Konaklama İşletmelerindeki Kriterler.....	54

2.1.2. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Yiyecek ve İçecek İşletmelerindeki Kriterler	55
2.1.3. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Tur ve Transfer Araç İşletmelerindeki Kriterler	56
2.1.4. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Kültür ve Sanat İşletmelerindeki Kriterler	57
2.1.5. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Deniz Turizmi İşletmelerindeki Kriterler.....	58
2.1.6. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Temalı Park İşletmelerindeki Kriterler.....	59
2.1.7. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Kış Turizmi Mekanik Hat İşletmelerinde Kriterler	60
2.2. Dünyada ve Türkiye’de Güvenli Turizm Uygulamaları.....	61

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİLERİN DAVRANIŞLARI, ALGILARI ve TUTUMLARI

3.1. Tüketici Davranışı Kavramı	65
3.2. Turizmde Tüketici Davranışları ve Satın Alma Süreci.....	67
3.2.1. Turizmde Tüketicilerin Satın Alma Karar Aşaması.....	68
3.2.1.1. Problemin Ortaya Çıkışı	69
3.2.1.2. Araştırma ve Bilgi Toplama Süreci.....	69
3.2.1.3. Farklı Seçeneklerin Belirlenmesi	69
3.2.1.4. Satın Almanın Gerçekleşmesi	69
3.2.1.5. Satın Alma Sonrası Tutum.....	70
3.2.2. Turizmde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Unsurlar	70
3.2.2.1. Kültürel Unsurlar.....	71
3.2.2.1.1. Kültür.....	71
3.2.2.1.2. Altkültür	72
3.2.2.1.3. Toplumsal Sınıf	72
3.2.2.2. Kişisel (Bireysel) Unsurlar.....	72
3.2.2.2.1. Yaş ve Yaşam Döngüsü	72
3.2.2.2.2. Meşguliyet.....	73
3.2.2.2.3. Ekonomik Durum	73
3.2.2.2.4. Kişilik ve Benlik.....	73
3.2.2.3. Sosyal Unsurlar	74
3.2.2.3.1. Referans Grupları	74

3.2.2.3.2.Aile.....	74
3.2.2.3.3.Rol ve Statü.....	75
3.2.2.4.Psikolojik Unsurlar	75
3.2.2.4.1.Motivasyon (Güdülenme)	75
3.2.2.4.2.Öğrenme.....	75
3.2.2.4.3.Algı.....	75
3.2.2.4.4.İnanç ve Tutumlar.....	76
3.3. Tüketicilerde Algı Kavramı ve Süreci	76
3.4. Tüketicilerde Algılanan Değere İlişkin Teori ve Modeller	85
3.4.1. Tüketim Değeri Teorisi.....	85
3.4.2. Holbrook'un Değer Sınıflandırması	87
3.4.3. Fiyat, Kalite ve Değere Yönelik Model.....	88
3.5. Algılanan Risk (Tehlike)	90
3.6. Turizm Literatüründe Algılanan Değer ile İlgili Yapılan Çalışmalar	93
3.7. Turizmin Gelişmesi ile İlgili Yaklaşımlar.....	95
3.7.1. Butler'in Turizm Yaşam Eğrisi Modeli	95
3.7.2. Doxey'in Tolerans Modeli	98
3.7.3. Sosyal Değişim Teorisi	99
3.7.4. Bütünleşik Tehdit Teorisi.....	100
3.7.5. Sosyal Temas Hipotezi	102

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GÜVENLİ HİZMET SERTİFİKASYON PROGRAMINDA TÜKETİCİLERİN GELECEKTEKİ OTEL SEÇİM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	104
4.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli.....	105
4.3. Araştırmanın Yöntemi	109
4.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	109
4.3.2. Araştırmanın Problem Cümlesi	110
4.3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	111
4.3.4. Veri Toplama Teknikleri.....	111
4.3.5. Araştırma Analizi ve Bulgular	112
4.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	112
4.5.2. Katılımcıların Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşleri	115

4.5.3. 5’li Likert Ölçeğinde Yer Alan İfadelere İlişkin Bulgular.....	116
4.5.4. Araştırma Modeline Ait Hipotez Testleri	127
SONUÇ.....	132
KAYNAKÇA.....	140
EKLER.....	174
ÖZGEÇMİŞ	228



TABLÖLAR

Sayfa

Tablo 1. Dünya Üzerinde Görülen Salgınların Tarihsel Sıralaması	4
Tablo 2. Geçmiş Dönemdeki Salgın Hastalıkların Yayılma Nedenler	10
Tablo 3. Geçmiş Dönemdeki Salgın Hastalıkların Yarattığı Sonuçlar	10
Tablo 4. Covid-19 Salgını Sürecinde Dünyada Uygulanan Maliye Politikaları.....	17
Tablo 5. Covid-19 Salgını Sürecinde Dünyada Uygulanan Para Tedbirleri	18
Tablo 6. 2019-2022 Yıllarında Dünya Ekonomisi Büyüme Oranları	19
Tablo 7. 2020-2023 Yıllarında Dünya Bölgelerindeki Büyüme Oranları.....	19
Tablo 8. 2019- 2022 Yıllarında Dünya Üzerindeki İşsizlik Oranları.....	21
Tablo 9. 2019-2021 Yıllarında Türkiye Ekonomisi Büyüme Oranları	24
Tablo 10. GSYH'deki İktisadi Kolların Büyüme Oranları.....	25
Tablo 11. 2019-2021 Yıllarında Türkiye İşsizlik ve İstihdam Oranları.....	26
Tablo 12. 2020-2022 Yıllarında Türkiye Şubat Ayı Enflasyon Oranları.....	26
Tablo 13. 2019-2021 Yıllarında Türkiye'deki Dış Ticaret Hacmi Dengesi.....	27
Tablo 14. 2019-2020 Yılları Dünya Bölgelerindeki Turizm Geliri ve İş Kaybı Oranlarının Karşılaştırılması.....	30
Tablo 15. 2019- 2021 Yıllarında Turizm Sektörünün Karşılaştırılması	34
Tablo 16. Bölgeler Arası 2021 ve 2022 (Ocak Ayı) Yıllarındaki Uluslararası Turist Hareketliliğinin Karşılaştırılması	38
Tablo 17. 2022-2023 ve 2024 Yıllarında Bölgeler Arasındaki Öngörülen Uluslararası Turist Varışları.....	39
Tablo 18. 2019 ve 2022 Yıllarında Turizm Gelirinin Dönemsel Karşılaştırılması (\$)	40
Tablo 19. 2019 ve 2022 Yıllarında Ziyaretçi Sayılarının Dönemsel Karşılaştırılması	41
Tablo 20. 2019 ve 2022 Yıllarında Kişi Başına Ortalama Harcamaların Dönemsel Karşılaştırılması (\$)	42
Tablo 21. 2019 ve 2022 Yıllarında Ortalama Gece Sayısı Dönemsel Karşılaştırılması (%)	42
Tablo 22. Türkiye'de 2019-2022 Yıllarının Genel Karşılaştırılması.....	43
Tablo 23. Türkiye'de 2019-2021 Yıllarının Konaklama Türlerinin Genel Karşılaştırılması	46
Tablo 24. Türkiye'de 2019-2021 Yıllarının Havayolu Trafikinin Karşılaştırılması ..	51

Tablo 25. Türkiye’de 2022-2023 Yıllarında Beklenen Havayolu Trafığı.....	51
Tablo 26. Tüketici Tercihlerini Etkileyen Unsurlar.....	70
Tablo 27. Literatürde Algılanan Değer Tanımları	80
Tablo 28. Tüketicilerde Algılanan Değer Boyutlarının Ölçümleri	82
Tablo 29. Perval Ölçeğin Boyutları ve Boyutların Ölçümü ile İlgili İfadeler	83
Tablo 30. Holbrook’un Tüketici Değeri Sınıflandırması	88
Tablo 31. Doxey’in Tolerans Modeli	98
Tablo 33. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri	113
Tablo 34. Katılımcıların Turizm Sektöründeki İstihdamlarına İlişkin Bulgular	114
Tablo 35. Katılımcıların Otelde Konaklamalarına İlişkin Bulgular	114
Tablo 36. Katılımcıların Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Bulgular	115
Tablo 37. 5’li Likert Ölçeğinde Yer Alan İfadelere İlişkin Bulgular	116
Tablo 38. Otel Güvenliği Ölçeğine Ait Faktör Analizi	122
Tablo 39. Stres Ölçeğine Ait Faktör Analizi	125
Tablo 40. Aş1 Ölçeğine Ait Faktör Analizi.....	126
Tablo 41. Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi.....	128
Tablo 42. Hipotezlere İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu.....	129
Tablo 43. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları.....	131

ŞEKİLLER

Sayfa

Şekil 1. Tüketicinin Satın Alma Süreci	68
Şekil 2. Algılama Süreci	78
Şekil 3. Algılanan Değer	81
Şekil 4. Sweeney ve Souter Algılanan Değer Modeli	87
Şekil 5. Fiyat, Kalite ve Değere İlişkin Model.....	89
Şekil 6. Butler'in Yaşam Döngüsü Modeli.....	96
Şekil 7. Bütünleşik Tehdit Teorisi Modeli.....	101
Şekil 8. Araştırmanın Simgesel Olarak Modeli	108



RESİMLER

Sayfa

Resim 1. Dünya Üzerinde Güvenli Seyahat Damgası Alan Bölgeler.....	64
---	----



GRAFİKLER

Sayfa

Grafik 1. 2000-2021 Yılları Arasındaki Enflasyon Oranları 22

Grafik 2. 2000-2021 Uluslararası Turist Gelişleri ve Turizm Gelirleri Oranları 36



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BM	: Birleşmiş Milletler
GSMH	: Gayrisafı Milli Hasıla
GSYH	: Gayrisafı Yurtiçi Hasıla
IATA	: Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliğı
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
IMF	: Uluslararası Para Fonu
KTB	: Kültür Turizm Bakanlığı
Mn	: Milyon
T.C	: Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğı
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
\$	: ABD Doları
GHS	: Güvenli Hizmet Sertifikası
GHSP	: Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı

GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca milyonlarca kişinin yaşamını yitirmesine neden olan salgın hastalıklarla mücadele etmiştir. Geçmişten günümüze kadar yaşanan salgın hastalıklar insanların hayatını tehlikeye sokmuştur. Bu hastalığın dünya üzerinde hızla yayılması ve bulaşıcı olması 11 Mart 2020’de epidemi olarak tanımlanan bu virüsün dünya üzerinde pandemi olarak kabul edilmesine yol açmıştır (Cucinotta ve Vanelli, 2020, s.157; Dünya Sağlık Örgütü, 2020a).

Yaşanan bu süreç bir sağlık krizi olarak değerlendirilmiştir. Dünya üzerinde üç büyük endüstriden biri olan turizm sektörü Covid-19 salgın döneminde neredeyse 70 yıllık birikimi ile durma noktasına gelmiştir. Covid-19 pandemisi turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir. Pandemi süresince turizm işletmelerinde (restoranlar, kafeler, havayolu işletmeleri, seyahat acenteleri, vb.) büyük mali kayıplar yaşanmıştır. Bu süreç seyahat etmek isteyen tüketicilerde ise korkuya ve endişeye neden olmuştur. Tüketiciler virüsün bulaşma korkusu ile tatillerini ertelemiş veya iptal etmiştir. Dünya üzerinde yaşanan her krizin bir fırsat yaratacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu duruma Covid-19 salgını döneminde Türkiye’de uygulanmaya başlayan Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı dünya turizmi üzerinde eşsiz bir örnek teşkil etmektedir.

Araştırmanın temel amacı 2021 yılında uygulanmaya başlayan Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının incelenmesidir. Güvenli bir otel gerekli görülen özellikleri Atadil ve Lu (2021), sağlıklı iletişim, hijyen kontrolü, tıbbi hazırlık ve temassız teknolojik sistemler olarak açıklamıştır. Ayrıca araştırmaya Covid-19 döneminde tüketicilerin tutumlarına yönelik stres ve aşı boyutları da eklenmiştir. Tüm bu değişkenler ile tüketicilerin salgın dönemi sonrasında otel seçim davranışları incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Covid-19 salgını ekseninde dünya ve Türkiye turizmi incelenmiştir. İkinci bölümde güvenli turizm kavramı ve Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı ele alınmıştır. Üçüncü bölümde tüketici davranışlarına yer verilmiştir. Araştırmanın dördüncü bölümünde ise anket uygulamasında elde edilen analiz verilerinin yorumlanmasına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

COVID-19 SALGINI, DÜNYA VE TÜRKİYE TURİZMİ

1.1. Salgın Hastalıkların Tarihsel Süreçleri ve Turizm

Salgın dünya üzerinde belirli bir zamanda, insanlar üzerinde ya da insanlar ve hayvanlar arasında görülen, gittikçe yeni artan vakaların olduğu bir olgudur. Salgının tanımlanması bilimsel anlamda değerlendirme ve görüşlere göre subjektif olabilmektedir. Bu bölümde geçmişten günümüze kadar görülen salgın hastalıkların tanımlarına ve turizm sektöründeki etkilerine yer verilmiştir.

Salgın bir diğer adı ile epidemi kavramı belirli bir toplulukta, mevsimde veya bölgede bulaşıcı hastalığın normal görülme değerinden daha çok artmasıdır (Hacımustafaoğlu 2018, s. 172). Dünya üzerinde görülen salgınlar bir kıtadan diğer bir kıtaya yayılmaktadır. Salgın hastalıkların kıtalar, bölgeler ve ülkeler arasında yayıldığında fazla etkilerin görülmesi pandemi olarak adlandırılmaktadır. Yunanca kökenli olan pandemi sözcüğü, pan (bütün, herkes, hepsi) ve demos (yurttaş topluluğu, halk) sözlüklerinin birleşiminden türemiştir (Maital ve Barzani, 2020, s.2). Literatürde pandemi sözcüğü ilk olarak 1889 yılında yaşanan tarihin en ölümlü salgını olarak adlandırılan Asya Gribi ile birlikte yer almaya başlamıştır (Kalmaz, 2021, s.4).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), *pandemi*yi “*dünya üzerinde insandan insana çok hızlı bir şekilde bulaşan bir salgın (enfeksiyon)*” olarak tanımlamaktadır. Böylece bir virüsün salgın hastalık olarak görülmesi için gerekli koşulların varlığından kaynaklanmaktadır. Bu koşullar şunlardır;

- Bir virüsün varlığının çok yaygın olduğunda,
- Bir virüsün birkaç kıtada ve bölgede olduğunda,
- Bir virüsün çok fazla insana bulaşarak etkilerinin görülmesi, dünya üzerinde bir pandemi vakasının olduğunun kanıtıdır. Ayrıca salgın bulaşıcı ve birden fazla kişilere yayılmaktadır (Maital ve Barzani, 2020, s.3)

Dünya Sağlık Örgütüne (WHO), göre pandemi süreci altı evreye ayrılmaktadır. Bunlar;

- **Birinci Evre:** İnsanlar üzerinde bulaşma tehlikesi olmayan sadece hayvanlar arasında bir virüse rastlanmasıdır.
- **İkinci Evre:** Hayvanlar arasında görülen bir virüsün, insanlara bulaşma tehlikesinin olmasıdır.
- **Üçüncü Evre:** Bulaşıcı bir virüsün hayvandan insana veya insandan insana bulaştığına dair gözlemlerin olmasıdır.
- **Dördüncü Evre:** Bulaşıcı bir virüsün belirli bir ülke veya bölge sınırlarında görülmesidir. Bu evrede virüsün bulaşıcılığı diğer ülkelerin sınırlarına ulaşmadığı anlaşılmaktadır.
- **Beşinci Evre:** Bulaşıcı bir virüsün tespit edildiği bir ülke sınırlarından, ikinci bir ülke sınırlarında görülmesidir. Bu evre “*pandemi*” durumuna yakındır.
- **Altıncı Evre:** Bulaşıcı bir virüsün üç ülkeye ya da daha fazla ülkenin sınırlarını aşmasıdır. Bu durum dünya üzerinde küresel alanda pandemi sürecinin yaşandığını göstermektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020a)

Pandemi terimi, dünya üzerinde kıtalar ve bölgeler arası yayılmış anlamına gelmektedir. Epidemiy ise sadece belli bir bölgedeki topluluğun üzerinde etkili olmasıdır. Pandemi belirli bir kıtada ya da bölgede bulaşıcı bir virüsün hızlı bir coğrafik yayılım olduğunda kullanılmaktadır.

1.1.1. Salgın Hastalıklar ve Turizm Sektöründeki Etkileri

Salgın hastalıklar geçmişte insanların toplu birlikler halinde yerleşik hayat düzeninde yaşamaya başladığında ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla tarihsel süreçteki salgın hastalıkların en eski çağlara kadar uzanmaktadır. Ayrıca tarihsel süreçteki salgın hastalıkların tarihsel zamanda genel olarak ticaret vasıtası amacıyla yayılmaktadır (Öner, 2021, s. 3).

Dünya üzerinde insanlar sağlık krizleri ile çetin mübadeleler vermiştir. Küresel alanda ortaya çıkan sağlık krizleri havacılık sektöründeki gelişmeler ile uluslararası

seyahat hareketliliğinin artması sonucuyla, dünya üzerinde kitlesel salgın hareketlerinin görülmesine etki etmiştir (Hollingsworth vd. 2007, s. 1; Bakar vd. 2020, s. 189). Küresel alanda seyahat hareketleri sağlayan kişilerin, salgın hastalık taşıyan kişiler ile aynı ortamda bulunması ile birçok ülkeye yayılmasına neden olmuştur (Min vd., 2010, s. 2122). Salgın hastalıkların ülkeler arası yayılmasında seyahat olgusunun aktif olarak rol oynadığı söylenebilir. Seyahat olgusu ulaşım alanında; demiryolu, havayolu, denizyolu ve karayolları vasıtalarının kullanımı ile sınırlar ötesine yayılmaktadır.

Bu bölümde salgın hastalıklar tarihsel sıralamasıyla ele alınmıştır. Geçmişten günümüze kadar dünya üzerinde görülen salgın hastalıklar tarihsel sıralaması Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Dünya Üzerinde Görülen Salgınların Tarihsel Sıralaması

Yıllar	Pandemilerin Adı	Vefat Sayısı
A. Geçmiş Dönemlerde Yaşanan Salgın Hastalıklar		
165-180	Antonine Pandemisi	5.000.000
541-542	1.Veba Pandemisi	3.000.000-5.000.000
638-639	Amvâs Veba Pandemisi	25.000-30.000
735-737	Japonya Çiçek Pandemisi	1.000.000
1347-1351	2.Veba Pandemisi	200.000.000
1520-	Yeni Dünya Çiçek Pandemisi	56.000.000
1629-1631	İtalya Pandemisi	1.000.000
1665-	Londra Büyük Pandemisi	100.000
1817-1923	Kolera Pandemileri 1-6	> 1.000.000
1885-	3.Veba Pandemisi	12.000.000
1800 sonu	Sarı Humma Pandemisi	100.000-150.000
1889-1890	Rus Bulaşıcılığı	1.000.000
1918- 1919	İspanyol Bulaşıcılığı	>50.000.000
1957-1958	Asya Bulaşıcılığı	1.100.000
1968-1970	Hong Kong Bulaşıcılığı	1.000.000
B. Günümüz Döneminde Yaşanan Salgın Hastalıklar		
1981-	HİV/AIDS Bulaşıcılığı	>35.000.000
2002-2004	SARS Bulaşıcılığı	770
2009-2010	Domuz Bulaşıcılığı	200.000
2014-2016	Ebola Bulaşıcılığı	11.000
2015-Günümüz	MERS Bulaşıcılığı	850
2019-Günümüz	COVID-19 Bulaşıcılığı	6,14 Mn> (14.04.2022)

Kaynak: Türk vd., 2020, s. 614- 615.; Amvas Veba Salgını: Göktürk, İ. (2021). Yüksek Lisans Tezi, s. 7.; Covid-19 ile ilgili istatistikler URL1’den alınmıştır.

A. Geçmiş Dönemlerdeki Salgın Hastalıklar

Geçmiş dönemdeki salgınlar 1979 yılından önce yaşanmış olan virüs kaynaklı salgın hastalıklardır. Bu dönemde yaşanmış olan salgınlara Tablo 1'in A bölümünde tarihsel sıralamaları ile verilmiştir.

1. Antoninus Pandemisi (165-180)

Tarihsel süreçte kayıt altına alınan ilk kitlesel salgın hastalıktır. MS 165 ve 180 yıllarında Romalı askerlerin, Yakın Doğu bölgesindeki mücadelelerinden sonra ülkelerine dönüşlerinde taşıdıkları bir salgındır. Bu kitlesel ilk salgının ortaya çıktığı zamanda Roma İmparatorluğu ekonomik, askeri, tarım ve ticaret alanlarında zarar görmüştür (Türk vd., 2020, s. 615). Ayrıca Sabbatini ve Sirio (2009), Antonine vebasında turizm açısından önemli bir kültür- ticaret yolu olan Şam ve Antakya üzerinde hem ticaret alanında hem de ziyaretçi sayısının azaldığı öngörülmüştür (s. 269).

2. Birinci Veba Pandemisi (541-542)

Tarihsel süreçteki en büyük salgın hastalıklarından biridir. Bu salgının diğer bir adı "*Justianus Veba*" olarak da bilinmektedir. Birinci Veba pandemisi yaklaşık 25 milyon kişinin ölümüne yol açmıştır. Salgın 541- 542 yılları arasında Bizans İmparatorluğu, Sasani İmparatorluğu, Konstantinopolis ve Akdeniz bölgesindeki liman kentlerini etkisi altına alarak ekonomik, işsizlik, vergi, gıda ve tarım alanlarında sorunların yaşanmasına neden olmuştur (Türk vd., 2020, s. 615-616). Snell'e (2019) göre, bu salgında olumsuz etkiler 6. Yy. ortaya çıkmaya başlamış ve 8. Yy. kadar devam etmiştir.

3. Amvâs Veba Pandemisi (638-639)

Batılı uygarlıklar tarafından "*Kara Ölüm*" olarak da adlandırılmaktadır. 638-639 yılları arasında Filistin sınırlarında Kudüs'te ortaya çıkmıştır. Bu salgın daha sonra sınırları aşarak Ürdün, Şam ve Urfa kentlerine kadar yayılmıştır (Göktürk, 2021, s. 7). Ayrıca bu salgın, 1. Veba salgınının bir uzantısıdır. Kudüs bölgesinin yollarında bulunan han, kervansaray yerlerinde ordular konaklamaktadır. Salgın sonucunda

İslami sahabelerinde bulunduğu yaklaşık 25-30 bin kişi vefat etmiştir (Öner, 2020, s. 165).

4. Japonya Çiçek Pandemisi (735-737)

Japonya Çiçek pandemisi 735-737 yılları arasında günümüzde Japonya ülkesinin başkenti olan Tokyo’da ortaya çıkmıştır. Bu salgının etkileriyle Japonya’ya ülkesinde en gelişmiş Kinai Bölgesi ticaret, tapınak, sığınak gibi yerlerin erozyon sebebiyle tahribata uğraması turizm açısından ekolojik dengenin bozulmasına neden olmuştur (Türk vd., 2020, s. 616).

5. İkinci Veba Pandemisi (1347-1351)

İkinci Veba pandemisinin bir diğer adı Büyük Veba olarak da bilinmektedir. Büyük Veba yaklaşık 200 milyon kişinin ölümüne yol açmıştır. Salgın dünya üzerinde ilk olarak Doğu Asya’da ortaya çıkmıştır. Daha sonrasında Doğu Avrupa, Avrupa, Kuzey Afrika ve Batı Asya’ya kadar yayılmıştır (Türk vd., 2020, s. 616). Diğer yandan Akdeniz Bölgesi’ndeki ticareti vasıtasıyla İtalya ve Kuzey Afrika bölgelerine oradan ise Avrupa bölgesinin tamamını kısa sürede etkisi altına almıştır (Pamuk, 2020). Bu salgının yayılmasının en önemli nedeni olarak deniz ticaret yollarının kullanılması olduğu söylenebilir. Deniz ticareti vasıtalarının salgının yayılmasında aktif rol oynadığı anlaşılmaktadır.

6. Yeni Dünya Çiçek Pandemisi (1520 ~ +)

Çiçek pandemisi küresel alanda yaklaşık 1 milyon kişinin ölümüne neden olmuştur. Ayrıca bu salgının dünyada yarattığı ekonomik, sosyal ve siyasi etkiler oldukça önemlidir (Riedel, 2005, s. 21). Bu salgın yeni kıtaların keşfini zorunlu kılmıştır. Böylece geçmişten günümüze dünya üzerinde birçok turistik ürünlerin ve turizm merkezlerinin bu salgının yaşandığı tarihe kadar uzandığı öngörülmektedir (Türk vd., 2020, s. 617).

7. İtalyan Vebası Pandemisi (1629-1631)

İtalyan Veba pandemisinin ortaya çıkış nedeni 1618-1648 yıllarındaki 30 yıl mübadelesindeki, Almanya ve Fransa ordularının gemi vasıtası ile İtalya'ya gelmesidir (Türk vd., 2020, s. 617). Bu dönemde salgının yayılmasını engellemek amacıyla liman ticareti durdurularak, yabancı kişilerin ülke sınırlarına girmesi yasaklanmıştır. Ancak alınan bu önlemlere rağmen hastalığın yayılması ve ölüm oranlarındaki artışın önüne geçilememiştir (Alfani, 2013, s. 20). Pandeminin yarattığı ekonomik etkiler gemi ticaret yollarını olumsuz etkilediği söylenebilir.

8. Londra Büyük Vebası Pandemisi (1665-1666)

Londra Büyük Vebası, St Giles-in-the-Field'de yaşayan halkın temiz ve hijyen koşullarının olmaması nedeniyle ortaya çıkmıştır (Türk vd., 2020, s. 617). 1665 ve 1666 yıllarında yaşanan bu salgın 1 milyon kişinin ölümüyle sonuçlanmıştır. Bu pandemi sonucunda İngiltere liman şehirleri ve denizaşırı yapılan ticaretler çok büyük ölçüde zarar görmüştür (Bean ve William, 1963, s. 433-434).

9. Kolera 1-6 Pandemileri (1817-1923)

Kolera pandemileri 1817-1923 yılları arasında Hindistan ülkesinin Kalküta kenti sınırlarında başlamıştır. Bu salgın daha sonrasında Güney Doğu ülkelerine, Afrika ve Akdeniz kıyı sınırlarındaki kentlere kadar ulaşmıştır. Ayrıca Kolera pandemileri Asya Bölgesi'nde bulunan her ülkede görülmüştür (CBC, 2010). Kolera virüsü 1827- 1923 yılları zaman aralığında altı büyük pandeminin yaşanmasına neden olmuştur (Uzluk, 1948, s. 8-9). Yaşanan pandemide Sıhhiye Konferans¹ toplantısı, 13 ülkenin katılımı ile İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Günümüzde bu durum kongre/seminer turizmi olarak değerlendirilmektedir.

¹ Uluslararası alanda düzenlenen konferansa Avusturya, İngiltere, Toskana, Yunanistan, Rusya, İspanya, Portekiz, Papa, Sardinya, Sicilya ve Osmanlı Devleti katılmıştır. Konferansın amacı Kolera Salgınının Avrupa'ya yayılmasını önlemektir.

10. Üçüncü Veba Pandemisi (1885 ~)

1885 yılında Çin'in Yunnan kentinde ortaya çıkmıştır. Dünya üzerinde 12 milyon kişinin ölümüne neden olmuştur. 1885'li yıllarda yaşanan bu hastalık *Bubonik Veba* olarak da bilinmektedir (Türk vd., 2020, s. 619). Bu hastalık Hindistan Bölgesi'nden sonra Çin'e yayılmıştır. Daha sonra ise Çin'deki büyük kıyı kentlerindeki nakliye yerlerinde gemi taşımacılığı ile tüm dünyaya yayılmıştır (Stenseth, 2008, s. 774; Sanburn, 2010).

11. Sarı Humma Pandemisi (1800'lü yılların sonları)

18. yy. başlarında Fransa, İspanya, İtalya ve İngiltere ülkelerinde ilk vakalara rastlanmıştır. Hastalık sivrisineklerin taşıyıcı olduğu bir virüs sayesinde insanları ısırdığında bulaşmaktadır. Bu salgında yaklaşık 100-150 bin kişinin kaybı ile sonuçlanmıştır. Ayrıca coğrafi konumu nedeniyle tropikal iklimi yaşayan ülkelere ve kent yaşamının getirdiği etkenlerle bazı kıtalarda hiç rastlanılmamıştır. Ancak turizm ve ticaret gibi nedenlerden dolayı virüsün dünya üzerine yayıldığı gözlemlenmiştir (Göktürk, 2021, s. 9)

1970- 2009 yıllarındaki zaman aralığında ABD (Amerika Birleşik Devletleri) ve Avrupa kıtalarında toplamda 9 vaka görülmüştür. Bu 9 vakanın aşı olmamış kişilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu vakaların yayılmasının sebebi 9 turistin kıtalar arası seyahat etmelerinden kaynaklanmaktadır (Polat vd., 2017, s. 57). Stephan'a (1978, s. 403) göre, sarı humma salgının yarattığı ekonomik kayıpların etkisi beş yılda giderilmiştir.

12. Rus Gribi Bulaşıcılığı (1889-1890)

19. yy. 'da yaşanan en büyük salgın olduğu öngörülmektedir (Türk vd., 2020, s. 620). Dünya üzerinde 1889 ve 1890 yıllarındaki yaklaşık bir yıl süren bu grip salgınında yaklaşık 1 milyondan fazla birey vefat etmiştir. Bir yıl süren bu salgın ticaret alanında yaşanan mali kayıpların oranı tespit edilememiştir. Ancak salgından sonra 1891 yılında ekonomik durgunluğun devam etmiştir (Mitchener ve Weidenmier, 2007, s. 463).

13. İspanyol Gribi Bulaşıcılığı (1918-1920)

20. yy.' da İspanyol gribine neden olan H1N1 virüsü, ilk olarak 1918 yılında ABD'nin Haskell Bölgesi'nde ortaya çıkmıştır (Yolun, 2012, s. 71). 1918 ve 1920 yıllarında yaşanan grip salgını yaklaşık bir yıla yakın sürmüştür. Dünya tarihinde İspanyol gribi, 1. Dünya Savaşındaki yaşanan ölüm oranlarından fazladır. Ayrıca bu salgında yaşanmış olan diğer salgın hastalıklardan daha ölümcül etkileri vardır (Ertin ve Temel, 2020, s. 65). 1. Dünya Savaşı sırasında kıtalar arası seyahat etmekte olan askerlerin, H1N1 virüsünün bulaşıcılığının yayılımını hızlandırdığı öngörülmektedir (Göktürk, 2021, s. 8-9). İspanyol gribi salgının etkileri dünyada iş gücü oranının azalmasına neden olmuştur. Azalan iş gücü oranı ise GSMH 'de büyümeye neden olmuştur (Öner, 2020, s. 20).

14. Asya Gribi Bulaşıcılığı (1957-1958)

Asya gribi 1957 yılında ilk olarak Güneydoğu Asya Bölgesi'ndeki Singapur ülkesinde ortaya çıkmıştır (Öner, 2020, s. 20). 1918 yılında ortaya çıkan H1N1 virüsünün mutasyona uğrayarak, H2N2 virüsü olarak adlandırılan Asya gribi dünya üzerinde en az 1 milyon kişinin ölümü nedeniyle küresel alanda yaşanmış bir pandemidir (Clark, 2008, s. 78-81). 20. Yy. 'da yaşanmış ikinci grip kaynaklı bir hastalıktır. Salgının etkileri İspanyol gribinde yaşanan etkilerle benzerlik göstermektedir. Salgın öncesi dönemde dünyada işgücü büyüme oranlarında düşüş yaşanırken, salgın sonrası işgücü büyüme hızı ve işsizlik oranlarında artışlar yaşanmıştır (UN, 1960). Asya grip salgını ortalama 10 yıl sürmüştür. Tavukcu' ya (2020) göre salgının yarattığı olumsuz etkiler 1968 yılına gelindiğinde etkisini kaybetmiştir (s. 30).

15. Hong Kong Bulaşıcılığı

1968 yılında Çin'in, Hong Kong şehrinde ortaya çıkmıştır. Bu salgın geçmiş dönemde yaşanan Asya grip virüsünün mutasyon uğramasıyla etkilerini göstermiştir. Dünya üzerinde 1 milyon kişinin ölümüne neden olmuştur (CDC, 2019a). İlk görüldüğü Hong Kong kentinden sonra kıtalar arası yayılım göstererek Vietnam, Filipinler, Singapur, Avrupa, Avustralya, Kaliforniya, Amerika, Japonya ve Afrika

gibi 9 ülkeyi de etkisi altına almıştır. Bu dönemde Hong gribinin Amerika ve Kanada ülkelerini ekonomik yönden etkilemediği açıklanmıştır (Türk, vd., 2020, s. 622)

Geçmiş dönemde görülen salgın hastalıkların yayılmasının ortak nedenleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Geçmiş Dönemdeki Salgın Hastalıkların Yayılma Nedenleri

A. Savaş
1. Salgınların sınırlar ötesine taşınması geçmiş dönemde yaşanan savaşların bitmesiyle askerlerin ülkelere dönmeleri,
2. Salgınların sınırlar ötesine taşınması savaşların olduğu dönemde ülke ordularının yer değiştirmeleri,
B. Deniz Ticareti
3. Gemi vasıtasıyla yapılan ticaretin taşımacılığı,
4. Liman kıyı kentleri olan ülkelerin gün aşırı yaptıkları gemi giriş ve çıkışları
C. Ticaret
5. Ticaret yapan ülkeler arasında sınırların aşılması,
6. İthalat ve İhracat
D. Turizm
7. Ülkeler arası seyahat eden kişilerin olması,
8. Gemi vasıtasında çalışan kişilerin olması,
9. Bölgeler arasında hanlar, kervansaraylar gibi gününbirlik konaklama yerlerinin olması
10. Seyahat eden turistlerin virüs taşıdığı farkında olmaması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Geçmiş dönemde ortaya çıkan salgınların savaş, ticaret, turizm, gemi vasıtası taşımacılığı, seyahat etme gibi nedenlerinden kaynaklı olarak sınırlar ve kıtalar arasında yayılış gösterdiği anlaşılmaktadır. Geçmiş dönemde incelenen 14 salgın hastalıkların ortaya çıkardığı sonuçlar Tablo 3’ de gösterilmektedir.

Tablo 3. Geçmiş Dönemdeki Salgın Hastalıkların Yarattığı Sonuçlar

1. Virüsün ortaya çıktığı ülkedeki tarım topraklarının verimsizleşmesi,
2. Ölüm oranlarının yüksek olması ile iş gücü hız oranının azalması,
3. Mali kayıplar nedeniyle iş yerlerinde çalışan personellerin işten çıkarılması
4. Virüsün yayılmasını engellemek için okulların ve iş yerlerinin kapatılması,
5. Ülkelerin yabancı ziyaretçilere giriş ve çıkışlarını kapatması,
6. Sınırlar arası seyahat etme kısıtlaması gelmesi,
7. Ülkelerin yaşadıkları ekonomik kayıpların olması,

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Geçmiş dönemdeki salgın hastalıkların yayılış hızını engellemek için turizm alanında seyahat kısıtlamaları, yabancı ziyaretçilerin ülke giriş ve çıkışlarına izin verilmemesi, gemi vasıtalarıyla yolcu taşımacılığının engellenmesi gibi önlemler alındığı karşımıza çıkmaktadır.

B. Günümüzdeki Salgın Hastalıklar

Günümüz döneminde yaşanan salgın hastalıklar 1980 yılı sonrasını kapsamaktadır. 1980 yılı sonrasındaki dünya üzerinde görülen salgın hastalıklar Tablo 1'in B bölümünde verilmiştir. Bu salgınlar HIV, Sars, Domuz Gribi, Ebola, Mers ve Covid-19 bulaşıcılığı şeklinde sıralanabilir.

16. HIV/AIDS Bulaşıcılığı (1981-)

HIV/AIDS virüsü ile ilgili yapılan araştırmalarda bu bulaşıcı virüsün daha önce benzer bir virüs çeşidi ile ilgili olmadığı tespit edilmiştir. Bu virüsün dünya üzerinde görülen yeni bir tür olduğu açıklanmıştır (Göktürk, 2021, s. 20). Günümüzde dünyada üzerinde bu virüsün varlığı devamlılığını sürdürdüğü için salgınların başında gelmektedir (Kalmaz, 2021, s. 5). Dünya üzerinde yaklaşık 65 milyon kişiye enfekte olmuş ve 25 milyon kişinin ise ölümüne sebebiyet vermiştir (Cohen vd., 2008, s. 1244).

Uluslararası alanda HIV virüsü ülke ekonomilerinde sağlık ve tedavi harcamaların artmasına neden olmuştur. Uluslararası alanda 2013 yılında ülkelere yapılan sağlık yardım harcamaları 50 milyar seviyesine kadar yükselmiştir. 2015 yılında ise 49 milyar seviyesine azalmıştır (Dielman, 2018, s. 1799).

17. SARS Bulaşıcılığı (2002-2004 yılları)

Akut Solunum Yolu Enfeksiyonu olan Sars virüsü daha önce insanlar üzerinde görülmemiştir. Günümüzde Sars-Cov olarak da bilinmektedir. (Wang ve Jolly, 2004, s. 547). Sars virüsü Covid-19 virüsünün atası olarak sayılmaktadır. Sars virüsü ilk kez 2003 yılında Çin'de ortaya çıkmıştır. Salgın dünya üzerinde bir yılda 5 kıtayı etkisi altına almıştır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 2003 yılında Sars virüsü nedeniyle 774

kişinin vefat ettiğini açıklamıştır (CDC, 2004). Türkiye’de Sars virüsüne hiç rastlanılmamıştır.

Sars salgınının ekonomik etkileri en çok konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve turizm sektörü üzerinde olmuştur (Türk vd., 2020, s. 623). Alan yazınında incelenen bazı çalışmalarda Sars salgınının bütüncül ekonomi üzerindeki etkisinin 30-100 milyar dolar kadardır (Dündar, 2020, s. 842). Salgında yapılan yardımlar en çok seyahat, turizm ve sağlık sektörleri başta olmak üzere fazla iş kollarına ulaşmıştır (Smith, 2006, s. 3114).

Sars salgını döneminde konaklama işletmelerinden elde edilen gelir bir önceki yıla göre %50 oranında gerilemiştir. Tatil ve iş amaçlı seyahat eden kişiler bu dönemde uçuşlarını iptal etmişlerdir. Dünya Sağlık Örgütü, virüsün diğer ülkelere yayılmasını engellemek amacıyla seyahat kısıtlaması getirmiştir. Dünya Turizm ve Seyahat Örgütü’ne (UNWTO) göre, Sars salgını nedeniyle kayıplar yaşayan ülkelerde turizm sektöründe çalışan 3 milyon birey işini kaybetmiştir (Kuo vd., 2008, s. 917).

Sars virüsünün yarattığı uluslararası ekonomik maliyetler artış göstermiştir (Wha ve Mckibbin, 2004, s. 92-93). Sars virüsü salgını zamanında turizm eğlence işletmelerini de etkilemiştir. Böylece Amerika’nın en büyük eğlence firması olan Park Place Entertainment gelirlerinin %50 azaldığını açıklamıştır (Türk ve ark., 2020, s. 623 ve Begley, 2013)

18. Domuz Gribi Bulaşıcılığı (2009-2010 yılları)

2000’li yıllarda ortaya çıkan bir diğer salgında H1N1 virüs hastalığıdır. H1N1 virüsü dünya üzerinde ilk kez 2009 yılında Amerika ve Meksika’da ortaya çıkmıştır (Göktürk, 2021 s. 15). Virüs daha sonra Afrika, Asya, Amerika ve Avrupa bölgeleri olmak üzere tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Şanlı, 2010 s. 9).

Günümüzde bu salgın halen dünya üzerinde mevsimsel geçişlerde insanlar üzerinde etkisini sürdürmektedir. Domuz gribi salgını 2000’li yıllardan sonra dünya da yaklaşık 200.000 bin kişinin ölümüne neden olmuştur. H1N1 salgının küresel alanda yarattığı etkiler ekonomik ve sektörlerdeki kayıplar Sars salgını ile benzerlik göstermektedir (Türk vd., 2020, s. 624).

Domuz gribi salgını Meksika’da kısa zamanda ekonomik olumsuz sonuçlanmıştır. Virüsün ortaya çıktığında ilk 5 ayda içinde Meksika 1 milyona yakın turist kaybetmiştir. Yaşanan bu turist sayısındaki azalmanın ekonomideki mali kayıp miktarı 2,8 milyar dolardır (Rassy ve Smith, 2013, s. 827). Meksika’da turizm sektörü ve domuz eti üretiminde yaşanan kayıplar, uluslararası alanda sektörel risk oluşturmuştur. Ancak 2009 yılında turizm sektöründeki gelirler iyileşmiştir. Domuz eti üretimi ise yıllık gelir karşılama hedefini karşılamıştır. Bu durum tüketicilerin turizm ve gastronomi alanında güven algısını yeniden kazandığını göstermektedir (Öner, 2021, s. 34-35).

19. Ebola Bulaşıcılığı (2014-2016 yılları)

Ebola virüsüne dünya üzerinde ilk kez Demokratik Kongo Cumhuriyeti Bölgesi’nde rastlanmıştır (CDC, 2019b). Bu virüs hayvanlardan insana ve insanlar arasındaki temastan dolayı birbirlerine bulaşmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2020b). Ebola salgını dünya üzerinde yaklaşık 11 bin kişinin ölümüne neden olmuştur.

Ebola virüsü, Batı Afrika ülkelerinde itici güç olarak bilinen turizm sektörünü olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Salgının yayılmasını engellemek amacıyla uçuşların iptal edilmesi, Batı Afrika ülkelerinde turizm sektörü açısından kriz yaşanmasına neden olmuştur. Ayrıca ülkelerin turizm sektöründe rekabet gücünün sınırlanmasına yol açmıştır. Batı Afrika ülkelerinde görülen Ebola salgını, tüm Afrika bölgesi ile değerlendirilmiştir (Henama ve Maphanya, 2019, s. 1-2).

Batı Afrika’da bölgesinde bulunan Sierra Leone ülkesinde, salgın döneminde turizm sektörü durma noktasına gelmiştir. Bu nedenle bomboş kalan otellerdeki çalışanlar işten çıkarılmıştır (BBC, 2014). Ebola virüsü, seyahat kısıtlamaları, iş yerleri ve okulların kapanması gibi çeşitli önlemlerinde o dönemde uygulanmıştır (DW, 2014).

20. Mers Bulaşıcılığı (2015-)

Ebola virüsü hastalığından sonra görülen bir diğer salgın Mers virüsü hastalığıdır. 2012 yılında Suudi Arabistan’da kayıtlara geçen bir korona virüs çeşididir. Bir süre sonra Arap Yarımadası’nda ortaya çıkan bu virüse Mers-Cov adı

verilmiştir (İnal, 2016, s. 38). Mers virüsü dünya genelinde 850 kişinin ölümüne neden olmuştur.

Suudi Arabistan Mers-Cov vakalarının en çok yaşandığı yerdir. Çünkü bu bölgenin Kutsal Hac merkezine ev sahipliği yapması, küresel alanda salgının yayılmasına neden olmuştur (Al-Tawfiq vd., 2014, s. 424). Hac ibadetini yapan kişilerin ülkelerine geri dönüş seyahatlerinde virüsü taşıdıkları anlaşılmaktadır.

Arap Yarımadası'ndan sonra ikinci olarak Mers-Cov vakalarına en çok Kore'de rastlanmıştır. Bu virüsü bir ziyaretçinin Arap Yarımadası'ndan, Kore'ye geri dönüşünde taşıdığı tespit edilmiştir (Türk vd., 2020, s. 625). Kore'de Mers salgınının turizm sektöründe yarattığı etkinin 2,6 milyar dolardır. Ayrıca salgının yayıldığı dönemde 2,1 milyon yabancı turist sayısının azalmasına da neden olmuştur. Kore'ye gelen yabancı turist sayısının azalmasıyla turizm sektöründeki yaşanan mali kayıpların tahmini olarak konaklama işletmelerinde 542 milyon dolar, yiyecek-içecek işletmelerinde 359 milyon dolar ve ulaşım sektöründe ise 106 milyon dolar olduğu öngörülmektedir. Tahmini öngörülen bu kayıpların 2015 yılında konaklama, yiyecek-içecek ve ulaşım sektöründeki hizmet beklentisi düşük orandadır (Joo vd., 2019, s. 1).

Tarihsel sıralamaya göre incelenen salgın hastalıklarda (Covid-19 hariç), insanoğlunun yerleşik hayata geçtiği ve bir arada topluluk olarak yaşamaya başladığından beri pek çok bulaşıcı hastalıklarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Günümüzde ve gelecek zamanlarda da çeşitli salgın hastalıkların ortaya çıkması beklenmektedir. Salgın hastalıkların ortaya çıktıkları dönemlerde seyahat imkânlarının kısıtlanması ile başlayan ekonomik etkenler uluslararası sektörlere kadar uzanan büyük bir mali kayıp yaratmaktadır. Ayrıca salgın hastalıkların birey ve toplum üzerinde psikolojik, sosyal, işsizlik ve ekonomik sıkıntı gibi yarattığı etkilerinde olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Bir sonra bölümde 2019 yılının dördüncü çeyreğinde ortaya çıkan Covid-19 bulaşıcılığından bahsedilmektedir.

1.1.2. Covid-19 Bulaşıcılığı

Küresel alanda ortaya çıkan Covid-19 virüsü kısa zamanda tüm dünya bölgelerini etkisi altına almıştır. Böylece küresel alanda ticaret, sosyal faaliyetler,

olimpiyatlar, ulaşım kısıtlamaları, turizm ve hava yollarındaki seyahatler durdurulmuştur (Özdere Sözer, 2021, s. 43).

Türkiye’de Covid-19 virüsünün 11 Nisan 2020 tarihinde ise tüm ülkeyi etkisi altına almıştır (Vikipedi, 2020)¹. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 11 Mart 2020 tarihinde Covid-19 bulaşıcılığını pandemi süreci olarak bildirmiştir (BCB, 2020a). Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Covid-19 salgınına yönelik bir düzenleme paket hazırlamıştır. Hazırlanan bu raporda virüsün erken tanısı için izolasyon süreci, 14 günlük karantina kurallarını kapsamaktadır. Açıklanan bu tedbirlerle salgının yayılmasının engellenmesi ve ekonomik zararların en aza indirilmesi için birtakım tedbirleri içermektedir (BCB, 2020b). 2019 Aralık yılı itibariyle 2022 yılına kadar geçen sürede Covid-19 virüsü yaklaşık 6,17 milyon insanın ölümüne sebep olmuştur.

Koronavirüs ailesinden olan Covid-19 virüsün Sars ve Mers virüslerinden daha öldürücü etkilerinin olduğu öngörülmektedir (Dong ve Bouey, 2020, s. 9). Uluslararası alanda salgınla mücadele kapsamında birçok ülkede önlemler alınmıştır. Dünya genelinde ülkeler arasında girişler çıkışlar kapatılmış, tüm eğitim kurumlarında eğitime ara verilmiş, sokağa çıkma yasakları uygulanmış, turizmde turistik faaliyetler sınırlandırılmış, çalışma saatlerinde değişimler veya evden çalışma ortamı yaratılmıştır. İnsanlar salgın döneminde işlerine ve eğitimlerine dijital platform kullanarak devam etmiştir (Akyol, 2020, s. 74). Bu durum Covid-19 salgınının geçmiş dönemlerde yaşanan diğer salgın hastalıklardan farklı olduğunu yansıtarak bilgisayar, tablet ve internet gibi dijital kanalların etkin biçimde kullanıldığını göstermektedir.

Covid-19 salgını küresel alanda ilk olarak turizm sektörüne etkilemiştir Dünya üzerinde hizmet sektörü başta olmak üzere ithalat ve ihracat durma noktasına gelmiştir. Uluslararası alanda ülkelerin ekonomilerinde daralmalar yaşanarak harcamaların artmasına ve işsizlik sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece Covid-19 salgını dünya genelinde tedarik ve üretim zincirlerine çok fazla etkilemiştir (Sözer, 2021, s. 43). Covid-19 salgınının yarattığı olumsuz etkiler tüm dünyadaki ülke sektörlerinin bir kriz dönemi yaşanmasına sebep olmuştur (Adıgüzel, 2019, s. 192). Bu doğrultuda bir sonraki bölümde Covid-19 salgınının ekonomik etkileri Dünya ve Türkiye açısından ele alınmıştır.

¹ https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_COVID-19_pandemisi

1.2. Covid-19 Salgınının Dünya Ekonomisi Üzerindeki Etkileri

Küresel alana yayılan Covid-19 virüsü, dünya ülkelerinin ekonomilerini de tehdit etmektedir (Demirdögen ve Yorulmaz, 2020, s. 5). McKibbin ve Fernanda (2020, s. 1), 2020 yılında Covid-19 virüsünün yarattığı etkilerin kesin olarak anlaşılmasının mümkün olmadığını savunmuştur. Ayrıca politika kural koyucuları salgın sebebiyle yaşanan krizin etkilerinin de hızlı bir biçimde çözüm alınamayacağına mümkün olmadığını açıklamıştır (Assche ve Lundan, 2020, s. 273-279). Bu bölümde Covid-19 salgınının küresel ekonomide meydana getirdiği değişimlerden, ülkeler arasındaki bütüncül ekonomideki etkilerinden ve Türkiye ekonomisindeki etkilerinden bahsedilecektir.

1.2.1. Küresel Ekonomi Üzerinde Meydana Gelen Değişimler

Covid-19 salgının ortaya çıkışının üzerinde üç yıl geçse de küresel alandaki bütün sektörlerde mali kayıplar halen devam etmektedir. Bu salgının neden olduğu ekonomik etkiler Siyah Kuğu ya da Coronanomics olarak adlandırılmaktadır (Baura, 2020, s. 2). Covid-19 salgının hem sağlık hem de ekonomik alanda bulaşıcı özelliği vardır (Baldwin ve Mauro, 2020, s. 1). Salgının yayılmasını önlemek için ülkelerin aldığı kapanma kararları, işletmelerin faaliyetlerine ara verilmesi ile üretim hacminde düşüşler yaşanmıştır. Ayrıca küresel borsa piyasasının çökmesiyle faiz oranları değişme uğramıştır. Yaşanan bu olumsuz etkiler ekonomik alanda yeni gelişmelerin yaşanmasına neden olmuştur (Barro vd., 2020, s. 2).

Covid-19 salgını küresel ekonomiyi olumsuz etkilemiştir. Koronavirüs ilk Çin’de ortaya çıkarak dünya üzerindeki bütün ülke ekonomilerine ağır zarar vermiştir. Böylece ekonomik alanda durgunluk ve küçülmeye neden olmuştur. Küresel olarak alınan karantina tedbirleri üretim hacminde ve dış ticarete azalma yaşatırken, yatırımlar durma noktasına gelmiştir. Bütün sektörlerdeki üretim ve ticaretin durması, tedarik zincirlerinin de askıya alınmasıyla, işsizlik oranlarında artışlar yaşanmıştır. Bu salgının 1929 yılında ve 1. Dünya Savaşı dönemlerinde yaşanan krizlerden daha ciddi etkilerinin olacağı beklenmektedir (Çapanoğlu, 2020, s. 3). Küresel ticarete meydana gelen değişimlerin nedeni ülkelerin önlem alma eğilimleri ve iç talebi karşılayamama korkusundan olmaktadır (Walker, 2020).

Covid-19 sürecinde ülkelerin üretim, hizmet, yatırım, işsizlik, ulaşım, yiyecek-içecek işletmeleri ve dış ticaret gibi faaliyet alanlarının durma noktasına gelmesi sonucunda ekonomik gelir kaybı yaşanmıştır (Bahar vd. 2020, s. 8)

Covid-19 virüsü tarihsel süreçte yaşanan salgın hastalıklarla benzer kriz etkileri olsa da piyasalarda sert düşüş ve küçülmeler görülmüştür (Kılıç, 2020, s. 6). Ayrıca salgın sürecine yönelik alınan ekonomik önlemlerde uluslararası iş birliklerinin sağlanması, küresel alandaki tehditleri engelleyeceği yönündedir (Şahin, 2020, s. 7). Bir sonraki bölümde Covid-19 salgınının bütüncül ekonomideki etkileri incelenmiştir.

1.2.2. Salgının Ülkeler Arasındaki Bütüncül Ekonomideki Etkileri

Covid-19 virüsünün bütüncül ekonomi üzerindeki yarattığı etkilerin incelenmesine bu bölümde yer verilmiştir. Bütüncül ekonomi üzerindeki etkileri ekonomik büyüme, istihdam, enflasyon, doğrudan yabancı yatırımlar ve tedarik zincirleri üzerinde değerlendirilmiştir.

Covid-19 salgını nedeniyle küresel ekonomik büyüme oranlarında düşüş beklenmektedir. 2020 yılının ilk çeyreğinde Covid-19 virüsü sebebiyle küresel ekonomide birçok ülkelerin önde gelen aktörleri resesyona girmiştir. Böylece ülkelerin ekonomilerini düzeltmek için para politikaları geliştirmiştir. Belirli ülkelere yönelik uygulanan para tedbiri politikalarına Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Covid-19 Salgını Sürecinde Dünyada Uygulanan Maliye Politikaları

Politika Adı	Uygulanan Ülkeler
Para Politikası Tedbirleri	
1.Bankalara düzenleyici hoşgörü politikalarının uygulanması, 2.COVID-19’dan etkilenen borçlulara anapara veya faiz borçlarının yasalar ile ertelenmesi	Nijerya, İrlanda, İtalya, Çin
Merkez bankalarındaki tahvil ve hisse senetlerinin nakde çevrilmesi	Amerika ve Çin
Merkez bankalarının hızla değer katlayan yatırımların satın alınması	Avustralya, Kanada ve Amerika
Merkez bankaları tarafından ülkelerdeki enflasyon ve faiz değerlerinin azaltılması	Türkiye, Yeni Zelanda, Japonya, Nijerya, İngiltere, Güney Kore, Kanada ve Amerika

Tablo 4'ün devamı	
Maliye Politikası Tedbirleri	
Ülkelere kredi imkanlarının sağlanması	İngiltere, Avustralya, Nijerya ve Amerika
Pandemiden etkilenen sektörler için yönelik önlem ve tedbirlerin sağlanması	İngiltere, Türkiye, Nijerya, Avustralya ve Amerika
Bireylere yönelik nakit yardım sağlanması	Avustralya, Türkiye ve Amerika

Kaynak: Ozili ve Arun, 2020, s. 15.

Tablo 4 incelendiğinde, Covid-19 salgınının küresel ekonomideki olumsuz etkilerini en aza indirmek amacıyla birçok ülke tarafından hızlı bir biçimde geliştirilip yürürlüğe konulan mali politika ve tedbirlerin olduğu görülmektedir. Salgınla mücadelede en yüksek destek paketini ABD (Amerika Birleşik Devletleri) uygulamıştır. Bu destek paketinin maliyeti 2 trilyon dolardır. Japonya kamu ve özel sektörler için 1 trilyon dolarlık destek vermiştir. Bu mali rakam 2008 krizinde yürürlüğe giren destek paketinin neredeyse iki katıdır. Bütün ülkelerde uygulanan mali yardım paketleri, GSMH (Gayri Safi Milli Hasıla) 'da büyük bir yer kaplamaktadır (Duran ve Acar, 2020, s. 62). Birçok ülkenin uyguladıkları mali finansman miktarları Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Covid-19 Salgını Sürecinde Dünyada Uygulanan Para Tedbirleri

Ülkeler	Konusu	Mali Tedbir Miktarı	GSYH (%)
ABD	Alınan önlemler için	2 trilyon \$	10
Almanya	Belirli kurumları koruma ve sosyal güvenlik alanı	756 milyar EURO	18
İngiltere	Alınan önlemler için	350 bin Sterlin	11,8
Kanada	Alınan önlemler için	107 bin CAD	6,2
Çek Cumhuriyeti	Alınan önlemler için	100 bin CZK	1,8
İtalya	İç piyasa ve ihracat alanı	400 milyar EURO	15
Rusya	Alınan önlemler için	1.4 trilyon RUB	1,8
Türkiye	Yükselen kredi oranları, daha düşük vergiler, ertelenmiş ödeme yöntemleri	100 milyar TL	185
İspanya	Kamu ve özel sektöre alanı	200 milyar EURO	20
Japonya	Kamu ve özel sektöre alanı	1 trilyon \$	20

Kaynak: Duran ve Acar, 2020, s. 63.

Salgın sürecinde dünya ekonomik büyüme oranlarına Tablo 6’da yer verilmiştir.

Tablo 6. 2019-2022 Yıllarında Dünya Ekonomisi Büyüme Oranları

Yıllar	Dünya Ekonomisi	Gelişmiş Ülkelerin Ekonomisi	Gelişmekte Olan Ülkelerin Ekonomisi
2019	2,9	1,7	3,7
2020	-3,2	-6,1	-1,0
2021	5,9	5,2	6,4
2022	4,4	4,5	5,1

Kaynak: IMF, 2021 ve 2022 yıllarında yayınlanan Dünya Ekonomik Raporları incelenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki tabloda 2019-2022 yılları arasındaki dünya ekonomisinin, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerin büyüme oranlarına yer verilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde dünya ekonomisinin 2019 yılında %2,9 olduğu, 2020 yılında salgının yayılması ile sektörlerin, sınırların, işletmelerin üretim ve hizmet faaliyetlerine ara verilmesi sebebiyle %-3,2 oranında keskin bir düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır. 2021 yılında %5,9’a yükseldiği, ancak 2022 yılında ise %4,4 yine düşüş yaşanmıştır. Salgının üzerinden yaklaşık iki yıl geçmesine rağmen etkilerinin devam ettiği karşımıza çıkmaktadır.

Uluslararası Para Fonu (IMF), 2022 yılının ilk çeyreğinde yayınladığı rapora göre 2023 yılında dünya ekonomisinde %3,3 oranında büyüme beklediğini açıklamıştır (IMF, 2022). Küresel büyümenin bölgeler arası oranları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. 2020-2023 Yıllarında Dünya Bölgelerindeki Büyüme Oranları

Bölgeler	2020	2021	2022	2023
AB	-3.5	5.6	4.0	2.6
Avrupa	-6.5	5.2	3.9	2.5
Ortadoğu ve Asya	-2.6	4.2	4.3	3.6
Yükselen ve Gelişen Asya	-0.9	7.2	5.9	5.8
Latin Amerika ve Karayipler	-7.0	6.8	2.4	2.6
Sahra ve Afrika	-1.8	4.0	3.7	4.0

Kaynak: IMF, 2021 ve 2022 yıllarında yayınlanan Dünya Ekonomik Raporları incelenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7’de bölgeler arası 2020-2023 yıllarında büyüme oranları incelenmiştir. 2020 yılında en yüksek ekonomik gerilemenin yaşandığı bölgeler %-7.0 ile Latin Amerika- Karayipler ve %-6.5 Avrupa bölgelerinin olduğu anlaşılmaktadır. Covid-19 salgını sebebiyle bölgeler arası ekonominin büyümesi 2020 yılında olumsuz etkiler yaratmıştır. 2021 yılında ise bölgeler arası salgın süreci devam etse bile sınırlar arası yasakların, sektörlerin üretim ve hizmet faaliyetlerinin açılması, bölgeler arası ithalat ve ihracatın sağlanması ile biraz toparlanmıştır. Ancak 2022 yılında ise salgının etkilerinin devam etse de 2020 yılındaki gibi keskin düşüşlerin yaşanmadığı karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası Para Fonu (IMF), 2021 yılında yayınladığı bir raporda, küresel ve bölgeler arası ekonomilerin toparlanma sürecinin halen devam ettiğini ve Covid-19 salgını sebebiyle ekonomik toparlanmanın yavaşladığını açıklamıştır.

Salgın dönemlerinde küresel ekonomiler büyük belirsizlikler ve riskler ile karşı karşıya kalmaktadır. Şanlı (2020, s. 606), Covid-19 salgını nedeniyle küresel belirsizlik endeksinin 2020 yılı itibari ile son 60 yılın en yüksek seviyesine ulaştığını açıklamıştır. Küresel ekonomideki yaşanan belirsizlik aynı zamanda istihdamı da çok fazla etkilemiştir.

Covid-19 salgını, üretim ve tüketim de azalışa sebep olmuştur. Yaşanan küresel salgında tedarik zincirlerinin de 2020 yılı itibariyle durma noktasına gelmesi, işyerlerinin faaliyet alanlarını olumsuz etkilemiştir. Böylece birçok kişi işini kaybetmiş ya da kaybetme durumu ile karşı karşıya kalmıştır. İşletmelerin faaliyetlerine ara verilmesi, bireyleri mali ve ruhsal açıdan endişelendirmiştir. Salgın sürecinde bireylerin yaşam şekilleri ve tüketim kalıplarının farklılaşmasına yol açmıştır.

Uluslararası Para Fonu (IMF)’na göre, 2020 yılında dünyanın en büyük ihracat ve üretim kanallarından olan Çin ülkesinin ekonomik alanda %4 oranında küçülme yaşanır, küresel ekonomi %0,1 daralacaktır (Cinel, 2020 s. 126). Tablo 8’de 2019 ve 2022 yılları arasındaki işsizlik oranları verilmiştir.

Tablo 8. 2019- 2022 Yıllarında Dünya Üzerindeki İşsizlik Oranları

Yıl	Oran (%)
2019	5.4
2020	6.5
2021	6.3
2022	5.7

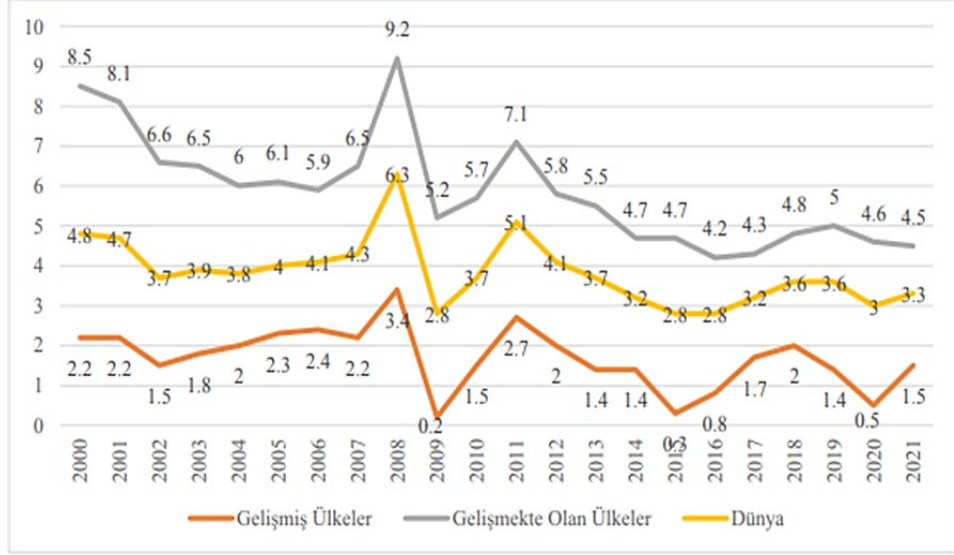
Kaynak: Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), 2021 yılı işsizlik oranlarından oluşturulmuştur.

Tablo 8 incelendiğinde son 4 yıldaki işsizlik oranlarının Covid-19 salgınının küresel tehdit haline gelmesiyle en yüksek oran %6,5 ile 2020 yılı ve ikinci olarak %6,3 oranı ile 2021 yılı olduğu anlaşılmaktadır. Salgın 2022 yılında etkilerinin halen devam etse de işsizlik oranının 2019 yılına göre yüksektir. Uluslararası Çalışma Örgütü'ne (ILO) göre, Covid-19 salgınının yarattığı küresel krizde işsizliğin 2022 yılında 205 milyon kişiye ulaşacağını açıklamıştır. 2019 yılında işsizlik 187 milyon kişi iken, 2022 yılında bu rakam %5,7'lik bir orana tekabül etmektedir. Küresel alanda %5,7'lik oran en son 2013 yılında görülmüştür (ILO, 2021).

Küresel ekonomideki iş gücünün yaklaşık %38'ini üretim, ticaret, konaklama, ulaştırma gibi hizmet sektörlerde çalışanlar oluşturmaktadır (UN, 2020, s. 6). Covid-19 salgınında neredeyse bütün ülkelerde turizm sektöründe işsiz kalan bireylerin artacağı öngörülmektedir. Bu sorunun temel nedeni salgının yayılmasını engellemek amacıyla iş sektörlerine ara verilmesi, turizm, eğlence, yiyecek-içecek sektörlerinde de taleplerin azalması da işsizlik oranının artmasına yol açmıştır (Köse, 2020, s. 53). Covid-19 salgını sebebiyle bütüncül ekonomide etkilenen bir diğer etken ise enflasyon oranlarıdır.

Covid-19 salgınının ortaya çıktığı dönemde insanların korku, endişe duyguları yaşaması hastalığın kendilerine bulaşmaması için tüketim davranışlarının değişmesine neden olmuştur. Bu tüketim davranışlarının değişimi gıda ve temizlik malzemelerini stoklanma amacına itmiştir. Böylece belli sektörlerde ciddi şekilde talep baskısı yaşanmıştır. Gıda malzemelerinin yanı sıra kolonya, el dezenfektanı, maske gibi benzer ürün çeşitlerinde de ciddi bir artış olmuştur. Bütün ülkelerde salgın döneminde üretimlerin durma ihtimali, birçok sektörde ihracatı sınırlandırmıştır. Dolayısıyla üretim veya ihracattaki olumsuzluklar, gıda ve temizlik malzemelerinin fiyatlarını

yükseltmiştir (Köse, 2020, s. 53-54). Aşağıda enflasyon oranlarının yıllık değişimi verilmiştir.



Grafik 1. 2000-2021 Yılları Arasındaki Enflasyon Oranları

Kaynak: Kaya, 2020 s. 229.

Grafik 1 incelendiğinde Covid-19 salgınının başladığı enflasyon oranlarının 2019 yılında dünya üzerinde oranın 3.6, gelişmiş ülkelerde 1.4 ve gelişmekte olan ülkelerde ise 5 olduğu görülmektedir. Ancak 2020 yılında salgın nedeniyle uygulanan mali ve para politikaları ile dünya üzerinde 3, gelişmiş ülkelerde 0.5 ve gelişmekte olan ülkelerde ise 4.6'ya düşerek keskin düşüşlerin yaşandığı anlaşılmaktadır. 2021 yılında ise enflasyon oranları dünya üzerinde 3.3'e yükseldiği, gelişmiş ülkelerde 1.5'e yükseldiği ve gelişmekte olan ülkelerde 4.5'e düştüğü karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Uluslararası Para Fonu (IMF), 2022 yılında enflasyon tahminlerinin gelişmiş ülkelerde 3.9 ve gelişmekte olan ülkelerde ise 5.9 olduğunu açıklamıştır (IMF, 2021). Dolayısıyla Covid-19 salgını döneminde arz ve talep değişimleri, 2022 yılında üretim ve hizmet fiyatlarının artmasıyla, enflasyon oranları da artacaktır.

Küresel alanda Covid-19 salgınının en fazla etkilediği bir diğer değişken doğrudan yabancı yatırımlardır. Salgının hızlı yayılmasını engellemek amacıyla uygulanan tedbirler ile yatırımlar ertelenmiştir. Böylece doğrudan yabancı yatırım oranları azalmıştır. Doğrudan yabancı yatırımların azalması işsizlik, üretim oranlarını ve fiyat politikalarını da etkilemiştir (Köse, 2020, s. 57).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), Covid-19 sürecinde 2020 yılında doğrudan yatırım oranlarının %5 ve %15 oranlarında azaldığını öngörmüştür (UNCTAD, 2020). Ancak 2021 yılında ise doğrudan yatırım oranları bir önceki yıl göre %77 artmıştır.

Covid-19 virüsünün dünyaya yayılması ile birçok sektör olumlu veya olumsuz bir şekilde etkilediği anlaşılmaktadır. Bütün sektörlerde üretim ve hizmete ara verilmesi, tedarik zincirlerinin aksaması ekonominin olumsuz etkilenmesinin en temel nedenidir. Tarım ve gıda sektörlerinde çalışanların iş alanlarının sınırlandırılması, üretim imalatını azaltmıştır. Ayrıca ülkeler arasındaki sınır giriş- çıkış kontrollerinin zaman olarak salgın döneminde yavaş ilerlemesi sonucu meyve ve sebzelerin bozulmuştur. Salgın sürecinde tedarik zincirlerinin kontrol edilmesi oldukça önem teşkil etmektedir (Eren, 2020, s. 17). Ayrıca üretim mallarının zamanında tüketicilere ulaşmaması, tedarik zincirlerini olumsuz etkilemektedir (Ivanov, 2020, s. 2). Koronavirüs sebebiyle bütüncül ekonomi üzerinde yaşanan belirsizliklerin dünya endüstrisini olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır. Bir sonraki bölümde ise Covid-19 salgınının Türkiye ekonomisine etkileri ele alınmıştır.

1.2.3. Salgının Türkiye Ekonomisine Etkileri

Türkiye’de yaklaşık 3 yıl önce 10 Mart 2020 tarihinde ilk Covid-19 vakasına rastlanmıştır. Covid-19 virüsüyle birlikte politik, sosyal, ekonomik ve toplumsal yönlerde önlemler ve kurallar uygulanmaya başlanmıştır. Alınan önlemlerde ilk etapta tüm eğitim ve öğretim kurumlarında üç hafta tatil ilan edilmiştir. Bu üç haftalık ara tatilden sonra uzaktan eğitim modeline geçilmiştir. Türkiye’de Covid-19 virüsü nedeniyle ilk vefat vakası 17 Mart 2020 tarihinde olmuştur. Bunun sonrasında Covid-19 vakasının 65 yaş ve üzeri olan kişilere 22 Mart 2020 tarihinde, 20 yaş altı kişilere ise 3 Nisan 2020 tarihinde sokağa çıkma yasağı uygulanmıştır. 1 Haziran 2020

tarihinde ise 20 yaş altı kişilerin sokağa çıkma yasağı 18 yaş olarak değiştirilmiştir. Ayrıca Türkiye’de Covid-19 virüsünün yayılımını azaltmak amacıyla 30 büyük ilde, 11 Nisan 2020 tarihinde sokağa çıkma yasakları getirilmiştir (Soylu, 2020, s. 175-176). İlerleyen tarihlerde insanların hareketliliğini azaltmak için ise yiyecek ve içecek hizmeti alanındaki işletmelere, alışveriş merkezlerine, iller arasında seyahat imkanlarına kısıtlamalar getirilmiştir (Öner, 2020, s. 81). Türkiye’de sektörler arasında alınan ilk tedbirler havayollarına yöneliktir. Türkiye’ye gelen ziyaretçilere ya da vatandaşlara 14 günlük karantina uygulanmaya başlanmıştır. Ayrıca bu dönemde ülkede ki giriş ve çıkışlar kapatılmıştır (Sözer, 2021, s. 65). Bu bölümde Covid-19 salgınının Türkiye ekonomisi üzerindeki etkilerine yer vermiştir.

Küresel alanda Covid-19 virüsünün hızlı yayılımını engellemek amacıyla alınan tedbirler ekonomiyi durgunlaştırmıştır. Alınan tedbirler iş yerlerinde üretimin durdurulmasına ya da kapasite sınırlandırılmasına yöneliktir. Üretime ara verilmesi hizmet ve perakende sektörlerinde, verimli çalışma koşullarının azalmasına yol açmıştır (Adıgüzel, 2019, s. 193). Aşağıdaki tabloda Türkiye ekonomisinin 2019-2022 yılları arasındaki ekonomik büyüme oranları verilmiştir.

Tablo 9. 2019-2021 Yıllarında Türkiye Ekonomisi Büyüme Oranları

Dönemler	1.Çeyrek Dönem (%)	2.Çeyrek Dönem (%)	3.Çeyrek Dönem (%)	4.Çeyrek Dönem (%)	Yıllık %
2019	-2.6	-1.7	1.0	6.4	0.9
2020	4.4	-10.4	6.3	6.2	1.8
2021	7.3	21.9	7.5	9.1	11.0

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2020 ve 2021 GSYH oranlarından oluşturulmuştur.

Tablo 9 incelendiğinde 2019 yılında son çeyrek dönemde ortaya çıkan Covid-19 virüsünün daha ekonomik etkileri görülmezken, çeyrek dönemleri incelendiğinde birinci de %-2.6, ikinci de %-1.7, üçüncü de %1,0’e ve dördüncü dönemde %6,4’e yükseldiği görülmektedir. Bu büyüme oranları dikkate alındığında ülke ekonomisinin 2019 yılının ilk altı ayında gerilediğini ve iyi olmadığını söylemek mümkündür. 2020 yılında Covid-19 salgının etkilerini birinci çeyrekte %4,4 ve ikinci çeyrekte %-10.4 oranındadır. Türkiye ekonomisi Covid-19 salgınının yarattığı kayıplarla ikinci çeyrekte karşılaştığı anlaşılmaktadır. Bu dönemde ülkede tedbirlerin uygulanması ile tüm işyerlerinde kapatılmış ya da üretim miktarı çalışma saatlerinden dolayı azalmıştır. 2020 yılının yarısından sonra sektörlerdeki yasakların hafifletilmesi ile

üçüncü çeyrekte %6,3'e yükselirken ve dördüncü çeyrekte %6,2'ye düşmüştür. 2021 yılının birinci çeyreğinde %7,3'ten, ikinci çeyrekte %21,9'a yükselerek büyük bir ivme kazandığı öngörülmektedir. Üçüncü çeyrekte bu oran %7,5, dördüncü çeyrekte ise %9,1'e yükselmiştir. Geçmiş üç yılın ekonomik büyüme oranlarına bakıldığında 2021 yılında Covid-19 salgınının yarattığı ekonomik kayıpların halen devam ettiği söylenebilir.

Türkiye'nin yıllık büyüme oranları ise 2019 yılında %0,9, 2020 yılında %1,8 yükselmiştir. Ancak en çok büyüme oranı 2021 yılı ile %11,0 olmuştur. 2020 ve 2021 yıllarında Covid-19 salgını halen sürerken, Türkiye ekonomisi büyüme göstermiştir. Covid-19 salgını, Türkiye ekonomisinde dalgalanmaların yaşanmasına sebep olmuştur (Öner, 2021, s. 82). 2020 ve 2021 yılı GSYH iktisadi büyüme faaliyetlerinin karşılaştırılması Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. GSYH'deki İktisadi Kolların Büyüme Oranları

Faaliyet Alanları	2020 %	2021 %
Finans ve Sigortacılık	21,4	-9,0
Bilgi ve İletişim	13,7	20,2
Tarım Sektörü	4,8	-2,2
Kamu/Sağlık/Eğitim ve Sosyal Hizmet	2,8	7,0
Gayrimenkul	2,6	3,3
Diğer Hizmetler	2,5	20,3
Sanayi Sektörü	2,0	16,6
Meslek/ İdari / Destek	-5,2	17,3
Hizmetler	-4,3	21,1
İnşaat Sektörü	-3,3	-9,2

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2020 ve 2021 GSYH oranlarından oluşturulmuştur.
– azalmaları göstermektedir.

Tablo 10 incelendiğinde 2020 yılındaki GSYH iktisadi büyüme oranlarında bir önceki yıla göre meslek, idari, destek, hizmet ve inşaat sektörü faaliyet alanlarının azalış olduğu ancak geriye kalan diğer faaliyet kollarının ise büyüdüğü karşımıza çıkmaktadır. 2021 yılında ise bir önceki seneye oranla finans, sigortacılık, inşaat ve tarım sektörlerinde de azalma yaşandığı görülmektedir. Ayrıca inşaat sektörü büyüme oranının her iki yılda da düşüş yaşandığı karşımıza çıkmaktadır. Tablodaki büyüme oranlarından da anlaşılacağı üzere 2020 yılında Covid-19 salgını devam ederken, Türkiye ekonomisinde büyüme gösterdiği bir kere daha karşımıza çıkmaktadır. 2021

yılında büyüme gösteren faaliyet kollarındaki büyüme oranları neredeyse ise 2020 yılına göre yine artış göstermiştir.

Ekonomik büyüme, işgücü ve istihdam arasında bir paralellik olduğunu bilinmektedir. Ekonominin büyüme gösterdiği dönemlerde işsizlik oranı düşerken, azaldığı dönemlerde ise işsizliğin oranının yükselmesi beklenmektedir (Sertkaya ve Baş, 2021, s. 155). Aşağıdaki tabloda 2019 ve 2021 yılları arasında yaşanan işgücü, işsizlik ve istihdam oranları verilmiştir.

Tablo 11. 2019-2021 Yıllarında Türkiye İşsizlik ve İstihdam Oranları

Yıllar	İşsizlik Oranı %	İstihdam Oranı %
2019	13.7	45.7
2020	13.2	43.9
2021	12.0	45.2

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2019-2020-2021 yıllarındaki işsizlik ve istihdam oranlarından oluşturulmuştur.

Tablo 11 incelendiğinde son 2019, 2020 ve 2021 yıllarındaki işsizlik oranları sırasıyla %13,7, %13,2 ve %12,0 olduğu görülmektedir. Salgın döneminde işsizlik oranlarının artması tahmin edilse de son 3 yılda bu oranların düştüğü tespit edilmiştir. 2019 yılındaki istihdam oranı %45,7’iken, 2020 yılındaki istihdam oranı %43,9’a düşmüştür. Bu durum Covid-19 salgını nedeniyle çalışan kişi sayısının düştüğünü göstermektedir. Ayrıca 2021 yılının istihdam %45,2 oranı bir önceki yıla artarak, çalışan kişi sayısının arttığını ve salgının etkilerinin azaldığını vurgulamaktadır.

Türkiye’de salgınla mücadele kapsamında alınan önlemler ile ekonominin canlanması amaçlanmıştır. Ancak alınan önlemlere rağmen bu dönemde fiyat istikrarı bozulmuştur. Bu durum döviz kurlarının artmasına ve enflasyonun yükselmesine sebebiyet vermiştir (Sertkaya ve Baş, 2021, s. 156).

Aşağıdaki tabloda 2020 ve 2022 yıllarındaki Şubat ayı enflasyon oranlarının karşılaştırılması verilmiştir.

Tablo 12. 2020-2022 Yıllarında Türkiye Şubat Ayı Enflasyon Oranları

Yıllar	Ay	Oranlar (%)
2020	Şubat	12,37
2021	Şubat	15,61
2022	Şubat	54,44

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2022 yılı TÜFE değişim oranlarından oluşturulmuştur.

Tablo 12 incelendiğinde salgın süreci başladığında 2020 yılının Şubat ayı enflasyon oranı %12,37 olduğu görülmektedir. 2021 yılının aynı ayındaki enflasyon oranı %15,61’iken, bir önceki yılın aynı ayına göre %3,24 oranında arttığı karşımıza çıkmaktadır. 2022 Şubat ayı yıllık oranı %54,44 ile son 3 yılın beklenen en yüksek enflasyon oranıdır (TÜİK, 2022). Pandemi döneminde üretimin durdurulması, iş yerleri ve ülkelerin sınırlarında yaşanan giriş-çıkış yasaklamalarında enflasyona etki ettiği anlaşılmaktadır.

Covid-19 salgın döneminde küresel olarak yükselişte olan bir diğer unsur da faiz oranlarıdır. Türkiye’de enflasyon oranlarının yükselmesine bağlı olarak faiz oranları da yükselmektedir. Faiz oranlarının yükselmesi yatırımların ve ekonomik faaliyet alanlarının yavaşlamasına yol açmaktadır (Sertkaya ve Baş, 2021, s. 156).

Türkiye’de Covid-19 sürecinde etkilenen bir diğer unsurlar ihracat, ithalat ve dış ticaret dengesidir. 2019-2021 yılları arasındaki dış ticaret hacmi oranları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. 2019-2021 Yıllarında Türkiye’deki Dış Ticaret Hacmi Dengesi

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi
2019	180.833	210.345	391.178	-29.512
2020	169.638	219.517	389. 155	-49.879
2021	225.368	271.355	496.723	-45.987

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı, Yıllara Göre İhracat, İthalat, Dış Ticaret Hacmi ve Dış Ticaret Dengesi (2019-2021) oluşturulmuştur. -Mn ABD Doları karşılığıdır.

Türkiye’de 2020 yılında Covid-19 salgınının başlamasıyla birlikte alınan tedbir ve yasaklar dış ticareti etkilemiştir (Öner, 2021, s. 89). Tablo 13’e bakıldığında son üç yılın ihracat oranları karşılaştırıldığında, 2020 yılındaki ihracat oranının bir önceki yıla göre düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır. 2021 yılındaki ihracat oranı ise bir önceki yıla göre artmıştır. Böylece Covid-19 salgını, 2020 yılında uygulanan yasakların, giriş ve çıkışların etkisiyle azaldığı söylenebilir. Son 3 yıldır yaşanan ithalat oranları karşılaştırıldığında ise 2019- 2021 yılları arasında salgının etkisi olsa bile artış gösterdiği karşımıza çıkmaktadır. İthalattaki en yüksek artış oranının ise 2021 yılında yaşanmıştır. Türkiye’deki 2019 -2021 yılları arasındaki dış ticaret hacmi karşılaştırıldığında, 2020 yılının oranının bir önceki yıla göre düşüş yaşamıştır. 2021

yılı dış ticaret hacmi oranı ise bir önceki yıla göre artmıştır. Bu durum dış ticaret dengesine 2019-2021 yılları arasında toplam 126 milyon dolar gerilemeye sebep olmuştur. Salgın döneminde 2020 yılında dış ticaret dengesinde en yüksek mali kayıp yaşandığı anlaşılmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2022 yılı ithalat ve ihracat oranları bir önceki yılın Ocak ayına göre %71,4 artmıştır. Dış ticaret dengesi ise 2022 yılının Ocak ayında %234,9 artış göstermiştir. Ancak bu dönemde dış ticaret dengesinde ihracatın ithalatı karşılama oranı bir önceki yıla göre %63,2'ye gerilemiştir (TÜİK, 2022a). Türkiye ekonomisini Covid-19 salgınının açıklanan bu oranlar ile etkilerinin izler bıraktığı görülmektedir.

1.3. Covid-19 Salgını ve Dünya Turizmi

Dünya üzerinde görülen salgınlar kişilerin seyahat hareketlerini, davranışlarını, tutumlarını büyük derece etkilemekte ve engellemektedir. Uluslararası bir salgın, terör olayları, doğal afetler ve sağlık sorunları gerçekleştiği zaman seyahat kısıtlamaları ile ülkeler arası hareketlilikler kısıtlanmaktadır. Hatta ülke içi seyahat hareketlilikleri de etkilenmektedir. Bu elde olmayan sebepler nedeniyle turizm sektörü krizlerden çok etkilenen sektörlerden biridir.

2020 yılının birinci çeyrek döneminde tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs, küresel alanda bir kriz yaşanmasına neden olmuştur. Covid-19 virüsü küresel alanda tüm sektörlerde mali kayıpların yaşanmasıyla olumsuz etkilenmiştir. Küresel alanda olumsuz etkilenen bir diğer sektörde turizmdir (TÜRSAB, 2020a, s. 5). Bu bölümde Covid-19 virüsü salgınında dünya turizmi değerlendirilmiştir. 2019 ve 2020 yılların salgın öncesi dünya turizminde yaşananlardan, ikinci bölümde ise 2021 yılı verileri ile son 3 yılın turizm karşılaştırılması yapılmıştır.

1.3.1. Covid-19 Salgını Öncesi Dünya Turizmi

Dünya Sağlık Örgütü (WHO, s. 142), 2018 yılında yayınladığı “Salgın Hastalıkların Yönetimi” adlı raporda küresel alanda yeni bir salgının zamanını kestiremediğini açıklamıştır. Ancak 2019 yılının son aylarında Covid-19 virüsü tüm dünyayı birden etkisi altına almıştır. Küresel alanda yaşanan krizler farklılık

göstermektedir. Arslan (2009, s. 182), küresel olarak yaşanan krizleri, hızlı ortaya çıkan (doğal afetler, savaş, terör, vb.) ve yavaş orta çıkan (yönetim yanlışlıklarından kaynaklanan, rüşvet, üretim hataları, vb.) olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Krizlere neden olan birçok farklı unsurun olduğu anlaşılmaktadır.

Krize neden olan bir unsurunda sağlık alanında yaşanan bulaşıcı hastalık, virüs veya bakterilerin olduğu söylenebilir. Geçmişten günümüze kadar yaşanan salgın hastalıkların olumsuz etkiler yaratmıştır (Ünlüöner ve Çeti, 2019, s. 111). Bu bölümde Covid-19 salgını döneminde 2019 ve 2020 yıllarında dünya turizm sektörü ele alınmıştır.

Dünya turizm endüstrisi 1990'lı yıllardan beri gelişmeler göstererek hızlı büyüyen bir sektördür. Covid-19 salgını öncesinde dünya turizm endüstrisi büyüme oranı %4 oranında gerçekleşmektedir. 2019 yılında dünya turizm endüstrisi %3,8 oranında büyümüştür. Uluslararası turist hareketliliği ise 1 milyar 461 milyona ve turizm endüstrisi kaynaklı gelir ise 1,5 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır (TÜRSAB, 2020a, s. 6). Covid-19 salgınının yayılmasını engellemek amacıyla turizm sektöründe seyahat kısıtlamaları, yiyecek- içecek işletmelerinin kapatılması, konaklama hizmetlerinde belirli şartlar getirilmesi gibi kısıtlamalar uygulanmıştır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), 2020 yılında gerçekleştirdiği yıllık araştırma raporunda, Covid-19 salgını öncesi seyahat ve turizm dünya GSYH'nin %10,4'ünü oluşturduğunu açıklamıştır. Ayrıca 2019 ve 2020 yılı seyahat ve turizm verileri şöyledir:

- Turizm ve seyahat sektörü 2020 yılında 4,5 trilyon ABD doları zarar görmüştür.
- 2020 yılında turizm ve seyahat sektörünün GSYH'ye katkısı, 2019 yılına göre %49'a gerilemiştir.
- 2019 yılında turizm ve seyahat sektörü küresel GSYH'ye %10,4 katkı sağlarken, bu oran 2020 yılında %5,5'e gerilemiştir.
- 2020 yılında Covid-19 salgını nedeniyle %18,5 kaybedilen iş oranı ile 62 milyon çalışan kişi iş kaybı yaşamıştır. 2019 yılında ise 334 milyona kıyasla sektör genelinde sadece 272 milyon kişinin işi bıraktığı karşımıza çıkmaktadır.
- 2020 yılında yurt içi turist harcamaları %45 oranında azalmıştır.

- 2020 yılında uluslararası turist harcamaları eşi benzeri görülmemiş bir biçimde %69,4 oranında azalmıştır (WTTC, 2020)

Covid-19 salgınının başladığı Aralık 2019'dan sonra uluslararası ve ulusal olarak ülkelerde seyahat kısıtlamaları, sokağa çıkma yasakları, alışveriş merkezi, restoran, kafe, iş yerleri, kamu statüsünde ürün ve hizmet sağlanan her alanda virüsün bulaşıcılığının azalması için bazı kısıtlamalara gidilmiştir. Dünya geneli pandemi tüm sektörler durma noktasına gelerek ekonomik alanda kayıplara neden olmuştur. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), tarafından açıklanan verilerde turizm sektörünün dünya ekonomisine toplam 8,9 trilyon ABD doları katkısı olduğu ve bu alandaki dünyadaki istihdamın %10'unu kapsadığı açıklanmaktadır. 2019 ve 2020 yıllarında bölgeler arası dünya turizm gelir ve iş kaybı oranlarının karşılaştırılması Tablo 14' de gösterilmektedir.

Tablo 14. 2019-2020 Yılları Dünya Bölgelerindeki Turizm Geliri ve İş Kaybı Oranlarının Karşılaştırılması

Yıllar	2019		2020	
Bölgeler	\$ (%)	Mn İş (%)	\$ (%)	Mn İş (%)
Kuzey Amerika	8,8	11,0	-42,2	-27,9
Karayipler	14,1	15,4	-58,0	-24,7
Latin Amerika	8,1	8,0	-41,1	-23,4
Avrupa	9,5	10,1	-51,4	-9,3
Orta Doğu	8,9	8,9	-51,1	-17,4
Afrika	6,9	6,5	-49,2	-9,3
Asya- Pasifik	9,9	10,0	-53,7	-18,4

Kaynak: WTCC, (2020a), Bölgeler arası grafiklerden oluşturulmuştur. ABD Doları; Mn iş: Kaybedilen İş Oranıdır.

Latin Amerika Bölgesi'nde turizm ve seyahat sektörünün 2019 yılında GSYH'ye katkısı %8,1'iken, 2020 yılında bu oran %-41,1'e gerileyerek 110 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır. 2019 yılında seyahat ve turizm sektöründeki iş oranı %8 ile 17 milyondur. 2020 yılında ise iş oranı %-23,4'e gerileyerek, 4 milyon ekonomik kayıp yaşanmıştır.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), 2021 yılı küresel ekonomik raporunda Amerika'nın küresel alanda en az etkilendiği bölge olduğunu açıklamıştır. Seyahat ve turizmin GSYH'nin %35'ini oluşturarak en büyük bölge olmaya devam ettiği yönündedir. Covid-19 salgını döneminde yurt içi harcamalar %38,9'a düşerken,

uluslararası harcamaların ise uygulanan seyahat yasakları ve turist giriş-çıkış yasakları nedeniyle %72,1 oranına keskin bir düşüş gerçekleştirmiştir. ABD ülkesinin salgın sonrası toparlanma süreci, küresel alanda önemli bir rol oynayacağı öngörülmektedir. Ayrıca 2020- 2021 yıllarında havayolları şirketlerinin yaşadıkları mali kayıpların aşı şartının konmasıyla geri kazanılacağı ve 2022 yılında ise seyahat ve turizm sektörünün eski haline dönmesine ön ayak olacağı vurgulanmaktadır (WTTC, 2021b, s. 9).

Tablo 14’de ikinci olarak incelenen Karayipler Bölgesi’nde seyahat ve turizm sektöründe 2019 yılında GSYH’ye katkısı %14,1 iken, 2020 yılında salgın nedeniyle %-58’e gerileyerek 34 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır. 2019 yılında %15,4 oran ile 2,8 milyon iş gerçekleştirilirken, 2020 yılında bu oran %-24,7’ye gerilemiştir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’ne (WTTC, 2021b, s. 9) göre, salgın döneminde Karayipler Bölgesi’nde uluslararası turizm hareketliliği çok büyük ölçüde azalmıştır. Bu durum turizm ve seyahat sektöründe elde edilen gelirin GSYH’de %58 oranında bir düşüş yaşayarak çok büyük zarar görmüştür. Bu bölgede bulunan ülkelerin ekonomik gelirlerinin çoğu seyahat ve turizmden sağlanmaktadır. Salgın döneminde en yüksek ekonomik kaybın yaşandığı bölgedir. Salgın sonrasında ise bu bölgenin toparlanması seyahat ve turizm açısından sosyo-ekonomik kilit bir rol oynayacağı öngörülmektedir.

Tablo 14’de üçüncü sırada ele alınan Avrupa Bölgesi’dir. Avrupa Bölgesi’nin seyahat ve turizm sektöründe GSYH’ye katkısı 2019 yılında %9,5 oranında, 2020 yılında ise bu oran %-51,4’e gerileyerek, 1.126 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır. 2019 yılında bu bölgede turizm ve seyahat sektöründe gerçekleşen iş oranı %10,1 ile 38,5 milyon gelir elde edilmiştir. Ancak 2020 yılında ise bu oran %-9,3’e düşerek 3,6 milyon iş kaybı yaşanmıştır.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin (WTTC), 2021 yılı küresel ekonomik raporuna göre, salgın döneminde Avrupa Bölgesi’ndeki yurt içi harcamalar 2020 yılında %48,4’lük bir azalış gösterirken, uluslararası harcamalar ise %3,8’lik keskin bir düşüş yaşanmıştır. Covid-19 salgın döneminde Avrupa uluslararası ziyaretçi gelirleri açısından en yüksek bölge olmuştur. Avrupa Bölgesi’ndeki bazı ülkeler turizm ve seyahat alanında küresel sıralamada bir önceki yıla göre gerilemiştir. Bu ülkelerin seyahat ve turizm sıralamalarına örnek olarak 2019 yılında Almanya ülkesi

2019 yılında üçüncü sıradayken, 2020 yılında GSYH'ye katkısı %46,9'luk düşüş ile dördüncü sırada yer almıştır. İtalya ülkesi 2019 yılında altıncı sıradayken, 2020 yılında GSYH'ye %51'lik bir düşüş yaşanırken beşinci sıraya yükselmiştir. Aynı durum Fransa ülkesinde yaşanmıştır. Fransa, küresel alanda uluslararası ziyaretçi destinasyonları için kilit noktadır. 2020 yılında bu ülkenin GSYH'ye katkısı %48 oranına düşüş gerçekleşse de yedinci sıradan, altıncı sıraya yükselmiştir. Avrupa Bölgesi'nde Covid-19 salgınında uygulanan seyahat yasakları ve zorunlu karantina kuralları seyahat ve turizm pazarının çökmesine neden olarak derin izler bırakmıştır (WTTC, 2021b, s. 13).

Tablo 14'ün devamında dördüncü sırada Orta Doğu Bölgesi ele alınmıştır. Orta Doğu Bölgesi'nin 2019 yılında seyahat ve turizm sektöründe GSYH'ye katkısı %8,9 oranındayken, 2020 yılında bu oran %-51,1'e düşerek 138 milyar dolar ekonomik kayba neden olmuştur. Ayrıca 2019 yılında %8,9'luk oranda 6,9 milyon iş gerçekleştirilirken, 2020 yılında %-17,4'e gerileyerek 1,2 milyon iş kaybı gerçekleşmiştir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), Orta Doğu Bölgesi'nin seyahat ve turizm sektöründe GSYH'nin 2019 yılında %3,2 büyüme gerçekleştirmiştir. Bu bölgede en büyük seyahat ve turizmdeki GSYH'nin karşılandığı ülke Suudi Arabistan'dır. Suudi Arabistan 2019 yılında %11,7'lik bir büyüme ile hem Orta Doğu'da hem de dünya ekonomisinde büyük paya sahip olan G20 ülkeleri arasında en hızlı gelişen ülke konumuna yükselmiştir. 2020 yılında turizm ve seyahat alanındaki yurt içi harcamalar %42,8 azalırken, uluslararası gelirden ise %70,3'lük sert bir düşüş yaşanmıştır. Uluslararası seyahat ve turizm harcamaları ise %46 oranına düşmüştür. Orta Doğu'da Covid-19 salgını dönemi Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri hariç bölgedeki diğer ülkelerde daha şiddetli geçmiştir (WTTC, 2021b, s. 14).

Orta Doğu Bölgesi'nden sonra beşinci sırada ele alınan bölge Afrika'dır. Tablo 14'e bakıldığında Afrika Bölgesi'nin 2019 yılında seyahat ve turizm sektöründe GSYH'ye katkısı %6,9 oranındayken, 2020 yılında bu oran %-49,2'ye düşerek 83 milyar dolar ekonomik kaybın yaşandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca 2019 yılında %6,5 ile 24 milyon payında iş gerçekleşirken, 2020 yılında iş oranı %-29,3 azalarak 7,2 milyon iş kaybı gerçekleşmiştir.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC), 2021 yılı küresel ekonomik raporunda 2020 yılında yurt içi harcamalar %42,8 azalırken, uluslararası harcamaların ise %66,8 oranında keskin bir düşüş yaşanmıştır. Ayrıca Afrika Bölgesi'ndeki ülkelerin 2019 yılındaki GSYH'ye katkıları 2020 yılında da aynı kalmıştır. Salgın öncesinde seyahat ve turizm gelirleri Afrika Bölgesi'ndeki ülkelere doğal parkların yenilenmesi ve geliştirilmesi için kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra salgın öncesinde vahşi yaşamın korunması ve yerel toplulukların geçim kaynaklarının karşılanması için turizm projeleri yürütülmektedir. Ancak Covid-19 virüsünün Afrika Bölgesi'ne yayılması ve kısıtlamaların uygulanması vahşi yaşamın ve yerel toplulukların yıkıcı olarak etkilenmesine neden olmuştur (WTTC, 2021b, s. 11).

Tablo 14'de bakıldığında incelenen son bölge Asya- Pasifik'dir. Asya- Pasifik Bölgesi 2019 yılında seyahat ve turizm sektörünün GSYH'ye katkısı %9,9 oranındadır. 2020 yılında ise bu oran %53,7'lik bir gerileme yaşayarak 1,645 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır. Ayrıca 2019 yılında %10 ile 185,1 milyon iş gerçekleşirken, 2020 yılında %-18,4'e gerileyerek 34,1 milyon iş kaybı yaşanmıştır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), 2019 yılında Asya- Pasifik Bölgesi'nin GSYH'de %7,4 ile en hızlı büyüyen bölgelerden biri olduğunu açıklamıştır. Bu büyümenin turizm ve seyahat sektöründe vize kolaylığı, altyapı gelişmeleri ve yatırım alanlarına önce verilmesiyle sağlanmıştır. Ancak 2020 yılında Covid-19 salgını nedeniyle GSYH'de %53,7 oranında küçülme yaşanarak en kötü performans gösteren bölgedir. Salgın sebebiyle seyahat kısıtlamaları ve ülkelere gelen ziyaretçilere sınırların kapatılmasıyla uluslararası harcamalar %74,4'e düşmüştür. Yurt içi harcamalar ise %48,1'lik bir düşüşe tanık olmuştur. Asya- Pasifik Bölgesi'nde turizm, seyahat ve ekonomik alanda salgından olumsuz etkilenen ilk ülke Çin olmuştur (WTTC, 2020a, s. 12).

Sonuç olarak 2020 yılında Covid-19 salgını nedeniyle dünya turizminde seyahat ve turizm alanında gelirlerinde en çok zarar gören üç bölgenin sırasıyla Karayipler, Asya-Pasifik ve Orta Doğu Bölge'leridir. Bunun yanı sıra 2020 yılında en çok iş kaybı yaşanan üç bölge ise sırasıyla Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Karayip Bölge'leridir. Anlaşılabileceği üzere Covid-19 salgınında Karayipler bölgesinin hem turizm gelirinde hem de iş kaybında büyük ölçüde etkilendiği söylenebilir. Covid-19

salgınının turizm sektörüne, 2008 yılı küresel ekonomik krizden 8 kat fazla zarar vermiştir (TÜRSAB, 2020a, s. 6).

1.3.2. Covid-19 Salgını Sonrası Dünya Turizmi

Covid-19 salgını nedeniyle 2020 yılı dünya turizmi açısından kayıtlara geçen en kötü yıl olmuştur. Salgının 2020 yılında yarattığı olumsuz etkiler ile dünya turizmi 1990'lı yılların başlarındaki seviyelere gerilemiştir (UNWTO, 2022c, s. 1). Bu bölümde 2020 ve 2021 yıllarında dünya turizmi değerlendirilmiştir. Ayrıca 2022 yılı sonrası dünya turizminde beklenen gelişmelere yer verilmiştir.

2019 ve 2021 yıllarında turizm sektöründeki karşılaştırma aşağıdaki Tablo 15'de verilmiştir.

Tablo 15. 2019- 2021 Yıllarında Turizm Sektörünün Karşılaştırılması

Yıllar	2019	2020	2021
1. Uluslararası Turist Varışları	1,5 milyar	400 milyon	415 milyon
2. Uluslararası Turizmden Elde Edilen İhracat Geliri	1,7 trilyon ABD doları	638 milyon ABD doları	700-800 milyon ABD doları
3. Turizm Doğrudan GSYH'ye Katkısı	3,5 trilyon ABD doları	1,6 trilyon ABD doları	1,9 trilyon ABD doları

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2022a, World Tourism Barometre oluşturulmuştur.

Tablo 15'e bakıldığında 2019- 2021 yılları arasındaki turizm sektöründeki karşılaştırmalar verilmiştir. 2019 yılında uluslararası turist hareketliliğinin 1,5 milyar, uluslararası turizmden elde edilen ihracat gelirinin 1,7 trilyon ABD doları ve turizm sektörünün doğrudan GSYH'ye katkısının 3,5 trilyon ABD doları olduğu görülmektedir. Covid-19 virüsü 2019 yılının son çeyreğinde ortaya çıktığı göz önünde bulundurulduğunda, etkilerinin bir sonraki yıllara yansıtacağını söylenebilir.

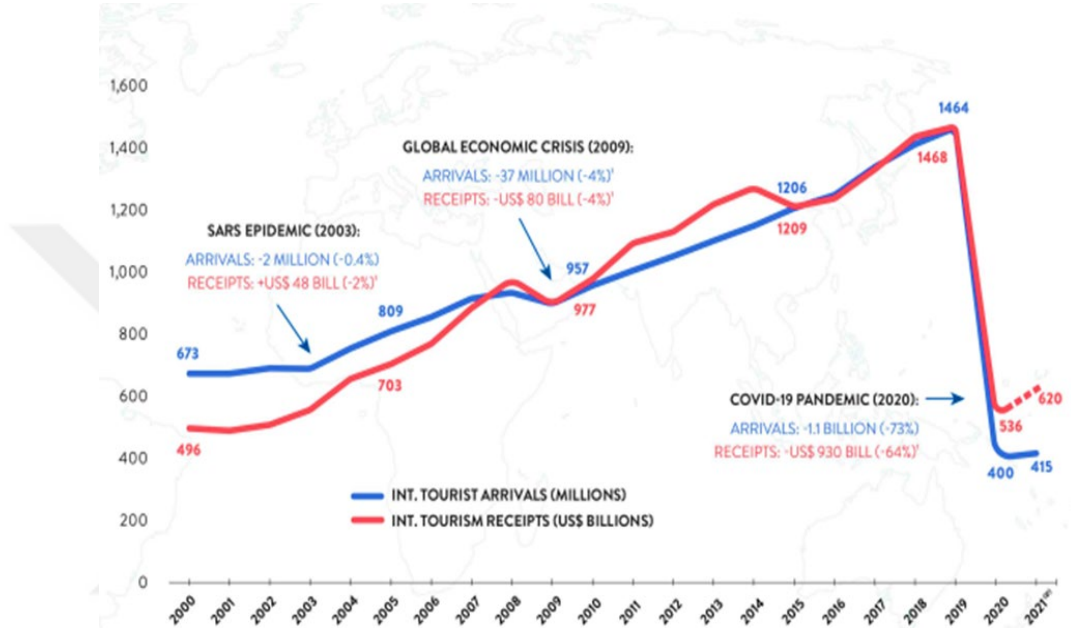
2020 yılında ise bir önceki yıla göre uluslararası turist hareketliliğinin 400 milyona gerilediği, uluslararası turizmden elde edilen ihracat gelirinin 638 milyon ABD dolarına ve turizmin GSYH'ye katkısının ise 1,6 trilyon ABD dolarına gerilediği görülmektedir. Covid-19 virüsünün ortaya çıkmasıyla küresel alanda yayılma hızını en aza indirmek için alınan seyahat yasakları, uluslararası turist giriş ve çıkışlarının kapatılması, zorunlu karantina kuralları gibi uygulanan tedbirlerin 2020 yılında turizm sektörünü derin izler bıraktığı anlaşılmaktadır.

2021 yılına gelindiğinde küresel alanda Covid-19 virüsünün aşısının bulunsa bile hala olumsuz etkilerinin sektörde devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu yılda uluslararası turist hareketliliği bir önceki yıla göre 415 milyon, uluslararası turizmde elde edilen ihracat gelirinin en fazla 800 milyon ABD doları ve turizm sektörünün GSYH'ye katkısının ise 1,9 trilyon ABD doları olduğu karşımıza çıkmaktadır. Bu verilerden yola çıkarak 2021 yılı Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) raporuna göre;

- 2021 yılında uluslararası ziyaretçi sayısı %4 artmıştır. 2019 yılına göre ise %72'nin altında kalarak keskin bir düşüş yaşanmıştır.
- 2021 yılının ilk altı ayından sonra uluslararası turist varışları bir önceki yıla göre 15 milyon artmıştır.
- 2021 yılının ilk altı ayından sonra uluslararası turizmin ılımlı bir şekilde toparlanmaya başlamıştır. Yılın üçüncü ve dördüncü çeyreğinde ise ivme kazanmıştır.
- Bölgeler arasında 2021 yılında en iyi sonuçlar Amerika ve Avrupa'dan alınmıştır. Ayrıca en iyi performans Karayipler bölgesindedir.
- Covid-19 virüsünün aşısının bulunması ve yaygınlaşmasıyla turizm sektöründe iyileşme hızlı olmuştur. Böylece seyahat kısıtlamalarının ve sınır giriş-çıkışları tedbirlerinin kaldırılması yolcuların seyahat güvenlerinin yeniden kazanılmasını sağlamıştır.
- Konaklama hizmetlerinde kalış süreleri uzamış ve güvenli ulaşım imkanlarının sağlanmasıyla kişi başına düşen ortalama gelirin 2021 yılında 4.500 ABD dolarını aşmıştır.
- 2021 yılında Asya ve Pasifik'de kapalı destinasyonların en büyük payına sahip bölge olmaya devam etmiştir.
- 2021 yılında yeni Omicron varyantının ortaya çıkması ve dünyanın bazı yerlerinde artan enfeksiyonlar nedeniyle turizm sektöründeki iyileşme kırılgan ve düzensiz olmaya devam etmiştir (UNWTO, 2022a).
- 2021 yılında açık hava ve doğa temelli turizm faaliyetleri artacağı öngörülmüştür (UNWTO, 2021b).

Omicron varyantı dünya üzerinde 2021 yılında bireylerde görülmeye başlanmıştır. Küresel alanda hangi bölgede ortaya çıktığı bilinmemektedir. Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) 24 Kasım 2021 tarihinde bildirilmiştir. Bilim uzmanları bu

varyantın sürekli mutasyona uğradığını belirtmiştir. Bu durum bazı bölgelerdeki ülkelerin yeniden seyahat kısıtlamaları ve ülke genelinde tam açılma planlarını sekteye uğratmıştır. Bireylerin bağışıklık sistemleri üzerinde derin etkiler bırakması ve hızlı bulaşıcılığın olması Covid-19 salgını sürecinde yaşanan korku ve endişelerin yeniden görülmesine neden olmuştur (BCB, 2021). Aşağıdaki grafikte 2000-2021 yılları arasında uluslararası turist gelişleri ve turizm gelirleri verilmiştir.



Grafik 2. 2000-2021 Uluslararası Turist Gelişleri ve Turizm Gelirleri Oranları

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020, Ocak ayı raporundan alınmıştır.

Grafik 2 incelendiğinde Covid-19 pandemisi öncesinde turizm gelirin 1.468 milyar dolar ve turist gelişlerinin 1.464 milyar sayılarda olduğu görülmektedir. Ancak 2020 yılında turizm gelirlerinin 536 milyar dolara ve turist gelişlerinin 400 milyar oranındadır. 2021 yılında ise turizm gelirlerinin 620 milyar dolar ve turist gelişlerinin 415 milyar olduğu açıklanmıştır. 2021 yılında turizm sektöründeki gelirlerin ve turist gelişlerinde Covid-19 salgını sonrasıyla yasakların, kısıtlamaların kaldırılması ile arttığı anlaşılmaktadır. 2021 yılında aşının uygulanmaya başlanmasıyla sektörün daha hızlı toparlanması öngörülse de Omicron varyantının az da olsa etkilerinin turizm sektörüne yansıdığı söylenebilir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2022 yılında genel görünüm raporuna göre turizm sektöründe beklenen zorluklar ve fırsatlar aşağıda belirtilmiştir. 2022 yılında

turizm sektöründe zorlukların bir önceki yıla göre az da olmasa süreceği beklenmektedir. Öngörülen zorluklar şunlardır:

- Omicron varyantının hızlı bulaşıcılığı, enfeksiyon hastalıklarındaki artışların devam etmesi bazı ülkelerdeki belirli pazarlar için seyahat yasaklarının ve kısıtlamaların yeniden uygulanması turizm sektöründeki toparlanmanın yavaşlayacağı öngörülmektedir.
- 2022 yılında turizm sektöründe toparlanmanın sağlanamaması güven algısının yeniden bozulmasına yol açacağı belirtilmektedir.
- Asya- Pasifik’de kapalı destinasyonların bir önceki yıldan beri devam etmesi en büyük paya sahip bölge olmaya devam etmesine yol açmıştır.
- Ülkeler arasındaki aşı dağılımının eşit olmaması turist ağırlamayı etkilemektedir.
- Ekonomik alanda petrol fiyatlarının artması, enflasyon ve faiz oranlarındaki artışların olması uluslararası tedarik zincirlerini etkilemektedir.

2022 yılı için turizm sektöründe yaratılacak fırsatlar ise şunlardır:

- Amerika ve Avrupa Bölgeleri’ndeki ülkelerin pazar ortamında iyileşmesinin devam edeceği beklenmektedir.
- Turizm sektöründe bastırılmış büyük bir talep olması, iyileşme gerçekleştiğinde artacağı yönündedir.
- Ülkeler arasında devam eden aşı dağıtımının sağlanması, turizm sektörünün bir an önce toparlanmasına olanak yaratacaktır.
- 2020 ve 2021 yıllarında Covid-19 salgınından elde edilen deneyimlerin olması, 2022 yılı için tedbirli olmayı sağlayacaktır.
- 2022 yılında aşı ve Covid-19 sertifikasyon kartlarının olduğu dijital araçların kullanımı seyahat etmeyi kolaylaştıracaktır (UNWTO, 2022a).

Covid-19 salgını sonrası turizm sektöründe turistler evlerine daha yakın destinasyon bölgelerine seyahat etmeleri iç turizm talebini arttırmıştır. Bu durum turizmdeki iç talebi artırarak pazarda olumlu gelişmelerin yaşanmasını sağlamıştır. Sürdürülebilirlik kavramı gezgin turistler ile yerel topluluklar üzerinde özgünlük

kazanılmasına neden olmuştur. Ayrıca uzak doğa temelli destinasyonların tercih edilmesi, açık hava deneyimli popüler seyahat seçenekleri arttırmıştır (UNWTO, 2022a).

2022 yılının ilk çeyreğinde Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), tarafından yayınlanan bir diğer rapora göre uluslararası turizm sektörü 2021 yılının Ocak ayına göre toparlanmaya devam etmiştir. Ancak Rusya-Ukrayna ülkeleri arasında savaşın ortaya çıkması ve Covid-19 salgınındaki bazı ülkelerde kısıtlamaların devam etmesi ekonomik açıdan belirsizliklere baskı yapmaktadır. Bu durum turizm sektörüne olan güvenin zedelenmesine yol açarak, toparlanmayı engelleyecektir. Ayrıca 2022 yılı Ocak ayında açıklanan verilerde Avrupa, Amerika, Orta Doğu ve Afrika Bölgeleri'nde uluslararası turist varış oranları artmıştır (UNWTO, 2022c). Aşağıdaki tabloda 2021 ve 2022 yıllarının Ocak ayı bölgelere göre uluslararası turist varışları verilmiştir.

Tablo 16 incelendiğinde 2021 yılında Avrupa, Asya-Pasifik, Amerika, Afrika ve Orta Doğu Bölgeleri'ndeki uluslararası turist hareketliliği sırasıyla %-62, %-94, %-62, %-73, %-75 olduğu görülmektedir. 2021 yılında uluslararası turist hareketliliği Covid-19 pandemisi öncesine kıyasla azalmanın devam ettiği görülmektedir. Bölgeler arasında en çok turist hareketliliğinin kaybedildiği bölgelerin ise Asya-Pasifik, Orta Doğu ve Afrika olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 16. Bölgeler Arası 2021 ve 2022 (Ocak Ayı) Yıllarındaki Uluslararası Turist Hareketliliğinin Karşılaştırılması

Bölgeler	2021	2022 (Ocak)
Avrupa	%-62	%-53
Asya-Pasifik	%-94	%-93
Amerika	%-62	%-53
Afrika	%-73	%-69
Orta Doğu	%-75	%-63
Dünya	%-71	%-67

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2021-2022 yıllık değişim verilerinden oluşturulmuştur.

2022 yılının Ocak ayındaki bölgeler arasındaki uluslararası turist hareketliliğindeki sıralamalar incelendiğinde en yüksek %-93 Asya-Pasifik olduğu görülmektedir. Bir önceki yıla oranla fazla azalma olmadığı anlaşılmaktadır. İkinci sırada en çok turist hareketliliği kaybeden bir diğer bölge %-69 ile Afrika'dır. Diğer bölgeler arasındaki sıralamalara bakıldığında ise Orta Doğu %-63, Avrupa %-53 ve

Amerika %-53'tür. 2022 yılının ilk aylarında turizmdeki bir önceki yıla göre Avrupa, Amerika ve Orta Doğu Bölgeleri'nde toparlanmanın bir nebze de olsa sağlandığı söylenebilir.

Dünya geneli uluslararası turist hareketliliği 2021 yılında %-71, 2022 yılında ise %-67'dir. Covid-19 salgını sonrasında yasakların ve kısıtlamaların kalkması, aşı imkanının sağlanmış olsa da uluslararası turist hareketliliğinin, pandemi öncesi seviyelere ulaşmadığı anlaşılmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2021 yılındaki uluslararası ziyaretçi hareketliliğindeki düşüşlerin, 2022 yılında toparlanacağı yönündedir (UNWTO, 2022c).

2022 ve 2024 yılları arasındaki öngörülen uluslararası turist varışları Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17. 2022-2023 ve 2024 Yıllarında Bölgeler Arasındaki Öngörülen Uluslararası Turist Varışları

Bölgeler	2022	2023	2024
Afrika	%17	%33	%50
Amerika	-	%46	%54
Asya-Pasifik	%6	%15	%79
Avrupa	%4	%32	%64
Orta Doğu	-	%50	%50
Dünya	%4	%32	%63

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2021-2022 yıllık değişim verilerinden oluşturulmuştur.

Tablo 17 incelendiğinde Covid-19 salgını sonrasında uluslararası turizm varışlarının 2022 yılında bir nebze, 2023 ve 2024 yıllarında ise pandemi öncesi seviyelerine ulaşacağı anlaşılmaktadır. Bu durum Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (IATA), 2020 yılında yaptığı bir açıklamayla desteklenmektedir. Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), dünya üzerinde havayolu endüstrisinin 2020'de 419 milyar dolar kayıp yaşayacağını öngörmüştür. Ancak havacılık ve turizm sektörlerinde 2022 yılına kadar iyileşme sağlansa bile etkilerinin 2024 yılına kadar süreceğini ifade etmiştir (IATA, 2020).

McKinsey (2020) rapora göre, konaklama sektörü 2024 yılına kadar salgın öncesindeki turist hareketliliğini ve oda başı gelir fiyatlarının toparlanmayacağını öngörmektedir. Covid-19 salgınının etkilerinin dünya turizmi sektöründe 2023-2024'e kadar anca iyileşmesi beklenmektedir. Ancak bu toparlanma zamanında 2019

yılındaki turizm harcamalarının ve gelirlerinin üstüne çıkmayacağı öngörülmektedir (TÜRSAB, 2020a). Dünya turizm sektöründe Covid-19 salgını sonrasında iyileşme sağlansa bile etkilerinin en az 4 yıl sürdüreceği karşımıza çıkmaktadır.

1.3. Covid-19 Salgını ve Türkiye Turizm Sektöründe Yaşananlar

Türkiye coğrafi konumu, tarihi, kültürel ve doğal zenginlikleri ile dünya turizminde önemli bir paya sahiptir. Dünya turizminde Türkiye, turistik destinasyonlarda eşsiz bir turizm merkezidir. 2020 yılında dünya çapında kriz yaşanmasına yol açan Covid-19 virüsü, Türkiye turizminde de etkisi altına almıştır. Bu durum konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinin kapatılmasının yanında hem tüketici ekonomisini etkisini hem de çalışan bireylerin işini kaybetmesine yol açmıştır (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020, s. 235).

Türkiye, Avrupa bölgesi için turizmde ana pazar konumundadır. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını Asya Bölgesi'nde başlamış olmasına rağmen, 2020 yılında Ocak ve Şubat aylarında Avrupa Bölgesi'ni kısa zamanda etkisi altına almıştır. 2020 yılının Ocak ve Şubat aylarında salgın sürecinde, Türkiye turizmini olumsuz etkilerin görülmemesine neden olmuştur. Bu durum Türkiye turizmi için güvenilir bir destinasyon olarak algılanmasını sağlamıştır. Ancak 2020 yılının Mart ayında Covid-19 salgınının etkileri Türkiye turizmini etkisi altına almıştır (Aydın ve Doğan, 2020, s. 97).

Türkiye genelinde maske, karantina, seyahat yasakları, HES kodu gibi uygulamalar salgının etkilerini azaltmak için zorunlu kılınmıştır. Ayrıca konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinin üretim faaliyetlerine ara verilmiştir. Covid-19 salgını sürecinde yaşanan bu kısıtlamalar turizm sektörünü çok fazla etkisi almıştır (Çalış ve Çıtak, 2020, s. 111). Aşağıdaki tabloda son 4 yılın Türkiye turizmi gelirlerinin karşılaştırılması verilmiştir.

Tablo 18. 2019 ve 2022 Yıllarında Turizm Gelirinin Dönemsel Karşılaştırılması (\$)

Dönemler	2019	2020	2021	2022
1. Çeyrek	4.629.679	4.101.206	2.452.213	5.454.488
2. Çeyrek	7.973.963	-	2.003.628	

Tablo 18'in devamı					
3. Çeyrek	14.031.122	4.044.356	11.395.117		
4. Çeyrek	7.885.568	3.913.758	7.631.374		
Toplam	34.520.332	12.059.320	24.482.332	5.454.488	

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2001 – 2022 yılları verilerinden oluşturulmuştur. 2022 yılının 1. Çeyreği verilmiştir.

Tablo 18 incelendiğinde Covid-19 salgını öncesinde 2019 yılında turizm gelirlerinin en yüksek olduğu dönem üçüncü çeyrektir. Türkiye turizminde 2020 yılında ise Covid-19 salgınının etkilerinin ikinci çeyrekte sona etmelerine görülmeye başlandığı ve 2021 yılının aynı dönemine kadar etkilerinin görüldüğü anlaşılmaktadır. 2021 yılının üçüncü çeyreğinde 11 milyar dolar turizm geliri elde edilmiştir. Dördüncü çeyreğinde ise bir önceki döneme göre düşüş yaşanmıştır. Ancak 2019 yılının aynı dönemine göre dönemsel olarak turizm geliri aynı seviyeye ulaşmıştır.

2022 yılının ilk çeyreğinde elde edilen turizm geliri diğer yılların aynı dönemine oranla daha yüksektir. Son dört yılın genel toplamında elde edilen turizm gelirlerinin ise 2019 yılındadır. 2020-2021 yıllarında salgının etkisiyle turizmin etkilendiği ve salgın sonrası dönemde bile turizm gelirlerinin pandemi öncesi seviyelerine ulaşmamıştır.

Aşağıdaki Tablo 19'da ise 2019-2022 yıllarında ziyaretçi sayılarının dönemsel karşılaştırılmasına yer verilmiştir.

Tablo 19. 2019 ve 2022 Yıllarında Ziyaretçi Sayılarının Dönemsel Karşılaştırılması

Dönemler	2019	2020	2021	2022
1. Çeyrek	6.644.391	5.639.413	2.600.468	6.451.657
2. Çeyrek	12.762.349	-	4.066.210	
3. Çeyrek	21.611.864	6.604.155	13.640.672	
4. Çeyrek	10.841.340	4.582.298	9.050.112	
Toplam	51.860.042	15.826.266	29.357.463	6.451.657

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2001 – 2022 yılları verilerinden oluşturulmuştur. 2022 yılının 1. Çeyreği verilmiştir.

Türkiye'de geçmiş üç yılın dönemsel ziyaretçi sayılarının karşılaştırılması incelendiğinde 2019 yılının ilk üç çeyreğinde yüksek olduğu, ancak dördüncü çeyrekte düşüşe geçtiği karşımıza çıkmaktadır. 2020 yılının üçüncü çeyreğinde diğer dönemlere oranla bir nebze yüksektir. Fakat pandemi öncesi döneme oranla ziyaretçi sayılarının 2020'de birinci, dördüncü çeyrekte düşüş yaşanmıştır. Covid-19 salgını nedeniyle

2020 yılının Haziran-Temmuz-Ağustos aylarında birçok turist seyahat etmeyi ve rezervasyonlarını ertelemiştir (TÜRSAB, 2020b, s. 28).

2021 yılında ise Covid-19 salgınında toparlanma sağlansa da dönemsel olarak turizm gelirleri seviyesi düşüktür. 2021 yılı üçüncü dönemde ise Covid-19 aşısının bulunması ve tedbirlerin hafifletilmesiyle en yüksek gelir elde edilmiştir. Ancak bu dönemde Omicron ve Delta varyantlarının etkileri dördüncü çeyrekte etkilerinin yaşanmasını sağlamıştır. 2022 yılının ilk çeyreğinde ise turizm gelirlerinin pandemi öncesi döneme yaklaşmıştır. Aşağıdaki bir diğer tabloda ise kişi başına düşen ortalama gelirlerin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Tablo 20. 2019 ve 2022 Yıllarında Kişi Başına Ortalama Harcamaların Dönemsel Karşılaştırılması (\$)

Dönemler	2019	2020	2021	2022
1. Çeyrek	687	727	943	845
2. Çeyrek	625	-	739	
3. Çeyrek	649	722	835	
4. Çeyrek	727	854	843	
Toplam	666	762	834	845

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2001 – 2022 yılları verilerinden oluşturulmuştur. 2022 yılının 1. Çeyreği verilmiştir.

Tablo 20 incelendiğinde kişi başına dönemsel ortalama harcamaların son dört yılın bir önceki yıla oranla arttığı anlaşılmaktadır. 2020 yılında Türkiye turizminde ikinci çeyrekte Covid-19 salgınının etkilerinin görülmeye başlandığı göz önünde bulundurulduğunda, bir önceki yıla göre arttığı gözlemlenmiştir. 2022 yılının birinci çeyreğinde kişi başı ortalama harcamanın bir önceki yılın aynı dönemine göre düşüşte olduğu ancak 2019 ve 2020 yıllarının aynı dönemine göre yüksektir. Tablo 21’de ortalama geceleme sayılarının dönemsel karşılaştırılması verilmiştir.

Tablo 21. 2019-2022 Yıllarında Ortalama Gece Sayısı Dönemsel Karşılaştırılması (%)

Dönemler	2019	2020	2021	2022
1. Çeyrek	10,4	10,3	16,8	12,5
2. Çeyrek	9,3	-	13,0	
3. Çeyrek	9,0	11,8	11,4	
4. Çeyrek	11,9	15,6	13,2	
Toplam	9,9	12,4	12,6	12,5

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2001 – 2022 yılları verilerinden oluşturulmuştur. 2022 yılının 1. Çeyreği verilmiştir.

2019-2022 yıllarında ortalama geceleme oranlarının dönemsel olarak incelendiğinde 2021 yılının birinci ve ikinci çeyreğinin, diğer yılların aynı dönemlerine göre yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Pandemi sürecinin devam ettiği 2020 yılının üçüncü ve dördüncü dönemlerin ise diğer iki yıla göre yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Aşağıdaki bir diğer tabloda ise 2019 ve 2022 (1. Çeyrek) yıllarının turizm gelirleri, ziyaretçi sayıları, kişi başı ortalama ve ortalama geceleme sayılarının genel karşılaştırma tablosuna yer verilmiştir.

Tablo 22. Türkiye’de 2019-2022 Yıllarının Genel Karşılaştırılması

Toplam Turizm İstatistikleri	2019	2020	2021	2022
1. Turizm Geliri	34.520.332	12.059.320	24.482.332	5.454.488
2. Ziyaretçi Sayıları	51.860.042	15.826.266	29.357.463	6.451.657
3. Kişi Başı Ort. Harcama (\$)	666	762	834	845
4. Ortalama Gece Sayısı (%)	9,9	12,4	12,6	12,5

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2001 – 2022 yılları verilerinden oluşturulmuştur. 2022 yılının 1. Çeyreği verilmiştir.

Tablo 22 incelendiğinde pandemi öncesi dönem olarak adlandırılan 2019 yılının turizm geliri ve ziyaretçi sayılarının diğer yıllara oranla yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum Türkiye turizminde Covid-19 salgını etkilerinin halen devam ettiğini göstermektedir. 2019 yılında kişi başı ortalama harcama ve ortalama gece sayısının ise diğer yıllara göre düşüktür. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre turizm istatistiklerinin arttığı görülmektedir. 2022 yılının birinci çeyreğinde kişi başı ortalama harcamanın diğer yılların oranlarına göre ise arttığı gözlemlenmiştir.

Türkiye’ye 2019-2022 yıllarında en çok ziyaretçi gönderen ülkelerin sıralaması aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- 2019 yılında en ziyaretçi gönderen ilk beş ülke Rusya, Almanya, Bulgaristan, İngiltere ve İran’dır (KTB, 2019, s. 4).
- 2020 yılında en ziyaretçi gönderen ilk beş ülke Rusya, Bulgaristan, Almanya, Ukrayna ve İngiltere’dir (KTB, 2020, s. 4).
- 2021 yılında Türkiye ziyaretçi gönderen en çok ülke Rusya, Almanya, Ukrayna, Bulgaristan ve İran’dır (TURSAB, 2021, s. 2).

- 2022 yılının ilk çeyreğinde açıklanan verilere göre İran, Almanya, Bulgaristan, Rusya ve Irak ülkeleri yer almaktadır (DW, 2020).

1.3.3. Covid-19 Salgınının Turizm Paydaşlarına Etkileri

Covid-19 salgının dünya üzerinde görünmeye başlanmasıyla, uluslararası ve ulusal alanlarda birçok ülkeye bulaşıcılığını engellemek amacıyla tedbirler ve önlemler alınmıştır. Ulusal ve uluslararası alanda alınan tedbir ve önlemlerde etkilenen sektörlerin başında turizm gelmektedir (Eryılmaz, 2020, s. 16). Bu bölümde Türkiye’deki turizm işletmelerinde Covid-19 salgınında yaşanan etkilerin değerlendirmesine yer verilmiştir.

1.4.1. Konaklama Sektörü Üzerindeki Etkileri

Covid-19 salgın döneminde bazı konaklama işletmelerinin faaliyetlerine geçici olarak ara verilmiştir. Faaliyetlerine ara vermeyen konaklama İşletmelerinde Covid-19 virüsünün yayılma hızını engellemek amacıyla Müşteri ve çalışanlarına korumak için birtakım tedbirleri devreye sokmuşlardır.

Covid-19 salgını süreci başında Türkiye Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, konaklama hizmetlerinde yeni bir sürecin başlayacağını ve uluslararası sertifikasyon verileceğini açıklamıştır. Bu süreçte Dünya Sağlık Örgütü (WHO), konaklama işletmelerinin alması gereken tedbirlere yönelik “*Geçici Rehberlik*” adlı bildiri yayınlamıştır. Yayımlanan bu bildiride otel işletmelerinin alması gereken önlemlere ve tedbirlere yönelik tavsiyelerde bulunmaktadır. Bildiride bahsedilen önlem ve tedbirleri otel işletmelerinde ki bütün çalışanların dikkat alması gerektiğini vurgulamıştır. Konaklama işletmelerine yönelik alınan önlemler aşağıdaki maddelerde ki gibidir (WHO, 2020b):

- Ön büro departmanında acil durumlarda kullanılması gerekli olan malzemelerin hazır olması ve numaralandırılması gereklidir.
- Müşterilere sunulacak acil durum hizmetlerinde sosyal mesafe kurallarına dikkat edilmesi gerekmektedir.
- Konaklama hizmetlerinde spa ve havuz sularının uluslararası standartlara uygun olması gereklidir.

- Konaklama işletmelerinde kullanılan havlu, çarşaf gibi çamaşır malzemeleri ve bulaşık malzemeleri doğru da temizlenmelidir.
- Havalandırma filtreleri düzenli bir şekilde temizlenmelidir.
- Otel odalarında sunulan buklet malzemelerine yeterli sayıda dezenfektan ve maskeler yeterli sayıda eklenmelidir.
- Müşterilerin ve çalışan personellerin kullandıkları ortak alanlara lobi, restoran ve tuvalet gibi yerlere dezenfektan kurulması gereklidir.
- Restoranlarda kullanılan servis maşaları, çatal ve bıçaklar sıklıkla değiştirilmeli ya da tek kullanımlık olmalıdır.
- Restoran, kafe ve barlarda masa oturma düzeni 10 metrekarelik alanda 4 kişiye düşecek şekilde olmalıdır.
- Ulusal alanlarda yayınlanan Sağlık Bilim uzmanlarının talimatları dikkate alınmalıdır.
- Otellerde çocuklara yönelik bulunan eğlence merkezlerinde virüsün bulaşıcılığını engellemek için kapatılmalıdır.
- Otel işletmelerinde Covid-19 virüsüne rastlanmasa da tedbirlerin elden bırakılmaması gerektiği ve hijyen kurallarına dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca asansör düğmeleri, kapı kolları bir gün anahtar gibi sık kullanılan malzemelerin temizliğine daha fazla önem verilmelidir.

Türkiye’de salgın sürecinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri için T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından 21.04.2020 tarihinde alınan kararlarda temel enfeksiyondan korunma ve kontrol ilkelerinin uygulanması önerilmiştir. Bu ilkeler; “*genel temizlik kuralları*”, “*konaklama tesislerinde konaklayanlar arasında Covid-19 virüsü tanımlayıcı şikâyetleri (ateşe eşlik eden öksürük veya solunum sıkıntısı) olan bireylere yönelik yapılacaklar*” ve “*otel personellerine eğitim verilecek konular*” şeklinde 3 başlık altında toplam 20 maddeden oluşmaktadır (covidbilgi.saglik.gov.tr). Türkiye’de 25 Haziran 2020 tarihinde T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından, “*Covid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi*” adlı raporda konaklama işletmelerine yönelik alınması gereken tedbirlere yer verilmiştir.

Ülkede salgına yönelik normalleşme sürecinde ise 01.01.2021 tarihinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı yürürlüğe girmiştir (TGA, 2021a). Güvenli

Hizmet Sertifikasyon Programından beşinci bölümde bahsedilmiştir. Salgın sürecinde kapalı olan ya da hizmetine ara veren otellerin 27.06.2021 tarihinde açılmasına izin verilmiştir (İçişleri Bakanlığı, 2021).

Tablo 23. Türkiye’de 2019-2021 Yıllarının Konaklama Türlerinin Genel Karşılaştırılması

Konaklama Türleri	2019		2020		2021	
	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)
Otel, motel, pansiyon vb.	211.773.803	5,7	56.305.524	9,9	118.444.056	7,0
Kendi Evi	109.228.573	22,9	67.184.881	38,3	124.175.592	27,0
Kiralık Ev	26.639.399	31,3	10.648.488	46,1	21.089.743	35,8
Arkadaş, Akraba Evi	134.754.226	14,6	55.800.429	30,7	96.733.944	16,6
Diğer	23.172.955	17,1	5.455.143	76,0	9.786.711	24,7

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2003-2021 yılları arasında konaklama türü, geceleme sayısı ve ortalama geceleme sayısına göre çıkış yapan ziyaretçi verilerinden oluşturulmuştur.

Tablo 23’de konaklama türlerine göre son 3 yılın ziyaretçi geceleme sayısı ve ortalama geceleme oranları verilmiştir. Salgın öncesindeki konaklama türlerine bakıldığında otel, motel ve pansiyon gibi işletmelerde geceleme sayılarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. 2020 yılında salgın sürecindeki konaklama hizmetlerine ara verilmesi, turist hareketliliğindeki yasakların olması nedeniyle 2019 yılına göre azalmıştır. 2021 yılında ise 2020 yılına göre geceleme sayısı yükselmiştir. Ancak salgın öncesindeki seviyelere ulaşmamıştır.

Konaklama işletmelerindeki ortalama geceleme oranlarına bakıldığında 2020 yılında covid-19 salgınına yönelik tedbirler devam ettiği halde, %9,9’dur. 2021 yılında ise ortalama geceleme sayısı bir önceki yıla göre azalarak %7,0 olmuştur. Konaklamadan türlerinden elde edilen turizm gelirleri 2019 yılında 3,6 milyon dolardır. 2020 yılında 1,2 milyon dolar ve 2021 yılı 2,5 milyon dolardır. 2022 yılının birinci çeyreğinde ise 572 bin dolar turizm geliri elde edilmiştir (TÜİK, 2022a).

1.4.2. Yiyecek ve İçecek Sektörü Üzerindeki Etkileri

Covid-19 sağığına yönelik yiyecek içecek işletmelerinde de diğler Turizm paydaşların da olduğı gibi bazı tedbirler alınmıştır (Tüba, 2020, s. 19). Salgın dönemine Turizm yiyecek içecek işletmeleri en fazla etkilenen içindedir. Salgının bulaşıcılığını azaltmak için alınan tedbirler yiyecek-içecek sektöründeki işletmelerde faaliyetlerini ara verilmiştir. Bu durum tüketicilerin kendi evlerinde yemek yemelerini ve talep beklentilerinin değışmesine neden olmuştur. Türkiye’de, sağığına yönelik uygulanan evde kal sosyal mesafe ve maske gibi tedbirler yiyecek içecek işletmelerini Sarsıcı bir şekilde etkilemiştir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020, s. 3363-3364). Tüketicilerin değışen talepleri ülkelere gıda ve tarım ürünlerindeki beklentilerini farklılaştırılmıştır. Bu durum gıda ve tarım sektöründeki negatif etkilere yol açarak, üretilen ürünlerin stoklanması gibi davranış kalıplarını oluşmasına yol açmıştır (Lippert vd., 2020, s. 14).

Türkiye’de Covid-19 salgınına yönelik alınan tedbirler nedeniyle 21 Mart 2020 tarihinde yiyecek-içecek hizmetlerinin faaliyetlerine ara verilerek, tüketicilerin restoran kafe gibi yerlerde oturması yasaklanmıştır. Bu durum yiyecek-içecek işletmelerinin sadece paket servis ve gel-al hizmetinde faaliyet sürdürmelerine yol açmıştır (İçişleri Bakanlığı, 2020).

1 Haziran 2020 tarihinde ise yiyecek yiyecek-içecek işletmelerinde masa hizmeti tüketicilere açılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020a), yiyecek-içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelere yönelik birtakım kurallar belirtmiştir. Bu kurallar maddeler halinde verilmiştir.

- Misafirlerin tesislere girişlerinde termal görüntülenme yöntemleri veya temassız ateş ölçüm cihazları kullanılacaktır.
- Tesis girişlerinde el dezenfektanı bulundurulacak ve misafirlerin ellerini temizlemeleri zorunlu kılınacaktır.
- Misafirlerde maske yoksa restoranlarda bireylere verilmek üzere maske bulundurulacaktır. Misafirler maskelerinin çıkarılmasına sadece yeme-içme faaliyeti anında müsaade edilecektir.
- Müşterilerden mümkün olduğunca temassız ödeme alınacaktır. Temassız POS cihazları kullanıldığında dezenfekte edilecektir.

- Müşterilerin ödeme sırasında personelle temasını azaltmak için koruyucu paneller kullanılacaktır. Kasadaki çalışan personelin siperlik kullanması zorunludur.
- Vale hizmeti veren personeller araçları teslim aldığı anda ellerini dezenfektanla temizleyecek ve arabaları maskeli kullanacaklardır.

Yemek yerlerinde ve ortak kullanım alanlarına ilişkin uyulması gereken kurallar ise şunlardır (KTB, 2020a):

- Yemek hizmeti veren işletmelerde giriş, hol alanları ve açık yerlerin hepsi sosyal mesafe kurallarına uygun olarak düzenlenecektir.
- Yemek masalarında 1,5 metre mesafe alanı olacak ve oturma düzeni alanı 60 santimetre mesafe olacak şekilde düzenlenecektir.
- Tesislerin içerisinde veya dışarısında 1 metre aralıklar ile sosyal mesafe işaretleri belirlenecektir. Sosyal mesafe kuralına sadece aile gruplarına uygulanmayacaktır.
- Yemek servisi yapan çalışan servis esnasında sosyal mesafe kuralına uymaya dikkat edecektir.
- Her masada el dezenfektan malzemesi bulundurulacaktır.
- Açık büfe konsepti uygulamalarında müşteri ve personel arasındaki mesafe paneller ile korunacaktır. Müşteriye servisi sunumunu mutfak personeli yapılacaktır.
- İşletmede kullanılan içecek makineleri kaldırılmalı ya da müşterilere sunumu servis elemanı aracılığı ile yapılacaktır.
- Yemek masasındaki servis malzemeleri şeker, tuz ve baharat ürünleri kullanıldıktan sonra steril edilecek ya da tek kullanımlı paketler halinde sunulacaktır.
- Müşterilerin ortak kullanım alanları ve genel müşteri girişlerindeki birçok farklı yerde el antiseptiği bulundurulacaktır.
- Tesisteki tuvaletlerin giriş kapıları mümkünse otomatik kapanıp-açılan sistem şeklinde olacak ya da var olan kapıların kolları sürekli steril edilecektir.

- İşletmelerin içinde yer alan çocuk oyun alanları hizmete kapalı olacaktır.

Türkiye’de son 4 yıla ilişkin yiyecek-içecek işletmelerine yönelik turizm geliri 2019 yılında 6,7 milyon dolarken, 2020 yılında 2,8 milyon dolara gerilemiştir. 2021 yılında 5,3 milyon dolara yükselse bile salgın öncesindeki seviyelere ulaşmamıştır. 2022 yılının ilk çeyreğinde ise 1,1 milyon dolardır (TÜİK, 2022a).

1.4.3. Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri Üzerindeki Etkileri

Seyahat eden bireyler, yaşadıkları bölgedeki bir hastalığı gittiği yere taşıyabilir ya da gittiği bölgedeki görülen bir hastalığı yaşadığı bölgede kaparak ülkesine götürebilir (Özdemir, 2005, s. 392). Covid-19 virüsünden ulaşım hizmetleri de olumsuz bir şekilde etkilenmiştir. Bu dönemde kitlesel ve gruplar halinde gerçekleştirilen seyahat hareketlilikleri durma noktasına gelmesi, seyahat acentelerinin büyük bir darbe almasına neden olmuştur (TÜRSAB, 2020a, s. 12).

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), seyahat acentelerine yönelik covid-19 salgını sürecinde misafirlere yönelik alınması gereken bazı tedbirler şunlardır (TÜRSAB, 2020c);

- İşletme dışındaki her alan 1 metre sosyal mesafe kuralına uygun olacak şekilde belirlenecektir.
- İşletme içine belirli sayıda ziyaretçi alınacak ve çalışan personel tarafından kontrolü alınacaktır
- İşletmeye giriş aşamasında her ziyaretçiye maske verilecek ve el antiseptiği sunulacaktır. Çalışan personel tarafından ateş ölçümleri yapılacaktır.
- Ziyaretçi kartı veriliyorsa ilgili çalışan tarafından steril edilecektir.
- Oturma düzenindeki mesafe 60 santimetre olacak ve sandalyeler sınırlandırılan misafir sayısına göre olacaktır.
- Lobi veya bekleme salonunda ziyaretçileri korumaya yönelik tedbirlerin tabloları ya da broşürleri görünecek yerlerde asılı olacaktır.
- Ziyaretçi kabulleri randevulu takip sistemi ile online ortamda gerçekleştirilecektir.

- Bekleme alanlarındaki ziyaretçilere açık içecek yerine, çalışan personel tarafından kapalı şişedeki içecekler ikram edilecektir.
- İşletmede bulunan ziyaretçi sandalyesi veya koltuğu, çalışan personelin masasına sosyal mesafe düzeyinde yerleştirilecektir.
- İşletmeden her bir ziyaretçi ayrıldığında oturma alanlarının ve masaların dezenfeksiyonu yapılacaktır.
- Ziyaretçilerde kredi kartı varsa temassız ödeme yöntemi alınacaktır. Yoksa çalışan personel nakit parayla temas ettiği anda el antiseptiği kullanacaktır.

Türkiye'nin son 4 yıl harcama türlerine göre turizm paket tur geliri 2019 yılında 9,1 milyar dolardır. 2020 yılında ise tur geliri 2 milyar dolara gerilemiştir. 2021 yılında 4,8 milyar dolara yükselmiştir. 2022 yılının birinci çeyreğinde ise 602 bin dolar gelir elde edilmiştir. Tur hizmetlerindeki turizm gelirleri 2019 yılında 142 bin dolarken, 2020 yılında görülmemiş bir şekilde 30 bin dolara gerilemiştir. 2021 yılında 50 bin dolar tur geliri elde edilirken, 2022 yılının ilk çeyreğinde 5 bin dolar olduğu açıklanmıştır (TÜİK, 2022a).

1.4.4. Havacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri

Türkiye'de turizm ya da ticaret amaçlı seyahatler gerçekleşmektedir. Covid-19 salgınına yönelik alınan tedbirlerde seyahat kısıtlamalarının alınması ve sınırlar arası giriş-çıkışların kapatılması Türkiye'de havacılık sektörünü etkilemiştir. Uluslararası ve ulusal alanda uçuşların iptal edilmesi havacılık sektörünün durma noktasına gelmesine neden olmuştur. Salgının etkilerinin arttığı 2020 Mart yılında Türk Hava Yolları'nın yolcu kapasitesinde %53'lük bir düşüş yaşanmıştır. Aynı zamanda yine aynı ayda Pegasus Havayolu şirketinin de yolcu sayısı 2019 yılına göre %44'lük bir azalış göstermiştir (TÜRSAB, 2020b, s.28). Aşağıdaki tabloda son 3 yılın havayolu istatistikleri verilmiştir

Tablo 24. Türkiye’de 2019-2021 Yıllarının Havayolu Trafikinin Karşılaştırılması

Yıllar	2019	2020	2021	2020/2021 Değişimi
Yolcu Trafik (Direk ve Transit)	208.911.338	81.703.685	128.565.706	%57,4
Tüm Uçak (Üst Uçuş Dahil)	2.034.430	1.055.168	1.461.577	%38,9
Yük Trafik (Bagaj, Posta, Kargo)	4.090.168	2.480.521	3.358.769	%34,9
Kargo Trafik (İç ve Dış Hat)	1.522.404	1.368.577	1.615.709	%18,1

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (2021) Türkiye geneli havalimanları uçak, yolcu ve yük istatistiklerinden oluşturulmuştur.

Tablo 24 incelendiğinde 2021 yılındaki değişim oranları bir önceki yıla göre yolcu sayısı %57,4, bütün uçak sayısı %38,9, yük malzemeleri sayının %34,9 ve kargo ulaşımlarının %18,1 arttığı görülmektedir. Ancak Covid-19 salgını öncesindeki seviyeler incelendiğinde 2019 yılı verilerinin halen yüksek olduğu da anlaşılmaktadır. Sadece kargo trafiği sayısı 2021 yılında artmıştır. 2021 yılı yolcu sayısı trafiği halen pandemi öncesindeki seviyelerin altındadır. Salgın döneminde yolcu sayılarındaki bu azalış oranları uçak seferlerinin iptal edilmesinden kaynaklanmaktadır. Havayolu firmaları uçak seferlerini gerçekleştirmediğinde kaybedilen zaman gelir kaybının yükselmesine yol açmıştır. Diğer bir hususta sabit ve personel maliyetlerinin artması havayolu firmalarının olumsuz etkilenmesine yol açmıştır (Macit ve Macit, 2020, s. 112). Bir sonraki Tablo 25’de 2022 ve 2023 yılı için öngörülen tahmini veriler verilmiştir.

Tablo 25. Türkiye’de 2022-2023 Yıllarında Beklenen Havayolu Trafik

Yıllar	2022	2023
Yolcu Trafik (Direk ve Transit)	193.278.616	216.615.098
Tüm Uçak (Üst Uçuş Dahil)	2.039.903	2.214.445
Yük Trafik (Bagaj, Posta, Kargo)	4.502.616	4.884.358
Kargo Trafik (İç ve Dış Hat)	1.899.745	2.014.315

Kaynak: Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı (2021) Türkiye geneli havalimanları uçak, yolcu ve yük istatistiklerinden oluşturulmuştur.

Tablo 25’deki verilen veriler ışığında yolcu sayılarının 2023 yılı sonlarında pandemi öncesindeki seviyelere ulaşacağı ve havayolu sektörü için beklenen ekonomik toparlanmanın da o zaman olacağı söylenebilir.

Covid-19 salgınının bir sağlık krizi olarak değerlendirildiğinde olumsuz sonuçları doğuracağı göz önünde bulundurulduğunda, bir fırsat yaratması da beklenmektedir. Bu doğrultuda Covid-19 salgın döneminde güvenlik, hijyen, seyahat

ve konaklama gibi birçok alanda değişimlerin yaşıandığı gözlenmektedir. Bu değişikliklere örnek olarak dünya ve Türkiye turizm endüstrisinde güvenli, sağlıklı adımların atılmasıyla fırsatlar yakalanmıştır. Bir sonraki bölümde Covid-19 salgını sürecinde Türkiye’de ortaya çıkan Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı incelenmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

GÜVENLİ TURİZM

Güvenli turizm, Türkiye’ye gelen misafirlerin ve turizmde çalışan personellerin sağlık alanlarına yönelik alınan önlemleri barındırmaktadır. Güvenli turizm kapsamında önlemler konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, kültür, müze, sanat, tiyatro ve kongre merkezleri, kruvaziyer ve yat işletmeleri ve temalı parkları merkezleri gibi birçok faaliyet alanını barındırmaktadır. Bu bölümde Güvenli Hizmet Sertifikasından ve kriterlerinden bahsedilmiştir.

2.1. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı

Türkiye’de “*Güvenli Hizmet Sertifikası*” devlet kurum/kuruluşları ve turizmdeki sektör paydaşları tarafından birlikte hazırlanmıştır. Dünya turizminde, Türkiye’de gerçekleştirilen Güvenli Hizmet Sertifikası uluslararası alanda ilk örneklerden biridir. Türkiye’de sertifikayı almak isteyen işletmelerin uluslararası akreditasyon kurumlarına başvuruda bulunmaları gereklidir. Uluslararası akreditasyon firmaları tarafından verilen Güvenli Hizmet Sertifikası, yetkili kişiler tarafından hijyen ve sağlık koşullarına uygunluğunun değerlendirilmeleri yapılarak ve bu koşullara yönelik hazırlanan raporlar düzenlenmektedirler. Güvenli Hizmet Sertifikasyonuna başvuran işletmelere düzenli olarak ayda bir gün denetçi gönderilerek, kriterlere uygun hizmet verilip verilmediğini denetlenmektedir. Sertifikayı alan işletmelerin görünen alanlarında güvenli turizm logosunu veya QR kod okutma imkânı müşterilere şeffaf bir şekilde sunması zorunludur.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasını vermeye yetkili olan kurumların konaklama ve turizm sektörünün dinamiğini oluşturan Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), konaklama sektöründe büyük bir yapıya sahip olan Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED), yiyecek-işletmelerini bir şemsiye altında toplayan Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TÜRYİD) ve küresel alanda sağlıklı ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlayan Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) kurumları tarafından uygun nitelikleri göstermeleri gereklidir (TGA, 2021a).

2.1.1. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Konaklama İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında konaklama işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA, 2021b). Belirtilen sertifikasyon programında konaklama işletmelerindeki kriterler toplamda 14 bölümden oluşmaktadır.

- **1. Bölüm:** Konaklama işletmelerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Turistlerin konaklama hizmetlerine giriş zamanında alınması gerekli görülen tedbir ve önlemlere yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Konaklama hizmetlerinde çalışan personellerin alması gereken önlemleri ve kendi sağlıklarını korumaya yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Konaklama hizmetlerinde faaliyet gösteren işletmelerin iç-dış bütün alanlarında uyulması gereken kurallara ve bulunması gereken ekipmanlara yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Otel güvenliği ve misafir güvenliğini koşullarını içeren kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Otellerde bulunan araçların kullanımı için alınması gereken tedbirleri içeren kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Konaklama hizmetlerinde çalışan personellerin lojman gibi alanlarda dikkat edilmesi ve alınması gereken önlemlere yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Otel içinde toplanan çöplerin veya eşyaların atıklarına yönelik kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Otellerde zararlı görülen varlıklarla yönelik kriterlerdir.
- **10. Bölüm:** Oteller için alınan gıda, sağlık, temizlik ve eşya gibi ürünlerin satın alınmasına, saklanmasına ve kabul anında uyulması gereken kriterlerdir.
- **11. Bölüm:** Otellerde Covid-19 salgınında uyulması gereken sağlık, acil durum ve izolasyon odalarına yönelik kriterlerdir.
- **12. Bölüm:** Sertifikasyona yönelik logo, OR kod gibi temassız sistemlere yönelik kriterlerdir.
- **13. Bölüm:** Otellerde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.

- **14. Bölüm:** Otellerin elektrik hat ve kayak odalarında uyulmasına yönelik kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikası kriterlerini sağlayan Kültür Turizm Bakanlığı belgeli 2629 tane ve Belediye belgeli 1730 tane konaklama işletmesi vardır (TGA, 2022a).

2.1.2. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Yiyecek ve İçecek İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında yiyecek ve içecek işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA, 2021b). Belirtilen sertifikasyon programında yiyecek ve içecek işletmelerindeki kriterler toplamda 12 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde misafirlere sunulan vale hizmetinde uyulması gereken yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde misafirlerin giriş anında uyulması gereken kurallara ve bulunması malzemelere yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken önlemlere ve uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde mutfaklara, yeme-içme alanlarına, lavabolara ve tuvaletlere yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerindeki kullanılan araçlara yönelik kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Yiyecek-içecek çalışan personellerin konaklama alanlarında dikkat edilmesi ve alınması gereken önlemlere yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde uyulması gereken atık yöntemlerine yönelik kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde zararlı görülen varlıklarla yönelik kriterlerdir.

- **10. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde sağlık, temizlik ve eşya gibi ürünlerin satın alınmasına, saklanması ve kabul anında uyulması gereken kriterlerdir.
- **11. Bölüm:** Yiyecek-içecek işletmelerinde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.
- **12. Bölüm:** İşletme içinde sertifikasyona yönelik logo, OR kod gibi temassız sistemlere yönelik kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikası verilen Kültür Turizm Bakanlığı belgeli 51 tane ve Belediye belgeli 96 tane restoran, kafe işletmesi vardır (TGA, 2022b).

2.1.3. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Tur ve Transfer Araç İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında tur ve transfer araç işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA,2021b). Belirtilen sertifikasyon programında tur ve transfer araç işletmelerindeki kriterler toplamda 6 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Tur ve transfer araç hizmetlerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Tur ve transfer araçlarında bulunması, alınması gereken uygulamalara yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Tur ve transfer araçlarında işletmelerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken önlemlere ve uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Tur ve transfer araçlarında sunulması gereken ek hizmet uygulamaları yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Araçlarda toplanılan çöplerin ve gereksiz malzemelere ait atık planına yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Araç içi sertifikasyona yönelik logo, OR kod gibi temassız sistemlere yönelik kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikası verilen 129 tane tur ve transfer araç işletmesi vardır (TGA, 2022c).

2.1.4. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Kültür ve Sanat İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında kültür ve sanat işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA, 2021b). Belirtilen sertifikasyon programında kültür ve sanat işletmelerindeki kriterler toplamda 9 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro hizmetleri merkezlerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinin genel alan bölümlerinde uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken önlemlere ve uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinde uygulanması gereken güvenlik önlemleri kriterleridir.
- **5. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerindeki araç ve taşıtlara yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerindeki atık uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinde zararlı görülen varlıklarla yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinde malzeme satın alınmasına, saklanması ve kabul anında uyulması gereken kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Kültür, kongre, müze ve tiyatro merkezlerinde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikası verilen 3 tane kongre, sanat ve kültür merkezi vardır (TGA, 2022d).

2.1.5. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Deniz Turizmi İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında deniz turizmi işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA,2021b). Belirtilen sertifikasyon programında deniz turizmi işletmelerindeki kriterler toplamda 11 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Yatçı ve kruvaziyer gemilerinde yolculara yönelik genel uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Yatçı ve kruvaziyer gemilerinde genel alanlara yönelik uygulanması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde güvenlik uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde kullanılan araç ve otopark hizmetlerine yönelik kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde atık uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde personel konaklama alanlarına yönelik kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Yat, tekne ve gemilerde zararlı görülen varlıklarla yönelik kriterlerdir.
- **10. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.
- **11. Bölüm:** Yat ve Kruvaziyer gemilerinde konaklama alanlarındaki izolasyon odalarına yönelik kriterlerdir.
- **12. Bölüm:** Deniz turizmi hizmetlerinde malzeme satın alınmasına, saklanması ve kabul anında uyulması gereken kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikası verilen 9 tane deniz turizmi işletmesi vardır (TGA, 2022e).

2.1.6. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Temalı Park İşletmelerindeki Kriterler

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında temalı park işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA,2021b). Belirtilen sertifikasyon programında temalı park işletmelerindeki kriterler toplamda 10 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinin genel alan bölümlerinde uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde güvenlik uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde kullanılan araç ve taşıtlara yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde atık uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde zararlı görülen varlıklarla yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde malzeme satın alınmasına, saklanmasına ve kabul anında uyulması gereken kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Temalı park hizmetlerinde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.
- **10. Bölüm:** Temalı park merkezlerinde sertifikasyona yönelik logo, OR kod gibi temassız sistemlere yönelik kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyonu verilen 2 tane temalı park işletmesi vardır (TGA, 2022f).

2.1.7. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Kış Turizmi Mekanik Hat İşletmelerinde Kriterler

Bu bölümde Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında kış turizmi mekanik hat işletmelerinde uyulması gereken kriterlere tezin ek kısmında detaylı bir şekilde yer verilmiştir (TGA,2021b). Belirtilen sertifikasyon programında kış turizmi mekanik hat işletmelerindeki kriterler toplamda 10 bölümde ele alınmıştır. Bunlar;

- **1. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinin gerekli görülen niteliklere ve belgelere sahip olup olmadığına yönelik kriterlerdir.
- **2. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde kayak odalarında uyulması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **3. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde çalışan personellere yönelik alınması gereken kurallara yönelik kriterlerdir.
- **4. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde mutfak bölümlerine yönelik kriterlerdir.
- **5. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde yeme-içme bölümlerine yönelik kriterlerdir.
- **6. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde güvenlik uygulamalarına yönelik kriterlerdir.
- **7. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde kullanılan araç ve taşıtlara yönelik kriterlerdir.
- **8. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde personel konaklama alanlarına yönelik kriterlerdir.
- **9. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde acil durum ve sağlık tedbirlerine yönelik kriterleri içermektedir.
- **10. Bölüm:** Kış turizmi mekanik hat hizmetlerinde sertifikasyona yönelik logo, OR kod gibi temassız sistemlere yönelik kriterlerdir.

Türkiye’de Güvenli Hizmet Sertifikasyonu verilen 1 tane mekanik hat işletmesi vardır. (TGA, 2022g).

2.2. Dünyada ve Türkiye’de Güvenli Turizm Uygulamaları

Dünya turizm pazarında güvenlik, sağlık ve hijyen gibi unsurlar Covid-19 salgınıyla birlikte turizm literatüründe önem kazanmaya başlamıştır. Güvenlik kavramının tanımı hem turizm hem de tüketiciler açısından farklılaşmaktadır. Güvenli turizm Türkiye’de konaklama, yiyecek ve içecek, seyahat acenteleri gibi faaliyetlerini sürdüren turizm paydaşlarında sağlık, hijyen, güvenlik kavramlarını tüketicilere uygun sunabilmek için geliştirilmiş bir programdır.

Güvenli turizmin tanımı literatürde “*safety*” ve “*security*” kavramlarını ifade etmektedir. Bu iki kavram birbirlerinden farklıdır. Çünkü “*safety*”, risklere ve engellere karşı alınan tedbirleri ifade etmektedir. “*Security*” kavramının tanımı ise engellere ve risklere karşı bireylerin yerine getirdikleri görev tanımıyla ilgili tedbirlerin alınarak bir varlığı korunmasını ifade etmektedir. Kısaca “*safety*” risklere ve engellere karşı alınan tedbirlerdir. “*Security*” ise risklere ve engellere karşı alınan tedbirlerin kolluk kuvvetleri ve güvenlik hizmeti veren kuruluşlar tarafından kamu hizmetini yerine getiren koruma kararlarını kapsamaktadır (Mekinc ve Cvikl, 2013, s. 19). Bu bölümde Covid-19 salgınıyla birlikte tüketicilere yönelik güvenlik, sağlık ve hijyen kavramları değerlendirilmiştir.

Kılıç’a (2000, s. 1013) göre güvenlik kavramının tanımı, bireylerin davranışlarında, tutum ve duygusal durumlarında tedirginlik, korku, endişe gibi faktörlerin bulunmamasıdır. Bireylerin kendilerinden emin ve rahat olma durumudur. Güvenlik unsuru günümüzde çok geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. Bu yelpaze sağlık, eğitim, insan hakları, çevre yönetimi, insan hakları, terör, göç, hava kirliliği gibi birçok alana yayılmaktadır. Bu doğrultuda güvenlik unsuru her alanda bir boyut kazanmaktadır (McSweeney vd., 1999, s. 19).

Maslow’un hiyerarşi piramidinin ilk basamağı fizyolojik gereksinimdir. Bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasından bir sonraki ikinci basamak ise güvenlidir. Güvenlik basamağı; sağlık, ahlak, aile, dost gibi unsurları korumayı kapsamaktadır. Böylece güvenlik unsuru, gelişen ilişkilerin süreklilik arz etmesi için

geçmişten günümüze kadar önemli bir unsur olmuştur (Kızılkaya ve Sönmez, 2003, s. 18).

Turizm sektörü alanındaki işletmelerde de güvenlik kavramı önem taşımaktadır. Çünkü güvenlik ve emniyet kavramları tüketicilerin turizm taleplerindeki tercihlerini etkileyen en önemli faktörler arasındadır. Turizm sektöründe rekabetin yoğun olması tüketicilerin destinasyon veya tatil süreçlerinde karar verme aşamasındaki güvenlik algısı, destinasyonların seçilip seçilmemesi de büyük rol oynamaktadır. Bazı destinasyonlar kimi tüketiciler için güvenli algılanırken, kimi tüketiciler tarafından güvensiz olabilmektedir. Küresel alanda turizm ve güvenlik kavramları arasındaki ilişkiyi doğru yorumlayan turizm bölgeleri ya da işletme öncüleri güvenlik unsurunu bir pazarlama stratejisi görmektedirler. Turizmde bir bölgenin tanıtım ve reklam kampanyalarında güvenlik, huzur ve barış temaları dijital medya araçları ile hedef kitlelere duyurulmaktadır (Seçilmiş, 2009, s. 153).

Tüketicilerin istek ve beklentileri ne kadar çok karşılanırsa memnuniyet düzeyleri de bir o kadar yüksek olacaktır. Tüketicilerin kendilerini güvende hissetmemiş olmaları, turistik ürün ve hizmetlerden de keyifle yararlanmamalarına ve tatmin düzeylerinin düşük olmasına yol açmaktadır (Bayhan ve Ünlüöner, 2016, s. 2). Ayrıca tüketicilerin turistik bir bölgede can ve mal güvenliği sağlanmazsa, o bölgeye geri dönüşü beklenemez (Koyunoğlu, 2003, s. 23).

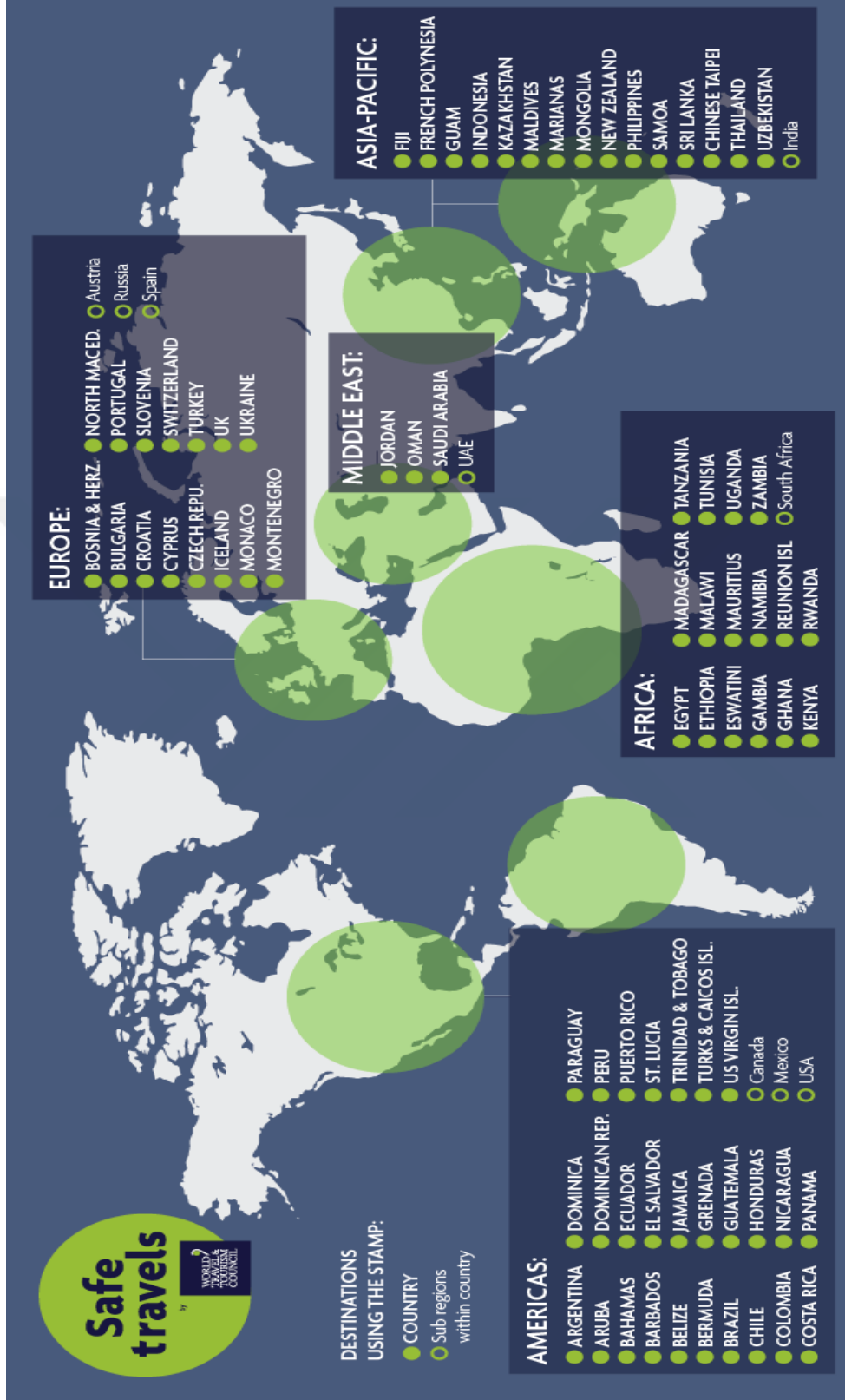
Turizmde güvenlik unsuru adı altında etkili olan bir diğer unsurlar ise savaş, terör ve suç algılarıdır. Mutlu ve Akbaş'a (2016, s. 2) göre, dünya üzerinde Amerika'da gerçekleşen 11 Eylül saldırısı, turizm sektörünü küresel alanda havayolları, seyahat acenteleri ve konaklama işletmeleri kapsamında derinden etkilemiştir. Bu saldırı terör olayı olarak turizm sektöründe örnek verilmektedir. Ayrıca Unur (2000), Türkiye turizminin terörizmle mücadelesi ile ilgili çalışması sonucunda önerilerde bulunmuştur. Bu öneriler ulusal ve uluslararası alanda terörizmle ilgili tedbirlerin önceden alınmasını, turistik bölgelerde güvenlik önlemlerinin arttırılmasını ve acil durumlar için hazırlıklı bulunması gerektiğini belirtmiştir. Bayhan ve Ünlüöner, (2016), turistik bölgelerde güvenlik önlemlerinin yoğunlaştırılması gerektiğini ve alınan önlemlerin turistler tarafından görünür hale gelmesi gerektiğini ön görmüşlerdir.

Covid-19 salgınıyla birlikte sağlık ve hijyen faktörleri tüketiciler tarafından daha fazla önem arz etmeye başlamıştır. Aydın ve Doğan (2020, s. 102), turizm sektöründeki paydaşların sağlık, hijyen ve güvenlik tedbirlerinin tüketiciler açısından daha fazla önem verilmesi gerektiğini ve bu koşullar altında sunulan hizmetlerin, tüketiciler tarafından değişeceğini vurgulamıştır. Ayrıca tüketiciler için huzurlu bir destinasyonun sağlanmasında güvenlik ve sağlık unsurlarının yüksek beklentiye sebep olacağını da ön görmüşlerdir. Nitekim Covid-19 salgını sonrasında sağlık ve hijyen unsurları turizm sektöründe büyük bir değişim yaşanmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda salgın dönemlerinde uygulanan sağlık ve hijyen tedbirleri, bireylerin davranış ve isteklerinde kalıplaşmış bir hale geleceği söylenebilir (Qualette ve Wood, 1998, s. 55).

Dünya üzerinde güvenli turizm alanında sergilenen en iyi örnek Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü'nün (WTTC), 2020 yılı itibariyle sağlık, hijyen ve güvenlik koşullarına yönelik olarak "*Safe Travels (Güvenli Seyahatler)*" adlı projesi dünyanın dört bir yanında sağlık ve hijyen faktörlerinde küresel standartlara yönelik tedbirlerin alınmasını kapsamaktadır (WTTC, 2020c). Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü tarafından geliştirilen Güvenli Seyahat Damgası, dünya üzerinde 250'den fazla destinasyon bölgesine verilmiştir (WTTC, 2021c). Dünya üzerindeki Güvenli Seyahat Damgası alan bölgeler Resim 1'de verilmiştir.

Uluslararası turizm sektöründe Türkiye'de gösterilen güvenli turizm örneği ise dünyada bir ilk olarak sunulan "*Güvenli Turizm Sertifikasyon*" projesidir. Bu proje 2023 yılı itibariyle "*Güvenli Sürdürülebilir Turizm Sertifikası*" olarak değişecektir.

Dünya üzerindeki yaşanan krizlerin bir fırsat yaratacağı göz önünde bulundurulmalıdır. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını küresel alanda yaşanan sağlık krizlerinden biridir. Ayrıca Covid-19 salgını döneminde Türkiye'de uygulanmaya başlanan Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında güvenlik, hijyen, sağlık ve koruma faktörlerini barındıran önemli örneklerden biridir. Bir sonraki bölümde tüketici davranışlarını incelenmiştir.



Resim 1. Dünya Üzerinde Güvenli Seyahat Damgası Alan Bölgeler

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (WTCC), 2021, Safe Travels Destinasyon'dan alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİLERİN DAVRANIŞLARI, ALGILARI ve TUTUMLARI

3.1. Tüketici Davranışı Kavramı

Tüketici, bireysel beklenti ve ihtiyaçları için ürün dağıtım fiyat ve tutundurma gibi pazarlama kanallarını kullanarak satın alma eylemini gerçekleştiren kişidir (Karabulut, 1981, s. 11). Bu bölümde turizmde tüketici davranışı kavramından bahsedilmiştir.

Bireyler yaşadıkları hayat süresince kendi ihtiyaç ve isteklerine göre birçok ürün ya da hizmet satın alabilirler. Pazarlama alanında yöneticilerin kontrol altına alamadığı en önemli çevre faktörü tüketicilerdir (Sarıtış ve Karagöz, 2017, s. 364). Bunun nedeni çevrede meydana gelen değişimlerin ilk önce tüketicileri etkilemesidir. Ayrıca tüketici üzerinde oluşan etkinin ne olduğu veya nasıl olacağı gibi sorunların önceden tespit imkânı yoktur (İslamoğlu, 2006, s. 127). Muck'a (2006, s. 66) göre, tüketiciler pazar ortamında ürün veya hizmeti satın alma amaçlarına göre iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar;

- **Nihai Tüketici:** Bireysel ya da yaşadığı evin ailevi gereksinimlerini satın alanlardır.
- **Endüstriyel Tüketici:** Üretilen bir malın üretimine destek vermek ve satmak amacıyla ekonomik eylemleri sürdürmek için satın alanlardır.

Tüketici davranışlarını anlamak için ilk olarak bireylerin davranış biçimlerinin incelenmesi gereklidir. Çünkü bireylerin davranışlarındaki her bir düşünce ve eylem hareketi aynı zamanda tüketici davranışı olarak kabul edilmektedir (Şimşek, 2008, s. 106). Bireylerin arzularını, isteklerini ve gereksinimlerini gidermek için sunulan ürün veya hizmetler arasındaki ilişki bağı tüketicilerin davranışlarına yansımaktadır (Rızaoğlu, 2012, s. 73). Bu durum karşısında tüketici davranışlarının, bireylerin davranış biçimlerinden oluştuğu söylenebilir.

Odabaşı'na göre (1996, s. 8), tüketici davranışlarının anlaşılması için aşağıda belirtilen yedi özellik dikkate alınmalıdır. Bu özellikler şunlardır;

- Tüketici davranışları, birtakım motive edilmiş eylemlerden oluşmaktadır.
- Tüketici davranışları, güdülenmiş davranıştır.
- Tüketici davranışları, devimsel bir olgudur.
- Tüketici davranışları, karmaşıktır ve vakit açısından değişiklik gösterir.
- Tüketici davranışları, değişik rollerle ilişkilidir.
- Tüketici davranışları, çeşitli çevre etkenlerden tesir altındadır.
- Tüketici davranışları, kişiler arasında farklılaşabilir.

Literatürdeki tüketici davranış tanımları bakıldığında Jacoby'e göre (1975 s. 979), ürünlerin, hizmetlerin, zamanın ve düşüncelerin hayat mekanizmaları (bireyler, aileler, dostlar, işletmeler, firmalar vb.) tarafından karşılanması, tüketilmesi ve elden çıkarılmasıdır. Moutinho (1987, s. 5), ise tüketici davranışlarının bir ürün veya hizmetin satın alma eylemi amacıyla araştırılması, seçilmesi, kullanılması ve kullanma sonrasındaki değerlendirme süreci olarak tanımlamıştır. Durmaz (2008)'da bir önceki verilen tanıma benzer olarak tüketici davranışlarını, bireylerin ürün veya hizmeti ne zaman, nerede, nasıl bir şekilde satın alacaklarına karar verip vermeme süreci olarak açıklamıştır. Bir diğer tanıma göre tüketici davranışları, bireylerin satın aldıkları ürünleri deneyimleme sürecinden sonra değerlendirmesidir (Schiffman ve Kanuk, 2004, s. 98).

Yukarıda bahsedilen tüketici davranışlarıyla ilgili tanımlara bakıldığında, tüketici davranışları bireylerin zaman, para, gereksinim türlerine göre ürün veya hizmetleri satın alma deneyimi ile oluşan görüşlerini veya yorumlarını kapsadığı söylenebilir. Ayrıca tüketici davranışlarının karmaşık bir yapıya sahip olduğu ve bireyler üzerinde farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tüketicilerin bir ürünü satın alıp almaması veya başka bir ürün seçmek isteyip istemediği, tüketici davranışıyla ilgilidir. Tüketici davranışı, bir ürünün kullanımı sırasında tüketici faaliyetleriyle ilgili düşünce, duygu ve diğer çevresel faktörleri de içermektedir. Ayrıca diğer tüketiciden gelen yorumları, reklamları, ürün fiyatlandırma

bilgilerini, ambalajları, ürün özelliklerini gibi birçok faktörü kapsamaktadır (Okumuş, 2013, s. 6).

Tüketiciler bir ürünü satın almadan önce maliyeti en düşük olan ve kendilerine en fazla faydayı sağlayan ürünleri seçmek isterler. Tüketici davranışları kişisel, sosyal, kültürel, psikolojik ve fizyolojik nitelikleri içerir (Papatya, 2005, s. 226). Ayrıca tüketici davranışı kültürel, bireysel, sosyal ve psikolojik faktörlerden etkilenmektedir (Kotler, 2003, s. 183-195). Tüketicilerin satın alma tutumları, satın aldıkları ürüne göre değişiklik gösterir. Bireylerin alışveriş tutularında fiyat, ürün özellikleri ve marka daha öne çıkan özellikler olabilir. (Yükselen, 2007, s. 143). Bu nedenle firmalar tüketici satın alma davranışlarına yönelik çalışmalara ağırlık vermelidir.

3.2. Turizmde Tüketici Davranışları ve Satın Alma Süreci

Turizm sektöründe sunulan ürün ya da hizmetleri gereksinim ve isteklerine göre satın alan tüketicilere turist denmektedir. Fratu (2011, s. 119), turizmde tüketici davranışlarını; turizm sektöründe sunulan ürün ya da hizmet faaliyetlerinin seçilmesi, satın alınması, tüketilmesi ile ilgili olarak tutumların ve kararların bir araya gelme süreci olarak tanımlamaktadır. Alexandra (2013, s. 187), ise tüketici davranışlarını, turizm endüstrisindeki turistik ürünlerin hazırlanması, tanıtılması ve satılması için kullanılan pazarlama etkinliklerinin temelini oluşturduğunu vurgulamaktadır.

Kâr amacı gütmeyen turizm paydaşları konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma işletmeleri, pazarlama faaliyetleri, perakende satış ticareti gibi birçok farklı faaliyet dallarını bir şemsiye altında toplayan turizm endüstrisi koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici olma özelliklerini taşımaktadır. Günümüzde turizm endüstrisinin gelişmesi Sanayi Devrimi ile hız kazanmış ve çağdaş turizm temelleri bu dönemden sonra oluşmaya başlamıştır. Sanayi Devrimi ile bireylerin boş zamanlarının artması, insan ömrünün uzaması, ücretli tatil hakkı, sosyal güvenlik önlemleri, kentleşme ve teknolojik gelişmeler toplumsal olarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlamıştır (Hayta, 2008, s. 31).

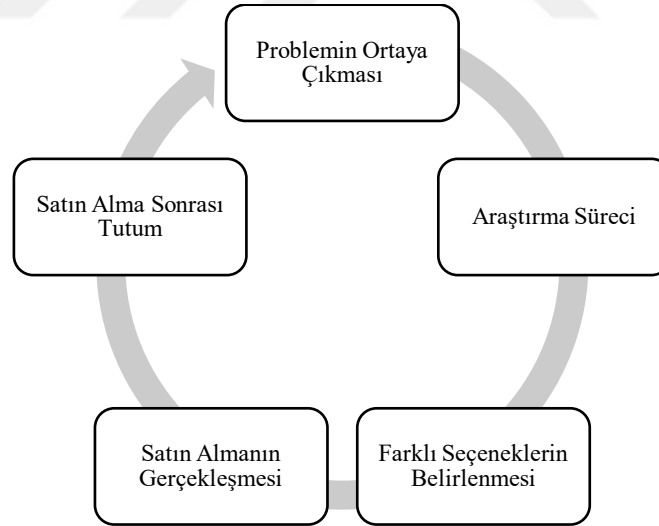
Dünya pazarında turizm sektöründe rekabetin artması, pazarlamacıların sürekli çalıştığı tüketici satın alma davranışlarının gelişmesi ve değişmesi pazarlama faaliyetlerini karmaşık hale getirmektedir. Turizm işletmelerinin pazarlama alanındaki

başarısı büyük ölçüde müşteri davranışlarını tahmin etme yeteneklerine bağlıdır. Turizmde tüketici davranışları ürün ve hizmetlerin iyileştirme, lansman, reklam ve satış gibi pazarlama unsurlarını desteklemektedir. Bu nedenle turizm işletmeleri ilk olarak tüketicilerin satın alma tutumlarına yönelmeli ve sonra ki süreçte satın alma kararlarını etkileyen faktörleri keşfederek yorumlamalıdır. Ayrıca turizm işletmeleri, turistik ürünleri tüketicilerin arzu ve ihtiyaçlarına uygun şekilde geliştirerek pazara sunmalıdır (Şen Demir, 2010, s. 7).

3.2.1. Turizmde Tüketicilerin Satın Alma Karar Aşaması

Tüketicilerin satın alma karar aşaması, bireylerin gereksinimlerinin ortaya çıkmasıyla başlayarak, gereksinimlerini karşılamak amacıyla gerçekleştirdiği araştırmaları, değerlendirmeye aldıkları alternatif ürün ya da hizmetler arasında seçim yapmaları, satın alma kararı eylemini gerçekleştirmesi, tüketilmesini ve tüketim sonrasındaki davranışları içeren bir süreçtir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008, s. 7).

Tüketici satın alma sürecini üzere 5 aşamadan oluşmaktadır. Aşağıdaki Şekil 1’de tüketicilerin karar verme süreci verilmiştir.



Şekil 1. Tüketicinin Satın Alma Süreci

Kaynak: Reisinger, 2009, s. 320.

3.2.1.1. Problemin Ortaya Çıkışı

Tüketici satın alma sürecinin ilk basamağıdır. Bu aşamada tüketicilerin ihtiyacının belirlenmesi ile başlamaktadır. Schiffman ve Kanuk'a (2004) göre, tüketici kendisine yönelik bir sorunla karşılaştığında gereksinim hissetmektedir. Bu süreçte tüketici işten yorulduğunu ve dinlenme ihtiyacının olduğunu fark etmektedir. Tüketicilere göre bir problemi gidermenin en iyi seçeneğinin işe ara vermektir. Böylece tüketici bir problemin varlığını kabul ederek, satın alma eylemini gerçekleştirir.

3.2.1.2. Araştırma ve Bilgi Toplama Süreci

Tüketici satın alma sürecinin ikinci basamağıdır. Bu aşamada tüketiciler ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetleri araştırarak, bilgi toplamaktadır. Potansiyel tüketiciler satın alma ihtiyacı hissetmektedir. Tüketicinin gereksinimi yüksek düzeyde ise o an araştırma yapmadan satın alma fiilini gerçekleştirir. Diğer koşullarda tüketici motive olmadıysa ürün ile ilgili araştırma kanallarını kullanarak bilgi toplayacaktır (Reisinger, 2009, s. 331).

3.2.1.3. Farklı Seçeneklerin Belirlenmesi

Tüketici satın alma sürecinin üçüncü basamağıdır. Bu aşamada tüketiciler ihtiyaçlarına göre topladıkları belirli bilgileri ek seçeneklerle değerlendirmektedirler. Alternatif ürün seçenekleri değerlendirilirken tüketiciler iki çeşit bilgi kullanmaktadırlar. Bunlar ürünlerin marka listeleri ve her bir markayı değerlendirmek için kullanılan koşullardır. İnsanların var olan tüm markalardaki bir ürünü araştırarak seçim yapması, karar verme aşamasını kolaylaştırmaktadır (Schiffman ve Kanuk, 2004, s. 559).

3.2.1.4. Satın Almanın Gerçekleşmesi

Bu aşama tüketici satın alma aşamasının dördüncü basamağıdır. Tüketiciler bu aşamada kendi gereksinimlerine uygun ürün veya hizmeti satın alma niyetini gerçekleştirirler. Schiffman ve Kanuk'a (2004) göre, üç çeşit satın alma yolu vardır. Bunlar deneme yoluyla alım, tekrar alım ve uzun süre garantili almadır. Eğer tüketici

bir ürünü denedikten sonra memnun kalırsa, o ürünü daha fazla alma eğilimi gösterir (Reisinger, 2009, s. 337).

3.2.1.5. Satın Alma Sonrası Tutum

Satın alma sonrası tutum, tüketici satın alma sürecinin son aşamasıdır. Bu aşamada tüketici satın aldığı bir ürünü, tekrar satın alıp almayacağına karar vermektedir. Bu doğrultuda tüketicilerde üç sonuç ortaya çıkabilir. Bunlardan birincisi tüketicinin beklentileri kendi deneyimi ile aynı olursa etkisiz bir duyguyla sonuçlanabilir. İkinci olarak tüketicinin deneyimleri, arzu ve beklentilerini aşarsa tatmin güdülenmesi ortaya çıkmaktadır. Üçüncü olarak ise tüketicilerin beklentileri karşılanmazsa ya da eksik bir hizmet sunulursa tatminsizlik ortaya çıkmaktadır (Cadotte vd., 1987).

Tüketici memnuniyeti, bireylerin bir ürünü tekrar satın alıp almayacaklarını ve diğer bireylerle iletişim kurarken ürünü önerip, önermeyeceğini belirlemektedir (Westbrook, 1987, s. 262). Bu nedenle turizmde tüketici satın alma süreci gerçekleştirildikten sonra müşterilere kampanyaların, indirim seçeneklerinin mesaj, telefon ya da e-posta yolu belirtilmesi önemlidir. Çünkü tüketiciler satın aldığı ürün ya da hizmetten memnun kalırsa yine tercih edeceği seçenekler arasında ilk sırada yer öngörülerek geri dönüşüm sağlayacaktır.

3.2.2. Turizmde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Unsurlar

Tüketicilerin satın alma sürecinde tercihlerini etkileyen faktörler Tablo 26’da verilmiştir. Bu bölümde tüketici tercihlerini etkileyen kültürel, kişisel, sosyal ve psikolojik faktörlerden bahsedilmiştir.

Tablo 26.Tüketici Tercihlerini Etkileyen Unsurlar

Kültürel Unsurlar	Kişisel Unsurlar	Sosyal Unsurlar	Psikolojik Unsurlar
-Kültür -Altkültür -Toplumsal Sınıf	-Yaş ve Yaşam Döngüsü -Meşguliyet -Ekonomik Durum -Kişilik ve Benlik	-Referans Grupları -Aile -Rol ve Statü	- Motivasyon - Algı - Öğrenme - İnanç ve Tutumlar
TÜKETİCİ			

Kaynak: Kotler ve Keller, 2012, s. 481.

3.2.2.1. Kültürel Unsurlar

Kültürel unsurlar, tüketici davranışlarında geniş bir yelpazeye sahiptir. Pazar yöneticileri tüketicilerin kendi kültürlerinde, alt kültürlerinde ve sosyal gruplarda oynadığı rolü araştırması gereklidir (Kotler ve Keller, 2012 s. 481). Pazarlama alanında geliştirilen stratejilerin başarılı olabilmesi kültürel özelliklere bağlıdır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Kültürel unsurlar kültür, altkültür ve sosyal gruplar olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

3.2.2.1.1. Kültür

Kültür, insanlar tarafından paylaşılan inançlar, değerler, uygulamalar ve davranışlar dizisidir. Başka bir tanıma göre kültür, dünya üzerindeki her toplumun kendilerine has özellikleri olan ve kuşaktan kuşağa aktarılan toplumsal kurallar, değerler ve inançlar bütünüdür (Çalhan, 2010, s. 60). Güvenç'e (1996) göre ise kültür, bireyler tarafından öğrenilen bilgi, gelenek, görenek ve sanat gibi davranış kalıplarını içine alan karmaşık bir sistemdir.

Kültür unsuru varlığını sürdürebilmek için uygun koşulda bir çevreye ihtiyaç duymaktadır. Tüketiciler satın alma niyetinde bulunurken toplumdan dışlanmamak için inanç ve değer yargılarının etkisinde kalmaktadır. Ayrıca toplumsal açıdan kişilerin tüketim alışkanlıkları kültürel değerlere göre değişmektedir. Örneğin; Türkiye'de bireyler kahvaltıda çay tüketirken, Avrupa'daki bireyler kahve tüketirler (Şahin ve Akballı, 2017, s. 44). Turizm sektöründe turistler açısından kültür unsuru hangi yemeği yiyeceğini, hangi bölgeye seyahat edeceğini ve konaklayacağını ifade etmektedir (Hayta, 2008).

Toplumların sahip oldukları soyut ve somut kültürel miras ürünlerinin korunması, geliştirilmesi ve restore edilmesi turizm sektöründe önemli bir husustur. Çünkü soyut ve somut kültürel miras ürünleri günümüzde varlığını yitirmemesi için Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), tarafından koruma altına alınmaktadır. Ayrıca kültür unsuru, alternatif turizm türlerinde varlığını sürdürmektedir.

3.2.2.1.2. Altkültür

Altkültür belirli bir toplumda kendini kabul ettirmiş grupların, kendilerine özgü yaşam normlarının olduğu topluluklardır. Altkültür gruplarına üye bireylerin aynı dini inançlara ve kültürel özelliklere sahip olma şartı bulunmamaktadır. Bu durum altkültür gruplarını, üst topluluklardan ayıran bir özelliktir. Ayrıca altkültür gruplarındaki bireylerin hukuk kurallarına bakış açıları farklı olabilmektedir. Bu gruptaki bireylerin bazıları hukuk kurallarını önemserken bazıları ise önemsemeyebilir. Tüketicilerin içinde bulundukları, altkültür grup üyelerindeki sosyal etki faktörü tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedir (Ammi, 2007, s. 120). Örneğin; Türkiye'deki Müslüman halk tatil faaliyeti için helal turizm belgeli olan konaklama, yiyecek-içecek tesislerini tercih ederken, diğer ülkelerde yaşayan halk bu tarz normları dikkate almamaktadır.

3.2.2.1.3. Toplumsal Sınıf

Toplumsal sınıf, sosyal sınıf olarak da bilinmektedir. Toplumsal sınıf, bireylerin toplum ya da kültür içindeki statüleridir. Böylece aynı toplumsal sınıfta olan bireylerin değer yargıları, davranış kalıpları, satın alma davranışları, gider ve tasarruf eğilimleri benzerlik göstermektedir (Odabaşı, 2012, s. 135; Karabulut, 1981, s. 74). Sosyal sınıf grupları arasında keskin çizgiler yoktur, bireyler üst sınıfa yükselebilir ya da alt sınıfa düşebilir (Mucuk, 2009, s. 51).

Tüketici davranışlarındaki tüketim biçimleri, marka değerlendirmeleri, gereksinim şekilleri ve satın alma aşamaları bireylerin yer aldığını toplumsal sınıflara göre değişiklik göstermektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008).

3.2.2.2. Kişisel (Bireysel) Unsurlar

Kişisel faktörler demografik özellikler olarak da bilinmektedir. Kişisel faktörler yaş, meslek, ekonomik gelir, eğitim gibi özellikler olarak sıralanabilir.

3.2.2.2.1. Yaş ve Yaşam Döngüsü

Bireylerin yaş gruplarındaki farklılıkları tüketici davranışlarını şekillendirdiği gibi turizmdeki turistlerin seçim davranışlarını, konaklama ve seyahat gibi faaliyet

seçimlerini etkilemektedir. Örneğin genç yaştaki bireylerin turistik ürün ya da hizmetlere para harcama seviyeleri daha fazla iken, yaşlılar ise daha az para harcama eylemindedir. Turizm pazarında dikkat çeken yaş aralıkları çocukluk, ergenlik, genç, orta yaş ve yaşlı gruplarıdır (Fratu, 2011, s. 121).

Martensen ve Gronholdt (2008, s. 9) gerçekleştirdikleri bir çalışmada, 5 ve 13 yaş gruplarındaki çocukların satın alma tutumları üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucunda ailede alınan kararlara olan etkinin, ocuk yaş gruplarına göre farklılık gösterdiğini ve yaşça büyük olan çocuğun, daha küçük yaş gruplarına göre alınan kararlarda etkilerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Pazarlamacılar hedef pazar ortamlarını, yaşam dönemleri doğrultusunda hem ürün geliştirmek hem de pazarlama planları oluşturmak için kullanmaktadırlar (Kotler ve Keller, 2012, s. 481).

3.2.2.1.2. Meşguliyet

Bireylerin meşguliyet durumları satın alacakları ürün ve hizmetleri de etkilemektedir. Tüketicilerin farklı meslek sınıflarından olması kazançları ve pozisyonlarını da farklılaştırmaktadır. Böylece her bir bireyin satın alma davranışında değişiklikler yaşanacaktır (alhan, 2010, s. 67-68; Polat, 2017, s. 236). Örneğin, mavi yaka çalışan bireyler iş kıyafeti alma eğilimindeyken, yönetici olarak çalışan bireyler ise resmi iş kıyafet almayı tercih etmektedirler (Kotler ve Keller, 2012, s. 481).

3.2.2.1.3. Ekonomik Durum

Bireylerin sahip oldukları ekonomik durumlara göre satın alma eylemleri de farklılık göstermektedir (Bozkurt ve şahin, 2015, s. 127). Literatürde incelenen bir araştırma sonucunda, evli çiftlerin birlikte çalıştığı koşullarda satın alma kararındaki etkinin ortak olduğunu ve tek bir aile üyesinin çalıştığı koşulda ise babanın daha etkin olduğu tespit edilmiştir (Aymankuy ve Ceylan, 2013, s. 114).

3.2.2.1.4. Kişilik ve Benlik

Kişilik ve benlik bireyleri birbirinden ayıran his, değer, fikir ve davranışların hepsini barındırmaktadır. Bu durumda bireylerin algılamalarına, olaylara bakış açılarına ve özgüvenlerine göre değişiklik göstermektedir (Durmaz vd., 2011, s. 20).

Bireylerin kendilerine özgü karakteristik özellikleri ürün ya da hizmetleri satın alma davranışlarını etkilemektedir (Hayta, 2008). Örneğin bazı dinamik enerjide olan bireyler için doğa ve spor turizmindeki etkinliklere katılım oranı yüksekken, fazla enerjili olmayan pasif kalan turistler için ise sadece dinlenme amaçlı bir tatil destinasyonu seçebilir.

3.2.2.3. Sosyal Unsurlar

Tüketici satın alma sürecini etkileyen bir unsur da sosyal faktördür. Sosyal faktörler referans grupları, aile, rol ve statüyü içermektedir.

3.2.2.3.1. Referans Grupları

Bireyler kendi arzuları ve demografik özellikleri ile toplum içerisinde küçük gruplara üye olmaktadır. Toplum içindeki bu küçük grupların arasında sıkı bir bağ ve ilişki vardır. Referans gruplarındaki tutum, düşünce ve değer yargıları tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedir. Burada tek önemli nokta referans veren bireylerin güvenilir olmalarıdır (Karaca, 2016, s. 212; Eski, 2008, s. 36).

3.2.2.3.2. Aile

Aile tüm toplumların içindeki en köklü yapıdır. Aile kişilerin dünyaya gelmesiyle başlayan, evlilikle gelişen, akrabalık, dostluk gibi bağları birbirine bağlayan, kişilerin farklı rolleri olan ve birbirlerini etkileyen en ufak birimdir (Günindi ve Giren, 2011, s. 351).

Literatürde aile satın alma sürecine incelenen bir çalışmada aile ürün veya hizmet satın alma sürecinin üç aşamadan oluştuğuna rastlanılmıştır. Bu aşamalarda eşler arasında satın alınan ürün veya hizmetin değişim gösterdiği ancak seyahat tercihleri, yiyecek-içecek gibi ürün ve hizmetlerin satın alınma sürecinde ise anne ve çocukların etkilerinin çok yüksek olduğu tespit edilmiştir (Davis ve Benny, 1974, s. 51).

Wilkie (1997 s. 225), yukarıdaki bahsedilen çalışmadaki üç aşamaya, dördüncü aşama olarak satın alma eylemini eklemiştir. Wilkie gerçekleştirdiği çalışmada ailelerin satın alma davranışlarında eşlerin rolünü incelemiştir. Araştırmanın

sonucunda ailenin satın alma kararlarının ve karar verme süreçlerinin bir arada ele alınarak incelenmesi gerektiğini öngörmüştür.

3.2.2.3.3. Rol ve Statü

Bireylerin içinde bulundukları gruptaki pozisyon ve rollerdir. Bireyler farklı gruplarda, farklı pozisyonlarda ve rollerde bulunabilirler (Megep, 2012, s. 23). Örneğin; bir iş yerinde istihdam eden bireyin iş ortamındaki rolü farklı, aile ve dostları arasındaki rolü de farklıdır.

3.2.2.4. Psikolojik Unsurlar

Psikolojik faktörler motivasyon, öğrenme, algı, inanç ve tutumlar olmak üzere sıralanabilir.

3.2.2.4.1. Motivasyon (Güdülenme)

İnsanların hareketlerini yönlendiren duygu, düşünce ve inanç gibi kalıplara güdü denmektedir. Bir bireyi belirli bir eyleme iten güce ise güdülenme denir (Çeltek, 2004, s. 6). Tüketicilerin bir ürün veya hizmet satın alma sürecinde motivasyonun etkisi çok fazladır (Reid, 2008, s. 9). Bir birey satın aldığı destinasyon gezisinde motive olabilirken, başka bir birey ise motive olmayabilir. Çünkü motivasyon bireysel bir olgudur (Ünsar vd., 2010, s. 250; Özcan, 2013, s. 55).

3.2.2.4.2. Öğrenme

Öğrenme süreci bireylerin deneyim yoluyla davranışlarında meydana gelen değişimleri ifade etmektedir.

3.2.2.4.3. Algı

Algılama bireylerin çevresinden gelen uyarıcıları, kendilerine yönelik anlamlı bir biçimde yorumlama sürecidir (Karafakıoğlu, 2006, s. 92). Algılama hem duyulara hem de uyarıyı saran çevredeki bireyin koşullarına bağlıdır (Özer, 2009, s. 3). Turizmde turistlerin algılama sürecinde etkili olan unsurlar birbirlerinden ayrı olarak ele alındığı zaman azalmaktadır. Bilim (2004, s. 12)'e göre turistlerin algılama

sürecinde geçmiş tecrübe, imaj algısı, sosyal yapı, güvenlik gibi faktörlerin bir arada incelenmesi gerektirmektedir.

- **Geçmiş Tecrübe:** Turistlerin geçmişteki seyahat ya da tatil tecrübelerinin değerlendirilmesidir.
- **İmaj:** Geçmiş deneyimlerin algılama üzerindeki etkilerinden farklı bir biçimde, bireylerin düşünce ve inanışlarına göre şekillenmektedir (Bilim, 2004, s. 13).
- **Sosyal yapı:** Turistlerin tercih edecekleri destinasyonda siyasi, güvenlik, terör, savaş ve suç gibi olayların gerçekleşmesi algılarını farklılaştırır. Bir ülkede siyasi karışıklığın yaşanması turistlerin algılarında olumsuzluğa sebep olabilir (Bilim, 2004, s. 15).
- **Güvenlik:** Turistler, ziyaret ettikleri bölgelerde kendilerinin güvende olmasını beklemektedirler. Güvenlik unsuru turist algılamalarını etkilemektedir. Örneğin, bir ülkede terörizmin rolü çok olursa bu durum hem turistleri hem de ülkenin imajını etkilemektedir.

3.2.2.4.4. İnanç ve Tutumlar

İnanç, bireylerin herhangi bir nesne, olay ya da durum üzerine sahip oldukları bütünüleyici fikirlerdir. Tutum ise bireyin nesnelere, çevreye olumlu veya olumsuz bir biçimde nasıl tepki verdiği'dir. Tutum ve inanç kavramları bireylerin satın alma sürecindeki kararlarında da etkilidir (Odabaşı ve Barış, 2007, s. 158). Bu durumda tutum, inanç değerlerini de etkilemektedir. Ayrıca bireylerin geçmiş tecrübeleri, aile, dost ve akraba gibi yakın çevresiyle olan ilişkilerinde mühim rol oynamaktadır (Satıcı, 1998, s. 12).

3.3. Tüketicilerde Algı Kavramı ve Süreci

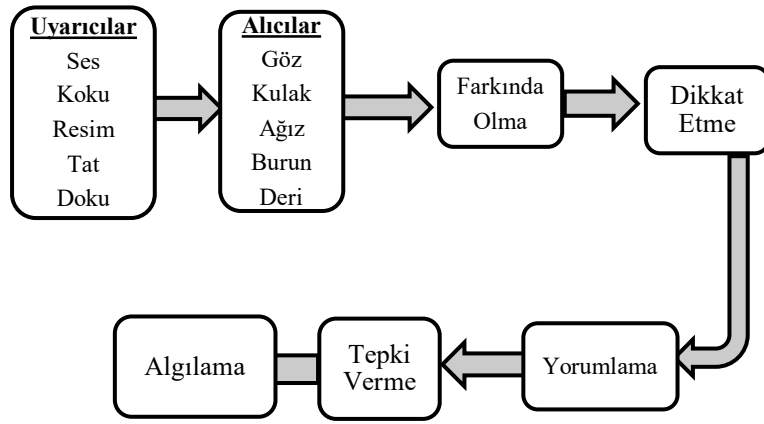
Algı, bireylerin çevresiyle kurdukları iletişim sürecinin temelini oluşturmaktadır. Karafakıoğlu (2006, s. 96), algılamayı bireylerin çevresel etkenlerden gelen uyaranları, kendilerinin anlayacağı bir biçimde yorumlama süreci açıklamıştır. Bu tanımlara göre algılama, bireylerin doğduğu andan itibaren çevrelerinden gelen ses,

resim, koku gibi uyaranları kavrayarak, zihinsel süreçten geçirerek yorumlamaları veya bir anlam yüklemeleridir.

Rano ve Naroyan'dan aktaran Ogheneochuko algılama kavramının önemi aşağıda verilen beş madde ile açıklamaktadır. Bunlar;

- Bireylerin eylemleri, dikkatleri ve duyguları çevreleri tarafından etkilenmektedir.
- Algı bireylere dışarıdan uyaranları toplama, işleme ve yorumlama açısından yardım etmektedir.
- Algılamada ara sıra eylemden oluşan bir bilgiyi fark etmek güçtür.
- Algı bir zihinsel yöntem aracıdır.
- Algı, bir bireyin ihtiyaçlarını karşılamak için uygun bilgiyi yönlendirmesine, işlemesine ve tekrar kullanmasına yol göstermektedir (Rano ve Naroyan'dan akt. Ogheneochuko, 2009 s. 19).

Solomon ve arkadaşlarına göre (1999, s. 8), algılama süreci duyuşal uyaranlar, duyuşal alıcılar, farkında olma, dikkat etme, yorumlama ve tepki vermeden oluşmaktadır. Algılama süreci Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 2. Algılama Süreci

Kaynak: Hall, 1999, s. 8.

Algılama süreci bireylerin inançları, tutumları, değer yargıları ve davranış biçimleri ile açıklanmaktadır. Bireylerin deneme yanılma yoluyla edindikleri tecrübeler, onların inançlarını oluşturur. Gelişen inanç oluşumu da tutumları ve davranışları şekillendirir. Algılama süreci dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar;

- **Birinci Aşama: Uyarım-Seçim-Kategorileştirme**

Algılama sürecinin ilk aşamadır. Bu aşamada bireyler iletişimde oldukları kişileri veya objeleri kategorize etmektedir. Algılama bireylerin çevrelerindeki dış uyarıcılardan, kendilerine uygun olanı seçerek zihinsel süreçte değerlendirilmesi olarak görülebilir. Fakat bireyler bazen duyuşal uyarıcıların algıladığı her uyarıyı dikkate almamaktadır (Erdem, 2006, s. 8). Bu durumda bireyler çevrelerindeki uyarılara çok dikkat etmeyerek çok fazla bilgi yükünden kurtularak, kendi algılarını başka tarafa yöneltirler (Gudykunst ve Kim, 1987, s. 168).

- **İkinci Aşama: Örgütlenme ve Organizasyon**

Algılama sürecinin ikinci aşamasında, algısal sürece dahil olan kişiler hakkında bilgi toplanır. Toplanan tüm bilgiler sözel olan ve olmayan veriler ile belirli kriterlere

göre düzenlenir. Seçici olarak alınan girdiler birey tarafından değerlendirilerek bir yapboz parçaları şeklinde düzenlenerek olaylar ve kişiler bireyin zihninde biçimlenir (Erdoğan, 1996, s. 10). Kısaca ikinci aşamada alınan bilgiler düzenlenir, toplanır ve anlam kazanır.

- **Üçüncü Aşama: Yorumlama (Değerlendirme)**

Üçüncü aşama algılama sürecindeki son kısımdır. Algısal zihinsel oluşum sürecinin üçüncü aşaması bireylerin olayı yorumlaması ve değerlendirmesidir. Bireyler kendi çevresinden aldıkları uyaranları zihinlerinde yorumlar ve düzenlerler. Bu durumda bazen değersiz bir bilgi bile anlam kazanabilir. Algısal yorumlamanın en temel özelliği öznel olmasıdır (Erdoğan, 1996, s. 11). Algısal yorumlama süreci bireylerin istek, kişilik, inanç, tutum ve davranışları doğrultusunda olmaktadır (Alem, 2005, s. 267-268).

- **Dördüncü Aşama: Geri Dönüş (Geri Çağırma)**

Algılama sürecinin ilk üç aşaması bireyin hafızasının bir bölümünü oluşturmaktadır. Bireyler hafızalarında depoladıkları bilgilerin kullanılması için geri çağırılmaktadır. Bu durum algısal sürecin geri çağırma aşamasını oluşturmaktadır (Dinç, 2018, s. 72).

3.2. Tüketicilerde Algılanan Değerin Ölçümü

Değer kavramı, tüketicilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmetin kendisine sağladığı yararı ifade etmektedir (Kotler, 1999, s. 40). Her bir tüketicinin deneyimlediği bir ürün veya hizmetten algıladığı değer, onların gereksinim ve beklentilerine göre değişmektedir. Her bir tüketicinin deneyimlediği bir ürün veya hizmetten algıladığı değer, onların gereksinim ve beklentilerine göre değişmektedir. Böylece tüketicilerin algıladıkları değerler duygu, düşünce ve isteklerine göre bireysel özelliklerinden dolayı farklılık göstermektedir. Değer kavramı, tüketici ve paydaş değeri anlamlarında da kullanılmaktadır. Pazarlama ortamında tüketici değeri, pazarlama stratejilerinin en önemli faktörüdür. Bu durumda değer kavramı bir ürün veya hizmetin marka ve maliyet değerlerini belirtmektedir. Tüketicilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmet algıladıkları marka değeri, satın alınan marka isminin pazar ortamındaki büyüklüğünü de etkilemektedir (Odabaşı ve Oyman, 2002, s. 373).

Algılanan değer kavramı tüketicilerin bir ürün veya hizmetin kalite, fayda, fiyat ve miktar gibi birçok faktörü içermektedir. Üretilen ya da geliştirilen bir ürün veya hizmette bu faktörleri içermektedir (Altıntaş, 2000, s.100). Algılanan değer tanımları Tablo 27’ de verilmektedir.

Tablo 27. Literatürdeki Algılanan Değer Tanımları

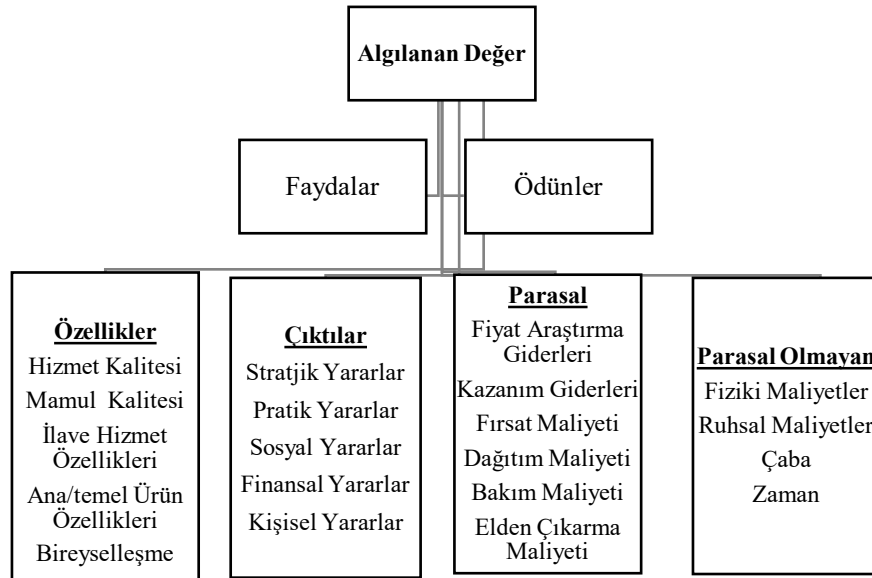
Kaynaklar	Tanımlar
Zeithaml (1988)	Algılanan değer, ödünler ve yararların karşılaştırılmasında elde edilen değerlendirmedir.
Monroe (1990)	Algılanan değeri, “Tüketicilerin algıladığı değer=algılanan fayda/yarar” olarak tanımlamıştır.
Bolton ve Drew (1991)	Tüketicilerin bir ürün ve hizmeti satın aldığı anda ödediklerinin ve ödünlerin karşılaştırılmasıdır.
Day (1994)	Algılanan değer, kalitenin fiyat maliyetidir.
Nauman (1995)	Bir ürün ve hizmetin tüketildikten sonraki istek ve amaçlarını yerine getirdiklerinde algılamalarıdır.
Goodstain ve Boots (1996)	Tüketicilerin ürün veya hizmeti tükettiklerinden sonra aralarında oluşan bağlıdır.
Woodruff (1997)	Tüketicilerin amaç ve beklentilerine ulaşmasında, satın aldıkları ürün veya hizmetin özelliklerinin sahip olduğu katkıdır.
Anderson & Narus (1998)	Tüketicilerin pazardaki ürünlerin fiyatlarını dikkate alarak, ödediği para miktarına karşılık algıladığı ekonomik, sosyal, teknik ve hizmet yararlarıdır.
Cronin vd. (2000)	Tüketicilerin algıladıkları fiyat düzeyinin, algılanan kaliteye oranı olarak tanımlamıştır.
Lapierre (2000)	Tüketicilerin beklentileri, arzuları ve gereksinimleri sonucunda algıladıkları fayda ve ödünleri arasındaki farktır.
Sweeney ve Soutar (2001)	Tüketicilerin bir ürün veya hizmete sahip olurken sergiledikleri ödünleri ve beklentileri arasındaki değişimdir.
Huber vd. (2001)	Tüketicilerin satın alma sürecinde fiyat ve yarar değerlendirilmesi gerçekleştirdikten sonraki algıladıkları yarardır.
Eggert ve Ulaga (2002)	Satıcıların sundukları karşısında tüketicilerin algıladıkları fayda ve ödünlerin karşılaştırılmasıdır.
Chen ve Dubinsky (2003)	Fiyat karşılığında kazanılan yararın tüketici tarafından algılanmasıdır.
Woodall (2003)	İşletmelerin sundukları karşısında tüketicilerin kazandıkları ve fedakarlıklarıyla ilgili bireysel algılarının ortaya çıkardığı fayda değeridir.
Khalifa (2004)	Değer yararının maliyete olan oranıdır.
Bovik (2004)	Yarar ve fedakârlık arasındaki karşılıklı dengedir.
Snoj (2004)	Fiyat ödemeye karşılık, kalite ve yarar olarak alınan şeydir
Iglesias ve Gillien (2004)	Tüketiciler tarafından alınan ve verilenlerin karşılaştırılmasıdır.
Sánchez vd. (2006)	Tüketicilerin bir ürün ya da hizmeti satın alma öncesinde, satın alma anında, tüketim anında ve tüketim sonrasındaki deneyimlerine dayanan dinamik bir süreçtir.

Kaynak: Sarıyer, 2009, s.282; Özdemir, 2021, s. 54.

Tablo 27’deki verilen tanımlar ışığında algılanan değer, tüketicilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmet için kendileri açısından gösterdikleri fedakarlığı ve bu fedakârlık sonucunda ürün veya hizmetten aldıkları faydaların karşılaştırılması ve ölçülmesi olduğu söylenebilir.

Algılanan değer, tüketicilerin değer algılarını oluşturmaktadır. Algılanan değer, işletmelerin veya firmaların tüketicilere verdiği değerın nasıl algılandığının anlaşılması, tüketicilerin istek ve beklentilerine ürün üretmeyi sağlamaktadır. Bu nedenle işletmelerin ve firmaların tüketici odaklı olması gerekmektedir (Bekar, 2012, s.3). Tüketicilere yüksek fiyattan sunulan bir ürün veya hizmetin kalitesi bir o kadar çok iyi olsa da tüketiciler o ürünü tercih etmek istemeyebilirler. Bu nedenle tüketicilerin diğer alternatif ürünlere yönelmemesi için ürünlerin veya hizmetlerin yüksek derece kaliteli ve yararlı olmalıdır (Uzkurt, 2007). Tüketici bir ürün veya hizmet satın alma aşamasında maddi ve manevi birçok bedel ödemektedir. Maddi olmayan bedeller zaman, emek, para, çaba ve enerji gibi ortaya çıkan psikolojik sıkıntılardır (Huber vd., 2001’den akt. Uzkurt, 2007).

Woodall’a göre (2003, s. 6) algılanan değeri, müşteriye firma tarafından sunulan net değer fiyat teklifini, tüketiciler açısından hizmet veya ürün avantajlı algılanması olarak tanımlamıştır. Algılama değer süreci Şekil 3’de verilmiştir.



Şekil 3. Algılanan Değer

Kaynak: Woodall (2003)

Algılanan değer tüketicilerde fayda ve ödünlerin karşılaştırılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bireylerin bir ürün veya hizmeti satın aldıktan sonra kazandığı yarar, ürün ve hizmete yönelik değer algısını da oluşturmaktadır.

Aşağıda Tablo 28’de tüketicinin değer algılaması üzerine literatürde incelenen değer boyutlarına yer verilmiştir.

Tablo 28. Tüketicilerde Algılanan Değer Boyutlarının Ölçümleri

Kaynaklar	Boyutlar
Sheth, Newman ve Grass (1991)	-Sosyal değer -Duygusal değer -Fonksiyonel değer -Ulusal değer -Durumsal değer
Babin vd. (1994)	-Faydacı değer -Hazcı değer
Parasuraman ve Zeithaml (1996)	-Güvenilirlik -Yanıt Verebilirlik -Güvence -Empati -Fiziksel Varlıklar
Ruyter vd. (1997)	- Duygusal boyut - Fonksiyonel boyut - Mantıksal boyut
Grewal, Monroe, Krishan (1998)	-Kazanım değeri -Değişim değeri
Sweeney, Soutar ve Johnson (1999)	-Sosyal değer -Duygusal değer -Fonksiyonel fiyat -Fonksiyonel performans -Çok yönlülük
Parasuraman ve Grewal (2000)	-Kazanım Değeri -Değişim Değeri -Kullanım Değeri -Elde Etme Değeri
Huber vd. (2001)	-Risk değeri -Mantıksal değer -Pratik değer -Duygusal değer
Sweeney ve Soutar (2001)	-Duygusal değer -Sosyal değer -Parasal değer -Kalite değeri
Petrack (2002)	-Kalite -Duygusal değer -Parasal değer -Davranışsal değer -İtibar

Tablo 28'in devamı	
Sin vd. (2004)	-Estetik değer -Enstrümental değer, -Sosyal değer -Ulusal değer -Aile değeri
Petrick (2002)	- Kalite -Duygusal Yanıt -Parasal Fiyat -Davranışsal Fiyat -İtibar
Tsai (2005)	-Faydacı değer -Duygusal değer -Sembolik
Rintamaki vd. (2006)	- Faydacı değer - Sosyal değer - Hazcı değer
Sanchez vd. (2006)	-Fonksiyonel değer (seyahat acentelerinin teknik donanımı) -Fonksiyonel değer (profesyonellik) -Fonksiyonel değer (kalite) -Fonksiyonel değer (Fiyat) -Duygusal değer -Sosyal değer

Kaynak: Sarıkaya vd., 2006, s. 166; Sarıyer, 2008, s. 169; Sanchez vd., 2006; Chen vd., 2009; Ali, 2007; Konuk, 2008'den oluşturulmuştur.

Tablo 28 incelendiğinde yazarlar tarafından algılanan değer boyutlarının çok olduğu anlaşılmaktadır. Yukarıda verilen bütün boyutlar algılanan değer ölçümünü zorlaştırmaktadır (Al-Sabbany vd., 2004, s. 226). Bu nedenle tüketiciler açısından algılanan değer satın alma sürecindeki aşamalarda farklılaştığı söylenebilir. İşletmeler tüketicilerin satın alma sürecindeki karar seviyesini sürekli en yüksekte tutmak isterler (Demir, 2009). Sweney ve Soutar tarafından algılanan değer ölçümü için 2001 yılında geliştirilen Perval Ölçeği, 4 boyutta toplanmıştır. Bu ölçekte yer alan 4 boyut 19 farklı değişkenden oluşmaktadır. Bu ölçeğe ait boyutların açıklaması Tablo 29'da verilmiştir.

Tablo 29. Perval Ölçeğin Boyutları ve Boyutların Ölçümü ile İlgili İfadeler

Boyutlar	Boyutların Ölçümüne Yönelik İfadeler
Fonksiyonel Değer (Performans / Kalite)	• Tercih edilen ürün faydalı bir kaliteye sahiptir. • Tercih edilen ürün iyi üretilmiştir. • Tercih edilen ürün kabul edilen kalite standartlarına sahiptir. • Tercih edilen ürünün işçiliği kötüdür. • Tercih edilen ürün dayanıksızdır. • Tercih edilen ürün tutallı bir performans gösterir.

Tablo 29'un devamı	
Duygusal Değer	• Tercih ettiğim ürün haz duyacağım bir üründür. • Tercih ettiğim ürün bende sürekli deneyimleme isteği uyandırır. • Tercih ettiğim ürünü kullandığımda kendimi huzurlu hissedeceğim. • Tercih ettiğim ürün kendimi iyi hissetmeme yardımcı olacaktır. • Tercih ettiğim ürün bana saadet verecektir.
Fonksiyonel Değer (Para için fiyat/değer)	• Tercih edilen ürün uygun bir biçimde fiyatlandırılmıştır. • Tercih edilen ürün para karşılığında değer sağlamaktadır. • Mali fiyatına uygun bir üründür. • Tercih edilen ürün ekonomiktir.
Sosyal Değer	• Tercih ettiğim ürün kendimi kabul edilebilir hissetmeme yardımcı olacaktır. • Tercih ettiğim ürün kendime yeni değer kazandırmada yardımcı olacaktır. • Tercih ettiğim ürünün diğer kişiler üzerinde iyi bir etkisi olacaktır. • Tercih ettiğim ürün kullanıcısına sosyal bir onay almamı sağlayacaktır.

Kaynak: Sweeney ve Soutar (2001), s. 212'den oluşturulmuştur.

Tablo 29'da Perval ölçek Sweeney ve Soutar (2001, s. 212) tarafından, dayanıklı (telefon, bilgisayar, buzdolabı vb.) malzemelerin tüketiciler üstünde algıladığı değer ölçülme amacıyla geliştirilmiştir. Ölçekte verilen 4 boyut aşağıda verilen maddelerde açıklanmıştır. Bunlar;

- **Performans ve Kaliteye İlişkin Değer:** Bir ürünün algılanan kalitesi ve beklenen performansındaki faydayı,
- **Duygusal Değer:** Bir ürünün tüketicilere kazandırdığı duygulardan algılanan yararı,
- **Fiyat ve Değere İlişkin Değer:** Bir ürünün algılanan kısa vadeli ve uzun vadeli maliyetlerindeki azalmasındaki faydayı,
- **Sosyal Değer:** Bir ürünün tüketicilerdeki sosyal kişilik unsurunu geliştirme yeteneğinden elde edilen yararı ifade etmektedir.

Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin algılanan değer süreci farklılık göstermektedir. Çünkü turizmde üretilen hizmetlerin üretimi ve tüketimi eş zamanlıdır. Bu durum turizm hizmetinden yararlanan tüketicinin algıladığı değer deneyim esnasında olduğunu göstermektedir (İslamoğlu, 2010, s. 131). Ayrıca

Türkmendağ ve Köroğlu (2018, s. 126), turizm sektöründeki algılanan değer in ölçülmesinin kolay olmadığı öngörmüştür.

3.4. Tüketicilerde Algılanan Değere İlişkin Teori ve Modeller

Tüketicilerde algılanan değer ile ilgili gerekli literatür taramasında birden fazla modele rastlanmıştır. Ancak algılanan değer kavramıyla ilgili çok boyutlu araştırma yapan (Holbrook ve Hirschman, 1982; Babin, vd., 1994 ve Woodruff, 1997) yazarların olduğu tespit edilmiştir. Bu bölümde algılanan değer ile ilgili teori ve modeller başlıklar halinde ele alınmıştır.

3.4.1. Tüketim Değeri Teorisi

Tüketim değeri teorisi, tüketicilerin kullanmış oldukları bir ürünü, farklı bir grup ürünlerine tercih etmelerinin nedenlerini açıklamaya odaklanmaktadır (Sheth, vd., 1991, s. 159). Tüketim değeri teorisinde tüketicilerin bir ürün veya hizmeti satın almasına ilişkin seçim davranışlarını etkileyen beş boyut vardır. Bu boyutlar sosyal kıymet, fonksiyonel kıymet, bilişsel kıymet, duygusal kıymet ve durumsal kıymettir. (Sheth vd. 1991, s. 60). Bu doğrultuda tüketim değeri teorisinin çok boyutlu olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu modelde tüketicilerin bakış açıları ile müşteri değeri yorumlanmaya çalışılmaktadır (Sánchez ve Fernández, 2007).

Sheth vd. (1991, s. 160) göre Tüketim Değeri Teorisinin özellikleri şunlardır:

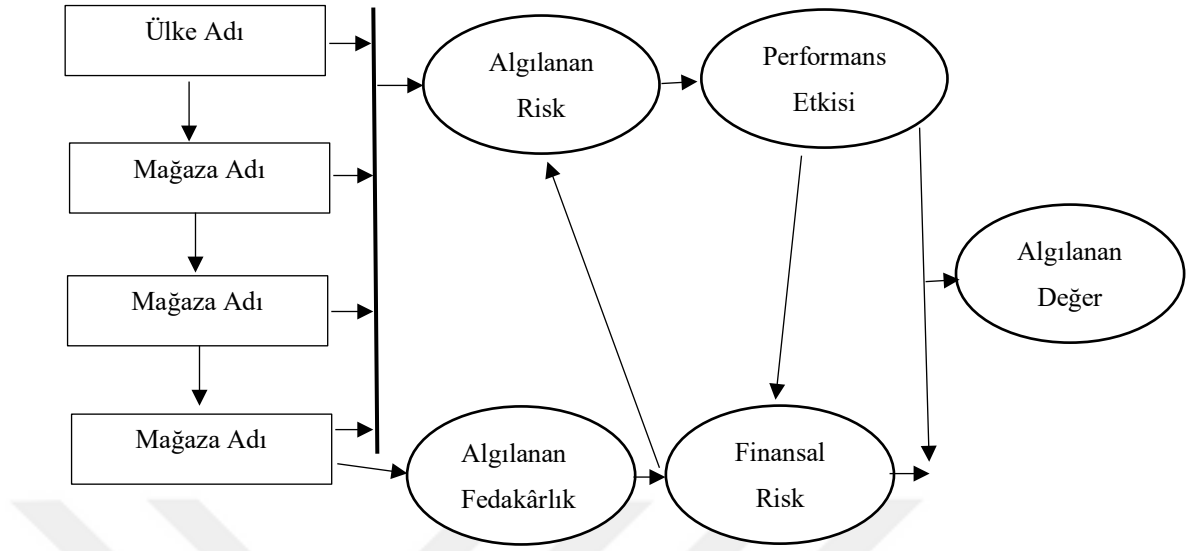
- Boyutları birbirinden farklıdır.
- Her boyutun bir ürün veya hizmet üzerinde değişik oranlarda etkisi vardır.
- Bir ürün veya hizmetin tercih edilmesinde çok fazla boyutun etkisi vardır. Ayrıca tüketici değeri ekonomi, psikoloji, sosyoloji, pazarlama alanı ve tüketici davranışları yaklaşımlarıyla iç içedir.

Sánchez ve Bonillo (2007, s. 436), Tüketim Değeri Teorisinin ahlak, mantık ve ruhsal kaynaklardan yararlanılmadığını öngörmektedir. Sheth ve diğerleri tüketim değeri teorisini 3 tür seçim durumunda uygulanabileceğini açıklamıştır. Bunlar;

- **Birinci Seçim:** Bireylerin bir ürün veya hizmeti satın alıp almama sebeplerini belirtmektedir.

- **İkinci Seçim:** Bireylerin kullandıkları bir ürünü, benzer bir ürüne tercih etme nedenlerinin ortaya konmasıdır.
- **Üçüncü Seçim:** Bireylerin kullandıkları bir ürünün markasını başka bir markaya tercih etme sebeplerinin nedenlerinin ortaya konmasıdır (Sneath vd., 1991).

Sweeney ve Soutar'ın 1999 yılında geliştirdikleri tüketici değerim teorisi Şekil 4'de verilmiştir. Geliştirilen modelde tüketicilerin bir ürün veya hizmetten algıladıkları değerin satın alma tutumunda etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca algılanan değerin fedakârlık, algılanan risk, finansal risk ile birlikte ürün ve hizmetin performansında etkili olduğunu açıklamışlardır (Sweeney ve Soutar, 1999).



Şekil 4. Sweeney ve Soutar Algılanan Değer Modeli

Kaynak: Sweeney ve Soutar, 1999, s. 82.

3.4.2. Holbrook'un Değer Sınıflandırması

Sánchez ve Bonillo (2007, s. 441), literatürde değer kavramını ekonomik, sosyal, haz ve yararlı bileşenlere sahip olma açısından en geniş yaklaşımın Holbrook'un tipolojisinin olduğunu öngörmüşlerdir. Sneth ve arkadaşlarının (1991) geliştirdikleri ölçek ise etik, ruhsal ve manevi boyutlardan oluşmaktadır.

Holbrook tüketim değeri kavramını, nesnelerin mukayese edilmesi sonucu oluşan bir seçimi içeren ve mukayese edilen bir yapıya sahip olduğunu savunmaktadır. Bu durum tüketici değeriyle ilişkilidir. Ayrıca karşılaştırılmalı olarak seçimleri oluşturan müşteri değeri, tüketim değerinin temelini oluşturmaktadır (Holbrook, 1999, s. 6).

Holbrook tüketim değerini satın alınan ürün veya hizmette, markada sahip olunan özelliklerin bulunmadığını ve tüketim değerinden elde edilen deneyimlerle oluştuğunu açıklamaktadır (Holbrook, 1999, s. 8). Holbrook'un geliştirdiği tüketici değer sınıflandırması Tablo 30'da verilmiştir.

Tablo 30. Holbrook’un Tüketici Değeri Sınıflandırması

		Dışsal	İçsel
Bireylere Yönelik Değer	Aktif Değer	VERİMLİLİK	OYUN
	Reaktif Değer	ÜSTÜNLÜK	GÜZELLİK
Başkalarına Yönelik Değer	Aktif Değer	STATÜ	ETİK
	Reaktif Değer	İTİBAR	MANEVİYAT

Kaynak: Holbrook, 1999, s. 12.

Tablo 30 incelendiğinde Holbrook’un tüketici değeri sınıflamasındaki dışsal değeri, bir ürün deneyimini tüketicilerin amaçlarına ulaşmasında kullanılan bir araç olarak görmektedir. Diğer bir ifadeyle bireylerin tüketim deneyimlerinde kullanılan araç-amaç ilişkisidir. Bireylere yönelik değer, tüketici bir üründe sadece kendisine fayda sağlayan özelliklere odaklanmaktadır. Başkalarına yönelik değer, tüketicilerin hem bireysel hem de diğer bireylerin değer algıladığı bir durumu açıklamaktadır (Holbrook, 2006, s. 715).

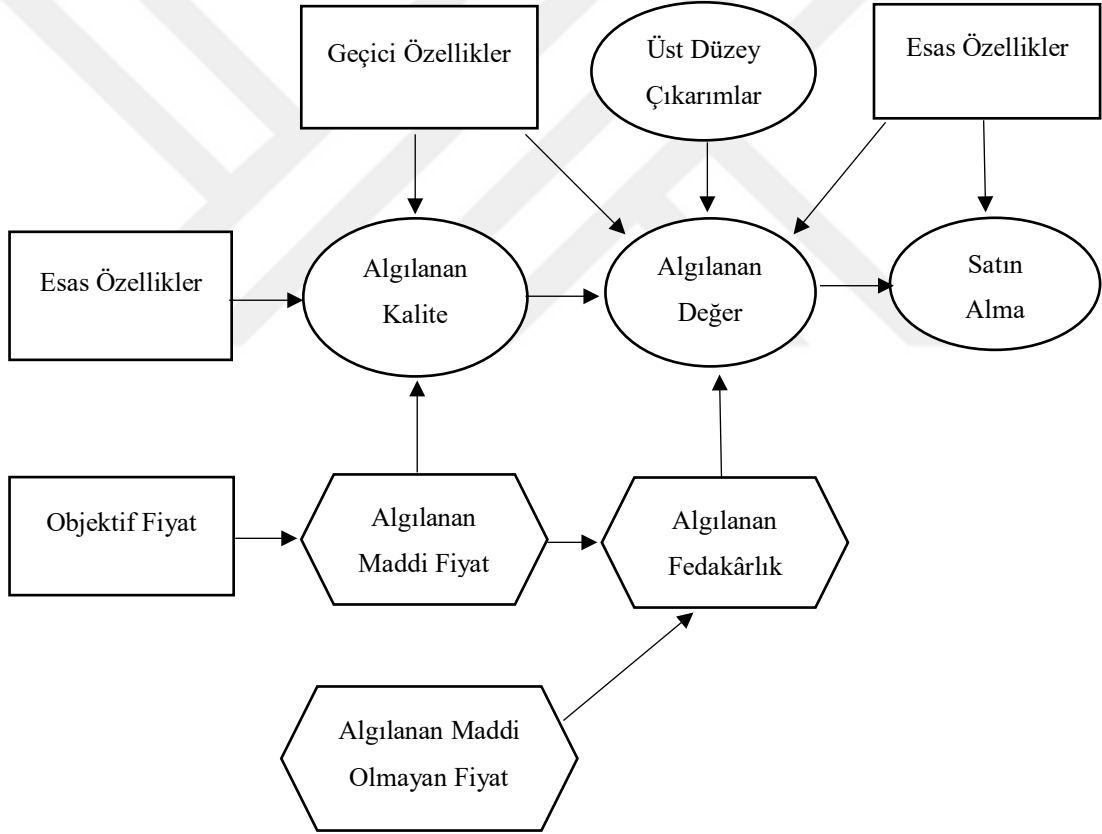
Holbrook’un değer sınıflandırma kategorileri içsel-dışsal, bireysel-başkaları odaklı, aktif ve reaktif değerler olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Holbrook, 1996). Literatürde yer alan tek ve çok boyutlu yaklaşımların ise değer algısı temelli olduğu düşünülse de Holbrook’un geliştirdiği değer sınıflandırması algılanan değer alanına katkı sağladığı öngörülmüştür (Konuk, 2008). Ayrıca durumsal, bireysel açıdan algılanan değerde ürün ve müşteri arasında kıyaslama yapılabilir (Sánchez ve Bonillo, 2007).

Algılanan değer sınıflandırması türleri; başarı (statü), tanınmışlık (itibar), yeterlilik, eğlence (oyun), kalite, güzellik, ruhanilik ve etiktir. Faydacı değer genellikle dış unsurlarla ilgilidir. İç değerler ise zevk ve güdülenme unsurlarıyla ilgilidir. Bu değerler aktif-pasif, fayda ya da yarar içeren içsel-dışsal, tüketim faaliyetinin sosyal boyutunda bireyselliği merkez olarak sınıflandırılmaktadır (Hirschman ve Holbrook, 1982, s. 92). Tüketici değeri fiziksel eylemleri ve zihinsel aktivite kullanımı ile gelişmektedir.

3.4.3. Fiyat, Kalite ve Değere Yönelik Model

Sánchez ve arkadaşları (2006), üretilen her bir ürünün simgesel bir anlam ifade ettiğini açıklamışlardır. Başka bir ifadeyle turistik bir ürün ve hizmetteki somut

değerin, algılanan kalite ya da fiyata odaklıdır. Ayrıca tüketim kararında ölçülen bileşenin, bilgi işleme etkinlikleriyle karşı karşıya olduklarını savunmuşlardır. Kognitif reaksiyonlar, zihinsel ve çevresel uyarıcılar tarafından olayları anlama, değerlendirme, yorumlama süreçleriyle ilgilidir. Deneyimsel bakış açısıyla bakıldığında ise algılanan değer iki sonuç olduğuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlardan birincisi algılanan değerde kognitif ve duysal bileşenlerin dahil olmasıdır. İkincisi ise algılanan değer kavramının almak-vermek arasında bir kalite karşılaştırılmasıdır (Sánchez vd., 2006). Şekil 5’de fiyat, kalite ve değere ilişkin model verilmiştir.



Şekil 5. Fiyat, Kalite ve Değere İlişkin Model

Kaynak: Zeithaml, 1988, s. 4.

3.5. Algılanan Risk (Tehlike)

Flint ve arkadaşlarına (2002, s. 103) göre algılanan risk (tehlike), müşteri ve tüketici değeriyle bir arada incelenmesi gerekmektedir. Çünkü algılanan risk tüketicilerin satın alma davranışlarıyla ilgilidir.

Bauer tüketiciyi risk alan bir kavram olarak ilk kez tüketici davranışları tanımları arasına kazandırmıştır (Rodgers, 1966). Algılanan risk veya tehlike kavramları, tüketici araştırmaları ile iç içedir. Ring vd. (1980, s. 256) algılanan risk kavramının, tüketicilerin kötü seçimlerinden doğan olumsuz sonuçlar ve bu sonuçların gerçekleşmesiyle çok boyutlu fonksiyon olarak tanımlamıştır. Ayrıca algılanan risk olumlu ve olumsuz durumları içeren tercihleri belirtir (Stone ve Gronhaug, 1993, s. 40).

Solomon ve arkadaşları (2010, s. 328) algılanan riski (tehlike), bireylerin bir ürünü deneyimleme ve deneyimleme sonrasında ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz tutumlar olarak tanımlamaktadır. Ayrıca algılanan risk bir üründen beklenen performans ve kalitenin algılanması ile de ilgilidir (Çabuk ve Yağcı, 2003, s.75).

Cox ve Rich (1964, s. 33) algılanan risk kavramını, tüketicinin bir ürün veya hizmeti satın alma aşamasında algıladığı tehlikenin boyutu olarak ifade etmiştir. Başka bir ifadeyle tüketicinin satın alacağı ürünün birtakım özellikleri ile satın alma amacına güdülenmesidir. Tüketici bir ürünü satın alırken risk algısını da göze almaktadır.

Tüketicilerin davranışları bireyden bireye farklılık gösterirken, algılanan değer kavramı da tüketiciler üzerinden farklılık göstermektedir. Tüketicilerde algılanan riskin boyutu satın alma davranışına, ürün özelliklerine ve kişilere göre farklılık göstermektedir (Cox ve Rich, 1964, s. 38; Cunningham, 1967, s. 108). Tüketicilerin satın alma sürecinde algıladıkları risk derecesi, satın alma kararını etkilemektedir (Cox, 1967). Tüketici bir ürün satın alırken firma hakkında yetersiz bilgiye sahip olmaları onları karmaşaya itmektedir (Ring vd., 1980, s. 256). Böylece bir ürün üzerindeki risk miktarının çokluğu, tüketicilerin düşüncelerindeki karmaşıklıkta yükselmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010, s.25).

Algılanan risk, tüketicilerin hayat biçimlerine ve deneyim tecrübelerine göre değişim göstermektedir (Hawkins ve Mothersbaugh, 2013, s. 589). Cox (1967, s. 5)'a

göre algılanan riskin ortaya çıkma nedenleri aşağıda maddeler halinde verilmiştir. Bunlar:

- Tüketici satın alma kararından tam olarak emin olmayabilir.
- Tüketici satın alma amacının neyden kaynaklandığından emin olmayabilir.
- Tüketici satın aldığı ürünü deneyimledikten sonra olumsuz sonuçlarla karşılaşacağını ve tatmin olmayacağını algılayabilir.

Jacoby ve Kaplan (1972, s. 383) algılanan tehlike çeşitlerini 5 isim altında açıklamıştır;

- **Parasal Risk:** Bir mal veya hizmetin parasal maliyeti ve ürün ya da hizmeti deneyimlenmesinden kaynaklanan giderdir (Featherman ve Pavlou, 2003, s. 455). Diğer bir tanıma göre belli bir ürünün veya markanın tercih edilmesinden sonra tüketici tarafından katlanılan parasal kayıptır (Yaraş, 2008). Bir tüketici yanlış satın alma davranışında bulunduğu alınan ürünün ve hizmetin fiyat yüksekliğinden fazla geri dönüşü olacaktır. Çünkü tüketici hem aldığı üründen memnun kalmamış olacak hem de ekonomik kayıp yaşamış olacaktır (Özel ve Gülpınar, 2005, s. 54). Kısacası finansal risk, maddi (parasal) kayıpları içermektedir (Demir, 2011, s. 268).
- **İşlevsel (Performans) Risk:** Bir ürünün arızalı olması, kullanım işlevinin iyi olmaması ve çalışıp çalışmama ihtimalini içermektedir (Jacoby ve Kaplan, 1972, s. 383). Performans riski, bir ürünün tüketiciyi memnun ya da tatmin etmesi ile ilgilidir (Kotler ve Keller, 2006, s. 198). Murphy ve Enis (1986) göre işlevsel riski, tüketicinin ürünü güvenli bir biçimde kullanması sonucunda algıladığı performans olarak tanımlamıştır.
- **Sosyal Risk:** Kotler ve Keller (2006) sosyal riski, satın alınan bir ürünün başkaları tarafından değerlendirilmesi sonucunda satın alan bireyde utanma duygusu oluşması olarak tanımlamıştır. Diğer bir ifade ile mal ya da hizmetin kullanılması sonucunda, başka bireylerin, tüketici üzerinde olumsuz bir fikir üretmesidir (Demir, 2011, s. 268). Kısacası sosyal risk, tüketicilerin bir ürünü deneyimledikten sonra başkalarına önerdiğinde, kendileri hakkındaki olumsuz tutum ve davranışları içerdiği söylenebilir. Ancak tüketici satın aldığı bir ürün

hakkında kimseye bahsetmezse sosyal risk oluşmaz (Jacoby ve Kaplan, 1972, s. 384).

- **Fiziksel Risk:** Bir ürün kullanımıyla oluşabilecek sağlıksal ve fiziksel sorunlara ilişkin algılanan risk çeşididir (Demir, 2011, s. 268). Kotler ve Keller (2006, s. 198) fiziksel riski, ürün kullanımında bireyin sağlığına zarar vermesiyle ortaya çıkmaktadır. Tatil sürecinde ortaya çıkabilecek; trafik kazaları, terör saldırıları ve fiziksel saldırılar örnek verilebilir (Ateşoğlu ve Türker, 2013 s. 27-28).
- **Psikolojik Risk:** Bir tüketicinin özgüvenini kaybetmesi ve ürünü deneyimledikten sonra memnun olmasıyla oluşmaktadır (Demir, 2011, s. 268). Ayrıca tüketicinin kendisi için seçtiği üründen algıladığı bireysel imajına uygun olmamasıdır (Fuchs ve Reichel, 2006, s. 95). Örneğin bir turistin tatil yaptığı bölgedeki güneşten etkilenmemek için şapka kullanması, toplum tarafından dalga konusudur.

Jacoby ve Kaplan tarafından açıklanan 5 risk faktörüne, “*zaman riski*” dahil edilmemiştir. Ancak literatürde zaman riski en çok karşılaşılan risk çeşitleri arasındadır (Lim, 2003; Quintal vd., 2009; Karamustafa vd., 2013).

- **Zaman Riski:** Tüketicilerin satın aldığı üründen beklenen fayda görülmediğinde, tercih edilen ürün satın alınırken, tamir edilirken ya da ürün değiştirilirken ilgili geçen zaman kaybını ifade etmektedir (Featherman ve Pavlou, 2003, s. 455). Ateşoğlu ve Türker (2012, s. 28) turizm açısından zaman riski çeşidinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Turistin satın aldığı bir destinasyondaki geçirdiği sürede fırsat maliyeti zaman riski olarak açıklanabilir. Turistler daha keyifli bir tatil için tercih edecekleri başka bir tatil faaliyeti fırsat maliyetini oluşturmaktadır (Roney, 2011, s. 26).
- **Toplam Risk:** Bir ürünün satın alma aşamasında ortaya çıkabilecek tüm tehlikeleri ifade etmektedir. Jacoby ve Kaplan (1972) toplam risk kavramını, parasal, fiziksel, psikolojik, performans ve sosyal risk çeşitleriyle birlikte uygun bir biçimde tahmin edilebileceğini açıklamışlardır. Stone ve Gronhoug’a göre (1993) toplam risk, diğer risk çeşitlerinin birleşimidir. Ayrıca toplam risk, satın alınması planlanan mal ve hizmete göre değişmektedir.

Risk türleri ürün veya hizmetlere göre farklılık göstermektedir. Poel ve Leunis (1996) gerçekleştirdikleri bir çalışma sonucunda, tüketicilerin yüksek maliyetli ürünlerin düşük fiyatlı ürünlere göre daha çok tehlike algısı yarattığını ortaya çıkartmıştır.

Chaudhuri (1998, s. 165) ise tüketicilerde keyif, eğlence, haz ve olumlu duygular uyandıran markaların risk algılarının düşük olduğunu, olumsuz duygular uyandıran ürünlerde ise tüketicilerin risk algılarının yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Ürünlerde parasal, psikolojik ve sosyal risk türleri, hizmetlerde ise zamansal ve finansal risk türleri ön plandadır (Garner, 1986, s. 55).

Turizm literatürde algılanan risk ölçekleri ve risk türleri farklılık göstermektedir. Bunun temel nedeni algılanan risk kavramına göre belli bir ölçeğin olmamasıdır.

3.6. Turizm Literatüründe Algılanan Değer ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Algılanan değer ile ilgili turizm literatürde yapılan çalışmalar genellikle memnuniyet, kalite, tekrar satın alma, tavsiye etme gibi davranışlar ile ilgilidir (Bojanic,1996; Oh, 1999; Kwun ve Oh, 2004; Kashyap ve Bojanic, 2000; Petrick, 2004). Turizm literatüründe algılanan değer çalışmalarının birçoğu konaklama hizmetlerinde (Bojanic,1996; Oh, 1999), yiyecek-içecek hizmetlerinde (Kwun ve Oh, 2004), kruvaziyer turizminde (Petrick, 2004; Duman ve Matilla, 2005), perakende alanında (Powers vd., 2018) ve mağazacılık alanında (Andreassen ve Lindestad, 1998; Patterson ve Spreng, 1997) yapılmıştır. Bu bölümde turizm sektöründe algılanan değer ile ilgili yapılan çalışmalardan bahsedilmektedir.

Bojanic (1996), konaklama hizmetlerinde kalite, değer ve memnuniyet unsurları arasındaki ilişkiyi incelediği bir araştırma sonucunda, satın alma ve marka sadakatinin belirli bir zaman içerisinde tekrarlanmasını sağlayan memnuniyet unsuru bileşeninin performansı ölçtüğünü belirtmiştir.

Oh (1999), konaklama hizmetleri endüstrisindeki yüksek pazar bölümünde yaptığı bir araştırmada kalite, değer ve memnuniyet unsurları arasındaki ilişkiyi tekrar satın alma niyeti üzerine gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda algılanan değer

doğrudan ve dolaylı olarak, satın alma kararında, ağızdan ağıza pazarlama ile olumlu yönde ilişkili olduğunu, fiyatın ise algılanan değer ile negatif ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Kashyap ve Bojanic (2000), gerçekleştirdikleri bir araştırmada, iş ve tatil nedeniyle seyahat eden turistlerin algıladıkları fiyat düzeyinin, algılanan değer ve dönüşüm (tekrar ziyaret etme) üzerinde etkisinin fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca iş ve turizm amaçlı seyahat eden turistlerin algılanan değer boyutlarına farklılık olduğunu belirtmişlerdir.

Chen ve Chen (2010), miras turizmi çeşidine yönelik deneyim kalitesi, memnuniyet ve algılanan değer ile ilgili davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri bir araştırma sonucunda, deneyim kavramının algılanan değer üzerinde doğrudan etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca algılanan değer, davranışsal niyet üzerinde belirleyici bir rol olduğunu ön görmüşlerdir.

Bajs' ın (2015), gerçekleştirdikleri bir çalışmadan ziyaretçilerin algıladıkları değer, memnuniyet ve davranış sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Çalışma sonucunda algılanan değer, destinasyon şekinden sonra duygusal deneyimden oluştuğunu ve fiyat unsuru etkisinin çok düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Al-Sabbahy vd. (2004), konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri alanında yaptıkları bir araştırmada değer kavramını, elde etme ve işlem değeri olarak incelediklerinde, konaklama alanında işlem değeri kavramının yeniden ele alınması gerektiği saptanmıştır. Kwun ve Oh (2004), yiyecek-içecek hizmetleri alanında gerçekleştirdikleri bir çalışma sonucunda marka, para, algılanan risk düzeyi ve alternatif seçeneklerin satın alma öncesindeki beklentileri ve satın alma sonrasındaki tutumda algılanan değeri etkilediği ortaya çıkarılmıştır.

Petrack (2004), kruvaziyer gemileri üzerine gerçekleştirdikleri bir çalışmada kalite, duygusal değer ve parasal maliyetin, tekrar ziyaret etme açısından algılanan değer belirleyici olduğunu belirtmiştir. Çalışma sonucunda her belirleyeceği iki grup arasında algılanan değer bir anlam taşımadığı ortaya konulmuştur. Ayrıca bütün unsurlar içinde parasal maliyetin algılanan değerde belirleyici olduğu öngörülmüştür. Duman ve Matilla'nın (2005), yine kruvaziyer turizmi üzerine yaptıkları bir araştırmada hazcı, denetçi ve yenilik gibi duygusal boyutların, algılanan değer

üzerinde belirleyici bir rolü olduğu tespit edilmiştir. Hazcı unsur, algılanan değer ve davranışsal niyet arasında kuvvetli bir ilişkinin olduğu belirtilmiştir. Duman vd. (2006), parasal olmayan, maliyetin algılanan değer üzerinde kuvvetli bileşenlerin olduğunu açıklamışlardır.

Lee vd. (2007), savaş turizm ile algılanan değer, başka bireylere önermesi üzerine gerçekleştirilen bir çalışma sonucunda; savaş bölgelerine yönelik düzenlenen turların, işlevsel, genel ve duygusal değerlerin tur pazarlaması üzerinde önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca turları başka kişilere önerme davranışı üzerinde nicel açıdan anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.

Lin ve Wang (2012), turistik seramik objelerin tekrar satın alma niyeti üzerine gerçekleştirdikleri bir araştırma sonucunda otantik, hazcı duyguların algılanan değer üzerinde belirleyici olduğunu ve satın alma kararı ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Ryu vd., (2012) Çin'deki yiyecek içecek hizmetleri üzerine yaptıkları bir araştırmada, kalitenin ve marka imajının algılanan değerde önemli belirleyici bir öncü olduğunu tespit etmişlerdir.

3.7. Turizmin Gelişmesi ile İlgili Yaklaşımlar

Turizm sektörü pazar büyüklüğü ve ekonomik potansiyeli açısından, günümüzde dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Bu nedenle birçok ülke devletleri, şirketleri ve organizasyonları turizm sektöründeki payını büyütme, geliştirmek ve kalkındırmak amacıyla turizmin faydalarından daha çok yararlanmak istemektedirler. Turizm sektöründeki faydalardan yararlanmanın yolu ise bugünkü konumu anlamaktan ve gelecek dönemlere ilişkin tahminler yürütmekten geçmektedir. Ancak turizm sektörünü detaylı olarak anlamak ve değerlendirmek için gelişim sürecinin çok iyi anlaşılması gereklidir (Kozak Akoğlan vd., 2013, s. 7).

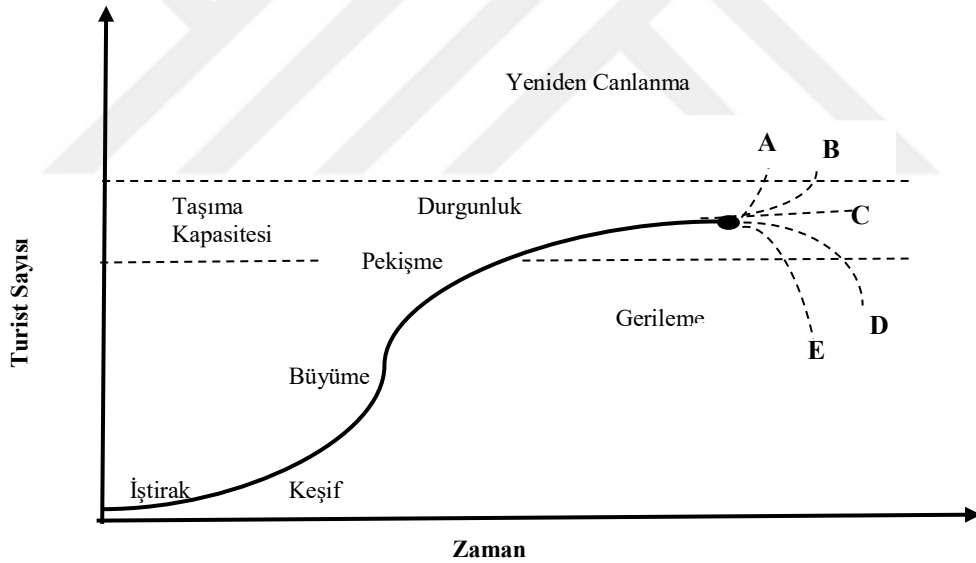
3.7.1. Butler'in Turizm Yaşam Eğrisi Modeli

Butler'in yaşam eğrisi modeli yerel halkın turistlere olan tutumu, turizmdeki kalkınma gibi çevresel faktörleri ele almaktadır. Turistik destinasyonların evrelerini incelemek için geçmişten günümüze kadar birçok model kullanılmıştır. Bu bağlamda

ilk model Christaller (1963) tarafından kazandırılmıştır. Daha sonra Cohen (1972) ve Plog (1973) farklı teori ve modeller geliştirmişlerdir. Turizmde bir bölge gelişimiyle birlikte, turistik alan ve yerel halk üzerindeki etkilerin hızlı artacağı öngörülmektedir (Özel, 2014, s. 58).

Christaller'in (1963), geliştirdiği modelde değişen turist türlerinin turizm alanını da değiştirdiği ortaya konulmaktadır. Bir bölgedeki turizmin gelişimini inceleyen Plog (1974), turist tiplerini “içedönük” ve “dışadönük” olmak üzere belirlemiştir. Cohen (1972), ‘nin yapmış olduğu bir başka turist tipi sınıflandırmasında ise “örgütlü kitle turisti”, “bireysel kitle turisti”, “araştırmacı” ve “başiboş gezen” olmak üzere dört tane turist tipi belirlenmiştir.

Butler'in yaşam döngü modelinin temel amacı destinasyondaki turistik kaynakların planlama, yönetim ve kalkınma stratejileri yöntemidir (Cooper, 2011, s. 6).



Şekil 6. Butler'in Yaşam Döngüsü Modeli

Kaynak: Butler, 1980, s.7

Şekil 6’da görüldüğü üzere modelin ilk evresi keşif aşamasıdır. Bu evrede bölgeye yeni gelen turistler için herhangi bir donanım ve özel imkânlar yoktur. Ayrıca bölgenin veya destinasyonun yeni ortaya çıkması sonucu az sayıda turist ağırlamaktadır. Bölgeye gelen turistler, yerel halkın sahip olduğu donanımları

kullandığı için yerel halk ile iletişimi yüksektir (Pearce, 1991, s. 19). Bu etken keşif aşaması için çekici bir güç olmaktadır. Bu aşamada turizm bölgelerinin fiziki dokusu ve toplumsal yapısı değişmemektedir. Ancak turist hareketliliği olgusu yerel halkın ekonomik ve sosyal yaşamında önem arz etmektedir (Butler, 1980).

Modeldeki ikinci aşama iştirak evresidir. Bu evrede turist sayısında artış, kullanılan donanımsal araçların gelişmesini sağlamıştır. Ayrıca bu evrede yerel halk turistik hizmetlerde yer almaya ya da çalışmaya başlamaktadır. Bu durum turistlere yönelik sunulan hizmetlerin öncelikli haline gelmesini sağlamıştır (Pekpak, 2012, s. 34).

Üçüncü aşama olan büyüme evresinde ise, turist çekmek için güçlü reklamcılıkla biçimlenen, teşvik edilen ek turizm altyapısının gelişimi, iyi tanımlanmış ve düzenli pazar alanlarının ortaya çıkmasını yansıtmaktadır. Bu evrede yerel katılım ve kontrol hızla düşmektedir (Andriotis, 2001).

Pekişme evresine gelindiğinde ise, var olan turizm ürünleri ya da hizmetleri turistlere yeniden sunulmaktadır. Gelen turist sayısında azalma söz konusudur. Bu evrede yerel mücadele ve uğraşlar ile turizm sezonu uzatılmaya çalışılmaktadır. Ayrıca dördüncü evrede yerel ekonomi yüksek ölçüde turizme dayanmakta ve sosyo-kültürel yapı paralel olarak bu bağlamda şekillenmektedir (Pekpak, 2012, s. 34). Bunun yanı sıra bu evrede çok sayıda turizm faaliyeti olan işletmeler vardır. Ancak yerel halkın turizm endüstrisi içinde yer almaması ile hoşnutsuzluk ortaya çıkmaktadır (Andriotis, 2001).

Durgunluk safhasında çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlarla birlikte kapasite seviyeleri aşılmaktadır. Taşıma kapasitesi aşıldığında en yüksek turist sayısına ulaşılmış olmaktadır. Bu evrede konaklama hizmetlerinde gerileme yaşanmaktadır. Turistik destinasyonlara ya da bölgelere turistler gerekli ilgiyi göstermemektedir. Böylece turistik alanlar artık ünlü ya da moda olmaktan çıkmaktadır (Altıntaş, 2010, s. 8). Ayrıca bu evrede doğal güzelliklerin yerini yapay tesisler yer alacaktır. Dolayısıyla doğal ve kültürel alanların tahrip edildiği anlaşılmaktadır (Butler, 1980 s. 9).

Altıncı ve son evre ise, durgunluk sonrası yeniden canlanma aşamasıdır. Bu aşamada yerel kuruluşlara bağlı olarak düşüş ya da iyileşmeler meydana gelmektedir.

Yapılan araştırmalara göre durgunluk evresinden sonraki aşama meydana gelen olumsuz etkilerle mücadele edilebilmesine ve olumlu etkenlerin en üst seviyeye ulaşmasına bağlıdır (Pekpak, 2012, s. 35). Ayrıca yeniden canlanma sağlanan bölgelerdeki çekiciliklerin de birkaç zaman sonra rekabet gücünü kaybedeceği öngörülmektedir (Butler, 1980, s. 10).

3.7.2. Doxey'in Tolerans Modeli

Doxey (1975) tolerans modelinde, bir destinasyon bölgesinde turizmin gelişmesi ile ilgili yerel halkın tutumu arasındaki davranışları açıklamayı öne sürmüştür. Bu model; ziyaretçi sayısına göre yerel halkın, turistlerle olan ilişkilerinden ve iletişimlerinden ortaya çıkan stres evreleri ile ilgilidir (Avcıkurt, 2017, s. 33).

Tablo 31. Doxey'in Tolerans Modeli

Evreler	Özellikler
Mutluluk	Yerel halk turizmin gelişminden son derece memnundur. Bulundukları bölgeye ziyaretçilerin gelmesi hoş karşılanır ve karşılıklı doyum hissi ön plandadır.
İlgisizlik	Turizm sektörünün gelişmesi ve turist sayısında artışın yaşanmasıyla, yerel halk turistleri bir nesne olarak görmeye başlar. Ayrıca turistlere para kazanma aracı olarak görülmektedir. Bu evrede yerli halk ve turist ilişkileri resmi bir boyut kazanmaktadır.
Öfke (Kızgınlık)	Turizm sektörü doyum seviyesine ulaştığında veya yerel halkın eldeki donanımları iyileştirmeden ve turist sayısındaki artışın yüksek olmasından dolayı hizmet veremeyeceği bir düzeye geldiğinde, yerel halk turistlere bir kızgınlık duymaya başlamaktadır.
Nefret (Kin)	Turistlere duyulan kızgınlık en üst seviyeye ulaşmıştır. İnsanlar, bütün kötü sebeplerin kaynağı olarak turistleri görmeye başlarlar. Vergilerin yükselmesi, gençlerin kötü alışkanlıklar kazanması ve yöredeki tüm olumsuzlukların nedenini turistlere yüklemektedirler.

Kaynak: Mathieson ve Geoffrey, (1992), s. 138.

Doxey'in (1975), yerel halkın tutumlarına yönelik geliştirdiği model mutluluk, ilgisiz, kızgınlık ve kin olarak dört aşamadan oluşmaktadır.

Turizmin geliştiği dönemde yerel halk, turistlerin sağlayacağı ekonomik ve sosyal faydalardan hoşnuttur. Bu birinci evre “mutluluk” olarak adlandırılmaktadır (Beeton, 2006, s. 39). Bir sonraki aşamada yerel halk turistlere karşı eleştiriler geliştirerek, turizme olan inancını kaybetmektedir. Bu evrede “ilgisizlik” olarak adlandırılmaktadır (Altıntaş, 2010, s. 9). Üçüncü aşamada ise turist sayısı arttıkça, yerel halk turistlere verimli hizmet edememekten dolayı “kızgınlık” duymaya başlar.

Son olarak ise karşıtlık içinde turizmdeki tüm olumsuzlukları görmeleri ile “kin” gütmeğe başlayacaklardır. Bu evrede yerel halk çok fazla rahatsızlık hissetmektir (Avcıkurt, 2017, s. 34).

Butler’in yaşam döngüsü eğrisi ve Doxey’in tolerans modeli birbirleriyle doğrudan ilişkilidir (Faulkner ve Tideswell, 1997, s. 6-7). Butler’in yaşam döngüsü eğrisi sosyal ve fiziki etkileri incelemektedir. Doxey’in tolerans modeli ise yerel halkın sosyal etkileri ve duygusal hisleriyle alakalı olduğu söylenebilir. Her iki modelinde temel amacı turizmden etkilenen yerel halkın, turizm kaynaklarının, turizm işletmelerinin ve yaşanan mali kaybın en aza indirgenmesi için turizm sektöründeki karar alıcı yapıların olumsuzlukları daha fazla çoğalmadan azalmasını sağlamak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasıdır.

3.7.3. Sosyal Değişim Teorisi

Turizmde sosyo-kültürel etkilerin ayrılması zor ve ölçülmesi neredeyse imkânsızdır. Bir önceki iki bölümde incelenen Butler’in ve Doxey’in modelleri ile sosyo-kültürel etkilerin ölçülmesi yararlı değildir. Ancak bu bölümde anlatılacak sosyal değişim teorisini değişikliklerle daha alakalı olduğu öngörülmektedir.

Searle (2000, s. 139)’ye göre, sosyal değişim teorisi aşağıdaki maddelerle açıklanmaktadır s.

- Bireyler bir ilişki ödül karşılığında kurmaktadır.
- Ödüller değerli ve artmaya devam edecekse, ilişkide zaman ölçme devam edecektir.
- İlişkiye katılan taraflardan biri karşılıklı ödün verdiğinde, sunulan ödül karşıya adil gelirse ilişki devam edecektir.
- İlişkinin maliyetlerinin faydalarını geçmemesi gerekir.
- Arzulanan ödülleri alma arzusu yüksek olmalıdır.

Yukarıda belirtilen maddelerden yola çıkarak sosyal değişim teorisinin algı, yarar ve zarar ilişkisine dayandığı söylenebilir. Ayrıca sosyal değişim teorisinde, insanların etkileşim süreçleri sosyal, ekonomik ve psikolojik değerlere dayanmaktadır. Bu değerler para, eşya, hizmet, pozisyon, eğitim, rol veya bilgi olabilir. İnsan

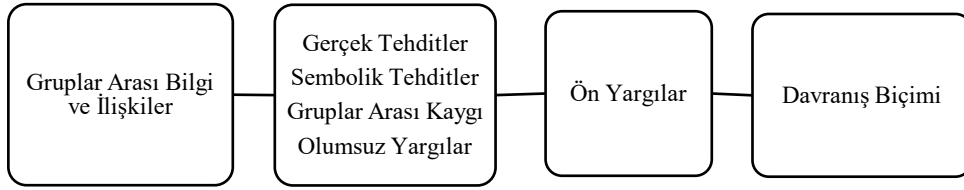
davranışlarının temelinde karşılıklı bir alma-verme amacı vardır. İnsanların karşılıklı alışverişten elde ettikleri kazanç faydadan büyükse bu sosyal değişim olgusudur (Avcıkurt, 2009, s. 96).

Yerel halk ekonomik açıdan turizme bağlı ve gelirinin düşmesi için turizmin sosyal ve çevresel faktörlerindeki etkilerine yönelik pozitif yönlü tutum sergilediğinde turizmin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca yerel halkın turizme bağlılık derecesi düşerse tutumları da olumsuz yönde eğilim gösterecektir. Başka bir ifadeyle yerel halk turizmdeki olumsuz etkileri ne kadar az algılasa, olumlu tutum sergilenecektir. Bu doğrultuda turistlere karşı sosyal değişim yapısını kabul etmiş olacaklarıdır.

3.7.4. Bütünleşik Tehdit Teorisi

Sosyal Mübadele Teorisi'nden sonra, sosyoloji ve psikoloji bilim dallarından yararlanılarak geliştirilen bir diğer teori bütünleşik tehdit teorisidir. Bütünleşik tehdit teorisi yerel halk ve turist ilişkileri ile ilgili alanda kullanılmaktadır (Ward ve Berno, 2011, s. 1558).

Bütünleşik tehdit teorisi, gerçekçi tehdit, sembolik tehdit, olumsuz kalıp yargılar ve gruplararası kaygı tehdit türlerinden oluşmaktadır (Oskamp, 2000, s. 5; Stephan ve Stephan, 2000, s. 25; Ward ve Berno, 2011, s. 1558). Gruplararası tehditler bireylerin duygularını, algılamalarını ve davranışlarını etkileyerek çatışmaya yol açabilir. Tehdit değerlendirmeleri gruplar arasında nefret, öfke, küçümseme, korku ve güvensizlik gibi olumsuz duygu yargılarını barındırabilir. Aynı zamanda tehdit algılamaları grup dışındaki kişilere karşı duygusal açıdan empatiyi azaltmaktadır. Ayrıca tehdit biçimlerinin algılanması bireylerde önyargının oluşmasına sebebiyet verebilir (Gonzalez vd., 2008, s. 669). Bütünleşik tehdit teorisi modeli, Şekil 7'de yer almaktadır.



Şekil 7. Bütünleşik Tehdit Teorisi Modeli

Kaynak: Remond, 2013, s.3.

- **Gerçekçi Tehditler:** Bir grup üyelerinin fiziki ve ekonomik refah düzeylerine karşı algılanan tehditlerdir (Avcıkurt, 2017, s. 119). Bu tehditler, ekonomik, fiziksel ve politik anlamda olabilmektedir. Kendall’a göre (1998), gerçekçi tehditlerin arasında sağlık sorunları da yer almaktadır. Sağlık tehditleri ruhsal ve psikolojik anlamda olabilmektedir (Berrenberg vd., 2002, s. 77). Gruplar arasındaki anlaşmazlıklar genellikle, etnik kökenlerin çatışmasıyla ortaya çıkmaktadır. Buradaki asıl amaç, kıt kaynaklar üzerindeki algılanan bir rekabetin olmasıdır. Bahsedilen bu tür kaynaklar, grup içi çıkarları korumak için, kişilerde olumsuz tutum, küçümseme ve ayrımcılık gibi davranışların sergilenmesine neden olmaktadır. (Gonzales vd., 2008, s. 669).
- **Sembolik Tehditler:** İnançlar, değerler, norm, ahlak ve tutumlar ile ilgilidir (Remond, 2013). Bu tehdit türü bir grubun üyelerinin dünya görüşüne karşı oluşan tehditleri içermektedir (Ward ve Berno, 2011, s. 1559). Sembolik tehdit, ırkçılık sorunlarıyla yakından ilgilidir (Stephan vd., 1999, s. 2222). Ayrıca sembolik tehditler, bir grubun kendini karşı tarafta bulunan gruptan daha üstün görmesinden de kaynaklanmaktadır (Stephan vd., 2000, s. 242).
- **Olumsuz kalıp yargılar (stereotipler):** Dış gruplardaki üyelerin davranışlarını ve beklentilerini olumsuz yönde oluşturarak, tehdit ortaya çıkarmaktadır (Rick vd., 2006, s. 338). Bu tür yargılar etnik, ırk, köken gibi kalıplaşmış önyargılardan meydana gelmektedir (Ward ve Berno, 2011, s. 1560).

- **Gruplararası Kaygılar:** Kişilerin reddedilmekten korkması veya bireyler arasında iletişimleriyle ilgili olarak tehdit hissettiğinde, grup üyeleri arasında kendisini bilgisiz ve yetersiz olarak görmesi gibi davranışları barındırmaktadır (Ward ve Berno, 2011, s. 1559). Gruplararası kaygı faktöründe, farklı bir sosyal gruptaki başka bir birey ile etkileşim halinde olduğunda, gerginlik ve sıkıntı duyguları ortaya çıkmaktadır (Plant ve Devine, 2003, s. 790). Aynı zamanda gruplararası kaygıda hissedilen olumsuz duygular ile gruplararası çatışmayı tetiklemektedir. Bu nedenle düşmanlık ve ayrımcılık olguları oluşmaktadır (Curşeu, Stoop ve Schalk, 2007, s. 127).

3.7.5. Sosyal Temas Hipotezi

Sosyal temas hipotezi, farklı gruplar arasındaki önyargının en aza indirilmesi için kullanılan etkin araçlardan biridir (Pettigrew ve Tropp, 2008). Bu yöntemde önyargının azaltılması için eşitlik, gönüllülük, temas sıklığı, hoş bir ortam ve samimiyet gibi minimum şartların sağlanması dış gruplar arasındaki temasın olumlu yönde olacağını belirtmektedir (Ward ve Berno, 2011, s. 1559). Ayrıca sosyal temastan elde edilen deneyimlerin boyutları temas öncesi-sonrası-esnası olmak üzere bireylere göre farklılık göstermektedir (Fan vd., 2017).

Sosyal temas hipotezinde farklı kültürel değerlere sahip turistler arasında veya yerel halk arasında olumlu tutumlara yol açmaktadır. Aynı zamanda bireyler arasında sosyal temas ilişkisi uzun sürdüğü sürece, turistlerin yerel halka tutumları ve yaklaşımları da olumlu şekilde olacaktır. Olumlu davranış ve tutumlar, kültürel ilişkilerin gelişmesini sağlamaktadır (Avcıkurt, 2009, s. 99). Ancak farklı kültürel normlara sahip turist ve yerel halk arasındaki ilişkilerin gelişmesi belirli koşullara bağlıdır. Bu koşullar şunlardır;

- Turist ve yerel halk eşit pozisyonda olmalı,
- Yüksek sosyo-ekonomik seviyede bir ilişki olmalı,
- Uygun bir sosyal platform için teşvik eden bir otorite olmalı,
- İçten ve samimi bir ilişki kurmalı,
- Karşılıklı yarar barındıran güzel bir ilişki olmalı,

- Gruplararası güçlü önem taşıyan ortak hedefler, ilişki alanları ve etkinlikler olmalı,
- Katılımcılar farklı dünya fikirlerine sahip olmalı,
- İlişkiye katılan bireyler ile iş birliği içinde olmalıdırlar.

Sosyal temas hipotezi ile ilgili literatürde yapılan birçok çalışmada ön yargının ortadan kalkması için hoş bir ortam yaratılmasında sosyal temasın önemine vurgu yapılmaktadır (Kulakoğlu vd., 2016, s. 4). Brunt ve Courtney (1999, s. 495) sosyal temas kuramının turizmin, iç süreçlerinde kolaylıkla gerçekleştiğini ve kişiler veya kültürlerarası etkileşimi isteklendirerek, önyargıyı kırdığını açıklamışlardır. Böylece turizm kişiler ve kültürlerarası teması arttırırken, aynı zamanda barış, huzur dolu bir ortam da sağlamaktadır (Kulakoğlu vd., 2016, s. 4-5).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GÜVENLİ HİZMET SERTİFİKASYON PROGRAMINDA TÜKETİCİLERİN GELECEKTEKİ OTEL SEÇİM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünya üzerindeki bütün sektörler ortaya çıkan ekonomik, siyasi, doğal afet ve sağlık temelli krizlerden etkilenmektedir. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsü küresel bir sağlık krizinin yaşanmasına neden olmuştur. Küresel alanda yaşanan sağlık krizi turizm sektörünü neredeyse durma noktasına getirmiştir. Ancak yaşanan her krizde bir fırsat yaratacağı düşünülmektedir. Nitekim Türkiye’de Covid-19 salgınıyla güvenli turizm uygulaması hayata geçirilmiştir. Bu güvenli turizm projesi konaklama, yeme-içme, tur, sanat ve kongre merkezleri gibi turizm sektöründe faaliyet gösteren her alanı kapsamaktadır. Bu çalışmada Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Covid-19 salgın sürecinde ve sonrasında konaklama işletmeleri incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamının konusu Covid-19 salgını döneminde Türkiye’de geliştirilen ve 2021 yılında uygulanmaya başlayan “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı” adı altında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının nasıl olacağıdır.

Araştırmanın amacı “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı” ile tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının değerlendirilmesinin hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı değişkenlerine bağlı tutularak incelenmesidir. Araştırma kapsamında seçilen bu değişkenlerin salgın döneminde tüketicilerin davranışlarında nasıl değişim sağlayacağı, tercihlerini nasıl etkileyecekleri, satın alma davranışlarındaki rolünü, otellerde salgın döneminde davranış ve tutumlarının nasıl olacağı bakımından önemli bulunmaktadır.

Araştırma ile Covid-19 salgına yönelik Türkiye’de geliştirilen “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı” kapsamında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışları arasındaki ilişkinin incelenmiş olması ile turizm sektörüne katkı sağlayacağı

düşünülmektedir. Bu doğrultuda turizm sektöründe salgınlara yönelik alınacak tedbirlerin, tüketicilerin davranış şekilleri göz önünde bulundurularak dikkatli, duyarlı ve planlı bir şekilde olması gereklidir. Yapılan bu araştırmada “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı” ile tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışları arasındaki olumlu veya olumsuz ilişkilerin ortaya çıkarılmasının turizm sektörü açısından önemli bulunmaktadır.

4.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Turizm sektörü küresel alanda birden gelişen sosyo-ekonomik, terör, savaş, politik, doğal afetler ve salgınlar gibi birçok olaydan doğrudan etkilenmektedir. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını da küresel alanda dünya turizmini olumsuz etkilemiştir. Bu salgın turizmde faaliyet sürdüren konaklama, yiyecek-içecek, seyahat işletmelerinde diğer sektör işletmelerine göre daha acı bir deneyim yaşanmasına sebep olmuştur (Craven vd., 2020; Boone vd. 2020). Yaşanan bu durum tüketiciler için turizmde güvenlik, emniyet ve sağlık koşullarının en önemli unsurlar olduğunu göstermiştir. Turizm literatüründe güvenlik ve emniyet terimleri çoğunlukla birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak bu iki terim aynı kavramı ifade etmemektedir (Enz, 2009; Ghazi, 2016).

Enz (2009), otel bağlamında emniyet kavramını konukların ve çalışanların yaralanma veya ölümden korunmasına odaklandığı belirtmiştir. Otel güvenliğinin ise konukların, çalışanların, eşyaların ve otel mülkünün tamamının korunmasına odaklanarak daha geniş bir yelpazeye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Başarılı bir turizm ve konaklama hizmetleri için gerekli koşullar güvenlik, sakinlik ve huzurdur (Cro vd., 2020).

Faulkner (2001), konaklama endüstrisine zarar veren çok sayıda krizin doğa ve insan yapımı olduğunu fark etmiştir. Konaklama sektöründe ortaya çıkan krizlerden iç ve dış tehlikelerden etkilenmektedir (Henderson ve Ng, 2004; Santana, 2004). Kriz türlerinden biri olan salgın hastalıklar turizm sektöründe de büyük bir role sahiptir. Çünkü bir bulaşıcı hastalık turist hareketliliği ile diğer bölgelere de yayılmaktadır (Barker vd., 2006; Budd vd., 2009; Hall, 2010; Hulme, 2009; Mouchtouri vd., 2008; Tatem, 2009; Sharpley ve Craven, 2001; Stanbury vd., 2005).

Chan ve Lam (2013), gerçekleştirdikleri bir çalışmada emniyet ve güvenlik unsurlarının misafirlerin otel seçim davranışlarında önemli olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Feickert ve ark. (2006), misafirlerin güvenli bir otel için daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını vurgulamışlardır. Konaklama hizmetlerine gelen bu tür misafirlerin davranışlarının Sosyal Değişim Teorisi (SET) dikkate alınarak yapılan risk-fayda değerlendirmelerinin bir sonucu olabileceğini göz önünde bulundurulması gerektiği düşünülmektedir. Bu araştırmanın temelinde Covid-19 salgını sürecinde ve sonrasında tüketicilerin davranışlarında risk ve faydaların incelenmesi için Sosyal Değişim Teorisi (SET) dikkate alınması gerekli bulunmuştur.

Jiang ve Wen (2020), tüketicilerin bir hizmet ortamında kalmalarına yönelik kararlarını etkileyen en önemli faktörlerin hijyen ve temizlik olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Karamustafa ve Öz (2010), göre ise hijyen ve sağlık koşullarını müşterilere sunmak konaklama işletmelerine şüphelerin azalmasını sağlamaktadır. Aydın ve Doğan (2021), salgın döneminde alınan hijyen önlemlerinin misafirlerin taleplerinde değişikliklere sebebiyet olacağını öngörmektedir. Çetin ve Göktepe (2020), Covid-19 salgını döneminde gerçekleştirdikleri bir çalışma sonucunda okula giden çocuklu ailelerin ve orta yaşlı bireylerin sahip oldukları yaş grupları bir arada bulundurulurken salgın sonrasında dezenfektan ve hijyen şartlarının şekilleneceğini öngörmüşleridir. Demir ve Türkmen (2020), salgın dönemi sonrasında Türk turist profili üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada ise hijyen koşulunun çok büyük ölçüde tatil beklentilerini etkiledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Çetinkaya vd., (2020), hijyen, dezenfeksiyon ve steril edilme uygulamaları tüketicilerin kararlarında önem arz edeceğini belirtmişlerdir. Ayrıca Nazneen vd., (2020) göre, güvenlik ve hijyen algısı tüketicilerin ürün satın almasında önemli bir unsur olduğunu belirtmişlerdir.

Jhing ve Kang (2020), teknolojik alandaki yeniliklerin konaklama hizmetleri endüstrisinde Covid-19 salgınından kısa zamanda kurtulmada kritik bir rol oynadığı eğiliminde olduğunu açıklamışlardır. Ayrıca Demir ve arkadaşları (2020), Covid-19 salgını sonrasında yenilikçi otomasyon sistemlerinin yoğun bir şekilde kullanılacağını öngörmüşleridir. Benzer bir şekilde Çetin ve Göktepe (2020), robot ve otomasyon sistemlerinin artacağını, misafir odalarında teknolojik ufak mutfak aletlerinin yer alacağını, kullanılan yıkanabilir malzemelerin ortadan kalkacağını ve bilişim sistemlerinin önemlerinin artacağını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda konaklama

sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin pazarda öncelikli olarak yer alacağı düşünülmektedir. Ancak Çetinkaya ve arkadaşları (2020), robotik sistemlerin gelişeceğini savunsa bile insan hizmetinin yerini tutmayacağını açıklamıştır. Ancak salgın döneminde teknoloji unsurunun sosyal mesafeyi sağlayacağı için rekabeti etkileyebileceğini belirtmektedirler. Sharma ve arkadaşları (2021), teknolojik yeniliklerin otelde güvenliğinde olumlu etki yaratarak güveni artacağını öngörmüşleridir. Bu doğrultuda otelde misafir hizmeti veren robot çalışanların olması bulaşıcı enfeksiyon riskini de azaltmaktadır (USA, Today 2020).

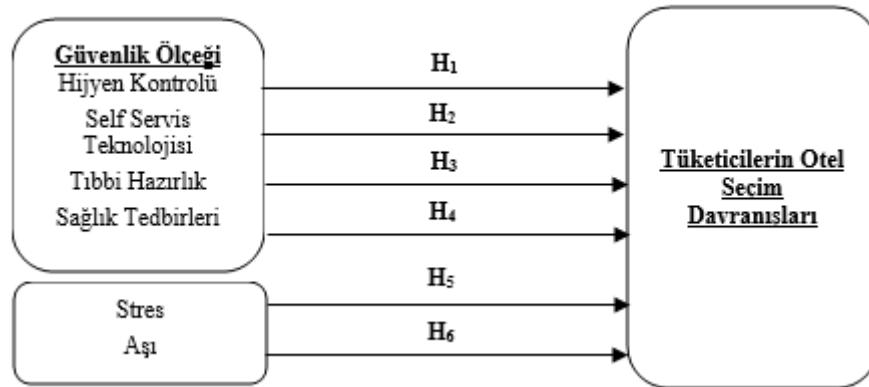
Ghazi (2016), otelde güvenliği ve güvenlik önlemlerinin üzerindeki algılarını araştırdığı bir çalışmada tıbbi hazırlık boyutu altındaki (otele yakın sağlık kliniği, yakın bir eczane) misafirler için çok fazla önem taşıdığı sonucuna ulaşmıştır. Hoefler vd., (2020), misafir ve çalışan personelin dışında bir saha takip kliniğinin olması gerektiğini, toplum sağlığı ile sağlık kuruluşları ile iş birliği yürütülmesi gerektiğinin önemli olduğunu açıklamışlardır. Komenda (2020) ve Pflum (2020) araştırmacıları salgın döneminde misafirlerin otele giriş-çıkış işlemlerinde vücut ısılarının ölçülmesi gerektiğine, asansör kullanımı ve misafir sayılarının sınırlandırılması gerektiğini ve termal kameralar ile vücut ısılarının izlenmesi gerektiğinin de kontrol altına alınması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Hoefler vd., (2020), otel yönetiminde sağlık koşulları göz önünde bulundurularak hızlı karantina yöntemlerinin uygulanması gerektiğini açıklamaktadır. Kiper ve arkadaşları (2020), Covid-19'un turizm faaliyetlerine olası etkileri ve bu etkilerin nasıl önlenebileceğine ilişkin olarak gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda salgının etkilerinin indirgenmesi için turizm sektöründeki işletmelere destek verilmesi gerektiğini ve sağlık tedbirleri konusunda önlemlerin alınması gerektiğini açıklamışlardır. Karakan ve Çolak (2021), Covid-19 salgını döneminde Gaziantep ilindeki şehir otellerine yönelik gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda; salgın döneminde ve sonrasında otel içi güvenliğin sağlanmasına yönelik kontrol çizelgeleri, uyarı levhaları ve sağlık eğitimleri gibi önlemlerin alındığını tespit etmişlerdir. Grand (2016), Henderson ve Ng (2004), adlı araştırmacılar göre salgın hastalıklar durumunda turizm ve konaklama endüstrisinde stratejik bir eylem planı hazırlanmalı ve uygulanmasının önemli ölçüde etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Taylor vd. (2021), Covid-19 salgınının da stres üzerine ölçek araştırması yaptıkları bir çalışmada ise insanların salgın döneminde ortaya çıkan korku, endişe, yabancı misafirlerle iletişimde ve aynı ortamda bulunma koşullarında hijyen ve temizlik algılarının önemli derecede tüketici davranışlarını etkilediklerini ortaya koymuşlardır. Bireyler sağlık sorunları ile ilgili olumsuz travmalardan uzaklaşmak ve dostları ile sosyalleşerek geçmişten günümüze kadar yaşanan salgın hastalıkların etkisinden kurtulmak turizm faaliyetlerine ciddi bir katılım sağlamışlardır (Marafa ve Tung, 2004). Kiper ve arkadaşları (2020), gerçekleştirdikleri bir çalışmada ise ortaya koydukları bir diğer görüş ile salgının getirdiği stres sonrası bireyler yeniden ve yüksek motivasyonla turizm faaliyetlerine katılım sağlayacağı yönündedir.

Erkekoğlu vd. (2020), Covid-19 salgınının da aşı kararsızlığına yönelik gerçekleştirdikleri bir çalışmada ise salgın döneminde aşı faktörünün tüketiciler üzerinde önemli rol oynadığını açıklamışlardır. Mutlu (2021), Covid- 19 salgınında aşının bulunması turizm sektörünü olumlu etkilemiştir. Ayrıca bu salgın sayesinde aşı turizmi kavramının literatüre kazanılmasını sağlamıştır. Aşının bulunmasıyla bireylerin tutum ve davranışlarında değişimler görülecektir (Aydın ve Doğan, 2020).

Gerçekleştirilen literatür taramasında hijyen kontrolü, sağlık tedbirleri, self servis teknoloji, tıbbi hazırlık, stres ve aşı değişkenlerinin Covid-19 salgını döneminde tüketiciler üzerindeki rolünü inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda araştırmada oluşturulan simgesel model aşağıdadır.



Şekil 8. Araştırmanın Simgesel Olarak Modeli

Çalışmada tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, tıbbi hazırlık, aşı ve stres değişkenleri incelenecektir. Bu değişkenler göz önünde bulundurularak araştırmada belirlenen hipotezler aşağıdadır:

H₁: Hijyen kontrolü, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₂: Self servis teknolojisi, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₃: Tıbbi hazırlık, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: Sağlık tedbirleri, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Stres, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₆: Aşı, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada Covid-19 salgını döneminde geliştirilen “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında” hijyen kontrolü, tıbbi hazırlık, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutlarıyla tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının ortaya konması amacıyla nicel bir araştırma yöntemi olan anket tekniği uygulanmıştır. Gerçekleştirilen çalışmada 430 yerli ve yabancı tüketicilerden elde edilen veriler analizlere tabi tutulmuştur.

4.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Bursa iline gelen yerli ve yabancı tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırma evreninde Bursa ilinin seçilmesinde göz önünde bulunduran en önemli etken olarak tüketicilere ulaşmanın kısıtlı olmayacağı göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda; Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden 2 Nisan

2021 tarihinde, 2019-2020 yıllarına ait yerli ve yabancı tüketici verileri alınmıştır. Bursa iline 2019-2020 yıllarında toplam gelen yerli ve yabancı tüketici sayısı 2.509.950'dir.

Araştırma evrenin tamamına ulaşmanın kısıtlı olması nedeniyle tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde, veriler belirlenen örneklem hacminden en hızlı, etkin, ulaşılabilir ve ekonomik bir biçimde elde edilmektedir (Aaker vd., 2007). Araştırmadaki örneklem sayısını belirlemek için Yamane (2001, s. 116), tarafından geliştirilen yöntem temel alınmıştır. Bu yöntem aşağıdaki gibidir;

- $n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{n \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$
- N: ulaşılan evrendeki hacmi,
- n: örneklem hacmi,
- z: güvenilirlik düzeyi değeri,
- p: hacimde istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)
- Örneklem hacmini karşılamak için (p=q= 0.50) alınır.
- d: duyarlılık oranıdır.

$$n = \frac{2.509.950 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{2.509.950 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} = \frac{2.410.555,98}{6.275,8354} = 384,10121144$$

Yukarıda belirtilen örneklem hesaplama formülü doğrultusunda Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004, s. 50) oluşturduğu örnekleme hata payı (0,05) tablosu göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Evren boyutu 1 milyonun üzerinde ise gerekli görülen örneklem büyüklüğü 384 olarak alınmasının yeterli olduğu göz önünde bulundurulmuştur (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50).

4.3.2 Araştırmanın Problem Cümlesi

Araştırmada Bursa ilinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışları incelenmeye çalışılmıştır. Bu sebeple

çalışmanın problem cümlesi olarak “Covid-19 salgını döneminde ve sonrasında tüketiciler için güvenli bir otel nasıl olacaktır?” sorusu belirlenmiştir.

4.3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada Bursa ilindeki 3,4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayan tüketicilerle görüşme sağlanmıştır. Ancak görüşme sağlanan otellerde Covid-19 salgını döneminde uygulanan yasaklara ve tedbirlere denk geldiği için yeterli sayıda yabancı tüketicilere ulaşamamıştır. Bu doğrultuda araştırmaya katılan katılımcılar açısından yabancı tüketici sayısının eşit olmaması nedeniyle etkin verimlilik sağlanamadığı düşünülmektedir. Ayrıca Güvenli Hizmet Sertifikasını 2021 yılı Haziran ve Eylül ayları arasında elde eden oteller çalışmaya dahil edilmemiştir.

4.3.4. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada veri toplama kaynağı olarak kullanılan anket formu için öncelikle gerekli literatür taraması yapılmıştır. Tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını ölçmek amacıyla Atadil ve Lu (2021)’in gerçekleştirdikleri bir çalışmada otel güvenliği özelliklerini içeren hazırladıkları 5’li Likert tipi ölçek ve Taylor vd. (2020) stres ölçeği ile Erkekoğlu vd. (2020) aşı üzerine yaptıkları çalışmalardan faydalanarak anket formu oluşturulmuştur.

Araştırmada Bursa ilinde tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının incelenmesi için 100 yerli ve yabancı tüketici üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Gerçekleştirilen pilot çalışmada sonucunda güvenilirlik analizi değeri ,976 (Cronbach Alfa Kat Sayısı) bulunarak geçerlilik sağlanmıştır. Güvenilirlik analizi sonucuna göre ölçek yüksek düzeyde ($0,80 < 1,00$) güvenilirdir (Özdamar, 1999, s. 512-513). Anket formunda hiçbir soru ifadesi çıkarılmamıştır.

Anket formunun ilk bölümü 11 tane demografik sorudan, ikinci bölümü ise tüketicilerin Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine yönelik 5 tane çoktan seçmeli sorular yer verilmiştir. Son olarak üçüncü bölümde tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında incelenmek üzere belirlenen ifadeler 5’li Likert ifadelerden (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum) oluşmaktadır.

Araştırma için toplamda 500 tane anket formu hazırlanmıştır. Anketlerin doldurulması için Bursa ili kapsamındaki tüketicilere 2021 yılı Haziran ve Eylül aylarında yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonucunda 450 tane anket toplanmıştır. Toplanan anketlerin 20 tanesi yeterli veriyi sağlamadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. Geriye kalan 430 tane anket formu veri analizinde kullanılmak amacıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan Bursa ilindeki yerli ve yabancı tüketicilerden elde edilen veriler, SPSS 25 istatistik paket programına girilmiştir. Analizlere başlamadan önce ölçeğin güvenirliği (Cronbach Alfa) test edilmiştir. Tüketicilerin demografik özellikleri ve Covid-19 salgına yönelik görüşlerine yönelik sonuçlar frekans dağılımları ile elde edilmiştir. Ankette yer alan ifadeler Açıklayıcı Faktör Analizi ile boyutlandırılmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen boyutların arasındaki ilişki yönünü test etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analizlerin son aşamasında hipotezlerin test edilmesi amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

4.3.5. Araştırma Analizi ve Bulgular

Araştırma kapsamında anket tekniği ile toplanan verilerin analizlerinden elde edilen bulgular tablolar halinde bu bölümde yer almaktadır. İlk olarak araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özellikleri ve Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında belirtilen hipotezler test edilmiştir.

4.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan tüketicilerin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, gelir, turizm sektöründe istihdam ve otelde konaklama türleri gibi sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tanımlayıcı istatistiklere yönelik gerçekleştirilen frekans analizi sonuçları Tablo 32’de yer verilmiştir.

Tablo 32. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	202	47,0	Evli	240	55,8
Erkek	228	53,0	Bekar	190	44,2
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Yaş	n	%	Eğitim Durumu	n	%
18-24 yaş	97	22,6	İlköğretim	58	13,5
25-34 yaş	128	29,8	Lise	124	28,8
35-44 yaş	119	27,7	Ön Lisans	93	21,6
45-54 yaş	70	16,2	Lisans	125	29,1
55 yaş ve üzeri	16	3,7	Y. Lisans/Doktora	30	7,0
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Mesleğiniz	n	%	Milliyet	n	%
İşveren	21	4,9	Türk	271	63,0
Memur	45	10,5	Bulgar	27	6,3
İşçi	158	36,7	Rus	24	5,6
Emekli	30	7,0	Arap	22	5,1
Yönetici	46	10,7	İngiliz	20	4,7
Ev Hanımı	32	7,4	Alman	17	4,0
Diğer	98	22,8	Diğer	49	11,4
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Yıllık Geliriniz	n	%			
24.999 \$ ve altı	161	37,4			
25.000-44.999 \$	77	17,9			
45.000 \$ ve üzeri	55	12,8			
Cevap vermek istemiyorum.	137	31,9			
Toplam	430	100			

Tablo 32 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %53'ünün erkeklerden ve %47'sini kadınlardan oluşmakta olduğu görülmektedir. Katılımcıların %55,8'i evli ve %44,2'si bekarıdır. Katılımcıların %29,8'i 25-34 yaş aralığında, %27,7'si 35-44 yaş aralığında, %22,6'sı 18-24 yaş aralığında, %16,2'si 45-54 yaş aralığında ve %3,7'sinin ise 55 yaş ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş gruplarına göre yüzdelik dağılımlarının toplamı değerlendirildiğinde, çoğunlukla (%80,1'inin 18-44 yaş aralığı) genç ve orta yaş gruplarının pandemi döneminde turizm faaliyetlerine katılım gösterdikleri belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre %29,1'i lisans, %28,8'i lise, %21,6'sı ön lisans, %13,5'i ilköğretim ve %7'si yüksek lisans/doktora mezunudur. Araştırmaya katılanların eğitim durumlarının yüzdelik değerlerinin toplamı incelendiğinde çoğunluğunun (%57,7'sinin) üniversite eğitimi aldığı görülmektedir. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımına bakıldığında; %36,7'sinin işçi, %10,7'sinin

yönetici, %10,5'inin memur, %7,4'ünün ev hanımı, %7'sinin emekli ve %4,9'unun işveren olduğu görülmektedir. Katılımcıların %22,8'inin ise diğer meslek grupları içerisinde öğrenci, serbest meslek, garson, pilot, gazeteci, satış ve pazarlama uzmanı, teknisyen ve sigortacı gibi farklı mesleklere sahiptir.

Katılımcıların milliyetleri incelendiğinde %63'ü Türk, %6,3'ü Bulgar, %5,6'sı Rus, %5,1 Arap, %4,7'si İngiliz ve %4'ünün Alman olduğu görülmektedir. Ayrıca %11,4 ile diğer seçenek grubunda yer alan katılımcıların Hollandalı, İranlı, İsveçli ve Roman olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yıllık toplam gelirleri incelendiğinde ise %37,4'ünün 25 bin dolar ve altı, %17,9'unun 25 bin-44 bin dolar ve %12,8'inin 45 bin dolar ve üzeri kazanca sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcıların %31,9'unun ise bu soruya yanıt vermek istemediği tespit edilmiştir.

Tablo 33. Katılımcıların Turizm Sektöründeki İstihdamlarına İlişkin Bulgular

Sektörde çalışan sayısı	n	%	Deneyim Süresi	N	%
Evet	95	22,1	1-3 yıl	47	49,5
Hayır	335	77,9	4-7 yıl	24	25,3
			7-10 yıl	15	15,7
			10 yıl ve üzeri	9	9,5
Toplam	430	100	Toplam	95	100,0

Tablo 33 incelendiğinde katılımcıların %77,9'unun turizm sektöründe çalışmadığı ve %22,1'inin ise turizm sektöründe çalıştığı görülmektedir. Turizm sektöründe çalışan katılımcıların deneyim süreleri incelendiğinde %49,5'i 1-3 yıl aralığında, %25,3'ü 4-7 aralığında, %15,7'si ise 7-10 aralığında ve %9,5'i 10 yıl ve üzeri aralığında deneyim sürelerine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 34. Katılımcıların Otelde Konaklamalarına İlişkin Bulgular

Otelde konaklayan sayısı	N	%	Konaklama Türü	N	%
Evet	185	43	3 yıldız	30	16,1
Hayır	245	57	4 yıldız	80	43,0
			5 yıldız	76	40,9
Toplam	430	100	Toplam	186	100,0

Tablo 34'e bakıldığında araştırmaya katılan katılımcıların %43'ünün otelde konakladıkları görülmektedir. Katılımcıların konaklama türlerine bakıldığında ise %40,9'unun 5 yıldız, %43'ünün 4 yıldız ve %16,1'inin ise 3 yıldızlı otellerde konakladıkları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda pandemi süresince tüketicilerin en çok 5 ve 4 yıldızlı otellerde konaklamayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

4.5.2. Katılımcıların Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşleri

Bu bölümde katılımcıların 2019 yılında aniden ortaya çıkan Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir. Katılımcıların Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine ait gerçekleştirilen tanımlayıcı frekans analizi sonuçları Tablo 35'de gösterilmiştir.

Tablo 35. Katılımcıların Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Bulgular

Yasaklara denk gelen kişilerin sayısı	n	%	Seyahat hareketliliğine bakış açısı	n	%
Evet	251	58,4	Evet	344	80,0
Hayır	179	41,6	Hayır	86	20,0
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Koruyucu ekipman kullanan kişilerin sayısı	n	%	Tüketicilere uygulanan ayrıcalıkları uygun bulma/bulmama durumu	n	%
Evet	382	88,8	Evet	112	26,1
Hayır	48	11,2	Hayır	318	73,9
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Uygulanan yasakların virüsün yayılmasını engelleme etkisi	n	%			
Evet	337	78,4			
Hayır	93	21,6			
Toplam	430	100			

Tablo 35 incelendiğinde katılımcıların %58,4'ünün sokağa çıkma yasağına ve karantinaya denk geldiği ve %41,6'sının ise yasaklara denk gelmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan yabancı milliyete sahip katılımcıların yasaklara denk gelmediği düşünülmektedir. Katılımcıların Covid-19 virüsünün dünya üzerine seyahat hareketliliği ile yayılmasına ilişkin görüşlerine bakıldığında %80'inin bu görüşü savunduğu ve geriye kalan %20'sinin ise bu görüşü savunmadığı

görülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda Covid-19 virüsünün dünya üzerine seyahat hareketliliği ile yayılmış olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların Covid-19 salgını döneminde %88,8'inin koruyucu ekipman kullanmaya dikkat ettiği ve %11,2'sinin ise dikkat etmediği tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %75,4'ünün salgın döneminde uygulanan kuralların ve tedbirlerin virüsün yayılmasını engellediği ve %21,6'sının ise virüsün yayılmasını engellemediği yönünde görüş bildirmiş olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgular doğrultusunda Covid-19 salgını süresince uygulanan tedbirlerin, getirilen kuralların ve yasakların tüketiciler üzerinde olumlu etki ettiği düşünülmektedir.

Katılımcıların %26'sının Türkiye'ye gelen tüketicilere uygulanan ayrıcalıkları uygun bulduğu ve %73'ünün ise uygun bulmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda tüketicilerin birbirlerine olan tutumu olumsuz yönde etkilendiği ve turizm sektöründe zorluk yarattığı düşünülmektedir.

4.5.3. 5'li Likert Ölçeğinde Yer Alan İfadelere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan tüketicilerin Covid-19 salgını süresince gelecekteki otel seçim davranışlarının değerlendirilmesi amacıyla uygulanan ankette yer alan 5'li Likert Ölçeğindeki ifadelerle ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 36'da verilmiştir.

Tablo 36. 5'li Likert Ölçeğinde Yer Alan İfadelere İlişkin Bulgular

Kod	İfadeler	n	Ort*	S.S.
A1	Otelde 24 saat nöbetçi hemşire veya doktor bulunmalıdır.	430	4,18	1,086
A2	Otelde sağlık ve yaşam malzemelerinin olduğu bir otomat makinesi bulunmalıdır.	430	4,16	,9679
A3	İzolasyon odalarında veya otel odalarında sağlık ekipman (eldiven, maske, dezenfektan vb.) malzemeleri bulunmalıdır.	430	4,33	,9564
A4	Otelin çevresinde veya yakınlarında sağlık kurumları (hastane ve eczane vb.) bulunmalıdır.	430	4,11	,9697
A5	Otelde hizmet veren personelin (izolasyondaki alanda dâhil) sağlık ve hijyen eğitimi almalıdır.	430	4,34	,8833
A6	Otelde misafir sayısı sınırlandırılmalıdır.	430	4,18	,9923
A7	Otele gelen engelli misafirler için odalarda, asansör ve giriş-çıkışlarda kişi sayısı, hizmet şartları uygun hale getirilmelidir.	430	4,39	,9042
A8	Sadece ateşli hastalara ait bir kat bulunmalıdır.	430	3,83	1,086
A9	Otelde konaklayan misafirlerin ateş ölçümlerini yapan termal kameralar bulunmalıdır.	430	4,22	,9679

Tablo 36'nın devamı					
M1	Misafirlerin otele girişleri anında ateş kontrolü yapılmalıdır.	430	4,23	,9525	
M2	Misafirler otele giriş işlemleri anında sosyal mesafe, bulaşıcılık ve temizlik kurallarını otel personeli açıklamalıdır.	430	4,17	,9151	
M3	Misafirler için resepsiyon bölgesinde veya lobide alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, koruyucu ekipmanlar vb. bulunmalıdır.	430	4,28	,9707	
M4	Resepsiyon işlemleri sırasında misafirlere tek kullanımlık kalemlerin kullanımı sağlanmalı ve temas için koruyucu paneller olmalıdır.	430	4,22	,8924	
M5	Oda kartı/anahtarı, kalem, resepsiyon zili vb. malzemelerin kullanım tekrarı olması durumunda dezenfektan maddeleri ile temizlenmelidir.	430	4,33	,8917	
M6	Misafirlerin ödemeleri gerçekleştirileceği sırada temassız pos cihazları ve online ödeme yöntemleri de kullanılmalıdır.	430	4,22	,9002	
M7	Otele gelen misafirlerin giriş işlemleri aşamasında bulaşıcı hastalığa sahip olup olmadığının anlaşılması için bir sağlık anketi veya son 14 günlük seyahat geçmişi izlenmelidir.	430	4,12	,9781	
M8	Giriş işlemleri aşamasında misafirlerin acil durumlar için iletişim bilgileri alınmalıdır.	430	4,25	,8587	
G1	Misafir odalarında koruyucu ekipmanlar (eldiven, dezenfektan, maske, koruyucu gözlük, ateş ölçer vb.) bulunmalıdır.	430	4,25	,8933	
G2	Misafirlerin odalarında ilkyardım (sağlık kiti) malzemeleri kişi başına yetecek durumda bulundurulmalıdır.	430	4,32	,8533	
G3	Konuk odalarının havalandırılması ve temizliği misafir odada olmadığı yapılmaktadır.	430	4,29	,9503	
G4	Misafir otelden ayrıldıktan sonra odanın temizliği yapılmakta ve odalar steril edilmektedir.	430	4,38	,9388	
G5	Odalarda tercihen tek kullanımlık servis malzemeleri (bardak, tabak, çatal bıçak takımları) bulunmaktadır.	430	4,18	1,080	
G6	Otel güvenliği için gerekli olan güvenlik kuralları odalarda ve katlarda broşür, tablo veya sesli sistem ile anlatılmaktadır. (Örn., Sosyal mesafeye dikkat edin, asansörlere 2 kişi binebilir veya maskelerinizi takınız)	430	4,27	,9670	
G7	Misafirlerin üzerlerinin aranması x-ray cihazı, kamera sistemi veya elle aranırken güvenlik şartı ile maske, eldiven vb. önlemler alınmaktadır.	430	4,12	1,030	
G8	Otelde mevcut tehlike anında acil durum planları ve risk yönetim süreçleri pandemi kuralları gereğince belirtilmektedir.	430	4,23	,8687	
P1	Salgın zamanında oteldeki personeller sağlık, hijyen ve teknik malzeme kullanım eğitimi almıştır.	430	4,32	,8194	
P2	Görgü kuralları gereği ve bulaşıcı hastalık olduğu için otel personeli kurallara (Örn. misafir ile konuşurken maske takmakta, öksürürken peçete ve maskelidir, müşteri ile sosyal mesafe kurallına dikkat etmekte) uymaktadır.	430	4,30	,9107	
P3	Otelde çalışan personeller kesinlikle kişisel hijyen kurallarını (Örn. Sık sık el yıkama, maske değiştirme, dezenfektan kullanmakta) uygulamaktadırlar.	430	4,28	,9228	

Tablo 36'nın devamı

P4	Boşalan odada yeni gelen misafir için temizlenmekte ve dezenfekte edilmelidir.	430	4,28	,9464
P5	Personeller odalardaki sağlık ekipmanlarının ve eşyaların (maske, eldiven, terlik, havlu, vb.) kontrolünü sağlamaktadır.	430	4,27	,9007
P6	Personeller sabun ve dezenfektan çözelti dağıtıcılarının düzgün çalışmasını sağlamak için düzenli kontroller gerçekleştirmektedirler.	430	4,24	,9158
Y1	Misafirlerin hizmetlerini gerçekleştiren robot çalışanlar olmalıdır.	430	3,16	1,335
Y2	Giriş ve çıkış işlemleri için self servis teknolojisi kullanılmalıdır. (Örn. Kiosklar, akıllı televizyonlar)	430	3,48	1,228
Y3	Otel içinde odalardaki ekipmanları ve asansörleri çalıştırmak sesli komut sistemi kullanılmalıdır.	430	3,77	1,147
Y4	Lobilerde bulunan otomatlarda önceden hazırlanmış paketlenmiş yiyecek-içecekler kullanılmalıdır.	430	3,79	1,143
Y5	Otelin her katına ayrı spor ve sağlık ünite cihazları bulundurulmalıdır.	430	3,67	1,224
Y6	Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programının kriterlerinin TV ekranları gibi cihazlarla yansıtılması yararlıdır.	430	4,05	,9842
Y7	Oteldeki kullanılan teknolojik cihazlarla QR kodu ile Güvenli Turizm logosunun okutulması gerçekleştirilmektedir.	430	4,04	,9849
S1	Otelde konakladığımızda kendimin/ailemin virüs kapmasından endişeleniyorum.	430	3,75	1,216
S2	Otellerde uygulanan hijyen, mesafe ve gerekli kuralların beni virüsten koruyacağına eminim.	430	3,60	1,103
S3	Otelde konakladığımda yabancı misafirler ile temasa geçmekten endişeleniyorum çünkü virüs kapmış olabilirim.	430	3,84	1,048
S4	Otele gelen yabancı turistlerle aynı ortamda bulununca sosyal mesafeye, maskeye son derece önem veririm.	430	4,01	1,065
S5	Yabancı misafirlerin virüsü yaymasından son derece endişeliyim.	430	3,83	1,174
T1	Aşı olmaktan ve aşının yan etkilerinin olacağına endişelenmekteyim.	430	3,35	1,397
T2	Aşılama olursa konaklama hizmetlerine gönül rahatlığıyla gidebilirim.	430	3,63	1,149
T3	Aşılama sonrası seyahate çıkma imkânı sağlanabilir.	430	3,80	1,060
T4	Otelde sadece aşılanan misafirlerin olması konaklama işletmesi için güven duymamı sağlar.	430	3,83	1,170
T5	Bulaşıcı hastalıkların olduğu bölgelere aşı olarak giderim.	430	3,60	1,257
D1	Başka bir tüketiciye güvenli ve emniyetli konakladığım oteli tavsiye ederim.	430	4,17	,9302
D2	Salgın döneminde/sonrasında güvenli ve emniyetli bir konaklama türü seçmem kararında önemli derece büyük rol oynar.	430	4,21	,8524
D3	Salgın döneminde güvenli ve emniyetli otellerin fiyatları oldukça yüksektir.	430	4,16	,9125
D4	Salgın zamanında güvenli ve emniyetli bir otel seçmek için daha fazla ödeme yapmaya istekliyim.	430	3,44	1,345
D5	Oteldeki personelin hijyen ve sağlık eğitimi alması bir daha aynı konaklama işletmesini ziyaret etmemi önemli derece etkiler.	430	4,08	,9518

Tablo 36'nın devamı				
D6	Otelde salgın zamanı uygulanan sosyal mesafe, maske, dezenfektan olması seçimimde önemli derece rol oynar.	430	4,10	,9335
D7	Otelde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programının kriterlerinin logo, broşür, tablo, sesli sistem ve TV ekranları ile herkesin göreceği şekilde olması işletmeye duyduğum güveni arttırmakta önemli rol oynamaktadır.	430	4,04	,8864
D8	Otelde Güvenli Hizmet Programının kriterlerine sahip olduğu sertifikanın otelde asılı olması ya da online satış anında internet sitesinde olması seçim davranışımı etkilemektedir.	430	4,04	,9693

Tablo 36'da ankette yer alan ifadelere ait ortalamalar ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Sağlık ve acil durumlardaki hazırlıklar boyutunda en düşük ortalamaların sırasıyla 3,83 ile "Sadece ateşli hastalara ait bir kat bulunmalıdır" ifadesi ve 4,11 ile "Otelin çevresinde veya yakınlarında sağlık kurumları (hastane ve eczane vb.) bulunmalıdır" ifadesinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda otellerde salgın hastalık kapmış olan tüketicilerin konaklamasına sıcak bakılmadığı ve otellerin konumlarına yakın sağlık kuruluşlarının bulunmasının istendiği düşünülebilir. En yüksek ortalama değerine sahip ifadenin ise 4,39 ile "Otele gelen engelli misafirler için odalarda, asansör ve giriş-çıkışlarda kişi sayısı, hizmet şartları uygun hale getirilmelidir" ifadesinin olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgudan otelin herkes için erişilebilir olmasının önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Misafirlerin otele giriş işlemleri boyutunda en yüksek ortalama değerine sahip ifadenin 4,33 ile "Misafirler için resepsiyon bölgesinde veya lobide alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, koruyucu ekipmanlar vb. bulunmalıdır" ve 4,28 ile "Misafirler için resepsiyon bölgesinde veya lobide alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, koruyucu ekipmanlar vb. bulunmalıdır" ifadeleridir. Elde edilen bu bulgular tüketicilerin hijyen şartlarına dikkat ettiklerini ortaya koymaktadır. En düşük ortalamanın ise 4,12 ile "Otele gelen misafirlerin giriş işlemleri aşamasında bulaşıcı hastalığa sahip olup olmadığının anlaşılması için bir sağlık anketi veya son 14 günlük seyahat geçmişi izlenmelidir" ifadenin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda tüketicilerin son 14 günlük seyahat geçmişlerinin izlenmesine sıcak bakmadıkları düşünülmektedir.

Oda ve otel güvenliği boyutunda en yüksek ortalamaya sahip ifadeler sırasıyla 4,38 ile “Misafir otelden ayrıldıktan sonra odanın temizliği yapılmakta ve odalar steril edilmektedir” ve 4,32 ile “Misafirlerin odalarında ilkyardım (sağlık kiti) malzemeleri kişi başına yetecek durumda bulundurulmalıdır” ifadelerinin olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgular ışığında tüketicilerin odaların temizliğine ve odalarda bulunan eldiven, dezenfektan, sargı bezi gibi malzemelerin varlığına önem verdiği anlaşılmaktadır. En düşük ortalamanın ise 4,18 ile “Odalarda tercihen tek kullanımlık servis malzemeleri (bardak, tabak, çatal bıçak takımları) bulunmaktadır” ifadesidir. Bu doğrultuda tüketicilerin otel odalarında tek kullanımlık bardak, çatal gibi malzemelerin plastik ya da köpük üretimi olacağından sağlıklı bulmadıkları ortaya çıkarılmıştır.

Personellerin görev ve sorumlulukları boyutunda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin 4,32 ile “Salgın zamanında oteldeki personeller sağlık, hijyen ve teknik malzeme kullanım eğitimi almıştır” olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda otelde çalışan personellerde eğitiminin önemli bulunduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu boyuta ait 4,24 ile en düşük ortalamaya sahip ifadenin “Personeller sabun ve dezenfektan çözelti dağıtıcılarının düzgün çalışmasını sağlamak için düzenli kontroller gerçekleştirmektedirler” olduğu görülmektedir.

Yenilikçi teknoloji boyutunda ifadelere bakıldığında en yüksek ortalama değerine sahip 4,05 ile "Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programının kriterlerinin TV ekranları gibi cihazlarla yansıtılması yararlıdır." ve 4,04 ile "Oteldeki kullanılan teknolojik cihazlarla QR kodu ile Güvenli Sertifika logosunun okutulması gerçekleştirilmektedir" ifadelerinin olduğu görülmektedir. Elde edilen bu sonuç tüketici tercihlerinde Güvenli Hizmet Sertifikasyonunun önemli olduğunu gösterir niteliktedir. En düşük ortalamanın 3,16 ile "Misafirlerin hizmetlerini gerçekleştiren robot çalışanlar olmalıdır." ifadesidir. Bu bulgu tüketicilerin otellerde robot çalışanlara sıcak bakmadığı düşündürmektedir.

Stres boyutundaki en yüksek ortalamanın 4,01 ile "Otele gelen yabancı turistlerle aynı ortamda bulununca sosyal mesafeye, maskeye son derece önem veririm” ifadesinin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda tüketicilerin bir başka bireyle temas etmesinde maske ve sosyal mesafenin önem taşıdığı anlaşılmaktadır. En düşük

ortalamanın 3,60 ile "Otellerde uygulanan hijyen, mesafe ve gerekli kuralların beni virüsten koruyacağına eminim." ifadesidir. Elde edilen bu sonuç tüketicilerin pandemi döneminde virüsten korunmak için kişisel hijyen kurallarında alınan önlemlerin kendilerini güvende hissettirdiklerini göstermektedir.

Aşı boyutundaki en yüksek ortalama bakıldığında 3,83 ile " Otelde sadece aşıl原因 misafirlerin olması konaklama işletmesi için güven duymamı sağlar." ve onu takip eden 3,80 ortalama ile " Aşıl原因ca seyahate çıkma imkânı sağlanabilir " ifadelerinin olduğu görülmektedir. Bu ifadeler doğrultusunda tüketiciler açısından aşıl原因ma ile turizm sektöründeki toparlanmanın sağlanacağı düşünülmektedir. En düşük ortalamanın 3,35 ile " Aşı olmaktan ve aşının yan etkilerinin olacağına endişelenmekteyim." ifadesidir. Elde edilen bu bulgudan tüketicilerin aşıya bakış açısının olumsuz yönde olduğu anlaşılmaktadır.

Otel seçim davranışları boyutundaki en yüksek ortalamanın 4,21 ile "Salgın döneminde/sonrasında güvenli ve emniyetli bir konaklama türü seçmem kararında önemli derece büyük rol oynar" olduğu ifadesidir. Bu doğrultuda tüketiciler açısından konaklayacakları otelin güvenli ve emniyetli olması kararlarını etkileyeceğini düşünülmektedir. En düşük ortalama sahip ifade ise 3, 44 ile " Salgın zamanında güvenli ve emniyetli bir otel seçmek için daha fazla ödeme yapmaya istekliyim" ifadesidir. Bu sonuç salgın döneminde tüketicilerin güvenli ve emniyetli bir otel için yüksek ödeme yapmayı tercih etmediklerini göstermektedir.

Tüketicilerin Covid-19 salgını döneminde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında gelecekteki otel seçim davranışlarını belirlemek amacıyla otel güvenliği için gerekli özellikler ölçeğine ait ifadelerin boyutlu yapısını tespit etmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizine ait sonuçlar Tablo 37’de gösterilmektedir.

Açıklayıcı Faktör Analizi birden fazla ifadenin birbirleriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek, daha az sayıda anlamlı faktörler oluşturmayı amaçlayan bir istatistik analizdir (Büyüköztürk, 2002, s. 492). Açıklayıcı Faktör Analizinin gerçekleştirilebilmesi için gerekli koşulların sağlanması gereklidir. Bunlardan ilki örneklem büyüklüğünün 300 üzerinde olması gerektiğidir (Tabachnick ve Fidell, 2013). İkinci koşul olarak Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,50-0,70

arasında olmalıdır (Hutcheson ve Sofroniou, 1999). Üçüncü koşul ise Barlett's Küresellik Testi değerine göre ifadeler arasındaki ilişkinin anlamlı çıkmasıdır (Field, 2005). Bu açıklamalar Açıklayıcı Faktör Analizinin uygulanabilirliğini göstermektedir. Ayrıca uygulanan Faktör Analizi sonucunda elde edilen her bir faktör boyutunun altında en az 3 ifadenin bulunması gereklidir. Elde edilen faktör yükleri ise 0,32'nin üstünde olmalıdır. Sağlanan bu şartlar doğrultusunda ise toplam varyans açıklama oranının %50'nin üstünde olmalıdır (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Bu çalışmada Açıklayıcı Faktör Analizi'nin yorumlanmasında ilk olarak KMO (Kaiser Meyer Olkin) ve Barlett Küresellik Testi analizlerine bakılmıştır. Daha sonra her bir boyutun öz değerleri yorumlanmıştır. Son olarak ise her bir faktör boyutu tek tek ele alınarak varyans açıklama oranı, faktör yükleri, ortalama ve güvenilirlikleri açıklanmıştır. İncelenen bu analizler sonucunda faktör boyutları arasındaki bulgular yorumlanmıştır.

Tablo 37. Otel Güvenliği Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yüklü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenirlilik
Faktör 1: Hijyen Kontrolü	4,28	17,30	4,15	,900	
Hijyen kurallarına uyulmalı	,784				
Boşalan odalarda temizlik için hijyen kuralarına uyulmalı	,766				
Otelde koruyucu ekipmanlar bulunmalı	,764				
Personeller hijyen ve teknik malzeme kullanım eğitimi almalı	,699				
Sağlık malzemelerinin kontrolü sağlanmalı	,691				
Koruyucu ekipmanların kontrolü sağlanmalı	,663				
Faktör 2: Self Servis Teknolojisi	3,57	13,99	3,35	,855	
Hizmet veren robot cihazları kullanılmalı	,836				
Giriş ve çıkış işlemleri için kiosk ve akıllı TV ekranları kullanılmalı	,802				
Hazır paketlenmiş yiyecek- içecek içeren otomat makineleri kullanılmalı	,712				
Her kata ayrı spor ve sağlık ünite cihazları kullanılmalı	,708				
Ekipmanlarda ve asansörlerde sesli komut sistemi kullanılmalı	,680				
Faktör 3: Tıbbi Hazırlık	4,19	13,18	3,16	,850	
24 saat nöbetçi sağlık görevlisi bulunmalı	,802				
Yakın konumda sağlık kurumları bulunmalı	,740				
Sağlıklı yaşam malzemesi olan bir otomat bulunmalı	,717				
Misafir sayısı sınırlandırılmalı	,666				
Personel sağlık ve hijyen eğitimi almalı	,631				

Tablo 37'nin devamı					
Faktör 4: Otel Seçim Davranışı		4,07	13,38	3,21	,856
GHS'nın internet sitesinde bulunması	,805				
GHS'nı tüketicilerin göreceği bir şekilde otel içinde asılı olması	,760				
GHSP'nın kurallarına uyulması ve koruyucu ekipmanların olması	,732				
GHSP'ndaki kriterler dahilinde çalışanların sağlık ve hijyen eğitimi alınması	,614				
GHSP'nın kurallarının teknolojik ekranlara paylaşılması veya sesli sistemle duyurulması	,507				
Faktör 5: Sağlık Tedbirleri		4,27	9,078	2,17	,790
Odalarda koruyucu ekipmanlar kişi başına yetecek şekilde bulunmalı	,770				
Resepsiyon ve lobide koruyucu ekipmanlar ve paneller bulunmalı	,671				
Misafir odalarında koruyucu ekipmanlar bulunmalı	,563				
KMO = ,921, Barlett Küresellik Testi = 6050,843 (p=,000), Toplam Açıklanan Varyans: %66,92					

Tablo 37'de otel güvenliği özelliklerine ait Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçları gösterilmektedir. İlk etapta verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek için KMO (Kaiser Meyer Olkin) ve Barlett Küresellik Testi analizlerinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda KMO (Kaiser Meyer Olkin) analizi ,921 ve Barlett Küresellik Testi analizi ise 6050,843 (p=,000) sonuçları bulunmuştur. Elde edilen analiz sonuçlarına göre örneklem sayısının yeterli olduğu ve değişkenler arasında anlamlı düzeyde ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Otel güvenliği ölçeğindeki 46 ifade analize dahil edilmiş olup, analiz sonucunda öz değeri 1'in üstünde olan 5 boyut elde edilmiştir. Boyutların öz değerlerine bakıldığında birinci boyutun 4,15, ikinci boyutun 3,35, üçüncü boyutun 3,16, dördüncü boyutun 3,21 ve beşinci boyutun 2,17 olduğu tespit edilmiştir.

Birinci faktör boyutunun toplam varyans açıklama oranı %17,30 ile 6 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör boyutu Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki konaklama işletmelerinde hijyen kontrolünü ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,663-,.784” arasında değişmektedir. Hijyen kontrolü boyutuna ait ortama değeri 4,28 olarak bulunmuştur. Açıklayıcı Faktör Analiz ile hijyen boyutunda yer alan her ifade tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,900 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

İkinci faktör boyutunun toplam varyans açıklama oranı %13,99 ile 5 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör boyutu Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki konaklama işletmelerinde self servis teknolojisini ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,680-,836” arasında değişmektedir. Self servis teknolojisi boyutuna ait ortalama değeri 3,57 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile self servis teknolojisi boyutunda yer alan her ifade tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,855 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Üçüncü faktör boyutunun toplam varyans açıklama oranı %13,18 ile 5 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör boyutu Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki konaklama işletmelerinde tıbbi hazırlığı ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,631-,802” arasında değişmektedir. Tıbbi hazırlık boyutuna ait ortalama değeri 4,19 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile tıbbi hazırlık boyutunda yer alan her ifade tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,850 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Dördüncü faktör boyutunun toplam varyans açıklama oranı %13,38 ile 5 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör boyutu Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki konaklama işletmelerinde otel seçim davranışlarını ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,507-,805” arasında değişmektedir. Otel seçim davranışları boyutuna ait ortalama değeri 4,07 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile otel seçim davranışları boyutunda yer alan her ifade tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,856 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Beşinci faktör boyutunun toplam varyans açıklama oranı %9,078 ile 3 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör boyutu Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki konaklama işletmelerinde sağlık tedbirlerini ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,563-,770” arasında değişmektedir. Sağlık tedbirleri boyutuna ait ortalama değeri 4,27 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile sağlık tedbirleri boyutunda yer alan her ifade tek bir boyuta yüklenmiştir.

Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,790 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Yapılan analizlerin sonuçlarını kısaca özetlemek gerekirse öz değerleri 1'in üzerinde bulunan 5 boyut hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, otel seçim davranışı ve sağlık tedbirleri olarak adlandırılmıştır. En yüksek ortalama değerine sahip iki boyutun hijyen kontrolü (4,28) ve sağlık tedbirleri (4,27) olduğu görülmektedir. En düşük ortama değerine sahip boyut ise (3,57) self servis teknolojisi'dir. Varyans açıklama oranına bakıldığında en yüksek değere sahip boyutun (17,30) hijyen kontrolü olduğu ve en düşük değere sahip boyutun (9,078) sağlık tedbirleri olduğu anlaşılmaktadır.

Analiz sonucunda elde edilen faktör boyutları güvenilirlik (Cronbach Alfa) analizi uygulanmıştır. Bu değerlere bakıldığında hijyen kontrolü ,900, self servis teknolojisi ,855, tıbbi hazırlık ,850, otel seçim davranışları ,856 ve sağlık tedbirleri ,790 bulunmuştur. En yüksek güvenilirlik değerinin hijyen kontrolü boyutuna ait olduğu ve en düşük güvenilirlik değerinin sağlık tedbirleri boyutuna ait olduğu görülmektedir.

Tablo 38. Stres Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yükü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenilirlik
Faktör 6: Stres		3,86	66,53	2,66	,829
Yabancılarla temas ederken koruyucu ekipmanlara önem veririm.	,856				
Yabancı misafirler virüsü bulaştırabilir	,817				
Yabancı misafirden virüs kapmış olabilirim	,812				
Konakladığım otelde virüs kapmaktan endişelenirim	,776				

KMO = ,807, Barlett Küresellik Testi = 631,399 (p=,000), Toplam Açıklanan Varyans: %66,53

Tablo 38'de Covid-19 salgını döneminde tüketicilerin otel ortamında stres boyutunu ölçmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Açıklayıcı Faktör Analizi sonucuna göre KMO (Kaiser Meyer Olkin) değeri ,807 olarak bulunmuştur. Bu değer örneklem sayısının yeterli olduğunu göstermektedir.

Barlett Küresellik Testi 631,399 ($p=,000$) değeri sonucunda ifadeler arasında anlamlı ilişkilerin varlığı belirlenmiştir.

Stres ölçeğine ait 5 ifade Açımlayıcı Faktör Analizine dahil edilmiştir. Analiz sonucunda öz değeri 1'in üstünde tek boyut elde edilmiştir. Toplam varyans açıklama oranı %66,53 ile 4 ifadeden oluşmaktadır. Bu boyut Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki tüketicilerdeki stres seviyesini ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,776-,856” arasında değişmektedir. Stres boyutuna ait ifadelerin ortalaması 3,86 bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile stres boyutunda yer alan her ifadeler tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,829 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilirirdir. Toplam varyans açıklama oranı %66,53 bulunmuştur.

Tablo 39'da Covid-19 salgını döneminde tüketicilerin otel ortamında aşı boyutunu ölçmek amacıyla Açımlayıcı Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Açımlayıcı Faktör Analizi sonucuna göre KMO (Kaiser Meyer Olkin) değeri ,746 olarak bulunmuştur. Bu değer örneklem sayısının yeterli olduğunu göstermektedir. Barlett Küresellik Testi 772,441 ($p=,000$) değeri sonucunda ifadeler arasında anlamlı ilişkilerin varlığı belirlenmiştir.

Tablo 39. Aşı Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenilirlik
Faktör 7: Aşı		3,72	68,19	2,72	,841
Aşılanma ile seyahat edilebilir	,879				
Otelde aşılanan misafirlerin olması güven duymamı sağlar	,825				
Bulaşıcı hastalıkların oldukları bölgelere aşılanınca giderim	,811				
Aşı olunca otele gönül rahatlığıyla giderim	,786				
KMO = ,746, Barlett Küresellik Testi = 772,441 ($p=,000$), Toplam Açıklanan Varyans: %68,19					

Aşı ölçeğine ait 5 ifade Açımlayıcı Faktör Analizine dahil edilmiştir. Analiz sonucunda öz değeri 1'in üstünde tek boyut elde edilmiştir. Toplam varyans açıklama

oranı %68,19 ile 4 ifadeden oluşmaktadır. Bu boyut Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Bursa ilindeki tüketicilerdeki aşı seviyesini ortaya koymaktadır. İfadelerin faktör yükleri “,786-,879” arasında değişmektedir. Aşı boyutuna ait ifadelerin ortalaması 3,72 bulunmuştur. Açımlayıcı Faktör Analiz ile aşı boyutunda yer alan her ifadeler tek bir boyuta yüklenmiştir. Güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alfa) ,841 bulunmuş ve bu sonuç yüksek düzeyde güvenilirirdir.

4.5.4. Araştırma Modeline Ait Hipotez Testleri

Araştırma modelinde yer alan değişkenler arasında ilişki olup olmadığını test etmek için öncelikle Korelasyon Analizi yapılmıştır. Korelasyon Analizi değişkenler arasındaki ilişki neden sonuç ilişkisini ortaya çıkarmamaktadır. Aksine 2 ya da daha fazla değişken arasında pozitif veya negatif yönlü bir ilişkinin olup olmadığını göstermektedir. Büyüköztürk (2012), korelasyon katsayısı ilişki düzeyini maddelerle açıklamıştır. Bunlar;

- $r < 0.2$ ise çok zayıf ilişki düzeyde bir ilişki,
- 0.2-0.4 arasında ise zayıf düzeyde bir ilişki,
- 0.4-0.6 arasında ise orta düzeyde bir ilişki,
- 0.6-0.8 arasında ise yüksek düzeyde bir ilişki,
- $0.8 >$ ise çok yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu belirtmiştir.

Tablo 40'da araştırma modelinde yer alan otel güvenliği özellikleri, stres ve aşı boyutlarından oluşan faktörlerin Korelasyon Analizlerine yer verilmiştir. Otel güvenliği özellikleri boyutlarından hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, otel seçim davranışları, sağlık tedbirleri ile stres ve aşı boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı görülmektedir.

Tablo 40. Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

Boyutlar		Hijyen Kontrolü	Self Servis Teknolojisi	Tıbbi Hazırlık	Otel Seçim Davranışı	Sağlık Tedbirleri	Stres	Aşı
Hijyen Kontrolü	Pearson Cor.	1						
Self Servis Teknolojisi	Pearson Cor.	,414**	1					
Tıbbi Hazırlık	Pearson Cor.	,634**	,519**	1				
Otel Seçim Davranışı	Pearson Cor.	,582**	,405**	,502**	1			
Sağlık Tedbirleri	Pearson Cor.	,627**	,448**	,607**	,602**	1		
Stres	Pearson Cor.	,433**	,432**	,505**	,420**	,362**	1	
Aşı	Pearson Cor.	,389**	,463**	,486**	,321**	,387**	,440**	1

* $p < 0,05$; $r =$ korelasyon kat sayısı

Açıklayıcı Faktör Analiz sonucunda elde edilen boyutlar arasında korelasyon katsayısına göre en yüksek ilişkinin ,634 ile tıbbi hazırlık ve hijyen kontrolü arasında olduğu görülmektedir. İkinci olarak en yüksek ilişkinin ise ,627 ile sağlık tedbirleri ve hijyen kontrolü arasında olduğunu söylemek mümkündür. En düşük ilişkinin ,321 ile aşı ve otel seçim davranışları arasında olduğu saptanmıştır. Ölçekte yer alan tüm boyutlar arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlı düzeydedir.

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla Çoklu Regresyon Analizinden yararlanılmıştır. Regresyon, birtakım parametrelerle ilgili istatistiksel ölçümlerin grup ortalamalarına yaklaşmasıdır. Ayrıca Regresyon Analizi verileri bağımlı (yordanan) ve bağımsız (yordayıcı) olarak ikiye ayrılmaktadır. Analizin bir değişkene bağlı tutularak gerçekleştirilmesine Basit Regresyon Analizi, birden fazla değişkene bağlı tutularak gerçekleştirilmesine ise Çoklu Regresyon Analizi uygulanmaktadır (Köklü vd., 2006). Çoklu Regresyon Analizi araştırmada kullanılan verilerde bağımlı değişken ile bir ya da birden fazla bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için uygulanmaktadır (Kalaycı, 2010, s. 321).

Araştırmada geliştirilen hipotezler, gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda ortaya konulan bağımsız değişken boyutlarının (hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı), tek boyuttan oluşan otel seçim

davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla irdelenmektedir. Bu doğrultuda araştırma hipotezleri tek bağımlı değişken olan otel seçim davranışları dikkate alınarak analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezlerine ait Çoklu Regresyon Analizi bulguları Tablo 41’de verilmiştir.

Tablo 41. Hipotezlere İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Boyutlar	Tolerans	VIF	β	t	p	R ²	Adj. R
Hijyen Kontrolü	,508	2,028	,290	6,435	,000**		
Self Servis Teknolojisi	,654	1,572	,154	3,886	,000**		
Tıbbi Hazırlık	,542	2,285	,019	,428	,669	,563	,556
Sağlık Tedbirleri	,495	1,930	,235	5,145	,000**		
Stres	,672	1,508	,160	4,076	,000**		
Aşı	,687	1,496	,135	3,472	,001*		
** p<0,01; * p<0,05; R=0,750, F=90,692 p=0,000 Bağımlı değişken: Otel Seçim Davranışı							

Tablo 41’e bakıldığında modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu (F=90,692; p=000) ve bağımsız değişkenlerin tümü, bağımlı değişken olan otel seçim davranışlarını %55 oranında açıkladığı tespit edilmiştir (R²=,563; Düzeltilmiş R² değeri=,556). Ayrıca VIF ve tolerans değerlerine göre değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının olmadığı da anlaşılmaktadır. Bu bulgular sonucunda hipotezlerin hepsi ayrı bir şekilde değerlendirerek açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın ilk hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan hijyen kontrolü boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerinde olumlu yönde etkiye (β =,290; t=6,435) sahiptir. Ayrıca hijyen kontrolü boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0,01; p=,000) olduğu görülmüştür. Sonuç olarak hijyen kontrolü, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında anlamlı etkiye ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Bu doğrultuda H₁ hipotezi desteklenmektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan self servis teknolojisi boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerinde olumlu yönde etkiye sahiptir (β =,154; t=3,886) sahiptir. Ayrıca self servis teknolojisi boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0,01; p=,000) olduğu görülmüştür. Sonuç olarak self servis teknolojisi, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında anlamlı etkiye ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Bu doğrultuda H₂ hipotezi desteklenmektedir.

Araştırmanın üçüncü hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan tıbbi hazırlık boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerindeki etkisi ($\beta=,019$; $t=0,428$) anlamsız bulunmuştur. Ayrıca tıbbi hazırlık boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p>0,05$; $p=,669$) bir fark olmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda H_3 desteklenmemektedir.

Araştırmanın dördüncü hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan sağlık tedbirleri boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerinde olumlu yönde etkiye sahiptir ($\beta=,235$; $t=5,145$). Ayrıca sağlık tedbirleri boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,01$; $p=,000$) olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak sağlık tedbirleri, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında anlamlı etkiye ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Bu doğrultuda H_4 hipotezi desteklenmektedir.

Araştırmanın beşinci hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan stres boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerinde olumlu yönde etkiye sahiptir ($\beta=,160$; $t=4,076$) sahiptir. Ayrıca stres boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,01$; $p=,000$) olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak stres, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında anlamlı etkiye ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Bu doğrultuda H_5 hipotezi desteklenmektedir.

Araştırmanın son hipotezinin analizine göre bağımsız değişken olan aşı boyutu, bağımlı değişken olan otel seçim davranışları üzerinde olumlu yönde etkiye sahiptir ($\beta=,135$; $t=3,472$) sahiptir. Ayrıca aşı boyutu ile otel seçim davranışları bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$; $p=,001$) olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak aşı, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında anlamlı etkiye ve pozitif bir ilişkiye sahiptir. Bu doğrultuda H_6 hipotezi desteklenmektedir.

Gerçekleştirilen Çoklu Regresyon Analizi sonucunda hijyen, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutları tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Beta katsayılarına göre en fazla olumlu etkiyi hijyen kontrolü boyutu ($\beta=,290$; $t=6,435$) ve sağlık tedbirleri boyutu ($\beta=,235$; $t=5,145$) göstermektedir. Modele göre hijyen kontrolü boyutunun bir birim artması,

tüketicilerde otel seçim davranışlarını %29 oranında olumlu etkilemektedir. Aynı zamanda sağlık tedbirleri boyutunun da bir birim artması, tüketicilerin otel seçim davranışlarını %23 oranında olumlu yönde etkilemektedir.

Tıbbi hazırlık boyutunun beta katsayısı ($\beta=,019$; $t=0,428$) anlamsız bulunmuştur. Bu doğrultuda aşı boyutunun kat sayısı bir birim arttığında, tüketicilerin otel seçim davranışları ,019 oranında azaldığı söylenebilir.

Araştırmada test edilen hipotezlerin sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 42’ de gösterilmiştir.

Tablo 42. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
H ₁ : Hijyen kontrolü, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmektedir.
H ₂ Self servis teknolojisi, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmektedir.
H ₃ : Tıbbi hazırlık, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmemektedir
H ₄ : Sağlık tedbirleri, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmektedir.
H ₅ : Stres, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmektedir.
H ₆ : Aşı, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklenmektedir.

Tablo 42’deki sonuçlara göre H₁, H₂, H₄, H₅ ve H₆ hipotezleri tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilediği için kabul edilmiştir. Hipotez H₃,’ün, beta kat sayısı anlamsız bulunduğu için kabul edilmemiştir.

SONUÇ

Tarih boyunca geçmişten günümüze kadar küresel alanda yaşanan salgın, sağlık, terör, siyasi, savaş gibi olayların meydana getirdiği krizler turizm sektörünü derinden etkilemiştir. Covid-19 virüsünün ortaya çıkmasıyla turizm sektöründe ekonomik kayıplar, turist sayılarında azalma, ülkeler arası giriş-çıkış yasakları, seyahat kısıtlamaları, konaklama ve yeme-içme hizmetleri alanında faaliyet gösteren işletmelerin üretimlerine ara verilmesine sebep olmuştur. Nitekim Covid-19 salgını ile yaşanan bu kısıtlamalar turizm sektörünü oldukça olumsuz etkilemiştir (United Nations, 2020; Uğur ve Akbıyık, 2020). Turizm sektörü bu salgından olumsuz etkilense bile salgın dönemi sonrasında yeni fırsatların yaratılmasında fark yaratacağı düşünülmektedir (Sorokowski, 2020). 2019-2022 yılları arasında dünya ülkelerinde turizm sektöründeki fırsatları değerlendirmek amacıyla çeşitli politikalar uygulanmıştır. Dünya turizm sektöründe bir ilk örnek olarak Türkiye’de geliştirilen Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı 2021 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Güvenli Hizmet Sertifikası, turizm sektöründe faaliyet (konaklama, ulaştırma, yiyecek- içecek, temalı parklar, kış ve deniz turizmi, sanat/kongre merkezleri) gösteren bütün işletmelerde belirli kriterlere yönelik hazırlanan hijyen, sağlık ve güvenlik unsurlarını temel almaktadır.

Bu çalışmada Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında hijyen, sağlık ve güvenlik unsurları konaklama hizmetleri üzerinde değerlendirilmeye alınmıştır. Aynı zamanda konaklama hizmetleri kriterleri de göz önünde bulundurularak Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışları incelenmesi Bursa ili üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca olası bir salgın krizi döneminde tüketicilerin seçim karar sürecindeki davranışlarını etkileyen unsurlar belirlenerek ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırmaya katılan toplam katılımcı sayısı 430 kişidir. Bu toplam katılımcıların içerisinde 228 kişi erkek, 202 kişi ise kadındır. Katılımcıların çoğunluğu 240 kişi ile evlidir. En çok katılımcı 25-34 yaş aralığında genç ve yetişkin grubundadır. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğu üniversite (125 kişi) mezunudur. Katılımcıların 271 kişi Türk, geriye kalan 159 kişi ise yabancısıdır. Bu bağlamda Kültür

Turizm Bakanlığının verileri göz önünde bulundurularak, salgın döneminde Türkiye’de turist sayısında azalma olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılanların sadece 95’i turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Bu katılımcıların deneyim süreleri göz önünde bulundurulduğunda çoğunluğunun turizm sektörü deneyimi 1-3 yıl aralığındadır. Ayrıca Covid-19 salgını döneminde katılımcılardan 185 kişi otellerde konaklamıştır. Salgın döneminde otellerde konaklayan katılımların en çok tercih ettikleri konaklama türleri ise 4 ve 5 yıldızlı otellerdir. Salgın döneminde zincir otellerin tercih edilmesindeki nedenin tedbirlerin ve önlemlerin uygulanmasına dikkat edecek olmalarındandır (Kılıç vd., 2020).

Katılımcıların büyük çoğunluğu 344 kişi ile Covid-19 salgınının dünyaya seyahat hareketliliği ile yayıldığını savunmaktadır. Katılımcıların bu görüşü Kervankıran ve Bağmancı’nın (2020) yapmış oldukları bir araştırmada, Covid-19 salgınının yayılmasında seyahat hareketliliğinin kilit bir role sahip olmasıyla bağdaşmaktadır. Aynı zamanda turizm seyahat hareketliliği gerektiren bir olay olduğu için bulaşıcı virüsün hızlı yayılmasına neden olmaktadır (Sigala, 2020). Katılımcıların çoğunluğunun koruyucu ekipman (maske, dezenfektan, hijyen) tedbirlerine dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Bu durum salgın döneminde uygulanan tedbirlerin bireyler üzerinde olumlu etki yarattığını düşündürmektedir.

Yapılan literatür taramasında güvenli turizm tanımının eksikliği ve turizmde güvenlik kavramında sağlık unsurunun yer almadığı tespit edilmiştir. Nitekim turizm alanında güvenlik kavramı terör, savaş, turistlerin can sağlığının korunmasına yöneliktir. Oysa güvenlik kavramı bir turistin turizme katılımıyla başlayan, gittiği bölgedeki hijyen, sağlık, bulaşıcılık, terör, kaçırma ve gasp gibi bütün olumsuz etkenleri içinde barındırmaktadır. Buradan yola çıkarak Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında güvenli turizm; turistlerin bir ülkeye gelişle konaklama, ulaşım, eğlence ve yeme-içme gibi bütün turistik faaliyetleri de içerisinde barındıran ve hem turisti hem de turizm sektöründe çalışanların sağlık güvenliklerini kapsayan bir turizm çeşidi sayılabilir.

Araştırmanın amacına yönelik açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değişken boyutları arasındaki ilişki yönünü belirlemek amacıyla korelasyon analizi

yapılmıştır. Yapılan Korelasyon Analizi sonucunda boyutlar arasında zayıf ve yüksek düzeyde pozitif yönlü ilişkilerin varlığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Güvenli Hizmet Sertifikasyonu Programındaki hijyen kontrolü, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç Atadil ve Lu'nun (2021), araştırmaları sonucunda belirttikleri gibi otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemesiyle desteklenmektedir. Karamustafa ve Öz (2010), Aydın ve Doğan (2021), Çetin ve Göktepe (2020) ve Çetinkaya vd., (2020) turizm sektöründe hijyen unsurunun önemini belirtmişlerdir. Ancak turizm literatüründe hijyen kavramının daha çok gastronomi ve yiyecek-içecek alanlarında daha fazla kullanıldığı tespit edilmiştir. Konaklama işletmeleri üzerinde hijyen kavramının önemine, ziyaretçiler üzerindeki etkisine, hijyen koşullarında otellerde dikkat edilmesi gerekenlerin neler olduğuna, otel işletmelerinde hijyen şartlarının nasıl geliştirilebileceğine ve hijyen koşullarını iyileştiren unsurların neler olduğunun araştırılmasının gerektiği öngörülmektedir. Turizm sektöründe hijyen kavramına olası bir sağlık krizinde veya bulaşıcı bir hastalık döneminde daha fazla önem verilmesinin olumsuz olduğu düşünülmektedir. Çünkü turizm parklar, alışveriş merkezleri, oteller, seyahat ve eğlence hizmetleri gibi birçok alanda faaliyet gösteren işletmelere sahiptir. Hem işletmelerin hem de bireylerin sağlığı göz önünde bulundurularak hijyen unsurunun öne çıkarılması gereklidir. Bu doğrultuda hijyen faktörünün turizm sektöründe yeni gelişmelerle fırsatlar yaratacağı öngörülmektedir.

Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında self servis teknolojisi tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuç doğrultusunda Jhing ve Kang (2020), Çetin ve Göktepe (2020), Sharma vd., (2021), Yanık (2004), Sung ve Jeon (2020) ve Yazıcı (2020) çalışmalarında otelde kullanılan robot ve temassız sistemlerin kullanımlarının güvenlik üzerinde etkili olduklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda self servis teknolojisi Kaygısız (2021), Alaeddinoğlu ve Rol (2020), Atadil ve Lu (2021), Rahimizhian ve Irani (2020) ve Sürme (2020) çalışmalarında teknolojik imkanların salgın döneminde kullanımının olumlu yönde etkileyeceği sonucu ile desteklenmektedir. Nitekim otellerde teknolojik temassız sistemlerin, robot çalışanların, sağlıklı yaşam ekipmanlarına ve yiyecek-

içecek malzemelerine ait otomatların kullanılması ile olası bir kriz döneminde çalışan personel üzerindeki yükü hafifletecek olduğu düşünülmektedir.

Güvenli Hizmet Sertifikasyonu Programı'nda tıbbi hazırlık, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında olumlu etkisi bulunmamaktadır. Covid-19 salgını döneminde virüsün bulaşıcılığının engellenmesi için uygulanan tedbirlerin ve kuralların bireylerin hayatlarında kısıtlamalara sebep olduğu bilinmektedir. Nitekim zorunlu iki yıl neredeyse salgının etkileri sürmüştür. İnsanlar yeni normalleşme dönemi başladığında bir an önce normal yaşantılarına dönmek istemiştir. Covid-19 salgını döneminde yaşanan olumsuzluklar, tüketicilerin konaklama işletmesine gittiklerinde kurallara uymak istemedikleri, getirilen kuralların kendilerini rahat hissetmeyerek otelde değil adeta bir hastanede gibi hissetmelerine yol açtığını ve sonuçta tatil motivasyonundan uzaklaştıkları bilinmektedir. Bu olumsuzluklar H₃ hipotezinin desteklenmeme sebebi olarak görülmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bu sonucun aksine turizm literatüründe Ghazi (2016), Hoefer vd., (2020), Komenda ve Pflum (2020), Jiang ve Wen (2020), Wen vd., (2020) gibi araştırmacıların otelde tıbbi hazırlığın önemli olduğunu belirttikleri çalışmaları bulunmaktadır. Bu sonuç yapılan bu araştırmadaki "Tıbbi hazırlık, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir" hipotezinin değerlendirilmesi ile ilgili benzer bulgulara sahip bir araştırmaya rastlanılmadığını göstermektedir.

Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programındaki sağlık tedbirleri, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği ortaya konmuştur. Atadil ve Lu (2021), AlBattat ve Mat Som (2013), Hoefer vd., (2020), Kiper vd., (2020), Grand (2016), Henderson ve Ng (2004) alışmaları ile sağlık/acil durum hazırlıklarının otel güvenliği açısından alınması gerektiği ve önemli olduğu da açıklanmıştır. Bu sonuç, Akyol (2020), Aydın ve Doğan (2020) alışmaları ile Covid-19 salgını döneminde sağlık tedbirlerinin tüketicilerin davranışlarını etkilediği sonucu ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca konaklama hizmetlerinde alınması gereken sağlık tedbirlerinin sadece tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını değil aynı zamanda otellerin imajını da etkileyeceği düşünülmektedir.

Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programındaki tüketicilerin salgın sürecinde yaşadıkları stres, gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde

etkilemektedir. Turizm literatüründe salgın döneminde tüketicilerde stres unsuruna yönelik yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle gelecekte yapılacak olan çalışmalarda salgın döneminde bir otel işletmesinde konaklayacak olan tüketicilerde stres kavramının araştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı'ndaki tüketicilerin aşı algısı tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Bu sonuç G. Mutlu (2021), Aydın ve Doğan'ın (2020) çalışmaları sonucuna göre aşının tüketicilerin tercihlerinde değişikliklere neden olacağı görüşüyle desteklenmektedir. Tüketiciler seyahatlere ya da tatile çıkacakları zaman aşı olmayı tercih etmektedirler. Ayrıca Covid-19 salgın döneminde aşının bulunması ile literatüre aşı turizmi çeşidi yer almaya başlamıştır (G. Mutlu, 2021).

Covid-19 salgını konaklama ve turizm endüstrisine bilinmeyen birçok zorluk getirmiştir (Gürsoy ve Chi, 2020). Turizm sektöründe yaşanan bu zorluklar Türkiye'de Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programının gelişmesiyle bir fırsat haline gelmiştir. Covid-19 salgınında konaklama hizmetlerindeki tüketicilerin tüketim ihtiyaçlarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Tüketiciler bir otel seçerken hijyen ve güvenlik unsurlarını göz önünde bulundurmaktadır. Çünkü güvenli bir otel imajında hijyen kontrolü, tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının en önemli bileşenidir. Güvenli bir otel için ikinci olarak en önemli bulunan bileşenler ise sağlık tedbirleridir. Bu iki bileşen bulaşıcı hastalıkların kontrolü ve önlenmesi için kritik bir role sahiptir. Self servis teknolojisi ise salgın döneminde konaklama sektöründe bir fırsat yaratmaktadır. Çünkü otellerde robotik, sesli sistem ve kios gibi cihazların kullanılması sosyal mesafe, bulaşıcılık açısından önemlidir. Aynı zamanda otelde sunulan hizmet kalitesini güvenli hale getirmeye yardımcı olabilir. Özet olarak, güvenli bir otel imajının altında sağlık tedbirleri, hijyen kontrolü ve self servis teknolojisi bileşenleri, Covid-19 salgını sonrasında tüketicilerin gelecekteki otel seçim davranışlarında etkin bir role sahip olacaktır. Ayrıca bu bileşenler Atadil ve Lu (2021)'in Covid-19 salgını döneminde güvenli otel imajına ilişkin yaptıkları çalışma ile desteklenmektedir. Türkiye'de güvenlik, hijyen ve sağlık koşulları baz alarak geliştirilen Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programının turizm sektörüne büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda geliştirilen bu program sayesinde dünya turizm pazarında, Türkiye'nin öne çıkacağı öngörülmektedir.

Covid-19 salgını döneminde bireylerde oluşan stres, endişe ve korku duyguları ise otellerde uygulanan tedbirleri desteklemektedir. Çünkü güvenli bir otel imajı müşteriye sağlansa bile birey kalabalık ortamlarda kurallara uymazsa bulaşıcılığın artacağı düşünülmektedir. Nitekim Corona aşısının bulunması ile bireylerde stres seviyesinin azaldığı öngörülmektedir. Bu iki bileşen tüketicilerin gelecekteki otel seçim kararı sürecinde aşı uygulamaları için alınan önlemleri ve tedbirleri de desteklemektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında geliştirilen öneriler şu şekildedir:

- Dünya üzerinde olası bir sağlık krizi için turizm sektöründe acil durum planlaması ve hazırlığının olması gerekmektedir. Bu acil durum planlama ve hazırlıkları turizm sektörüne ait bir para politikasının olması, seyahat kısıtlamalarına yönelik seçeneklerin olması, tüketiciler açısından turizme katılımının desteklenecek çalışmaların yapılması, sağlık, güvenlik, hijyen, bulaşıcılık gibi faktörlerin turizm sektöründe kriz yaratmayacak şekilde yansıtılması gerektiği ve işgörenden tüketiciye kadar görülebilecek olan olumsuz etkilerin en aza indirilmesi gerektiği birçok alanda çalışmaların hazırlığın yapıp planlaması gerekmektedir.
- Dünya üzerinde görülen salgın dönemlerinde tüketicilerin turizme katılımının desteklenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda tüketicilerin turizme katılımı için endişe ve korku duydukları faktörlerin giderilmelidir. Ayrıca seyahatten konaklamaya kadar tüm süreçlerin uygulanacağı paket programlar geliştirilerek tüketicilere uygun fiyattan sunulmalıdır.
- Turizm sektöründeki önlemler hem işgörenler hem de tüketiciler açısından ele alınması gerekmektedir. Bu önlemler hem işgörenler hem de tüketiciler açısından seyahatten konaklamaya kadar sağlık, güvenlik, hijyen ve maddi alanda olmalıdır.
- Konaklama işletmelerinde sağlık, hijyen ve güvenlik unsurlarına daha çok önem verilmesi gerekmektedir. Konaklama işletmelerinde sağlık koşulları daha fazla öne çıkarılabilir. Örneğin otelde bir sağlık kliniği bulundurulmalıdır. Bunun yanı sıra sağlıkla birlikte hijyen koşullarının bir arada yönetilmesi ve

denetlenmesi için gerekli işgörenlere gerekli eğitimler etkin bir şekilde geliştirilebilir.

- Tüketicilerde turizme karşı oluşan güvensizlik duygusu giderilmelidir. Örneğin bir tüketicinin salgın hastalık döneminde turizm faaliyetlerinde katılımında hastalık bulaşıcılığı korkusunun giderilebilir. Tüketicilerin korku ve endişe duyguları katılacakları turizm faaliyetlerine göre hastalık takip formları ile sağlanabilir.
- Konaklama hizmetlerinde tüketicilere sunulan sağlık eşyaları ve koruyucu ekipmanlar her zaman tüketici başına yetecek derece bulundurulmalıdır. Örneğin otellerde sunulan kit malzemelerinden, otel odalarında bulunan bardak, çatal gibi her malzemelerin kişi başına göre tüketicilere sunulmalıdır.
- Turizm sektöründe virüs bulaşıcılığını azaltmak için self servis teknolojinin turizme kazandırılması gerekmektedir. Örneğin konaklama hizmetlerinde giriş ve çıkış işlemleri TV ekranlarından yapılmalı, oda kapıları ve ışıkları gibi birçok elektronik cihazlar sesli komut sistemi ile çalıştırılmalıdır. Ayrıca lobilerde ya da oda hizmetlerinde hastalık döneminde bulaşıcılık kapan tüketicilere hizmet sunumu yapan robot çalışanlar bulundurulabilir.
- Tüketicilerin sağlık güvenliğini içeren birçok dile çevrilen el kitapçıkları basılabilir. Bu kitapçıklar seyahatten konaklamaya kadar tüm turizm faaliyetlerinde tüketicilerin kendilerini korumaya yönelik tedbirleri içerebilir.
- Konaklama hizmetlerinde tüketicilerin sağlık ve güvenlik unsurları devlet kuruluşları tarafından iş birliği içinde geliştirilebilir. Örneğin tüketicilerin turizme katılımında sağlık koşulları izlenerek hem otellerin hem de tüketicilerin güvenlikleri sağlanabilir.

Araştırmacılara sunulan öneriler ise şunlardır:

- Araştırmanın Bursa ili dışında mümkünse Türkiye kapsamında gerçekleştirilmesi, Türkiye turizm sektörüne farklı bir bakış açısı sağlayacaktır.
- Araştırma turizm sektöründeki konaklama hizmetlerinin imajına yönelik yapılabilir.

- Araştırmanın temelinde baz alınan Sosyal Değişim Teorisi (SET) dışında, araştırma Yapısal Eşitlik Modeli üzerinde gerçekleştirilebilir.



KAYNAKÇA

- Aaker, D.A., Kumar, V. & Day, G.S., (2007). *Marketing Research*. 9. Edition, John Wiley & Sons, Danvers.
- Adigüzel, M. (2020). "Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Aanalizi." *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.19, S.37, s. 191-221.
- Akyol, C. (2020). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Covid-19 Salgınına Yönelik Görüşleri." *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)*, C.3, S.1, s. 112- 121.
- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). "Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri". *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı)*, s. 233-258.
- AlBattat, A. R., & Mat Som, A. P. (2013). "Emergency Preparedness for Disasters and Crises in The Hotel İndustry." *Sage Open*, C.3, S.3, ss. 1–10. <https://doi.org/10.1177/2158244013505604>
- Alexandra, V. (2013). "Consumer Behavior in Tourism and The İnfluencing Factors of The Decision Making Process." *Revista Economica*, C.65, S.2, s. 186-198.
- Alfani, G. (2013). "Plague in Seventeenth-Century Europe and The Decline of Italy: an Epidemiological Hypothesis". *European review of economic History*, C.17, S.4, s. 408-430.
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2013). "The İmpact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in The World of Social Networks." *Asian Social Science*, C.9, S.1, s. 262.
- Al-Sabbahy, H. Z., Ekinci, Y., & Riley, M. (2004). "An İntestigation of Perceived Value Dimensions: İmplications for Hospitality Research." *Journal of travel research*, C.42, S.3, s. 226-234.
- Al-Tawfiq, J. A., Zumla, A., & Memish, Z. A. (2014). "Travel İmplications of Emerging Coronaviruses: SARS and MERS-CoV." *Travel medicine and infectious disease*, C.12, S.5, s. 422-428.

- Altıntaş, M. H. (2000). *Tüketici Davranışları: Müşteri tatmininden müşteri değerine*. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Altıntaş, V. (2010). “Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli.” *Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya*.
- Ammi, C. (Ed.). (2013). “*Global Consumer Behavior*.” John Wiley & Sons.
- Andreassen, T. W., & Lindestad, B. (1998). “Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise.” *International Journal of service Industry management*, C.9, S.1, s.7-23.
- Arslan, A. (2009). “Kriz Yönetiminde Liderlik.” *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, C.10, S.18, s.179-190.
- Atadil, H. A., & Lu, Q. (2021). “An Investigation of Underlying Dimensions of Customers’ Perceptions of a Safe Hotel in the COVID-19 Era: Effects of those Perceptions on Hotel Selection Behavior.” *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C.30, S.6, s. 655-672.
- Ateşoğlu, İ., ve Türker, A. (2014). “Tatil Yeri Seçiminde Ülke İmajının Turistin Risk Algısı Üzerine Etkisi.” *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İisletme Fakültesi Dergisi*, C.6, S.2, s. 9-28.
- Avcıkurt, C. (2009). The Mature Age Market in Europe and its Influence on Tourism. *Tourism Review*. s.141-157.
- 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*, C.6, S.1, s.93-115.
- Aymankuy, Y. ve Ceylan, U. (2013). “Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü: Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma.” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.12, S.45, s. 105-122.

- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value." *Journal of consumer research*, C.20, S.4, s. 644-656.
- Bach S., & Pizam A. (1996). "Crimes in Hotels." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, C.20, S.2, s. 59-76.
- Bahar, O., ve Çelik İlal, N. (2020). "The Economic Effects of Coronavirus (COVID-19) in The Tourism Industry." *International Journal of Social Sciences and Education Research*, C.6, S.1, s. 125-139.
- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). "Effect of Coronavirus Disease (COVID-19) to Tourism Industry." *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, C.7, S.4, s. 189-193.
- Baldwin, R. & Weder di Mauro, B. (2020). "Economics in the time of COVID-19." *Centre for Economic Policy Research Press (CEPR)*. London. [https s. //cepr.org/sites/default/files/news/COVID-19.pdf](https://cepr.org/sites/default/files/news/COVID-19.pdf)
- Barker I., Brownlie J., Peckham C., Pickett J., Stewart W., Waage J., & Woolhouse M. (2006). "Foresight. Infectious Diseases: Preparing for the Future a Vision of Future Detection, Identification and Monitoring Systems." *Office of Science and Innovation*, London.
- Barro, R. J., Ursúa, J. F., & Weng, J. (2020). "The Coronavirus and the Great İnfluenza Pandemic: Lessons From the "Spanish Flu" for the Coronavirus's Potential Effects on Mortality and Economic Activity." *National Bureau of Economic Research*.
- Barua, S. (2020). "Understanding Coronanomics: The Economic İmplications of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic." Available at SSRN 3566477.
- Bayhan, İ., ve Ünlüönen, K. (2016). "Turist Tercihlerinde Güvenliğe İlişkin Tutumlarının Etkisi: Bir Alan Araştırması." *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 15, S.56.
- BBC,(2014).https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/08/140822_ebola_ekonomik_maliyet. (Erişim tarihi:21.04.2021).

- BCB (2021). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59669447>. (Erişim tarihi:21.04.2021).
- BCB, (2020a). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51614548> (Erişim tarihi: 19.04.2021).
- BCB, (2020b). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51731024> (Erişim tarihi: 19.04.2021).
- Bean, J. M. (1963). "Plague, Population and Economic Decline in England in the Later Middle Ages." *The Economic History Review*, C.15, S.3, s. 423-437.
- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.
- Begley, S. (2013). *Flu-Conomics s. The Next Pandemic Could Trigger Global Recession*. <https://www.reuters.com/article/us-reutersmagazine-davos-flu-economy-idUSBRE90K0F820130121> (Erişim Tarihi: 02.04.2021)
- Bekar, T. (2012). "Algılanan Değerin Algılanan Marka Değeri Üzerindeki Etkisi." *Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi*.
- Berger, Z. D., Evans, N. G., Phelan, A. L., & Silverman, R. D. (2020). "Covid-19: Control measures must be equitable and inclusive." *BMJ*, <https://doi.org/10.1136/bmj.m1141>
- Bilim, Y. (2004). "Popüler Turistik Destinasyonlarda (turizm merkezlerinde) Polis ve Hizmetlerinin Avrupalı Turistler Tarafından Algılanması." *Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Bojanic, D. C. (1996). "Consumer perceptions of price, value and satisfaction in the hotel industry: An exploratory study." *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, C.4, S.1, s.5-22.
- Boone, L., Haugh, D., Pain, N., & Salins, V. (2020). "Tackling the Fallout From COVID-19." *Economics in the Time of COVID-19*, S.37, s. 44.
- Bozkurt, M., ve Şahin, B. (2015). *Turizm Pazarlaması*. Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). "Host perceptions of sociocultural impacts." *Annals of tourism Research*, 26(3), 493-515.

- Budd L., Bell M., & Brown T. (2009). "Of Plagues, Planes, and Politics: Controlling the Global Spread of Infectious Diseases by Air." *Political Geography*, S. 28, s.426-435.
- Bullen A. A. (1988). "Emergency Lighting: Legislation and Application." *Lighting Research & Technology*, S.20, s.61-62.
- Butler, R. W. (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, C.24, S.1, s.5-12.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, C.32, S.32, s. 470-483.
- Büzüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik: SPSS Uygulamalı*. Pegem Akademi, Ankara.
- Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1987). "Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction." *Journal of marketing Research*, C.24, S.3, s.305-314.
- CBC (2010), "Cholera's Seven Pandemic", <https://www.cbc.ca/news/science/cholera-s-seven-pandemics-1.758504> (Erişim Tarihi:02.04.2021).
- CDC (2019b), "Centers for Disease Control and Prevention 40 Years of Ebola Virus Disease around the World", <https://www.cdc.gov/vhf/ebola/history/chronology.htm>. (Erişim Tarihi:02.04.2021).
- CDC, (2004). "Basic Information about SARS, Centers for Disease Control and Prevention." <https://www.cdc.gov/sars/about/fs-sars.pdf> (Erişim Tarihi:02.04.2021).
- CDC, (2019a). "Centers for Disease Control and Prevention". <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/68/wr/mm6850a3.htm> (Erişim Tarihi:03.04.2021).

- Chan, E. S. W., & Lam, D. (2013). "Hotel Safety and Security Systems: Bridging the Gap Between Managers and Guests." *International Journal of Hospitality Management*, S.32, s. 202–216. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.010>
- Chandrasekharan H., Sarangi A., Nagarajan M., Singh V. P., Rao D. U. M., Stalin P., Anbazhagan S. (2008). "Variability of Soil-Water Quality Due to Tsunami-2004 in the Coastal Belt of Nagapattinam District, Tamilnadu." *Journal of Environmental Management*, S. 89, ss.63-72. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2007.01.051>
- Chaudhuri, A. (1998). "Product Class Effects on Perceived Risk: The Role of Emotion." *International Journal of Research in Marketing*, C.15, S.2, s.157-168.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). "Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists." *Tourism management*, C.31, S.1, s.29-35.
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions." *Tourism Management*, C.28, S.4, s.115-1122.
- Cinel, E. A. (2020). "Covid-19'un Küresel Makroekonomik Etkileri ve Beklentiler." *Politik Ekonomik Kuram*, C.4, S.1, s.124-140.
- Clark, William R. (2008), *Bracing For Armageddon*, Oxford University Press, s.1-211.
- Cohen, M. S., Hellmann, N., Levy, J. A., DeCock, K., & Lange, J. (2008). "The Spread, Treatment, and Prevention of HIV-1: Evolution of a Global Pandemic". *The Journal of Clinical Investigation*, C.118, S.4, s.1244-1254.
- Copson Raymond W. (coordinator). (2003). *Iraq War: Background and Issues Overview*. Updated April 22, 2003, in: CRS Report for Congress RL31715.
- Correia, A. (2002). "How do Tourists Choose. A Conceptual Framework." *Tourism (Zagreb)*, C.50, S.1, s. 21-29.
- Cox, D. F. (1967). Risk taking and information handling in consumer behavior. s.34-81.

- Cox, D. F., & Rich, S. U. (1964). "Perceived Risk and Consumer Decision-Making—the Case of Telephone Shopping". *Journal of Marketing Research*, C.1, S.4, s.32-39.
- Coyne C. J. (2011). "Constitutions and Crisis." *Journal of Economic Behavior & Organization*, S. 80, s.351-357.
- Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). *COVID-19: Implications for Business*.
- Cró, S., Calisto, M. L., Martins, A. M., & Simões, J. M. (2020). "Safety and Security Perception as Strategic Issues for Hospitality Companies." In L. C. Carvalho, L. Calisto, & N. Gustavo (Eds.), *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry*. s.134–149.
- Cucinotta, D., & Vanelli, M. (2020). "WHO Declares COVID-19'a Pandemic." *Acta Bio Medica: Atenei Parmensis*, C.91, S.1, s. 157- 160.
- Curşeu, P. L., Stoop, R., & Schalk, R. (2007). "Prejudice toward immigrant workers among Dutch employees: Integrated threat theory revisited." *European Journal of Social Psychology*, 37(1), 125-140. <https://doi.org/10.1002/ejsp.331>
- Çabuk, S., ve Yağcı, M. (2003). *Pazarlamada Çağdaş Yaklaşım*. Nobel, Adana.
- Çalhan, H. (2010). "Tüketici Odaklı Yaklaşımla Destinasyon Performansının Değerlendirilmesi: Kapadokya Örneği." *Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay*.
- Çalış, Y. E., ve Çıtak, N. (2020). "Covid-19 Salgınının Turizm Sektörü Üzerine Olan Finansal Etkileri." *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, C.3, S.2, s.110-132.
- Çapanoğlu, S. (2020). "COVID-19'un Küresel Ekonomiye Etkileri. Covid-19 Salgınının Ekonomi, Güvenlik, Demokrasi ve Temel Haklar, Brexit, Tarım, Ticaret, Çevre ve İklim, Sosyal Politikalar Üzerindeki Etkileri." *İktisadi Kalkınma Vakfı*, 3-6. [https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020\(1\).pdf](https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020(1).pdf)

- Çeltek, E. (2004). "Motivasyon Yönetimi." *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, C.6, S.1. (Yayın No s. 2728576).
- Çetin, G., ve Göktepe, S. (2020). "COVID-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri." Demirbaş, Bozkurt ve Yorgun (Editör) Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri içinde, s. 87-97, İstanbul Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Çetinkaya, Ö., Yağmur, Ö., ve Altunel, G. K. (2020). "Covid-19 Sürecinde Turistik Seyahat Risk Algısı ve Hijyen-Güvenlik Algısının Değerlendirilmesi." *Tourism and Recreation*, C.2, S.2, s.78-83.
- Davis, H. L., & Rigaux, B. P. (1974). "Perception of Marital Roles in Decision Processes." *Journal of consumer Research*, C.1, S.1, s.51-62.
- Day, R. D., Peterson, R. S., & Mannix, E. A. (2014). *Leading and Managing People in the Dynamic Organization*. Psychology Press.
- Demir, B., ve Türkmen, S. (2020). "Covid-19 Salgının Oluşturduğu Sağlık Riski Sonrasında Türk Turistlerin Tatil Beklentilerinin Belirlenmesi." *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, C.4, S.3, s. 2456-2471.
- Demir, M. Ö. (2011). "Risk Algısının Marka Sadakatine Etkisi: Cep Telefonları Kategorisinde Bir Uygulama." *Ege Akademik Bakış*, C.11, S.2, s.267.
- Demirdöğen, O., ve Yorulmaz, R. (2020). "Covid-19 Salgının Dünya Ekonomilerine Etkileri." *Ortadoğu Araştırmaları Merkezi (ORSAM)*, s. 3- 24.
- Dielman, J. L. (2018), "Spending on Health and HIV/AIDS: Domestic Health Spending and Development Assistance in 188 Countries, 1995–2015." *The Lancet*, s.1799-1829.
- Dinç, Ö. (2019). *Farklı Kültürlerde İletişim ve Algılama Süreci: Türk ve Avustralyalı Üniversiteli Sporculara Yönelik Isparta ve Melbourne Üniversitelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Hiper Yayın, İstanbul.
- Dörtyol, İ. T. (2014). *Hizmet Kalitesi*. Beta Yayın, İstanbul.
- Duman, T., & Mattila, A. S. (2005). "The Role of Affective Factors on Perceived Cruise Vacation Value." *Tourism Management*, C.26, S.3, s.311-323.

- Duman, T., Kocak, G. N., & Tutuncu, O. (2007). "The Role of Non-monetary Costs in a Model of Leisure Travel Value." *In Progress in Tourism Marketing*. s.251-268.
- Duran, M. S., ve Acar, M. (2020). "Bir Virüsün Dünyaya Ettikleri: Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Etkileri." *International Journal of Social and Economic Sciences*, C.10, S.1, s. 54-67.
- Durmaz, Y. (2008). *Tüketici Davranışları*. Detay Yayın, Ankara.
- Durmaz, Y., Bahar, R., ve Kurtlar, M. (2011). "Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma." *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, C.2, S.1, s. 114-133.
- Dündar, N. (2020). "Küresel Salgınların Makroekonomik Etkileri Üzerine Bir Araştırma." *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, C.7, S.52, s.837-852.
- DW, (2014) <https://www.dw.com/tr/ebola-korkusuyla-okullar-kapat%C4%B1ld%C4%B1/a-17823330>. (Erişim Tarihi:07.04.2021).
- DW, (2020) <https://www.dw.com/tr/turizm-geliri-ilk-%C3%A7eyrekte-y%C3%BCzde-1224-artt%C4%B1/a-61632219> (Erişim Tarihi:07.04.2021).
- Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Enz, C. A. (2009). "The Physical Safety and Security Features of US Hotels." *Cornell Hospitality Quarterly*, C.50, S.4, s. 553–560. <https://doi.org/10.1177/1938965509345963>
- Erdem, A. (2006). *Tüketici Odaklı Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. Nobel Yayınları, İstanbul.
- Eren. S. (2020). "Covid-19 Salgınının Tarım ve Gıda Boyutu. Covid-19 Salgınının Ekonomi, Güvenlik, Demokrasi ve Temel Haklar, Brexit, Tarım, Ticaret, Evre ve İklim, Sosyal Politikalar Üzerindeki Etkileri." *İktisadi Kalkınma Vakfı*. s.17-22.

[https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020\(1\).pdf](https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020(1).pdf)

- Erkekoğlu, P., Köse, S. B. E., Balcı, A., ve Yirün, A. (2020). “Aşı Kararsızlığı ve Covid-19’un Etkileri.” *Literatür Eczacılık Bilimleri Dergisi*, C.9, S.2, s.208-220.
- Eryılmaz, B. (2020). “Türkiye’de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri.” *Turizm Akademik Dergisi*, C.7, S.1, s. 15-27.
- Eski, F. (2008). “Tüketici Davranışları.”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta*.
- Fan, D. X., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L., & Tavitiyaman, P. (2017). Tourist typology in social contact: An addition to existing theories. *Tourism Management*, 60, 357-366.
- Faulkner B. (2001). “Towards a Framework for Tourism Disaster Management.” *Tourism Management*, S. 22, s.135-147.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). “Predicting E-services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective.” *International Journal of Human-computer Studies*, C.59, S.4, s.451-474.
- Feickert, J., Verma, R., Plaschka, G., & Dev, C. S. (2006). “Safeguarding Your Customers: The Guest’s View of Hotel Security.” *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, C.47, S.3, s.224-244. <https://doi.org/10.1177/0010880406288872>.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. Sage Publications, Londra.
- Flint, D. J., Woodruff, R. B., & Gardial, S. F. (2002). “Exploring the Phenomenon of Customers' Desired Value Change in a Business-to-business Context.” *Journal of Marketing*, C.66, S.4, s.102-117.
- Fratu, D. (2011). “Factors of Influence and Changes in the Tourism Consumer Behaviour.” *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Economic Sciences*, C.4, S.1, s. 119.

- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006). "Tourist destination risk perception: The case of Israel." *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, C.14, S.2, s.83-108.
- G. Mutlu, H. (2021). "COVID-19 Salgının Bir Sonucu: Aşı Turizmi." *Ulusaldan Küresele Kamusal Mal Olarak Sağlık*, s. 127.
- Garner, S. J. (1986). "Perceived Risk and Information Sources in Services Purchasing." *The mid-Atlantic Journal of Business*, C.24, S.2, s. 49-58.
- Ghazi, K. M. (2016). "Safety and Security Measures in Egyptian Hotels". *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, C.13, S.1, s. 165–190. <https://doi.org/10.21608/jaauth.2016.49721>
- Göktürk, İ., (2021). "Tarihsel Süreçte Önemli Salgın Hastalıklar ve COVID-19'un Sektörel Açıdan Ekonomik Etkileri." *Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası Politik Ekonomi Ana Bilim Dalı, Van*.
- Göze, D. (2020). "Koronavirüs Pandemisinin Küresel Ekonomideki İzleri: Kamu Finansal Dengesi, Ticaret Hacmi, Enflasyon, İşsizlik ve Ekonomik Büyüme." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, C.7, S.5, s. 221-237.
- Grand, M. (2016). "Forecasting the Potential Impact Viral Outbreaks Will Have on the United States Tourism Industry." *Journal of Tourism and Hospitality Management*, C.4, S.1, s. 1–13. <https://doi.org/10.15640/jthm.v4n1a1>
- Gursoy, D., & Chi, C. G. (2020). "Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda." *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C.29, S.5, s. 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>
- Günindi, Y., ve Giren, S. Y. (2011). "Aile Kavramının Değişim süreci ve Okul Öncesi Dönemde Ailenin Önemi." *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, C.31, S.1, s. 349-361.
- Gürbüz S. ve Şahin F., (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları, 5. Baskı, Ankara.
- Hacımustafaoğlu, M. (2018). "Enfeksiyon Hastalıkları Pratiğinde Salgın Tanımlanması."

<https://www.cocukenfeksiyondergisi.org/upload/documents/2018-04/2018-12-4-172173.pdf> (Erişim Tarihi: 29.03.2021).

- Haddow G., Bullock J. (2006). *Introduction to Emergency Management*. Burlington, MA: Butterworth-Heinemann.
- Hall C. M. (2010). "Crisis Events in Tourism: Subjects of Crisis in Tourism." *Current Issues in Tourism*, C13, s.401-417.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2013). *Consumer Behavior- Building Marketing Strategy*, C.12. New York: McGraw-Hill.
- Hayta, A. B. (2008). "Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar." *Kastamonu Eğitim Dergisi*, C.16, S.1, s.31-48.
- Henderson, J. C., & Ng, A. (2004). "Responding to Crisis: Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) and Hotels in Singapore." *International Journal of Tourism Research*, C.6, S.6, s. 411–419. <https://doi.org/10.1002/jtr.505>
- Hoefer, A., Pampaka, D., Wagner, E. R., Herrera, A. A., Alonso, E. G.-R., López-Perea, N., Portero, R. C., Herrera-León, L., Herrera-León, S., & Gallo, D. N. (2020). "Management of a COVID-19 outbreak in a hotel in Tenerife, Spain." *International Journal of Infectious Diseases*, S.96, s. 384–386. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.05.047>
- Hogg, M., Askegaard, S., Bamossy, G., & Solomon, M. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*.
- Holbrook, M. B. (1999). Consumer Value. *A framework for analysis and research*.
- Holbrook, M. B. (2006). "Consumption Experience, Customer Value, and Subjective Personal Introspection: An Illustrative Photographic Essay." *Journal of business research*, C.59, S.6, s.714-725.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun." *Journal of consumer research*, C.9, S.2, s.132-140.
- Holbrook, T. (1996). *Do campaigns matter*. Sage publications.

- Hollingsworth, T. D., Ferguson, N. M., & Anderson, R. M., (2007). “Frequent Travelers and Rate of Spread of Epidemics.” *Emerging infectious diseases*, C.13, S.9, s. 1288. <https://dx.doi.org/10.3201/eid1309.070081>.
- Hucheson, G., & Sofroniou, N., (1999). *The Multivariate Social Scientist: Introductory Statistic Using Generalized Linear Models*. Sage Publications, London.
- Hulme P. E. (2009). “Trade, Transport and Trouble: Managing Invasive Species Pathways in an Era of Globalization.” *Journal of Applied Ecology*, S. 46, s. 10-18.
- IATA (2020), *Recovery Delayed as İnternational Travel Remains Locked Down*. <https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-07-28-02> (Erişim Tarihi: 04.04.2021)
- ILO, (2021). İstihdamın Değerlendirilmesi. https://www.ilo.org/ankara/areas-of-work/employment-promotion/WCMS_797464/lang--tr/index.htm (Erişim Tarihi: 06.04.2021)
- IMF, (2021). Ekonomik Rapor. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/07/27/world-economic-outlook-update-july-2021> (Erişim Tarihi: 10.09.2021)
- IMF, (2022). Ekonomik Rapor. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/01/25/world-economic-outlook-update-january-2022> (Erişim Tarihi:10.09.2021).
- Ivanov, D. (2020). Predicting the İmpacts of Epidemic Outbreaks on Global Supply Chains: A Simulation-based Analysis on the Coronavirus Outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) Case. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, S. 136, 101922.
- İflazoğlu, N., ve Aksoy, M. (2020). “Tüketicilerin Covid-19 Salgını Sürecinde Yiyecek-içecek İşletmelerinden Bekledikleri Hizmetin Niteliğine İlişkin Bir Araştırma.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C.8, S.4, s. 3362-3377.

- İnal, S. (2016), “Middle East Respiratory Syndrome-coronavirus (MERS-CoV) Enfeksiyonu: Ortadoğu Solunum Yetmezliği Sendromu-koronavirüs Enfeksiyonu.” *Okmeydanı Tıp Dergisi*, S. 32, s. 37-45.
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2008). *Tüketici Davranışları*. Beta Yayınları, İstanbul.
- İslamoğlu, A. H. (2006), *Pazarlama Yönetimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- İslamoğlu, A. H. (2010). *Turizm Pazarlaması*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Jacoby, J. (1975). “Consumer Psychology as a Social Psychological Sphere of Action.” *American Psychologist*, C.30, S.10, s.977.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). *The Components of Perceived Risk*. ACR Special Volumes.
- Ji, S., & Jan, I. U. (2020). “Antecedents and Consequences of Frontline Employee’s Trust-in-supervisor and Trust-in-coworker”. *Sustainability*, C.12, S.2, s.716. <https://doi.org/10.3390/su12020716>.
- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). “Effects of COVID-19 on Hotel Marketing and Management: A Perspective Article.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, C.32, S.8, s. 2563–2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>.
- Joo, H., Maskery, B. A., Berro, A. D., Rotz, L. D., Lee, Y. K., ve Brown, C. M. (2019). “Economic Impact of the 2015 MERS Outbreak on the Republic of Korea's Tourism-related Industries.” *Health Security*, C.17, S.2, s. 100-108.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. 5. Baskı, Asil Yayınları, Ankara.
- Kalmaz, S. (2021). “Covid-19 Geçirmiş Kişiler Tedavi Sonrası Fiziksel Aktivite Korkusu ve Depresyon.” *Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) Ankara*.
- Karabulut, M. (1981). *Tüketici Davranışları*. Fatih Yayınevi, İstanbul.

- Karaca, Y. (2016). "Referans Grupları ile İletişimin Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi: Genç Yetişkinlere Yönelik Bir Araştırma." *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, S.25, s. 209-231.
- Karafakıoğlu, M. (2006), *Pazarlama İlkeleri*. 2.Baskı, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Karakan, H. İ., & Çolak, O. (2021). "COVID-19 Pandemisi Yeni Normal/Normalleşme Sürecinde Şehir Otelleri Üzerine Bir Araştırma." *Co-Editors*, S. 158.
- Karamustafa, K., & Öz, M. (2010). "Türkiye’de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.5, S.2, s. 189-218.
- Karamustafa, K., Fuchs, G., & Reichel, A. (2013). "Risk perceptions of a Mixed-image Destination: The case of Turkey's First-time Versus Repeat Leisure Visitors." *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C.22, S.3, s. 243-268.
- Kashyap, R., & Bojanic, D. C. (2000). "A Structural Analysis of Value, Quality, and Price Perceptions of Business and Leisure Travelers." *Journal of travel research*, C.39, S.1, s. 45-51.
- Kervankıran, İ. ve Bağmancı, M. F. (2020). "Turizm Hareketliliğine Karşı İstikametten Bakmak Türkiye’den Yurtdışına Olan Seyahatlerin Görünümü." *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.19, S.3, s. 686-712. <https://doi.org/10.21547/jss.744618>.
- Kılıç, B., Aslan, H. ve Gövce, M. (2020). "Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu." *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, Special Issue, s. 554-570.
- Kılıç, Ö. (2000). "Terörün Türk Turizmine Etkileri" I. Milletlerarası Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da Huzur ve Güvenlik Sempozyumu.
- Kılıç, Y. (2020). "Borsa İstanbul’da Covid-19 (koronavirüs) Etkisi." *Journal of Emerging Economies and Policy*, C.5, S.1, s. 66–77.

- Kızılkaya, A., ve Sönmez, N. (2003). “Geçmişten Günümüze Güvenlik İhtiyacı ve Türk Polis Teşkilatı.” *Çağın Polisi Dergisi*, S.18, s 19-23.
- Kim S., Chun H., Lee H. (2005). “The Effects of SARS on the Korean Hotel İndustry and Measures to Overcome the Crisis: A Case Study of Six Korean Five-star Hotels”. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, S.10, s. 369-377.
- 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*, C.23, S.43, s.527-551.
- Komenda, E. (2020). “Wynn Resorts Thermal Cameras to Screen Quests, Temps 100.4 Degrees or Higher Asked to Leave”. *Reno Gazette Journal*.
<https://www.rgj.com/story/news/2020/03/12/las-vegas-wynn-resorts-thermal-cameras-guests-coronavirus-spread/5038871002> (Erişim Tarihi: 06.11.2021)
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. International Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River. New Jersey.
- Kotler. P., & Keller, K. L., (2012). *Marketing Management*, 14th ed., Boston: Pearson-Prentice Hall, s. 481.
- Koyunoğlu S. (2003). *Turist Sağlığı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O. (2013). “Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması.” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C.24, S.1, s. 7-22.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2006). *Sosyal Bilimler için İstatistik*, Pegem Yayınları, Ankara.
- Köse, Z. (2020). *Covid-19 Pandemisinde Yönetim ve Ekonomi*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Kulakoğlu, D., N., Dilek, S. E., ve Gümüş, M. (2016). “Otel Çalışanlarının Turizm ve Barış İlişkisine Yönelik Metaforik Algıları.” *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1), 1-15.

- Kuo, H-I, Chang, C-L, Huang, B-W, Chen, C-C, & McAleer, M. (2009). "Estimating the Impact of Avian Flu on International Tourism Demand Using Panel Data." *Tourism Economics*, C.15, S.3, s.501-511.
- Kwortnik R. J. (2005). "Safeguarding Hospitality Service when the Unexpected Happens Lessons Learned from the Blackout of'03." *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, S. 46, s. 13-39.
- Kwun, J. W., & Oh, H. (2004). "Effects of Brand, Price, and Risk on Customers' Value Perceptions and Behavioral Intentions in the Restaurant Industry." *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, C.11, S.1, s. 31-49.
- Lee, C. K., Yoon, Y. S., & Lee, S. K. (2007). "Investigating the Relationships Among Perceived Value, Satisfaction, and Recommendations: The Case of the Korean DMZ." *Tourism management*, C.28, S.1, s. 204-214.
- Lee, J. W., ve McKibbin, W. J. (2004). "Estimating the Global Economic Costs of SARS. In Learning from SARS: Preparing for the Next Disease Outbreak: Workshop Summary." *Washington, DC: National Academies Press*.
- Lin, C. H., & Wang, W. C. (2012). "Effects of Authenticity Perception, Hedonics, and Perceived Value on Ceramic Souvenir-repurchasing Intention". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, C.29, S.8, s. 779-795.
- Lippert, J. F., Furnari, M. B., & Kriebel, C. W. (2021). "The Impact of the Covid-19 Pandemic on Occupational Stress in Restaurant Work: A Qualitative Study." *International Journal of Environmental Research and Public Health*, C.18, S.19, s. 10378.
- Lockey D. J., MacKenzie R., Redhead J., Wise D., Harris T., Weaver A., & Davies G. E. (2005). "London bombings July 2005. The Immediate Pre-hospital Medical Response." *Resuscitation*, C.66, S.2, s.9-12.
- Macit, A.ve Macit, D. (2020). "Türk Sivil Havacılık Sektöründe Covid-19 Pandemisinin Yönetimi." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, C.7, S.4, s. 100-116.

- Maital, S., & Barzani, E. (2020). "The Global Economic İmpact of Covid-19: A Summary of Research." *Samuel Neaman Institute for National Policy Research*, s.1-12.
- Malhotra R., & Venkatesh U. (2009). "Pre-crisis Period Planning: Lessons for Hospitality and Tourism." *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, S. 1, s. 66-74.
- Maphanga, P. M., & Henama, U. S. (2019). "The Tourism İmpact of Ebola in Africa: Lessons on Crisis Management." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, C.8, S.3, s. 1-13.
- Marafa, L. M., & Tung, F. (2004). "Changes in Participation in Leisure and Outdoor Recreation Activities Among Hong Kong People During the SARS Outbreak." *World Leisure Journal*, C.46, S.2, s. 38-47.
- Martensen, A., & Grønholdt, L. (2008). "Children's İnfluence on Family Decision Making." *Innovative Marketing*, C.4, S.4.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, Economic, Physical and Social İmpacts*. Longman.
- McKibbin, W.J. & Fernando, R., (2020). *The Global Macroeconomic İmpacts of Covid-19: Seven Scenarios*. CAMA Working Paper. (Erişim Tarihi: 19.10.2021).
- McKinsey (2020), <https://www.mckinsey.com/tr/our-insights> (Erişim Tarihi: 22.10.2021).
- McSweeney, B., McSweeney, W., & Bill, M. (1999). Security, İdentity and İnterests: A Sociology of İnternational Relations (No. 69). *Cambridge University Press*.
- MEGEP, (2012). *Tüketici Davranışı Modelleri*. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Mekinc, J., & Cvikl, H. (2013). "The Structure of Security and Safety Crises in Tourism." *Journal of Tourism & Services*, S.4.
- Mendoza C. A., Brida J. G., & Garrido N. (2012). "The İmpact of Earthquakes on Chile's İnternational Tourism Demand." *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, S. 4, s. 48-60.

- Min, J. C., Kung, H. H., & Liu, H. H., (2010). "Interventions Affecting Air Transport Passenger Demand in Taiwan." *African Journal of Business Management*, C.4, S.10, s. 2121-2131.
- Mitchener, K. J. & Weidenmier M. D. (2007), "The Baring Crisis and the Great Latin American Meltdown of the 1890s." *The Journal of Economic History*, C.68, S.2, s. 462- 500.
- Mouchtouri V., Anagnostopoulou R., Samanidou-Voyadjoglou A., Theodoridou K., Hatzoglou C., Kremastinou J., & Hadjichristodoulou C. (2008). "Surveillance Study of Vector Species on Board Passenger Ships, Risk Factors Related to Infestations." *BMC Public Health*, C.8, S.1, s. 100.
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*.
- Mucuk, İ. (2006). *Pazarlama İlkeleri*. Türkmen Kitabevi, 15. Basım, İstanbul.
- Murphy, P. E., & Enis, B. M. (1986). "Classifyin Pproducts Strategically." *Journal of Marketing*, C. 50, s. 24-42.
- Mutlu, Ç., ve Akbaş, Z. (11). "11 Eylül Saldırıları Üzerinden Uluslararası Terörün Turizme Etkisi: Türkiye Örneği." *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.6, S.2, s. 1-14.
- Nagaj, R., & Žuromskaitė, B. (2020). "Security Measures as a Factor in the Competitiveness of Accommodation Facilities." *Journal of Risk and Financial Management*, C.13, S.5, s. 99.
- Nazneen, S., X. Hong & Ud Din, N. (2020). "COVID-19 Crises and Tourist Travel Risk Perceptions." *SSRN Electronic Journal*.
- Nolte, K. (2020). "Pandemie-und Seuchengeschichte Als Pflegegeschichte." *NTM Zeitschrift für Geschichte der Wissenschaften, Technik und Medizin*, C.28, S.2, s. 203-210.
- Odabaşı, Y. (1996). "Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi." *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi*.

- Odabaşı, Y. (2012). *Tüketici Davranışları* (1. b.). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişim Yönetimi*. MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Odabaşı, Y., ve Gülfidan, B. (2007). *Tüketici Davranışı*, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Oh, H. (1999). "Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective." *International journal of hospitality management*, C.18, S.1, s. 67-82.
- Okumuş, A., (2013). *Tüketici Davranışı Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım*. Türkmen Yayıncılık, İstanbul.
- Orel, D., F., ve İlgar, M., (2003), *Turizmde Hizmet Pazarlaması ve Türkiye Açısından Rusya Pazarı*, 1. Baskı, Karahan Kitabevi, Adana.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). "Habit and Intention in Everyday Life: The Multiple Processes by Which Past Behavior Predicts Future Behavior." *Psychological bulletin*, C.124, S.1, s. 54.
- Oysul, F. G., ve Bakır, B. (2015). *Orta doğu solunum sendromu-MERS*. Türkiye Klinikleri J Public Health-Special Topics, 1(3), ss. 46-52.
- Ozili, P. K., ve Arun, T. (2020). *Spillover of Covid-19: Impact on the Global Economy*. Available at SSRN 3562570.
- Öner, A. (2020). "Hz. Ömer Döneminde Yaşanan Amvâs Vebası." *İSTEM*, s. 145-168.
- Özcan, C. C. (2013). *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi*. Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Özdamar, K., (1999). *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi-1*. Kaan Kitabevi, 2. Basım, Eskişehir.
- Özdere S., S. (2021), *Türkiye'deki Salgın Hastalıkların Türk Ekonomisine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Özel, Ç. H. (2014). *Turizmin Sosyo-kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği*.

- Özer, L., ve Gülpınar, S. (2005). “Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma.” *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, C.1, s.49-65.
- Öztürk, İ., ve Tankuş, E. (2020). “COVID-19’un Potansiyel Turist Profili Oluşturan Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkilerinin Çözüm Önerileri Perspektifinde Değerlendirilmesi.” *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.21, S.2, s. 103-121.
- Pamuk, Ş. (2020). “Tarihte Küresel Salgınlar ve İktisadi Sonuçları.” *Sarkaç Bülten*, 9 Nisan 2020. <https://sarkac.org/2020/04/tarihte-kuresel-salginlar-ve-iktisadi-sonuclari/> (Erişim: 10.12.2020).
- Papatya, N. (2005). “Tüketici Davranışları ile İlgili Motivasyon Modelleri: Bir Perakende İşletmesinde Temizlik ve Kişisel Bakım Ürünlerine Bağlı Bir Araştırma.” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.10, S.1, s. 221-240.
- Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997). “Modelling the Relationship Between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business-to-business, Services Context: An Empirical Examination.” *International Journal of service Industry management*.
- Pearce, D. (1991). *Tourist Development*, Longman, London.
- Pekpak, H. E. (2012). “Kıyı Alanlarında Turizm Odaklı Mekansal Gelişim: Lara örneği.” *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara*.
- Petrack, J. F. (2004). “First Timers’ and Repeaters’ Perceived Value.” *Journal of Travel Research*, C.43, S.1, s. 29-38.
- Pettigrew, T. F. ve Tropp L. R. (2008). “How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators.” *European Journal of Social Psychology*, 38(6), 922-934. <https://doi.org/10.1002/ejsp.504>
- Pflum, M. (2020). “So Long, Minibar: How the Coronavirus Will Change Hotel Stays”. NBC Universal. Retrieved April 25, 2020, from <https://www.nbcnews.com/business/consumer/so-long-minibarhow-coronavirus-changing-your-hotel-stay-n1180226> (Erişim Tarihi: 12.09.2022)

- Poel, D. V. D., & Leunis, J. (1996). "Perceived Risk and Risk Reduction Strategies in Mail-order Versus Retail Store Buying." *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, C.6, S.4, s. 351-371.
- Polat, E. (2017). "Genç Bireylerin Turistik Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Balıkesir Kent Merkezinde Bir Araştırma." *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, C.3, S.2, s. 234-250.
- Polat, S. A., ve Polat, S. (2014). "Yabancı Turistlerin Müşteki Mağdur Olarak Müdahil Oldukları Asayiş Suç Türlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, C.11, S.1.
- Polat, Y., Yanıkoğlu, A., ve Çetin, H. (2017). "İklim Değişikliğinin Diversinek Kaynaklı Hastalıklar." *Anadolu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi Yaşam Bilimleri ve Biyoteknoloji*, C.6, S.2, s. 2-8.
- Powers, T. L., Jack, E. P., & Choi, S. (2018). "Price and Quality Value Influences on Retail Customer Satisfaction and Loyalty." *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, S.31, s.21-39.
- Prideaux B. (2004). "The Need to Use Disaster Planning Frameworks to Respond to Major Tourism Disasters." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, S.15, s. 281-298.
- Rahimizhian, S., & Irani, F. (2020). "Contactless Hospitality in a post-Covid-19 World. ahead-of-print (ahead-of-print)" *International Hospitality Review*. doi: 10.1108. IHR-08-2020-0041.
- Rassy, D., & Smith, R. D. (2013). "The Economic Impact of H1N1 on Mexico's Tourist and Pork Sectors." *Health economics*, C.22, S.7, s.824-834.
- Reid-Cunningham, A. R. (2008). "Maslow's Theory of Motivation and Hierarchy of Human Needs: A Critical Analysis." *Unpublished thesis, School of Social Welfare, University of California Berkeley*.
- Reisinger, Y. (2010). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Routledge.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı*. Detay Yayıncılık, 3. Baskı, İstanbul.

- Riedel, S. (2005). "Edward Jenner and the History of Smallpox and Vaccination." *In Baylor University Medical Center Proceedings*, C.18, S.1, s. 21-25. Taylor ve Francis.
- Ring, A., Shriber, M., & Horton, R. L. (1980). "Some Effects of Perceived Risk on Consumer Information Processing." *Journal of the Academy of Marketing Science*, C.8, S.3, s. 255-263.
- Rodgers, W. H. (1969). Consumer Behavior as Risk Taking; A New Model and New Hypotheses. *Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology*.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). "The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions." *International journal of contemporary hospitality management*.
- Sabbatani, S., & Fiorino, S. (2009). "La Peste Antonina E il Declino Dell'Impero Romano." *Ruolo Della Guerra Partica E Della Guerra Marcomannica Trail*, S. 164, s. 261-275.
- Sanburn, Josh (2010), *The Third Plague Pandemic*, TIME, Tuesday, Oct. 26. 2010 https://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2027479_2027486_2027498,00.html (Erişim Tarihi: 12.04.2021)
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). "Perceived Value of the Purchase of a Tourism Product." *Tourism management*, C.27, S.3, s. 394-409.
- Sánchez-Fernández, R., & Iniesta-Bonillo, M. Á. (2007). "The Concept of Perceived Value: A Systematic Review of the Research." *Marketing theory*, C.7, S.4, s.427-451.
- Santana G. (2004). "Crisis Management and Tourism." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, S. 15, s.299-321.
- Sarioğlu, M., & Yakup, D. (Eds.). (2021). *Güncel Turizm Çalışmaları II*. Akademisyen Kitabevi.

- Sarıtaş, A., ve Karagöz, Ş. (2017). “Sosyal Medya Kullanımının Tüketici Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Örneği.” *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.6, S.17.
- Satıcı, Ö. (1998). “Tüketici Pazarları ve Alıcı Davranışları Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler.” *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.*
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behavior*. Indi: Prentice Hall.
- Schmoll, G.A. (1977). *Tourism Promotion*. London: Tourism International Pres.
- Searle, M. S. (2000). “Is Leisure Theory Needed for Leisure Studies”. *Journal of Leisure Research*, C.32, S.1, s. 138-142.
- Seçilmiş, C. (2009). “Turistlerin Kişisel Değişkenlerinin Güvenlik Algılamalarındaki Rolü”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.30, s.152-166.
- Sertkaya, B. ve Seher, B. (2021). “Covid-19 Salgınının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri: Riskler ve Olası Seneryolar.” *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.11, S.21, s. 147-167.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. John Wiley & Sons.
- Sharpley R., & Craven B. (2001). “The 2001 Foot and Mouth Crisis. Rural Economy and Tourism Policy İmplications: A Comment. ” *Current Issues in Tourism*, S. 4, s. 527-537.
- Sheng-Hshiung, T., Gwo-Hshiung, T., & Kuo-Ching, W. (1997). “Evaluating Tourist Risks From Fuzzy Perspectives.” *Annals of Tourism Research*, C.24, S.4, s. 796-812.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). “Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values.” *Journal of business research*, C.22, S.2, s. 159-170.
- Sigala, M. (2020). “*Tourism and COVID-19: İmpacts and İmplications For Advancing and Resetting İndustry and Research.*” *Journal of Business Research*, S. 117, s. 312-321.

- Smith, R. D. (2006). "Responding to Global Infectious Disease Outbreaks: Lessons from SARS on the Role of Risk Perception, Communication and Management". *Social Science & Medicine*, C.63, S.12, s.3113-3123.
- Snell, M. (2019). "*The Sixth-Century Plague.*" *ThoughtCo*, Feb, 11, 2020.
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. (2010). *Consumer Behaviour A European Perspective*. Prentice Hall.
- Sorokowski, P., Groyecka, A., Kowal, M., Sorokowska, A., Białek, M., Lebeda, I. & Karwowski, M. (2020), "Information About Pandemic Increases Negative Attitudes Toward Foreign Groups: A Case of COVID-19 Outbreak." <https://doi.org/10.31234/osf.io/j23vt>
- Soylu, Ö. B. (2020). "Türkiye Ekonomisinde COVID-19'un Sektörel Etkileri." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, C.7, S.6, s.169-185.
- Sperling W., Biermann T. (2009). "Influenza H1N1 and the World Wide Economic Crisis: A Model of Coherence" *Medical Hypotheses*, S.73, s.664-666.
- Stanbury J., Pryer M., & Roberts A. (2005). "Heroes and Villains Tour Operator and Media Response to Crisis: An Exploration of Press Handling Strategies by UK Adventure Tour Operators." *Current Issues in Tourism*, S.8, s. 394-423.
- Stenseth, N. C. (2008). *Plague through history*.
- Stepan, N. (1978). "The Interplay Between Socio-economic Factors and Medical Science: Yellow Fever Research." *Cuba and the United States. Social studies of science*, C.8, S.4, s. 397-423.
- Stephan, W., G., Coe, & W., S., (2000), *An Integrated Threat Theory of Prejudice, Reducing Prejudice and Discrimination*. (Ed. Stuart Oskamp), Psychology Press, 1, Routledge.
- Stone, R. N., & Grønhaug, K. (1993). "Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline." *European Journal of Marketing*, C.27, S.3, s. 39-50.
- Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2020). "Untact: Customer's Acceptance Intention Toward Robot Barista in Coffee Shop." *Sustainability*, C.12, S.20, s. 8598.
- Sürme, M. (2020). "*Turizm ve COVID-19.*" İKSAD Yayınevi, Adıyaman.

- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale." *Journal of retailing*, C.77, S.2, s. 203-220.
- Şahin, B. G., ve Akballı, E. E. (2019). "Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Yöntem Analizi." *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, C.1, S.1, s.43-85.
- Şahin. Y. (2020). "COVID-19'un Küresel Ekonomiye Etkileri. Covid-19 Salgınının Ekonomi, Güvenlik, Demokrasi ve Temel Haklar, Brexit, Tarım, Ticaret, Çevre ve İklim, Sosyal Politikalar Üzerindeki Etkileri." *İktisadi Kalkınma Vakfı*, s.7-10.
[https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020\(1\).pdf](https://www.ikv.org.tr/images/files/COVID19%20de%C4%9Ferlendirme%20notu%20nisan2020(1).pdf) (Erişim Tarihi: 14.11.2021)
- Şanlı, K. (2010). "İnfluenza Virüsü ve Domuz Gribi." *İstanbul Kanuni Sultan Süleyman Tıp Dergisi (IKSST)*, C.2, S.1, s. 4-12.
- Şanlı, O. (2020). "Keynesyen Model Bağlamında COVID-19 Pandeminin Küresel Ekonomiye Muhtemel Etkileri ABD ve Çin Ekonomileri Üzerine Bir Araştırma." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, C.7, S.5, s. 597-634.
- Şen Demir, Ş. (2010). "Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki: Turistler Üzerine Bir Araştırma." *Yayımlanmış Doktora Tezi Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir*.
- Şimşek, A. T. (2008). "Turizm Pazarlamasında Turistik Tüketici Davranışları Açısından Tatil Satın Alma Sürecinin Özellikleri ve Alanya Üzerinde Bir Uygulama." *Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul*.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020a). *Halk sağlığı genel müdürlüğü, Covid-19 (Sars, CoV-2 Enfeksiyonu) rehberi, bilim kurulu çalışması*.
<https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/> COVID-19_Rehberi.pdf. (Erişim Tarihi: 10.04.2020).

- T.C. İçişleri Bakanlığı (2020). *Koronavirüs Salgını ile Mücadele Kapsamında Lokantalarla İlgili Ek Genelge*. <https://www.icisleri.gov.tr/koronavirus-salgini-ile-mucadele-kapsaminda-lokantalarla-ilgili-ek-genelge> . (Erişim Tarihi: 12.09.2021)
- T.C. İçişleri Bakanlığı (2021). 81 İl valiliğine kademeli normalleşme tedbirleri genelgesi. <https://www.icisleri.gov.tr/81-il-valiligine-kademeli-normallesme-tedbirleri-genelgesi-gonderildi> (Erişim Tarihi: 17.04.2021)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Kontrolörler Kurulu Başkanlığı, (2020). <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/72812,genelge8pdf.pdf?0> (Erişim Tarihi: 03.08.2020)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/Resim/324950,yeni-istatistik2019jpg.png?0> (Erişim Tarihi: 08.08.2020)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020), Turizm istatistikleri genel değerlendirme raporu. <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0> (Erişim Tarihi s. 08.08.2020)
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020a), “Ebola”, www.seyahatsagligi.gov.tr/site/HastalikDetay/Ebola (Erişim Tarihi: 06.08.2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020b). *Covid-19 salgın yönetimi ve çalışma rehberi, bilim kurulu çalışması*. <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66393/covid-19-salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi.html> (Erişim Tarihi: 09.08.2020).
- T.C. Ticaret Bakanlığı, yıllara göre ihracat, ithalat, dış ticaret hacmi ve dış ticaret dengesi (2019-2021), <https://ticaret.gov.tr/data/5d63d89d13b8762f7c43a738/2-Aylara%20Gore%20Dis%20Ticaret.pdf> (Erişim Tarihi: 11.09.2020)
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı, <https://www.dhmi.gov.tr/Sayfalar/Istatistikler.aspx> (Erişim Tarihi: 14.09.2020)
- Tabachnik, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Allyn & Bacon Pearson Education.

- Tatem A. J. (2009). "The Worldwide Airline Network and the Dispersal of Exotic Species: 2007-2010." *Ecography*, S. 32, s.94-102.
- Tavukçu, S. (2020). "Salgın Hastalıkların Tetiklediği Dünya Tarihindeki Güç ve Düzen Değişiklikleri."
- Taylor, S., Landry, C. A., Paluszek, M. M., Fergus, T. A., McKay, D., & Asmundson, G. J. (2020). "Development and Initial Validation of the COVID Ttress Scales." *Journal of anxiety disorders*, S. 72.
- Temel, M. K., ve Ertin, H. (2020). "1918 Grip Pandemisi Kıssasından COVID-19 Pandemisine Hisseler." *Anatolian Clinic The Journal Of Medical Sciences*, 25(Special Issue on COVID 19), ss. 63-78.
- TGA (2021). *Konaklama Hizmetleri Kategorisi*. <https://www.tga.gov.tr/search-hotel-category/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Deniz turizmi Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/deniz-turizmi-tesisleri/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Kış Turizmi Mekanik Hat Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/sertifikali-kis-turizmi-mekanik-hatlar-tesis/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Kültür, Sanat ve Kongre Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/sertifikali-kultur-sanat-ve-kongre-tesisleri/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Temalı Park Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/sertifikali-temali-parklar/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Tur ve Araç Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/search-transport/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA (2022). *Yiyecek-içecek Tesisleri Kategorileri*. <https://tga.gov.tr/search-cafe-category/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TGA, (2021a). *Güvenli Turizm Hakkında*. <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)

- TGA, (2021b). *Güvenli Turizm Kriterleri*. <https://www.tga.gov.tr/guvenli-turizm-programi-belgelendirme-kriterleri/> (Erişim Tarihi: 22.07.2022)
- TUIK (2022). *Turizm Gelir Oranları*. <https://data.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 08.08.2021)
- TUIK, (2019). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Labour-Force-Statistics-2019-33784> (Erişim Tarihi: 08.08.2021)
- TUIK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek-Ekim---Aralik,-2020-37180> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Agustos-2020-33792> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2021-45645> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Subat-2020-33863> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2021). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Donemsel-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-IV.-Ceyrek-Ekim-Aralik-2021-45548> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2021). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Subat-2021-37380> (Erişim Tarihi: 08.08.2021).
- TUIK, (2021). Konaklama Türü, Geceleme Sayısı ve Ortalama Geceleme Sayısına Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1> (Erişim Tarihi: 08.08.2021)
- TUIK, (2022). Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1> (Erişim Tarihi: 08.08.2021)
- TUIK, (2022). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Subat-2022-45791> (Erişim Tarihi: 08.08.2021)

- TÜBA (2020). “Covid-19 pandemi değerlendirme raporu. Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.” *TÜBA Raporları*, S. 34, ISBN. 978-605-2249-43-7, Ankara.
- Türk, A., Bingöl, B. A., ve Rengin, A. K. (2020). “Tarihsel Süreçte Yaşanan Pandemilerin Ekonomik ve Sosyal Etkileri.” *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), ss. 612-632.
- Türkmenadağ, T., ve Köroğlu, A. (2018). “Algılanan Değerin Marka Kişiliği Üzerine Etkisi.” *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, C.14, S.4, s. 1121-1146.
- TÜRSAB (2020a), “Covid-19 sürecinde dünya ve Türkiye turizmi değerlendirmesi.” <https://www.tursab.org.tr/assets/uploads/arastirmalar/covid-19-surecinde-turkiye-ve-dunya-turizmi.pdf> (Erişim Tarihi: 10.08.2021)
- TÜRSAB (2020b), *Covid-19 sonrası nasıl bir dünya bizi bekliyor.* <https://www.tursab.org.tr/#> (Erişim Tarihi: 10.08.2021)
- TÜRSAB (2020c), <https://www.tursab.org.tr/duyurular/seyahat-acentalarina-yonelik-covid-19-kapsaminda-alinacak-onlem-ve-tavsiyeler-2> (Erişim Tarihi: 10.08.2021)
- Uğur, G. N. ve Akbıyık, A. (2020). “Impacts of COVID-19 on Global Tourism Industry: A Cross-regional Comparison.” *Tourism Management Perspectives*, S. 36, s.1-13.
- UN (1960), “World Economic Survey 1959, United Nations Department of Economic and Social Affairs.” s.1-250. New York, <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-and-social-survey-1959/> (Erişim Tarihi: 11.08.2021)
- UN (2020), “World Economic Situation and Prospects as of Mid-2020.” httpS://www.un.org/development/desa/dpad/wpcontent/uploads/sites/45/publication/WESP2020_MYU_Report.pdf (Erişim Tarihi: 11.08.2021)
- United Nations, (2020). “COVID-19 and Tourism Assessing the Economic Consequences.” United Nations Conference on Trade and Development.

- Unumeri, G. O., & Ayo, H. T. (2013). *Perception and conflict*.
- Unur, K. (2000). "Turizm-Terörizm İlişkisi ve Türkiye Örneği." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C.11, S.2, s. 169-177.
- UNWTO (2021b). <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (Erişim Tarihi: 10.08.2021)
- UNWTO (2022). <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> tuist varışları UNwTO 2022 (Erişim Tarihi: 11.08.2021)
- UNWTO (2022a). https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-01/220118-Barometersmall.pdf?_PBIQdr4u_qM0w56.l0NpfGPzylGu6Md (Erişim Tarihi: 11.08.2021)
- UNWTO (2022c), <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (Erişim Tarihi: 12.08.2021)
- USA Today. (2020). "Meet Pepper and Whiz: Japan Debuts Robots at Hotels to Look After Coronavirus Patients." USA Today. Retrieved June 30, 2020, from <https://www.usatoday.com/story/travel/hotels/2020/05/01/coronavirus-hotel-robots-japan-debuts-tech-overflow-patients/3065881001> (Erişim Tarihi: 16.11.2022)
- Uzkurt, C. (2007). "Müşteri Değeri ve Tatmininin Satın Alım Sonrası Gelecek Eğilimlere Etkisi Üzerine AAmpririk Bir Çalışma." *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.17, S.1, s. 25-43.
- Uzluk, F. N. (1948). "Cholera Asiaticanın Epidemii Tarihi Üstüne Bir Araştırma." *Türk Ljiyen ve Tecrübi Biyoloji Dergisi*, C.8, S.1, s. 7-36.
- Ünlüöner, K., ve Çeti, B. (2019). "Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi." *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, C.22, S.2, s.109-128.
- Ünsar, A. S., Ayşegül, İ., ve Yürük, P. (2010). "Çalışma Hayatında Motivasyon ve Kişiyi Motive Eden Faktörler: Bir Alan Araştırması." *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.12, S.1, s. 248-262.

- Üste, A. N. (2020). "Dünya Sağlık Örgütü'nün 6. Evre Pandemi Uyarısı ve Uluslararası Sistemin Evrilme Olasılığı." *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.18, S.2, s.370-379.
- V. Assche, A., & Lundan, S. (2020). "From the Editor: COVID-19 and International Business Policy." *Journal of International Business Policy*, C.3, S.3, s.273-279.
- Velasco González, K., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). "Prejudice Towards Muslims in the Netherlands: Testing integrated threat theory." *British Journal of Social Psychology*, C.47, S.4, s.667-685.
- Walker. A. (2020). "Koronavirüs: Dünya Ticaret Örgütü Bu Yıl Küresel Ticarete Büyük Daralma Bekliyor." <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52221192> (Erişim Tarihi: 09.09.2021)
- Wang, M. D., & Jolly, A. M. (2004). "Changing Virulence of the SARS Virüs: The Epidemiological Evidence." *Bulletin of the World Health Organization*, S. 82, s. 547-548.
- Ward, C., & Berno, T. (2011). "Beyond Social Exchange Theory: Attitudes Toward Tourists." *Annals of tourism research*, C.38, S.4, s. 1556-1569.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S. & Liu, F. (2020). "Covid-19: Potential Effects on Chinese Citizens Lifestyle and Travel." *Tourism Review*.
- Westbrook, R. A. (1987). "Product/consumption-based Affective Responses and Postpurchase Processes." *Journal of marketing research*, C.24, S.3, s. 258-270.
- Wha, Jong-Lee & Warwick J. McKibbin (2004), *Learning from SARS: Preparing for the next disease outbreak*, içinde "Estimating The Global Economic Costs of SARS", Edt: Stacey Knobler, Adel Mahmoud, Stanley Lemon, Alison Mack, Laura Sivitz, and Katherine Oberholtzer, The National Academies Press, s. 91-109.
- WHO (2020). Konaklama Tesisleri Önlemleri. <https://www.who.int/publications/i/item/operational-considerations-for-covid-19-management-in-the-accommodation-sector-interim-guidance> [who konaklama önlemleri 2020](https://www.who.int/publications/i/item/operational-considerations-for-covid-19-management-in-the-accommodation-sector-interim-guidance) (Erişim Tarihi:07.04.2021).

- WHO (2020a). *About Pandemic Phases*. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/communicable-diseases/influenza/data-and-statistics/pandemic-influenza/about-pandemic-phases> (Erişim Tarihi: 08.09.2021) .
- WHO (2020b). *Konaklama sektöründe COVID-19 yönetimi için operasyonel hususlar, geçici rehberlik*. <https://www.who.int/publications/i/item/operational-considerations-for-covid-19-management-in-the-accommodation-sector-interim-guidance> (Erişim Tarihi: 08.09.2021).
- WHO, (2018). *Managing epidemics: key facts about major deadly diseases*. Luxembourg: World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/272442> (Erişim Tarihi: 08.09.2021)
- WHO. (2020). *Frequently asked questions*. World Health Organization. Retrieved, <https://www.who.int/about/who-we-are/frequently-asked-questions> (Erişim Tarihi: 08.09.2021).
- Wilkie, W. L. (1975). “New Perspectives for Consumer Information Processing Research.” *Communication Research*, C.2, S.3, s.216-231.
- Williams, P., & Soutar, G. (2006). Customer value, at Satisfaction and Intentions. *Some insights from adventure tourism*.
- Woodall, T. (2003). “Conceptualising ‘value for the customer’: An Attributional, Structural and Dispositional Analysis.” *Academy of marketing science review*, C.12, S.1, s. 1-42.
- Woodruff, R. B. (1997). “Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage.” *Journal of the academy of marketing science*, C.25, S.2, s.139-153.
- WTCC, (2020b), *Global Economic Report*. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (Erişim Tarihi: 15.09.2021)
- WTCC, (2021a). *Global Economic Impact and Trends* <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (Erişim Tarihi: 15.09.2021).

WTTC, (2020c). <https://wttc.org/COVID-19/SafeTravels-Global-Protocols-Stamp>
(Erişim Tarihi: 22.07.2022).

WTTC, (2021b). <https://wttc.org/News-Article/WTTCs-ground-breaking-Safe-Travels-stampreachesits250thdestination#text=WTTC%2C%20which%20has%20continually%20been%20stamp%2C%20just%20eight%20months%20ago> (Erişim Tarihi: 22.07.2022).

Yamane, T. (2001). Temel Örnekleme Yöntemleri. (Çev: Alptekin Esin, M. Arif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel). Literatür Yayınları, İstanbul.

Yaraş, E. (2008). “Tüketicilerin Fiyat Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma.” *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, s. 282-300.

Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). “Covid-19 Salgın Döneminde Otellerin Pazarlama Stratejileri: Kuşadası Örneği.” *BMIJ*, C.8, S.3, s. 3328-3358.

Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz, H. (1999). “Toplumsal Kültür Farklılıklarının Uluslararası Pazarlama Uygulamalarına Etkileri.” *Pazarlama Dünyası Dergisi*, C.13, S.75, s. 38-42.

Yolun, M. (2012). “İspanyol Gribinin Dünya ve Osmanlı Devleti Üzerindeki Etkileri.” *Doktora Tezi, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman*.

Yükselen, C. (2007). *Pazarlama İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar*. Detay Yayıncılık, Ankara.

EKLER

Ek 1.

1. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Konaklama Hizmetleri Kriterleri”

A. Zorunlu Uygulamalar Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Otel bünyesinde, bulaşma önlemleri ve hijyen standartlarının adaptasyonu ve doğrulamalarını gerçekleştirmek üzere yetkilendirilmiş bir personel mevcut mu?		
2	Otel bünyesindeki tüm departman ve birimler için süreçlerini etkiler hijyen uygulamalarını kapsar prosedürlere ilişkin protokoller hazırlanmış mı?		
3	Tüm prosedür ve protokoller destekler şekilde, periyodik izleme formları ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
4	Oluşturulan kayıt sistematigi işletmede etkin şekilde kullanılıyor mu?		
5	Kayıtlar belirli periyodlarda doğrulamaya tabi tutuluyor mu?		
6	Gerçekleştirilen doğrulamalarına istinaden gerekli hallerde aksiyon alınması sağlanıyor mu?		
7	Sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?		
8	Tesisteki tüm ünitelerinin girişinde olası yığılmalar dikkate alınarak yerlerin işaretlenmesiyle sosyal mesafeyi belirten düzenlemeler yapılmış mı?		
9	Sosyal mesafe kuralları uygulama şartlarında aynı odada kalan (Aile vb.) kişiler grup olarak dikkate alınıyor mu?		
10	İşletme bünyesinde Sağlık Bakanlığı onaylı alkol bazlı el antiseptiği veya dezenfektanı mevcut mu?		
11	Ortak kullanım alanlarında alkol bazlı el antiseptiği veya dezenfektanı bulunuyor mu?		
12	İşletme bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik temel eğitimler planlanıyor mu?		
13	İşletme bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede öngörülen plana istinaden eğitimler gerçekleştiriliyor mu?		
14	Otelin departman yöneticileri toplantılarının telekonferans ve çalışanlara yönelik eğitim programlarının uzaktan eğitim (e-eğitim) metoduyla yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler oluşturulmuş mu?		
15	Hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili eğitimler veriliyor mu?		
16	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin personel alanları ve genel alanlarda yazdırılabilir duvar şemaları hazırlanarak asılmış mı?		
17	Hazırlanan duvar şemalarının en az 3 dilde çevirisi yapılmış mı?		
18	Kapalı oteller için yeniden faaliyete açılma protokolü hazırlanmış mı?		
19	Tesis bünyesinde koruyucu kıyafet ve ekipman ile tesis girişinde talep edilmesi halinde maske hazır bulunduruluyor mu?		
20	Misafirlere, resepsiyonda Covid-19 ile hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile misafirlerin uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?		

21	Ünitelerden sorumlu yöneticiler temizlik uygulamalarını düzenli olarak kayıt altına alıyor mu?		
22	Turizm konaklama işletmesinde kullanılan tüm tesisat ve donanımların (enerji, ısıtma, havalandırma, iklimlendirme ekipmanları, bulaşık, çamaşır makineleri, buzdolapları, asansörler vb.) koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması bir plan dahilinde sağlanıyor mu?		
23	Dışarıdan yüzde yüz temiz hava almayan merkezi mekanik havalandırma/klima sistemlerinin çıkış ağzlarına yeterli kapasitede uv cihazları takılmış mı? Merkezi havalandırma/klima sistemi bulunmayan tesislerinin kapalı genel mahallerinde, mahallin metreköpüne uygun sayıda ve güçte mobil hepa filtreli (EN 1822 standardına göre test edilmiş H13 veya H14 filtre) hava temizleyiciler kullanılıyor mu?		
24	Klima/Havalandırma sistemlerinin bakımları düzenli olarak yapılıyor mu? Filtreleri düzenli olarak değiştiriliyor mu?		
25	Gerekli hallerde mekanların doğal havalandırması yapılıyor mu?		
26	Misafirlerin ve çalışanların tesise girişlerinde ve çalışanların tesisten çıkışlarında termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu?		
27	Ölçümlenen vücut sıcaklığı kayıtları doğrulamaya tabi tutuluyor mu?		
28	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar tanımlı mı?		
29	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar kayıt altına alınıyor mu?		
30	Gıda Güvenliği ve Hijyeni konusunda, Satın Alma, Mal Kabul, Depo, Mutfak ve Gıda üretimi ve sunumundaki tüm departman yöneticileri alınan önlemler ve süreçler konusunda periyodik değerlendirme toplantıları gerçekleştiriliyor mu?		
31	Çalışanların ilgili STK'lardan (TÜROB, TÜROFED, TÜRİYD vb) veya MEB'den onaylı hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?		
32	İşletme içi dükkânlar ve mağazaların gerekli hijyen kurallarına adaptasyonu sağlanmış mı?		

B. Misafirin Otele Girişi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Misafirin otele giriş işlemleri, sosyal mesafe konusunda bilgilendirilmesi, bulaşık riski dikkate alınarak misafirin valiz ve/veya eşyalarının kendisi veya bellboy tarafından taşınacağına ilişkin bilgilendirmeye (otel yönetimleri, pandemi süresince bellboy hizmeti sunma konusunda bireysel karar verecektir) yönelik protokol hazırlanmış mı?		
2	Otele giriş işlemleri esnasında alınacak tüm aksiyonlara dair ilgili bölüm personelleri bilgilendirmeye haiz mi?		
3	Misafir kullanımı için resepsiyon bölgesinde alkol bazlı el antiseptiği /dezenfektanı, koruyucu ekipmanlar vb. bulunduruluyor mu?		
4	Misafirlerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları, online ödeme vb. yöntemler tercih ediliyor mu?		
5	Oda kartı veya anahtarı, havlu kartı, kalem, resepsiyon zili vb. ekipmanların kullanım tekrarı olması durumunda dezenfeksiyonu gerçekleştirilerek uygun şekilde muhafazası sağlanıyor mu?		

C. Personel için Alınacak Önlem ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Personelin kullanması gereken koruyucu ekipmanların düzenli ve yeterli temini sağlanıyor mu?		
2	Koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirimler gerçekleştiriliyor mu?		
3	Görevli personelin süreçlere yönelik eğitim, motivasyon ve psikolojik destek kayıtları şahsi dosyalarında kayıt altına alınmış mı?		
4	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler mevcut mu?		
5	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında alkol bazlı el antiseptiği /dezenfektanı vb. malzemelerin varlığı mevcut mu?		
6	Personel işe alımlarında sağlık kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		

D. Genel Alanlarda Düzenlemeler**a) Yatak Odaları**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Odalardaki su ısıtıcıları, televizyon ve klima kumandaları her misafir otelden ayrıldığında dezenfekte ediliyor mu?		
2	Odalarda tek kullanımlık (şampuan, sabun, duş bonesi gibi) malzemelerin kullanılması için düzenleme yapılmış mı?		
3	Odalarda tercihen tek kullanımlık servis malzemeleri (bardak, tabak, çatal bıçak takımları) kullanılıyor mu veya tekrar kullanıma sunulan servis malzemelerinin günlük olarak bulaşık makinasında yıkanması sağlanıyor mu?		

b) Mutfaklar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Mutfaklar, otel yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik protokolüne sahip mi?			
2	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?			
3	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre alınan kayıtlar doğrulanıyor mu?			
4	Temizlik doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
5	Gıda girdi kabul, hazırlık, işleme ve servis-sunum proses basamaklarına istinaden uygulanması gereken gıda güvenliği gereklilikleri tanımlı mı?			
6	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri kayıt altına alınıyor mu?			
7	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu? (Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)			
8	Gıda güvenliği doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
9	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?			
10	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?			

Tablonun devamı				
11	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında sıcaklık ve gerekli hallerde nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
12	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
13	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya doğrulama işlemi uygulanıyor mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
14	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddelerin bulunmaması sağlanmış mı?			
15	Her gün yeterli miktarda şahit numune alınıyor mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
16	Şahit numunelerin etiket bilgileri mevcut mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
17	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?			
18	Mutfaklar içerisinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?			
19	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?			
20	Mutfaklarda çalışan personellerin; takı, taşı alyans veya herhangi bir aksesuar taşımaması sağlanmış mı?			
21	Mutfaklarda çalışan personelinin mutfığa girişleri kontrol altında mı? (İş Kıyafetleri ve Hijyen Ekipmanları Kullanımı)			
22	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?			
23	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?			
24	Mutfaklarda kullanılan ekipmanlar yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?			
25	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler için herhangi bir tanımlı alan mevcut mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
26	Yıkılmış ekipmanlarda gıda/deterjan vb. kalıntılarının oluşması önleyecek uygulamalar var mı?			
27	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?			
28	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular hakkında Yönetmelik” te belirtilen koşulları sağlıyor mu? <i>(Şehir şebekesi harici su kullanımı için sorgulanır)</i>			

c) Yeme-İçme Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Masalar arası en az 1,5 metre, sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?			
2	Yeme & İçme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?			
3	Ortak kullanımda olan çay/kahve makinası, sebil, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya misafirlere bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?			

Tablonun devamı				
4	Yemek Masaları ve mobilyalarının, masa üstü ekipmanlarının (tek kullanımlık olanlar hariç) alkol bazlı ürünler ile temizlikleri her müşterinin kullanımı sonrasında gerçekleştiriliyor mu?			
5	Masa üzerinde el antiseptiği veya yüzde yetmiş alkol içeren mendil/sıvı bulunuyor mu?			
6	“Açık Büfe” uygulamasının sürdürülmesi durumunda, büfede bulunan yiyeceklerin misafirler tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik bir cam siperlik bulunuyor mu? Açık büfenin duvara montajlı olması halinde, görevli personelin servis yapmasına olanak sağlayacak bir alan bırakılarak, büfeye misafirin doğrudan ulaşımını engelleyici şekilde servis bankosu düzenlemesi bulunuyor mu? Önlemler dahilinde bir görevli tarafından istenen yiyeceklerin misafire verilmesi sağlanıyor mu?			
7	Misafirlerin ve personelin ulaşabileceği alanlarda alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı vb. malzemelerin varlığı mevcut mu?			

d) Yüzme Havuzları ve Plajlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Havuz suyundaki klor seviyesinin açık havuzlarda 1-3 ppm, kapalı havuzlarda 1 ile 1,5 ppm arasında tutuluyor mu? Periyodik olarak kayıt altına alınıyor mu?			
2	Periyodik olarak ölçümlenen klor seviyeleri kayıt altına alınıyor ve doğrulanıyor mu?			
3	Klor seviyesine dair kayıtların doğrulanmasına istinaden kabul edilen aralıklar haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
4	Havuz ve plaj çevresinde tuvaletler, duş ve soyunma kabinleri için öngörülen temizlik ve dezenfeksiyon faaliyetleri kayıt altına alınıyor mu?			
5	Havuz ve plaj çevresinde gerçekleştirilen temizlik kayıtlarının doğrulanmasına istinaden gerekli hallerde ilave aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
6	Havuz ve plaj çevresinde şemsiyeler sosyal mesafe kurallarına uygun olarak düzenlenmiş mi? Sabit gölgelik düzenlemesi varsa şezlonglar arası sosyal mesafe kurallarına uygun olarak düzenlenmiş mi?			

e) Fitness Salonları ve SPA

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Sauna, Hamam, Buhar Banyosu gibi alanların, misafir tarafından kullanım süresi en çok 30 dakika ile sınırlandırılarak sonrasında en az 15 dakika alanın temizlenmesi için düzenleme yapılıyor mu?			
2	Salonu giriş çıkış saatleri ile kişi sayısı sınırlandırması düzenlemesi yapılıyor mu?			
3	İlgili alanları kullanan misafirler kayıt altına alınıyor mu?			
4	İlgili alanlarda el antiseptiği veya dezenfektanı bulunuyor mu?			
5	SPA içerisinde uygun hava kalitesi sağlanıyor, nem oranı kontrol altına alınıyor mu?			
6	İlgili alanda kullanılan malzemelerin (kese, sabun, duş jeli, şampuan vb.) mümkün mertebe tek kullanımlık olması sağlanıyor mu?			

Animasyon Salonları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Animasyon programında kapasite uyarısı yapılıyor mu?			
2	Alanlara girişte veya aktivite alanlarında ulaşılabilir halde alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı bulunduruluyor mu?			

f) Mini Kulüp

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Mini kulübün sosyal mesafe planı hazırlanarak, kapasitesi belirlenmiş mi?			
2	Rezervasyonlu sistemle sosyal mesafe planına uygun kapasitede çocuk kabulü yapılıyor mu?			
3	Kapalı ve açık alan etkinliklerinde sosyal mesafenin korunmasına yönelik düzenleme var mı?			
4	Girişte çocukların ateşi ölçülerek kayıt altına alınıyor mu?			
5	38 derece ve üstü çıkanların aileleri bilgilendirilerek kulüpten alınması ve bir sağlık kuruluşuna yönlendirilmesi sağlanıyor mu?			
6	Konusunda eğitimli personel bulunuyor mu?			
7	COVID-19 önlemleri dahil genel sağlık ve hijyen kuralları ile uyulması gereken kuralları çocukların yaş gurubuna uygun açıklayan görsel/yazılı panolar asılı mı?			
8	Giriş ve çıkışlarda çocukların erişimi olmayacak şekilde el antiseptiği bulunduruluyor mu?			
9	Personel tarafından çocukların giriş ve çıkışta el antiseptiği kullanımı sağlanıyor mu?			
10	Mini kulübün tüm kapalı mekanları saat başı en az 10 dakika havalandırılıyor mu?			
11	Tüm oyuncaklar, hobi malzemeleri ve benzerleri temizliği kolay, silinebilir veya yıkanabilir malzemelerden üretilmiş mi veya tek kullanımlık mı?			
12	Oyuncakların, hobi malzemeleri ve çocukların yoğun temasta bulunduğu yüzeylerin grup kullanımlarından sonra su ve deterjanla temizliği ve ardından uygun malzeme ile hijyeni sağlanıyor mu?			
13	Sağlık ve hijyen konusunda eğitici/bilgilendirici etkinlikler yapılıyor mu?			
14	Daha çok açık hava etkinlikleri içeren ve bulaş riski daha düşük olan etkinlik programı mevcut mu?			
15	Çocukların tuvalet kullanımı dahil sık sık ellerini sabunla yıkamaları sağlanıyor mu?			

E. Güvenlik

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Güvenlik departmanına ait süreçlerin, otelin diğer departmanları ile koordinasyonu sağlanmış mı?			
2	Misafirin x-ray cihazı harici elle aranmasının minimuma indirilmesi için elle aranması gerekirse, maske, her arama için tek kullanımlık eldiven, yüz koruyucu ekipman kullanılması ve sonrasında ellerin yıkanması veya temizlenmesine yönelik süreçler belirlenmiş mi?			
3	Mevcut tahliye, acil durum planları ve risk yönetimi süreçleri pandemi dikkate alınarak yeniden düzenlenmiş mi?			

Tablonun devamı				
4	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?			

F. Otel Taşıtları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtlara ait koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin temizliği her servis öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Vale hizmetinin verilmesi halinde, çalışan ve misafir güvenliğine ilişkin gerekli önlemler alınmış mı?			

G. Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlara dışarıdan kesinlikle ziyaretçi, akraba, arkadaş kabul edilmemesi konusunda düzenleme ve önlemler alınmış mı?			
2	Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlarda, personel transferlerinde sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler ve diğer hijyen önlemleri alınmış mı?			

H. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Otel yönetimi tarafından atık yönetimi konusunda tüm süreci takip etmek üzere bir görevli atanmış mı? (50 oda ve altı kapasitedeki konaklama tesislerinde aranmaz)		
2	“Atık Yönetimi”, otel yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu? (50 oda ve altı kapasitedeki konaklama tesislerinde aranmaz)		
3	Atık Yönetimi altında alınan kayıtlar yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu? (50 oda ve altı kapasitedeki konaklama tesislerinde aranmaz)		
4	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, önlük, cerrahi maske) kullanıyor mu?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Tıbbi ve evsel atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak Belediye veya Lisanslı kuruluşlar tarafından bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		
7	Çöp odaları varsa gerekli temizlik ve ilaçlama periyodik olarak yapılıyor mu?		

İ. Haşere ve Zararlılarla Mücadele

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Haşere ve Zararlılarla Mücadele, otel yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Haşere ve Zararlılarla Mücadele uygulamaları yetkin personel tarafından doğrulanıyor ve gerekli hallerde aksiyonlar alınıyor mu?		

Tablonun devamı			
3	Haşere ve Zararlılarla Mücadele konusunda sorumlu personel belirlenmiş mi?		
4	Personel, uygulama gerçekleştirmesi esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, cerrahi maske, bone, yüz/göz koruyucu siperlik, çizme, tulum) kullanıyor mu?		
5	Haşere ve Zararlılar ile Mücadele dosyasında hizmet sağlayıcıya ait İşletme Pest Kontrol Planı, Servis Sorumlusu Sertifikaları, MSDS'ler, Resmi Evraklar (Mesül Müdür, Hizmet Yeterlilik vb.), Hizmet Sözleşmesi, Sigortalar mevcut mu?		
6	Atık su kanalları (drenajlar) kolay temizlenebilir, zararlı (haşere, kemirgen vb) girişini, koku çıkışını ve atık sıvıların geri basmalarını önleyecek şekilde düzenlenmiş mi?		

J. Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	İşletmenin Satın Alma, Mal Kabul ve Depolama faaliyetleri konusunda izlenecek tüm süreç otel yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor, ilgili yönetici tarafından izleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?			
2	Satın Alma, Mal Kabul ve Depolama faaliyetleri esnasında alınan kayıtlar doğrulanıyor mu?			
3	Satın Alma, Mal Kabul ve Depolama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
4	Bu bölümde görev yapan çalışanlar kişisel koruyucu ekipman kullanıyor mu?			
5	Otel bünyesinde gıda ürünlerinin tedarığı ve üretimini yapan birimlere, geçici olarak giren tedarikçiler, bakım elemanları, mal getiren şoförler vb. kişilerin, işletme çalışanlarıyla herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?			
6	Satın alınan malların tedarikçiden depoya ulaşıncaya kadar izlediği süreçte, mallara en az insan teması yapılması için gerekli önlemler alınmış mı?			
7	Satın Alma birimi tarafından yapılan alımlar öncelikle lisanslı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasında mı tercih ediliyor?			

K. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?		
3	Misafirlerin otele girişte veya konaklamaları sırasında herhangi bir hastalık belirtileri göstermeleri halinde (öksürme, halsizlik, yüksek ateş vs.) personelin müdahale planı hakkında bilgisi var mı?		
4	Konaklama tesisi içerisinde acil durumlarda izolasyon alanları belirlenmiş mi?		

Tablonun devamı			
5	Misafir COVID-19 teşhisi konulması ve Sağlık Kuruluşunca hastanede tedavisi gerekmediğinin belirlenmesi halinde, tesiste konaklamaya devam ettiği süre boyunca, aynı aileden olan veya birlikte konakladığı kişiler dahil, misafirin izolasyon odalarında konaklayacağına ve odanın dışına çıkamayacağına ilişkin yazılı olarak bilgilendirilme formu hazırlanmış mı?		
6	COVID-19 teşhisi konulmuş ve Sağlık Kuruluşunca hastanede tedavisi gerekmediği belirlenen misafirlere yönelik, 50 misafir odasına kadar 1 adet, 51-100 misafir odası için 2 adet, 101-150 misafir odası için 3 adet, 151-200 misafir odası için 4 adet, 201-250 misafir odası için 5 adet, 251-300 misafir odası için 6 adet, 301-350 misafir odası için 7 adet, 351-400 misafir odası için 8 adet, 401-499 misafir odası için 9 adet, 500 ve üzeri misafir odası için 10 adet misafir izolasyon odası olmak üzere, toplam oda kapasitesine uygun sayıda misafir izolasyon odaları belirlenmiş mi? (50 oda ve altı konaklama tesislerinde, kapasitenin düşük olması ve fiziksel imkân bulunmaması nedeniyle ayrı bir izolasyon odası düzenlenememesi halinde misafir kendi odasında izole edebilir)		
7	50 oda üzeri konaklama tesislerinde düzenlenen misafir izolasyon odalarının, diğer misafir odaları ile en az temasta olacak şekilde, aynı kat/aynı blokta düzenlenmiş olması, düzenlendikleri kat veya blokta normal misafir odalarının bulunmaması veya ikişer misafir odası boş bırakılacak şekilde bir uçta toplanarak koridorda fiziksel ayırım (kapı/duvar vb) sağlanmış mı?		
8	COVID-19 teşhisi konulmuş misafirle aynı aileden olan veya aynı odada konaklayan ancak hastalık teşhisi bulunmayan misafirlerin de COVID_19 teşhisi konulan misafirden ayrı bir misafir izolasyon odasında konaklamasına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?		
9	Misafir izolasyon odalarında konaklayan misafirlerin, konaklama sözleşmelerine uygun olarak odalarından çıkmaksızın yiyecekiçecek sevişi ve oda temizlik hizmeti almalarına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?		
10	İzolasyona alınmış misafire servis/kat hizmetinin misafirin konaklaması sonlanıncaya kadar aynı personeller tarafından hizmet verilmesi ve bu süre boyunca diğer misafirlere hizmet verilmemesi yönünde protokol belirlenmiş mi? İzolasyona alınmış misafire servis/kat hizmeti verecek personeller belirlenmiş mi? İzolasyon servis personellerinin çalışma koşulları, ek hizmet bedelleri, koruyucu ekipmanları, misafire yaklaşım mesafesi ve koşulları, servis öncesi ve sonrası uygulayacakları kişisel temizlik ve hijyen kurallarının da yer aldığı 'izolasyon personeli protokolü' hazırlanmış mı ve sözleşmeleri yapılmış mı? (50 oda altı konaklama tesislerinde sözleşme zorunlu değildir)		
11	İzolasyon servis personeline ayrı hijyen ve sağlık eğitimi verilmiş mi? Personelin sık sık sağlık durumları izleniyor mu?		
12	Misafir izolasyon odalarına servis/kat hizmeti veren personelin maske, koruyucu sperlik ve her kullanımdan sonra değiştirilmek üzere tek kullanımlık eldiven kullanması, kıyafetlerini tamamen değiştirmesi veya koruyucu tek kullanımlık kıyafet giymesi ile öncesi ve sonrası kişisel hijyen uygulamalarına ve her kullanımdan sonra tek kullanımlık kıyafet, eldiven ve maskenin bertarafına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?		
13	Misafir izolasyon odalarının kullanımdayken havlu, çarşaf gibi tekstil ürünlerinin ve servis bulaşıklarının ayrı toplanması ve diğer misafir kirlipleri ile temas ettirilmeksizin en az 60 derecede yıkanması temizlik şartları arasında belirtilmiş mi?		
14	İzolasyon alanlarının kullanımı ve tahliyesi sonrası anında temizlik şartları belirlenmiş mi?		
15	İzolasyon alanlarına dair tariflenen temizlik uygulamaları kayıt altına alınıyor ve doğrulanıyor mu?		
16	İzolasyon alanlarında gerçekleştirilen temizlik doğrulamalarına istinaden gerekli hallerde aksiyon alınıyor mu?		

Tablonun devamı			
17	Çalışanlar kendilerinde Covid-19 şüphesi duyduklarında veya hastalık belirtileri gösterdiklerinde durumu işyeri ilgili yöneticisine bildiriliyor mu?		
18	Covid-19 ile ilişkili semptomları olan (ateş, öksürük ve/veya nefes darlığı) veya Covid-19 testi pozitif olan çalışanlar hakkında Sağlık Bakanlığı ALO 184 Koronavirüs Danışma Hattı'na ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ne bilgi veriliyor mu?		
19	Covid-19 teşhisi konulan misafirin odasındaki nevresim, çarşaf havlu gibi tüm tekstil malzemesi ayrı ayrı poşetlere konularak çamaşırhane veya otel dışında çamaşır yıkama hizmeti alınan firmaya iletilerek bu ürünlerin diğer malzemelerden ayrı olarak yıkanması sağlanıyor mu?		

L. Tabela, Logo, Sertifika ve QR

(2. Denetimden itibaren EVET/HAYIR sütunlarını işaretleyerek doldurunuz.)

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	1. Denetim
1	Güvenli Turizm Tabelası kurallara uygun şekilde yapılmış ve tesis girişine asılmış mı?			
2	Güvenli Turizm logosu ve QR'ı kurallara uygun şekilde hazırlanmış ve görünür şekilde asılmış/yapıştırılmış mı?			
3	Güvenli Turizm sertifikası kurallara uygun şekilde tesis girişine asılmış mı?			

M. Covid-19 Testi ve Numune Alma İşlemleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	50 oda ve üzeri kapasitede olan konaklama tesislerinde, ikamet adresi yurtdışında olan misafirlerin talebe bağlı olarak covid-19 testi yaptırabilmelerinin, numune almak için eğitim almış sağlık personeli ile sağlanması veya numune almak için yetkin bir sağlık kuruluşu ile anlaşmalı olarak hizmet vermeleri sağlanmış mı? Numune alınan misafirler için izleme kayıtları tutuluyor mu?		
2	Numune alma işleminin tesiste yapılıyor olması halinde, işletme tarafından her türlü hijyen ortamı, kişisel koruyucu ekipman ve tıbbi atıkların diğer atıklardan ayrı bertarafı için gerekli tedbirler alınmış mı?		
3	Tesiste numune alma işlemlerinin koordinasyonundan sorumlu, ilgili kurum ve kuruluşlarla irtibat halinde olacak irtibat kişisi belirlenmiş mi? İrtibat kişilerinin İl Kültür ve Turizm ile İl Sağlık Müdürlüklerine adları ve iletişim bilgileri bildirilmiş mi?		
4	İrtibat kişilerinin, tesiste pozitif vaka çıkması halinde izleyecekleri protokol hazırlanmış mı? (Protokol pozitif vakayı ilgili İl Sağlık Müdürlükleri ile İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerine bildirmek, misafiri sağlık kuruluşuna yönlendirmek ve izolasyon sürecini yönetmek konularını içerir)		
5	İkamet adresi yurtdışında olan misafirlere, talepleri halinde, covid19 testini ücretli olarak test merkezleri, havalimanları veya konaklama tesislerinde yaptırabileceklerine, çalışma saatlerine, testin içeriği, süresi ve test sonucu hakkında bilgilendirme ile ülkelerine dönüşte covid-19 testi zorunluluğu bulunan misafirlere, gecikmelere veya yaşanabilecek yoğunluğa maruz kalmamak için yolculuklarından 48 saat önce test yaptırmalarına, sonucu pozitif çıkan misafirlerin ise konakladıkları tesisin yönetimine, havalimanlarında ise danışma birimlerine hemen bilgi vermeleri gerektiğine ilişkin, tesise girişte ve odalarında olmak üzere, biri Türkçe en az iki yabancı dilde yazılı bilgilendirme yapılıyor mu? Aynı bilgilendirme yazısında, test yaptırılacak yerlerin isim ve adres bilgileri ile test ücretinin havalimanları ve konaklama tesislerinde 30 Euro, test merkezlerinde ise 250 Türk Lirası olduğu belirtiliyor mu?		

N. Kayak Odaları ve Mekanik Hatlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Kayak odalarında sosyal mesafe planına uygun misafir sayısı belirlenmiş mi? Çakışmaları önlemek amacıyla kayak odası kullanım periyodları düzenlenmiş mi?			
2	Emanet dolaplarının sosyal mesafe kuralına uygun kullanımı sağlanmış mı? Konakladığı sürece aynı dolabın aynı misafir tarafından kullanımı sağlanıyor mu?			
3	Her misafirin kiralama süresi sona erdikten sonra yeni misafirin kullanımı için emanet dolapları, kayak takımları, baton, kayak ayakkabıları, board ve ayakkabılar temizlik, bakım ve hijyen sağlanarak kullanıma hazır hale getiriliyor mu?			
4	Telesiyej, teleski gibi mekanik hatlar iniş ve binış noktalarında olası yığılmaları engellemek için sosyal mesafe kurallarına uygun bekleme alanı düzenlenmiş mi?			

2. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Kriterleri”**A. Zorunlu Uygulamalar Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	İşletme bünyesinde, bulaşma önlemleri ve hijyen standartlarının adaptasyonu ve kontrollerini gerçekleştirmek üzere yetkilendirilmiş bir personel mevcut mu?			
2	Sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?			
3	İşletmelerin açık ve kapalı alanlarındaki oyun alanları ve oyun odaları sık sık temizleniyor mu? Buralarda bulunan oyun grupları sık aralıklarla dezenfekte ediliyor mu? (Bu alanlarda oyun havuzu topları gibi sürekli silinmesi mümkün olmayan küçük materyaller bulundurulamaz.)			
4	Tesisteki tüm ünitelerin girişinde olası yığılmalar dikkate alınarak yerlerin işaretlenmesiyle sosyal mesafeyi belirten düzenlemeler yapılmış mı?			
5	İşletme bünyesinde Sağlık Bakanlığı onaylı alkol bazlı el antiseptiği mevcut mu?			
6	Ortak kullanım alanlarında Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği bulunuyor mu?			
7	İşletme bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede öngörülen plana istinaden eğitimler gerçekleştiriliyor mu?			
8	İşletmenin departman yöneticileri toplantılarının telekonferans ve çalışanlara yönelik eğitim programlarının uzaktan eğitim (e-eğitim) metoduyla yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler oluşturulmuş mu?			
9	Hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili eğitimler veriliyor mu?			
10	COVID-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin personel alanları ve genel alanlarda yazdırılabilir duvar şemaları hazırlanarak asılmış mı?			
11	Kapalı işletmeler için yeniden faaliyete açılma protokolü hazırlanmış mı?			
12	İşletme girişinde talep edilmesi halinde maske hazır bulunduruluyor mu?			
13	Misafirlere, işletmeye girişte COVID-19, hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile misafirlerin uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?			
14	Temizlik uygulamalarını düzenli olarak kayıt altına alınıyor mu?			

Tablonun devamı				
15	İşletmede kullanılan tüm tesisat ve donanımların (enerji, ısıtma, havalandırma, iklimlendirme ekipmanları, bulaşık, çamaşır makineleri, buzdolapları, asansörler vb.) koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması bir plan dahilinde sağlanıyor mu?			
16	Dışarıdan yüzde yüz temiz hava almayan merkezi mekanik havalandırma/klima sistemlerinin çıkış ağzlarına yeterli kapasitede uv cihazları takılmış mı? Merkezi havalandırma/klima sistemi bulunmayan tesislerinin kapalı genel mahallerinde, mahallin metrekübüne uygun sayıda ve güçte mobil hepa filtreli (EN 1822 standardına göre test edilmiş H13 veya H14 filtre) hava temizleyiciler kullanılıyor mu?			
17	Havalandırma filtreleri düzenli olarak değiştiriliyor mu?			
18	Fiziki şartlar mümkünse mekanların doğal havalandırması yapılıyor mu?			
19	Gıda Güvenliği ve Hijyeni konusunda, Satın Alma, Mal Kabul, Depo, Mutfak ve Gıda üretimi ve sunumundaki tüm departman yöneticileri alınan önlemler ve süreçler konusunda periyodik değerlendirme toplantıları gerçekleştiriliyor mu?			
20	Çalışanların ilgili STK/lardan onaylı (TÜROB, TUROFED, TURYİD vb) hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?			
21	İşletme içinde var ise dükkanlar ve mağazaların gerekli hijyen kurallarına adaptasyonu sağlanmış mı?			

B. Vale Hizmeti

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Valeler her araç teslim alma ve teslim etme hizmetinden önce ve sonra Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği ile ellerini temizliyor mu?			
2	Valeler bütün araçlara doğru şekilde maske takarak biniyor mu?			

C. Müşterilerin İşletmeye Girişi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Misafirin işletmeye giriş esnasında, sosyal mesafe konusunda bilgilendirilmesine yönelik protokol hazırlanmış mı?		
2	İşletmeye giriş işlemleri esnasında alınacak tüm aksiyonlara dair ilgili bölüm personelleri bilgilendirmeye haiz mi?		
3	Misafir kullanımı için giriş bölgesinde Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği, kişisel koruyucu ekipmanlar vb. bulunduruluyor mu? Misafirin girişte bu ekipmanı kullanması temin ediliyor mu?		
4	Misafirlerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları, online ödeme vb. yöntemler tercih ediliyor mu?		
5	Müşteri ödeme cihazına temas ettiğinde her ödeme sonrası cihaz dezenfaktan ile siliniyor mu?		

D. Personel için Alınacak Önlemler ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Personelin kullanması gereken kişisel koruyucu ekipmanların düzenli ve yeterli temini sağlanıyor mu?		
2	Kişisel koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirimler gerçekleştiriliyor mu?		

Tablonun devamı			
3	Personelin koruyucu ekipmanları kullanımı ve doğru kullanıp kullanılmadığı takip ediliyor, gerekli uyarılar yapılıyor mu?		
4	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler mevcut mu?		
5	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği mevcut mu?		

E. Genel Alanlarda Düzenlemeler

a) Mutfaklar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Mutfaklar, işletme yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik protokolüne sahip mi?		
2	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?		
3	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre kayıtlar alınıyor mu?		
4	Alınan kayıtlar kontrol edilip, aksiyon alınıyor mu?		
5	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile ve üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?		
6	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?		
7	Mutfaklarda depolama alanlarında sıcaklık ve bulunması halinde kuru depo alanlarında nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu?		
8	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?		
9	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya doğrulama işlemi uygulanıyor mu?		
10	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddelerin bulunması önlenmiş mi?		
11	Mutfaklarda yeterli miktarda şahit numune alınıyor mu ve gerekli etiket bilgileriyle 72 saat saklanıyor mu?		
12	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?		
13	Mutfaklar içerisinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?		
14	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?		
15	Mutfaklarda çalışan personellerin; takı, taşlı alyans veya herhangi bir aksesuar taşımaması sağlanmış mı?		
16	Mutfakta çalışan personelin iş kıyafetleri giymesi ve koruyucu tedbirler kapsamında eldiven, maske ve bone kullanmaları sağlanmış mı?		
17	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?		
18	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?		
19	Mutfaklarda kullanılan ekipmanların yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?		
20	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler herhangi bir şekilde tanımlanmış mı (etiket, ayrı bir alan vb.)?		
21	Yıkanmış ekipmanlarda gıda kalıntılarının oluşması önleyecek uygulamalar var mı?		
22	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?		
23	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular hakkında Yönetmelik” te belirtilen koşulları sağlıyor mu?		
24	Gıda üretiminde kullanılan buhar ve buz “İçilebilir nitelikteki sudan” elde ediliyor mu?		

Tablonun devamı			
24	Çapraz bulaşmayı önlemek için, işlem görmemiş (çiğ) gıda maddeleri ile hazırlanmış (pişmiş) gıdalar birbirlerinden ayrı yerlerde muhafaza ediliyor mu?		
25	Ambalajlı veya ambalajsız tüm gıda maddelerinin zeminle direkt temas etmemesini sağlayacak önlemler alınıyor mu?		

b) Yeme ve İçme Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Masalar arası en az 2 metre, yan yana sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?		
2	Yeme ve içme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?		
3	Ortak kullanımda olan çay/kahve makinası, sebil, içecek makinası ve benzeri cihazların gerekli dezenfeksiyon işlemleri yapılıyor mu?		
4	Yemek masaları ve mobilyalarının, masa üstü ekipmanlarının (tek kullanımlık olanlar hariç) temizlikleri her müşterinin kullanımı sonrasında gerçekleştiriliyor mu?		
5	Masa üzerinde Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği veya yüzde yetmiş alkol içeren mendil/sıvı bulunuyor mu?		
6	Açık büfe ve servis yemek düzeninde sosyal mesafe kuralları uygulanıyor mu?		
7	Misafirlerin ve personelin ulaşabileceği alanlarda Sağlık bakanlığı onaylı el antiseptiği mevcut mu?		

c) Lavabolar ve Tuvaletler

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tuvalet alanlarına girişte otomatik açılır kapı mevcut mu? Otomatik açılır kapı mevcut değilse kapıların kolları düzenli aralıklarla dezenfekte ediliyor mu?		
2	Tuvaletlerin zeminleri, klozetler, pisuarlar, lavabolar, musluk ve batarya başlıkları, kapı kolları sık sık temizlenip, dezenfekte ediliyor mu?		
3	Temizlik saatleri kayıt altına alınıyor mu? Denetimleri yapılıyor mu?		
4	Tuvaletlerde sabun, tuvalet kâğıdı, kağıt havlu gibi malzemeler eksiksiz bulunduruluyor mu?		
5	Tuvalet temizliği yapan personel maske ve gözlük veya siperlik kullanıyor mu?		

F. İşletme ve Taşıtlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtlara ait koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin temizliği her servis öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Taşıtların işletme bünyesinde bulunması durumunda, klima temizliği düzenli yapılıyor mu? Klimalar dışarıdan temiz hava alacak şekilde mi çalıştırılıyor?			

Tablonun devamı				
5	Taşıtlar havalandırılıyor mu?			
6	Servis şirketlerine personel servislerinde her çalışanın oturacağı koltuk belirlenmesi ve her seferde aynı koltuğa oturmalarının sağlanması hakkında bilgilendirme yapılmış mı?			
7	Vale hizmetinin verilmesi halinde, çalışan ve misafir güvenliğine ilişkin gerekli önlemler alınmış mı?			

G. Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	İşletmede bulunması durumunda, personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlara dışarıdan kesinlikle ziyaretçi, akraba, arkadaş kabul edilmemesi konusunda düzenleme ve önlemler alınmış mı?			
2	İşletmede bulunması durumunda, personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlarda, personel transferlerinde sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler ve diğer hijyen önlemleri alınmış mı?			

H. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Gıda atıkları; gıda bulunan ortamlarda birikmelerini engellemek için mümkün olduğunca hızlı ve mevzuatına göre hijyenik ve çevreye zarar vermeyecek şekilde uzaklaştırılıyor mu?		
2	Gıda atıkları; çöp kovaları gibi kapatılabilir kaplarda veya alternatif bir sistemle depolanarak toplanıyor ve bu sistemin temizlenmesi ve gerekli durumlarda dezenfeksiyonu yapılıyor mu?		
3	Atık Yönetimi altında alınan kayıtlar sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?		
4	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven ve önlük, cerrahi maske) kullanıyor mu?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak Belediye veya Lisanslı kuruluşlar tarafından bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		
7	Çöp odalarında gerekli temizlik ve ilaçlama periyodik olarak yapılıyor mu?		
8	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?		

İ. Haşere ve Zararlılarla Mücadele

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Haşere ve kemirgen kontrolü ile işletmelere girişini önlemek amacıyla uygun prosedürler uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Zararlı ile mücadele programı kapsamında, ilaçlama periyodik olarak yapılıyor veya bir ilaçlama firmasından destek alınıyor mu?		
3	İlaçlama işletme tarafından bizzat yapılıyor ise bu konuda gerekli eğitim almış bir personel tarafından gerçekleştirilip kayıt altına alınıyor mu?		
4	Dış mekâna açılan tüm boşluklar ile atık su kanalları (drenajlar) zararlı (haşere, kemirgen vb.) girişini, koku çıkışını ve atık sıvıların geri basmalarını önleyecek şekilde düzenlenmiş mi?		

J. Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Satın Alma, Mal Kabul ve Depolama faaliyetleri esnasında gerekli olan kontrol ve izlenebilirlik kayıtları (ürün adı, miktarı, sıcaklığı, fatura no'su vb.) tutuluyor mu?		
2	Bu bölümde görev yapan çalışanlar kişisel koruyucu ekipman (maske, eldiven, gözlük veya yüz siperliği) kullanıyor mu?		
3	İşletme bünyesinde gıda ürünlerinin tedariği ve üretimini yapan birimlere, geçici olarak giren tedarikçiler, bakım elemanları, mal getiren şoförler vb. kişilerin, işletme çalışanlarıyla herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?		
4	Satın alınan malların tedarikçiden depoya ulaşmaya kadar izlediği süreçte, mallara en az insan teması yapılması için gerekli önlemler alınmış mı?		
5	Satın Alma birimi tarafından yapılan alımlar öncelikle onaylı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasından mı tercih ediliyor?		

K. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?		

L. Tabela, Logo, Sertifika ve QR

(2. Denetimden itibaren EVET/HAYIR sütunlarını işaretleyerek doldurunuz.)

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	1. Denetim
1	Güvenli Turizm Tabelası kurallara uygun şekilde yapılmış ve tesis girişine asılmış mı?			
2	Güvenli Turizm logosu ve QR'ı kurallara uygun şekilde hazırlanmış ve görünür şekilde asılmış/yapıştırılmış mı?			
3	Güvenli Turizm sertifikası kurallara uygun şekilde tesis girişine asılmış mı?			

3. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Tur Araç Hizmetleri Kriterleri”**A. Zorunlu Uygulamalar, Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tur ve transfer araçlarının, Covid-19 pandemisi bulaşma önlemleri ve hijyen standartları uygulamaları, denetlemesi ve varsa eksikliklerin düzeltilmesi konusunda süreçleri yönetmek üzere, tam yetkili bir yönetici belirlenmiş mi?		
2	Araç içi kullanıma, bagajların aracın bagaj bölümüne alınmasına ve yolcu bagajlarının mümkün olduğunca birbirine temassız yerleştirilmesine ilişkin Covid-19 ve hijyen uygulamalarına yönelik plan hazırlanmış mı?		
3	Planın uygulamasına ilişkin izlenecek protokoller hazırlanmış mı?		
4	Temizlik ve hijyen için günlük denetim ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
5	Organik kirler ve diğer kirlenmelere uygulanacak temizlik ve hijyen kuralları ile kullanılacak ürünlerin standartları belirlenmiş mi?		
6	Araç içi oturma düzenine, araca binerken ve inerken aracın dışında ve içinde oluşabilecek sıraya ilişkin sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?		
7	Aracı sık sık havalandırmak amacıyla duruş ve havalandırma süreleri belirlenmiş mi?		
8	Her tur ve transfer için araca binecek misafirlerin kayıt altına alınması ve bu kayıtların saklanması prosedürleri hazırlanmış mı?		

Tablonun devamı			
9	Araç şoförü ve diğer görevli personele uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik olarak eğitim yapılıyor mu?		
10	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin araç içinde yazılı ve görsel panolar hazırlanarak uygun alanlara asılmış mı?		
11	Süreç ve tüm uygulamalar düzenli olarak kayıt altına alınıyor mu?		
12	Yöneticiler, şoförler ve diğer personel hijyen ve sağlık eğitimi almış mı?		
13	Acil durumlar halinde uygulanacak protokol, aranacak kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		

a. Araç İçi Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tur ve transfer araçlarının, Covid-19 pandemisi bulaşma önlemleri ve hijyen standartları uygulamaları, denetlemesi ve varsa eksikliklerin düzeltilmesi konusunda süreçleri yönetmek üzere, tam yetkili bir yönetici belirlenmiş mi?		
2	Araç içi kullanıma, bagajların aracın bagaj bölümüne alınmasına ve yolcu bagajlarının mümkün olduğunca birbirine temassız yerleştirilmesine ilişkin Covid-19 ve hijyen uygulamalarına yönelik plan hazırlanmış mı?		
3	Planın uygulamasına ilişkin izlenecek protokoller hazırlanmış mı?		
4	Temizlik ve hijyen için günlük denetim ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
5	Organik kirler ve diğer kirlenmelere uygulanacak temizlik ve hijyen kuralları ile kullanılacak ürünlerin standartları belirlenmiş mi?		
6	Araç içi oturma düzenine, araca binerken ve inerken aracın dışında ve içinde oluşabilecek sıraya ilişkin sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?		
7	Aracı sık sık havalandırmak amacıyla duruş ve havalandırma süreleri belirlenmiş mi?		
8	Her tur ve transfer için araca binecek misafirlerin kayıt altına alınması ve bu kayıtların saklanma prosedürleri hazırlanmış mı?		
9	Araç şoförü ve diğer görevli personele uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik olarak eğitim yapılıyor mu?		
10	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin araç içinde yazılı ve görsel panolar hazırlanarak uygun alanlara asılmış mı?		
11	Süreç ve tüm uygulamalar düzenli olarak kayıt altına alınıyor mu?		
12	Yöneticiler, şoförler ve diğer personel hijyen ve sağlık eğitimi almış mı?		
13	Acil durumlar halinde uygulanacak protokol, aranacak kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		
14	Aracın havalandırma ve klima tesisatının bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması sağlanıyor mu? Filtreleri sık sık değişiyor mu?		
15	Etkili bir dezenfeksiyon için öncelikle taşıttaki bütün yüzeyler tüm kirlere ve atıklardan arındırılıyor mu? Periyodik olarak yapılması ve kayıt altına alınması sağlanıyor mu?		
16	İzole bir alanda yeni bir tur veya transfer öncesi, Sağlık Bakanlığı onaylı ürünlerle aracın tamamının (bagaj bölümü dahil) temizlik ve dezenfeksiyonu sağlanıyor mu? Periyodik olarak yapılması ve kayıt altına alınması sağlanıyor mu?		
17	Araç içerisinde el temasının yoğun olduğu kapı kolları, dokunmatik ekranlar, kontrol panelleri, koltuk kenarları, koltuk yüzeyleri, emniyet kemeri tokası, direksiyon gibi yüzeyler her sefer sonrasında temizlik ve hijyeni yapılarak kayıt altına alınıyor mu?		
18	Aracı sık sık havalandırmak amacıyla duruş ve havalandırma süreleri belirlenmiş mi?		
19	Personel yolculuk esnasında servis yapılması halinde sosyal mesafeyi koruyor mu?		
20	Aracın düzenli bakımı yapılıyor mu?		

B. Personel için Alınacak Önlem ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Personelin her işe gelişlerinde vücut ısıları ölçülüyor mu?		
2	Personelin birlikte yaşadığı kişilerde Covid-19 hastası bulunup bulunmadığı sorgulanarak kayıt altına alınıyor mu?		
3	Şoför ve diğer personellerin aracı sürekli maske takarak kullanması/bulunması sağlanıyor mu?		
4	Şoför ve diğer personeller araca her binışinde el antiseptiği kullanıyor mu?		
5	Mümkün olduğunca aynı personelin aynı tur veya transfer sürecinde çalışması sağlanıyor mu?		
6	Personel, maske ve el antiseptiği kullanırken paketlerinde veya kutularında önerilen kullanım miktarlarını, sürelerini aşmamaları ve kullanım yöntemleri konusunda bilgi sahibi mi?		
7	Personelin eldiven kullanmaması konusunda bilgilendirilmiş mi? El hijyenini sık aralıklarla yapıyor mu?		
8	Personeli kişisel temizlik ve hijyenine özen göstermesi sağlanıyor mu? (Yemeklerden önce ve sonra, temizlik ve tuvalet kullanımları sonrasında ellerini düzenli olarak sabun ile en az 20 saniye süreyle akan suda yıkıyor ve sık sık el hijyenini sağlıyor mu?)		
9	Personel kullanım alanlarında el antiseptiği var mı?		
10	Ateş, öksürük, nefes darlığı ve benzeri şikâyeti olan personelin sağlık kuruluşlarına yönlendirilmesi yapılıyor ve durumu takip altına alınıyor mu?		
11	Personel kıyafetleri günlük olarak temizleniyor mu?		
12	Personelin kullanması gereken koruyucu ekipmanlar yeterli miktarda temin edilmiş mi/ediliyor mu?		
13	Koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirimler yapılmış mı?		
14	Aracın bakım, tamir ve temizliğini yapan ve araç personeli dışında mal tedariki sağlayan kişilerin, araç personeliyle herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?		

C. Yan Hizmet Uygulamaları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Satın Alma, mal kabul ve depolama işlemleri konusunda izlenecek tüm süreç yöneticiler tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor, ilgili yönetici tarafından denetleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?			
2	Araç içerisinde yeme-içme hizmeti verilmesi halinde kapalı paketlerde sunum yapılıyor mu?			
3	Yiyecek ve içecek servisinde tek kullanımlık ürünler (tabak, bardak, kaşık, çatal, peçete vb.) kullanılıyor mu?			
4	Mal alımları, lisanslı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasından mı tercih ediliyor?			

D. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Atık yönetimi konusunda süreci takip etmek üzere görevli bir personel atanmış mı?		
2	Atık Yönetimi, işletme tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
3	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven ve cerrahi maske) kullanıyor mu?		

Tablonun devamı			
4	Personele yaptıkları işlemlerden sonra kullanmak üzere el antiseptiği ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Tıbbi ve evsel atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		

E. Tabela, Logo, Sertifika ve QR

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	1. Denetim
1	Güvenli Turizm logosu ve QR'ı kurallara uygun şekilde hazırlanmış ve görünür şekilde asılmış/yapıştırılmış mı?			

3. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Sanat ve Kültür Merkezleri Hizmetleri Kriterleri”

A. Zorunlu Uygulamalar Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Kapalı tesisler için yeniden faaliyete açılma protokolü hazırlanmış mı?		
2	Tesis bünyesinde, bulaşma önlemleri ve hijyen uygulamaları, semptomlu, şüpheli personel veya ziyaretçi tespitinde alınacak önlemlere ilişkin “Eylem Planı” hazırlanmış mı?		
3	Tesis bünyesinde, “Eylem Planı”nı uygulamak ve denetlemek üzere yetkilendirilmiş bir personel mevcut mu?		
4	Tüm departman ve birimler için süreçlerini etkiler hijyen uygulamalarını kapsar prosedürlere ilişkin protokoller hazırlanmış mı?		
5	Tüm prosedür ve protokolleri destekler şekilde, periyodik izleme formları ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
6	Oluşturulan kayıt sistematigi işletmede etkin şekilde kullanılıyor mu?		
7	Yapılan kontrollere istinaden gerekli hallerde aksiyon alınması sağlanıyor mu?		
8	Tüm salonların, giriş holü, fuaye alanlarının, açık alan kullanımları dahil sosyal mesafe kurallarına göre kapasitesi belirlenerek planı hazırlanmış mı?		
9	Tüm ünitelerin girişinde olası yığılmalar dikkate alınarak yerlerin işaretlenmesiyle sosyal mesafeyi belirten düzenlemeler yapılmış mı? Sosyal mesafe planında belirtilen kapasite üzerinde katılımcı alınmamasına ve sosyal mesafeyi koruyarak bekletilmesine yönelik girişlerde tedbirler alınmış mı?		
10	Tesis bünyesinde ve ortak kullanım alanlarında Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği mevcut mu?		
11	İşletme bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik temel eğitimler veriliyor mu?		
12	Çalışanlara yönelik eğitim programlarının uzaktan eğitim (e-eğitim) metoduyla yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler oluşturulmuş mu?		
13	Hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili personele eğitimler veriliyor mu?		
14	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin personel alanları ve kullanıcılara yönelik genel alanlarda yazılı ve görsel panolar hazırlanarak uygun yerlere asılmış mı?		
15	Ünitelerden sorumlu yöneticiler temizlik uygulamalarını düzenli olarak kayıt altına alıyor mu?		

Tablonun devamı			
16	Tüm tesisat ve donanımların (enerji, ısıtma, havalandırma, iklimlendirme ekipmanları, bulaşık, çamaşır makineleri, buzdolapları, asansörler vb.) koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması bir plan dahilinde sağlanıyor mu?		
17	Dışarıdan yüzde yüz temiz hava almayan merkezi mekanik havalandırma/klima sistemlerinin çıkış ağızlarına yeterli kapasitede uv cihazları takılmış mı? Merkezi havalandırma/klima sistemi bulunmayan tesislerinin kapalı genel mahallerinde, mahallin metrekübüne uygun sayıda ve güçte mobil hepa filtreli (EN 1822 standardına göre test edilmiş H13 veya H14 filtre) hava temizleyiciler kullanılıyor mu?		
18	Klima/Havalandırma sistemlerinin bakımları düzenli olarak yapılıyor mu? Filtreleri düzenli olarak değiştiriliyor mu?		
19	Gerekli hallerde mekanların doğal havalandırması yapılıyor mu?		
20	Katılımcı ve personel için kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar tanımlı mı?		
21	Gıda Güvenliği ve Hijyeni konusunda, Satın Alma, Mal Kabul, Depo, Mutfak ve Gıda üretimi ve sunumundaki tüm departman yöneticileri alınan önlemler ve süreçler konusunda periyodik değerlendirme toplantıları gerçekleştiriliyor mu?		
22	Çalışanların ilgili STK'lardan onaylı hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?		

B. Genel Alanlarda Düzenlemeler

a) Toplantı, Konferans, Kongre, Gösteri Salonları ile Giriş Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Giriş alanlarında Covid-19 ile hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile katılımcılara uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?		
2	Tesis girişinde talep edilmesi halinde maske hazır bulunduruluyor mu?		
3	Katılımcıların tesise girişlerinde termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu, 38°C üzerinde çıkanlar kayıt altına alınıyor mu?		
4	Ödeme yapılması gereken durumlarda mümkün olduğunca temassız ödeme sağlanıyor mu?		
5	Salonlar ve fuaye alanlarında katılımcı ve personellerin maske kullanmaları sağlanıyor mu?		
6	Salonların kullanım amacına uygun olarak, salon girişlerinde veya salon içlerinde, salonların kullanımı ve kapasitesine yetecek sayıda el dezenfektanları bulunuyor mu? (Sergi, toplantı salonlarında salon içi ve girişinde bulunması, sinema, tiyatro, amfi düzenindeki salonlarda ise salon girişinde bulunması)		
7	Sosyal mesafe planına göre hazırlanmış kapasiteler fuayede veya salon alanı girişlerine asılmış mı?		
8	Sosyal mesafe planına göre oturma ve seyir düzeni sağlanmış mı? Oturma alanlarına, oturma alanları arasındaki dolaşım alanlarına yer ve koltuk işaretlemeleri yapılarak yönlendirme sağlanmış mı?		
9	Mikrofon, kumanda, kulaklık, genel kullanımdaki bilgisayar, faks, gibi ekipmanlar ile kürsü yüzeyi, koltuk, sandalye, masa gibi sık temas edilen yüzeyler salonu kullanan katılımcılar her değiştiğinde temizlenerek dezenfekte ediliyor mu?		
10	Tek kullanımlık (kalem, not defteri, bardak, tabak, çatal bıçak takımları vb.) malzemelerin kullanılması sağlanıyor mu ya da her kullanıcıdan sonra hijyen temizliği yapılıyor mu?		
11	Fuaye alanlarında uzun süreli kalışı önlemek için verilecek araların süreleri, birden fazla salonun aynı anda kullanıyor olması ve ortak fuaye alanına açılması halinde her salon için verilecek araların çakışmaları önleyecek süre aralarında düzenlenmesi planlanmış mı?		

Tablonun devamı			
12	Yemek verilmesi zorunlu organizasyonlarda, yığılmaları önlemek için kapasite belirlenerek, gruplar için süre araları ve yemek servisi süreleri belirlenmiş mi?		
13	Tesise giriş ve çıkışlarda yığılmaları önlemek için dolaşım yönleri ve süreleri düzenleniş mi? (Fiziki uygunluk varsa gidiş-dönüş işaretlemeleri de yapılması)		
14	Fuaye alanlarında oturma grupları varsa seyreltilerek, gruplar arası sosyal mesafe gözetilerek düzenlenmiş mi?		
15	Aynı grupla yapılan toplantılar sürecinse aynı personel ile hizmet verilmesine yönelik protokol düzenlenmiş mi?		
16	Asansörlerin girişlerine el antiseptiği konulmuş mu? Asansör kullanım kapasitesine ilişkin bilgilendirme yapılmış mı? Asansör içlerinde sosyal mesafe işaretleri mi bulunuyor mu?		
17	Fuaye ve giriş alanlarında eldiven ve maske atıkları için ayrı bir çöp kutusu bulunuyor mu?		
18	Tesis içinde sergi, sinema, tiyatro gibi salonlar var ise toplantı ve konferans salonları ile aynı hijyen ve sosyal mesafe kurallarına göre düzenlemeleri yapılmış mı? (Formda yer alan tüm kurallar geçerlidir)		
19	Tesis içinde satış amaçlı üniteler varsa gerekli hijyen ve sosyal mesafe kurallarına uygun olarak faaliyet gösteriyor mu?		
20	Vestiyer hizmeti bulunması halinde, her bir kullanıcıya temassız bir alan sağlanarak hizmet veriliyor mu?		
21	Sergi/müze/özen yeri gibi mahallerin kullanımında ziyaretçi girişleri döngüsel olduğu için, sosyal mesafe planında belirlenen kapasiteye ulaşıldığında girişlerde yeni ziyaretçi alınmasını engelleyici önlemler ile ziyaretçilerin girişlerde sosyal mesafe kurallına göre beklemelerine ilişkin yer işaretlemeleri yapılmış mı?		
22	Ürün tanıtımlarında ve dağıtımlarında (broşür, kitapçık gibi) ürünlerin poşetli olarak sunulması veya katılımcının erişimi engellenerek görevli personel tarafından verilmesi sağlanıyor mu?		
23	Organizatör firmaların personel ve operasyon anlamında Covid-19, hijyen ve sosyal mesafe dahil olmak üzere alınan önlemlere tesis içerisindeki tüm faaliyetleri boyunca uyacaklarına ilişkin protokol hazırlandı mı?		

b) Yeme ve İçme Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Masalar arası en az 2 metre, yan yana sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?			
2	Yeme ve İçme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?			
3	Ortak kullanımda olan çay/kahve makinası, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya katılımcılara bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?			
4	Yemek masaları ve sandalyeler, servis malzemeleri, şeker, tuz, baharat, peçete, menü gibi malzemelerin her misafir kullanımından sonra silinerek uygun şekilde Sağlık Bakanlığı onaylı dezenfektan ile temizliği ve dezenfeksiyonu sağlanıyor mu? Mümkünse tek kullanımlık şeker, tuz, baharat, peçete kullanılıyor mu?			
5	Masa üzerinde el antiseptiği veya yüzde yetmiş alkol içeren mendil/sıvı bulunuyor mu?			

Tablonun devamı				
6	“Açık Büfe” uygulamasının bulunması halinde, büfede bulunan yiyeceklerin katılımcılar tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik bir cam siperlik bulunuyor mu? Açık büfenin duvara montajlı olması halinde, görevli personelin servis yapmasına olanak sağlayacak bir alan bırakılarak, büfeye katılımcıların doğrudan ulaşımını engelleyici şekilde servis bankosu düzenlemesi bulunuyor mu?			
7	Katılımcıların ve personelin ulaşabileceği alanlarda el antiseptiği bulunuyor mu?			

c) **Mutfaklar**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Mutfaklar, işletme yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik protokolüne sahip mi?		
2	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?		
3	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre alınan kayıtlar doğrulanıyor mu?		
4	Temizlik doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?		
5	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?		
6	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?		
7	Mutfaklarda depolama alanlarında sıcaklık ve bulunması halinde kuru depo alanlarında nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu?		
8	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu?		
9	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya doğrulama işlemi uygulanıyor mu?		
10	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddelerin bulunmaması sağlanmış mı?		
11	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?		
12	Mutfaklar içerisinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?		
13	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?		
14	Mutfaklarda çalışan personellerin; takı, taşlı alyans veya herhangi bir aksesuar taşımaması sağlanmış mı?		
15	Mutfakta çalışan personelin iş kıyafetleri giymesi ve koruyucu tedbirler kapsamında eldiven, maske ve bone kullanmaları sağlanmış mı?		
16	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?		
17	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?		
18	Mutfaklarda kullanılan ekipmanların yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?		
19	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler herhangi bir şekilde tanımlanmış mı (etiket, ayrı bir alan vb.)?		

Tablonun devamı			
20	Yıkanmış ekipmanlarda gıda kalıntılarının oluşması önleyecek uygulamalar var mı?		
21	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?		
22	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular hakkında Yönetmelik” te belirtilen koşulları sağlıyor mu?		
23	Gıda üretiminde kullanılan buhar ve buz “içilebilir nitelikteki sudan” elde ediliyor mu?		
24	Çapraz bulaşmayı önlemek için, işlem görmemiş (çiğ) gıda maddeleri ile hazırlanmış (pişmiş) gıdalar birbirlerinden ayrı yerlerde muhafaza ediliyor mu?		
25	Ambalajlı veya ambalajsız tüm gıda maddelerinin zeminle direkt temas etmemesini sağlayacak önlemler alınıyor mu?		

d) Lavabo, Tuvaletler ve Genel Alan Temizlikleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tuvalet alanlarına girişte otomatik açılır kapı mevcut mu? Otomatik açılır kapı mevcut değilse giriş açık tutularak temassız giriş sağlanıyor mu?		
2	Tuvaletlerin zeminleri, klozetler, pisuarlar, lavabolar, musluk ve batarya başlıkları, kapı kolları sık sık temizlenip, dezenfekte ediliyor mu?		
3	Temizlik saatleri kayıt altına alınıyor mu? Denetimleri yapılıyor mu?		
4	El kurutma fanları kullanıma kapatılmış mı? El kurulamak için tek kullanımlık kâğıt havlular bulunduruluyor mu?		
5	Tuvaletlerde sabun, tuvalet kâğıdı, kâğıt havlu gibi malzemeler eksiksiz bulunduruluyor mu?		
6	Tuvalet temizliği yapan personel maske ve gözlük veya siperlik kullanıyor mu?		
7	El teması yoğun olan kapı kolu, yürüyen merdiven tirabzanları, asansör düğmesi gibi yüzeyler ile kullanımına ve malzemesine göre yer, duvar, döşeme kaplamalarının temizlik ve hijyeni için kullanılacak malzemeler ve periyodları belirlenmiş mi? Kontrol kayıtları tutuluyor mu?		

C. Personel için Önlem ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Sahnede yapılacak gösterilere yönelik sahne, kulis, sahne arkası gibi alanlar sosyal mesafe planına göre düzenlenmiş mi?		
2	Personelin çalışma alanına göre kullanması gereken koruyucu ekipmanlar (ofis çalışanı, servis elemanı, mutfak, temizlik personeli, şoför için ayrı ayrı) belirlenmiş mi? Personel kullanım alanları (soyunma odaları, duş, tuvalet, ofisler, kafe vb. sosyal mesafe planına göre düzenlenmiş mi?		
3	Personelin kullanması gereken koruyucu ekipmanların düzenli ve yeterli temini sağlanıyor mu?		
4	Koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirim ve eğitimler gerçekleştiriliyor mu?		
5	Görevli personelin süreçlere yönelik eğitim, motivasyon ve psikolojik destek kayıtları şahsi dosyalarında kayıt altına alınmış mı?		
6	Personel dinlenme ve sosyal alanları ile kulis alanlarında el antiseptiği vb. malzemeler bulunuyor mu?		
7	Personel işe alımlarında sağlık kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		

Tablonun devamı			
8	Personelin birlikte yaşadığı kişilerde Covid-19 hastası bulunup bulunmadığı sorgulanarak kayıt altına alınıyor mu?		
9	Personelin tesise girişlerinde ve çıkışlarında termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu, kayıt altına alınıyor mu? Personel giriş ve çıkış kayıtları temassız olarak sağlanıyor mu?		
10	Ateş, öksürük, nefes darlığı ve benzeri şikâyeti olan personelin sağlık kuruluşlarına yönlendirilmesi yapılıyor ve durumu takip altına alınıyor mu?		
11	Geçici hizmet alımı yapılan personelin veya etkinliği düzenleyen tarafın personelinin sağlık kontrolü sağlanıyor mu?		

D. Güvenlik

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Güvenlik departmanına ait süreçlerin, tesisin diğer departmanları ile koordinasyonu sağlanmış mı?		
2	Katılımcıların x-ray cihazı harici elle aranmasının minimuma indirilmesi için elle aranması gerekirse, maske, her arama için tek kullanımlık eldiven, yüz koruyucu ekipman kullanılması ve sonrasında ellerin yıkanması veya temizlenmesine yönelik süreçler belirlenmiş mi?		
3	Mevcut tahliye, acil durum planları ve risk yönetimi süreçleri pandemi dikkate alınarak yeniden düzenlenmiş mi?		

E. İşletme Taşıtları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda el antiseptiği, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtlara ait koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin temizliği her servis öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Taşıtların işletme bünyesinde bulunması durumunda, klima temizliği düzenli yapılıyor mu? Klimalar dışarıdan temiz hava alacak şekilde mi çalıştırılıyor?			
5	Vale hizmetinin verilmesi halinde vale hizmeti veren personel, her araç teslim alma ve etme hizmetinden önce ve sonra ellerini uygun antiseptik ile temizliyor mu, taşıtları maskeli olarak kullanıyor mu?			

F. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesis yönetimi tarafından atık yönetimi konusunda tüm süreci takip etmek üzere bir görevli atanmış mı?		
2	“Atık Yönetimi”, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
3	Atık Yönetimi altında alınan kayıtlar sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?		
4	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, önlük, cerrahi maske) kullanıyor mu?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak Belediye veya Lisanslı kuruluşlar tarafından bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		
7	Çöp odalarında gerekli temizlik ve ilaçlama periyodik olarak yapılıyor mu?		

Tablonun devamı			
8	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere el antiseptiği, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?		

G. Haşere ve Zararlılarla Mücadele

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Haşere ve zararlılarla mücadele, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Haşere ve zararlılarla mücadele konusunda sorumlu personel belirlenmiş mi?		
3	Haşere ve zararlılarla mücadele uygulamaları sorumlu—personel tarafından kontrol ediliyor gerekli hallerde aksiyonlar alınıyor mu?		
4	Personel, uygulama gerçekleştirmesi esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, cerrahi maske, bone, yüz/göz koruyucu siperlik, çizme, tulum) kullanıyor mu?		
5	Haşere ve zararlılar ile mücadele dosyasında hizmet sağlayıcıya ait İşletme Pest Kontrol Planı, Servis Sorumlusu Sertifikaları, MSDS'ler, Resmi Evraklar (Mesul Müdür, Hizmet Yeterlilik vb.), Hizmet Sözleşmesi, Sigortalar mevcut mu?		
6	Zararlı ile mücadele programı kapsamında, ilaçlama periyodik olarak yapılıyor veya bir ilaçlama firmasından destek alınıyor mu?		
7	İlaçlama işletme tarafından bizzat yapılıyor ise bu konuda gerekli eğitim almış bir personel tarafından gerçekleştirilip kayıt altına alınıyor mu?		
8	Dış mekana açılan tüm boşluklar ile atık su kanalları (drenajlar) zararlı (haşere, kemirgen vb) girişini, koku çıkışı ve atık sızıntılarını geri basmalarını önleyecek şekilde düzenlenmiş mi?		

H. Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesisin satın alma, mal kabul ve depolama faaliyetleri konusunda izlenecek tüm süreç yönetim tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor, ilgili yönetici tarafından izleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Satın alma, mal kabul ve depolama alanlarında sterilizasyon cihazları, el ve vücut hijyeni için gerekli alet ve ekipman bulunduruluyor mu? Bu alanlara görevli olmayan personel girişi engellenmiş mi?		
3	Bu bölümde görev yapan çalışanlar kişisel koruyucu ekipman (maske, eldiven, gözlük veya yüz siperliği) kullanıyor mu?		
4	Tesis bünyesinde gıda ürünlerinin tedariği ve üretimini yapan birimlere, geçici olarak giren tedarikçiler, bakım elemanları, mal getiren şoförler vb. kişilerin, tesis çalışanlarıyla herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?		
5	Satın alınan malların tedarikçiden depoya ulaşmaya kadar izlediği süreçte, mallara en az insan teması yapılması için gerekli önlemler alınmış mı?		
6	Satın alma birimi tarafından yapılan alımlar öncelikle onaylı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasından mı tercih ediliyor?		

İ. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		

Tablonun devamı			
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?		
3	Katılımcıların tesise girişi sırasında veya tesiste bulundukları süre içerisinde herhangi bir hastalık belirtileri göstermeleri halinde (öksürme, halsizlik, yüksek ateş vs.) personelin müdahale planı hakkında bilgisi var mı?		
4	Çalışanlar kendilerinde Covid-19 şüphesi duyduklarında veya hastalık belirtileri gösterdiklerinde durumu ilgili yöneticisine bildiriliyor mu?		
5	Covid-19 ile ilişkili semptomları olan (ateş, öksürük ve/veya nefes darlığı) veya Covid-19 testi pozitif olan çalışanlar hakkında Sağlık Bakanlığı ALO 184 Koronavirüs Danışma Hattı'na ve İl Sağlık Müdürlüğü'ne bilgi veriliyor mu?		
6	Covid-19 teşhisi konulan personelin tüm tekstil malzemesi ayrı ayrı poşetlere konularak çamaşırhane veya tesis dışında çamaşır yıkama hizmeti alınan firmaya iletilerek bu ürünlerin diğer malzemelerden ayrı olarak yıkanması sağlanıyor mu?		

4. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Deniz Turizmi Kriterleri”

A. Zorunlu Uygulamalar Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesis bünyesinde, Covid-19 pandemisi bulaşma önlemleri ve hijyen standartları uygulamaları, denetlemesi ve varsa eksikliklerin düzeltilmesi konusunda süreçleri yönetmek üzere, tam yetkili bir yönetici belirlenmiş mi?		
2	Tesis bünyesindeki tüm departman ve birimler için süreçlerini etkiler hijyen uygulamalarını kapsar prosedürlere ilişkin protokoller hazırlanmış mı?		
3	Tüm prosedür ve protokolleri destekler şekilde, periyodik izleme formları ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
4	Oluşturulan kayıt sistematığı işletmede etkin şekilde kullanılıyor mu?		
5	Kayıtlar belirli periyotlarda kontrol ediliyor mu, yapılan kontrollere istinaden gerekli hallerde aksiyon alınması sağlanıyor mu?		
6	Sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?		
7	Tesisteki tüm ünitelerinin girişinde olası yığılmalar dikkate alınarak yerlerin işaretlenmesiyle sosyal mesafeyi belirten düzenlemeler yapılmış mı?		
8	Sosyal mesafe kuralları uygulama şartlarında aynı yat/odada kalan (aile vb.) kişiler ile tek rezervasyonla gelenler grup olarak dikkate alınıyor mu?		
9	Tesis bünyesinde alkol bazlı el antiseptiği mevcut mu?		
10	Ortak kullanım alanlarında alkol bazlı el antiseptiği bulunuyor mu?		
11	Kullanılan maske ve el antiseptiği ile genel temizlik ve hijyen için kullanılan malzemeler Sağlık Bakanlığı standartlarına uygun mu?		
12	Tesis bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik temel eğitimler yapılıyor mu?		
13	İşletmenin departman yöneticileri toplantılarının telekonferans ve çalışanlara yönelik eğitim programlarının uzaktan eğitim (e-eğitim) metoduyla yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler oluşturulmuş mu?		
14	Hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili eğitimler veriliyor mu?		
15	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin personel alanları ve genel alanlarda yazılı ve görsel panolar hazırlanarak uygun alanlara asılmış mı?		

Tablonun devamı			
16	Hazırlanan yazılı ve görsel panolar biri Türkçe olmak üzere 3 ayrı dilde hazırlanmış mı?		
17	Tesis bünyesinde koruyucu kıyafet ve ekipman ile tesis girişinde talep edilmesi halinde maske hazır bulunduruluyor mu?		
18	Misafirlerin tesis bünyesinde maske ile dolaşması sağlanıyor mu?		
19	Misafirlere, ön büroda/danışmada Covid-19 ile hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile misafirlerin uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?		
20	Temizlik uygulamaları düzenli olarak kayıt altına alıyor mu?		
21	Covid-19 teşhisi konulan misafirin, personelin, yatçının, yolcunun kullandığı nevresim, çarşaf havlu gibi tüm tekstil malzemesi ayrı ayrı poşetlere konularak çamaşırhane veya tesis dışında çamaşır yıkama hizmeti alınan firmaya iletilerek bu ürünlerin diğer malzemelerden ayrı olarak yıkanması sağlanıyor mu?		
22	Klima ve havalandırma filtreleri düzenli olarak değiştiriliyor mu?		
23	Fiziki şartlar uygunsa mekanların doğal havalandırması yapılıyor mu?		
24	Klimalar %100 dışardan temiz hava alacak modda çalıştırılıyor mu?		
25	Vantilatörler kullanım dışı bırakılmış mı?		
26	Tesisteki ticari ünitelerin gerekli hijyen kurallarına adaptasyonu sağlanmış mı?		
27	İşletmenin tamamında kapı kolları, tırabzanlar, asansör düğmeleri, elektrik düğmeleri, post cihazı, televizyon kumandası, telefon, bilgisayar klavyesi, menü, masa üstleri, tuzluk/biberlik gibi el temasının yoğun olduğu yüzeyler sık sık su ve deterjanla temizlenip dezenfeksiyonu sağlanıyor mu?		
29	Yapılan dezenfekte işlemlerinin izlenebilirlik kayıtları tutuluyor mu?		
30	Misafirlerin, yatçıların ve yolcuların danışma, güvenlik, ön büro bölümlerine girişlerinde vücut ısı ölçümleri termal kamera veya temassız termal sensörlü ateş ölçerlerle yapıp takibi sağlanıyor mu?		
31	Gelen ziyaretçilere yönelik termal kamera veya temassız termal sensörlü ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		
32	Misafirlerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları, online ödeme vb. yöntemler tercih ediliyor mu?		
33	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar tanımlı mı?		
34	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar kayıt altına alınıyor mu?		
35	Servis personelinin eldiven kullanmaması konusunda bilgilendirilmiş mi? El hijyenini sık aralıklarla yapıyor mu?		
36	Çalışanların ilgili STK'lardan onaylı hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?		

Yatçı/Kruvaziyer Yolcu Kullanım Alanlarındaki Düzenlemeler**a) Yat Çekek Alanı- Bakım ve Onarım Birimleri**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Bu alanlar hazırlanan protokole göre temizleniyor, ilgili yönetici tarafından denetleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?			
2	Bu alanlar sosyal mesafe planına uygun olarak düzenlenmiş mi?			
3	Bu alanlarda gerekli hijyen kuralları uygulanıyor mu?			
4	Bakım ve onarım alanlarında meydana gelebilecek yoğunluğu önlemek adına randevu usulüne göre çalışma sistemi oluşturulmuş mu?			
5	Tesis içinde yer alan boya, motor, ahşap, torna gibi atölyelerde çalışanlar kişisel koruyucu ekipman kullanıyor mu?			
6	Müşteri ile görüşmelerde sosyal mesafe kuralları dikkate alınıyor mu?			
7	Yata tamir ve tadilat için giren personel takip ediliyor mu?			
8	Tamir ve tadilat sonrası genel hijyen kuralı takip edilerek raporlanıyor mu?			
9	Deniz turizmi araçları karaya çekilmeden önce dezenfekte ediliyor mu?			
10	Kullanılan malzemeler periyodik olarak dezenfekte ediliyor mu?			
11	Yapılan işlemler ve işlem yapan personel kayıt altına alınıyor mu?			

b) Yatçı Eşya Depoları / Dolapları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Yatçı eşya depolarının bulunduğu alanlar sosyal mesafe planına uygun olarak düzenlenmiş mi?			
2	Bu alanların yatçıları tarafından kullanıldıktan sonra periyodik olarak temizliği, hijyeni ve bakımı ilgili temizlik personeli tarafından yapılıyor mu?			
3	Bu alanlarda uygun noktalara el antiseptiği konulmuş mu?			
4	Depoların kullanımı için yatçılara verilen anahtar veya kart sisteminde kullanım tekrarı olması durumunda temizlenerek hijyenik şekilde muhafazası sağlanıyor mu?			
5	Bu alanların temizliğini yapacak personel kişisel koruyucu ekipman (eldiven ve maske) kullanıyor mu?			

c) Tuvalet, Duş, Soyunma Kabini, Çamaşır-Bulaşık Yıkama Yerleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Bu alanlar, işletme tarafından hazırlanan protokole göre temizlenip dezenfekte ediliyor, ilgili yönetici tarafından denetleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?			
2	Bu alanların genel temizlik ve kontrolü için hazırlanan çizelge, temizlik sonrasında ilgili personel tarafından imza altına alınarak çizelgeler saklanıyor mu?			
3	Bu alanların temizliğini yapacak personel kişisel koruyucu ekipman (eldiven ve maske) kullanıyor mu?			

Tablonun devamı				
4	Bu alanlarda yatçıların, yolcuların, mürettebatın, personelin ve diğer kullanıcıların kullanımı esnasında uyması gereken hijyen ve temizlik kurallarına yönelik bilgilendirme yazı veya levhaları bulunuyor mu?			
5	Bu alanlarda meydana gelebilecek yoğunluğu önlemek adına tesis tarafından gerekli düzenlemeler (rezervasyon sistemi, sosyal mesafe düzenlemeleri gibi) yapılıyor mu?			
6	Bu alanların sık sık havalandırılması sağlanıyor mu?			
7	Tuvaletlerinin girişlerinde, sensörlü el antiseptiği var mı?			
8	Genel tuvaletlerin giriş kapıları otomatik kapı sistemi olarak düzenlenmiş mi? Düzenlenememişse uygun şekilde paravan konularak giriş kapıları açık tutuluyor mu?			
9	Tuvaletlerin zeminleri, klozetler, pisuarlar, lavabolar, musluk ve batarya başlıkları, kapı kolları düzenli olarak dezenfekte ediliyor mu?			
10	Lavabolarda sıvı sabun mevcut mu?			
11	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak dezenfekte ediliyor mu?			
12	Tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu mevcut mu?			
13	El kurutma fanları kullanıma kapatılmış mı?			

d) Kamu Hizmet Binası

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Bu alanlarda sosyal mesafe planına uygun düzenlemeler yapılmış mı?			
2	Misafirlerin girişlerinde vücut ısı ölçümleri termal kamera ve temassız termal sensörlü ateş ölçerlerle yapıp takibi sağlanıyor mu?			
3	Deniz hudut kapısı bulunan tesislerde yer alan kamu hizmet binalarında giriş-çıkış ve pasaport işlemlerinin yapıldığı alanlarda personel için uygun yükseklikte koruyucu bölme düzenlemesi bulunuyor mu?			
4	Misafirlerin çanta ve bagajlarının temas ettiği konveyör bantların dezenfeksiyonu sağlanıyor mu?			
5	Bu alanlarda gerekli noktalarda el antiseptiği bulunuyor mu?			
6	Bekleme salonları, bagaj alım noktaları vb. alanlarda gerekli periyodik hijyen ve temizlik yapıp takibi sağlanıyor mu?			

e) Yatçı Sosyal Tesisleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Yatçıların bir araya gelerek sosyalleştikleri alanlarda düzenlenecek etkinlikler sosyal mesafe kuralları dikkate alınarak belirleniyor mu?			
2	Yatçı sosyal tesislerinde veya yat kulüplerinde gerçekleştirilen toplantı ve organizasyonlarda sosyal mesafe planına uygun olacak kapasitede yatçı/misafir kabul edilmesine dikkat ediliyor mu?			
3	Bu alanlarda gerekli noktalarda el antiseptiği bulunuyor mu?			

Tablonun devamı				
4	Bu alanları kullananlara yönelik kayıt tutuluyor mu?			
5	Bu alanların kullanım sonrası belirli periyotlarla hijyeni ve temizliği sağlanıyor mu?			

5. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Deniz Turizmi Kriterleri”

A. Genel Alanlarda Düzenlemeler

a) Konaklama Ünitesi (50 oda ve üstü konaklama tesislerinde bu form yerine, konaklama tesislerine ilişkin Sertifika Formu uygulanır)

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Misafirin konaklama ünitesine giriş işlemlerine, sosyal mesafe konusunda bilgilendirilmesine, bulaşı riski dikkate alınarak misafirin valiz ve/veya eşyalarının kendisi veya varsa bellboy tarafından taşınacağına ilişkin bilgilendirmeye yönelik protokol hazırlanmış mı?			
2	Misafir kullanımı için resepsiyon bölgesinde el antiseptiği, koruyucu ekipmanlar vb. bulunduruluyor mu?			
3	Konaklama ünitesine giriş işlemleri esnasında alınacak tüm aksiyonlara dair ilgili bölüm personelleri bilgilendirmeye haiz mi?			
4	Oda kartı veya anahtarı, havlu kartı, kalem, resepsiyon zili vb. ekipmanların kullanım tekrarı olması durumunda dezenfeksiyonu gerçekleştirilerek uygun şekilde muhafazası sağlanıyor mu?			
5	Odalardaki elle temas edilen yüzeyler, telefon, su ısıtıcıları, televizyon ve klima kumandaları, kapı-pencere kolları gibi donanımlar her misafir konaklama ünitesinden ayrıldığında dezenfekte ediliyor mu?			
6	Odalarda tek kullanımlık (şampuan, sabun, duş bonesi, bardak, tabak, çatal bıçak takımları vb.) malzemelerin kullanılması için düzenleme yapılmış mı?			
7	COVID-19 teşhisi konulan misafirin/personelin odasındaki nevresim, çarşaf havlu gibi tüm tekstil malzemesi ayrı ayrı poşetlere konularak çamaşırhane veya konaklama ünitesi dışında çamaşır yıkama hizmeti alınan firmaya iletilerek bu ürünlerin diğer malzemelerden ayrı olarak yıkanması sağlanıyor mu?			
8	COVID-19 teşhisi konulan misafirin temas ettiği bütün alanlar, hizmetin sona ermesinden sonra standartlara uygun malzeme ile dezenfekte edilip havalandırılması sağlanıyor mu?			
9	Mini kulübün sosyal mesafe planı hazırlanarak, kapasitesi belirlenmiş mi? Rezervasyonlu sistemle kullanımı sağlanıyor mu?			
10	Mini kulübün girişinde çocukların ateşi ölçülerek kayıt altına alınıyor mu?			
11	38 derece ve üstü çıkanların aileleri bilgilendirilerek kulüpten alınması ve bir sağlık kuruluşuna yönlendirilmesi sağlanıyor mu?			
12	Mini kulüpte konusunda eğitimli personel bulunuyor mu?			
13	Mini kulübün girişinde ve çıkışında çocukların erişimi olmayacak şekilde el antiseptiği bulunduruluyor mu? Personel tarafından kullanılması sağlanıyor mu?			
14	COVID-19 önlemleri dahil genel sağlık ve hijyen kuralları ile uyulması gereken kuralları çocukların yaş gurubuna uygun açıklayan görsel/yazılı panolar asılı mı?			

Tablonun devamı				
15	Mini kulübün tüm kapalı mekanları saat başı en az 10 dakika havalandırılıyor mu?			
16	Tüm oyuncaklar, hobi malzemeleri ve benzerleri temizliği kolay, silinebilir veya yıkanabilir malzemelerden üretilmiş mi veya tek kullanımlık mı?			
17	Oyuncakların, hobi malzemeleri ve çocukların yoğun temasta bulunduğu yüzeylerin grup kullanımlarından sonra su ve deterjanla temizliği ve ardından uygun malzeme ile hijyeni sağlanıyor mu?			
18	Sağlık ve hijyen konusunda eğitici/bilgilendirici etkinlikler yapılıyor mu?			
19	Oyuncaklar temizlik dönüşümüne uygun sayıda mı?			
20	Tüm oyuncaklar sık sık temizliği yapılabilecek malzemelerden mi üretilmiş?			
21	Daha çok açık hava etkinlikleri içeren ve bulaşı riski daha düşük olan etkinlik programı mevcut mu?			

b) Yeme ve İçme Alanları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Masalar arası en az 2 metre, yan yana sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?			
2	Yeme-içme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?			
3	Servis personelinin çalışma esnasında kişisel koruyucu malzeme (maske) kullanması sağlanıyor mu?			
4	Fiziki şartlar mümkünse mekânın doğal havalandırması yapılıyor mu?			
5	Müşterilerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları vb. yöntemler tercih ediliyor mu?			
6	Ortak kullanımda olan çay/kahve makinası, sebil, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya misafirlere bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?			
7	Yemek masaları ve sandalyeler, servis malzemeleri, şeker, tuz, baharat, peçete, menü gibi malzemelerin her misafir kullanımından sonra silinerek uygun şekilde Sağlık Bakanlığı onaylı dezenfektan ile temizliği ve dezenfeksiyonu sağlanıyor mu? Mümkünse tek kullanımlık şeker, tuz, baharat, peçete kullanılıyor mu?			
8	Misafirlerin ve personelin ulaşabileceği alanlarda Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptiği mevcut mu?			
9	Mutfaklar, tesis yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik protokolüne sahip mi?			
10	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?			
11	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre alınan kayıtlar kontrol ediliyor mu?			
12	Temizlik kontrol faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor?			
13	Gıda girdi kabul, hazırlık, işleme ve servis-sunum proses basamaklarına istinaden uygulanması gereken gıda güvenliği gereklilikleri tanımlı mı?			
14	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri kayıt altına alınıyor mu?			

Tablonun devamı				
15	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri yetkin personel tarafından kontrol ediliyor mu?			
16	Gıda güvenliği kontrol faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
17	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile ve üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?			
18	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?			
19	Mutfaklarda depolama alanlarında sıcaklık ve bulunması halinde kuru depo alanlarında nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu?			
20	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri yetkin sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?			
21	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya kontrol işlemi uygulanıyor mu?			
22	Her gün yeterli miktarda şahit numune alınıyor mu?			
23	Alınan her bir örnek 72 saat uygun muhafaza koşullarında saklanıyor mu?			
24	Şahit numunelerin izlenebilirliğini sağlamak amacıyla kullanılan etiket bilgileri mevcut mu?			
25	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?			
26	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?			
27	Mutfakta çalışan personelin iş kıyafetleri giymesi ve koruyucu tedbirler kapsamında eldiven, maske ve bone kullanmaları sağlanmış mı?			
28	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?			
29	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?			
30	Mutfaklarda kullanılan ekipmanların yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?			
31	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?			
32	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler herhangi bir şekilde tanımlanmış mı (etiket, ayrı bir alan vb.)?			
33	Yıkanmış ekipmanlarda gıda kalıntılarının oluşmasını önleyecek uygulamalar var mı?			
34	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik” te belirtilen koşulları sağlıyor mu?			
35	Gıda üretiminde kullanılan buhar ve buz “içilebilir nitelikteki sudan” elde ediliyor mu?			
36	Çapraz bulaşmayı önlemek için, işlem görmemiş (çiğ) gıda maddeleri ile hazırlanmış (pişmiş) gıdalar birbirlerinden ayrı yerlerde muhafaza ediliyor mu?			
37	Ambalajlı veya ambalajsız tüm gıda maddelerinin zeminle direkt temas etmemesini sağlayacak önlemler alınıyor mu?			
38	Açık Büfe uygulamasının sürdürülmesi durumunda, büfede bulunan yiyeceklerin misafirler tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik bir cam siperlik bulunuyor mu? Önlemler dahilinde bir görevli tarafından istenen yiyeceklerin misafire verilmesi sağlanıyor mu?			
39	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddeler mevcut mu?			
40	Mutfaklar içinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?			

Tablonun devamı				
41	Mutfaklarda çalışan personel; takı, taşlı alyans veya herhangi bir aksesuar taşıyor mu?			

c) **Yüzme Havuzu ve Plaj**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Havuz suyundaki klor seviyesi açık havuzlarda 1-3 ppm, kapalı havuzlarda 1 ile 1,5 ppm arasında tutuluyor mu? Periyodik olarak kayıt altına alınıyor mu?			
2	Periyodik olarak ölçümlenen klor seviyeleri kayıt altına alınıyor ve doğrulanıyor mu?			
3	Klor seviyesine dair kayıtların doğrulanmasına istinaden kabul edilen aralıklar haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
4	Şezlonglar, gölgelikler ve oturma alanlarında sosyal mesafe kurallarına uyuluyor mu?			
5	Şezlongların her misafir kullanımından sonra dezenfeksiyonu sağlanıyor mu?			
6	Gerçekleştirilen temizlik kayıtlarının kontrolüne istinaden gerekli hallerde ilave aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
7	Havlu hizmeti veriliyor ise havlular ambalajlı olarak sunuluyor ve gerekli hijyen koşullarına uyuluyor mu?			

d) **Spor Tesisleri ve Spa**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Sauna, Hamam, Buhar Banyosu gibi alanların, misafir tarafından kullanım süresi en çok 30 dakika ile sınırlandırılarak sonrasında en az 15 dakika alanın temizlenmesi için düzenleme yapılıyor mu?			
2	Giriş çıkış saatleri ile kişi sayısı sınırlandırması düzenlemesi yapılıyor mu?			
3	İlgili alanları kullanan misafirler kayıt altına alınıyor mu?			
4	İlgili alanlarda el antiseptiği bulunuyor mu?			
5	Bu alanların kullanımı rezervasyon sistemine göre yapılıyor mu?			
6	Bu alanlarda kullanılan alet ve malzemeler her kullanımdan sonra dezenfekte ediliyor mu?			
7	SPA içerisinde uygun hava kalitesi sağlanıyor, nem oranı kontrol altına alınıyor mu?			
8	İlgili alanda kullanılan malzemelerin (kese, sabun, duş jeli, şampuan vb.) mümkün mertebe tek kullanımlık olması sağlanıyor mu?			
9	Havlu hizmeti veriliyor ise havlular ambalajlı olarak sunuluyor ve gerekli hijyen koşullarına uyuluyor mu?			

e) Satış Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Tesis içindeki satış ünitelerinde kapı kolları, tırabzanlar, satılan ürün, tezgâh gibi elle temasın yoğun olduğu yüzeyler sık sık dezenfekte edilerek kayıt altına alınıyor mu?			
2	Satış personelinin çalışma esnasında kişisel koruyucu malzeme (maske) kullanması sağlanıyor mu?			
3	Satış ünitelerinde el antiseptiği bulunuyor mu?			
4	Gerekli hallerde mekânın doğal havalandırması yapılıyor mu?			
5	Aynı anda sosyal mesafe kuralına uygun olacak kapasitede müşteri kabulü yapılıyor mu?			
6	Müşterilerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları vb. yöntemler tercih ediliyor mu?			

f) Açık sergi, Konser Alanları, Çocuk Oyun Parkı

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Alanlara girişte veya aktivite alanlarında ulaşılabilir halde el antiseptiği vb. bulunduruluyor mu?			
2	Açık sergi /konser alanlarında yapılacak etkinliklerde sosyal mesafe şartına uygun düzenlemelere (oturma, bekleme vb.) ilişkin planlama mevcut mu?			
3	Açık alanlarda yatçı/misafirleri hijyen/temizlik ve uyulması gereken diğer kurallara ilişkin bilgilendirmeye yönelik uyarıcı yazılar, levhalar veya işaretlemeler mevcut mu?			
4	Tesiste tanıtım ve pazarlama yapılan açık alan stantlarında sosyal mesafe kurallarına uygun düzenlemeler yapıp gerekli önlemler alınıyor mu?			
5	Tesis içerisinde sosyal mesafenin korunamayacağı eğlence organizasyonlarının yapılmamasına dikkat ediliyor mu?			

B. Personel için Alınacak Önlemler ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Personelin kullanması gereken koruyucu ekipmanların düzenli ve yeterli temini sağlanıyor mu?		
2	Koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirimler gerçekleştiriliyor mu?		
3	Görevli personelin süreçlere yönelik eğitim, motivasyon ve psikolojik destek kayıtları şahsi dosyalarında kayıt altına alınmış mı?		
4	Personelin dinlenme ve sosyal alanlarında sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler mevcut mu?		
5	Personelin dinlenme ve sosyal alanlarında el antiseptiği vb. malzemelerin varlığı mevcut mu?		
6	Personel işe alımlarında sağlık kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		

C. Güvenlik

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Güvenlik departmanına ait süreçlerin, tesisin diğer departmanları ile koordinasyonu sağlanmış mı?		

Tablonun Devamı			
2	Misafirin x-ray cihazı harici elle aranmasının minimuma indirilmesi için (elle aranması gerekirse, maske, her arama için tek kullanımlık eldiven, yüz koruyucu ekipman kullanılması ve sonrasında ellerin yıkanması veya temizlenmesine yönelik süreçler belirlenmiş mi?		
3	Mevcut tahliye, acil durum planları ve risk yönetimi süreçleri pandemi dikkate alınarak yeniden düzenlenmiş mi?		

D. Tesis içinde Hizmet Veren Taşıtlar ve Otopark Hizmetleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda el antiseptiği vb. malzemeler ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtların koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerinin temizliği her kullanım öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Vale hizmetinin verilmesi halinde, çalışan ve misafir güvenliğine ilişkin gerekli önlemler alınmış mı?			
5	Personele eldiven takmamaları ve diğer kurallar konusunda eğitimleri verilmiş mi? Uygulamaları denetleniyor mu?			
6	Otoparka giriş yapan misafirlerin giriş ve çıkışlarında vücut ısı ölçümleri termal kamera veya temassız termal sensörlü ateş ölçerlerle yapılıp takibi sağlanıyor mu?			
7	Otoparktan tesise giriş kısımlarında ilgili alanlarda el antiseptiği bulunuyor mu?			

E. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesis yönetimi tarafından atık yönetimi konusunda tüm süreci takip etmek üzere bir görevli atanmış mı?		
2	“Atık Yönetimi, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
3	Atık Yönetimi altında alınan kayıtlar sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?		
4	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven ve önlük, cerrahi maske) kullanıyor mu?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Tıbbi ve evsel atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak belediye veya lisanslı kuruluşlar tarafından bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		
7	Çöp odalarında gerekli temizlik ve ilaçlama periyodik olarak yapılıyor mu?		
8	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere el antiseptiği, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?		
9	Gıda atıkları; gıda bulunan ortamlarda birikmelerini engellemek için mümkün olduğunca hızlı ve mevzuatına göre hijyenik ve çevreye zarar vermeyecek şekilde uzaklaştırılıyor mu?		
10	Gıda atıkları; çöp kovaları gibi kapatılabilir kaplarda veya alternatif bir sistemle depolanarak toplanıyor ve bu sistemin temizlenmesi ve gerekli durumlarda dezenfeksiyonu yapılıyor mu?		

F. Haşere ve Zararlılarla Mücadele

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Haşere ve Zararlılarla Mücadele, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Haşere ve Zararlılarla Mücadele uygulamaları sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor ve gerekli hallerde aksiyonlar alınıyor mu?		
3	Zararlı ile mücadele programı kapsamında, ilaçlama periyodik olarak yapılıyor veya bir ilaçlama firmasından destek alınıyor mu?		
4	İlaçlama işletme tarafından bizzat yapılıyor ise bu konuda gerekli eğitim almış bir personel tarafından gerçekleştirilip kayıt altına alınıyor mu?		
5	Personel, uygulama gerçekleştirilmesi esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, cerrahi maske, bone, yüz/göz koruyucu siperlik, çizme, tulum) kullanıyor mu?		
6	Haşere ve Zararlılarla Mücadele dosyasında hizmet sağlayıcıya ait İşletme Pest Kontrol Planı, Servis Sorumlusu Sertifikaları, MSDS'ler, Resmi Evraklar (Mesül Müdür, Hizmet Yeterlilik vb), Hizmet Sözleşmesi, Sigortalar mevcut mu?		
7	Dış mekâna açılan tüm boşluklar ile atık su kanalları (drenajlar) kolay temizlenebilir, zararlı (haşere, kemirgen vb.) girişini, koku çıkışını ve atık sıvıların geri basmalarını önleyecek şekilde düzenlenmiş mi?		

G. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?			
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?			
3	Misafirlerin herhangi bir hastalık belirtisi göstermeleri halinde (öksürme, halsizlik, yüksek ateş vs.) personelin müdahale planı hakkında bilgisi var mı?			
4	Tesis içerisinde acil durumlarda izolasyon alanları belirlenmiş mi?			
5	İzolasyon alanlarının kullanımı ve tahliyesi sonrası anında temizlik şartları belirlenmiş mi?			
6	İzolasyon alanlarına dair tariflenen temizlik uygulamaları kayıt altına alınıyor ve kontrol ediliyor mu?			
7	Yapılan kontrollere istinaden gerekli hallerde aksiyon alınıyor mu?			
8	Çalışanlar kendilerinde Covid-19 şüphesi duyduklarında veya hastalık belirtileri gösterdiklerinde durumu işyeri ilgili yöneticisine bildiriyor mu?			
9	Covid-19 ile ilişkili semptomları olan (ateş, öksürük ve/veya nefes darlığı) veya Covid-19 testi pozitif olan çalışanlar hakkında Sağlık Bakanlığı ALO 184 Koronavirüs Danışma Hattı'na ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ne bilgi veriliyor mu?			

H. Tesis İçerisindeki Konaklama Ünitesinde İzolasyon Uygulamaları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	KAPSAM DIŞI
1	Misafir COVID-19 teşhisi konulması ve Sağlık Kuruluşunca hastanede tedavisi gerekeceğinin belirlenmesi halinde, tesiste konaklamaya devam ettiği süre boyunca, aynı aileden olan veya birlikte konakladığı kişiler dahil, misafirin izolasyon odalarında konaklayacağına ve odanın dışına çıkamayacağına ilişkin yazılı olarak bilgilendirilme formu hazırlanmış mı?			

Tablonun Devamı				
2	COVID-19 teşhisi konulmuş ve Sağlık Kuruluşunca hastanede tedavisi gerekmediği belirlenen misafirlere yönelik, 50 misafir odasına kadar 1 adet, 51-100 misafir odası için 2 adet, 101-150 misafir odası için 3 adet, 151-200 misafir odası için 4 adet, 201-250 misafir odası için 5 adet, 251-300 misafir odası için 6 adet, 301-350 misafir odası için 7 adet, 351-400 misafir odası için 8 adet, 401-499 misafir odası için 9 adet, 500 ve üzeri misafir odası için 10 adet misafir izolasyon odası olmak üzere, toplam oda kapasitesine uygun sayıda misafir izolasyon odaları belirlenmiş mi?			
3	Misafir izolasyon odalarının, diğer misafir odaları ile en az temasta olacak şekilde, aynı kat/aynı blokta düzenlenmiş olması, düzenlendikleri kat veya blokta normal misafir odalarının bulunmaması veya ikişer misafir odası boş bırakılacak şekilde bir uçta toplanarak koridorda fiziksel ayırım (kapı/duvar vb) sağlanmış mı?			
4	COVID-19 teşhisi konulmuş misafirle aynı aileden olan veya aynı odada konaklayan ancak hastalık teşhisi bulunmayan misafirlerin de COVID_19 teşhisi konulan misafirden ayrı bir misafir izolasyon odasında konaklamasına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?			
5	Misafir izolasyon odalarında konaklayan misafirlerin, konaklama sözleşmelerine uygun olarak odalarından çıkmaksızın yiyecek içecek servisi ve oda temizlik hizmeti almalarına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?			
6	İzolasyona alınmış misafire servis/kat hizmeti verecek personeller belirlenmiş mi? İzolasyon servis personellerinin çalışma koşulları, ek hizmet bedelleri, koruyucu ekipmanları, misafire yaklaşım mesafesi ve koşulları, servis öncesi ve sonrası uygulayacakları kişisel temizlik ve hijyen kurallarının da yer aldığı 'izolasyon personeli protokolü' hazırlanmış mı ve sözleşmeleri yapılmış mı?			
7	İzolasyon servis personeline ayrı hijyen ve sağlık eğitimi verilmiş mi? Personelin sık sık sağlık durumları izleniyor mu?			
8	Misafir izolasyon odalarına servis/kat hizmeti veren personelin maske, koruyucu sperlik ve her kullanımdan sonra değiştirilmek üzere tek kullanımlık eldiven kullanması, kıyafetlerini tamamen değiştirmesi veya koruyucu tek kullanımlık kıyafet giymesi ile öncesi ve sonrası kişisel hijyen uygulamalarına ve her kullanımdan sonra tek kullanımlık kıyafet, eldiven ve maskenin bertarafına ilişkin protokol düzenlenmiş mi?			
9	Misafir izolasyon odalarının kullanımdayken havlu, çarşaf gibi tekstil ürünlerinin ve servis bulaşıklarının ayrı toplanması ve diğer misafir kirlileri ile temas ettirilmeksizin en az 60 derecede yıkanması temizlik şartları arasında belirtilmiş mi?			

İ. Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	İşletmenin satın alma, mal kabul ve depolama faaliyetleri konusunda izlenecek tüm süreç tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor, ilgili yönetici tarafından izleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Satın alma, mal kabul ve depolama faaliyetleri esnasında alınan kayıtlar kontrol ediliyor mu?		
3	Yapılan kontrollere istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor?		

Tablonun Devamı			
4	Bu bölümde görev yapan çalışanlar kişisel koruyucu ekipman kullanıyor mu?		
5	Gıda ürünlerinin tedariki ve üretimini yapan birimlere, geçici olarak giren tedarikçiler, bakım elemanları, mal getiren şoförler vb. kişilerin, işletme çalışanlarıyla herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?		
6	Satın alınan malların tedarikçiden depoya ulaşınca kadar izlediği süreçte, mallara en az insan teması yapılması için gerekli önlemler alınmış mı?		
7	Satın alma birimi tarafından yapılan alımlar öncelikle onaylı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasından mı tercih ediliyor?		

6. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Temalı Park Kriterleri”

A. Zorunlu Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesis bünyesinde, bulaşma önlemleri ve hijyen uygulamaları, semptomlu, şüpheli personel veya misafir tespitinde alınacak önlemlere ilişkin “Eylem Planı” hazırlanmış mı?		
2	Tesis bünyesinde, “Eylem Planı”nı uygulamak ve denetlemek üzere yetkilendirilmiş bir personel mevcut mu?		
3	Tüm departman ve birimler için süreçlerini etkiler hijyen uygulamalarını kapsar prosedürlere ilişkin protokoller hazırlanmış mı?		
4	Tüm prosedür ve protokoller destekler şekilde, periyodik izleme formları ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
5	Oluşturulan kayıt sistematigi işletmede etkin şekilde kullanılıyor mu?		
6	Yapılan kontrollere istinaden gerekli hallerde aksiyon alınması sağlanıyor mu?		
7	Giriş, giriş holü, fuaye alanlarının, oyun ve eğlence araçlarının, çocuklara yönelik oyun araçlarının, gösteri alanlarının, varsa yüzme, kaydıraklı, oyun ve eğlence havuzlarının, yeme içme, satış üniteleri dahil tüm kapalı ve açık alan kullanımları ile eğlence araçlarının kullanımına yönelik sosyal mesafe kurallarına göre kapasitesi belirlenerek planı hazırlanmış mı?		
8	Tüm ünitelerin girişinde olası yığılmalar dikkate alınarak yerlerin işaretlenmesiyle sosyal mesafeyi belirten düzenlemeler yapılmış mı? Sosyal mesafe planında belirtilen kapasite üzerinde misafir alınmamasına ve sosyal mesafeyi koruyarak bekletilmesine yönelik girişlerde tedbirler alınmış mı? Kuyruk bekleme alan yönetimi yapılmış mı?		
9	Tesis bünyesinde ve ortak kullanım alanlarında Sağlık Bakanlığı onaylı el antiseptigi mevcut mu?		
10	Tesis bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik temel eğitimler veriliyor mu?		
11	Çalışanlara yönelik eğitim programlarının uzaktan eğitim (e-eğitim) metoduyla yapılabilmesi için gerekli düzenlemeler oluşturulmuş mu?		
12	Hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili personele eğitimler veriliyor mu?		
13	Covid-19 ve hijyen uygulamalarına ilişkin personel alanları ve kullanıcılara yönelik genel alanlarda yazılı ve görsel panolar hazırlanarak uygun yerlere asılmış mı?		
14	Ünitelerden sorumlu yöneticiler temizlik ve hijyen uygulamalarını düzenli olarak kayıt altına alıyor mu?		
15	Tüm tesisat ve donanımların (enerji, ısıtma, havalandırma, iklimlendirme ekipmanları, bulaşık, çamaşır makineleri, buzdolapları, asansörler, oyun ve eğlence araç gereçleri vb.) koruyucu bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması bir plan dahilinde sağlanıyor mu?		

Tablonun Devamı			
16	Klimaların ve havalandırma sistemlerinin filtreleri düzenli olarak değiştiriliyor mu, %100 dışarıdan temiz hava alacak şekilde çalıştırılıyor mu?		
17	Fiziki şartların uygun olması halinde mekanların doğal havalandırması yapılıyor mu?		
18	Pandemi koşulları dikkate alınarak şov ve gösteri protokolleri hazırlanmış mı? (şov/gösterinin sahne kapasitesi, seyirci misafiri teşvik etmeyecek şov/gösteriler seçimi vb gibi)		
19	Gıda Güvenliği ve Hijyeni konusunda, Satın Alma, Mal Kabul, Depo, Mutfak ve Gıda üretimi ve sunumundaki tüm departman yöneticileri alınan önlemler ve süreçler konusunda periyodik değerlendirme toplantıları gerçekleştiriliyor mu?		
20	Çalışanların ilgili STK'lardan onaylı hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?		

B. Genel Alanlarda Düzenlemeler

a) Eğlence ve Oyun Araçları ve Havuzları, Gösteri Salonları ile Giriş Üniteleri

	ACIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Giriş alanlarında Covid-19 ile hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile misafirlere uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?			
2	Tesis girişinde talep edilmesi halinde maske ve eldiven hazır bulunduruluyor mu?			
3	Misafirlerin tesise girişlerinde termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu, 38°C üzerinde çıkanlar kayıt altına alınıyor mu? (38 derece ve üzeri alınmamalı)			
4	Ödeme yapılması gereken durumlarda mümkün olduğunca online ödeme veya temassız ödeme sağlanıyor mu?			
5	Tesis içerisinde misafir ve personellerin maske kullanmaları sağlanıyor mu? Ödeme veya giriş yapılan noktalarda bulunan personelin maskeye ilave olarak siperlik kullanımı veya şeffaf bölücü bir malzemeyle ayrımı sağlanmış mı?			
6	Tesise giriş, çıkışlarda ve dolaşım alanlarında yığılmaları önlemek için dolaşım yönleri ve süreleri düzenleniş mi? (Fiziki uygunluk varsa gidiş-dönüş işaretlemeleri de yapılması ve giriş-çıkışın ayrı yerlerden sağlanması, ayrı yerlerden sağlanıyorsa gidiş ve dönüşün bariyer/şeritle ayrılması)			
7	Tesise kullanıcı girişleri döngüsel olduğu için, sosyal mesafe planında belirlenen kapasiteye ulaşıldığında girişlerde yeni ziyaretçi alınmasını engelleyici önlemler ile ziyaretçilerin girişlerde sosyal mesafe kurallına göre beklemlerine ilişkin yer işaretlemeleri yapılmış mı?			
8	Sosyal mesafe planına göre hazırlanmış kapasiteler tesis bünyesinde yer alan tüm açık ve kapalı alanlar ile eğlence ve oyun araçlarının, varsa havuzların girişlerinde asılmış mı?			
9	Gösteri alanları, sinema salonları ile oyun ve eğlence araçlarında sosyal mesafe planına göre oturma ve seyir düzeni sağlanmış mı? Oturma alanlarına, oturma alanları arasındaki dolaşım alanlarına yer ve koltuk işaretlemeleri yapılarak yönlendirme sağlanmış mı?			
10	Oyun ve eğlence araç gereçleri gibi sık temas edilen yüzeyler kullanan misafirler her değiştiğinde temizlenerek dezenfekte ediliyor mu?			
11	Kapalı ve açık alanlarda yer alan gösteri, eğlence, oyuncak ünitelerine kullanım amacı ve kapasitesine uygun sayıda, girişlerinde/içlerinde, el dezenfektanları bulunuyor mu?			

Tablonun Devamı				
12	Eğlence ve oyun araçlarının bekleme alanlarında uzun süreli kalışı ve değişim esnasında çakışmayı önlemek için başlangıç ve bitiş süreleri dikkate alınarak verilecek araların süreleri ve misafir sayısı belirlenmiş mi?			
13	Tek kullanımlık (kalem, not defteri, bardak, tabak, çatal bıçak takımları vb.) malzemelerin kullanılması sağlanıyor mu ya da her kullanıcıdan sonra hijyen temizliği yapılıyor mu?			
14	Tesis içerisinde uygun yerlerde eldiven ve maske atıkları için ayrı bir çöp kutusu bulunuyor mu?			
15	Asansörlerin girişlerine el antiseptiği konulmuş mu? Asansör kullanım kapasitesine ilişkin bilgilendirme yapılmış mı? Asansör içlerinde sosyal mesafe işaretleri mi bulunuyor mu?			
16	Tesis içinde satış amaçlı üniteler varsa gerekli hijyen ve sosyal mesafe kurallarına uygun olarak faaliyet gösteriyor mu?			
17	Soyunma/emanet hizmeti bulunması halinde, her bir kullanıcıya temassız bir alan sağlanarak hizmet veriliyor mu? Soyunma odalarında dolaplar birer atlamalı olarak müşteriye veriliyor mu ve soyunma odalarının havalandırması yapılıyor mu?			
18	Soyunma ve duş alanlarının kapasiteleri ve bu alanlar içerisinde sosyal mesafe işaretlemeleri yapılmış mı?			
19	Kapalı alanlarda bulunan eğlence ve oyun araçları faaliyet dışı tutuluyor mu?			
20	Kaydıraklı havuzlarda, girişlerin yan yana olması durumunda, bekleme noktaları arasının sosyal mesafe ölçülerinde (1, 5 metre) olması sağlanıyor mu?			
21	Eğlence ve oyun havuzlarında (kaydıraklı havuzlar, eğlence havuzları, dalga havuzu, nehir, girdap, su oyunları) bekleme alanlarında uzun süreli kalışı ve değişim esnasında çakışmayı önlemek için başlangıç ve bitiş süreleri dikkate alınarak verilecek araların süreleri ve misafir sayısı belirlenmiş mi?			
22	Havuzların bulunması halinde havuz sayısı ve çalışma saatleri dikkate alınarak yeterli sayıda sertifikalı can kurtaran mevcut mu?			
23	Kaydıraklı havuzların üst ve alt noktalarında sertifikalı can kurtaran mevcut mu?			
24	Çocuk oyun havuzlarında ve kaydıraklı havuzlarında ve çocukların oyun ve eğlence alanlarında sosyal mesafe ve kapasiteyi kontrol altında tutacak görevli personel bulunuyor mu?			
25	Havuzlar çevresinde şemsiyeler sosyal mesafe kurallarına uygun olarak düzenlenmiş mi? Sabit gölgelik düzenlemesi varsa şezlonglar arası sosyal mesafe kurallarına uygun olarak düzenlenmiş mi?			
26	Havuz suyundaki klor seviyesinin açık havuzlarda 1-3 ppm, kapalı havuzlarda 1 ile 1,5 ppm arasında tutuluyor mu? Periyodik olarak kayıt altına alınıyor mu? Periyodik olarak ölçümlenen klor seviyeleri kayıt altına alınıyor ve doğrulanıyor mu?			
27	Klor seviyesine dair kayıtların doğrulanmasına istinaden kabul edilen aralıklar haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
28	Havuz ve plaj çevresinde tuvaletler, duş ve soyunma kabinleri için öngörülen temizlik ve dezenfeksiyon faaliyetleri kayıt altına alınıyor mu?			
29	Havuz ve kaydırak şişme bot ve kayış mat ve tüpler ve can yelekleri gibi sık temas edilen yüzeyler kullanan misafirler her değiştiğinde temizlenerek dezenfekte ediliyor mu? Ayrı bir alanda kullanılmış ve dezenfekte edilmiş olarak ayrılmış mı?			

Tablonun Devamı				
30	Havlu hizmeti bulunması halinde kapalı poşetlerde sunumu veya personel tarafından verilmesi sağlanıyor mu? 5D ve tüm 3 boyut gözlük ve VR ünitelerinde tüm kullanılan gözlük ve VR ların dönüşümlü her seferinde strelize edilmiş şekilde kullanımı sağlanıyor mu? Sağlanmıyor ise bu eğlence ünitelerin kullanılmaması sağlanmış mı?			
31	Eğlence ünitelerinde veya oyuncaklarında temasın engellenemediği ünitelerin (top havuzları, misafirin sabit duramadığı veya oturamadığı üniteler gibi) kullanım dışı tutuluyor mu?			
32	Su kaydıraklarında kullanılan çoklu kullanım imkânı sağlayan 2 li 3 lü veya 4 lü botlarda aynı aileden olan veya bir arada kalan misafirlerin birlikte kullanabileceğine ilişkin bilgilendirme var mı?			

b) Yeme ve İçme Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Masalar arası en az 2 metre, yan yana sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?			
2	Yeme & İçme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?			
3	Ortak kullanımda olan çay/kahve makinası, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya misafirlere bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?			
4	Yemek masaları ve sandalyeler, servis malzemeleri, şeker, tuz, baharat, peçete, menü gibi malzemelerin her misafir kullanımından sonra silinerek uygun şekilde Sağlık Bakanlığı onaylı dezenfektan ile temizliği ve dezenfeksiyonu sağlanıyor mu? Mümkünse tek kullanımlık şeker, tuz, baharat, peçete kullanılıyor mu?			
5	Masa üzerinde el antiseptiği veya yüzde yetmiş alkol içeren mendil/sıvı bulunuyor mu?			
6	“Açık Büfe” uygulamasının bulunması halinde, büfede bulunan yiyeceklerin misafirler tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik bir cam siperlik bulunuyor mu? Açık büfenin duvara montajlı olması halinde, görevli personelin servis yapmasına olanak sağlayacak bir alan bırakılarak, büfeye misafirlerin doğrudan ulaşımını engelleyici şekilde servis bankosu düzenlemesi bulunuyor mu?			
7	Misafirlerin ve personelin ulaşabileceği alanlarda el antiseptiği bulunuyor mu?			

c) Mutfaklar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Mutfaklar, tesis yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik ve hijyen protokolüne sahip mi?			
2	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?			
3	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre alınan kayıtlar doğrulanıyor mu?			
4	Temizlik doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
5	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?			

Tablonun Devamı				
6	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?			
7	Mutfaklarda depolama alanlarında sıcaklık ve bulunması halinde kuru depo alanlarında nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu?			
8	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu?			
9	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya doğrulama işlemi uygulanıyor mu?			
10	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddelerin bulunmaması sağlanmış mı?			
11	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?			
12	Mutfaklar içerisinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?			
13	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?			
14	Mutfaklarda çalışan personelin; takı, taşlı alyans veya herhangi bir aksesuar taşımaması sağlanmış mı?			
15	Mutfakta çalışan personelin iş kıyafetleri giymesi ve koruyucu tedbirler kapsamında eldiven, maske ve bone kullanmaları sağlanmış mı?			
16	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?			
17	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?			
18	Mutfaklarda kullanılan ekipmanların yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?			
19	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler herhangi bir şekilde tanımlanmış mı (etiket, ayrı bir alan vb.)?			
20	Yıkanmış ekipmanlarda gıda/deterjan vb. kalıntıların oluşması önleyecek uygulamalar var mı?			
21	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?			
22	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik’te belirtilen koşulları sağlıyor mu?			
23	Gıda üretiminde kullanılan buhar ve buz “içilebilir nitelikteki sudan” elde ediliyor mu?			
24	Çapraz bulaşmayı önlemek için, işlem görmemiş (çiğ) gıda maddeleri ile hazırlanmış (pişmiş) gıdalar birbirlerinden ayrı yerlerde muhafaza ediliyor mu?			
25	Ambalajlı veya ambalajsız tüm gıda maddelerinin zeminle direkt temas etmemesini sağlayacak önlemler alınıyor mu?			

d) **Lavabo ve Tuvaletler ve Genel Alan Temizlikleri**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tuvalet alanlarına girişte otomatik açılır kapı mevcut mu? Otomatik açılır kapı mevcut değilse giriş açık tutularak temassız giriş sağlanıyor mu?		
2	Tuvaletlerin zeminleri, klozetler, pisuarlar, lavabolar, musluk ve batarya başlıkları, kapı kolları sık sık temizlenip, dezenfekte ediliyor mu?		
3	Temizlik saatleri kayıt altına alınıyor mu? Denetimleri yapılıyor mu?		
4	El kurutma fanları kullanıma kapatılmış mı? El kurulamak için tek kullanımlık kâğıt havlular bulunduruluyor mu?		
5	Tuvaletlerde sabun, tuvalet kâğıdı, kâğıt havlu gibi malzemeler eksiksiz bulunduruluyor mu?		

Tablonun Devamı			
6	Tuvalet temizliği yapan personel maske ve gözlük veya siperlik kullanıyor mu?		
7	El teması yoğun olan kapı kolu, yürüten merdiven tirabzanları, asansör düğmesi, oyun araçlarının elle tutulan yerleri, korkuluklar, kol dayanakları, sınırlama materyalleri, gibi yüzeyler ile kullanımına ve malzemesine göre yer, duvar, döşeme kaplamalarının temizlik ve hijyeni için kullanılacak malzemeler ve periyodları belirlenmiş mi? Kontrol kayıtları tutuluyor mu?		

C. Personel için Önlem ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Personel kullanım alanları (soyunma odaları, duş, tuvalet, ofisler, yemekhane, kafe vb. sosyal mesafe planına uygun olarak düzenlenmiş mi? Vardiya ayarlamaları yoğunluk yaratmayacak şekilde hazırlanmış mı?		
2	Personelin çalışma alanına göre kullanması gereken koruyucu ekipmanlar (ofis çalışanı, servis elemanı, gişe personeli, can kurtaran, mutfak, temizlik personeli, şoför için ayrı ayrı) belirlenmiş mi?		
3	Personelin kullanması gereken maske, eldiven, siperlik ve el dezenfektanları gibi koruyucu ekipmanların düzenli ve yeterli temini sağlanıyor mu?		
4	Koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirim ve eğitimler gerçekleştiriliyor mu?		
5	Görevli personelin süreçlere yönelik eğitim, motivasyon ve psikolojik destek kayıtları şahsi dosyalarında kayıt altına alınmış mı?		
6	Personelin ortak kullanım alanlarında çay/kahve makinası, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya personele bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?		
7	“Açık Büfe” uygulamasının bulunması halinde, büfede bulunan yiyeceklerin personel tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik siperlik bulunuyor mu? Açık büfenin duvara montajlı olması halinde, görevli personelin servis yapmasına olanak sağlayacak bir alan bırakılarak, büfeye misafirlerin doğrudan ulaşımını engelleyici şekilde servis bankosu düzenlemesi bulunuyor mu?		
8	Personel işe alımlarında sağlık kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		
9	Personelin birlikte yaşadığı kişilerde Covid-19 hastası bulunup bulunmadığı sorgulanarak kayıt altına alınıyor mu?		
10	Personelin tesise girişlerinde ve çıkışlarında termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu, kayıt altına alınıyor mu? Personel giriş ve çıkış kayıtları temassız olarak sağlanıyor mu?		
11	Ateş, öksürük, nefes darlığı ve benzeri şikâyeti olan personelin sağlık kuruluşlarına yönlendirilmesi yapılıyor ve durumu takip altına alınıyor mu?		
12	Geçici hizmet alımı yapılan personelin sağlık kontrolü sağlanıyor mu?		
13	Tüm personelin yaşları ve kronik rahatsızlıklarına göre protokol var mı?		

D. Güvenlik

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Güvenlik departmanına ait süreçlerin, tesisin diğer departmanları ile koordinasyonu sağlanmış mı?		

Tablonun Devamı			
2	Misafirlerin x-ray cihazı harici elle aranmasının minimuma indirilmesi için elle aranması gerekirse, maske, her arama için tek kullanımlık eldiven, yüz koruyucu ekipman kullanılması ve sonrasında ellerin yıkanması veya temizlenmesine yönelik süreçler belirlenmiş mi?		
3	Mevcut tahliye, acil durum planları ve risk yönetimi süreçleri pandemi dikkate alınarak yeniden düzenlenmiş mi?		

E. İşletme Taşıtları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda el antiseptiği, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtlara ait koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin temizliği her servis öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Taşıtların işletme bünyesinde bulunması durumunda, klima temizliği düzenli yapılıyor mu? Klimalar dışarıdan temiz hava alacak şekilde mi çalıştırılıyor?			
5	Vale hizmetinin verilmesi halinde vale hizmeti veren personel, her araç teslim alma ve etme hizmetinden önce ve sonra ellerini uygun antiseptik ile temizliyor mu, taşıtları maskeli olarak kullanıyor mu?			

F. Atık Yönetimi

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesis yönetimi tarafından atık yönetimi konusunda tüm süreci takip etmek üzere bir görevli atanmış mı?		
2	“Atık Yönetimi”, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
3	Atık Yönetimi altında alınan kayıtlar sorumlu kişi tarafından kontrol ediliyor mu?		
4	Personel, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, önlük, cerrahi maske) kullanıyor mu?		
5	Çöp kovaları ve kullanılan diğer temizlik ekipmanları periyodik olarak temizleniyor mu?		
6	Atıklar usulüne uygun olarak toplanıp ayrıştırılarak Belediye veya Lisanslı kuruluşlar tarafından bertarafı düzenli olarak gerçekleştiriliyor mu?		
7	Çöp odalarında gerekli temizlik ve ilaçlama periyodik olarak yapılıyor mu?		
8	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere el antiseptiği, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?		

G. Haşere ve Zararlılarla Mücadele

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Haşere ve zararlılarla mücadele, tesis yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Haşere ve zararlılarla mücadele konusunda sorumlu personel belirlenmiş mi?		
3	Haşere ve zararlılarla mücadele uygulamaları sorumlu-personel tarafından kontrol ediliyor gerekli hallerde aksiyonlar alınıyor mu?		

Tablonun Devamı			
4	Personel, uygulama gerçekleştirmesi esnasında kişisel koruyucu ekipman (tek kullanımlık eldiven, cerrahi maske, bone, yüz/göz koruyucu siperlik, çizme, tulum) kullanıyor mu?		
5	Haşere ve zararlılar ile mücadele dosyasında hizmet sağlayıcıya ait İşletme Pest Kontrol Planı, Servis Sorumlusu Sertifikaları, MSDS'ler, Resmi Evraklar (Mesul Müdür, Hizmet Yeterlilik vb.), Hizmet Sözleşmesi, Sigortalar mevcut mu?		
6	Zararlı ile mücadele programı kapsamında, ilaçlama periyodik olarak yapılıyor veya bir ilaçlama firmasından destek alınıyor mu?		
7	İlaçlama işletme tarafından bizzat yapılıyor ise bu konuda gerekli eğitim almış bir personel tarafından gerçekleştirilip kayıt altına alınıyor mu?		
8	Dış mekâna açılan tüm boşluklar ile atık su kanalları (drenajlar) zararlı (haşere, kemirgen vb.) girişini, koku çıkışı ve atık sızıntıların geri basmalarını önleyecek şekilde düzenlenmiş mi?		

H. Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Tesisin satın alma, mal kabul ve depolama faaliyetleri konusunda izlenecek tüm süreç yönetim tarafından hazırlanan protokole göre uygulanıyor, ilgili yönetici tarafından izleniyor ve kayıt altına alınıyor mu?		
2	Satın alma, mal kabul ve depolama alanlarında sterilizasyon cihazları, el ve vücut hijyeni için gerekli alet ve ekipman bulunduruluyor mu? Bu alanlara görevli olmayan personel girişi engellenmiş mi?		
3	Bu bölümde görev yapan çalışanlar kişisel koruyucu ekipman (maske, eldiven, gözlük veya yüz siperliği) kullanıyor mu?		
4	Tesis bünyesinde gıda ürünlerinin tedariği ve üretimini yapan birimlere, geçici olarak giren tedarikçiler, bakım elemanları, mal getiren şoförler vb. kişilerin, tesis çalışanlarıyla herhangi bir temasta bulunmaması, sosyal mesafe kuralı korunarak ve koruyucu ekipman kullanarak işlemlerini yapmaları için önlemler alınmış mı?		
5	Satın alınan malların tedarikçiden depoya ulaşınca kadar izlediği süreçte, mallara en az insan teması yapılması için gerekli önlemler alınmış mı?		
6	Satın alma birimi tarafından yapılan alımlar öncelikle onaylı tedarikçilerden uygun nitelikte ve ambalajlı ürünler arasından mı tercih ediliyor?		

İ. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?		
3	Misafirlerin tesise girişi sırasında veya tesiste bulundukları süre içerisinde herhangi bir hastalık belirtileri göstermeleri halinde (öksürme, halsizlik, yüksek ateş vs.) personelin müdahale planı hakkında bilgisi var mı?		
4	Çalışanlar kendilerinde Covid-19 şüphesi duyduklarında veya hastalık belirtileri gösterdiklerinde durumu ilgili yöneticisine bildiriliyor mu?		
5	Covid-19 ile ilişkili semptomları olan (ateş, öksürük ve/veya nefes darlığı) veya Covid-19 testi pozitif olan çalışanlar hakkında Sağlık Bakanlığı ALO 184 Koronavirüs Danışma Hattı'na ve İl Sağlık Müdürlüğü'ne bilgi veriliyor mu?		
6	Covid-19 teşhisi konulan personelin tüm tekstil malzemesi ayrı ayrı poşetlere konularak çamaşırhane veya tesis dışında çamaşır yıkama hizmeti alınan firmaya iletilerek bu ürünlerin diğer malzemelerden ayrı olarak yıkanması sağlanıyor mu?		

J. Tabela, Logo, Sertifika ve QR

(2. Denetimden itibaren EVET/HAYIR sütunlarını işaretleyerek doldurunuz.)

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	1. Denetim
1	Güvenli Turizm Tabelası kurallara uygun şekilde yapılmış ve tesis girişine asılmış mı?			
2	Güvenli Turizm logosu ve QR'ı kurallara uygun şekilde hazırlanmış ve görünür şekilde asılmış/yapıştırılmış mı?			
3	Güvenli Turizm sertifikası kurallara uygun şekilde tesis girişine asılmış mı?			

7. “Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı Kış Turizmi Kriterleri”**A. Zorunlu Uygulamalar Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Uygulanması**

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	İşletme bünyesinde, bulaşma önlemleri ve hijyen standartlarının adaptasyonu ve doğrulamalarını gerçekleştirmek üzere yetkilendirilmiş bir personel mevcut mu?		
2	İşletme bünyesindeki tüm alanların (mekanik hatlar, teleferik, teleski, telesiyej, gondol oturma alanları, giriş üniteleri, genel tuvaletler, soyunma odaları, kayak odaları, yeme içme üniteleri, personel alanları) hijyen ve temizlik uygulamalarını ve yüzeye uygun malzemelerinin belirlenmesini kapsar prosedürlere ilişkin protokoller hazırlanmış mı?		
3	Tüm prosedür ve protokolleri destekler şekilde, periyodik izleme formları ve kontrol listeleri hazırlanmış mı?		
4	Oluşturulan kayıt sistemi işletmede etkin şekilde kullanılıyor mu?		
5	Kayıtlar belirli periyotlarda doğrulamaya tabi tutuluyor mu?		
6	Gerçekleştirilen doğrulamalarına istinaden gerekli hallerde aksiyon alınması sağlanıyor mu?		
7	İşletme bünyesinde tüm genel kullanım alanlarının (soyunma odaları, satış üniteleri, genel tuvaletler, kapalı-açık yeme-içme yerleri gibi) sosyal mesafe ölçülerine göre kapasiteleri belirlenerek sosyal mesafe planı hazırlanmış mı?		
8	İşletme bünyesinde genel kullanım alanlarında (yeme-içme üniteleri, soyunma odaları, ödeme noktaları gibi) ve personel alanlarında Sağlık Bakanlığı onaylı alkol bazlı el antiseptiği veya dezenfektanı mevcut mu?		
9	Genel kullanım alanlarında sosyal mesafe ölçülerine uygun yer / eşya işaretlemeleri, bariyer gibi düzenlemeler yapılmış mı?		
10	Teleferik, Teleski, telesiyej gibi mekanik hatların sosyal mesafe ölçüleri dikkate alınarak kullanım kapasiteleri belirlenmiş mi? Yazılı olarak misafirin görebileceği şekilde asılmış mı?		
11	Teleferik, Telesiyej, teleski gibi mekanik hatlar iniş ve binış noktalarında olası yığılmaları engellemek için sosyal mesafe kurallarına uygun bekleme alanı düzenlenmiş mi?		
12	İşletme bünyesinde koruyucu talep edilmesi halinde verilmek üzere yeterli sayıda maske hazır bulunduruluyor mu?		
13	Misafirlere, Covid-19 ile hijyen konusunda alınan önlemler ve uygulamalar ile misafirlerin uyacakları kurallar hakkında yazılı bilgi veriliyor mu?		
14	Günübirlik kullanım için gelen misafirlerin ve çalışanların tesise girişlerinde ve çalışanların tesisten çıkışlarında da termal kamera veya temassız ateş ölçerlerle vücut sıcaklığı kontrolü sağlanıyor mu?		
15	Ölçümlenen vücut sıcaklığı kayıtları tutuluyor mu?		
16	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar tanımlı mı?		
17	Vücut sıcaklığı kayıtlarının doğrulanmasına istinaden kabul edilen sıcaklık aralığı haricinde bir tespit mevcut ise alınacak aksiyonlar kayıt altına alınıyor mu?		
18	Misafirlerin yapacağı ödemelerde, nakit ödeme yerine mümkün olduğunca temassız pos cihazları, online ödeme vb. yöntemler tercih ediliyor mu?		
19	Ski pasların kullanım tekrarı olması durumunda dezenfeksiyonu gerçekleştirilerek uygun şekilde muhafazası sağlanıyor mu?		

Tablonun Devamı			
20	Mekanik Hatların bakım ve onarımının periyodik olarak yetkili servise veya konusunda eğitim almış uzman kişilere yaptırılması bir sağlıyor mu?		
21	Pandemi süresince konser ve gösteri gibi toplu etkinlikler, promosyon uygulamaları, broşür dağıtımı, faaliyetler durdurulmuş mu?		
22	Tur programlarında kapasite uygulaması yapılıyor mu?		
23	Girişte HES sorgulaması yapılıyor mu?		

B. Kayak Odaları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Kayak odalarında sosyal mesafe planına uygun misafir sayısı belirlenmiş mi? Çakışmaları önlemek amacıyla kayak odası kullanım periyodları düzenlenmiş mi?			
2	Emanet dolaplarının sosyal mesafe kuralına uygun kullanımı sağlanmış mı? Konakladığı sürece aynı dolabın aynı misafir tarafından kullanımı sağlanıyor mu?			
3	Her misafirin kiralama süresi sona erdikten sonra yeni misafirin kullanımı için emanet dolapları, kayak takımları, baton, kayak ayakkabıları, board ve ayakkabılar temizlik, bakım ve hijyen sağlanarak kullanıma hazır hale getiriliyor mu?			
4	Havalandırma sistemi temiz, hava sirkülasyonu yeterli ve uygun mu?			

C. Personel için Alınacak Önlem ve Uygulamalar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	İşletme bünyesinde görev alan çalışanlara işletmede uygulanacak plan ve protokoller konusunda periyodik temel eğitimler veriliyor mu?		
2	Personele hijyenik malzeme ve koruyucu ekipmanların kullanımı ile ilgili eğitimler veriliyor mu?		
3	Koruyucu ekipman kullanımı ile ilgili olarak personele gerekli bildirimler gerçekleştiriliyor mu? Yeterli sayıda görev yerine uygun koruyucu ekipman bulunduruluyor mu?		
4	Görevli personelin süreçlere yönelik eğitim, motivasyon ve psikolojik destek kayıtları şahsi dosyalarında kayıt altına alınmış mı?		
5	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler mevcut mu? Kapasitesi/kullanım periyodu belirlenmiş mi?		
6	Personel dinlenme ve sosyal alanlarında alkol bazlı el antiseptiği /dezenfektanı vb. malzemeler mevcut mu?		
7	Personel işe alımlarında sağlık kontrolleri gerçekleştiriliyor mu?		
8	Çalışanların ilgili STK'lardan (TÜROB, TÜROFED, TURYİD vb) veya MEB'den onaylı hijyen eğitimi kayıtları dosyalarında var mı?		

D. Mutfaklar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Mutfaklar, otel yönetimi tarafından hazırlanmış bir temizlik protokolüne sahip mi?			
2	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre gerçekleştirilen uygulamalar kayıt altına alınıyor mu?			
3	Mutfaklar için hazırlanan temizlik protokolüne göre alınan kayıtlar doğrulanıyor mu?			
4	Temizlik doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			

Tablonun Devamı				
5	Gıda girdi kabul, hazırlık, işleme ve servis-sunum proses basamaklarına istinaden uygulanması gereken gıda güvenliği gereklilikleri tanımlı mı?			
6	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri kayıt altına alınıyor mu?			
7	Gıda güvenliği altında tariflenmiş izleme faaliyetleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
8	Gıda güvenliği doğrulama faaliyetlerine istinaden gerekli hallerde aksiyonlar gerçekleştiriliyor mu?			
9	Mutfaklarda tüm gıdalar temiz, gıdaya uygun nitelikte bir ekipman ile üzeri kapalı olarak depolanıyor mu?			
10	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında yerleşim düzeni ürün grupları ve riskler dikkate alınarak yapılıyor mu?			
11	Mutfaklarda mevcut depolama alanlarında sıcaklık ve gerekli hallerde nem ölçümleri gerçekleştirilerek kayıt altına alınıyor mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
12	Kayıt altına alınan sıcaklık ve nem ölçümleri yetkin personel tarafından doğrulanıyor mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
13	Mutfaklarda gerçekleştirilen ölçümler esnasında kullanılan ekipmanlara periyodik kalibrasyon veya doğrulama işlemi uygulanıyor mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
14	Mutfaklarda raptiye, toplu iğne, zımba teli, kırık cam vb. fiziksel risk teşkil eden maddelerin bulunmaması sağlanmış mı?			
15	Her gün yeterli miktarda şahit numune alınıyor mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
16	Şahit numunelerin etiket bilgileri mevcut mu? <i>(Sadece basit atıştırmalık sunan mutfaklarda aranmaz)</i>			
17	Mutfaklar içerisinde gerekli alanlarda sağlam, kapalı şekilde muhafaza edilebilir çöp kovaları vb. mevcut mu?			
18	Mutfaklar içerisinde kırılabilir malzemelere karşı bir muhafaza mevcut mu?			
19	Mutfaklarda oluşan tüm atıklar uygun bir şekilde bertaraf ediliyor mu?			
20	Mutfaklarda çalışan personellerin; takı, taşı alyans veya herhangi bir aksesuar taşımaması sağlanmış mı?			
21	Mutfaklarda çalışan personelinin mutfaka girişleri kontrol altında mı? <i>(İş Kıyafetleri ve Hijyen Ekipmanları Kullanımı)</i>			
22	Mutfaklara personel harici kişiler tarafından girişler kontrol altında mı?			
23	Mutfaklar içerisinde bulaşık yıkama alanlarında kirli ve temiz ekipman ayrımları mevcut mu?			
24	Mutfaklarda kullanılan ekipmanlar yerleştirildiği raf vb. alanlar temiz ve uygun mu?			
25	Mutfaklar içerisinde iade/imha edilecek hammadde/ürünler için herhangi bir tanımlı alan mevcut mu? <i>(Sadece kahvaltı servisi olan mutfaklarda aranmaz)</i>			
26	Yıkamış ekipmanlarda gıda/deterjan vb. kalıntılarının oluşması önleyecek uygulamalar var mı?			
27	Temizlik kimyasalları ve ekipmanlar ayrı yerleştirilmiş mi?			
28	Gıda üretiminde kullanılan su, “İnsani Tüketim Amaçlı Sular hakkında Yönetmelik” te belirtilen koşulları sağlıyor mu? <i>(Şehir şebekesi harici su kullanımı için sorgulanır)</i>			

E. Yeme ve İçme Üniteleri

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Masalar arası en az 2 metre, sandalyeler arasında ise 60 cm mesafe bırakılmış mı?			

Tablonun Devamı				
2	Yeme & İçme alanlarında servis ekipmanları servis öncesi ve sonrası düzenli olarak temizleniyor mu?			
3	Ortak kullanımında olan çay/kahve makinası, sebil, içecek makinası ve benzeri cihazlar kaldırılmış veya misafirlere bir görevli aracılığıyla bu cihazlardan içecek verilmesine dair düzenlemeler gerçekleştirilmiş mi?			
4	Yemek Masaları ve mobilyalarının, masa üstü ekipmanlarının (tek kullanımlık olanlar hariç) alkol bazlı ürünler ile temizlikleri her müşterinin kullanımı sonrasında gerçekleştiriliyor mu?			
5	Masa üzerinde el antiseptiği veya yüzde yetmiş alkol içeren mendil/sıvı bulunuyor mu?			
6	“Açık Büfe” uygulamasının sürdürülmesi durumunda, büfede bulunan yiyeceklerin misafirler tarafından alınmaması ve yiyeceklerle temas kurmamalarına yönelik bir cam siperlik bulunuyor mu? Açık büfenin duvara montajlı olması halinde, görevli personelin servis yapmasına olanak sağlayacak bir alan bırakılarak, büfeye misafirin doğrudan ulaşımını engelleyici şekilde servis bankosu düzenlemesi bulunuyor mu? Önlemler dahilinde bir görevli tarafından istenen yiyeceklerin misafire verilmesi sağlanıyor mu?			
7	Misafirlerin ve personelin ulaşabileceği alanlarda alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı vb. malzemelerin varlığı mevcut mu?			

F. Güvenlik

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Güvenlik departmanına ait süreçlerin, işletmenin diğer departmanları ile koordinasyonu sağlanmış mı?			
2	Misafirin x-ray cihazı harici elle aranmasının minimuma indirilmesi için elle aranması gerekirse, maske, her arama için tek kullanımlık eldiven, yüz koruyucu ekipman kullanılması ve sonrasında ellerin yıkanması veya temizlenmesine yönelik süreçler belirlenmiş mi?			
3	Mevcut tahliye, acil durum planları ve risk yönetimi süreçleri pandemi dikkate alınarak yeniden düzenlenmiş mi?			
4	Güvenlik görevlilerine yaptıkları işlemlerden (kimlik alıp verme vb.) sonra kullanmak üzere alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, tek kullanımlık mendil ve atıkları için özel çöp torbaları sağlanmış mı?			

G. İşletme Taşıtları

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Taşıt içerisindeki tüm yolcuların maske kullanımı sağlanıyor mu?			
2	Taşıtlarda alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske mevcut mu?			
3	Taşıtlara ait koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin temizliği her servis öncesinde gerçekleştiriliyor mu?			
4	Vale hizmetinin verilmesi halinde, çalışan ve misafir güvenliğine ilişkin gerekli önlemler alınmış mı?			

H. Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlar

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	N/A
1	Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlara dışarıdan kesinlikle ziyaretçi, akraba, arkadaş kabul edilmemesi konusunda düzenleme ve önlemler alınmış mı?			

Tablonun Devamı				
2	Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlarda, personel transferlerinde sosyal mesafenin korunmasına yönelik önlemler ve diğer hijyen önlemleri alınmış mı?			

İ. Acil Durum ve İzolasyon

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR
1	Acil durumlar ile hasta, semptomlu veya şüpheli vaka tespit edilmesi (Salgın Hastalıklar Kriz Yönetimi gerekliliklerini içerir şekilde) halinde uygulanacak protokol, ulaşılabilecek kişi ve kurumlar belirlenmiş mi?		
2	Acil durumlar için ulaşılabilecek kişi ve kurumların bilgisi gerekli yer ve mecralarda paylaşılmış mı?		
3	Misafirlerin işletmeye girişte veya sonraki süreçte herhangi bir hastalık belirtileri göstermeleri halinde (öksürme, halsizlik, yüksek ateş vs.) personelin müdahale planı hakkında bilgisi var mı?		
4	İşletme içerisinde acil durumlarda izolasyon alanları belirlenmiş mi?		
10	İzolasyona alınmış misafire servis/kat hizmetinin misafirin konaklaması sonlanıncaya kadar aynı personeller tarafından hizmet verilmesi ve bu süre boyunca diğer misafirlere hizmet verilmemesi yönünde protokol belirlenmiş mi? İzolasyona alınmış misafire servis/kat hizmeti verecek personeller belirlenmiş mi? İzolasyon servis personellerinin çalışma koşulları, ek hizmet bedelleri, koruyucu ekipmanları, misafire yaklaşım mesafesi ve koşulları, servis öncesi ve sonrası uygulayacakları kişisel temizlik ve hijyen kurallarının da yer aldığı 'izolasyon personeli protokolü' hazırlanmış mı ve sözleşmeleri yapılmış mı? (50 oda altıkonaklama tesislerinde sözleşme zorunlu değildir)		
17	Çalışanlar kendilerinde Covid-19 şüphesi duyduklarında veya hastalık belirtileri gösterdiklerinde durumu işyeri ilgili yöneticisine bildiriliyor mu?		
18	Covid-19 ile ilişkili semptomları olan (ateş, öksürük ve/veya nefes darlığı) veya Covid-19 testi pozitif olan çalışanlar hakkında Sağlık Bakanlığı ALO 184 Koronavirüs Danışma Hattı'na ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü' ne bilgi veriliyor mu?		

J. Tabela, Logo, Sertifika ve QR

(2. Denetimden itibaren EVET/HAYIR sütunlarını işaretleyerek doldurunuz.)

	AÇIKLAMA	EVET	HAYIR	1. Denetim
1	Güvenli Turizm Tabelası kurallara uygun şekilde yapılmış ve tesis girişine asılmış mı?			
2	Güvenli Turizm logosu ve QR'ı kurallara uygun şekilde hazırlanmış ve görünür şekilde asılmış/yapıştırılmış mı?			
3	Güvenli Turizm sertifikası kurallara uygun şekilde tesis girişine asılmış mı?			

Ek 2

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı, “Covid-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Tüketicilerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi : Bursa İli Örneği” adlı yüksek lisans tezinin uygulama kısmında aşağıdaki anket çalışmasından faydalanılacaktır. Verilen cevaplara tarafımızca değerlendirilecek olup, tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Süleyman Demirel Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Gülay Bulgan, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Öğrencisi Eda Nur Kılınç

A. Demografik Özellikleriniz (Tüm bilgileriniz gizli kalacaktır.)	
1. Cinsiyetiniz:	☐ Kadın ☐ Erkek
2. Uyruğunuz:	☐ T.C. ☐ Yabancı Uyruklu () belirtiniz.
3. Medeni Durumunuz:	☐ Evli ☐ Bekâr
4. Yaşınız s.	☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65 ve üzeri
5. Eğitim Durumunuz s.	☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Y. Lisans/ Doktora
6. Mesleğiniz:	☐ İşveren ☐ Memur ☐ İşçi ☐ Emekli ☐ Yönetici ☐ Serbest Meslek ☐ Ev Hanım ☐ Diğer () belirtiniz.
7. Yıllık Geliriniz:	☐ 25.000 \$'in altında ☐ 25.000 - 44.999 \$ ☐ 45.000 - 64.999 \$ ☐ 65.000 - 84.999 \$ ☐ 85.000 – 104.999 \$ ☐ 105.000\$ ve üzeri ☐ Cevap vermek istemiyorum.
8. Turizm ve otel sektöründe istihdam ettiniz mi?	☐ Evet ☐ Hayır
9. Çalıştıysanız deneyim süreniz?	☐ 1-3 yıl ☐ 4-7 yıl ☐ 7-10 yıl ☐ 10 yıl ve üzeri
10. Son 2 yıldır pandemi süresince otelde konakladınız mı?	☐ Evet ☐ Hayır
11. Konakladıysanız hangi tür otelde kaldınız?	☐ 3 yıldız ☐ 4 yıldız ☐ 5 yıldız
B. Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşleriniz.	
1. Covid-19 süresinde seyahat ettiğiniz bölgede uygulanan karantina ve sokağa çıkma yasaklarına denk geldiniz mi?	☐ Evet ☐ Hayır
2. Topluma açık bir yere gittiğinizde maske, eldiven, sosyal mesafe ve dezenfektan gibi koruyucu maddeler kullanıyor musunuz?	☐ Evet ☐ Hayır
3. Covid-19 döneminde uygulanan yasaklar ve konulan kurallar (Örn s. sokağa çıkma yasakları, seyahat yasakları, maske zorunluluğu vb.) virüsün yayılmasını engeller mi?	☐ Evet ☐ Hayır
4. Covid-19 süresince uygulanan karantinada Türkiye'ye gelen turistlere sağlanan ayrıcalığı uygun buluyor musunuz?	☐ Evet ☐ Hayır
5. Covid-19 virüsünün seyahat hareketliliği ile dünya üzerine yayıldığına katılıyor musunuz?	☐ Evet ☐ Hayır

Aşağıda yer alan ifadelere katılıp katılmama durumunuzu lütfen işaretleyerek belirtiniz.

Otel Güvenliği için Gerekli Özellikler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Sağlık ve Acil Durumlardaki Hazırlıklar					
A.1. Otelde 24 saat nöbetçi hemşire veya doktor bulunmalıdır.					
A.2. Otelde sağlık ve yaşam malzemelerinin olduğu bir otomat makinesi bulunmalıdır.					
A.3. İzolasyon odalarında veya otel odalarında sağlık ekipman (eldiven, maske, dezenfektan vb.) malzemeleri bulunmalıdır.					
A.4. Otelin çevresinde veya yakınlarında sağlık kurumları (hastane ve eczane vb.) bulunmalıdır.					
A.5. Otelde hizmet veren personelin (izolasyondaki alanda dâhil) sağlık ve hijyen eğitimi almalıdır.					
A.6. Otelde misafir sayısı sınırlandırılmalıdır.					
A.7. Otele gelen engelli misafirler için odalarda, asansör ve giriş-çıkışlarda kişi sayısı, hizmet şartları uygun hale getirilmelidir.					
A.8. Sadece ateşli hastalara ait bir kat bulunmalıdır.					
A.9. Otelde konaklayan misafirlerin ateş ölçümelerini yapan termal kameralar bulunmalıdır.					
Misafirin Otele Giriş İşlemleri					
M.1. Misafirlerin otele girişleri anında ateş kontrolü yapılmalıdır.					
M.2. Misafirler otele giriş işlemleri anında sosyal mesafe, bulaşıcılık ve temizlik kurallarını otel personeli açıklamalıdır.					
M.3. Misafirler için resepsiyon bölgesinde veya lobide alkol bazlı el antiseptiği/dezenfektanı, koruyucu ekipmanlar vb. bulunmalıdır.					
M.4. Resepsiyon işlemleri sırasında misafirlere tek kullanımlık kalemlerin kullanımı sağlanmalı ve temas için koruyucu paneller olmalıdır.					
M.5. Oda kartı/anahtarı, kalem, resepsiyon zili vb. malzemelerin kullanım tekrarı olması durumunda dezenfektan maddeleri ile temizlenmelidir.					
M.6. Misafirlerin ödemeleri gerçekleştirileceği sırada temassız pos cihazları ve online ödeme yöntemleri de kullanılmalıdır.					
M.7. Otele gelen misafirlerin giriş işlemleri aşamasında bulaşıcı hastalığa sahip olup olmadığının anlaşılması için bir sağlık anketi veya son 14 günlük seyahat geçmişi izlenmelidir.					
M.8. Giriş işlemleri aşamasında misafirlerin acil durumlar için iletişim bilgileri alınmalıdır.					
Misafir Odası Güvenliği ve Otel Güvenliği					
O.1. Misafir odalarında koruyucu ekipmanlar (eldiven, dezenfektan, maske, koruyucu gözlük, ateş ölçer vb.) bulunmalıdır.					
O.2. Misafirlerin odalarında ilkyardım (sağlık kiti) malzemeleri kişi başına yetecek durumda bulundurulmalıdır.					
O.3. Konuk odalarının havalandırılması ve temizliği misafir odada olmadığında yapılmaktadır.					

O.4. Misafir otelden ayrıldıktan sonra odanın temizliği yapılmakta ve odalar steril edilmektedir.					
O.5. Odalarda tercihen tek kullanımlık servis malzemeleri (bardak, tabak, çatal bıçak takımları) bulunmaktadır.					
O.6. Otel güvenliği için gerekli olan güvenlik kuralları odalarda ve katlarda broşür, tablo veya sesli sistem ile anlatılmaktadır. (Örn. Sosyal mesafeye dikkat edin, asansörlere 2 kişi binebilir veya maskelerinizi takınız)					
O.7. Misafirlerin üzerlerinin aranması x-ray cihazı, kamera sistemi veya elle aranırken güvenlik şartı ile maske, eldiven vb. önlemler alınmaktadır.					
O.8. Otelde mevcut tehlike anında acil durum planları ve risk yönetim süreçleri pandemi kuralları gereğince belirtilmektedir.					
Personellerin Görev ve Sorumlulukları					
P.1. Salgın zamanında oteldeki personeller sağlık, hijyen ve teknik malzeme kullanım eğitimi almıştır.					
P.2. Görgü kuralları gereği ve bulaşıcı hastalık olduğu için otel personeli kurallara (Örn. misafir ile konuşurken maske takmakta, öksürürken peçete ve maskelidir, müşteri ile sosyal mesafe kurallına dikkat etmekte) uymaktadır.					
P.3. Otelde çalışan personeller kesinlikle kişisel hijyen kurallarını (Örn. Sık sık el yıkama, maske değiştirme, dezenfektan kullanmakta) uygulamaktadırlar.					
P.4. Boşalan odada yeni gelen misafir için temizlenmekte ve dezenfekte edilmelidir.					
P.5. Personeller odalardaki sağlık ekipmanlarının ve eşyaların (maske, eldiven, terlik, havlu, vb.) kontrolünü sağlamaktadır.					
P.6. Personeller sabun ve dezenfektan çözelti dağıtıcılarının düzenli çalışmasını sağlamak için düzenli kontroller gerçekleştirmektedirler.					
Yenilikçi Teknoloji ve Hizmetler					
Y.1. Misafirlerin hizmetlerini gerçekleştiren robot çalışanlar olmalıdır.					
Y.2. Giriş ve çıkış işlemleri için self servis teknolojisi kullanılmalıdır. (Örn. Kiosklar, akıllı televizyonlar)					
Y.3. Otel içinde odalardaki ekipmanları ve asansörleri çalıştırmak sesli komut sistemi kullanılmalıdır.					
Y.4. Lobilerde bulunan otomatlarda önceden hazırlanmış paketli yiyecek-içecekler kullanılmalıdır.					
Y.5. Otelin her katına ayrı spor ve sağlık ünite cihazları bulundurulmalıdır.					
Y.6. Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı'nın kriterlerinin TV ekranları gibi cihazlarla yansıtılması yararlıdır.					
Y.7. Oteldeki kullanılan teknolojik cihazlarla QR kodu ile Güvenli Turizm logosunun okutulması gerçekleştirilmektedir.					
Salgın Nedeniyle Oluşan Stres					
S.1. Otelde konakladığımızda kendimin/ailemin virüs kapmasından endişeleniyorum.					
S.2. Otellerde uygulanan hijyen, mesafe ve gerekli kuralların beni virüsten koruyacağına eminim.					
S.3. Otelde konakladığımda yabancı misafirler ile temasa geçmekten endişeleniyorum çünkü virüs kapmış olabilirim.					
S.4. Otele gelen yabancı turistlerle aynı ortamda bulununca sosyal mesafeye, maskeye son derece önem veririm.					
S.5. Yabancı misafirlerin virüsü yaymasından son derece endişeliyim.					

Tüketicinin Bakış Açısı ile Aşı					
T.1. Aşı olmaktan ve aşının yan etkilerinin olacağına endişelenmekteyim.					
T.2. Aşılama olursa konaklama hizmetlerine gönül rahatlığıyla gidebilirim.					
T.3. Aşılama seyahate çıkma imkânı sağlanabilir.					
T.4. Otelde sadece aşılama misafirlerin olması konaklama işletmesi için güven duymamı sağlar.					
T.5. Bulaşıcı hastalıkların olduğu bölgelere aşı olarak giderim.					
Pandemi Sürecinden Sonra Otel Seçim Davranışınızdaki Değişimler					
P.1. Başka bir tüketiciye güvenli ve emniyetli konakladığım oteli tavsiye ederim.					
P.2. Salgın döneminde/sonrasında güvenli ve emniyetli bir konaklama türü seçmem kararında önemli derece büyük rol oynar.					
P.3. Salgın döneminde güvenli ve emniyetli otellerin fiyatları oldukça yüksektir.					
P.4. Salgın zamanında güvenli ve emniyetli bir otel seçmek için daha fazla ödeme yapmaya istekliyim.					
P.5. Oteldeki personelin hijyen ve sağlık eğitimi alması bir daha aynı konaklama işletmesini ziyaret etmemi önemli derece etkiler.					
P.6. Otelde salgın zamanı uygulanan sosyal mesafe, maske, dezenfektan olması seçimimde önemli derece rol oynar.					
P.7. Otelde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programı'nın kriterlerinin logo, broşür, tablo, sesli sistem ve TV ekranları ile herkesin göreceği şekilde olması işletmeye duyduğum güveni arttırmakta önemli rol oynamaktadır.					
P.8. Otelde Güvenli Hizmet Programı'nın kriterlerine sahip olduğu sertifikanın otelde asılı olması ya da online satış anında internet sitesinde olması seçim davranışımı etkilemektedir.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler :

Adı ve Soyadı : Edanur Kılınç

Eğitim Durumu :

Lisans Öğrenimi : 2015-2019 Süleyman Demirel Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : 2020-2022 Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar:

1. Yaratıcı Turizm: Isparta Örneği/ Güncel Turizm Konuları- Paradigma Akademi Yayınları Erişim Adresi: <https://iwact.org/upload/file/2022-12-13-contemporary-issues-in-tourism-ekim-2022-1639843e95cfc5.pdf>