Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 8, Sayı: 54, Ekim 2021, s. 622-642

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.52897>

Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI

Necmettin Erbakan Üniversitesi / Turizm Fakültesi, ahmetbuyuksalvarci@gmail.com

Yasin EKİCİ

Necmettin Erbakan Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği

Anabilim Dalı, ysnekici50@gmail.com

Dilşan ALKAÇ

Necmettin Erbakan Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği

Anabilim Dalı, dilsanalkac0@gmail.com

TÜKETİCİLERİN COVID-19 SALGINI ÖNCESİ VE SONRASI TATİL YERİ SEÇİMİNDEKİ DEĞİŞİKLİKLERİ

Özet

İlk olarak Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 olarak da adlandırılan yeni tip koronavirüsün etkisi, kısa sürede tüm dünyada görülmeye başlamıştır. Küresel salgın haline gelen COVID-19 Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Salgının yayılmasıyla birlikte vaka sayılarında ve ölüm oranlarında sürekli artışlar yaşanmaya başlanmış, ekonomik ve sosyal yaşamı olumsuz yönde etkilemiştir. Bu doğrultuda, birtakım tedbirler (sokağa çıkma yasakları, seyahatlerin durdurulması, karantina, sosyal mesafe, maske takma zorunluluğu, dezenfektan vb.) alınmaya başlanmıştır. Böylelikle çalışmada, tüketicilerin COVID-19 salgını öncesi yaptıkları destinasyon tercihleri ile normalleşme sonrası yapacakları destinasyon tercihlerindeki değişikliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışmada veri elde etmek amacıyla Türkiye'nin farklı illerinde yaşayan kişilerle yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış şekilde görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda tüketicilerin

salgın döneminden önce tercih ettiği tatil bölgelerinin sağlık açısından riski sıfırlayacak şekilde sterilize edilmesi halinde salgın sonrasında da tercih edileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Destinasyon, Satın Alma Karar Süreci, COVID-19

CHANGES IN CONSUMERS' HOLIDAY DESTINATION PREFERENCES BEFORE AND AFTER COVID-19 OUTBREAK

Abstract

The effect of the new type of coronavirus, also called COVID-19, which first appeared in Wuhan, China, began to be seen all over the world in short time. COVID-19, which has become a global epidemic, has been declared as a pandemic by the World Health Organization. With the spread of the epidemic, continuous increases in the number of cases and death rates began to occur, negatively affecting economic and social life. In this direction, several measures (curfews, suspension of travel, quarantine, social distance, obligation to wear masks, disinfectant, etc.) have been taken. Thus, in this study, it is aimed to determine the destination preferences of consumers before the COVID-19 epidemic and the changes in their destination preferences after normalization. For this purpose, interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. To obtain data in the study, structured and semi-structured interviews were conducted with people living in different provinces of Turkey. The data obtained from the interviews were analyzed with the content analysis method. As a result of the analyzes, it was concluded that if the holiday areas preferred by the consumers before the pandemic period are sterilized in a way that will zero the risk in terms of health, they will be preferred after the pandemic.

Keywords: Destination, Purchase Decision Process, COVID-19

GİRİŞ

Turizm sektörü talebe bağlı olarak çeşitli durumlarda olumlu veya olumsuz şekilde ani tepkiler verebilen dinamik bir yapıya sahiptir. Destinasyonların sahip olduğu çekicilikler, uluslararası gerçekleştirilen seyahatler, artan ziyaretçi sayısı, ülkenin ve bölgenin ekonomisine olumlu yönde bir etki yaratırken; siyasi olaylar, terör olayları, salgın hastalıklar gibi olaylar da olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Olumsuz etkilere bakıldığında salgın hastalıklar uluslararası düzeyde etkisini daha çok gösterebilmektedir. Özellikle günümüzde de hâlâ etkisini sürdürmekte olan COVID-19 tüm dünyayı etkisi altına almış ve birçok sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. COVID-19 ilk olarak Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkmış ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edildikten sonra, vaka sayıları ve ölüm oranlarında artışlar gerçekleşmiştir. Ülkeler salgının önüne geçebilmek için birtakım tedbirler almaya başlamışlardır. Uluslararası seyahatlerin kısıtlanması, karantina, sosyal mesafe, izolasyon, maske takma zorunluluğu, insanların toplu bir şekilde bulunacağı birçok yerin kapatılması veya servis şeklinde çalışmaları gibi tedbirler uygulanmıştır.

Türkiye’de ilk COVID-19 vakası 11 Mart 2020 tarihinde bir kişi de tespit edilmiştir. 25.12.2020 tarihi itibarıyla 5 milyon 342 bin 28 aktif vaka ve 48 bin 879 ölüm raporlanmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021). Ülkedeki vaka sayısının artmasıyla birlikte ülke genelinde önlemler alınmaya başlanmıştır. Eğitimlerin çevrimiçi yapılması, restoranlar, alışveriş merkezleri, eğlence alanları, kafeler kapatılmış, seyahatler kısıtlanmış, maske takma zorunluluğu getirilmiş ve sokağa çıkma yasakları uygulanmaya başlanmıştır.

Küresel bir salgın haline gelen COVID-19 insanların sosyal yaşamlarını olumsuz yönde etkilemiş ve yeni normaller oluşturmuştur. Böylelikle, insanlar karar verme süreçlerini COVID-19’un etkisi altında kalarak yeniden değerlendirmektedirler. Bu çalışma, salgın öncesi ve sonrası destinasyon seçiminde kişilerin davranışlarını belirlemeye yöneliktir. Bu kapsamda yapılan çalışmada, öncelikle destinasyon kavramı, tüketici satın alma süreci ve COVID-19 ile ilgili kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve sonrasında literatür taraması yapılmıştır. Akabinde çalışmanın amacı ve önemi, veri toplama aracı ve bulgulara yer verilmiştir. Sonuç kısmında ise, görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

Destinasyon Kavramı

Destinasyon kavramı, Türk Dil Kurumu’nun yayınlamış olduğu Güncel Türkçe Sözlükte ‘varılacak olan yer’ olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Destinasyon, İngilizce destination kelimesinin aslında tam karşılığı olmamakla birlikte anlam olarak varış yerini en iyi ifade ettiği düşünülen bir kavramdır. Destinasyonun varış yerini ifade etmesinden dolayı turizm sektöründe sık kullanılan bir kavramdır (Yüksek, 2014: 1). Kültür ve Turizm Bakanlığı destinasyon kavramını, “turizmin temel ekonomik faaliyetler arasında yer aldığı ülkeler, bölgeler ve şehirlerdir.” olarak tanımlamamaktadır (KTB, 2019). Buhalis (2000) ise, “tüketicilere entegre bir deneyim sunan turizm ürünlerinin bulunduğu bir ülke, bir ada veya bir kasaba gibi coğrafi alanlardır.” olarak ifade etmektedir (Buhalis, 2000: 97). Başka bir tanımda ise, “turist toplumunun yerel toplum içinde bulunduğu coğrafi bir yer ya da bölge” şeklinde tanımlanmaktadır (Özdemir, 2014: 5).

Destinasyonlar tüketicilerle iç içe geçmiş tecrübeler bütünü sunan turizm ürünlerinin bileşiminden oluşmaktadır. Bu bağlamda turizm faaliyetleri tüketicilerin destinasyonları ziyaretleri ile gerçekleşmektedir. Ancak destinasyonlar sahip oldukları özelliklere göre farklılık gösterse de, tüketicilerin tercih etmelerini sağlayan ortak özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Özdemir, 2014: 5-7; Ekici & Özcan, 2020: 1900);

- Çekici özelliklere sahip olması,
- Kültürel değerlerinin bulunması,
- Hizmet ve deneyimlerden oluşması,
- Sadece turistlerin değil yerel halkında hizmet ve deneyimlerden faydalanabilmesi,
- Mal ve hizmetlerin üretildikleri yerde tüketilmesi gibi ortak özellikleri bulunmaktadır.

Destinasyonların gelişimi, ziyaretçilerin değişen ihtiyaçları, kurumsal ve çevresel dinamikler gibi çeşitli faktörlerden etkilenerek şekillenmektedir. Bu şekillenme turizmin gelişimini etkileyen en önemli etkenlerden biridir. Bu nedenle destinasyon ve turistik ürünlerin nasıl geliştiğini görmenin yollarından biri yaşam süreci modelidir (Adamiak, 2020: 212). R. W. Butler tarafından geliştirilen turistik destinasyon yaşam süreci keşif, ilgi, gelişme, sağlama, durgunluk, gerileme veya yeniden canlanma olmak üzere 7 dönemden oluşmaktadır (Bkz. Şekil 1).

Şekil 1. Destinasyon Yaşam Süreci Modeli

Kaynak: Butler, 1980: 7

Keşif dönemi, destinasyonun veya mal ve hizmetin tüketiciye ilk sunulduğu dönemdir. Bu dönemde tüketici sayısı düşüktür ve çevre üzerinde fark edilebilir bir etki oluşturmamaktadır. Bir sonraki ilgi döneminde ise, tüketicilerin turizm faaliyetlerine katılmaya başlamaları üzerine turizm ile ilgili yatırımların yapıldığı, tüketici ve yerel halkın etkileşim içinde olduğu süreci kapsamaktadır (Zhong, Deng, & Xiang, 2008: 843; Butler, 1980: 7).

Gelişme döneminde, kasaba, şehir veya ülke ile ilgili coğrafi çekiciliklerin tanıtımlarının yapılmasını amaçlayan yoğun pazarlama faaliyetleri sonucunda, turist çekim merkezlerinin oluşturulduğu ve bu doğrultuda turist sayılarında artışların görüldüğü bir dönemdir. Destinasyonlarda yapılan yatırımlar veya gelen turist sayısındaki artışlar yerel halka tarafından hoş karşılanmayabilir. Sağlamada ise, destinasyonlarda zincir işletmeler kurulmaya başlar. Bu da destinasyonun turizme dayalı bir ekonomiye sahip olduğunu gösterir. Ancak turist sayılarındaki artışların devam etmesine rağmen turistlerin ziyaret oranı düşmeye başlayabilir. Bunun nedeni ise bir sonraki durgunluk dönemi olabilir (Karamustafa & Yılmaz, 2020: 441; Butler, 1980: 8; Garay & Canoves, 2011: 654). Turist sayısında maksimum seviyeye ulaşıldığı veya destinasyonun taşıma kapasitesinin sınırının aşıldığı durgunluk döneminde, çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlar ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda doğal ve kültürel çekiciliklerden ziyade yapay çekicilikler ön plana çıktığından dolayı destinasyonun çekiciliği azalmaya başlamıştır (Birsen, 2017: 81)

Gerileme döneminde, destinasyon ve turistik ürünler tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle gerileme döneminde satışlar azalmaktadır. Ancak ürünlerde yeniliğe gidilmesi veya ürünlerin geliştirilmesi, destinasyonlarda otantikliğe dönüş gibi bir takım çalışmalarla durgunluk döneminden kurtulup yeniden canlandırma dönemine geçiş sağlanabilir (Buluç, 1997: 143; Butler, 1980: 9).

Destinasyon yaşam süreci, destinasyonu ziyaret eden kişi sayısını dikkate almakta ve onların kalış sürelerini önemsememektedir. Aynı zamanda her destinasyon, destinasyon yaşam sürecinin her aşamasından geçmemekle birlikte bu süreç destinasyondan destinasyona farklılık gösterebilmektedir. Bu doğrultuda destinasyon yaşam süreci, destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlayabilmeleri için pazarlama faaliyetleri açısından stratejik karar almada önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2014: 13-14).

Tüketicilerin Satın Alma Süreci

Tüketiciler ihtiyaçlarını gidermek amacıyla çeşitli mal ve hizmetleri satın alırlar. Bu satın alma işleminde bir karar verme sürecinden geçmektedirler. Bu kararlar mal ve hizmetlere göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, yıllarca yaşayacağımız eve karar vermek karmaşık ve aşamalı olabilirken, kişinin açlık ihtiyacını gidermesi için ne yiyeceğine karar vermesi kolay olabilmektedir (Odabaşı & Barış, 2019: 331). Aynı zamanda kültürel, sosyal, psikolojik ve kişisel faktörler tüketicilerin satın alma karar sürecini etkileyebilmektedir (Şahin & Akballı, 2019: 44; Fırat & Azmak, 2007: 253). Literatür incelendiğinde tüketici satın alma karar sürecinin genellikle beş aşamadan oluştuğu görülmektedir. Bu aşamalar şu şekildedir (Koç, 2017: 245; Yıldırım, 2016: 217);

- İhtiyacın fark edilmesi: Tüketicilerin fizyolojik, zihinsel ve dış uyaranlar yardımıyla ihtiyacının farkına vardığı aşamadır.
- Alternatiflerin belirlenmesi: Tüketicinin ihtiyacını giderecek mal ve hizmetlerin alternatiflerinin belirlenmesi aşamasıdır.
- Alternatiflerin değerlendirilmesi: Belirlenen alternatiflerin özelliklerinin değerlendirilmesi aşamasıdır.
- Satın alma kararı: Değerlendirilen mal ve hizmetler arasından tüketici için en uygun olanın tercih edilip, satın alınması aşamasıdır.
- Satın alma sonrası değerlendirme: Satın alma işleminden sonra tüketicide oluşturduğu tatmin veya tatminsizlik durumudur. Bu doğrultuda satın alma süreci tüketici için bir öğrenmedir. Çünkü bir sonraki satın alma süreçlerinde, önceki değerlendirmeleri göz önünde bulundurarak karar verecektir.

Destinasyon seçiminde karar verme süreci

Turizm sektörünün gelişmesi ve büyümesi turizm destinasyonlarının artmasına sebep olmuştur. Buna bağlı olarak tüketicilerin destinasyon seçimlerinde karar verme süreci daha karmaşık ve zor bir hal almıştır. Sadece destinasyonların artması değil aynı zamanda kişisel gelirin artması, boş zamanın artması, medyanın etkisi gibi bir takım gelişmelerde bu süresi zorlaştırmaktadır. Bu gelişmeler aynı zamanda destinasyonlar arasında rekabeti de arttırabilmektedir (Artuger & Ercan, 2015: 787).

Tüketicilerin destinasyon seçimlerinde karar vermelerine neden olan unsurların tespit edilmesi açısından itici ve çekici faktörler önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda itici ve çekici faktörlerin çerçevesi, tüketici davranışlarının altında yatan motivasyonları incelemek için faydalı bir yaklaşım sağlamaktadır. Bu doğrultuda, itici faktörler tüketicinin tatil yapma kararını etkileyen unsurları içermekte iken çekici faktörler hangi destinasyonun seçilmesi gerektiğine ilişkin tüketicinin kararını etkileyen unsurları içermektedir (Kim, Lee, & Klenosky, 2003). İtici faktörler, sosyal etkileşim, arayış ve keşif, fiziksel faktörler ve psikolojik faktörler iken çekici faktörler, maddi ve maddi olmayan dış faktörlerden oluşmaktadır (Hsu, Tsai, & Wu, 2009). Bu faktörler incelendiğinde itici faktörlerin daha çok soyut olduğu, çekici faktörlerin ise daha çok somut varlıklar olduğu görülebilmektedir. Aile ile vakit geçirme isteği, farklı kişilerle tanışma isteği, stresten uzaklaşıp dinleme isteği gibi etkenler itici faktöre; fiyat, güvenlik, kolay ulaşım, alışveriş, konaklama gibi etkenlerde çekici faktöre örnek olarak verilebilir (Kurnaz & Sop, 2011: 363).

COVID-19

COVID-19 hastalığı, ilk olarak Çin'in Vuhan kentinde 2019 yılı Aralık ayının son günlerine doğru ortaya çıkmış ve hayvan pazarında bulunan kişilerde ateş, öksürük ve nefes darlığı gibi solunum yolu belirtileri göstermiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan yeni koronavirüs (COVID-19), tek zincirli, pozitif polariteli, zarflı RNA virüs türüdür. COVID-19, kişilerin öksürmelerinden veya aksırmalarından dolayı ortama saçılan damlacıkların solunması ile veya bu damlacıkların temas ettiği yüzeye dokunulduktan sonra ellerin yıkanmadan yüz, göz, burun ve ağza götürülmesi ile bulaştığı tespit edilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020: 7).

COVID-19'un ilk olarak Çin Halk Cumhuriyeti'nde ortaya çıkması ülkeyi sarsmıştır. Hızlı yayılma özelliği gösteren COVID-19, uluslararası yolculukların yapılması nedeniyle kısa sürede pek çok ülkede görülmeye başlamıştır. Salgının bu kadar hızlı ve küresel çapta yayılması uluslararası seyahatleri durdurma noktasına getirmiş hatta ülkelerin sınırlarını kapatarak birtakım kısıtlamalar (sokağa çıkma yasağı, maske takma zorunluluğu vb.) almasına neden olmuştur. Tüketiciler de salgın sürecinde panik, endişe ve kaygı duygusu ortaya çıkmıştır. Bu durumda kişilerin seyahat davranışlarında ve destinasyon seçimlerinde etkili olmuştur.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, COVID-19 salgınından dolayı 2020 yılının Ocak-Ekim döneminde uluslararası turist varışları 2019 yılının aynı dönemine göre %72 düşüş gösterdiği görülmektedir. Aynı zamanda grafikte de görüldüğü gibi 2020 yılının turist varışlarında en düşük Nisan (-%97), Mayıs (-%96) ve Haziran (-%91) ayları olduğu görülmektedir. Küresel çapta hızlı bir şekilde etkisini gösteren COVID-19'un turist varışlarında hızlı bir düşüşe sebep olduğu grafikte görülmektedir (Bkz. Şekil 2).

Şekil 2. Uluslararası Turist Varışları 2020-2019 (Milyon)

Kaynak: UNWTO, 2020

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2020 yılı Ocak-Ekim döneminde Türkiye'yi ziyaret eden yabancı sayısında geçen yılın aynı dönemine göre %72,49 düşüş gösterdiği tespit edilmiştir. 2019 yılının Ocak-Ekim döneminde Türkiye'ye gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 40.719.786 iken, 2020 yılının aynı döneminde ise 11.200.892 yabancı ziyaretçi gelmiştir. COVID-19 salgınından dolayı Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarının en düşük Nisan (-%99,26), Mayıs (-%99,26) ve Haziran (-%85,90) aylarında olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 3).

Şekil 3. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları (2019-2020)

Kaynak: KTB, 2020

COVID-19 salgınından dolayı uluslararası turist varışları ve Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarında ciddi düşüşlerin gerçekleştiği görülmektedir. Bu doğrultuda kişilerin kalabalık ortamlardan uzak durmak için seyahatlerini ve tatil planlarını iptal ettikleri veya erteledikleri öngörülebilir. Salgın öncesinde farklı amaçlarla farklı destinasyonları tercih eden kişiler, salgın dönemi ve sonrasında daha çok kalabalıktan uzak veya az kişinin katılabileceği destinasyonları tercih etme eğiliminde olabilirler. Bu kapsamda, tüketicilerin destinasyon seçimlerinde sağlık faktörünü de dikkate almaları gerektiğinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Literatür Taraması

Arıca (2018), çalışmasında, genç nüfusun turistik destinasyon seçimlerini etkileyen bileşenlerin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaç kapsamında, Batman ilinde yaşayan 424 kişiye anket uygulayarak veri toplamıştır. Elde edilen verilerin analizleri sonucunda, genç nüfusun turistik destinasyon seçimlerinde, bölgenin kaynakları, imajı ve fiyatı, arayış ve keşfetme isteği, sağlık ve spor ve eğlence faktörlerinin etkili olduğunu tespit etmiştir.

Öner ve Cansu (2019), yaptıkları çalışmalarında, yerli turistlerin tatil satın almalarından önce tercih yapmalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Veri toplamak amacıyla 468 kişiye anket uygulamışlardır. Uygulanan anketlerin sonucunda elde edilen veriler istatistik programı ile analiz etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda, standart yaşamın dışına çıkma, farklı destinasyonlarda farklı insanlarla tanışma, popülerliğin yüksek olduğu yerleri tercih etme gibi kriterlerin destinasyon tercihlerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Acar (2020), çalışmasında, COVID-19 salgınının turizm faaliyetleri üzerindeki güncel etkilerini ve gelecekteki olası etkilerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaç kapsamında, Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Turizm Örgütü resmî web sitelerinde güncel olarak paylaşılan veriler incelenmiş ve salgın kapsamında hükümetlerin tedbir niteliğinde yayınladıkları veya uyguladıkları kısıtlamalar ile ilgili verileri değerlendirmiştir. Yaptığı değerlendirmeler sonucunda, salgının uzun dönemli etkileri arasında, ülkelerin ekonomilerinde zararlar oluşturacağı ve turizm sektörünün de bu zararlardan olumsuz yönde etkileneceği sonucuna ulaşmıştır.

Alaeddinoğlu ve Rol (2020) yaptıkları çalışmalarında, öncelikle turizm ve salgınlar arasındaki ilişkiyi incelemişler ve tarih boyunca insanlığı ciddi ölçüde etkileyen salgınların turizm sektöründe oluşturduğu krizleri ve üretilen çözümleri incelemişlerdir. Yaptıkları bu çalışmada, salgın dönemlerinde tüketici tatil anlayışlarının büyük ölçüde değiştiğini tespit etmişlerdir. Aynı zamanda normal şartlarda tüketicilerin seyahat kararı almalarında ekonomik ve sosyal tercihler etkili olurken, salgın dönemlerinde psikolojik tercihlerin etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Ekici ve Özcan (2020), yılında yaptıkları çalışmalarında, destinasyon seçimlerinde tüketicilerin tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Bu amaç kapsamında, veri toplamak için Mersin ilinde yaşayan yerel halka anket uygulamışlardır. Anketlerden elde ettikleri verileri istatistik programı kullanarak analiz etmişlerdir. Analizler sonucunda, tüketicilerin destinasyon seçimlerinde hizmet kalitesi, sağlık imkânları, ulaşım kolaylığı ve fiyat faktörlerine önem verdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda destinasyon seçiminde evli ve çocuk sahibi tüketicilerin çocuk imkânları ve güvenlik faktörlerine daha çok önem verdiklerini tespit etmişlerdir.

Kılıç ve diğerleri (2020), çalışmalarında COVID-19 sonrası Türk turistlerin tüketici tutumlarının incelenmesini amaçlamışlardır. Veri toplamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden görüşmeyi tercih etmişler ve görüşmelerde yarı yapılandırılmış formlar kullanmışlardır. Uygulamada 10 kişiden veri etmişlerdir. Elde ettikleri veriler sonucunda, turistlerin COVID-19 sonrası turistik tüketici tutumlarında değişmelerin olduğunu ve bunun nedeninin salgın nedeniyle ortaya çıkan risk ve korkudan kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda salgın sürecinde tatil planlarını erteleyenlerin, normalleşme sürecine girilmesiyle özel araçlarıyla tatile gitme eğiliminde oldukları ve tatil tercihlerinde hijyen, temizlik, sertifikasyon gibi sağlık kriterlerine önem vereceklerini tespit etmişlerdir.

Li ve diğerleri (2020) yaptıkları çalışmalarında, koronavirüsün erken aşamaları bağlamında Çinlilerin salgın sırasındaki algıları ve salgın sonrası planlanan davranışlarını analiz etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç kapsamında veri toplamak için Çin'in popüler sosyal medya platformlarında paneller vasıtasıyla anketler dağıtmışlardır. Toplamda 980 geri dönüş sağlanmış ve bunların 11 tanesi eksik bilgi veya şüpheli yanıt içerdiğinden değerlendirmeye almamışlardır. Değerlendirmeye aldıkları anketlerin analizleri sonucunda, davranışlarda değişikliklerin olduğunu tespit etmişlerdir. Bu kapsamda toplu taşıma kullanma niyetinde düşüşün, özel araç kullanmada ise artışın olduğunu ve salgın sonrası tatillerini kısaltmaya daha yatkın olduklarının sonucuna ulaşmışlardır.

Matiza (2020), çalışmasında devam eden COVID-19 salgını ve bunun kısa ile orta vadede turist davranışı üzerindeki potansiyel etkisi hakkında bilgi vermeyi amaçlamıştır. Bu amaç kapsamında, sağlık krizleri ve bunların turizm üzerindeki etkileri ve turist davranışları ile ilgili çalışmaları incelemiştir. Yaptığı çalışma sonucunda, devam eden COVID-19 bağlamında önceki çalışmaları tartışarak, salgınla ilişkili algılanan riskin turistlerin kriz sonrası davranışları üzerindeki etkisinin tahmin edilebilir olduğunu tespit etmiştir.

Polyzos ve diğerleri (2020), Çinli turistlerin ABD ve Avustralya'ya gelişlerinde mevcut COVID-19 salgınının beklenen sonuçlarını araştırmışlardır. Bu araştırma için, daha önce yaşanan 2003 SARS salgınından elde edilen verileri kullanmışlardır. Bu veriler kapsamında, geriye dönük testler kullanarak, gelenlerin kriz öncesi seviyelere geri dönmelerinin 6 ile 12 ay süreceğini belirttikleri ve bununda turizm sektörünü olumsuz etkileyeceğini tespit etmişlerdir.

Sinha ve Nair (2020) yılında yaptıkları çalışmalarında, destinasyon seçiminin altında yatan nedenleri araştırmayı ve COVID-19 sonrası destinasyon seçimi için sosyo-demografik değişkenler ile destinasyon seçimine dayalı motive edici faktörler arasındaki önemli farklılıkları incelemeyi amaçlamışlardır. Bu amaç kapsamında veri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket formu kullanmışlardır. Salgından dolayı çevrimiçi anket formu oluşturulmuş ve çeşitli sosyal medya platformları aracılığı ile uygulamışlardır. Toplam 483 kişiden veri elde etmişlerdir. Elde ettikleri verilerin analizleri sonucunda, geliri yüksek olan katılımcıların sağlık ve hijyen faktörlerine önem verdikleri, geliri düşük olan katılımcıların ise erişilebilirlik ve indirim faktörlerine önem verdikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Wachyuni ve Kusumaningrum (2020), yılındaki çalışmalarında, salgının sona ermesinden sonra turistlerin seyahat niyetlerini incelemeyi amaçlamışlardır. Bu amaç kapsamında veri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anketi kullanmışlardır. Salgından dolayı çevrimiçi anketler oluşturmuşlar ve sosyal medya üzerinden kişilere ulaştırmışlardır. Yapılan anket uygulaması sonucunda toplam 128 kişi geri dönüş sağlamış. Elde ettikleri veriler neticesinde, katılımcıların

çoğunluğunun salgın sonrasında yeniden seyahat etme eğilimde oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Metodoloji

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kişilerin istek ve ihtiyaçları farklı olabileceği gibi seyahat etme amaçları da farklılık gösterebilmektedir. Bu doğrultuda, kişilerin destinasyon tercihlerinde hangi kriterleri dikkate alarak yaptıklarının bilinmesi önemlidir. Literatür incelendiğinde tüketicilerin destinasyon seçimlerinde ulaşım kolaylığı, fiyat, hizmet kalitesi, eğlence gibi kriterlere önem verdikleri görülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı, tüketicilerin koronavirüs salgını öncesi yaptıkları destinasyon tercihleri ile normalleşme sonrası yapacakları destinasyon tercihlerindeki değişikliklerin belirlenmesidir.

Veri Toplama Aracı

Nitel araştırma, “sosyal olguları bağlı oldukları ve içinde yer aldıkları ortamda doğal görünümüleriyle gözlem, görüşme ya da belgeleri değerlendirmek yoluyla bilgi edinme ve bu bilgileri analiz ederek kuram geliştirme” olarak ifade edilmektedir (İslamoğlu & Alınacı, 2016: 216). Bu doğrultuda araştırma da veri toplamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış olup görüşmeler yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 17 Şubat- 4 Mart aralığında Türkiye’nin farklı illerinde yaşayan kişilerle yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilmiş ve sonuçlar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda görüşmelerde aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır;

- Salgın döneminden önce hangi tatil bölgelerini tercih ederdiniz? Bu yerleri tercih etme sebepleriniz nelerdir?
- Salgın döneminden önce tatil bölgelerine hangi ulaşım araçlarını kullanarak gittiniz? Bunları seçme nedenleriniz nelerdir?
- COVID-19’un Türkiye de görülmesinin ardından tatil tercihlerinizde ne gibi değişiklikler oldu?
- Salgın döneminde bakanlığın aldığı önlemleri tatil yapmak için yeterli buluyor musunuz?
- Sizce turizm sektörünü yeniden hareketlendirmek için ne gibi önlemlerin alınması veya çalışmaların yapılması gerekmektedir?
- Salgın döneminde tatile gittiniz mi veya tatil yapmayı düşünüyor musunuz? Ne tür bir tatil yapmayı düşünüyorsunuz?
- Salgın döneminden sonra tatil yeri seçimlerinizde daha çok nereleri tercih edersiniz?
- Salgın dönemi boyunca web sitelerin verdiği canlı bağlantılar veya 360° videolar ile sanal seyahatler gerçekleştirdiniz mi? Deneyiminizi anlatır mısınız?

Bulgular

Katılımcılara İlişkin Bulgular

Araştırmanın görüşme soruları çerçevesinde görüşmeye katılan katılımcılara ilk önce kendilerini tanıtmaya yönelik sorular sorulmuştur. Bu kapsamda 7 katılımcının yaş aralığının 20-30

arasında olduğu, 5'inin 35-40 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Eğitim durumlarına bakıldığında; 4'ü üniversite öğrencisi, 8'isi üniversite mezuniyetine sahiptir.

Salgından Önce Tercih Edilen Tatil Bölgelerin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcılara salgından önce tercih ettikleri tatil bölgelerin belirlenmesi için yöneltilen “*Salgın döneminden önce hangi tatil bölgelerini tercih ederdiniz? Bu yerleri tercih etme sebepleriniz nelerdir?*” şeklindeki soruya ilişkin bulgular Tablo 1’de gösterilmiştir.

Katılımcıların yanıtları kapsamında salgından önce tercih edilen tatil bölgelerinin “*genel anlamda Ege ve Akdeniz bölgesinde Muğla-Fethiye, İzmir, Antalya-Kaş, Alanya ve Burdur*” şeklindedir. Bu yanıtlardan farklı olarak K10’nun “*Karadeniz’i tercih ederdim. Çünkü Karadeniz’deki o güzellikleri o yaşam tarzını seviyorum*” şeklindeki cevabından da anlaşılaçağı üzere salgından önce tatil için Karadeniz Bölgesi de tercih edilmektedir.

Tablo 1: Tercih Edilen Tatil Bölgelerin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın döneminden önce hangi tatil bölgelerini tercih ederdiniz? Bu yerleri tercih etme sebepleriniz nelerdir?	<p>“Muğla, Fethiye. Çünkü o ilçeyi seviyorum güzelliklerle dolu bir yer. Bir de Antalya, Kaş .yine en sevdiğim tatil bölgelerinden biri benim için.” (K1)</p> <p>“Türkiye için Ege bölgesi sahili çünkü hem deniz tatili hem de kültür/tarih tatili yapmak mümkün. İkisi bir arada olduğundan daha iyi tatil yapılıyor.” (K2)</p> <p>“Alanya ve Burdur. Burayı tercih etme sebebim Akdeniz bölgesinde yaşadığım için bu iklimi seviyorum. Aile üyelerimden bazı kişilerinde orda olmasının yanı sıra buralarda vakit geçirmek hoşuma gidiyor. Alanya’nın başka ülkelerden ve şehirlerden gelen insan sayısının çok olmasından dolayı gelişmiş ve donanımlı bir yer olduğunu düşünüyorum. Burdur’u tercih etme sebebim ise sakinliği çok hoşuma gidiyor. Kalabalıktan bunalan insanlar için bence çok güzel bir yer.” (K3)</p> <p>“Favori lokasyonum Kaş, daha sakin ve bozulmamış bir doğası ve tertemiz denizinden dolayı.” (K4)</p> <p>“ Ege, daha çok Muğla ilinin ilçeleri. Turistlik açıdan daha çok gelişmiş ve gezilip görülmesi gereken birçok büyüleyici doğaya sahip.” (K5)</p> <p>“Salgın döneminden önce tatil bölgesini seçerken önceliklerim farklıydı fakat salgın ile birlikte tatil bölgelerinin sakin ve tenha olmasını dikkat eder oldum çünkü ne kadar az insan o kadar az risk olduğunu düşünüyorum.” (K6)</p> <p>“Salgın döneminden önce genelde Balıkesir ve Mersin’i tercih ediyordum. Bölgenin meşhur olan şeylerini deneyimlemeyi ve şehirleri sevdiğim için tercih ediyordum.” (K7)</p> <p>“Salgın önce her yıl olmasa da İzmir ve Muğla’ya giderdim çünkü sahilini ve geceleri renkli oluşunu en sevdiğim şehirlerden ikisi. (K8)</p> <p>“Genellikle tatil tercihlerim denize kıyısı olan illerdir. Bir Akdenizli olarak deniz, kum, güneş ve eğlence sevdalısı olduğum için bu bölgeler bana daha çekici gelmektedir. 24 saat aktif olan eğlence olanaklarının genellikle bu bölgelerde oluşu beni kendine çeken başka bir unsurdur.” (K9)</p> <p>“Karadeniz tercih ederdim. Çünkü Karadeniz de ki o güzellikleri o yaşam tarzını seviyorum.” (K10)</p> <p>“Akdeniz bölgesi tercih ederim sahil daha güzel ve uygun fiyat.” (K11)</p>

“Daha çok kıyı kesimlerine giderdim. Ama oralardaki tarihi yerleri de dolaşırdım. Elbette denizi sevdiğim için gidiyordum.” (K12)

Katılımcıların Salgından Önce Tatil Bölgelerine Gitmek İçin Hangi Ulaşım Aracını Kullandıklarını Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların salgından önce tatil bölgelerine gitmek için kullandıkları ulaşım araçlarını belirlemek için yöneltilen “*Salgın döneminden önce tatil bölgelerine hangi ulaşım araçlarını kullanarak gittiniz? Bunları seçme nedenleriniz nelerdir?*” şeklindeki soruya ilişkin bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde salgından önce tercih edilen ulaşım araçları “*Otobüs, uçak ve şahsi araç*” şeklindedir. Tatile gitmek için otobüsü tercih eden katılımcıların cevabı genellikle “*Otobüs tercih ederim. Maliyet olarak bana daha uygun*” şeklindedir. Tatile gitmek için uçak tercih eden katılımcıların cevabı genellikle “*Uçak çünkü daha konforlu ve hızlı*” şeklindedir. Tatile gitmek için şahsi aracını tercih eden katılımcıların cevabı “*Şahsi arabamla gitmeyi her zaman tercih etmişimdir çünkü oraya varana kadar rahat bir yolculuk çekiyor ve kendimi eğlenmiş hissediyorum*” şeklinde olmuştur.

Tablo 2: Kullanılan Ulaşım Araçlarının Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın döneminden önce tatil bölgelerine hangi ulaşım araçlarını kullanarak gittiniz? Bunları seçme nedenleriniz nelerdir?	<p>“Şahsi arabamla gitmeyi her zaman tercih etmişimdir çünkü oraya varana kadar rahat bir yolculuk çekiyor ve kendimi eğlenmiş hissediyorum.” (K1)</p> <p>“Uçak çünkü daha konforlu ve hızlı.” (K2)</p> <p>“Kendi aracımızı kullandık. Sebebi ise daha rahat yolculuk yapabilmek için.” (K3)</p> <p>“Şahsi aracım, güvenli ve daha çabuk ulaşım sağladım için.” (K4)</p> <p>“Otobüs, çünkü ulaşım açısından her yere var.” (K5)</p> <p>“Uçak seçerim bu durum hala aynı çünkü zamandan tasarruf sağlıyorum ve daha kolay bir ulaşım aracıdır.” (K6)</p> <p>“Salgından önce otobüs ile seyahat ediyordum, uçağa göre daha ucuz olduğu için.” (K7)</p> <p>“Otobüs tercih ederdim yakın şehirlerde olduğumdan daha ekonomik oluyordu.” (K8)</p> <p>“İmkân olduğunda özel araç ile imkân olmadığında ise otobüs ile seyahatlerimi gerçekleştirdim. Özel aracın verdiği rahatlık, sürekli el altında oluşu, yolculuk süresince çevredeki görülebilecek güzel yerleri de durup görme imkânımız onu seçmemdeki en büyük etmenlerdi. Otobüs yolculuğu ise ekonomik oluşu ve yolculuk sırasında çevredeki güzellikleri izlemek onu seçmemdeki en büyük etmenlerdi.”(K9)</p>

	<p>“Otobüsle giderdim. Çünkü bir öğrenci için çok uygun fiyatları var.” (K10)</p> <p>“Otobüs tercih ederim. Maliyet olarak bana daha uygun.” (K11)</p> <p>“Otobüs veya uçakla gidiyorum genelde. Otobüsle gidiyorsam uçak biletleri pahalıdır. Uçakla gidiyorsam kesin ucuz bilet bulmuştumdur.” (K12)</p>
--	--

Katılımcıların Salgından Sonra Tatil Planlarında Değişikliğin Olup Olmadığına İlişkin Bulgular

Katılımcıların salgından sonra tatil planlarında değişiklikleri belirlemek için yöneltilen “COVID-19’un Türkiye’de görülmesinin ardından tatil tercihlerinizde ne gibi değişiklikler oldu?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 3’te gösterilmektedir.

Katılımcıların yanıtları doğrultusunda salgından sonra tatil planlarında yapılan değişiklikler “tatil planlarının ertelenmesi veya iptal edilmesi, otel yerine yazlığa gidilmesi, kalabalık tatil bölgelerinden uzak durulması” şeklindedir. Kimi katılımcılar ise salgından sonra tatil planlarında herhangi bir değişiklik yapmamıştır. Bu doğrultuda K5’in cevabı “Hiçbir değişiklik olmadı” ve K8’in cevabı “Aslında çok değişti diyemem aksine yenileri eklendi yurt dışında daha çok yer gezmek istiyorum” şeklindedir.

Tablo 3: Salgından Sonra Tatil Planlarında Yapılan Değişikliklere Yönelik Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
COVID-19’un Türkiye’de görülmesinin ardından tatil tercihlerinizde ne gibi değişiklikler oldu?	<p>“Tatil planlarımızı iptal etme durumunda kaldık. Covid-19’un yayılış seyri hepimizde ürkütücü bir durum bıraktı.” (K1)</p> <p>“Sağlığım açısından tatile gitmemeye özen gösterdim. Çünkü güvenilir bulmuyorum. Daha az turistik ve kalabalık olmayan yerleri seçmeye özen gösterdim.” (K2)</p> <p>“Bulduğum yerden farklı bir şehre gitmek riskli olduğu için tatil planı yapmadım.” (K3)</p> <p>“Otel yerine yazlığa gitmeyi tercih ettim.” (K4)</p> <p>“Hiçbir değişiklik olmadı.” (K5)</p> <p>“Ben genellikle yaz tatilini tercih eden bir insan olduğum için bundan dolayı seçimlerimde bir değişiklik olmadı.” (K6)</p> <p>“Kalabalık yaşantının daha az olduğu yerlerde bulunmaya özen gösterdim.” (K7)</p> <p>“Aslında çok değişti diyemem aksine yenileri eklendi yurt dışında daha çok yer gezmek istiyorum.” (K8)</p> <p>“Tatil planlarımı ertelemek zorunda kaldım. Virüsün yayılmasına basamak olmamak adına evde kalmayı tercih ettim. Ancak yapacak olsaydım temiz dağ havasının virüsün yayılmasına minimum düzeyde etki edeceğini düşündüğüm için kış turizmi bölgeleri olan Erciyes, Uludağ gibi bölgeleri tercih ederdim.” (K9)</p> <p>“Yaş ve saat kısıtlamalarından dolayı bir süre ertelememe neden oldu.” (K10)</p> <p>“Tatile çıkmadım salgından dolayı.” (K11)</p> <p>“Bence bir değişiklik olmadı. Geçtiğimiz yaz yine gittim tatile ama tabi</p>

ki gittiğim yerlerin kalabalık olmamasına dikkat ettim. Onun dışında farklı aktivitelere katılamadım.” (K12)

Katılımcıların Salgın Döneminde Alınan Önlemleri Yeterli Bulup Bulmadığına İlişkin Bulgular

Katılımcıların salgın döneminde alınan önlemleri yeterli bulup bulmadığını belirlemek için yöneltilen “*Salgın döneminde bakanlığın aldığı önlemleri tatil yapmak için yeterli buluyor musunuz?*” sorusuna ilişkin cevaplar Tablo 4’de gösterilmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların salgın döneminde alınan önlemlere yönelik düşünceleri genel anlamda “*Hayır bakanlığın tatil için aldığı önlemleri yeterli bulmuyorum. Çünkü her tatil sezonu önümüzdeki tatil sezonunun katili sayılır (K3), Kısmi olarak yeterli buluyorum. Ülkenin turizm gelirlerine de ihtiyaç duyduğu için denetim altında turizmin devam etmesi taraftarıyım ancak yaz ayında plajlarda gördüğümüz manzaralar bu önlemlerin çok da iyi uygulanmadığının göstergesiydi (K10)*” şeklindedir.

Tablo 4: Salgında Alınan Önlemlerin Yeterli Bulunup Bulunulmamasına İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın döneminde bakanlığın aldığı önlemleri tatil yapmak için yeterli buluyor musunuz?	<p>“Yeterli bulmuyorum her ne kadar önlemler alınsa da neticede deniz kıyısında yeniden bir topluluk oluşacaktır.” (K1, K2)</p> <p>“Hayır bakanlığın tatil için aldığı önlemleri yeterli bulmuyorum. Çünkü her tatil sezonu önümüzdeki tatil sezonunun katili sayılır.” (K3)</p> <p>“Maalesef alınan önlemler yetersiz.” (K4, K5)</p> <p>“Evet gayet yeterli.” (K6)</p> <p>“Evet, yeterli buluyorum.” (K7)</p> <p>“Yeterli ve yetersiz yönleri vardı ama insanın kendisinin ettiği dikkate daha çok bağlı olan bir durum diye düşünüyorum.” (K8)</p> <p>“Hayır bulmuyorum.” (K9)</p> <p>“Kısmi olarak yeterli buluyorum. Ülkenin turizm gelirlerine de ihtiyaç duyduğu için denetim altında turizmin devam etmesi taraftarıyım ancak yaz ayında plajlarda gördüğümüz manzaralar bu önlemlerin çok da iyi uygulanmadığının göstergesiydi.” (K10)</p> <p>“Hayır bulmuyorum saat kısıtlamasından dolayı yeterlice gezemeyiz.” (K11)</p> <p>“Bulmuyorum onun için tatil yapmıyorum.” (K12)</p>

Katılımcıların Turizm Sektörünün Canlanması İçin Sunduğu Önlemlere Yönelik Görüş ve Önerilerin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların salgından sonra turizm sektörünün yeniden canlanması için sundukları görüş ve önerileri belirlemek için yöneltilen “*Sizce turizm sektörünü yeniden hareketlendirmek için ne*

gibi önlemlerin alınması veya çalışmaların yapılması gerekmektedir?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 5’de gösterilmektedir.

Katılımcıların yanıtları kapsamında salgın döneminden sonra turizm sektörünün canlanması adına sunduğu öneriler “Hijyen ve temizliğin artırılarak yapılan tanıtımlarla ön plana çıkarılması yerli ve yabancı turistin güvenli bir tatil için tercih yapmasında etkili olacağını düşünüyorum (K3, K4), Belirli denetim koşulları altında, virüsün yayılmasına etki etmeyecek düzeyde kararlar alınarak yaz ve kış turizmi hareketliliği kademeli olarak artırılabilir. Virüsün hayatımızda olduğu gerçeğine entegre bir şekilde yeni eğlence ve insanların ilgisini çekecek yeni aktiviteler turizme kazandırılmalı (K9), “Belirli sayıda yurt dışından insan alınabilir ama COVID-19 aşısı olmuş bir şekilde (K10)” şeklindedir.

Tablo 5: Turizm Sektörünün Yeniden Canlanmasına İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Sizce turizm sektörünü yeniden hareketlendirmek için ne gibi önlemlerin alınması veya çalışmaların yapılması gerekmektedir?	<p>“Belirli kişilerin belirli alanlarda yer almasına önem verirdim. Kişi sayısına göre yapılan hizmet ön planda olurdu benim için.” (K1)</p> <p>“Tatil sezonunun tekrardan canlanması için pandemi tamamen bitmeli, bu yüzden yasaklar sıkı olmalı fakat üniversiteler kapatılmamalıdır.” (K2)</p> <p>“Hijyen ve temizliğin artırılarak yapılan tanıtımlarla ön plana çıkarılması yerli ve yabancı turistin güvenli bir tatil için tercih yapmasında etkili olacağını düşünüyorum.” (K3, K4)</p> <p>“2020 yaz sezonunda Muğla Bodrumda bulunan Tinatik oteline gittim, alınan önlemlerin yeterli olduğunu düşünüyorum. Giriş çıkışlarda ateşin ölçülmesi, restoranlarda yemeklerin görevliler tarafından cam mekân arkasından verilmesi, sosyal mesafeye uyulması gibi bir çok önem alınmıştı ve yeterliydi.” (K5)</p> <p>“Önlemlerin yeterli olduğunu düşünüyorum fakat turizm sektörünü hareketlendirmek için reklamlar yapılabilir.” (K6)</p> <p>“İnsanların bir şeyleri boş vermeyi bırakıp daha dikkatli davranması gerektiğini ve işletme sahiplerinin ortamları olabildiğince steril ve temiz tutması gerektiğini, önerilen kurallara daha sıkı uyulması gerektiğini düşünüyorum.” (K7)</p> <p>“ Bence herkes için 20-30 günlük çalışmalar durdurulup eve karantinaya alınsa her şey normale yaklaşabilir.” (K8)</p> <p>“Belirli denetim koşulları altında, virüsün yayılmasına etki etmeyecek düzeyde kararlar alınarak yaz ve kış turizmi hareketliliği kademeli olarak artırılabilir. Virüsün hayatımızda olduğu gerçeğine entegre bir şekilde yeni eğlence ve insanların ilgisini çekecek yeni aktiviteler turizme kazandırılmalı.” (K9)</p> <p>“Belirli sayıda yurt dışından insan alınabilir ama COVID-19 aşısı olmuş bir şekilde.” (K10)</p> <p>“Önlemleri daha arttırmalı ve denetimini sık sık ve iyi yapılmalı.” (K11)</p> <p>“Öncelikle halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Kalabalık ortamların kapatılmasından ziyade kalabalığın azaltılması gerekmektedir. Sahillerde gerçekleştirilecek projeler var (şezlong kabineleri gibi) bunların faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.” (K12)</p>

Katılımcıların Tatil Yapmaya Yönelik Tutum ve Algılarının Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların tatil yapmaya yönelik tutum ve algılarını belirlemek için yöneltilen “Salgın döneminde tatile gittiniz mi veya tatil yapmayı düşünüyor musunuz? Ne tür bir tatil yapmayı düşünüyorsunuz?” şeklindeki soruya ilişkin bulgular Tablo 6’da gösterilmektedir.

Elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların tatil yapma eğilimleri “Hayır düşünmüyorum. Çünkü bu durum pandeminin sonunu getirmiyor. Bu sebeple önümüzdeki tatillerden de oluyoruz ve sağlık açısından tehlikeli. Ayrıca üniversite eğitimimiz de mahvoluyor (K2), COVID-19 salgınının devam etmesi halinde olabildiğince kalabalık olmayan ortamda olmak şartıyla evet, tatile gitmeyi düşünebilirim. Çünkü 1 yıldan fazladır aynı odanın içinde kalmak insanı çok yoran ve streslendiren bir durum (K6)” şeklindeki yanıtından da anlaşılabileceği üzere katılımcıların kimi kesinlikle kalabalıktan uzak durup tatil planı yapmazken kimi ise salgından dolayı evde bunalıp tatil planı yapmaktadır.

Tablo 6: Tatil Yapma Eğilimlerine İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın döneminde tatile gittiniz mi veya tatil yapmayı düşünüyor musunuz? Ne tür bir tatil yapmayı düşünüyorsunuz?	<p>“Salgın döneminde gelişecek olan durumlara bağlı.” (K1)</p> <p>“Hayır düşünmüyorum. Çünkü bu durum salgının sonunu getirmiyor. Bu sebeple önümüzdeki tatillerden de oluyoruz ve sağlık açısından tehlikeli. Ayrıca üniversite eğitimimiz de mahvoluyor.” (K2)</p> <p>“Yaz sezonunda yine aile yazlığını tercih edeceğim, salgın bitene kadar insanların bir arada olduğu tesisleri kullanmayacağım.” (K3)</p> <p>“Hayır düşünmüyorum, kısıtlamalardan dolayı.” (K4)</p> <p>“Eğer ülkemizin durumu bu şekilde iyiye gitmeye devam ederse yaz tatilinde her sene olduğu gibi bu sene de yaz tatiline gitmeyi düşünüyorum.” (K5)</p> <p>“COVID-19 salgınının devam etmesi halinde olabildiğince kalabalık olmayan ortamda olmak şartıyla evet, tatile gitmeyi düşünebilirim. Çünkü 1 yıldan fazladır aynı odanın içinde kalmak insanı çok yoran ve streslendiren bir durum.” (K6)</p> <p>“Hayır düşünmüyorum pandemi tamamen biterse gideceğim.” (K7)</p> <p>“Hayır, düşünmüyorum çünkü virüsün yayılmasına etki etmek istemiyorum.” (K9)</p> <p>“Eğer ki kısıtlamalar azalırsa düşünüyorum özellikle Doğu Ekspresi kışın daha güzel olduğu için.” (K10)</p> <p>“Hayır. Pandemi olduğu için uygun bulmuyorum.” (K11)</p>

Katılımcıların Salgından Sonra Tatil Yeri Seçimlerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların salgından sonra tatil yeri seçimini belirlemek için yöneltilen “Salgın döneminden sonra tatil yeri seçimlerinizde daha çok nereleri tercih edersiniz?” şeklindeki soruya ilişkin bulgular Tablo 7’de gösterilmektedir.

Katılımcıların yanıtları kapsamında salgından sonra tatil yeri seçimleri genel olarak “deniz kıyısı olan tatil bölgeleri, kalabalık olmayan ortamlar, düzenli bir şekilde sterilizasyonu sağlanan mekânlar” şeklindeki yanıtlardan da anlaşılabileceği üzere turizm sektörünün yeniden

canlanması adına sunulan önerilerin uygulandığı tatil yerleri katılımcıların tercih edebileceği yerler olmaktadır.

Tablo 7: Tatil Yeri Seçimini Belirlemeye İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın döneminden sonra tatil yeri seçimlerinizde daha çok nereleri tercih edersiniz?	<p>“Daha çok kimsenin nadiren olarak duyduğu bildiği yerleri tercih ederdim.” (K1)</p> <p>“Deniz tatili değil de kültür tatili tercih ederim. Özellikle açık hava müzelerini. Çünkü daha az insan olacağını tahmin ediyorum.” (K2)</p> <p>“Salgından sonra yine Kaş bölgesine gitmeyi düşünüyorum.” (K3, K4)</p> <p>“Yine aynı yerleri seçerim daha çok bunun dışında görmediğim şehirlere seyahat edip, tatilimi o şehirleri gezerek geçirmek isterim.” (K5)</p> <p>“Eğer ülkemizin durumu bu şekilde iyiye gitmeye devam ederse yaz tatilinde her sene olduğu gibi bu sene de yaz tatiline gitmeyi düşünüyorum.” (K6)</p> <p>“Mümkün olduğunca düzenli olarak temizliği ve sterilizasyonu sağlanan mekânlarda bulunmayı tercih ederim.” (K7)</p> <p>“Yurtdışı tercih edeceğim Avrupa turuna çıkmak istiyorum.” (K8)</p> <p>“Salgın sonrasında öncesinde belirttiğim tatil kriterlerim de bir değişme olmadan denize kıyısı olan yerleri tercih ederim.” (K9)</p> <p>“Karadeniz bölgesi ve doğu şehirleri tercih ederim.” (K10)</p> <p>“Gitmedim ama tercih edecek olsam daha az kalabalık olan yerleri seçerim.” (K11)</p> <p>“Değişiklik olacağını zannetmiyorum. Sadece kalabalıktan uzak durmaya bakarım.” (K12)</p>

Katılımcıların Sanal Seyahatler Deneyip Denemediğinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların sanal seyahatler deneyip denemediğini belirlemek için yöneltilen “Salgın dönemi boyunca web sitelerin verdiği canlı bağlantılar veya 360° videolar ile sanal seyahatler gerçekleştirdiniz mi? Deneyiminizi anlatır mısınız?” şeklindeki soruya ilişkin bulgular Tablo 8’de gösterilmektedir.

Elde edilen veriler neticesinde salgın dönemi boyunca sanal seyahat deneyimini katılımcılardan neredeyse hiçbirinin edinmediği anlaşılmaktadır. Bunların aksine K11 ve K12’nin “Evet. Birisi önermişti merak edip girdim ama detaylı bakmadım. Sadece gözlemledim böyle gelişmelerden herkesin haberi olmalı. Benim haberim yoktu” şeklindeki yanıtından da anlaşılabileceği üzere insanların turizmcilerin web sitelerinde verdiği canlı bağlantılar veya 360° videolar ile yapılan sanal seyahatler hakkında yeterli bilgisi olmadığından dolayı böyle bir deneyim edinmemişlerdir.

Tablo 8: Sanal Seyahat Deneyiminin Mevcudiyetine İlişkin Bulgular

Soru	Görüş (Doğrudan Alıntı)
Salgın dönemi boyunca web sitelerin verdiği canlı bağlantılar veya 360° videolar ile sanal seyahatler gerçekleştirdiniz mi? Deneyiminizi anlatır mısınız?	“Bunu gerçekleştirmedim.” (K1) “Hayır sanal seyahatlere katılmadım.” (K2) “Sadece Göbekli Tepe’de kısa bir tur yaptım, oldukça güzeldi.” (K3, K4) “Hayır gerçekleştirmedim.” (K5) “Hayır yapmadım.” (K6) “Hayır, gerçekleştirmedim.” (K7) “Hayır sanal seyahatler gerçekleştirmedim.” (K8) “Hayır gerçekleştirmedim.” (K9) “Gerçekleştirmedim.” (K10) “Evet. Birisi önermişti merak edip girdim ama detaylı bakmadım. Sadece gözlemlediğim böyle gelişmelerden herkesin haberi olmalı. Benim haberim yoktu.” (K11, K12)

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada, tüketicilerin COVID-19 salgını öncesi yaptıkları destinasyon tercihleri ile normalleşme sonrası yapacakları destinasyon tercihlerindeki değişikliklerin belirlenmesini amaçlamıştır.

Elde edilen bulgular neticesinde salgından önce insanların en çok tercih ettiği tatil bölgeleri genel olarak Ege ve Akdeniz bölgesinde Muğla-Fethiye, İzmir, Antalya-Kaş, Alanya, Burdur ve Karadeniz bölgesi olmuştur. Ayrıca salgından önce tatil bölgelerine otobüs, uçak ve şahsi araçlarıyla seyahat eden insanların en çok tercih ettiği ulaşım aracı makul fiyatlı olduğundan dolayı otobüs olmuştur. Türkiye’de salgının yayılmasından sonra insanların tatil seçimlerinde oluşan değişikliklerine bakıldığında insanlar daha çok kalabalık olmayan, düzenli sterilize edilen ortamları tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Aynı zamanda salgın boyunca bakanlığın aldığı önlemleri yeterli bulmadıkları görülmektedir.

Yapılan görüşme sonucunda insanların karantina sürecinde evde bunalдықlarından dolayı salgın sonrası tatil yapma eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Turizm sektörünün yeniden canlanması için katılımcıların sunduğu önlemler şu şekildedir;

- Belirli kişilerin belirli alanlarda yer alması ve kişi sayısına göre yapılan hizmete önem verilmesi gerekmektedir.
- Tatil sezonunun tekrardan canlanması için salgının tamamen bitirilmesi ve bunun sağlanması içinde yasakların sıkı tutulması gerekmektedir.
- Hijyen ve temizliğin artırılarak yapılan tanıtımlarla ön plana çıkarılması yerli ve yabancı turistin güvenli bir tatil için tercih yapmasında etkili olabilecektir.
- Alınan önlemlerin yeterli olduğu ancak turizm sektörünü hareketlendirmek için reklam çalışmalarının artırılması gerekmektedir.
- Belirli denetim koşulları altında, virüsün yayılmasına etki etmeyecek düzeyde kararlar alınarak yaz ve kış turizmi hareketliliği kademeli olarak artırılabilir. Virüsün var olduğu gerçeğine entegre bir şekilde yeni eğlence ve insanların ilgisini çekecek yeni aktiviteler turizme kazandırılması gerekmektedir.

- COVID-19 aşısı olmuş yabancı turistlerin seyahatlerinin kısıtlanmaması turizm sektörünü hareketlendirebilir.
- Öncelikle halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Kalabalık ortamların kapatılmasından ziyade kalabalığın azaltılması gerekmektedir. Sahillerde gerçekleştirilecek şezlong kabineleri gibi projelerin hızlı bir şekilde faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

Covid-19 öncesi ve sonrası tüketicilerin tatil yeri değişikliğine baktığımızda insanların salgından önce tatil için tercih ettikleri yerler salgından sonra riskin sıfıra indirilmesi koşuluyla yeniden tercih edecekleri yerler olacağı sonucuna varılmıştır. Sunulan öneriler doğrultusunda turizmin tekrar canlanacağı tahmin edilmektedir. Hâlihazırda içinde bulunduğumuz salgın sürecinde turizm sektöründe tüketicilerin tatil yeri seçimindeki değişikliğin araştırıldığı bu çalışma tüketicilerin turizmcilerden beklentilerine dikkat çekmek, farkındalık yaratmak ve literatüre katkı sağlamak adına önem arz etmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Adamiak, C. (2020). Peer-To-Peer Accommodation in Destination Life Cycle: The Case of Nordic Countries. *Scandinavian Journal of Hospitality And Tourism*, 20(3), 212-226.
- Alaeddinoğlu, F. & Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayı*, 233-258.
- Arıca, R. (2018). Turistik Bölge Seçimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Batman İlinde Yaşayan Gençler Üzerine Bir Araştırma. *SADABII. Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Sempozyumu*, 21-23 Ekim, Antalya.
- Artuger, S., & Ercan, F. (2015). Marmaris'in Destinasyon Kişiliğini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), 787-793.
- Birsen, A. G. (2017). *Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeliyle Eski ve Yeni Destinasyonların Gelişim Süreçlerinin İncelenmesi: Yerel Halk Algısına Dayalı Planlama Önerileri (Doktora Tezi)* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buluç, G. (1997). Turistik Çekicilik Kaynaklarının Planlanmasında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 139-160.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications For Management of Resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12.

- Ekici, Y., & Özcan, C. C. (2020). Destinasyon Seçiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Mersin Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1899-1921.
- Fırat, A., & Azmak, E. (2007). Satınalma Karar Sürecinde Beyaz Eşya Kullanıcılarının Marka Bağlılığı. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 251-264.
- Garay, L., & Canoves, G. (2011). Life Cycles, Stages and Tourism History: The Catalonia (Spain) Experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 651-671.
- Hsu, T.-K., Tsai, Y.-F., & Wu, H.-H. (2009). The Preference Analysis For Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 288-297.
- İslamoğlu, A. H., & Alınçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5. baskı). İstanbul: Beta.
- Karamustafa, K., & Yılmaz, M. (2020). Destination Life Cycle: A Conceptual Approach Based on The Turkish Experience. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 439-451.
- Kılıç, B., Aslan, H. & Gövce, M. (2020). Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (COVID-19 Special Issue), 554-570.
- Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003). The Influence of Push And Pull Factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Koç, E. (2017). *Temel Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri* (1. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- KTB (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı) (2019). *Turizm Destinasyonu Nedir?* Erişim Adresi: <https://pgm.ktb.gov.tr/TR-137200/turizm-destinasyonu-nedir.html> (26.12.2020).
- KTB (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı) (2020). *Kasım 2020 Sınır Bülteni*. Erişim Adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (26.12.2020).
- Kurnaz, H., & Sop, S. (2011). *Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisinin Belirlenmesi ve Hüzün Turizmi İlişkisi*. 12. Ulusal Turizm Kongresi (362-370), 30 Kasım – 4 Aralık, Düzce.
- Li, J., Nguyen, T. H. H. & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Coronavirus Impacts on Post-Pandemic Planned Travel Behaviours. *Annals of Tourism Research*. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964> (26.12.2020).
- Matiza, T. (2020). Post-COVID-19 Crisis Travel Behaviour: Towards Mitigating The Effects of Perceived Risk. *Journal of Tourism Futures*. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2020-0063> (26.12.2020).
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2019). *Tüketici Davranışı* (19. baskı). İstanbul: MediaCat.
- Öner, S. & Cansu, E. (2019). Yerli Turistlerin Tatil Satın Almadan Önce Tercihlerine Etkisi Olan Faktörlerin Belirlenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2) 110-129.

- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması* (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Polyzos, S., Samitas, A. & Spyridou, A. E. (2020). Tourism Demand and The COVID-19 Pandemic: An LSTM Approach. *Tourism Recreation Research*. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1777053> (26.12.2020)
- Sinha, S. & Nair, B. B. (2020). Impact of COVID-19 on Destination Choice: An Empirical Study on Sociodemographic Determinants of Future Travel Behaviour. *Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1839523> (26.12.2020)
- Şahin, B. G., & Akballı, E. E. (2019). Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Yöntem Analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 1(1), 43-85.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). *Covid-19 Bilgilendirme Sayfası*. Erişim Adresi: https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66935/genel-koronavirus-tablosu.html?gclid=CjwKCAiA25v_BRBNEiwAZb4-ZbjjYDU1n3g8l3KA1TKJ5p_UHOUrrpcUcCmJmVk2lm-SoUPI0oiyIhoCvooQAvD_BwE (16.12.2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). Covid-19 (SARS-CoV-2 Enfeksiyonu) Genel Bilgiler, Epidemiyoloji ve Tanı. *Bilimsel Danışma Kurulu Çalışması*, Ankara.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). *Covid-19 Nedir?* Erişim Adresi: <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html> (26.12.2020)
- TDK (Türk Dil Kurumu) (2019). *Destinasyon Kelime Anlamı*. Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/> (26.12.2020).
- UNWTO (The United Nations World Tourism Organization-Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) (2020). *International Tourism And Covid-19*. Erişim Adresi: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (26.12.2020).
- Yıldırım, Y. (2016). Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Bilgi Kaynakları ve Güvenilirlikleri: Referans Grubu Olarak Yakın Çevrenin Etkisinin İncelenmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 214-231.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları* (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zhong, L., Deng, J., & Xiang, B. (2008). Tourism Development And The Tourism Area Life-Cycle Model: A Case Study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management*, 29(5), 841-856.
- Wachyuni, S. S. & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of COVID-19 Pandemic: How Are The Future Tourist Behavior? *Journal of Education, Society And Behavioural Science*, 33(4), 67-76.