



İSKENDERUN TEKNİK

ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ
VE SONRASI TURİZM
DESTİNASYONLARINA
YÖNELİK BEKLENTİLERİN
İNCELENMESİ**

Meltem KAYA

**TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

TEMMUZ 2021



**COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM
DESTİNASYONLARINA YÖNELİK BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ**

Meltem KAYA

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2021

Meltem Kaya tarafından hazırlanan “COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM DESTİNASYONLARINA YÖNELİK BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile İskenderun Teknik Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İskenderun Teknik Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Başkan: Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İskenderun Teknik Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Meral ÜZÜLMEZ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Cemil SÜSLÜ

Seyahat İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İskenderun Teknik Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum

Tez Savunma

Tarihi:

05/07/2021

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....

Doç. Dr. Ersin Bahçeci

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ETİK BEYAN

İskenderun Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- ☒ Tez üzerinde Yükseköğretim Kurulu tarafından hiçbir değişiklik yapılamayacağı için tezin bilgisayar ekranında görüntülendiğinde asıl nüsha ile aynı olması sorumluluğunun tarafıma ait olduğunu,
- ☒ Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- ☒ Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- ☒ Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- ☒ Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- ☒ Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

İmza

Meltem KAYA

05/07/2021

COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM DESTİNASYONLARINA YÖNELİK BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Meltem KAYA

İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2021

ÖZET

Bu çalışma, Covid-19 salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki/etkilerine dikkat çekmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmada, Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası destinasyon beklentilerinde ne tür değişimler olduğu incelenerek, bahsi geçen değişimin beklentiler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Onüç araştırma sorusu geliştirilen araştırma sürecinde ön test süreci dahil üç saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Birinci saha araştırmasında nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup, geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ile katılımcılardan veriler toplanmıştır. Birinci saha araştırması (01-15.06.2020) sonucu elde edilen veriler ile ikinci ve üçüncü saha araştırmasında kullanılacak anket formu tasarlanmıştır. İkinci saha araştırması ön test niteliğinde olup, anket formunun son halini alması için gerçekleştirilmiştir. Son halini alan anket formu ile de nicel araştırma tasarımı benimsenen üçüncü saha araştırması (01.02.-04.05.2021) gerçekleşmiştir. Arştırmada kullanılan veri toplama formları için İskenderun Teknik Üniversitesi etik kurulu onayı alınmıştır. Analizler sonucunda Covid-19 dönemi öncesi (konaklama, yeme-içme alanları, ulaşım ve genel destinasyona yönelik) beklentiler özellikle hijyen konusunda bireysel alanlar için ön plandadır. Ancak Covid-19 sonrası artık toplu kullanılan her alan için hijyen ve dezenfektan kuralları ve kullanımlarına dikkat edilmesi beklenmektedir. Ayrıca katılımcılar Covid-19 dönemi öncesi daha çok konaklamak için otellerde kalmayı tercih ederken, Covid-19 dönemi sonrası bireysel tatil yapılabilecek kiralık ev veya kiralık villaları tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Araştırma bulgularından hareketle Covid-19 ile beraber bireylerin destinasyonlara yönelik beklenti ve tercihlerinde değişimler söz konusudur. Bu değişimler sebebiyle turizm destinasyonlarının, turist beklentilerini yeniden değerlendirerek, tekrardan yapılanmaya gideceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler : Covid-19, koronavirüs, turizm destinasyonu, beklenti

Sayfa Adedi : 98

Danışman : Dr. Öğretim Üyesi Gamze ERYILMAZ

ANALYSIS OF EXPECTATIONS FOR TOURISM DESTINATIONS BEFORE AND AFTER COVID-19 PERIOD

(M. Sc. Thesis)

Meltem KAYA

ISKENDERUN TECHNICAL UNIVERSITY
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

July 2021

ABSTRACT

This study was carried out to draw attention to the possible impact/effects of the Covid-19 outbreak on tourist destinations. In this context, in this study, what kind of changes occurred in fate expectations before and after the Covid-19 period, and the effect of this change on expectations was examined. During the research process, thirteen research questions were developed and three field studies were carried out, including the pre-test process. The qualitative research approach was adopted in the first field study, and data were collected from the participants through the elaborate semi-structured interview form. With the data obtained in the first field research (01-15.06.2020), a questionnaire was designed to be used in the second and third field research. The second field research is a pre-test and was carried out to complete the questionnaire. The third field study (01.02.-04.05.2021), which adopted a quantitative research design, was carried out with the questionnaire that took its final form. Iskenderun Technical University ethics committee approval was obtained for the data collection forms used in the study. As a result of the analyses, expectations before the Covid-19 period (accommodation, food and beverage areas, transport and general destination) are at the forefront for individual areas, especially in terms of hygiene. However, after Covid-19, it is expected that attention will be paid to hygiene and disinfectant rules and to the use of all areas used collectively. Furthermore, participants stated that while they would prefer to stay in hotels for more accommodation before the Covid-19 period, they prefer to rent houses or villas where individual vacations can be taken after the Covid-19 period. Based on the survey results, there are changes in individuals' expectations and preferences for Covid-19 destinations. Due to these changes, it is estimated that tourist destinations will undergo a restructuring, reassessing tourists' expectations.

Key Words : Covid-19, coronavirus, tourism destination, expectation
Page Number : 98
Supervisor : Asst. Prof. Gamze ERYILMAZ

TEŞEKKÜR

Çalışmanın, tez konusunun seçiminden tezin tamamlanmasına kadar, değerli fikir ve görüşlerini benimle paylaşan, bana her konuda yol gösteren tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ'a; yüksek lisans derslerine başladığım günden itibaren her konuda destek ve görüşlerini esirgemeyen ve kendilerinden çok değerli bilgiler edindiğim değerli Öğr. Gör. Halil SUNAR'a minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Yapmış olduğum çalışmalarım boyunca beni sürekli motive eden ve düzenli bir çalışma ortamı sağlayan, eğitim yaşantım boyunca elde ettiğim başarıların gerçek sahibi olan ve benim bu günlere gelmemde maddi ve manevi olarak her türlü desteği sağlayan babam Faruk KAYA, annem Melike KAYA, kardeşim Görkem KAYA ile beraber tüm aileme çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
1. GİRİŞ	1
2.TANIMLAR VE KAVRAMLAR.....	4
2.1.Turizm Destinasyonu Kavramı.....	4
2.2. Destinasyonun Bileşenleri	5
2.3. Destinasyon Türleri	6
2.4. Destinasyonun Özellikleri	7
3. COVID-19 SALGINI VE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ	9
3.1. Covid-19 Salgını Etkileri ve Turizm Sektörüne Yansımaları	9
3.2.Covid-19 Salgınında Alınan Tedbirler	11
3.3.Covid-19 Salgını Sonrasında Turizm Sektörü Hakkındaki Öngörüler.....	13
3.4. Literatür Taraması	14
4. COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM DESTİNASYONLARINA YÖNELİK BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ	18
4.1.Araştırma Probleminin İfadesi	18
4.2.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	19

4.3. Araştırmanın Önemi ve Sınırlılıkları.....	19
4.4. Araştırma Soruları	20
4.5. Araştırma Süreci	21
4.5.1. Birinci saha çalışması	22
4.5.2. İkinci saha çalışması	24
4.5.3. Üçüncü saha çalışması	25
4.6. Analiz ve Bulgular.....	27
4.6.1. Analiz süreci	27
4.6.2. Açıklayıcı faktör analizi.....	42
4.6.3. Korelasyon analizleri	48
4.6.4. Faktör boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analizler	50
4.6.5. T-testleri ve ANOVA.....	52
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	67
KAYNAKLAR	
EKLER	83
EK-1. Birinci Saha Araştırması Görüşme Formu.....	83
EK-2. Üçüncü Saha Araştırması Anket Formu	84
DİZİN	87

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Destinasyon bileşenleri ve özellikleri	5
Çizelge 3.1. Bazı ülkelerin aldığı önlemler	12
Çizelge 4.1. Araştırmanın saha çalışmaları amaç ve yöntemleri	21
Çizelge 4.2. Evren ve örneklem hesaplama cetveli	26
Çizelge 4.3. Saha çalışmaları kapsamında yürütülen analiz süreçleri ve amaçları.....	27
Çizelge 4.4. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	28
Çizelge 4.5. Katılımcıların Covid-19 öncesi konaklama işletmelerine yönelik beklentileri	2
Çizelge 4.6. Katılımcıların Covid-19 sonrası konaklama işletmelerine yönelik beklentileri	30
Çizelge 4.7. Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri ..	31
Çizelge 4.8. Katılımcıların Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri ..	32
Çizelge 4.9. Katılımcıların Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik hizmetlerine yönelik beklentileri.....	33
Çizelge 4.10. Katılımcıların Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik hizmetlerine yönelik beklentileri.....	34
Çizelge 4.11. Katılımcıların Covid-19 öncesi tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü	35
Çizelge 4.12. Katılımcıların Covid-19 sonrası tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü	36
Çizelge 4.13. Ölçek maddelerine ilişkin öntestin güvenilirlik katsayıları	37
Çizelge 4.14. Katılımcıların demografik özellikleri (n=374)	38
Çizelge 4.15. Covid-19 öncesi beklentilere ilişkin faktör analizi sonuçları	41
Çizelge 4.16. Covid-19 sonrası beklentilere ilişkin faktör analizi sonuçları	43
Çizelge 4.17. Covid-19 öncesi ve covid-19 sonrası beklentiler arası korelasyon katsayıları	46
Çizelge 4.18. Covid-19 öncesi ile Covid-19 sonrası beklentilere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri	48
Çizelge 4.19. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentilerin ve boyutlarının karşılaştırılması.....	51

Çizelge 4.20. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin cinsiyete göre karşılaştırılması.....	51
Çizelge 4.21. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	52
Çizelge 4.22. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş durumlarına göre karşılaştırılması.....	54
Çizelge 4.23. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının yaş durumlarına göre karşılaştırılması (n=374)	55
Çizelge 4.24. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması (n=374)	57
Çizelge 4.25. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının eğitim düzeyine göre karşılaştırılması (n=374)	58
Çizelge 4.26. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin medeni durumlarına göre karşılaştırılması (n=374).....	5
Çizelge 4.27. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının medeni durumlarına göre karşılaştırılması (n=374).....	60
Çizelge 4.28. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının gelir düzeylerine göre karşılaştırılması (n=374)	61
Çizelge 4.29. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının gelir düzeylerine göre karşılaştırılması (n=374)	62

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar

Açıklamalar

ABD

Amerika Birleşik Devletleri

BM

Birleşmiş Milletler

TDK

Türk Dil Kurumu

THK

Türk Hava Kurumu

TÜİK

Türkiye İstatistik Kurumu

TÜBİTAK

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜROB

Türkiye Otelciler Birliği

TÜRSAB

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UNESCO

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

1. GİRİŞ

“Yeni koronavirüs (Covid-19)” Çin Halk Cumhuriyeti, Hubei Eyaleti Vuhan şehri deniz ürünleri pazarı çalışanlarında 31 Aralık 2019 tarihinde ortaya çıktığı bilinen bir salgın hastalıktır. Küresel olarak, 13 Ağustos 2020, 15:41 CEST itibari ile, DSÖ (Dünya Sağlık Örgütü)' ye, 744.385 ölüm dahil olmak üzere 20 439 814 doğrulanmış Covid-19 vakası bildirilmiştir. DSÖ'ye göre duruma bakıldığında, Amerika'da 10 950 220, Avrupa'da 3 668 652, Güneydoğu Asya'da 2 830 404, Doğu Akdeniz'de 1 683 511, Afrika'da 916 644, Batı Pasifik'te ise 389 642 rakamlarına ulaşılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün resmî web sitesinde bulunan ve birden fazla dile çevrilmiş olan Koronavirüsler ile ilgili tanımlama ve mevcut bilgiler doğrultusunda T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü tarafından 10 Ocak 2020 tarihinde Koronavirüsler Raporu ve T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından 21 Şubat 2020 tarihinde yayımlanmış olan Covid-19 Rehberi'nde Çin kaynaklı olduğu görülen yeni virüs ile ilgili şu bilgilerin yer aldığı görülmektedir (WHO, 2020a).

“Koronavirus'ler (CoV), soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV) ve Ağır Akut Solunum Sendromu (Severe Acute Respiratory Syndrome, SARS-CoV) gibi daha ciddi hastalıklara kadar çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. Yeni koronavirüs, daha önce insanlarda tanımlanmamıştır. Bu yeni virüs, soğuk algınlığı, SARS ve MERS gibi virüsleri de içeren bir virüs ailesi olan koronavirüs olup geçici olarak “2019-nCoV.” olarak adlandırılmıştır. 12 Şubat 2020 itibariyle Covid-19 olarak güncellenmiştir. Koronavirus'lar zoonotik olup, hayvanlardan bulaşarak insanlarda hastalık yapabilir. Detaylı araştırmalar sonucunda, SARS-CoV'un misk kedilerinden, MERS-CoV'un ise tek hörgüçlü develerden insanlara bulaştığı ortaya çıkmıştır. Meydana çıktığı günden itibaren dünya çapında gündem olan yeni koronavirüs ile alakalı başta sağlık alanı olmak üzere birçok alanda bilimsel çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar genel olarak, virüsün tanımı, vaka sayıları, yayılma alanları ve korunma yolları ile alakalı bilgileri kapsamaktadır (WHO, 2020b). Koronavirüs ile ilgili Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ile Dünya Sağlık Örgütü, resmî web sayfalarında 31 Aralık 2019 ile 10 Mart 2020 tarihlerinde yayınlanmış olan raporlar, yapılmış olan uyarılar doküman analizi yöntemi ile incelenmiş ve uluslararası kapsamda tehdit arz eden ölümcül virüse yönelik küresel çapta alınan önlemler sıralanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü, koronavirüs ile ilgili yeni ve güncel bilgileri (onaylanmış vaka sayıları, virüs kaynaklı ölümler, virüsün tespit edildiği ülkeler vb.) 21 Ocak 2020 tarihinden günümüze kadar (günümüzde hala devam

etmektedir) gün ve günlük olarak “Durum Raporu” başlığında web sitesinde yayınlayıp dünya kamuoyuna bu gelişmeler ile alakalı sürekli bilgi vermektedir (WHO, 2020b). Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan açıklamalara bakıldığında, durum turizm sektörü açısından her ne kadar önemli ve vahim bir durum olmuş olsa da önceliğin kesinlikle toplum ve insan sağlığı olduğu ciddi bir şekilde önemle belirtilmektedir. Turizm endüstrisinin bireyleri ve refahlarını baz alarak turizm endüstrisinin benimsemiş olduğu hassasiyet ve iş birliğinin söz konusu salgının durdurulması ya da yok olması hususunda hayati bir öneme sahip olacağı Dünya Turizm Örgütü tarafından ısrarla vurgulanmaktadır (WHO, 2020b). Virüsün yayılma hızı göz önünde bulundurulduğunda, uluslararası kapsamda turizm endüstrisini etkileyeceği kaçınılmaz bir sonudur. Bununla beraber turizm endüstrisinde bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu salgın sebebiyle daha fazla etkileneceği tahmin edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü dokümanlarından hareketle (WHO, 2020b) salgının uzun vadede son bulmayacağını ve genel olarak dünya turizmini olumsuz yönde etkileyeceğini söylemek mümkündür. Bu çalışmada da odaklanıldığı üzere turizm destinasyonlarının da bu etkiden önemli dereceden payını alan bir turizm ürünü olduğu söylenebilir. Turizm, küreselleşmeyle beraber dünya nüfusunun yarısından fazlası tarafından talep edilen ve kolay bir şekilde gerçekleştirilebilen aktiviteler olarak tanımlanmakla beraber oldukça kırılgan ve hassas yapıya sahiptir (Thompson, 2011: 693).

Bu tez çalışması, koronavirüs salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki /etkilerine dikkat çekmek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çünkü yaşanan salgın sürecinin bireylerin beklentilerinde değişime neden olacağı/olduğu ön görülmektedir. Bu öngöründen hareketle tez kapsamında, Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası destinasyon beklentilerinde ne tür değişimler olduğu, farklı saha araştırmaları aracılığı ile incelenerek belirli özellikler bağlamında karşılaştırma yapılmak istenmiştir. Aynı zamanda ilgili amaca paralel olarak yapılan karşılaştırmalar sayesinde bireylerin beklentilerinin ne yönde değiştiği ve demografik özellikleri bakımından da beklentilerde farklılıklar olup olmadığı belirlenmek istenmiştir. Bu kapsamda tez çalışmasının konu güncelliği bakımından hem literatüre farklı bir bakış açısı kazandırması hem de destinasyonun ve işletmecilerin bundan sonraki süreçte hangi müşteri beklentilerini dikkate almaları gerektiği ve bunu bireysel özelliklere göre de şekillendirmeleri söz konusu olduğunda, hangi özellikleri dikkate alırlarsa müşteri beklentilerini karşılayabilecekleri hususunda yol gösterir nitelikte olacağı düşünülmektedir. Seyahat etme potansiyeli olan bireylerin Covid-19 öncesi ve sonrası beklentilerinde değişimlerin olup olmadığının araştırılması ve bununla beraber söz konusu

beklentilerde meydana gelen farklılıklar gibi sorunsallara yanıt araması ile tez çalışmasının önemine dikkat çekilebilir. Saha çalışmalarında sorulan sorularla bireylerin tercihleri üzerindeki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu durum araştırmanın sınırlılığını belirlemektedir.

Tez üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde destinasyon kavramı, destinasyonun boyutları, destinasyon seçimi ve destinasyon seçimini etkileyen kriterler hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde Covid-19 salgını ve etkileri, Covid-19 salgınında alınan tedbirler, Covid-19 salgının turizm sektörüne yansımaları ve Covid-19 salgını sonrasında turizm sektörü hakkındaki öngörüler konusunda bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde ise, tez amacının belirleyicisi olan problem sunumuna yer verilmiştir. Sonrasında araştırmanın amacı ve kapsamı, çalışmanın önemi ve sınırlılıkları ele alınmıştır. Ardından araştırma süreci ve araştırma sorularına yer verilmiştir. Sonuç kısmında ise araştırma bulguları değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

2.TANIMLAR VE KAVRAMLAR

Birinci bölümde, destinasyon kavramı, destinasyonun boyutları, destinasyon seçimi ve destinasyon seçimini etkileyen kriterler hakkında bilgi verilmektedir. Verilen tanımlar doğrultusunda turizm ve destinasyon kavramlarının ilişkisi açıklanmıştır.

2.1.Turizm Destinasyonu Kavramı

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

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

unsurlara sahip, turistler tarafından sık bir şekilde ziyaret edilen, ekonomik, fiziksel ve kültürel özelliklere sahip yer olarak ifade etmek mümkündür.

2.2. Destinasyonun Bileşenleri

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

Çizelge 2.1. Destinasyon Bileşenleri ve Özellikleri (Buhalis, 2000)

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

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

kutlamalar, spor müsabakaları, temelinde eğitim ve bilim olan kongreler, iş ve ticari açıdan gerçekleştirilen fuarlar, özel etkinlikler ve benzeri eğlence imkânlarıdır.

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

2.3. Destinasyon Türleri

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

Buhalis, destinasyonları çekicilik özelliklerini baz alarak altı grupta değerlendirmektedir. Bunlar; şehir, dağ, kırsal, sahil, otantik, benzersiz/egzotik ve seçkin (genellikle özel ilgi destinasyonları) destinasyonlardır (Buhalis, 2000: 101). Destinasyonları Halloway (1994: 6-7) ise, şehir ve kasaba, yazlık, kırsal alan olarak kategorize etmektedir. Bununla beraber destinasyon türlerini, bireylerin seyahat etmelerini sağlayan; coğrafi koşullar, iklim, kalış

süresi, uzaklık gibi etkenlere göre kategorize etmek de mümkün olmaktadır. Eğitim-kültür-tatil-iş- din vb. sebeplerle seyahat eden bireylerin destinasyon seçimleri, bu faktörlere göre değişkenlik göstermektedir.

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

2.4. Destinasyonun Özellikleri

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

Destinasyonunun, bir yer olarak nitelenmesi söz konusu olduğunda da içermesi gereken bazı özellikler söz konusudur (Usta, 2008: 224). Öncelikle destinasyon bir “yer” olarak doğal ve kültürel anlamda bazı turistik çekicilikleri içermelidir. “Yer” turistlerin meslek, yaş, eğitim gibi kişisel özelliklerine hitap etmelidir. Ancak “yer” olarak konumlanan destinasyonun, turizm faktörünün gelişimi yönünden çevresinden kendini soyutlamış bir arazi olmaması gerektiğini belirtmekte yarar vardır. Çevredekiler ile fiziksel anlamda bir alışverişte söz konusu olmalıdır. Belli başlı merkezi alanlara yakın olsa da “yer”in kendine has özelliği ile bir ayrıcalığının olması önemlidir. Bu nedenle, bir “yer”in turizm destinasyonu olarak gelişimi söz konusu ise kendine has yapısı dikkate alınmalıdır. Bu özellikler ile birlikte sahip olduğu tarihi yapısı ve mimarisiyle anlam kazanan “yer”ler zaman ve yaş özelliğine sahip olmalıdır. Bu tür yerler hem yerleşim yeri hem de insan yapımı olması sebebiyle daha çekici olabilmektedir. Aynı zamanda özel ilgi turizmi çeşitlerine olan talep doğrultusunda ortaya çıkan yeni yerler, eski yerlere göre daha çok turizm etkinliklerine sahip olmalıdır. “Yer”in gelişimi ve sürdürülebilirliği esas alındığı için bu tür yerler korunaklı ve yeni yapılanmalara elverişli yerler olmalıdır. “Yer”lerin adları hem çekici hem de hayal gücünün harekete geçmesinde etkili olmalıdır. Bu sebepten dolayıdır ki, adsız arazi ve bölgeler yönlendirilmekten bir hayli uzaktır. “Yer”lerin kültürel anlamdaki belirleyicileri ne kadar benzerlik gösterirse gösterebilir, kendilerine has geçmişten günümüze sahip olduğu değerler vardır. “Yer” ve bulunduğu çevresi, yalnızca sahip oldukları imkanlar doğrultusunda turizm kaynağı olamamaktadır. Kaynak özelliği kazanabilmeleri için, belli başlı turizm ihtiyaçlarına cevap niteliği kazanmalıdır. “Yer” ve insan ilişkisi sosyal boyuttadır. Bir diğer ifadeyle “yer” arkadaşlık, aile, yalnızlık ve aşk gibi farklı sosyal öğeler aynı alana farklı boyutta anlamlar yükleyebilmelidir. Tüm bu özelliklere ek olarak; ulaşımın, erişimin ve gidilen destinasyonda bir toplumun olması önemlidir. Aynı zamanda destinasyonun turizm çekiciliklerinin pazar ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve ulaşım olanaklarının teşvik edici unsur olarak sunulması gerekmektedir (Gunn, 1994: 27-28).

3. COVID-19 SALGINI VE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

İkinci bölümde, Covid-19 salgını ve etkileri, Covid-19 salgınında alınan tedbirler, Covid-19 salgının turizm sektörüne yansımaları ve Covid-19 salgını sonrasında turizm sektörü hakkındaki öngörüler konusunda bilgi verilmektedir. Verilen tanımlar doğrultusunda turizm ve Covid-19 kavramlarının ilişkisi açıklanmıştır.

3.1. Covid-19 Salgını Etkileri ve Turizm Sektörüne Yansımaları

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2019 senesinde yaklaşık olarak 1,5 milyar turist uluslararası anlamda seyahat hareketlerine katılım gösterdiği bilgisine ulaşılmaktadır. Bu sayının 10 yıla kadar yaklaşık olarak 1,8 turiste ulaşacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2019). Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi nedeniyle geleceğe ilişkin tahminlerin tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir. Pandemiden önce şartlar henüz normal iken 2020 yılı içerisinde turizm sektöründe %3-4'lük oranda turist artışı gözlenirken; 2020 yılı adına bulunulan ilk tahminde %20 civarlarında bir azalma söz konusudur (UNWTO,2020). Güncel raporlara bakıldığında uluslararası turizm sektöründe %60 civarında bir azalmanın söz konusu olabileceğine dikkat çekilmiştir (UNWTO, 2020). 2020 yılının ilk çeyreğinde elde edilen veriler doğrultusunda geleceğe yönelik tahminler güncellenmiştir. Avrupa bölgesinde yaşamakta olan turizm uzmanlarının büyük bir çoğunluğu iyileşme adı altındaki çalışmaların yıl sonuna doğru, hatta belki 2021 yılına sarkacağı konusunda birtakım öngörülerde bulunmaktadırlar (UNWTO, 2020). Türkiye’de bulunan bazı turizm uzmanları da hemen hemen aynı öngörülere sahiptirler (İbiş, 2020; Demir, vd., 2020).

Dünya Sağlık Örgütü tarafından ilan edilen pandemi (Gralinski ve Menachery, 2020) sonrasında Covid-19’un yayılması ile beraber sınırların kapatılması, seyahat kısıtlamaları, gemi yolculukları, konaklama, hava taşımacılığı, toplu taşıma, küresel turizm endüstrisi gibi hemen hemen bütün turizm sistemlerinin ulusal anlamda ekonomileri olumsuz bir biçimde etkilenmiştir (Mallapaty, 2020: 18). Turistik destinasyonu çok önemli bir yere sahip olan Türkiye, turist sayısına bakıldığında Dünya’da 6. Avrupa’da ise 4. Sırada bulunmaktadır. Türkiye 2019 yılında 34,5 milyar dolar gelir elde ederek yaklaşık olarak 52 milyon turist ağırlamıştır (YİGM, 2020). Türkiye’deki turizm sektörünün ana pazarını bildiği üzere Avrupa bölgesi oluşturmaktadır. Mart 2020 tarihinde hem Türkiye hem de Avrupa bölgesi bu salgının meydana getirdiği pandemiden olumsuz bir şekilde

etkilenmeye başlamışlardır. Avrupa bölgesinde ve Türkiye’de alınan birtakım tedbirler doğrultusunda 2019 Mart ayına kıyasla gelen turist sayısında %67’lik bir azalma görülmüştür. 2020 yılının Mart ayından itibaren ise Türkiye de dahil olmak üzere birçok ülke sınırlarını uçuşlara kapatmış, oteller ve birçok işletmenin kapatılma zorunluluğu gerek Türkiye’de gerekse dünyada 2020’nin Nisan ve Mayıs aylarını kayba uğratmıştır (YİGM, 2020).

Abola, Tsunami, Mers, 11 Eylül saldırısı, Sars gibi bazı afet, salgın ve krizlerin turizm üzerinde yarattığı etkiler daha kısa dönemli ve daha küçük iken (Rossello, Becken ve Gallego, 2020; Gössling, Scott ve Hall, 2020) Covid-19 salgını bahsi geçen afet, salgın ve krizlere göre en yıkıcı olay olarak tarihe geçmiştir. 2003 yılı Sars salgını esnasında Dünyada turist sayısında %0,4’lük oranda bir azalma olurken, 2009 senesinde dünya ekonomik krizi esnasında toplam turist sayısında %4’lük bir azalma meydana gelmiştir (UNWTO, 2020). Covid-19 en çok hizmet sektörünü etkilemiştir (TURSAB, 2020; İbiş, 2020; Kıvılcım, 2020). Covid-19 pandemisinin olumsuz anlamda ilk etkileri havayolu, kruvaziyer, restoran ve konaklama endüstrilerinde görülmüştür (Gössling vd., 2020). Dünya’da ve Türkiye’de ulusal ve uluslararası alanda neredeyse tüm ulaşım seferleri durdurulmuş, sosyo-ekonomik statü farketmeksizin özel araçlar vasıtasıyla seyahat kısıtlamaları ile beraber turizm ve seyahate ilişkin harcamalar engellenmiştir. Uygulanan sosyal mesafe ve hijyen kurallarının ve hayatımızdaki hareketlilik kısıtlarının Yeni Normal Dönemde de süreceği bilinmektedir (Demir vd., 2020).

Gloria Guevara’nın ifadesine göre pandemi sebebiyle *“küresel olarak 50 milyon iş risk altında”* olduğunu turizm ve seyahat sektörünün Covid-19 sebebi ile *“hayatta kalma mücadelesinde”* ve *“halihazırda çöküşle karşı karşıya olduğunu”* belirtmiştir (Jiang ve Wen, 2020: 2). Ocak ayının başından ortasına uzanan süre içerisinde Çin’de otellerin doluluk oranında %89 düşüş yaşanmıştır (Sunar vd., 2020). Aynı zamanda Çin, sağlık krizinden en çok etkilenen ülke olarak literatüre geçmiş ve otel sektörü ciddi düzeyde zorluklarla karşı karşıya kalmıştır (Zhang, Xu ve Cui, 2020).

Covid-19 sebebiyle Hindistan’ın turizm ve otelcilik sektöründe önemli ölçüde işsizlik sorunu ortaya çıkmıştır. Yaklaşık olarak 38 milyon kişinin yani turizm ve otelcilik sektörünün yaşadığı iş kaybının hemen hemen %70 oranında olduğu tahmin edilmektedir (Kaushal ve Srivastava, 2020: 3). Marriott zincir otellerinin CEO’su olarak bilinen Arne Sorenson’un bazı yatırımcılar ile gerçekleştirmiş olduğu konferansta, Çin’de bulunan 375 otelin neredeyse %90’ının kullanıma kapalı olduğu, otel gelirlerinin azalması ve doluluk

oranlarında meydana gelen düşüşün de devam edeceği tahmin edilerek, aylık olarak 25 milyon Amerikan Doları gelir kaybının yaşandığı belirtilmiştir (Wallis, 2020). Eğitime de ciddi düzeyde zarar veren Covid-19 salgını, dünya çapında neredeyse 1,5 milyardan fazla öğrenciyi uzaktan eğitime yönlendirmiş ya da eğitimlerinin askıya alınmasına neden olmuştur (Unesco, 2020). Dünya Turizm Örgütü 2020 yılı içerisinde Covid-19 sebebi ile 300-450 milyar Amerikan Doları miktarında turizm hasılatı adı altında kayba dönüşecek neredeyse %20 ile %30'luk bir kayıp yaşanacağı tahmin etmektedir. IATA ise 2020 yılı içerisinde 252 milyar Amerikan Doları yolcu geliri kaybının yaşanacağı ve nerdeyse %38 oranında bir düşüş yaşanacağını öngörmektedir.

3.2.Covid-19 Salgınında Alınan Tedbirler

Bireylerin sağlığını ciddi düzeyde tehdit eden Koronavirüs salgını, yaşamımızı neredeyse durma noktasına getirmiştir. Ekonomik ve sosyal açıdan mevcut döngünün devam etme zorunluluğu sebebi ile başta yerel yönetimler ve hükümet olmak üzere kamu ve özel sektör yöneticilerinin de sıkı bir biçimde önlem alması gerekmektedir (Whaibeh vd., 2020). Bulaşıcılık seviyesinin yüksek olması ve salgının ne zaman biteceği konusunda net bir bilginin olmaması sebebi ile birtakım kurallar oluşturulmuştur. Bunlar; sosyal mesafe, izolasyon vb. kurallar olup tüm bu kurallar neticesinde sosyo ekonomik göstergeler olumsuz etkilenmektedir (Dowd vd., 2020). Salgın kapsamında insan sağlığı baz alınarak sürdürülebilir birtakım politikalar ile toplumun ekonomik, ruhsal ve sosyal devamlılığı için bazı tedbirler alınmıştır. Gelir seviyesi yüksek olan ve neredeyse milyonlarca bireyin istihdam edildiği turizm sektörü de salgından en çok etkilenen sektörlerden biri olmaktadır. Turizm sektörünün finans araçlarına daha hızlı ulaşması ve finansal anlamda desteklenmesi gerekmektedir (Hafız vd., 2020). Böylelikle birtakım vergisel destekler ile beraber hem vergi kaçırma girişimlerinin önüne geçilebilmekte hem de turizm sektörünün bu süreci minimum zarar ile atlatması sağlanmaktadır (Williams, 2020). Turizm sektöründe salgından en çok etkilenen konuların başında gelen bir diğer husus ise istihdam giderleridir. Koronavirüs salgını birçok turizm çalışanının işsiz kalmasına ve işsizliğin giderek artmasına sebep olmaktadır. İşsizlik oranının artmaması ve istihdamı korumak için turizm kalitesi ve sürdürülebilirliği bakımından önem arz etmektedir (Kartseva ve Kuznetsova, 2020). Salgın sebebi ile neredeyse durma noktasına gelen turizm faaliyetleri, birçok turizm işletmesinin gereksinim duyduğu nakit problemini de meydana getirmiştir (Şenol ve Zeren, 2020). Çizelge 2.1'de turist varışları kapsamında ön planda

olan bazı ülkeler ve pandemi sürecinde aldıkları önlemler sunulmaktadır (Demertzis vd, 2020; Turizm Güncel, 2020).

Çizelge 3.1. Bazı Ülkelerin Aldığı Önlemler

Ülke	Uluslararası Turist Varışları	Alınan Önlemler
Fransa	89.4 milyon	Belirli bir ücret miktarına dek maaşlı bir şekilde çalışan bireylerin maaşlarının %75'lik bölümünü devlet karşılamaktadır. Asgari ücret ile çalışan bireylerin maaş ödemelerinin tamamını devlet yapmaktadır. Devlet, şirketlere verilecek kredilerin riskine ortak olmaktadır. 2019 senesinde elde edilen gelirlerin %25'lik kısmı kadar şirketlere kredi sağlanmaktadır. Önceden yapılan rezervasyonların iptali konusunda para iadesi yapmak yerine devlet kupon ödemesi yapılmaktadır.
İspanya	82.8 milyon	Devlet işsiz kalan vatandaşlarına maaş desteği olarak kişi başı 440 Euro ödeme yapmaktadır. Devlet çalışan bireyler arasında zorunlu izne ayrılanların maaşlarının %70'lik kısmını ödemektedir. Vergi borcu 30 bin Euro ve daha düşük olanların borçlarını ertelemektedir. Geliri 600 bin Euro'ya kadar geliri olan şirketlerin vergi ödemelerini ertelenmektedir.
Amerika Birleşik Devletleri	79.6 milyon	Ekonomik ve sosyal alanda yaşanan tahribatların azaltılması amacı ile iki trilyon Amerikan Doları hibe edilmiştir. Büyük ölçekli işletmelere kredi imkanı sağlanırken küçük ölçekli işletmelere nakit yardımı sağlanmaktadır. Belediyelere ve hastanelere 100 milyar Amerikan Doları yardımı yapılmaktadır.
Çin Halk Cumhuriyeti	62.9 milyon	Ulaşım ve turizm sektörleri ile genel alanda gerçekleştirilen hizmetler KDV'den muaf tutulmaktadır. Seyahat acenteleri için ayrılmış olan depozitonun büyük bir kısmı kalıcı olmamak sureti ile lisanslı tur operatörlerine aktarılmaktadır. 2020 senesinde ortaya çıkan zararlara yönelik telafi süresi 5 yıldan 8 yıla çıkartılmıştır. Turizm işletmelerine KDV'nin, sigorta primlerinin düşürülmesi ya da ertelenmesi gibi uygulamalar ile beraber finansal destek de sağlamaktadır.

Türkiye	45.8 milyon	İstihdamda düşüşe engel olmak için kısa çalışma ödeneği sağlamaktadır. İşten çıkarılmaların azalması için 3 ay süre ile işten çıkarımlar durdurulmuştur ve ihlal edenlere cezai yaptırımlar uygulanmaktadır. Acentelerden alınması gereken aidatlar 2020 yılı için kaldırılmıştır. İhtiyacı olanlara belli miktarlarda nakit yardımı yapılmaktadır. İşletmelerin kapasitelerine göre kredi konularında kolaylık sağlanmaktadır. Bazı fatura, kredi ve vergi borçları ötelenmektedir. Salgına yönelik alınan önlemler kapsamında, turizm işletmelerinde çalışanların ve turistlerin korunması adına hijyen ve sosyal mesafe kuralları, temassız ödeme imkanı, genellikle tek kullanımlık ürünler, açık büfenin kaldırılması gibi maddeler bulunmaktadır. Ulaştırma araçlarında maskesiz seyahat engellenmiştir.
---------	-------------	--

3.3.Covid-19 Salgını Sonrasında Turizm Sektörü Hakkındaki Öngörüler

Covid-19'un tüketicileri etkilediği gibi işletmelerin işlerine karşı tutumları ve kültürel anlamda atmosferi üzerinde de etki yaratacağı düşünülmektedir. Salgın sebebiyle oluşan ekonomik ve sosyo-psikolojik tahribatın gerçekleştiği tüm alanlarda iyileştirme çalışmaları için geçmiş zamanlardaki gibi rekabet kültürü tutumu değil de ortak bir şekilde üretim ve herkes adına değer üretimi biçiminde bir kültüre ihtiyaç duyulmaktadır. Yalnızca bir işletmenin ya da tek bir sektörün sorunu giderme çabası ne yazık ki yeterli olmamaktadır. Mevcuttaki riski ortadan kaldırmak ve geleceği planlayarak garanti altına almak için tarafların hassasiyetlerinin eşit olması gerekmektedir. Diğer yandan, Birleşmiş Milletler'in yapmış olduğu açıklamadaki gibi yeni normal etkisi ile aynı olmayacağı yönündedir. Covid-19 salgını süresi boyunca insanlık kısa süre içerisinde birçok kayıp yaşamıştır ve bu kayıpların telafisinin uzun yıllar süreceği tahmin edilmektedir. Turizm ve seyahat sektörü ile birlikte birçok sektör kendi içinde söz konusu kayıplardan etkilenecek olup gerçek normale dönüş için epey zamana ihtiyaç duyacaktır (Acar, 2020; Demir vd., 2020; İbiş, 2020). Tahmin edileceği üzere, seyahat, ulaşım, konaklama, turizm, eğlence ve rekreasyon, yeme-içme, perakende, tarım, gıda, emlak, sağlık, inşaat vb. birçok sektörü bünyesinde barındıran bir sektör olmaktadır (Ranasinghe vd. 2020:2). Bu sektörün doğrudan ya da dolaylı bir biçimde birden fazla sektörün üzerinde etkisinin olduğu (Demir vd., 2020)

varsayıldığında gerçek normal düzene dönüş için gerçek ve güçlü bir işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır.

Covid-19'un global turizm sektörü üzerindeki etkilere yönelik pek çok tahminde bulunulmuştur. Ancak aşının bulunması ya da salgının kontrol altına alınması ile alakalı bir belirsizlik söz konusu olduğundan tahminlerin ne düzeyde gerçeği yansıttığı tartışma konusu olmaktadır. IATA 2020 yılında 2019 yılına göre yolcu gelirlerinde kilometre başına %38'lik bir azalmanın meydana geleceğini öngörmektedir. Havayolu şirketleri ile beraber havalimanlarının da benzer ölçüde kayıplar yaşayacağı tahmin edilmektedir (IATA, 2020). Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB)'nin etkinlik, kongre, toplantı sektörü ile alakalı hazırlamış olduğu 2019 yılı raporuna göre; kongre turizminin 2020 için toparlanma yılı olacağı belirtilmiştir. Fakat sosyal mesafe kuralları ve konaklama ile alakalı yaşanan kısıtlamalar doğrultusunda MICE Turizm olarak tanımlanan kongre turizminin Covid-19 sebebiyle olumsuz etkileneceği öngörülmektedir.

Temel kitle turizm faaliyetine katılım nedenlerinden biri mevcut riski azaltmaktır (Williams ve Balaz, 2013;2015). Kitle turizminde genellikle paket tur tercih edilmektedir. Nedeni ise, hem finansal alanda oluşabilecek riskleri hem de diğer risk gruplarını minimal düzeye indirgenmek istenmesidir. Minimal düzeye indirgenen risklerin birçoğu katlanılabilir türdendir. Fakat diğer risk gruplarına kıyasla sağlık riski bu süreçte en önemli risk gruplarından biri haline gelmiştir. Aşının da henüz bulunmamış olması bu turizm türünde düşüş yaşanacağını düşündürmektedir. Tüm bu problemlerin 2021 yılına sarkması muhtemeldir. Salgın sürecinin turizm sektörüne ilişkin etkilerinden biri de ortak hareket platformlarında yaşanan artış olmaktadır (Aydın ve Doğan, 2020).

3.4. Literatür Taraması

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

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

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

Acar (2020), “*Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi*” adlı çalışmasının amacı, salgının turizm faaliyetleri üzerindeki güncel ve gelecek dönemlerdeki muhtemel etkilerinin tespit edilmesidir. Dünya Sağlık Örgütü’ne (WHO) ait resmî web sitesinde sürekli güncellenen ve anlık olarak paylaşılan veriler ve talimatlar doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma sonucuna göre, yeni koronavirüsün ülke ekonomilerinde etkileri uzun süre hissedilebilecek türden zararlar oluşturacağı ve turizm sektörünün de bu zararlardan doğrudan olumsuz bir şekilde etkileneceği yönündedir.

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

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

Baker (2020), “Covid-induced economic uncertainty” adlı çalışmasında hisse senetleri piyasası hareketliliği, ekonomik çözümsüzlük ve işgücü piyasaları temelinde, Covid-19’un ABD ekonomisindeki makroekonomik etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. ABD’nin, 2020 yılının son çeyreği’nin bitmesiyle birlikte neredeyse %11-20 aralığında bir daralma olabileceği ve bu daralmanın %50’sinin Covid-19’a dayalı net olmayan durumlardan kaynaklandığı vurgulanmaktadır.

Del Rio-Chanona (2020), “Supply and demand shocks in the Covid-19 pandemic” adlı çalışmasında; Covid-19’un sektörel alanlar ve bireysel meslek grupları üzerindeki etkilerini, talep ve arz boyutlarıyla incelemeyi amaçlamıştır. Arz boyutuna bakıldığında, sektörlerin kendi içinde özelleşip ayrılması ve evden çalışmanın etkisiyle oluşan iş gücü endeksinin yer aldığı görülmektedir. Ulaştırma ve sanayi başta olmak üzere, üretim şoklarının taleple, hizmet sektörleri, madencilik ve imalat gibi sektörlerin ise arz şokları ile bir arada olduğu vurgulanmaktadır. Sektörel olarak bakıldığında işgücü bazında düşük ücret gruplarının olduğu mesleklerin salgına karşı daha güçsüz ve savunmasız olduğu dikkat çekmektedir.

Silik (2020), “COVID-19 Sonrası Turist Davranışlarının Kuşak Farklılıkları Açısından Çoklu Uyum Analizi (MCA) ile Değerlendirilmesi” çalışmasında; yerli turist olarak ifade edilen turistlerin pandemi sonrası davranışlarının kuşak farklılıklarını göz önünde bulundurarak ölçüm yapmayı hedeflemektedir. Covid-19 sonrasında olası iç pazar turisti’nin Covid-19 sonrasında dönemsel farklılıkları göz önünde bulundurularak ölçülmesi amaçlanmıştır. İlk olarak dönemler arasında ayırım gözetmeksizin uygulanan analizler sonucunda ortaya çıkan sonuçlar, iç Pazar turistlerinin salgından önce herhangi bir tatil planı yapmadıklarını ve hali hazırda tatil planlarının olmadıklarını, salgın sonrasında da tatil için bütçe ayırmadıklarını, tatil seçenek ve tercihlerinin farklılaştığı,

bireysel tatil planlama eğiliminde oldukları, özellikle yurt içi tatil planlamasına ağırlık verdikleri, doğa turizmini tercih ederek lüks otelleri ve şehir otelciliklerini bir kenara bıraktıkları yani alternatif turizm türlerine ağırlık verdikleri ve güvenlik, hijyen, izolasyon konularına oldukça önem verdikleri belirlenmiştir.

Renaud (2020), “Reconsidering global mobility–distancing from mass cruise tourism in the aftermath of Covid-19” adlı çalışmada, Covid-19 nedeniyle durdurulan Kruvaziyer Turizminin muhtemelen yeniden 2021’de başlayabileceğini öne sürmüş ve sektörün gelişmesi için gelecekte dönemde yeniden kalkınması üzerine alternatiflere değinmektedir. Renaud'a göre destinasyon, güç dengesini kendi lehine dönüştürmek ve hareketliliği desteklemek için sektörün küresel anlamda hareketliliği bir fırsat olarak ele alması gerektiğini vurgulamaktadır.

Cooper ve Alderman (2020) “Cancelling March Madness exposes opportunities for a more sustainable sports tourism economy” adlı çalışmada, spor turizminin pandemi öncesinde sadece sektörel olarak yaklaşıldığını, pandemi sonrasında ise spor turizminin daha sürdürülebilir olabilmesi için planlamaların yapılması ve bu planlamaların gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

İsmayilli Shabnam (2021) “Covid-19 Salgını ve İç Turizme Etkilerinin Nöropazarlama Bağlamında Değerlendirilmesi” adlı tez çalışmada, Covid-19 salgını ve benzeri kriz dönemlerinde nöropazarlamadan araştırma ve uygulama alanında nasıl yararlanılabileceği, etkili bir biçimde alternatif bir ölçüm aracı olarak değerlendirileceği konusunda araştırma yapmayı ve bu ölçümleme tekniklerinin turizm sektöründe nasıl kullanılabileceği konusunda öngörü sunmayı amaçlamaktadır.

Kiper ve diğerleri (2020) “Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri Tarafından Değerlendirilmesi” adlı çalışmalarında, salgının turizm faaliyetlerine ne ölçüde zarar vereceği ve bu zararın nasıl giderileceği kapsamında turizm alanında çalışmakta olan akademisyenlerin görüşlerine başvurarak öğrenmeyi ve bu doğrultuda çalışmalar yapmayı amaçlamışlardır. Araştırmada hem nitel hem de nicel analizlere yer verilmiştir. Çalışma sonucuna göre ise uzmanların, salgının turizm endüstrisine ciddi zararları olabileceği yönünde endişeli oldukları bilgisine ulaşılmıştır. Konu hakkında yaşanabilecek ciddi kayıpların giderilmesi hususunda görüşler analiz edilip derlenmiştir.

4. COVID-19 DÖNEMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM DESTİNASYONLARINA YÖNELİK BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ

Tez çalışmasının bu bölümünde, ilk olarak tez amacının belirleyicisi olan problem sunumuna yer verilmiştir. Sonrasında araştırmanın amacı ve kapsamı, çalışmanın önemi ve sınırlılıkları ele alınmıştır. Ardından araştırma süreci ve araştırma sorularına yer verilmiştir.

4.1.Araştırma Probleminin İfadesi

Covid-19 sürecinin başlamasıyla birlikte birçok alanda olduğu üzere turizm alanında da (destinasyon ve işletmeler bazında) birçok tedbir ve önlemler alınmıştır. Aynı zamanda bu tedbir ve önlemler ile birlikte, tatil tercihinde bulunan/bulunacak bireylerde kendi açılarından önlemlerini alır hale gelmiştir. Özellikle de tatile gitme süreci dahil, gidilen “yer”in ve gidilen “yer”de hizmet alınan işletmelerin bireysel ve toplumsal sağlığı koruyacak altyapıya sahip olup olmadığı bireylerin tatil “yer”i seçiminde önemli bir önlem kriterleri olarak kendini göstermiştir. Bu durumun oluşturduğu önceliklerden hareketle yaşanan salgın sürecinin bireylerin beklentilerinde değişime neden olacağı/olduğu ön görülmektedir. İlgili öngörü perspektifiyle tez çalışması kapsamında da pandemi sürecinin seyahat etme potansiyeli olan her bir bireyin Covid-19 öncesi ve sonrası beklentilerinde ne gibi değişimler olduğu veya değişimlerin olup olmadığı merak konusu olmuştur. Bir diğer ifadeyle yaşanan süreç ile birlikte bir turizm destinasyonuna yönelik beklentilerde değişkenlik oldu mu? Buna bağlı olarak bireylerin Covid-19 öncesi turizm destinasyonuna yönelik beklentileri ile Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentileri arasında bir değişim söz konusu mu? sorunsallarına yanıt aranmak istenmiştir. İlgili sorunsallar bu tez kapsamında aşağıda yer verilen araştırma problemlerinin oluşumuna neden olmuştur. Bu tez araştırmasının temel problemleri:

- 1- Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonuna yönelik ön plana çıkan beklentiler nelerdir?
- 2- Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik ön plana çıkan beklentiler nelerdir?
- 3- Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik ön plana çıkan beklentiler birbirinden farklılık gösteriyor mu?

4- Yukarıda sıralanan temel problemlerin yanı sıra; Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentiler demografik değişkenlere göre farklılık gösteriyor mu? şeklindedir.

4.2.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu tez çalışması, koronavirüs salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki /etkilerine dikkat çekmek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çünkü araştırma probleminde de ifade edildiği üzere yaşanan pandemi sürecinin bireylerin turizm destinasyonuna yönelik beklentilerinde değişime neden olacağı/olduğu ön görülmektedir. Bu ön görüden hareketle çalışma kapsamında, Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası destinasyon beklentilerinde ne tür değişimler olduğu farklı saha araştırmaları aracılığı ile incelenerek belirli özellikler bağlamında karşılaştırma yapmak istenmiştir. Aynı zamanda ilgili amaca paralel olarak yapılan karşılaştırmalar sayesinde bireylerin beklentilerinin ne yönde değiştiği ve demografik özellikleri bakımından da beklentilerde farklılıklar olup olmadığı belirlenmek istenmiştir. Tez çalışması amacını karşılayabilmek adına en az 1 defa seyahat etmiş ve buna bağlı olarak seyahat etme potansiyeli bulunan bireyler araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Önemi ve Sınırlılıkları

Covid-19'un insan yaşamına etkisi gözle görülür düzeyde artmıştır. Bireylerin düşüncelerinde ve bundan sonraki yaşamlarında baz alacağı önemli bir unsur olmaktadır. Bununla beraber sosyal mesafeyi insan yaşamına dahil ederek, temizliğin ve hijyenin önemini insanlığa bir kez daha göstermiştir. Tüm hastalıkların başı olan hijyen faktörünü çıkmamak üzere insan hayatına entegre olmasını sağlayan bu salgının, turizm destinasyonlarında bireylerin tercihleri üzerinde bariz farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir. Bu farklılıkları birinci saha çalışmasında sekiz araştırma sorusu ve on katılımcılığının bu sorulara vermiş olduğu yanıtlar ortaya koymuştur. Bu durum tez çalışmasının sınırlılığını da oluştursa da, salgının etkisine/etkilerine ve beklentilerdeki değişime dikkat çekmesi açısından çalışmanın önemine dikkat çekmektedir. Seyahat etme potansiyeli olan bireylerin Covid-19 öncesi ve sonrası beklentilerinde değişimlerin olup olmadığı araştırılması ve bununla beraber söz konusu beklentilerde meydana gelen farklılıklar gibi sorunsallara yanıt araması ile tez çalışmasının önemine dikkat çekilebilir. Bununla beraber

konu güncelliği bakımından hem literatüre farklı bir bakış açısı kazandırması hem de destinasyonun ve işletmecilerin bundan sonraki süreçte hangi müşteri beklentilerini dikkate almaları gerektiği ve bunu bireysel özelliklere görede şekilendirmeleri söz konusu olduğunda, hangi özellikleri dikkate alırlarsa müşteri beklentilerini karşılayabileceklerine dair yol göstermesi bakımından tez çalışmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

4.4. Araştırma Soruları

Tez çalışmasının temel problem ifadelerinden hareketle bireylerin turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin ve bu beklentiler içerisinde hangisinin (destinasyonun ve hizmet alınan işletmelerin temizlik ve hijyeni, hizmet alım sürecine yönelik beklentiler, aktivite ve çekicilikler, fiyat gibi) daha çok ön plana çıktığının belirlenmesi, ardından da bu beklentilerdeki değişimlerin gözlemlenebilmesi için aşağıda sunulduğu AS1, AS2, AS3 (Araştırma Sorusu (AS)) üzere temel araştırma soruları geliştirilmiştir. Aynı zamanda ilgili beklentilerdeki değişimin, demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmeye yönelik AS4, AS5, AS6, AS7, AS8, AS9, AS10, AS11, AS12 ve AS13 geliştirilmiştir.

AS1: Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik ön plana çıkan beklenti/beklentiler nelerdir?

AS2: Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik ön plana çıkan beklenti/beklentiler nelerdir ?

AS3: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentiler farklılık gösterir mi?

AS4: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentiler cinsiyete göre farklılık gösterir mi?

AS5: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutları cinsiyete göre farklılık gösterir mi?

AS6: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentiler yaşa göre farklılık gösterir mi?

AS7: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutları yaşa farklılık gösterir mi?

AS8: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentiler eğitim düzeyine göre farklılık gösterir mi?

AS9: Covid-19 Dönemi Öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutları eğitim düzeyine göre farklılık gösterir mi?

AS:10 Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası beklentiler medeni duruma göre farklılık gösterir mi?

AS11: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutları medeni durumlarına göre farklılık gösterir mi?

AS12: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası beklentiler gelir düzeylerine göre farklılık gösterir mi?

AS13: Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 Sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutları gelir düzeylerine farklılık gösterir mi?

4.5. Araştırma Süreci

Araştırma üç temel aşamada gerçekleştirilmiştir. Her bir aşama için amaçlarına göre farklı saha çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Çizelge 3.1.'de saha araştırmalarının bu süreçteki aşamaları, amaçları, yöntemi, uygulama süreci, katılımcı sayısı ve katılımcı özellikleri sunulmaktadır.

Çizelge 4.1. Araştırmanın Saha Çalışmaları Amaç ve Yöntemleri

Saha Çalışmaları	Amaç	Yöntemi	Uygulama Süreci	Katılımcı sayısı	Katılımcı özellikleri
Birinci Saha Çalışması	Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentileri belirlemek ve yararlanılacak ölçek için madde havuzu oluşturmak	Açık uçlu veri toplama formu ile yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme	01.06.2020 ile 15.06.2020	10	En az 1 defa seyahat etmiş ve buna bağlı olarak seyahat etme potansiyeli bulunan bireyler
İkinci Saha Çalışması ⁴ (Ön Test – Pilot Çalışma)	Ölçek madde güvenilirliklerini test etmek cevap aramak	Yapılandırılmış veri toplama formunu elektronik ortamda seyahat etme potansiyeli olan bireylerle paylaşma	01.10.2020 ile 10.10.2020	38	
Üçüncü Saha Çalışması	Araştırma sorularına cevap aramak	Yapılandırılmış veri toplama formunu elektronik ortamda seyahat etme potansiyeli olan bireylerle paylaşma	01.02.2021 ile 04.05.2021	374	

Çizelge 4.1’de gösterildiği üzere her bir saha çalışması süreç amacına bağlı olarak yürütülmüştür. Takip eden kısımda sürece ilişkin her bir aşama kendi başlıkları altında tanımlanmıştır.

4.5.1. Birinci saha çalışması

Birinci saha çalışması, çalışmanın ilk adımını oluşturmakla beraber, bu saha çalışmasının ilk amacı, Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentileri belirlemektir. Beklentilerin belirlenmesi ile üçüncü saha araştırması için yararlanılacak destinasyon beklentileri ile ilgili ölçeğe, yeni maddeler eklemek adına ölçek madde havuzunun oluşturulması amaçlanmıştır.

Birinci saha çalışması, tanımlayıcı türde tasarlanmıştır. Genellikle tanımlayıcı araştırmalar, bireylerin, grupların, durumların, olayların özelliklerini ve boyutlarını tanımlamak, “Ne ?” sorusuna cevap aramak, araştırma sorunsalları hakkında yeterince bilgi sahibi olmak amacıyla kullanılan araştırma yaklaşımlarıdır. Bu tür tasarıma sahip araştırmalarda kalitatif (niteliksel) araştırma yöntemleri tercih edilebilmekle birlikte, örneklemden açık uçlu soru formu veya mülakat tekniği ile elde edilen verilerin içerik analiziyle değerlendirilip yorumlanması sonucu, araştırma raporları tanımlayıcı bir nitelik kazanabilmektedir (Yener, 2018: 106).

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

formu ile toplanmıştır. Bu bağlamda ilgili veriler, İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda lisansüstü eğitim gören 4 öğrenci ve İskenderun Teknik Üniversitesi'nde görev yapan 6 kamu çalışanından yüz yüze veri toplama tekniğinden yararlanılarak 1-15 Haziran 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Bir destinasyonu oluşturan temel unsurlar (turizm destinasyonu= konaklama, yeme-içme *(konaklama işletmeleri ile yeme-içme işletmelerine verilen yanıtların benzerlik gösterme olasılığından hareketle sorular içerisinde doğrudan yeme-içme işletmeleri baz alan sorular yer almamaktadır)* ve ulaştırma işletmeleri) baz alınarak araştırmacılar tarafından hazırlanan Covid-19 ile ilgili aşağıdaki sorular (8 soru), katılımcılara hazırlanan soru formu ile yöneltilmiştir. Soru formunda yer alan 7. ve 8. sorular, konaklama türüne yönelik beklenti ifadelerinin değişimini görebilmek ve üçüncü saha araştırmasında seçenekler halinde sorulacak benzer sorulara alınan yanıtların tutarlılığını karşılaştırmak ve konu ile ilgili daha net yargıya varabilmek için sorulmuştur.

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

Genel olarak çalışmanın amacına fayda sağlayabilecek bir kitleden veri toplama süreci gerçekleştirildiği için araştırma güvenilirliğinin de bu sayede sağlandığı ifade edilebilir (Başkale, 2016). Analiz kısmına geçildiğinde, katılımcıların yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar içerik analizi yönteminden faydalanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi, sözlü ya da yazılı bir biçimde elde edilen verilerin bütünlüğü bozmayacak bir biçimde sistematik olarak kodlanması ve alt temalara indirgenerek sayısallaştırılması ve kavramsallaştırılması

ile beraber düzenli bir biçimde toplanarak kategorize edilme sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Yapılan içerik analizi sonucunda katılan bireylerin verdiği yanıtlar tek tek değerlendirmeye alınarak birbiri ile benzer-yakın ifadeler bir kod altında toplanmıştır. Ardından belirlenen kodlar ise frekansları baz alınıp boyutlandırılarak kategorize edilmiştir. İlgili detayları analiz ve bulgular bölümünde sunulmaktadır.

4.5.2. İkinci saha çalışması

İkinci saha çalışmasının amacı, beklentilerin ölçümü için oluşturulan ölçüm aracının katılımcılar tarafından anlaşılabilirliğini, madde ve ölçek güvenilirliğini test etmektir. Bu nedenle birinci saha çalışmasında tespit edilen bulgulardan hareketle beklentilerin ölçümünde yararlanılacak ölçeğe yeni maddeler eklemek için madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzu oluşturmaya yönelik bir yaklaşıma gidilmesinin nedeni, pandemi sürecinin bireylerde oluşturduğu mevcut beklentilerin de yararlanılacak ölçekte yer almasıyla daha adil bir ölçüme gidilebileceğinin ön görülmesidir. Bu nedenle madde havuzunda yer alan ifadeler ile Ünal'ın 2018'de Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği adlı doktora tezinde kullanılan beklenti maddeleri bir araya getirilmiştir. Bu süreçte benzer ifadeler birleştirilmiş, destinasyon ve hizmet alınan işletmelerin genel temizlik ve hijyenine yönelik ifadeler bir boyutta (12 madde), hizmet alım süreci ile ilgili destinasyon ve hizmet alınan işletmelere (ulaşım, konaklama, yeme-içme) yönelik beklentiler (10 madde) bir boyutta, destinasyondaki aktivite ve çekicilikler (6 madde) ile fiyat (5 madde) ile ilgili ifadeler kendi boyutları altında değerlendirilmiştir. İlgili değerlendirmeler sonucunda Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası beklentilerin ölçümü için toplam 33 ifade belirlenmiştir. Bu bağli olarak belirlenen 33 ifadeyle hem Covid-19 öncesi turistik destinasyona yönelik beklentiler hem de Covid-19 sonrası turistik destinasyona yönelik beklentilerin ölçümüne gidilmiştir.

Yukarıda bahsedilen aşamalar neticesinde ikinci saha çalışmasında demografik değişkenlerin ve ölçek ifadelerinin yer aldığı bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun demografik kısmı ile ilgili bilgilendirme üçüncü saha çalışması başlığı altında yapılmıştır. Bu saha çalışmasının amacı itibariyle demografik ayrıntılara odaklanılmamıştır. İkinci saha çalışması anketinin yapılacağı zaman dilimi pandemi dönemi olmasından dolayı insanların sağlığını riske atmamak amacı ile ön test süreci çevrimiçi ortamda gerçekleşmiştir. Anket verileri; 2020 01.10.2020 ile 10.10.2020 tarihleri

arasında, kolayda örnekleme yöntemi ile çevrimiçi ortamda 38 katılımcıya uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi, kolay uygulama yapılabilir ve kolay ulaşılabilir, var olan birimlerden örneklemin seçilmesini ifade eder (Erkuş, 2009: 98). Bu aşamada edilen veriler aracılığı ile ölçek güvenilirlikleri test edilmiştir. Güvenilirlik testi ile ölçek ifadelerinin anlaşılabilir olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu durum aynı zamanda olası hata payı için önlem almayı sağlamıştır. Ön test niteliğinde olan bu saha çalışmasında katılımcılar ile paylaşılan anket formu üçüncü saha çalışmasında da paylaşılmıştır.

4.5.3. Üçüncü saha çalışması

Üçüncü saha çalışmasında ölçüm aracı olarak kullanılan form ikinci saha çalışmasında madde ve ölçek güvenilirliklerinin test edildiği form ile aynıdır. Üçüncü saha çalışmasının verileri 01.02.2021 ile 04.05.2021 tarihleri arasında, kolayda örneklem yöntemi ile çevrimiçi ortamda en az bir defa seyahat etmiş ve seyahat etme potansiyeli bulunan katılımcılardan toplanmıştır. Anket formunda daha şeffaf bilgi verilmesi adına öncelikle “destinasyon” kavramının tanımına yer verilmiştir. Kavrama ilişkin tanımdan sonra anket kısmında demografik soruların bulunduğu bölüme geçilmektedir. Anket formunda 8 demografik soru bulunmaktadır. İlgili sorulardan ilk altı soru cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durum, bireyin çalışıp çalışmama durumu ve aile aylık ortalama gelirini içermektedir. Bu sorular kategorik olarak sorulmuştur. Gelir için belirlenen kategoriler 1 Ocak 2020 yılı net asgari ücret miktarı 2324,71 TL baz alınarak (AİLE VE ÇALIŞMA, 2020) ve 2021 yılı itibarıyla artış olacağı ön görülerek minimum 2500 TL ve katları şeklinde belirlenmiştir. Sonrasında katılımcılara tercih ettikleri/edecekleri konaklama türü sorulmuştur. Bu sorular birinci saha çalışması paralelinden elde edilen Covid-19 öncesi ve sonrası konaklama tercihlerine yönelik ifadelerin kategorik olarak yer aldığı sorulardır. Bu sorular sayesinde bireylerin konaklama türüne yönelik beklentilerinde/tercihlerinde belirgin bir şekilde değişim olup olmadığı gözlenmek istenmiştir. Demografik kısımdaki son soru ise tez çalışması kapsamına dahil edilecek bireyleri belirlemek amacıyla sorulmuştur. İlgili soru “Yaşamınız boyunca en az 1 (Bir) defa turistik/ziyaret amaçlı seyahat ettiniz mi?” şeklindedir. Çevrim içi yapılan anketlerde yüz yüze gelme olanağı olmadığı için bireylere doğrudan seyahat deneyimi olup olmadığını sorarak öğrenme şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle ilgili soru sayesinde herhangi bir seyahat deneyimi olmayan bireyler çevrimiçi ortamda ankete dahil edilmemiştir. Anket formun ölçek kısmında katılımcı beklentilerini ölçmeye yönelik 33 ifade (madde) bulunmaktadır. Likert tipi

dereceleme şeklinde oluşturulan soruların tepki kategorileri: 1= Hiç Önemli Değil, 2= Önemli Değil, 3= Ne Önemli Ne Önemsiz, 4= Önemli, 5= Çok Önemli şeklindedir.

Üzerinde araştırma yapılacak, önceden belirlenen belirli bir tanıma uygun olan ve araştırma sonuçlarının genelleştirilmesinin amaçlandığı elemanlar bütününe evren adı verilmektedir. Evren, küme, yığın, popülasyon olarak da ifade edilebilmektedir (Arıkan, 2011: 47; Karasar, 2010: 109). Sosyal bilimlerde, incelenecek konuların evrenleri genellikle büyüktür. Bunun yanı sıra evrendeki bütün elemanları ayrıntılarıyla incelemek, zaman ve maddi koşullar açısından imkânsızdır (Gökçe, 1988: 76). Araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliği açısından evreni temsil edecek örneklem miktarı araştırma açısından büyük önem taşımaktadır. Örneklem büyüklüğü arttıkça güvenilirliği o derece arttığı belirtilmektedir (Temizkan, 2005: 49). Örneklem sayısını belirlenirken zaman ve maliyet konusu oldukça önemlidir (Gökçe, 1988: 77). En iyi araştırmalar, belirli bir zaman dilimi, emek, para vb. harcanarak en fazla bilgi getiren araştırmalardır. Gereğinden fazla bilgi toplanması ekonomik açıdan israfa yol açmaktayken, gereğinden az bilgi toplanması ise, amaca ulaşamama tehlikesine yol açabilmektedir (Özçelik, 1981: 74).

Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalar genellikle % 99 veya % 95 güven düzeyinde yapılmaktadır. Bu güven düzeyini % 100'e tamamlayan değer ise hata payı veya anlamlılık düzeyi olarak ifade edilmektedir (Görkem, 2011: 88- 90). Araştırmacı, "büyük örnek" yerine, evreni en iyi temsil edecek olan örneği seçmeyi amaç edinmeli ve bu durum beraberinde, sistemliliği ve duyarlılığı gerektirmektedir. Örneklemekten gereken faydanın sağlanabilmesi amacıyla olabildiğince geçerli ve güvenilir temsili bir örneklem üzerinde çalışılması gerekmektedir (Karasar, 2010: 110). Bu tez çalışmasında evren büyüklüğünün belli olmaması nedeniyle Kozak (2014) tarafından oluşturulan ve Çizelge 3.2'de sunulan örneklem hesaplama cetveline göre, en büyük evren için önerilen örnek büyüklüğü baz alınarak veriler toplanmıştır.

Çizelge 4.2. Evren ve Örneklem Hesaplama Cetveli

Evren Büyüklüğü	Hesaplanan Örneklem Büyüklüğü		
	%90 güvenirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı	%95 güvenirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı	%99 güvenirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı
100	74	80	88
1 000	214	278	400
10 000	264	370	623
50 000	270	381	655
100 000	270	383	660
500 000	271	384	663
1 000 000	271	384	664
10 000 000	271	384	664
100 000 000	271	384	664

Çizelge 4.2’de (Kozak, 2014: 113) gösterilen evren örneklem cetveline göre en büyük evren olan 100 milyon evrende %95 güven aralığı ile örneklem sayısı 384 olarak önerilmektedir. Araştırmada örneklem 384 olarak belirlenmiş ve güvenirlik düzeyini artırmak amacıyla bu sayı aşmaya çalışılmıştır. Ancak pandemi sürecinde verilerin toplanması ve toplanan verilerin çevrim içi ortam aracılığı ile elde edilmesi katılımcıya ulaşma bakımından sıkıntılar oluşturmuştur. Bu şartlar altında netice itibariyle 387 katılımcıdan veri toplanmıştır. Toplanan verilere temel araştırma sorularına yanıt aramaya yönelik gerçekleştirilecek analizlerden önce sapan analizi uygulanmıştır. Bir diğer ifadeyle veri setinde yer alan uç veriler tespit edilmiştir. İlgili tespit sonucu 13 verinin sapan değer gösterdiği tespit edilmiştir. İlgili verilerin veri setinden çıkarılmasıyla birlik üçüncü saha çalışması sürecinde **374** veri analiz süreci için değerlendirmeye alınmıştır.

4.6. Analiz ve Bulgular

Tez çalışmasının bu bölümünde, birinci, ikinci ve üçüncü saha çalışmalarına yönelik analizler ve bulgular yer almaktadır. İlk olarak kısaca analiz süreci açıklanmış olup ardından saha çalışmalarına ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

4.6.1. Analiz süreci

Saha çalışmaları için edinilen veriler, her bir saha çalışmasının amacına paralel olarak analiz edilmiştir. Analiz süreci ve her bir sürecin amacı Çizelge 4.3’de özetlenmiştir.

Çizelge 4.3. Saha Çalışmaları Kapsamında Yürütülen Analiz Süreçleri ve Amaçları

Birinci Saha Çalışması Analizleri	
Analizler	Amaç
Katılımcılara yönelik tanımlayıcı analiz	Katılımcı profilini betimlemek
İçerik analizi	Katılımcıların verdiği yanıtların içeriklerine göre kategorize etmektir.
İkinci Saha Çalışması Analizleri	
Analizler	Amaç
Güvenilirlik analizi	Ölçek maddelerinin tamamının ve alt boyutlara ilişkin yapıların güvenilirliği test etmektir.
Üçüncü Saha Çalışması Analizleri	
Analizler	Amaç
Katılımcılara yönelik tanımlayıcı analizler	Katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamaktır.
Açıklayıcı Faktör Analizleri	Ölçek maddelerinin kendi boyutlarını temsil edip etmediğini test ederek, yapı geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığını belirlemektir.
Güvenilirlik Analizleri	Ölçek maddelerinin tamamının ve alt boyutların güvenilirliğini yeni verilerle tekrar test etmektir.
Korelasyon Analizleri	Elde edilen alt boyutlar arasında ilişki olup olmadığını ve ilişki varsa yönünü belirlemektir.
Faktör boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analizler	Covid-19 öncesi ile Covid-19 sonrası beklentilerin karşılaştırılabilmesine yönelik faktör boyutlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri yakından incelemek. Bu sayede de AS1 ve AS2'ye yanıt aramaktır.
T- Testleri ve ANOVA	AS3, AS4, AS5, AS6, AS7, AS8, AS9, AS10, AS11, AS12 ve AS13 'ye yanıt aramaktır.

Çizelge 4.3'de görüldüğü üzere her bir saha çalışmasından elde edilen veriler, o aşamanın amaçları doğrultusunda test edilmiştir. Bu süreçte üçüncü saha araştırmasında uygulanan faktör analizi ile yapılan alt boyutların ortalama değerleri bütünlük sağlaması açısından faktör analizi tablosunda sunulmuştur. Ancak ilgili değerler araştırma sorularının yanıtlanacağı kısımda incelenmiştir. Veri analizlerine ilişkin detaylar, elde edilen bulgular ve yorumları takip eden kısımlarda açıklanmaktadır.

Birinci Saha Çalışması Analizleri

Katılımcılar ile ilgili demografik bilgiler, Çizelge 3.4'de sunulmaktadır. Çizelge incelendiği zaman, katılımcıların %50'sini kadın, %50'sini ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu 30-40 (%60) yaş Kamu Çalışanları oluşturmaktadır. 20-25 (%40) yaş grubu ise Lisansüstü öğrencilerden oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim programları incelendiğinde ise %40'nın yüksek lisans programında yer aldıkları, %60'nın ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.4. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

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

Verileri analiz etmek için faydalanılan içerik analizi süreci 3 adımda gerçekleştirilmiştir. İlk etapta, çalışma sorularına verilen yanıtlar ve demografik özellikler kelime havuzunda (Genel Katılımcı İfadeleri) toplanmıştır. İkinci etapta ise kelime havuzunda yer alan kelime ve kelime grupları frekanslarına göre kodlanarak çizelgeler oluşturulmuştur. Anlamlı bütünlerin oluşturulduğu esnada dikkat edilen unsurlar aşağıdaki gibidir;

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

“Covid-19 dönemi öncesi konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda 9 ifade (kod) tespit edilmiştir. İlgili katılımcı ifadeleri Çizelge 4.5’te yer almaktadır. Çizelge 4.5’te kodların hangi katılımcı tarafından kaç kez tekrarlandığına yönelik detaylar ile birlikte sunulmaktadır.

Çizelge 4.5. Katılımcıların Covid-19 öncesi konaklama işletmelerine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.5 incelendiğinde belirlenen ifadelerin potansiyel turistlerin (müşterilerin) bir işletmeden beklediği temel hizmet unsurlarını yansıttığı söylenebilir. Çizelge 4.5'te en fazla karşılaşılan 1. ifade 'Otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının temiz olması' ifadesidir. 9 katılımcı benzer cevabı vermiştir. Ardından 5. ifade olan 'Konforlu olması' ifadesi 4 katılımcı tarafından belirtilmiş olup 2. ifade olan 'Fiyatının uygun olması' unsuru 3 katılımcı tarafından belirtilerek 5. ifadeyi takip etmektedir. Ancak frekansı az olan "Güvenilir olması" ile beklenti ifadesini de dikkat çekmekte yarar vardır. Bireylerin diğer beklentilerinin oluşabilmesi için güvenilir bir yere gittiğini bilerek gitmesi önemlidir. Dolayısıyla oluşan beklentilerin gidilmesi planlanan yerin güvenli olma olasılığına dayanarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bir diğer ifadeyle frekansı az veya çok olan her bir beklentinin "güvenilir olması" esasına dayanarak olduğu bir ön kabul olarak tanımlanabilir.

"Covid-19 sonrası konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?" sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.6' da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.6. Katılımcıların Covid-19 sonrası konaklama işletmelerine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.6'ya göre katılımcılar sırasıyla en fazla “Misafir giriş ve çıkışlarında otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının ekstra dezenfekte edilmesi”, “Konaklama işletmelerinde yönetimin ekstra hijyen tedbirleri” ve “Konaklama işletmesindeki misafir yoğunluğunu bilmek” yanıtlarını vermişlerdir. Ancak en az frekansa sahip olmalarına rağmen katılımcıların beklentilerinin değiştiğine dikkat çeken ifadelerin (konaklama işletmesindeki misafirlerin ülke bilgileri, konaklama işletmesindeki yabancı turist sayısını bilme isteği ve konaklama işletmesinin her şey dahil standardında olmaması gibi) varlığını da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu tür farklı ifadelerin kendini göstermesi beklenti ivmesinin yön değiştirdiğine işaret etmektedir. Pandemi sürecinde bireylerin temizlik ve hijyen konusunda ekstra tedbirli olmaları gibi yabancı uyruklu misafirler ile aynı yerde bulunma endişesi de bir hayli etkin olmalıdır ki verilen yanıtlarda karşılaşılmaktadır. Pandemi öncesi beklentiler ile pandemi sonrası beklentilerin çoğunun değişmesi gibi genel ifadelerde de önceliklerin değiştiğini söylemek oldukça mümkün olmaktadır.

“Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri” sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.7’de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 10 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.7. Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.7’ye göre en fazla ortak yanıt olarak ‘Ulaşım aracının konforlu ve rahat olması’ ifadesine rastlanılmaktadır. Ulaşım fiyatının uygun olması ve ulaşım aracının temiz olmasına yönelik ifadeler de yine frekansı yüksek diğer ifadeler olarak tanımlanabilir. Katılımcıların Covid-19 öncesi ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentilerin arasında rahatlık ve konfor diğer ifadelerle göre ön plandadır. Ardından ise ulaşım fiyatının uygun olması ifadesi yanıt olarak verilmiştir. Ulaşım aracı çalışanlarının temiz olması ifadesi, ulaşım aracı çalışanlarının güler yüzlü ve ilgili olmaları ifadesinden daha çok tercih edilmiştir. Bu durum tek başına çalışanların tutumlarının yeterli olmadığına işaret etmektedir. Gerekli kriterlerin sağlanması durumunda çalışanların tutumlarının bir beklenti olarak kendini göstermesi, frekans olarak düşük çıkma durumunu açıklayabilir.

‘Katılımcıların Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri’ sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.8’de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 9 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.8. Katılımcıların Covid-19 sonrası ulaştırma hizmetlerine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.8 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak sırasıyla ‘Ulaşım aracında oturma alanlarının her kullanımdan önce ve sonra ekstra dezenfekte edilmesi’ ile ‘Ulaşımda yolcu kapasitesinin sosyal mesafeye uygun olması’ ifadelerine rastlanılmaktadır. Bu ifadeleri ‘Ulaşım hizmetinin sağlıklı ve güvenilir olması’ ve ‘Ulaşım aracında maske kullanılması’ ifadeleri takip etmektedir. Ancak yine frekansı en az olan ama beklenti bakımından dikkat çekilebilecek ifadeler de bulunmaktadır. Bu ifadeler yolcuların sağlık kontrolünün yapılmasına, ulaşım aracı içerisinde maske kullanımına ve yolculara dezenfektan dağıtılmasına yönelik ifadelerdir. İlgili ifadelerin beklentilerdeki değişimi farklı bakış açıları ile yansıttığı düşünülmektedir. Covid-19 süreci yaşanmadan önce maskenin bireyler için hemen hemen hiçbir önemi olmadığı söylenebilir. Ancak sürecin yaşanması ile birlikte salgının ekstra hijyenik olmayı, temasın çok sağlıklı bir durum olmadığını ve sosyal mesafeyi beraberinde getirdiği çizelge yer alan bulgulardan daha net görülebilmektedir.

‘Katılımcıların Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri’ sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.9’da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 8 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.9. Katılımcıların Covid-19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.9’a göre en fazla ortak yanıt olarak ‘Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması’ ifadesi ön plana çıkmaktadır. Bu ifadeyi ise ‘Destinasyonun çevre ve altyapısının sorunsuz olması’ yönelik beklenti ifadesi takip etmektedir. Çizelgede, destinasyonun genel temizlik ve hijyenine yönelik beklentilerin kendi içinde çeşitlilik gösterdiği görülmekle birlikte, Covid-19 sürecinde verilerin toplanmasına paralel olarak, frekansı az olan ifadelerin süreçten etkilenerek verilen yanıtlar olduğu düşünülmektedir. Buna bağlı olarak bireylerin temizlik ve hijyenin yaşanılabilir düzeyde bir hizmet olarak sunulmasının dışında ekstra bir beklentiye vurgu yapmadıkları söylenebilir. Bu konuyla ilgili olarak beklentilerindeki değişim ve artış, Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentilerin yer aldığı Çizelge 8’de daha detaylı görülebilmektedir. Bu durum bir destinasyonun temiz ve hijyenik olması gerekliliğine her daim vurgu yaparken, konuyla ilgili beklentilerin bundan sonraki süreçte kendi içinde daha da farklılık ve çeşitlilik göstereceğine işaret etmektedir.

‘Katılımcıların ‘Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri’ sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.10’da sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.10. Katılımcıların ‘Covid-19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileri

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

Çizelge 4.10 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak ‘Destinasyonda yerel yönetimin toplu kullanım alanlarında hijyen önlemleri’ ifadesi ile karşılaşılmaktadır. Bununla birlikte ‘Destinasyonda ortak kullanım alanlarında sosyal mesafe kuralına uyulması’ ve ‘Destinasyonda ortak kullanım alanlarının dezenfekte edilme sıklığı’ ifadeleri yine frekansı yüksek olan diğer beklenti ifadeleridir. Ancak frekansı düşük olmasına rağmen beklenti bakımında dikkat çekilmesi gereken ifadelerde bulunmaktadır. Bu ifadeler, destinasyonda bulunan misafirlerin Covid-19 testi yaptırmış olmalarına (sağlıklı bireylerin tatil yaptığı bir destinasyonda hizmet olanağı sağlama), destinasyona sınırlı sayıda turist kabul edilmesine, el yıkama alanlarının sıklığı ve bu alanların temassız olmasına yönelik beklenti ifadeleridir. Bu ifadeler bireylerin destinasyonun sadece temiz ve hijyenik olmasının ötesinde, kişisel temizliğin sağlanması ile ilgili özel alanlar ve belirli tedbirlerin alınmasına yönelik beklentilerinde oluşabileceğine işaret etmektedir. Aynı zamanda, bundan sonraki süreçte destinasyona ilişkin genel temizlik ve hijyen ile ilgili beklentilerde ortaya çıkabilecek değişim ve çeşitliğin bir göstergesi olabilir.

‘Katılımcıların Covid-19 öncesi tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü’ sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.11’de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 6 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.11. Katılımcıların Covid-19 öncesi tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü

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

Çizelge 4.11 incelendiğinde en fazla ortak yanıt olarak ‘Otel’ ifadesi ile karşılaşılmaktadır. ‘Pansiyon’ ve ‘Butik Otel’ yanıtları da tercih edilen diğer yanıtlar olarak belirlenmiştir. Covid-19 dönemi öncesi kalabalık alanlarda bulunmak, her aktiviteye katılımın daha mümkün olduğu alanları seçmek veya tercih edilme sıklığı fazla olan alanlara seyahat etmek bireylerin öncelikli tercihleri olarak belirtilebilir. Böyle bir durum söz konusu olduğunda ‘otel’ ifadesinin diğer ifadelere göre daha fazla tercih edilmesi bulgusunu destekleyebilir. Ancak gelir durumu, daha az kalabalık sevme veya kişisel tercihler gibi farklı etkenler düşük frekansa sahip olan diğer konaklama türlerinin de açıklayıcısı olabilir.

‘Katılımcıların Covid-19 sonrası tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü’ sorusuna verilen yanıtlar Çizelge 4.12’de sunulmaktadır. Verilen yanıtlar doğrultusunda 11 ifade (kod) tespit edilmiştir.

Çizelge 4.12. Katılımcıların covid-19 sonrası tercih etmeyi ön gördükleri konaklama türü

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

Çizelge 4.12’ye göre en fazla ortak yanıt olarak “Kiralık evler” ve “Kiralık villalar” ifadeleri ile karşılaşılmaktadır. Otel yanıtının bu kısımda sadece 1 frekans olması salgın sonrası konaklama tercihinin yönelik beklentilerin değişim göstereceğine yönelik önemli bir bulgu olabilir. Bu bulgu, konaklama işletmelerine yönelik beklentilerde değişim olabileceğine ve bu doğrultuda bireysel konaklama alanlarına yönelme olacağını işaret etmektedir. Elde edilen bu bulgulara göre Covid-19 sürecinin Covid-19 dönemi öncesi beklentilerini değiştirdiği söylenebilir. Bu durum sadece frekansı yüksek olan ifadelerden değil, aynı zamanda konaklama türüne ilişkin ortaya çıkan çeşitli ifadelerin destekleyici bir bulgu olmasıyla açıklanabilir. Bu bulgudan hareketle salgın süreciyle birlikte bireylerin kalabalıktan veya sık kullanılan alanlardan uzak olup, yalnızca kendilerinin bulunduğu konaklama türlerini tercih etme eğiliminde olduğu söylenebilir.

İkinci Saha Çalışması Analizleri

Tezin ikinci saha çalışması olarak isimlendirilen bu aşamada amaç ölçek maddelerinin kullanılabilirliğini, anlaşılabilirliğini test etmektir. Bu nedenle sahaya çıkılmış ve değerlendirmeye alınan 38 veri analiz edilmiştir. Çalışmanın amacını karşılamak üzere maddelerinin tamamı ve alt boyutları Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası süreçler için ayrı ayrı güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Test edilen bulgular Çizelge 4.13’de sunulmaktadır.

Çizelge 4.13. Ölçek maddelerine ilişkin öntestin güvenilirlik katsayıları

Ölçekler		Alfa Katsayıları (α)	
Covid-19 Öncesi İçin	Temizlik ve Hijyen İle İlgili İfadeler (12 madde)	,901	,946
	Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel İfadeler (10 madde)	,892	
	Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili İfadeler (6 madde)	,805	
	Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili İfadeler (5 madde)	,761	
Covid-19 Sonrası için	Temizlik ve Hijyen İle İlgili İfadeler (12 madde)	,989	,931
	Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel İfadeler (10 madde)	,807	
	Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili İfadeler (6 madde)	,790	
	Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili İfadeler (5 madde)	,858	

Güvenilirlik katsayısı, “birime ait toplam skorun ölçekteki her soruya ait puanların toplanması ile elde edilen ölçeklerde, soruların benzerliğini ya da yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır ve bu katsayıya bakılarak ölçeğin güvenilirliği; ölçek güvenilir değildir; $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçeğin güvenilirliği yüksektir” şeklinde yorumlanır (Kalaycı, 2010: 405).

Çizelge 4.13’e Covid-19 öncesi ölçeğin tamamı için alfa katsayısı 0,946’dır. Bu durumda ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. Covid-19 öncesi temizlik ve hijyen ile ilgili ifadeler için alfa katsayısı 0,901; hizmet alım süreci ile ilgili genel ifadeler için alfa katsayısı 0,892; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili ifadeler için alfa katsayısı 0,805; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili ifadeler 0,761 olarak hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar doğrultusunda alt boyutlara ilişkin güvenilirlik katsayılarından hareketle Covid-19 öncesine ilişkin ölçeğin yüksek derece güvenilir olduğu söylenebilir.

Çizelge 4.13’e Covid-19 sonrası ölçeğin tamamı için alfa katsayısı 0,931’dir. Bu durumda ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. Covid-19 sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili ifadeler için alfa katsayısı 0,989; hizmet alım süreci ile ilgili genel ifadeler için alfa katsayısı 0,807; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili ifadeler için alfa katsayısı 0,790; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili ifadeler 0,794 olarak hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar doğrultusunda alt boyutlara ilişkin güvenilirlik katsayılarından hareketle Covid-19 sonrasına ilişkin ölçeğin yüksek derece güvenilir olduğu söylenebilir.

Üçüncü Saha Çalışması Analizleri

Tezin ikinci üçüncü saha çalışması olarak isimlendirilen bu aşamada amaç, katılımcı özelliklerini betimlemek, açıklayıcı faktör analizi yapmak ve oluşan yapılar üzerinden ölçeklerin güvenilirliğini tekrar test etmek ile ölçek boyutlarının ilişkisel yapılarını analiz etmektir. Sonrasında ise AS1 ve AS2'ye yanıt aramak için tanımlayıcı analizler yapmak ve t-testleri ve ANOVA (Varyans Analiz- ANalysis of VAriance)'dan yararlanarak AS3, AS4, AS5, AS6, AS7, AS8, AS9, AS10, AS11, AS12 ve AS13'ye yanıt aramak hedeflenmiştir. Bahsi geçen her bir aşamaya ilişkin analiz ve bulgulara takip eden kısımda yer verilmiştir.

Analiz sürecinde ilgili testlere geçmeden önce (güvenilirlik, faktör analizi ve parametrik testler) Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası ölçek verileri için sapan analizi ve normallik testi yapılmıştır. Sapan analizi sonucu toplamda 13 adet uç/sapan değer ile karşılaşmıştır. Bu kapsamda sapan olarak belirlenen 13 veri (9, 33, 113, 129, 145, 151, 173, 174, 232, 233, 245, 260, 270), veri setinden çıkarılarak bundan sonraki süreç için 374 veri değerlendirmeye alınmıştır. Çoklu normal dağılım testine bakıldığında ise verilerin normal dağılıma (Covid-19 öncesi dönem 33 madde için sig: 0.05 düzeyinde kritik korelasyon katsayısı=0.978 ve Covid-19 sonrası dönem 33 madde için sig: 0.05 düzeyinde kritik korelasyon katsayısı=0.956) sahip olduğu tespit edilmiştir (Kalaycı, 2010: 231). .

Tez kapsamında araştırmaya katılan bireyler hakkında genel bir yargıya varabilmek adına onlara bazı demografik sorular sorulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 4.14'de sunulmuştur.

Çizelge 4.14. Katılımcıların demografik özellikleri (n=374)

Cinsiyet	f	%
Kadın	192	51,3
Erkek	182	48,7
Yaş Aralığı	f	%
18-24 Yaş Arası	216	57,8
25 Yaş ve Üstü	158	42,2
Eğitim Düzeyiniz	f	%
İlköğretim	40	10,7
Lise	73	19,5
Önlisans	125	33,4
Lisans	136	36,4
Medeni Durum	f	%
Evli	99	26,5
Bekar	275	73,5
Çalışma Durumu	f	%
Evet	177	47,3
Hayır	197	52,7
Aylık Gelir Düzeyi	f	%
2500TL ve Altı	134	35,8
2501TL- 4500 TL	123	32,9
4501TL-6500 TL	69	18,4
6501TL ve Üzeri	48	12,8
Covid-19 Öncesi Tercih Edilen Konaklama Türü	f	%
4 ve 5 Yıldızlı Otel	176	47,1
Butik Otel	56	15,0
Kiralık Yayla Evleri	90	24,1
Kiralık Villa	26	7,0
Karavan	16	4,3
Çadır	10	2,7
Covid-19 Sonrası Tercih Edilen Konaklama Türü	f	%
4 ve 5 Yıldızlı Otel	36	9,6
Butik Otel	121	32,4
Kiralık Yayla Evleri	107	28,6
Kiralık Villa	38	10,2
Karavan	35	9,4
Çadır	37	9,9
TOPLAM	374	%100

Katılımcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik yapılan anket formunun ilk bölümünde 374 katılımcının cinsiyet durumları incelendiğinde %51,3'ü kadın katılımcı, %48,7'si ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların yaş aralıklarına göre Covid-19 öncesi ve sonra yaş kategorileri üzerinden karşılaştırma yapılacak olması sebebiyle, yaş örneklemine ilişkin sayıların birbirine yakın olmasına özen gösterilmiştir. Bu nedenle katılımcı yaşları iki kategoride değerlendirilmiştir. Araştırmaya dahil olan katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde %57,8'i 18-24 yaş arası katılımcılar, %42,2'si 25 yaş ve üzeri katılımcılar oluşturmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %10,7'si ilköğretim düzeyinde eğitim aldıklarını, %19,5'i lise düzeyinde eğitim aldıklarını, %33,4'ü önlisans düzeyinde eğitim aldıklarını, %36,4'ü lisans düzeyinde eğitim aldıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %26,5'i evli, %73,5'i bekar olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların çalışma durumları incelendiğinde %47,3'ü evet seçeneğini işaretleyerek çalıştığını, %52,7'si hayır seçeneğini işaretleyerek çalışmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların aylık gelir düzeyleri incelendiğinde %35,8'i 2500 TL ve daha az gelir düzeyine sahip olduklarını, %32,9'u 2501 TL- 4500 TL gelir düzeyine sahip olduğunu, %18,4'ü 4501 TL- 6500 TL gelir düzeyine sahip olduğunu, %12,8'i 6501 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların Covid-19 öncesi tercih ettiği/edeceği konaklama türleri incelendiğinde, %47,1'i 4 ve 5 yıldızlı otelleri, %15,0'ı butik otelleri, %24,1'i kiralık yayla evlerini, %7,0'ı kiralık villa, %4,3'ü karavanları, %2,7'si çadırları tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların Covid-19 sonrası tercih ettiği/edeceği konaklama türleri incelendiğinde, %9,6'sı 4 ve 5 yıldızlı otelleri, %32,4'ü butik otelleri, %28,6'sı kiralık yayla evlerini, %10,2'si kiralık villa, %9,4'ü karavanları, %9,9'u çadırları tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

4.6.2. Açıklayıcı faktör analizi

Sosyal bilimlerde ölçümün geçerliliğini ve kalitesini ortaya koymak için kullanılan faktör analizi, en önemli analizlerden biri olmaktadır. Faktör analizinde iki önemli ölçüt vardır. Bunlardan biri hangi faktör analizinin kullanılacağı, ikincisi ise kullanılacağına karar verilen faktör analizinin hangi istatistiki araç ya da araçlar ile yapılacağıdır. Faktör analizinin asıl amacının boyut indirgeme (dimension reduction) olduğu söylenebilir. Keşfedici faktör analizi, boyut indirgemenin en yaygın kullanıldığı analiz biçimidir. Bu faktör analizi veri setini olabildiğince küçültürerek açıklanabilirliğini kolaylaştırmayı amaçlamaktadır (Brown, J. D., 2009). Bir yapıyı ölçmek için gerekli olan maddelerin ölçmek istenilen yapıyı ölçüp ölçmeyeceğine ilişkin test edilmesi ve mevcut yapının geçerliliğini saptamak amacı ile faktör analizinden faydalanılmaktadır (Alpar, 2012:497). Bu tez çalışmasında açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinin (AFA) amacı, ölçek ifadesi olarak da adlandırılan maddelerin yapıyı test edip etmediğini belirlemektir. Faktör analizinde boyutları en az üç madde oluşturmali ve bu maddelerden her biri sadece bir faktöre değer (yük) vermelidir. Aksi takdirde bir sonraki adımda, birden fazla faktöre değer veren maddelerin çıkartılıp yeniden analizinin yapılması tavsiye edilmektedir (Büyüköztürk, 2013:135; Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010:81). Bu kapsamda analize uygun faktör yapıları tercih edilerek analize gidilmiştir. Analiz sürecinin bu aşamasında dört boyuttan oluşan 33 maddelik ölçeğe hem Covid-19 öncesi hem de Covid-19 sonrası olarak, her bir boyut için ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 4.15 ve Çizelge 4.16’da sunulmuştur. Çizelgede boyutlara ilişkin faktör yükleri, eş kökenlilik değerleri, özdeğerleri ve açıklanan varyansları ve ortalamaları ayrı ayrı gösterilmiştir.

Çizelge 4.15. Covid-19 öncesi beklentilere ilişkin faktör analizi sonuçları

	Maddeler	Yükü	Eşkökenlilik	Özdeğeri	Açıklanan varyans	Ortalama	α
	Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler (12 Madde)						
1	Destinasyondaki doğal çevrenin temiz olması	,744	,553	7,382	61,517	3,925	0,936
2	Destinasyonda ortak kullanım alanlarının sık sık dezenfekte edilmesi	,830	,689				
3	Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması	,829	,687				
4	Destinasyonda bulunan el yıkama alanlarının sıklığı ve temizliği	,818	,669				

5	Destinasyonda hem hizmet alan hem de hizmet veren bireylerin maske takması	,638	,407				
6	Destinasyonda hizmet alınan işletme ve alanlarda dezenfektan noktalarının olması	,718	,516				
7	Yerel yönetimin ortak kullanım alanlarında ve hizmet alınan işletmelerde uyguladığı hijyen önlemleri	,813	,662				
8	Destinasyonda hizmet alınan işletmelerin temiz ve hijyenik olması	,841	,707				
9	Destinasyonda hizmet alınan işletmelerdeki çalışanların temizliği ve bakımı	,823	,677				
10	Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin hijyeni	,785	,616				
11	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında tüm kullanım alanlarının her kullanımdan sonra ekstra dezenfekte edilmesi	,809	,654				
12	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlere dezenfektan sunulması	,739	,546				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: ,923; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: ,000; sd:66; p<0.0001							
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler (10 madde)							
1	Destinasyona ulaşımın kolay olması	,727	,528				
2	Hizmet alınan işletmelerin sunduğu yiyecek-içecek çeşitliliği	,558	,312				
3	Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin kalitesi	,578	,335				
4	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sağlık kontrollerinin yapılması	,823	,677				
5	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında güvenlik kontrollerinin yapılması	,698	,488				
6	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında kullanım alanlarının sosyal mesafeye uygun bir şekilde düzenlenmesi	,810	,656	5,419	54,188	3,739	0,901
7	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlerin ve çalışanların maske kullanımı	,787	,619				
8	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sunulan hizmetlerin teknolojik olması	,738	,545				
9	Hizmet alınan işletmelerde misafir yoğunluğunun ve misafir uyruklarının bilinmesi	,768	,589				
10	Hizmet alım sürecinde müşteri ilişkilerinin temassız gerçekleştirilmesi	,818	,669				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği:0,879; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:,000; sd:45; p<0.0001							
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler (6 madde)							
1	Destinasyonun bulunduğu doğal güzellikler ve çekicilikler	,873	,762				

2	Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler	,911	,830	4,190	69,839	3,947	0,897
3	Destinasyonun bulunduğu iklimsel özellikler	,873	,762				
4	Destinasyondaki yeme-içme kültürünün çeşitliliği	,860	,740				
5	Genel destinasyonda ve hizmet alınan işletmelerde çocuklara yönelik aktivite ve olanaklar	,603	,364				
6	Destinasyonun yerel kültürel özellikleri	,857	,734				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği:0,880 ; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: ,000; sd:15; p<0.0001							
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler (5 madde)				3,272	65,432	3,800	0,849
1	Hizmet alınan işletmelerin fiyatları	,894	,763				
2	Destinasyonda bulunan hediyelik eşya fiyatları	,775	,601				
3	Ulaşım olanaklarının fiyatları	,894	,799				
4	Hizmet alınan işletmelerde ödemenin temassız yapılması	,521	,271				
5	Destinasyona ulaşım fiyatının uygun olması	,915	,837				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği:0,824 ; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:0,000; sd:10; p<0.0001							

Faktör analizi aşamasında, verilerin birbiri ile ilişkili bir yapıya sahip olup olmadığını belirleyebilmek adına Barlett Küresellik testi, (Çokluk vd., 2012:219) örneklem yeterliliğini ölçmek için de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Faktör analizi için uygunluğu test edilen veri setinin, Barlett testinin sonucunun anlamlı, KMO değerinin ise 0,50'den yüksek olması beklenmektedir (Kalaycı, 2010: 321). Çizelge 3.15 incelendiğinde analizdeki temizlik ve hijyen ile beklentiler boyutunu ölçen 12 ifade toplam varyansın % 61,517'sini , hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri ölçen 10 ifade toplam varyansın %54,188'ini, destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutunu ölçen 6 ifade toplam varyansın % 69,839'unu, genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili genel beklentileri ölçen 5 ifade toplam varyansın %65,432'sini açıkladığı görülmektedir. Yine Çizelge 4.15'te de gösterildiği üzere örneklem hacmi ile veri yapısının uygunluğunu test eden bir ölçüm aracı olan KMO ve Bartlett küresellik ($p<0.0001$) testlerinin her birinin istatistiksel açıdan uygun olduğu görülmüştür.

Covid-19 dönemi öncesi temizlik ve hijyen ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,841 faktör yüküne ve 0,707 eşkökenliliğe sahip “*Destinasyonda hizmet alınan işletmelerin temiz ve hijyenik olması*” 8. önermedir. Hizmet alım süreci ile ilgili boyutta en yüksek

önerme 0,823 faktör yüküne ve 0,677 eşkökenliliğe sahip “*Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sağlık kontrollerinin yapılması*” 4. önermedir. Destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,911 faktör yüküne ve 0,830 eşkökenliliğe sahip “*Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler*” 2. önermedir. Genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,915 faktör yüküne ve 0,837 eşkökenliliğe sahip “*Destinasyona ulaşım fiyatının uygun olması*” 5. önermedir.

Covid-19 dönemi öncesi en yüksek güvenilirliğe sahip boyutlar sırasıyla; 0,936 temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler, 0,901 hizmet alınan işletmeler ile ilgili beklentiler, 0,897 destinasyon aktivite ve çekicilikler ile ilgili beklentiler ve 0,849 genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentilerdir.

Çizelge 4.16. Covid-19 sonrası beklentilere ilişkin faktör analizi sonuçları

Maddeler		Yükü	Eşkökenlilik	Özdeğeri	Açıklanan varyans	Ortalama	α
	Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler (12 Madde)			10,171	84,760	4,551	0,977
1	Destinasyondaki doğal çevrenin temiz olması	,854	,729				
2	Destinasyonda ortak kullanım alanlarının sık sık dezenfekte edilmesi	,918	,842				
3	Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması	,937	,878				
4	Destinasyonda bulunan el yıkama alanlarının sıklığı ve temizliği	,943	,889				
5	Destinasyonda hem hizmet alan hem de hizmet veren bireylerin maske takması	,929	,864				
6	Destinasyonda hizmet alınan işletme ve alanlarda dezenfektan noktalarının olması	,949	,901				
7	Yerel yönetimin ortak kullanım alanlarında ve hizmet alınan işletmelerde uyguladığı hijyen önlemleri	,942	,888				
8	Destinasyonda hizmet alınan işletmelerin temiz ve hijyenik olması	,930	,865				
9	Destinasyonda hizmet alınan işletmelerdeki çalışanların temizliği ve bakımı	,906	,820				

10	Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin hijyeni	,918	,842				
11	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında tüm kullanım alanlarının her kullanımdan sonra ekstra dezenfekte edilmesi	,923	,853				
12	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlere dezenfektan sunulması	,894	,799				

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği:0,951 ; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:0,000; sd:66; p<0.0001

Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler (10 madde)							
1	Destinasyona ulaşımın kolay olması	,832	,692	6,526	65,257	4,398	0,930
2	Hizmet alınan işletmelerin sunduğu yiyecek-içecek çeşitliliği	,582	,339				
3	Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin kalitesi	,783	,613				
4	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sağlık kontrollerinin yapılması	,884	,782				
5	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında güvenlik kontrollerinin yapılması	,887	,786				
6	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında kullanım alanlarının sosyal mesafeye uygun bir şekilde düzenlenmesi	,905	,818				
7	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlerin ve çalışanların maske kullanımı	,855	,732				
8	Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sunulan hizmetlerin teknolojik olması	,704	,496				
9	Hizmet alınan işletmelerde misafir yoğunluğunun ve misafir uyruklarının bilinmesi	,705	,497				
10	Hizmet alım sürecinde müşteri ilişkilerinin temassız gerçekleştirilmesi	,878	,770				

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği:0,934; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:0,000; sd:45; p<0.0001

Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler (6 madde)							
1	Destinasyonun bulunduğu doğal güzellikler ve çekicilikler	,868	,754	3,949	65,810	4,155	0,871
2	Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler	,890	,793				
3	Destinasyonun bulunduğu iklimsel özellikler	,858	,735				

4	Destinasyondaki yeme-içme kültürünün çeşitliliği	,806	,650				
5	Genel destinasyonda ve hizmet alınan işletmelerde çocuklara yönelik aktivite ve olanaklar	,562	,316				
6	Destinasyonun yerel kültürel özellikleri	,837	,701				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: 0,881 ; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:0,000 ; sd:15; p<0.0001							
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler (5 madde)							
1	Hizmet alınan işletmelerin fiyatları	,861	,740				
2	Destinasyonda bulunan hediyelik eşya fiyatları	,708	,501				
3	Ulaşım olanaklarının fiyatları	,917	,841				
4	Hizmet alınan işletmelerde ödemenin temassız yapılması	,659	,435				
5	Destinasyona ulaşım fiyatının uygun olması	,913	,833				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: 0,849; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 0,000; sd:10; p<0.0001							

Çizelge 4.16 incelendiğinde analizdeki temizlik ve hijyen ile beklentiler boyutunu ölçen 12 ifade toplam varyansın % 84,760'ını , hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri ölçen 10 ifade toplam varyansın %65,257'sini, destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutunu ölçen 6 ifade toplam varyansın % 65,810'unu, genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili genel beklentileri ölçen 5 ifade toplam varyansın %67,018'sini açıkladığı görülmektedir. Yine Çizelge 3.16'da da gösterildiği üzere örneklem hacmi ile veri yapısının uygunluğunu test eden bir ölçüm aracı olan KMO ve Bartlett küresellik ($p<0.0001$) testlerinin her birinin istatistiksel açıdan uygun olduğu görülmüştür.

Covid-19 dönemi sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,949 faktör yüküne ve 0,901 eşkökenliliğe sahip "*Destinasyonda hizmet alınan işletme ve alanlarda dezenfektan noktalarının olması*" 6. önermedir. Hizmet alım süreci ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,905 faktör yüküne ve 0,818 eşkökenliliğe sahip "*Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında kullanım alanlarının sosyal mesafeye uygun bir şekilde düzenlenmesi*" 6. önermedir. Destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,890 faktör yüküne ve 0,793 eşkökenliliğe sahip "*Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler*" 2. önermedir. Genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili boyutta en yüksek önerme 0,917 faktör yüküne ve 0,841 eşkökenliliğe sahip "*Ulaşım olanaklarının fiyatları*" 3. önermedir.

Covid-19 dönemi öncesi en yüksek güvenilirliğe sahip boyutlar sırasıyla; 0,977 temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler, 0,930 hizmet alınan işletmeler ile ilgili beklentiler, 0,871 destinasyon aktivite ve çekicilikler ile ilgili beklentiler ve 0,856 genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentilerdir.

4.6.3. Korelasyon analizleri

Tez çalışmasının analiz sürecinin bu aşamasında Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentileri oluşturan alt boyutlar arasında anlamlı doğrusal ilişki olup olmadığını ve ilişki düzeylerini test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda her iki dönemin alt boyutları için iki ayrı analiz yapılmıştır. Analiz sonrası elde edilen Pearson Correlation katsayısı sonuçları Çizelge 4.17’de verilmiştir.

Çizelge 4.17. Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası beklentiler arası korelasyon katsayıları

Covid-19 Öncesi Beklentiler	1	2	3	4
1 Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	1	,835**	,522**	,540**
2 Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler		1	,564**	,582**
3 Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler			1	,724**
4 Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler				1
Covid-19 Sonrası Beklentiler	1	2	3	4
1 Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	1	,818**	,473**	,439**
2 Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler		1	,645**	,550**
3 Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler			1	,683**
4 Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler				1

* p<0.01 ** p<0.001

“Pearson Correlation katsayısı ‘r’ ile gösterilir ve $r=1$ ise pozitif doğrusal ilişki; $r=-1$ ise negatif doğrusal ilişki vardır. Eğer $r=0$ ilişki olmadığı şeklinde yorumlanır. Bunun paralelinde ‘r’ katsayısı, (0.00-0.25) aralığında ise ilişki çok zayıf, (0.26-0.49) aralığında ise ilişki zayıf, (0.50-0.69) aralığında ise ilişki orta, (0.70-0.89) aralığında ise ilişki yüksek ve (0.90-1.00) aralığında ise çok yüksek bir ilişki olduğu” belirtilmektedir (Kalaycı, 2010: 116). Bu açıklamalardan Covid-19 öncesi temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,835 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve yüksek bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 öncesi temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki

katsayıları 0,552 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 öncesi temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,540 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 öncesi hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu ile destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,564 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 öncesi hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,582 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 öncesi destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,724 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve yüksek bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bu açıklamalardan Covid-19 sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,818 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve yüksek bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,473 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve zayıf düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,439 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve zayıf düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 sonrası hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu ile destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,645 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 sonrası hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,550 olarak değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Covid-19 sonrası destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler boyutu ile genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler boyutu arasındaki ilişki katsayıları 0,683 olarak

değerlendirildiğinde bu değer pozitif yönlü doğrusal ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir.

4.6.4. Faktör boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analizler

Bu kısımda tanımlayıcı analizler ilgi incelemeye gidilmesinin sebebi AS1 ve AS2'ye yanıt aramak üzere Covid-19 öncesi ile Covid-19 sonrası beklentilere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri yakından incelemektir. İlgili değerler Çizelge 4.18'de sunulmuştur.

Çizelge 4.18. Covid-19 öncesi ile Covid-19 sonrası beklentilere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri

	Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	Standart Sapma (s.s.)	Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	Standart Sapma (s.s.)
	Öncesi		Sonrası	
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Önergeler	3,935	0,716	4,559	0,510
1. Destinasyondaki doğal çevrenin temiz olması	4,109	,0799	4,524	0,602
2. Destinasyonda ortak kullanım alanlarının sık sık dezenfekte edilmesi	4,048	0,855	4,588	0,549
3. Destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinin temiz ve hijyenik olması	4,195	0,726	4,558	0,558
4. Destinasyonda bulunan el yıkama alanlarının sıklığı ve temizliği	4,109	0,891	4,582	0,550
5. Destinasyonda hem hizmet alan hem de hizmet veren bireylerin maske takması	3,307	1,323	4,574	0,565
6. Destinasyonda hizmet alınan işletme ve alanlarda dezenfektan noktalarının olması	3,470	1,228	4,569	0,547
7. Yerel yönetimin ortak kullanım alanlarında ve hizmet alınan işletmelerde uyguladığı hijyen önlemleri	4,037	0,824	4,550	0,539
8. Destinasyonda hizmet alınan işletmelerin temiz ve hijyenik olması	4,179	0,737	4,556	0,543
9. Destinasyonda hizmet alınan işletmelerdeki çalışanların temizliği ve bakımı	4,192	0,747	4,556	0,553
10. Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin hijyeni	4,264	0,769	4,561	0,548
11. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında tüm kullanım alanlarının her kullanımdan sonra ekstra dezenfekte edilmesi	3,820	1,002	4,561	0,548
12. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlere dezenfektan sunulması	3,492	1,138	4,526	0,560
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Önergeler	Öncesi		Sonrası	
	3,747	0,721	4,413	0,498
1. Destinasyona ulaşımın kolay olması	3,981	0,769	4,403	0,590
2. Hizmet alınan işletmelerin sunduğu yiyecek-içecek çeşitliliği	3,946	0,797	4,240	0,710
3. Hizmet alınan işletmelerin ve ulaşım vasıtasının sunduğu yiyecek-içeceklerin	4,155	0,790	4,401	0,629

kalitesi				
4. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sağlık kontrollerinin yapılması	3,788	1,015	4,524	0,560
5. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında güvenlik kontrollerinin yapılması	4,093	0,784	4,473	0,574
6. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında kullanım alanlarının sosyal mesafeye uygun bir şekilde düzenlenmesi	3,497	1,159	4,508	0,570
7. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlerin ve çalışanların maske kullanımı	3,315	1,219	4,532	0,560
8. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sunulan hizmetlerin teknolojik olması	3,756	0,912	4,238	0,728
9. Hizmet alınan işletmelerde misafir yoğunluğunun ve misafir uyruklarının bilinmesi	3,473	1,133	4,323	0,750
10. Hizmet alım sürecinde müşteri ilişkilerinin temassız gerçekleştirilmesi	3,470	1,128	4,486	0,607
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Önermeler	Öncesi	Sonrası		
	3,967	0,657	4,175	0,575
1. Destinasyonun bulunduğu doğal güzellikler ve çekicilikler	4,034	0,796	4,267	0,681
2. Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler	4,042	0,770	4,238	0,690
3. Destinasyonun bulunduğu iklimsel özellikler	3,954	0,792	4,173	0,731
4. Destinasyondaki yeme-içme kültürünün çeşitliliği	3,975	0,776	4,197	0,677
5. Genel destinasyonda ve hizmet alınan işletmelerde çocuklara yönelik aktivite ve olanaklar	3,807	0,878	3,986	0,870
6. Destinasyonun yerel kültürel özellikleri	3,986	0,759	4,182	0,672
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Önermeler	Öncesi	Sonrası		
	3,823	0,702	4,173	0,627
1. Hizmet alınan işletmelerin fiyatları	4,056	0,771	4,272	0,683
2. Destinasyonda bulunan hediyelik eşya fiyatları	3,639	0,988	3,850	1,003
3. Ulaşım olanaklarının fiyatları	4,008	0,810	4,205	0,741
4. Hizmet alınan işletmelerde ödemenin temassız yapılması	3,403	1,048	4,302	0,733
5. Destinasyona ulaşım fiyatının uygun olması	4,008	0,833	4,238	0,724

Covid-19 dönemi öncesi en yüksek ortalamaya sahip ölçek destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler olup 3,967 aritmetik ortalamaya sahiptir. Takip eden ölçek ise temizlik ve hijyen ile ilgili ölçektir ve 3,935 ortalamaya sahiptir. Bir sonraki en yüksek ortalamaya sahip ölçek ise genel turistik fiyat düzeyi ölçeği 3,823 ve en düşük ortalama sahip ölçek hizmet alım süreci ölçeği olup 3,747 aritmetik ortalamaya sahiptir. Covid-19 dönemi sonrası en yüksek ortalamaya sahip ölçek temizlik ve hijyen ile ilgili ölçek olup 4,559 aritmetik ortalamaya sahiptir. Takip eden ölçek ise hizmet alım süreci ölçeğidir ve ortalaması 4,413'tür. Bir sonraki en yüksek ortalamaya sahip ölçek destinasyondaki

aktiviteler ve çekicilikler ölçeği 4,175 ve aritmetik ortalaması 4,173 olup en düşük ortalamaya sahip ölçek ise genel turistik fiyat düzeyine sahip ölçek olmaktadır.

4.6.5. T-testleri ve ANOVA

Analiz sürecinin bu kısmında AS3, AS4, AS5, AS6, AS7, AS8, AS9, AS10, AS11, AS12 ve AS13'e yanıt aramaya yönelik T-testi ve ANOVA'dan yararlanılmıştır. T-testi için Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Bağımlı İki Örnek T-Testi olmak üzere iki ayrı testten yararlanılmıştır. Bağımsız İki Örnek T-Testi (Independent-Samples T-Test) olarak bilinen testi uygulayabilmek için en az iki farklı örneklem grubunun olması gerekmektedir. Bu örneklem gruplarının ortalamaları alınır ve birbirleri ile karşılaştırılır. Bağımlı İki Örnek T-Testi'nde Bağımsız İki Örnek T-Testi'nden farklı olarak iki ayrı örneklem grubu yoktur. Aynı örneklem grupları ile analizler yapılır ve ortalamalar karşılaştırılır (Kalaycı, 2010: 75-77). İlgili açıklamalardan hareketle ilk olarak AS3'e yanıt almak için Bağımlı İki Örnek T-Testi'nden (Paired-Samples T-Test) yararlanılmıştır. Çizelge 3.19 Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik karşılaştırmayı içeren bulguları göstermektedir.

AS3'e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin ve boyutlarının karşılaştırılması için bağımsız iki örnek T-testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 3.19'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.19. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentilerin ve boyutlarının karşılaştırılması

Covid-19 Dönemi Öncesi	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Toplam Beklenti	374	3,867	,611	,000
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	374	3,935	,716	,000
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	374	3,747	,721	,000
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	374	3,967	,657	,000
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	374	3,823	,702	,000
Covid-19 Dönemi Sonrası	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Toplam Beklenti	374	4,386	,454	,000
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	374	4,555	,510	,000
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	374	4,413	,498	,000

Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	374	4,175	,575	,000
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	374	4,173	,627	,000

Çizelge 4.19’da görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri ve boyutları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik toplam beklentinin anlamlılık düzeyi ,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik toplam beklentinin anlamlılık düzeyi ,000 çıkmıştır ve bu değer 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinde anlamlı bir fark bulunmuştur.

AS4’e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri cinsiyete göre karşılaştırmak için bağımsız iki örnek T-testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.20’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.20. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin cinsiyete göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	Kadın	192	3,848	0,569	,537
	Erkek	182	3,887	0,654	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	Kadın	192	4,427	0,403	,072
	Erkek	182	4,343	0,500	

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.21’de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,537 çıkmış ve bu değer 0,05’ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri cinsiyetlerine göre farklılık göstermemektedir. Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına

yönelik beklentilerinin cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,072 çıkmış ve bu değer 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri cinsiyetlerine göre farklılık göstermemektedir.

AS5'e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.21'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.21. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	3,897	,695	,287
	Erkek	182	3,976	,738	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	Kadın	192	3,704	,680	,230
	Erkek	182	3,794	,761	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	3,990	,613	,480
	Erkek	182	3,942	,701	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	3,849	,599	,464
	Erkek	182	3,795	,797	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	4,580	,474	,414
	Erkek	182	4,537	,547	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	Kadın	192	4,458	,450	,068
	Erkek	182	4,364	,542	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	4,225	,491	,081
	Erkek	182	4,121	,648	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	Kadın	192	4,242	,503	,029*
	Erkek	182	4,101	,730	

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.21'de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin alt boyutlarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,287; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,230; destinasyondaki

aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,480; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,464 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri cinsiyetlerine göre farklılık göstermemektedir.

Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,414; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,068; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,081 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri cinsiyetlerine göre farklılık göstermemektedir.

Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri cinsiyetlerine göre anlamlılık düzeyi 0,029 çıkmış ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

AS6'ya yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri yaşa göre karşılaştırmak için bağımsız iki örnek T-testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.22'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.22. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş durumlarına göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	18-24 Yaş Arası	216	3,935	0,609	,012*
	25 Yaş ve Üzeri	158	3,774	0,604	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	18-24 Yaş Arası	216	4,422	0,465	,080

	25 Yaş ve Üzeri	158	4,338	0,436	
--	-----------------	-----	-------	-------	--

* $p < 0.05$ düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.22’de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,012 çıkmış ve bu değer 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermektedir. 24 yaş ve altındaki katılımcılar, 25 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,080 çıkmış ve bu değer 0,05’ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

AS7’ye yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarını yaşa göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.23’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.23. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının yaş durumlarına göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	4,012	0,730	,015*
	25 Yaş ve Üzeri	158	3,830	0,685	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	3,844	0,714	,002*
	25 Yaş ve Üzeri	158	3,615	0,712	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	3,986	0,652	,495
	25 Yaş ve Üzeri	158	3,939	0,665	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	3,869	0,715	,135
	25 Yaş ve Üzeri	158	3,759	0,680	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Yaş	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	4,624	0,498	,004*
	25 Yaş ve Üzeri	158	4,469	0,516	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	4,442	0,514	,189
	25 Yaş ve Üzeri	158	4,373	0,475	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	4,172	0,621	,904
	25 Yaş ve Üzeri	158	4,179	0,507	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	18-24 Yaş Arası	216	4,195	0,690	,438
	25 Yaş ve Üzeri	158	4,144	0,529	

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.23’de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin alt boyutlarının yaş durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,015; hizmet alım süreci ile

ilgili genel beklentileri yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,002 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermektedir. 24 yaş ve altındaki katılımcılar, 25 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri ve hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,495; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,135 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,004 çıkmış ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermektedir. 24 yaş ve altındaki katılımcılar, 25 yaş ve üzerindeki katılımcılara göre Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentiler yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,189; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentiler yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,904; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentiler yaş durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,438 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

AS8'e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri eğitim düzeyine göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.24'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.24. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Eğitim Durumu	n	Ortalama	F	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	İlköğretim	40	3,392	11,981	,000*
	Lise	73	3,886		
	Önlisans	125	4,028		
	Lisans	136	3,845		
Covid-19 Dönemi Sonrası	Eğitim Durumu	n	Ortalama	F	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	İlköğretim	40	4,131	7,151	,000*
	Lise	73	4,301		
	Önlisans	125	4,434		
	Lisans	136	4,463		

Çizelge 4.24’de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin eğitim durumları göre anlamlılık düzeyi 0,000; Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin eğitim durumları göre anlamlılık düzeyi 0,000 çıkmış ve bu değerler 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir. İlk ve orta öğretim düzeyinde eğitim alan katılımcılar diğer eğitim düzeyi gruplarındaki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi ve sonrasında turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

AS9’a yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarını eğitim düzeyine göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.25’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.25. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının eğitim düzeyine göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Eğitim Durumu	n	Ortalama	F	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	3,406	12,070	,000*
	Lise	73	3,993		
	Önlisans	125	4,138		
	Lisans	136	3,874		
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	İlköğretim	40	3,335	8,851	,000*
	Lise	73	3,858		
	Önlisans	125	3,924		
	Lisans	136	3,647		
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	3,429	14,762	,000*
	Lise	73	3,819		
	Önlisans	125	4,070		
	Lisans	136	4,109		
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	3,430	5,689	,001*
	Lise	73	3,764		
	Önlisans	125	3,924		
	Lisans	136	3,876		
Covid-19 Dönemi Sonrası	Eğitim Durumu	n	Ortalama	F	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	4,168	12,819	,000*
	Lise	73	4,448		
	Önlisans	125	4,640		
	Lisans	136	4,659		
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	İlköğretim	40	4,150	5,720	,001*
	Lise	73	4,354		
	Önlisans	125	4,436		
	Lisans	136	4,500		
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	4,062	1,553	,200
	Lise	73	4,091		
	Önlisans	125	4,197		
	Lisans	136	4,232		
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	İlköğretim	40	4,085	0,946	,419
	Lise	73	4,095		
	Önlisans	125	4,220		
	Lisans	136	4,198		

Çizelge 4.25'te görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin alt boyutlarının eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,000; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,000; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,000; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,001 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir. İlk ve orta öğretim düzeyinde eğitim alan katılımcılar diğer eğitim düzeyi gruplarındaki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik tüm alt boyutlar ile ilgili beklentilerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,000; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri eğitim durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,001 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlara ilişkin beklentileri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir. İlk ve orta öğretim düzeyinde eğitim alan katılımcılar diğer eğitim düzeyi gruplarındaki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutlar ile ilgili beklentilerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

AS10'a yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri medeni duruma göre karşılaştırmak için bağımsız iki örnek T-testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.26'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.26. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin medeni durumlarına göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	Evli	99	3,743	0,613	,017*
	Bekar	275	3,912	0,605	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	Evli	99	4,308	0,376	,045*
	Bekar	275	4,415	0,477	

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.26’da görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,017; Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,045 çıkmış ve bu değerler 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Bekar katılımcılar, evli katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

AS11’e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarını eğitim düzeyine göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.27’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.27. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının medeni durumlarına göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	Evli	99	3,803	0,702	,032*
	Bekar	275	3,983	0,717	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	Evli	99	3,630	0,702	,059
	Bekar	275	3,790	0,725	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	Evli	99	3,826	0,663	,013*
	Bekar	275	4,017	0,649	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	Evli	99	3,719	0,654	,086
	Bekar	275	3,860	0,716	
Covid-19 Dönemi Sonrası	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	Evli	99	4,4217	0,467	,002*
	Bekar	275	4,6088	0,517	
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	Evli	99	4,3434	0,413	,105
	Bekar	275	4,4382	0,524	
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	Evli	99	4,1549	0,453	,683
	Bekar	275	4,1824	0,613	
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	Evli	99	4,1495	0,448	,654
	Bekar	275	4,1825	0,681	

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.27’de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin alt boyutlarının medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,032; turizm destinasyonlarına yönelik destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,013; Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,002 çıkmış ve bu değer 0,05’ten küçük olduğu için katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutları ile ilgili beklentileri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Bekar katılımcılar evli katılımcılara göre turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutları ile ilgili beklentilerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,059; Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,086; Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,105; Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,683; Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentileri medeni durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,654 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutları ile ilgili beklentileri medeni durumlarına göre farklılık göstermemektedir. AS12'ye yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri gelir düzeylerine göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 4.28'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.28. Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının gelir düzeylerine göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Gelir Düzeyi	n	Ortalama	F	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	2500TL ve Altı	134	3,918	5,991	,001*
	2501TL- 4500 TL	123	3,685		
	4501TL-6500 TL	69	4,011		
	6501TL ve Üzeri	48	3,981		
Covid-19 Dönemi Sonrası	Gelir Düzeyi	n	Ortalama	F	p
Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklenti	2500TL ve Altı	134	4,414	1,189	,314
	2501TL- 4500 TL	123	4,323		
	4501TL-6500 TL	69	4,419		
	6501TL ve Üzeri	48	4,424		

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.28'de görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin aylık gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,001 çıkmış ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için Covid-19 dönemi öncesi katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir. 2501 TL- 4500 TL arası aylık gelir durumuna sahip olan katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri diğer gelir durumuna sahip olan katılımcılara göre daha düşük düzeyde olduğu

tespit edilmiştir. AS13'e yanıt aramaya yönelik katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarını eğitim düzeyine göre karşılaştırmak için ANOVA testinden yararlanılmıştır. İlgili test sonuçları Çizelge 3.29'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.29. Covid-19 dönemi öncesi ve covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklenti boyutlarının gelir düzeylerine göre karşılaştırılması (n=374)

Covid-19 Dönemi Öncesi	Gelir Düzeyi	n	Ortalama	F	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	3,982	5,948	,001*
	2501TL- 4500 TL	123	3,728		
	4501TL-6500 TL	69	4,122		
	6501TL ve Üzeri	48	4,067		
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	2500TL ve Altı	134	3,848	5,464	,001*
	2501TL- 4500 TL	123	3,537		
	4501TL-6500 TL	69	3,881		
	6501TL ve Üzeri	48	3,814		
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	3,972	3,283	,021*
	2501TL- 4500 TL	123	3,836		
	4501TL-6500 TL	69	4,115		
	6501TL ve Üzeri	48	4,072		
Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	3,841	2,476	,061
	2501TL- 4500 TL	123	3,700		
	4501TL-6500 TL	69	3,881		
	6501TL ve Üzeri	48	4,000		
Covid-19 Dönemi Sonrası	Gelir Düzeyi	n	Ortalama	F	p
Temizlik ve Hijyen İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	4,572	2,163	,092
	2501TL- 4500 TL	123	4,472		
	4501TL-6500 TL	69	4,654		
	6501TL ve Üzeri	48	4,607		
Hizmet Alım Süreci İle İlgili Genel Beklentiler	2500TL ve Altı	134	4,451	1,802	,146
	2501TL- 4500 TL	123	4,329		
	4501TL-6500 TL	69	4,473		
	6501TL ve Üzeri	48	4,433		
Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	4,201	,274	,844
	2501TL- 4500 TL	123	4,138		
	4501TL-6500 TL	69	4,178		
	6501TL ve Üzeri	48	4,191		

Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Beklentiler	2500TL ve Altı	134	4,216	1,505	,213
	2501TL- 4500 TL	123	4,175		
	4501TL-6500 TL	69	4,037		
	6501TL ve Üzeri	48	4,245		

* p<0.05 düzeyinde anlamlı

Çizelge 4.29’da görüldüğü üzere katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,001; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,001; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,021 çıkmış ve bu değerler 0,05’ten küçük olduğu için Covid-19 dönemi öncesi katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutları ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir. 2501 TL- 4500 TL arası aylık gelir durumuna sahip olan katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi belirtilen alt boyutlara yönelik beklentileri diğer gelir durumuna sahip olan katılımcılara göre daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre covid-19 öncesi anlamlılık düzeyi 0,061; covid-19 dönemi sonrası temizlik ve hijyen ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,092; hizmet alım süreci ile ilgili genel beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,146; destinasyondaki aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,844; genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre anlamlılık düzeyi 0,213 çıkmış ve bu değerler 0,05’ten büyük olduğu için katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik belirtilen alt boyutları ile ilgili beklentileri aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm dünyayı etkisi altına alan ve binlerce insanın ölümüne sebep olan Covid-19 salgınının etkileri henüz devam etmektedir. Dünya turizm örgütüne göre, Ocak ayı ile birlikte turizm gelirlerinde ciddi oranda düşüş mevcuttur. Buna bağlı olarak turizm endüstrisinin kendi içerisinde yeni bir ivme kazanması bir bakıma salgının gelir etkisini en aza indirgeyebilir. Bu ivmeye katkı sağlayacak tedbirlerden biri, bundan sonraki süreçte insanlara sunulacak tatil olanaklarının hemen hemen bütün sağlık önlemlerinin (tatil öncesi-tatil süresince- tatil sonrası) alınmasıyla turiste sunulmasıdır. Çünkü yaşanan bu sürecin ilgili tedbirlere yönelik turist beklentilerini de şekillendireceği ön görülmektedir. Bahsi geçen ön görüden hareketle bu tez çalışmasında, koronavirüs salgınının turizm destinasyonları üzerindeki olası etki /etkilerine dikkat çekerek salgının turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerdeki değişim incelenmek istenmiştir. Tez çalışmasının amacını karşılayabilmek adına yöntem olarak karma bir yöntem kullanılmıştır. Bu doğrultuda 3 saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Birinci saha çalışmasının amacı, Covid-19 dönemi öncesi ve Covid-19 sonrası turizm destinasyonuna yönelik beklentileri belirlemektir. Beklentilerin belirlenmesi ile üçüncü saha araştırması için yararlanılacak destinasyon beklentileri ile ilgili ölçeğe, yeni maddeler eklemek adına ölçek madde havuzunun oluşturulması hedeflenmiştir. Birinci saha çalışması tanımlayıcı türde tasarlanmıştır. Nitel bir araştırma tasarımıdır. Bu saha çalışmasında açık uçlu 8 araştırma sorusu geliştirilmiş ve ilgili önermeler de dikkate alınarak farklı örneklem grubundan olmak üzere 10 katılımcıdan, geliştirilen soruları yanıtlaması beklenmiştir. Bu değişimi inceleyebilmek adına geliştirilen sekiz araştırma sorusu, araştırma katılımcılarına açık uçlu olarak sorulmuş ve araştırma verileri toplanmıştır. İlgili verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılarak araştırma bulguları elde edilmiştir.

Birinci saha araştırması ile elde edilen bulgular doğrultusunda, katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi konaklama işletmelerine yönelik beklentileri, genel itibarıyla bir hizmet işletmesinden beklenen temel özellikleri yansıtmaktadır. Buna göre katılımcılarının çoğunluğu, otelin, odaların ve ortak kullanım alanlarının temiz olmasına yönelik beklenti içerisinde. Yaşanan bu olumsuz dönem öncesinde katılımcıların aynı zamanda bir konaklama işletmesinin konforlu, fiyatının uygun, güvenilir olması, hızlı hizmet sunumu,

yemek hizmetlerinin tüm misafirlere hitap etmesi gibi beklentiler elde edilmiştir. İlgili bulgulardan hareketle turist beklentilerinin çeşitlilik gösterdiği söylenebilir.

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

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

(ulaşım hizmetlerinin sağlıklı ve güvenilir olması, ulaşımın konforlu olması gibi), Covid-19 sonrası beklentilerde belirgin bir şekilde değişim olduğu söylenebilir.

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

Katılımcıların Covid-19 ncesi ve sonrası tercih etmeyi n gördükleri konaklama türlerine ilişkin bulgulara bakıldığında, salgın öncesi genel itibariyle tercih edilen konaklama

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

Covid-19'un insan yaşamına etkisi gözle görülür düzeyde artmıştır. Bireylerin düşüncelerinde ve bundan sonraki yaşamlarında baz alacağı önemli bir unsur olmaktadır. Bununla beraber sosyal mesafeyi insan yaşamına dahil ederek, temizliğin ve hijyenin önemini insanlığa bir kez daha göstermiştir. Tüm hastalıkların başı olan hijyen faktörünü çıkmamak üzere insan hayatına entegre olmasını sağlayan bu salgının, turizm destinasyonlarında bireylerin tercihleri üzerinde bariz farklılıklar yarattığı tespit edilmiştir. Birinci saha çalışması bu farklılıkları sekiz araştırma sorusu ve on katılımcının bu sorulara vermiş olduğu yanıtlarla ortaya koymuştur. Bu durum araştırmanın sınırlılığını da oluştursa da, salgının etkisine/etkilerine ve beklentilerdeki değişme dikkat çekmesi açısından çalışmanın önemine dikkat çekmektedir. Birinci saha araştırması için bir diğer sınırlılık, araştırma soruları içerisinde Covid-19 öncesi ve sonrası yiyecek-içecek işletmelerinden beklentilere ilişkin soruların yer almayışıdır. Konaklama işletmelerinin bünyesinde genel itibariyle restoran, a la carte gibi yeme içme alanlarının bulunması sebebiyle, katılımcıların konaklama işletmeleri ile ilgili yanıtları verirken tekrar eden yanıtlar vermesinin önüne geçmek için yeme içme alanları ile ilgili araştırma sorularına yer verilmemiştir. Ancak bundan sonraki Covid-19 ile alakalı yapılacak olan araştırmalarda bahsi geçen araştırma sorularına da yer vererek farklı örneklemeler üzerinde çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte hem beklenti hem de beklenti sonrası deneyim karşılaştırmalı olarak açık uçlu araştırma soruları ile doğrudan turistler üzerinde araştırma gerçekleştirilebilir.

İkinci saha çalışmasında demografik değişkenlerin ve ölçek ifadelerinin yer aldığı bir anket formu oluşturulmuştur. Pandemi dönemi olması sebebiyle anket formu çevrimiçi ortamda paylaşılmıştır. Kolayda örneklem tekniği ile çevrimiçi ortamda 38 katılımcıdan veri toplanmıştır. Bu aşamada elde edilen veriler aracılığı ile ölçek güvenilirliklerinin test edilmesi amaçlanmıştır. Güvenilirlik testi ile ölçek ifadelerinin anlaşılabilir olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu durum aynı zamanda olası hata payı için önlem almayı sağlamıştır.

Covid-19 dönemi öncesi ölçeğin tamamı için alfa katsayısı 0,946 bulunmuştur. Bu durumda ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmüştür. Covid-19 dönemi sonrası ölçeğin tamamı için alfa katsayısı 0,931 bulunmuştur. Bu durumda da tekrar ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmüştür.

İkinci saha çalışması kapsamında 38 katılımcıdan alınan veriler doğrultusunda yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizi ile beraber alınan sonuca dayanılarak Ünal'ın 2018'de Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği adlı doktora tezinde kullanılan beklenti maddeleri bir araya getirilmiş ve anket formu geliştirilmiştir. İkinci saha çalışmasından elde edilen veriler güvenilirlik sonucuna göre üçüncü saha çalışmasına geçilmiştir.

Üçüncü saha çalışmasının amacı, katılımcı özelliklerini betimlemek, açıklayıcı faktör analizi yapmak ve oluşan yapılar üzerinden ölçeklerin güvenilirliğini tekrar test etmek ile ölçek boyutlarının ilişkisel yapılarını analiz etmektir. Belirlenen araştırma sorularına yanıt aramak üzere ilgili analizler yapılmıştır.

Üçüncü saha araştırması, “Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik ön plana çıkan beklenti/beklentiler nelerdir?” ve “Covid-19 sonrası turizm destinasyonlarına yönelik ön plana çıkan beklenti/beklentiler nelerdir?” şeklinde birinci ve ikinci araştırma sorularına yanıt almak amacı ile tanımlayıcı analizler yapmak adına gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte t-testleri ve ANOVA testlerinden faydalanılarak AS3, AS4, AS5, AS6, AS7, AS8, AS9, AS10, AS11, AS12 ile AS13'e yanıt aramak amacı ile gerçekleştirilmiştir. Tez araştırmasının araştırma sorularına yanıt olarak elde edilen bulgular incelendiğinde demografik özelliklere göre farklılıkların belirlendiği sonuçlar tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre ilk olarak katılımcıların %51,3'lük kısmını kadın katılımcıların oluşturduğunu, %48,7'lik kısmını ise erkek katılımcıların oluşturduğu belirlenmiştir. Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin, katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır. Yaş durumuna bakıldığında ise katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri yaş durumlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. 18- 24 yaş arası katılımcıların 25 yaş üstündeki katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına

yönelik beklentileri yaş durumlarına göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin yaş faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan ANOVA testi sonucuna bakıldığında, Covid-19 dönemi öncesi turizm destinasyonlarına yönelik alt boyutlara ilişkin beklentilerin yaş durumuna göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. 18- 24 yaş arası katılımcıların, 25 yaş üstü katılımcılara göre temizlik ve hijyen ile alakalı beklentilerinin daha yüksek olduğu ulaşılan diğer sonuçlar arasındadır. Eğitim durumuna göre bakıldığında katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır. İlk ve orta düzeyde eğitim almış olan katılımcıların lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim almış olan katılımcılara göre beklentilerinin daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bunun sebebi olarak ise, içinde bulunulan salgın döneminin yaratabileceği olası sonuçları öngörebilme durumunun eğitim durumu ile doğru orantılı olduğu söylenebilir. Eğitim seviyesi arttıkça içinde bulunulan mevcut durumu algılama ve olası sonuçlarını hesaplayabilme durumu artarken eğitim seviyesi azaldıkça Covid-19 salgınının olası sonuçlarını hesaplayabilme durumu azaldığı yargısına ulaşılmaktadır. Temizlik ve hijyen, hizmet alım süreci alt boyutlarına bakıldığında ise katılımcıların Covid-19 dönemi sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentileri eğitim durumlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Medeni duruma bakıldığında ise Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerin farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle medeni durumu Bekâr olan katılımcıların Evli katılımcılara göre Covid-19 dönemi öncesi ve sonrası turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin çok daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bekar katılımcıların temizlik ve hijyen alt boyutuna göre anlamlılık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna yorum olarak ise, bekar katılımcıların evli katılımcılara göre daha fazla seyahat ettiği varsayımı göz önünde bulundurulursa en dikkat ettikleri hususun temizlik ve hijyen olduğu söylenebilir. Son olarak gelir durumuna göre bir karşılaştırma yapıldığında, katılımcıların turizm destinasyonlarına yönelik beklentilerinin aylık gelir durumuna göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Daha detaylı bakıldığında ise, 2501 TL ve 4500 TL arası gelire sahip katılımcıların Covid-19 dönemi öncesi beklentilerinin diğer gelir durumuna sahip katılımcılara göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Temizlik ve hijyen faktörünün insan yaşamı için önemi yadsınamaz boyuttur.

Üçüncü saha araştırmasının bir diğer dikkat çeken bulgusu, konaklama tercihleri ile ilgili vermiş oldukları yanıtlar. Bu kısımda elde edilen sonuçlar, birinci saha araştırması bulguları ile paralellik göstermektedir. Bu bulgulara göre, Covid-19 dönemi öncesi en fazla tercih edilen konaklama türü %47,1 oranında 4 ve 5 yıldızlı otel tercih edilirken, Covid-19 dönemi sonrası tercih edilecek konaklama türü sorusuna %32,4 oranında butik otellerin yüksek oranda tercih edildiği görülmüştür. Bu durum Covid-19 dönemi öncesi bireylerin kalabalıktan kaçınmadığını, aksine herşey dahil konseptine sahip olan işletmeleri tercih ettiğini göstermektedir. Covid-19 sonrası ise bireyselliğin ön plana çıktığı işletmelerin daha fazla tercih edildiği- edileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum ise, pandemi sürecinde gerek yerel yönetimler gerekse de bireysel kapsamda alınan sosyal mesafe hijyen gibi kuralların benimsenmesi, salgına yakalanmama, karantinaların vermiş olduğu stress ile daha sakin ve küçük butik oteller tercih edildiği-edileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Covid-19 dönemi sonrası tercih edilecek konaklama türü sorusuna butik otelden sonra %28,6 oranında kiralık yayla evleri, %10,2 oranında kiralık villa, %9,9 oranında çadır yanıtları verilmiştir. Yanıt olarak verilen tüm bu işletmelerin ortak özelliği bireyselliğin ön planda olmasıdır.

Silik'in "COVID-19 Sonrası Turist Davranışlarının Kuşak Farklılıkları Açısından Çoklu Uyum Analizi (MCA) ile Değerlendirilmesi" çalışmasında katılımcıların tatil tercihlerinin farklılaştığı sonucu ulaştığımız sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Yine aynı şekilde bireysel tatilciliğin daha ön plana çıktığı, lüks otelleri ve daha kalabalık tatil destinasyonlarındansa daha izole alanların tercih edilmesi ulaşılan diğer sonuçlar arasındadır. Kiper ve diğerlerinin "Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri Tarafından Değerlendirilmesi" adlı çalışmalarının sonucuna göre salgının turizm endüstrisine ciddi zararları olabileceği yönünde bazı çıkarımlar mevcut. Katılımcılara yöneltilen birinci ve üçüncü saha çalışmalarından hareketle benzer sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir. Bahar ve Çelik'in "Koronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri" adlı çalışmasında elde edilen sonuca göre salgının yol açacağı istihdam ve talep şoklarının turizm sektöründe bazı kayıplara yol açacağı yönündedir. Salgının yaşandığı ilk günden bu güne birçok sektör gibi turizm sektörü de bir hayli etkilenmiştir. Bireylerin tatil tercihlerinde yaşanan değişimler doğrultusunda sektörün almak zorunda kaldığı birçok tedbir işletmeleri bir hayli zorlamıştır. Pandemi kapsamında maddi olarak büyük kayıplar yaşayan turizm işletmeleri, bir de piyasada kalmak için mücadele vermektedirler.

Seçilen konu güncelliği bakımından hem literatüre farklı bir bakış açısı kazandırması hem de destinasyonun ve işletmecilerin bundan sonraki süreçte hangi müşteri beklentilerini dikkate almaları gerektiği ve bunu bireysel özelliklere görede şekillendirmeleri söz konusu olduğunda, hangi özellikleri dikkate alırlarsa müşteri beklentilerini karşılayabilecekleri hususunda yol gösterir nitelikte olacağı düşünülmektedir. Sonraki araştırmalarda, hem işletmeler hem de bireyler açısından Covid-19 sonrası yeni normal döneme ilişkin beklentiler ile yaşanan değişimler belirlenip aralarında karşılaştırmalar yapılabilir. Bulgulardan hareketle işletmelere tavsiyede bulunulacak olursa; izole alanların daha fazla olması, bireyselleşmenin ön planda olduğu hizmet sektörüne yönelmesi hem işletmeler için hem de müşteriler için faydalı olacaktır. Salgının etkisiyle bireyselliğin ön plana çıkması, sosyal mesafenin, izole alanların önemi artmıştır. Bu yönde yapılacak değişimlerin hem müşteri hem de işletmeler açısından daha iyi olacağı öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): ss. 7-21.
- Ali, Y. ve Hasan, Ş. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Alper, R. (2010). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (1.Baskı). Nobel Yayınları. Ankara.
- Ashworth, G. J. and Voogd, H. (1990). *Selling the city: Marketing Approaches İn Public Sector Urban Planning*. Belhaven Press.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), ss. 93-115.
- Bahar, O. ve Balmumcu Ö. (2010), 2008 Küresel Mali Krizinin Turizm Sektörüne Yansımaları”, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Nevşehir, 27-30 Mayıs 2010: ss. 894-909
- Bahar, O. ve Çelik İ. N. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) Turizm Sektörü Üzerindeki Ekonomik Etkileri. The, *International Journal of Social Sciences And Education Research*, 6(1), ss.125-139.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Tourism Economics: Concepts And Practices*. Nova Science Pub Incorporated.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1).
- Brown, J. D. (2009). Statistics Corner. Questions and answers about language testing statistics: Choosing the right number of components or factors in PCA and EFA. Shiken: *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 13(2), pp.19-23.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination Of The Future. *Tourism Management*, 21(1), pp.97-116.

- Burkart, A. J. and Medlik, S. (1981). Tourism: Past, Present and Future. *Tourism: Past, Present and Future.*, (Ed. 2), Londra.
- Collins, K. M. T., Onwuegbuzie, A. J. and Jiao, Q. G. (2006). Prevalence of mixed-methods sampling designs in social science research. *Evaluation and Research in Education*, 19 (2), 83-101.
- Cooper, C., Hall, C. M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. Routledge, Amsterdam.
- Cooper, J. A., Alderman, D. H. (2020). Cancelling March Madness exposes opportunities for a more sustainable sports tourism economy. *Tourism Geographies*, pp.1-11
- del Rio-Chanona, R. M., Mealy, P., Pichler, A., Lafond, F., and Farmer, D. (2020). Supply And Demand Shocks in The COVID-19 Pandemic: An Industry And Occupation Perspective. *arXiv preprint arXiv:2004.06759*.
- Demertzis, M., Sapir, A., Tagliapietra, S., Wolff, G. B. (2020). An Effective Economic Response to The Coronavirus in Europe. *Policy Contributions*, 35323.
- Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş. Ş. (2015). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Dowd, J. B., Andriano, L., Brazel, D. M., Rotondi, V., Block, P., Ding, X., ... and Mills, M. C. (2020). Demographic science aids in understanding the spread and fatality rates of COVID-19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(18), 9696-9698.
- Emekli, G. (1998). Bergama'da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Erkus, A. (2009). *Davranis Bilimleri İçin Bilimsel Arastırma Sureci*. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Eryılmaz, B. (2020) Türkiye'de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), ss.15-27.
- Friedmann, J. ve Weaver, C. (1980). *Territory and Function: The Evolution Of Regional Planning*. Univ Of California Press, California.

- Gökçe, B. (1988). *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*. Savaş Yayınları, 76. Ankara.
- Görkem, O. (2011). Ulusal Aşçılık ve Meslek Standardı Çerçevesinde Mutfak Eğitimi Yeterliliği: Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. (2020). Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Gralinski, L. E., Menachery, V. D. (2020). Return of the Coronavirus: 2019-nCoV. *Viruses*, 12(2), 135-136.
- Gunn, C. A. (1979). *Tourism Planning*. New York: Crane, Russak.
- Gunn, C. A., Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Psychology Press, New York.
- Hafiz, H., Oei, S. Y., Ring, D. M., and Shnitser, N. (2020). Regulating in pandemic: Evaluating Economic and Financial Policy Responses To The Coronavirus Crisis. *Boston College Law School Legal Studies Research Paper*, (527).
- Holloway, J. C., Humphreys, C. (2019). *The Business of Tourism*. Sage Publications Limited, India.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., ve Hamid, A. B. A. (2020). The Effect of Coronavirus (Covid-19) In The Tourism Industry In China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), pp.52-58.
- İbiş, S. (2020). Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), ss.85-98.
- İnternet: Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., and Terry, S. J. (2020). Covid-induced economic uncertainty (No. w26983). *National Bureau of Economic Research*. Pp. 26983. <https://www.nber.org/papers/w26983>, Erişim Tarihi: 20.11.2020.
- İnternet: Consumer Psychology and Coronavirus: Turning New Habits into Opportunities, <https://lrwonline.com/perspective/consumer-psychology-and-coronavirusturning-new-habits-into-opportunities/> (Erişim:22.12.2020)
- İnternet: <http://www2.Unwto.Org/> (Erişim Tarihi: 14.08.2020).
- İnternet: <https://covid19.who.int/> (Erişim Tarihi: 14.08.2020)

İnternet: <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaliginedir>
Erişim: 22.12.2020) https://chainstoreage.com/news?eiq_2_end=36 (Erişim: 01.06.2020)

İnternet: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizmistatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2020)

İnternet: Johns Hopkins University Csse <https://Github.Com/Cssefisanddata/Covid-19>,
Erişim Tarihi:13.06.2020)

İnternet: Styrk, J. (2020, Mart). Top 100 Fastest GrowingveDeclining Categories İn E-Commerce,<https://Www.Stackline.Com/News/Top-100-Gaining-Top-100-Declining-E-Commerce-Categories-March-2020>, (Erişim Tarihi: 13.06.2020).

İnternet: T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Covid-19 (2019-N Cov Hastalığı) Rehberi (Bilim Kurulu Çalışması) (2020). T.C. Sağlık Bakanlığı, 25 Şubat 2020. (Erişim Tarihi: 14.06.2020).

İnternet: TURSAB (2020). "TÜRSAB Koronavirüs Raporu", <https://www.tursab.org.tr/duyurular/tursabkoronavirus-raporu>(Erişim: 14.12.2020).

İnternet: UNESCO 2020).<https://en.unesco.org/covid19/educationresponse/globalcoalition>,
(Erişim Tarihi: 21.12.2020).

İnternet: Wallis, G. (2020). Covid-19 Impact Deepens, <https://www.hotelbusiness.com/covid-19-impact-deepens/>, (Erişim Tarihi: 21.12.2020).

İnternet: WHO. (2020. World Health Organization, Coronavirus Disease, <https://Www.Who.Int/Docs/Default-Source/Coronaviruse/Situationreports/20200221-Sitrep-32-Covid>. Erişim Tarihi: 22.06.2020)

İnternet: World Health Organization (2020). "Rolling Updates on Coronavirus Disease (COVID-19) <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen> (Erişim Tarihi: 13.12.2020)

İnternet: World Health Organization (WHO). (2020). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019> (Erişim Tarihi: 13.12.2020)

- İnternet: World Tourism Organization (UNWTO) (2020). "International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, Retrieved May 5, 2020", <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>, (Erişim Tarihi: 13.12.2020)
- İnternet: World Tourism Organization (UNWTO) (2020). "Supporting Jobs and Economies Through Travel and Tourism", https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fspublic/2020_4/COVID19_Recommendations_English_1.pdf (Erişim Tarihi: 13.12.2020)
- İnternet: World Tourism Organization (Unwto) (2020). "Unwto: International Tourism Arrivals Could Fall By 20-30% In 2020", <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/200327%20-%20COVID-19%20Impact%20Assessment%20EN.pdf>, (Erişim: 10.05.2020)
- İnternet: [www2.UNWTO.org](http://www2.unwto.org), (Erişim Tarihi: 22.06.2020)
- İnternet: zhang, C., Xu, C., Cui, R. (2020). Covid-19 and Chinese Hotel Sector (30 Mart) <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4097852.html>, (Erişim Tarihi: 20.12.2020).
- İsmayilli, S. (2021). Covid-19 Salgını Ve İç Turizme Etkilerinin Nöropazarlama Bağlamında Değerlendirilmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Jiang, Y., Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 On Hotel Marketing And Management: A Perspective Article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 32 No. 8, pp. 2563-2573
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım. Ankara.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, (21.Baskı), Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Kartseva, M. A., and Kuznetsova, P. O. (2020). The economic consequences of the coronavirus pandemic: which groups will suffer more in terms of loss of employment and income?. *Population and Economics*, pp. 4-26.
- Kaushal, V., Srivastava, S. (2021). Hospitality and Tourism Industry amid COVID-19 Pandemic: Perspectives on Challenges and Learnings From India. *International Journal of Hospitality Management*, 92.

- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.
- Kiper, V. O., Saraç, Ö., Çolak, O., & Batman, O. (2020). Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 527-551.
- Kömürcü, G., B. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği.” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Çanakkale.
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F. and Huang, B. W. (2008). Assessing Impacts of Sars and Avian Flu on International Tourism Demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917-928.
- Lee, C. C. and Chen, C. J. (2011). The Reaction of Elderly Asian Tourists To Avian Influenza and Sars. *Tourism Management*, 32(6), 1421-1422.
- Mallapaty, S. (2020). What the cruise-ship outbreaks reveal about COVID-19. *Nature*, 580(7801), 18-18.
- Mckibbin, W. J. ve Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts Of Covid-19: Seven Scenarios.
- Okumus, F., Altınay, M., ve Arasli, H. (2005). The Impact of Turkey's Economic Crisis of February 2001 On The Tourism Industry In Northern Cyprus. *Tourism Management*, 26(1), 95-104.
- Onwuegbuzie, A. J., ve Leech, N.L. (2007). A Call for qualitative power analyses. *Quality ve Quantity*, 41, 105-121.
- Özçelik, D. A. (1981). *Araştırma Teknikleri Düzenleme ve Analiz*. ÜSYM Yayınları, 74. Ankara.
- Özdemir, F., Yurtlu, M., Efe, D., Ersöz, B., Tayıs, Y., Bozkurt. ve Gök, M.A.(2018). “Borsa İstanbul’da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Rasyo Analizi Yöntemi İle Ölçülmesi” VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 1592-1604.

- Özmen, M. (2007). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Akçakoca Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akçakoca.
- Page, S. J. (1995). *Urban Tourism*. Routledge, New Zealand.
- Renaud, L. (2020). Reconsidering global mobility–distancing from mass cruise tourism in the aftermath of COVID-19. *Tourism Geographies*, pp.1-11.
- Ritchie, J. B. ve Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Cabi.
- Rosselló, J., Becken, S., Santana-Gallego, M. (2020). The Effects Of Natural Disasters On International Tourism: A global analysis. *Tourism management*, 79, 104080.
- Silik, C. E., Ilgaz, B., DüNDAR, Y. (2020). COVID-19 Sonrası Turist Davranışlarının Kuşak Farklılıkları Açısından Çoklu Uyum Analizi (MCA) ile Değerlendirilmesi. *Iğdır University Journal of Social Sciences*, (4).
- Sunar, H., Şahin, M., Ateş, A. (2020). *Pandemi Döneminde ve Sonrasında Turizm Sektöründe Otomasyon Sistemlerinin Kullanılması*. 4. Uluslararası Mersin Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, Sayfa, 116-135, Mersin.
- Şenol, Z. ve Zeren, F. (2020). Coronavirus (COVID-19) and Stock Markets: The Effects of The Pandemic on the Global Economy. *Eurasian Journal of Researches in Social and Economics (EJRSE)*, 7(4), pp. 1-16.
- Temizkan, R. (2005). Turist Rehberlerinin Türkiye İmajını Algılamaları, Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Thompson, A. (2011). Terrorism and tourism in developed versus developing countries. *Tourism Economics*, 17(3), 693-700.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) .(2008). İstatistik Göstergeler (Statistical Indicators) 1923-2007. Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Yayın No: 3206, Ankara.
- Usta, Ö. (2012). *İşletme Finansı Ve Finansal Yönetim*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı, 2, 30-49.
- Ünusan, Ç. ve Sezgin, M. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Atlas Kitabevi. Konya.

- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25(1), ss. 142-153.
- Whaibeh, E., Mahmoud, H., and Naal, H. (2020). Telemental Health in the Context of a Pandemic: the COVID-19 Experience. *Current Treatment Options in Psychiatry*, pp.1-5.
- Williams, C. C. (2021). Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy. *International Journal of Tourism Research*, 23(1), 79-88.
- World Health Organization. (2020). *Novel Coronavirus (2019-Ncov)*. Situation Reports. 2020. Reference Source.
- Yener, S. (2018). Sosyal Bilimlerde Kuramın Rolü. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(3), 102-113.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2008). *Sosyal Bilimler Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları, Ankara.
- Yıldız, Z. ve Durgun, A. (2010). 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1), ss. 1-15.

EKLER

EK-1. Birinci Saha Araştırması Görüşme Formu

Sayın katılımcı,

Aşağıdaki sorular, yüksek lisans tez çalışmasına veri sağlamak içindir. Söz konusu sorulara verecek olduğunuz yanıtlar, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup kesinlikle üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.

İlginiz için şimdiden teşekkür ederiz.

Dr. Öğr. Uyesi Gamze ERYILMAZ
Iskenderun Teknik Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrencisi Meltem KAYA
Iskenderun Teknik Üniversitesi

Yaş:

Cinsiyet:

Eğitim Kategorisi:

1. Covid19 öncesi ve konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?
2. Covid19 sonrası ve konaklama işletmelerinden beklentileriniz nelerdir?
3. Covid19 öncesi ulaştırma hizmetlerinden beklentileriniz nelerdir?
4. Covid19 sonrası ulaştırma hizmetlerinden beklentileriniz nelerdir?
5. Covid19 öncesi destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileriniz nelerdir?
6. Covid19 sonrası destinasyonun genel hijyen ve temizliğine yönelik beklentileriniz nelerdir?
7. Covid19 öncesi tercih ettiğiniz/edeceğiniz konaklama türü nedir?
8. Covid19 sonrası tercih edeceğiniz konaklama türü nedir?

EK-2. Üçüncü Saha Araştırması Anket Formu

Sayın katılımcı,

Doldurmanız istediğimiz anket, yüksek lisans tez çalışmasına veri sağlamak içindir. Ankete vermiş olduğunuz yanıtlar, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup kesinlikle üçüncü şahıslarla paylaşım ayacaktır. İlginiz için şimdiden **teşekkür ederiz**.

Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ
İskenderun Teknik Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrencisi Meltem KAYA
İskenderun Teknik Üniversitesi

En az bir defa seyahat etmiş ve seyahat etme potansiyeli bulunan her bir bireye Covid-19 öncesi ve sonrası turizm destinasyonu ile alakalı beklentilerini ölçmek amacıyla aşağıdaki sorular sorulmaktadır.

Destinasyon: Birbirinden farklı olmaları kültür, doğa ve iklim şartlarına sahip, hem doğal hem de kültürel açıdan zenginlikleri olan, beslenme, konaklama, ulaşım ve iletişim gibi imkânlarla sahip, birçok kamusal hizmetin sunulduğu turizm çekiciliği bulunan coğrafi bir alan olarak tanımlanmaktadır.

1. **Cinsiyet:** () Kadın () Erkek
2. **Yaşınız:** () 18 – 24 Yaş arası () 25 – 40 Yaş arası () 41 – 55 Yaş arası () 56 Yaş ve üzeri
3. **Eğitim Durumunuz:** () İlk ve Orta öğretim () Lise () Ön Lisans () Lisans () Lisansüstü
4. **Medeni Durumunuz:** () Evli () Bekar
5. **Çalışıyor musunuz:** () Evet () Hayır
6. **Ailenizin ortalama aylık geliri:**
() 2500 TL ve daha az () 2501 TL- 4500 TL () 4501 TL-6500 TL () 6501 TL ve üzeri
7. **Tercih ettiğiniz/edeceğiniz konaklama türü hangisidir?**
Covid-19 öncesi: () 4 ve 5 Yıldızlı otel () Butik otel () Kiralık yayla evleri
() Kiralık villalar () Karavan () Çadır
Covid-19 sonrası: () 4 ve 5 Yıldızlı otel () Butik otel () Kiralık yayla evleri
() Kiralık villalar () Karavan () Çadır
8. **Yaşamınız boyunca en az 1 (Bir) defa turistik/ziyaret amaçlı seyahat ettiniz mi?**
() Evet () Hayır

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	6. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında kullanım alanlarının sosyal mesafeye uygun bir şekilde düzenlenmesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	7. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında misafirlerin ve çalışanların maske kullanımı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	8. Hizmet alınan işletmelerde ve ulaşım vasıtasında sunulan hizmetlerin teknolojik olması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	9. Hizmet alınan işletmelerde misafir yoğunluğunun ve misafir uyruklarının bilinmesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	10. Hizmet alım sürecinde müşteri ilişkilerinin temassız gerçekleştirilmesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
					Destinasyondaki Aktiviteler ve Çekicilikler İle İlgili Önergeler					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	1. Destinasyonun bulunduğu doğal güzellikler ve çekicilikler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	2. Destinasyonun bulunduğu tarihi güzellikler ve çekicilikler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	3. Destinasyonun bulunduğu iklimsel özellikler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	4. Destinasyondaki yeme-içme kültürünün çeşitliliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	5. Genel destinasyonda ve hizmet alınan işletmelerde çocuklara yönelik aktivite ve olanaklar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	6. Destinasyonun yerel kültürel özellikleri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
					Genel Turistik Fiyat Düzeyi İle İlgili Önergeler					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	1. Hizmet alınan işletmelerin fiyatları	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	2. Destinasyonda bulunan hediyelik eşya fiyatları	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	3. Ulaşım olanaklarının fiyatları	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	4. Hizmet alınan işletmelerde ödemenin temassız yapılması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	5. Destinasyona ulaşım fiyatının uygun olması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

DİZİN

A

Anket: 2, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 48, 49, 52, 53, 55, 59, 62, 63, 64, 65, 77, 78
Araştırma : 2, 3, 5, 11, 13, 14, 15, 17, 21, 22, 23, 25, 28, 30, 32, 36, 50, 53, 54, 56, 58, 60, 61

B

Beklenti 2, 3, 4, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33

C

Covid-19 : 1, 3, 4, 6, 9, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 33, 34, 42, 43, 46, 48, 50, 53, 58, 59, 62, 71

Ç

Çekicilik : 1, 3, 4, 6, 9, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32

D

Deneyim: v, 2, 3, 9, 10, 17, 18, 23, 28, 32, 36, 39, 41, 44, 46, 61, 64
Destinasyon: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26,

27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 77

E

ekonomik : 1, 3, 4, 6, 9, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 33, 34, 42, 43, 46, 48, 50, 53, 58, 59, 62

F

Faktör Analizi: 56, 58, 59, 60, 61, 77, 78

G

Geçerlilik 26, 27, 28, 32, 34, 37, 39, 40

H

Hastalık 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 77

İ

İletişim: 14, 22, 23, 28, 29, 34, 36, 37, 49, 51, 59, 62, 69, 71

K

Karavan 28, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 77
Kültür : 3, 4, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 45, 46,

M

Müşteri 27, 33, 34, 42, 43, 46, 48, 50, 53, 58, 59, 62

O

Organizasyon : 1, 3, 13, 15, 21, 23, 27, 30, 39, 58
Otel 2, 3, 4, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33

S

Seyahat: 1, , 4, 7, 9, 10, 11, 30, 39, 41

T

Turizm: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 77



TEKNOVERSİTE



teknoversite **AYRICALIĞINDASINIZ**

İSTE

