



THE EFFECT OF COVID-19 ON TOURISM

Yağmur GÜRBÜZ* Aydın YILMAZER**

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, yagmurgurbuz4@gmail.com, Orcid: 0000-0002-7999-6888

** Prof. Dr. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, yilmazer@subu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8295-4745

Received Date: 14.01.2022 Revised Date:09.02.2022 Accepted Date:13.03.2022

Copyright © 2022 Yağmur GÜRBÜZ, Aydın YILMAZER. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

After the World Health Organization announced the Covid-19 scourge, the quantity of cases and passings started to increment quickly all over the planet. With the prohibitive choices (time limitation, travel limitation, social distance, quarantine) and the presentation of individual defensive hardware (cover, sanitizer), the quantity of cases started to diminish, and the limitations were slackened and the most common way of getting back to typical was designated "new ordinary". expected to fluctuate. This is because of the apparent unnecessary gamble and dread. Seen high gamble and dread can change the perspectives and activities of sightseers. Toward this path, the examination expected to research the perspectives of Turkish travelers after Covid-19. In the review arranged in the subjective venture, interview was liked as the information assortment method and information were gathered from 10 members utilizing a somewhat organized interview structure. Because of the assessment, it was resolved that there was an adjustment of the mentalities of traveler buyers after Covid-19. The exploration results are accepted to be useful to the travel industry experts, resort supervisors and researchers in this field. The movement business is experiencing the Covid pandemic. Local escorts, one of the main entertainers of the area, likewise had negative encounters in this period (Güd and Demirbulat, 2012: 59). In this specific circumstance, the point of the review was to attempt to decide the impact of the pandemic cycle on the rules. The review led semi-organized on the web and phone interviews with 16 dynamic travel guides associated with Ankara Chamber of Tourist Guides. Information from the gatherings were examined utilizing a spellbinding investigation method and assembled into monetary, certainty and future preparation. The examination shows that guides face genuine monetary hardships in this interaction and they can profit from the monetary help gave to them at exceptionally low levels. As far as trust, the aides found that they actually felt uncertain notwithstanding taking every one of the vital insurances in working circumstances. While arranging the future, it was seen that many travel guides went to elective choices, particularly in scholarly professions.

Keywords: Coronavirus (COVID-19), Pandemic, Tourism, Tourist Guide

COVID-19'UN TURİZM ÜZERİNDE ETKİSİ

ÖZET

Dünya Sağlık Örgütü'nün Covid-19 salgını ilan etmesinin ardından dünya genelinde vaka ve ölüm sayıları hızla artmaya başladı. Kısıtlayıcı kararların (sokağa çıkma yasağı, seyahat kısıtlaması, sosyal mesafe, izolasyon) ve kişisel koruyucu ekipmanların (maske, dezenfektan) devreye girmesiyle vaka sayısı azalmaya başladı, kısıtlamalar hafifletildi ve normale dönüş süreci başladı. Bu, algılanan aşırı risk ve korkudan kaynaklanmaktadır. Algılanan yüksek risk ve korku, ziyaretçi tutum ve davranışlarını değiştirebilir. Bu doğrultuda çalışma, Türk turistlerin Covid-19 sonrası tutumlarını araştırmayı amaçlamaktadır. Nitel projede planlanan çalışmalarda veri toplama tekniği olarak görüşmeler tercih edilmiş ve kısmen



yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak 10 katılımcıdan veri toplanmıştır. Yapılan inceleme sonucunda seyahat tüketicilerinin Covid-19 sonrası tutumunun değiştiği belirlenmiştir. Bulguların turizm profesyonellerine, tatil köyü yöneticilerine ve bilim adamlarına bu alanda yardımcı olacağına inanılıyor. Seyahat sektörü koronavirüs salgınından muzdarip. Sektörün en mühim aktörlerinden biri olan turist rehberleri de bu dönemde olumsuz deneyimler yaşadı (Güdü ve Demirbulat, 2012: 59). Bu bağlamda çalışmanın amacı, pandemi sürecinin kılavuzlar üstündeki etkisini belirlemeye çalışmaktır. Çalışma, Ankara Turist Rehberleri Odası'na bağlı 16 aktif seyahat rehberi ile yarı yapılandırılmış çevrimiçi ve telefon görüşmeleri gerçekleştirdi. Toplantılardan elde edilen veriler, tanımlayıcı bir analiz tekniği kullanılarak analiz edildi ve ekonomik, güven ve gelecek planlaması olarak gruplandırıldı. Araştırma, rehberlerin bu süreçte ciddi ekonomik zorluklarla karşılaştıklarını ve kendilerine sağlanan mali destekten çok az seviyelerde yararlanabileceklerini gösteriyor. Güven hususunda rehberler, çalışma şartlarında gereken bütün tedbirleri almalarına karşın yine de kendilerini güvensiz hissettiklerini tespit etti. Geleceği planlarken birçok gezi rehberinin özellikle akademik kariyerde meslek dışında alternatif seçeneklere yöneldiği gözlemlendi.

Anahtar Kelimeler: Koronavirüs (COVID-19), Pandemi, Turizm, Turist Rehberi.

1. GİRİŞ

Çin'in Wuhan şehrinde sebebi bilinmemekte olan pnömoni olayı ilk olarak 31 Aralık 2019'da Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) bildirildi. 2020 Ocak ayının başlarında, yeni koronavirüs (COVID-19) ile doğrulanmış enfeksiyonu olan 41 hasta hastanelere kabul edildi. Çin'de (Huang ve diğerleri, 2020). Virüsün şehrin Wuhan sınırında hızlı bir şekilde yayılmasına karşın, başlarda dünyanın başka yerlerindeki politik yöneticiler tarafından büyük ölçüde görmezden gelinmiştir (Düzgün ve Kurt, 2020). Virüs şehrin Wuhan sınırlarında hızlı bir şekilde yayılmasına karşın, başlangıçta dünyanın başka yerlerindeki siyasi liderler tarafından büyük ölçüde göz ardı edildi (Washington Post, 2020). Wuhan, virüsle mücadele için bölgesel ve bireysel karantina önlemleri aldı (Düzgün ve Kurt, 2020). Tarih boyunca dünya birçok zor olayla karşı karşıya kalmıştır. Bu zor hususların zirvesinde küresel bir salgın var. Son salgın hastalıklar arasında Sars, influenza A H1N5 (kuş gribi), influenza A H1N1 (domuz gribi), Mers, Ebola, Zika ve en son ortaya çıkan Covid-19 yer almaktadır.

Covid-19, daha önce kişilerde tanımlanmamış yeni keşfedilen bir koronavirüsün neden olduğu bulaşıcı bir hastalık olarak biliniyor. Aralık 2019'da Çin'in Wuhan şehrinde başlayan ve ortaya çıkmış olan bu hastalık, şuan, hemen hemen bütün devletleri etkisi altına alan bir pandemiye dönmüştür (Jiang ve diğerleri, 2020). Pandemi sürecinde Dünya Sağlık Örgütü'ne 24 milyondan fazla Covid19 vakası ve 800.000'den fazla virüsün neden olduğu ölüm bildirildi (Kılıç, Aslan ve Body, 2020). Hastalığı önleyecek kanıtlanmış bir aşısı ve hastalığı tedavi etmek için sınırlı tıbbi müdahaleleri olmayan birçok eyalet karantina (ev karantinası, gönüllü/zorunlu karantina), sosyal mesafe, okul/üniversite ve zorunlu olmayan iş yeri kapatma, iptal veya erteleme önlemleri uygulamıştır (büyük konferanslar ve fuarlar, konserler ve festivaller, siyasi tartışmalar ve seçimler, spor sezonları ve Yaz Olimpiyatları gibi) ve belirli sayıda insanın toplanmasını yasaklayacak önlemler alınmıştır (Düzgün, Kurt, 2020).

Bu anlamda 2020 senesinde yaşamımıza giren Covid-19, küresel ekonominin tüm sektörlerinin yanı sıra turizm sektörüne de büyük bir darbe indirdi. Turizm işletmelerinin kapanması yalnızca tüketim ekonomisine zarar vermekle kalmadı, aynı zamanda bu işletmelerde çalışmakta olan yüz milyonlarca kişinin işini kaybetmesine neden oldu. Şüphesiz tatiller kültüredir ve görüldüğünden daha büyük bir insan ihtiyacıdır. Salgın dönemlerinde bu ihtiyaç ertelenebilir ama ortadan kalkmaz. Ancak bu sürecin uzatılması, yaşanan hasar miktarını doğrudan etkiler. Birçok ülke bu anlamda adımları teşvik edip kolaylaştırırken, zarar kaçınılmazdır. Öte yandan, önemli bir endüstri endişesi "insanlar tatil anlayışlarında farklılıklar yaşıyorlar mı?" şeklinde. Ancak şu andan itibaren, öyle görünüyor ki, insanlar tatillerini iptal edebilir, erteleyebilir veya daha düşük yoğunluklu tatil seçeneklerini değerlendirebilir, ancak tamamen pes etmeyecek. Bununla birlikte, bu süreçte henüz sosyal ve psikolojik sonuçlara yönelik bir araştırma olmadığından, bu sürecin nerede gelişeceği belirsizliğini korumaktadır (Rol, 2020).



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. COVID-19 Pandemisi

2019 Aralık ayı sonlarında Çin'in Wuhan kentinde bir hayvan pazarında, deniz ürünlerinin satıldığı yerde, COVID-19 olarak tanımlanan bir virüs olan bir kişide öksürük, ateş ve nefes darlığı görüldü. Çalışma, Covid-19 (Sağlık Bakanlığı, 2020) olarak ilan edilen bir salgın olan 13 Ocak 2020'de yapıldı.

Soğuk algınlığından şiddetli akut solunum sendromuna kadar çeşitli hastalıklara neden olan geniş bir virüs ailesi olan Coronavirüsler (CoV'ler): MERS'in ayrıca SARS olarak bilinen ciddi bir enfeksiyona neden olduğu gösterilmiştir. 'Covid-19' olarak bilinen hastalığa neden olan koronavirüs tipinin daha önce insanlarda tespit edilmemiş yeni bir koronavirüs olduğu bildirilmektedir (Yılmaz ve Doğan, 2021). Viral hastalıklar havadaki damlacıklar yoluyla kişiden kişiye bulaşır; hapşırma, öksürme veya nefes alma yoluyla bulaşabilir; ayrıca enfekte bir nesneye dokunduktan sonra gözlere, buruna ve ağza dokunularak bulaşma görülebilir. Koronavirüsün dezenfektanlara duyarlı ve cansız nesnelere geçici olarak kalabilen zarflı bir virüs olduğu bulunmuştur. Covid-19 belirtileri kişiden kişiye değişir. Salgının en yaygın semptomları şunlardır: öksürük, ateş, kas ve eklem ağrısı, nefes almada zorluk, koku ve tat kaybı, aşırı halsizlik ve ishal; bazı hastalar da önemli ölçüde daha az semptom bildiriyor veya hiç semptom bildirmiyor. Bazı ağır vakalarda 2 ile 14 gün arasında sürebilen ciddi solunum yetmezliği, böbrek yetmezliği, zatürre ve ölüm meydana gelebilir (Büyük, Can, 2020).

Wuhan, salgını kontrol altına almak için bölgesel ve bireysel karantina önlemleri aldı ve Şubat ortasına kadar Çin'deki vaka sayısı 80.000 civarında sabitlendi. O zamana kadar hava taşımacılığı virüsü her kıtaya yaydı ve Mart ayının ortasına kadar 146 ülkeye yayıldı. Dünya çapında teyit edilen enfeksiyon sayısı hızla iki katına çıktı. 11 Mart 2020 tarihinden itibaren küresel çapta yayılmaya devam eden Covid-19 salgını birçok insanı etkilemiş ve özellikle işlevsel olarak Dünya Sağlık Örgütü tarafından önce "salgın" ardından "pandemi" olarak nitelendirilmiştir. Pandemi, günümüzde sosyal hayatın iç içe geçmesi ve küreselleşmenin etkileri nedeniyle küresel olarak hissedilmektedir. Salgın dalgası Çin'in Wuhan kentinden yayıldı ve yaklaşık 200 ülkeyi etkiledi (Akyol, 2020).

COVID-19 virüsünün insanlar üzerinde potansiyel olarak ölümcül bir etkisi vardır. Virüs 6 ayda 6,4 milyon kişiye bulaştı ve 383.000 kişiyi öldürdü. Veriler, COVID-19'un küresel bir psikolojik, ekonomik ve sosyolojik krize neden olan insan türü için biyolojik bir tehdit olduğunu göstermektedir. Küresel kriz hemen hemen tüm sektörleri vurdu, turizm sektörü de krizden çok etkilendi (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019). Dünyanın dört bir yanındaki ülkeler; virüsün yayılmasını yavaşlatmak için ulaşımdan konaklamaya kadar birçok alanda kısıtlamalar getirdiler. Uçuşlar iptal edildi, konferanslar ve toplantılar ertelendi, hatta insanlar mümkün olduğunca evden çalışıyorlardı (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019).

2.2. COVID-19 Pandemi Tanımı

"Pandemi" kelimesi, "herkes" anlamına gelen Yunanca demos'tan gelir. Genel olarak ülke çapında veya aynı anda bir veya daha fazla kıtada meydana gelen yaygın bulaşıcı bir salgına işaret eder. Epidemiyoloji sözlüğünde "uluslararası sınırları aşan ve genellikle dünya çapında veya çok geniş bir alanda birçok insanı etkileyen bir salgın" olarak tanımlanmaktadır. Mevsimsel hastalıklar ve salgınlar salgın olarak kabul edilmez, ancak diğer salgın hastalıklar literatürde yer almaktadır. "Genelleştirilmiş salgınlar", "nüfusun büyük bir bölümünü etkileyen yaygın salgınlar" ve "bir bölge, ülke, kıta veya dünya içinde yaygın olan veya meydana gelen salgınlar" olarak tanımlanmaktadır (Tongar, 2020). Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımına göre pandemi, eş zamanlı olarak dünya nüfusunun büyük bir kısmını tehdit eden bulaşıcı bir hastalıktır. Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre bir hastalığın pandemi olabilmesi için yeni bir virüs olması, insanlara kolayca bulaşması, kolay ve sürekli bulaşma davranışı sergilemesi gerekir (WHO, 2020).



2.3. Kovid- 19'un Turizm Üzerine Etkisi

Dünya Turizm Forumu Enstitüsü müdürü Blut Bagage'e göre; Covid-19 salgını nedeniyle turizm yüzde 70 oranında durdu. Covid-19 pandemisi nedeniyle küresel 3 aylık kayıp 600 milyar dolar civarında olmuş ve 50 milyon kişi işini kaybetmiştir (Kılıç, 2020). Covid-19, insanların hayatını önemli ölçüde etkileyen ve küresel ekonomik krize neden olan bir gelişmedir. Bu salgın turizm endüstrisi üzerinde önemli, somut bir etkiye sahipken, salgın başta seyahat şirketleri ve çalışanlar olmak üzere tüm destinasyonları vurdu. Ülkelerin uyguladığı tedbirler olan ulusal giriş ve çıkış yasakları, uygulanmış olan karantina, iptal edilmiş olan faaliyetler ve gezi kısıtlamaları, turizm kuruluşunu ve aktörleri doğrudan etkilemiş olan değişikliklerdir (Akyol, 2020). Turizm sektörü senenin ilk çeyreğinde bir önceki seneye göre %22 düştü. Ülkeleri ziyaret eden turist sayısı Mart ayında %57 düştü. Bu rakam 67 milyon turist ve 80 milyar dolarlık mali gelir kaybını temsil ediyor. Covid-19 salgını, seyahat kısıtlamaları ve sınırların kapatılması nedeniyle turist sayısının gelecekte % 58 ile % 78 oranında azalacağını gösteriyor. Ancak şu anda bunun gelecek olacağı tahmin edilemez. Covid-19 salgını 2020'nin ikinci çeyreğine ulaşırsa devletlerin çok daha yüksek zarar göreceğine inanılıyor. Önümüzdeki zamanda turizm kuruluşlarında 2,1 trilyon dolarlık küresel kayıp bekleniyor. Örneğin, Vietnam'ın turizm endüstrisinin araştırmada 5 milyar dolar kaybettiği tahmin ediliyor. Norveç Turizm Örgütü (NHO) 26 Mart'a kadar üye firmaların %90'ının geçici işçi işten çıkardığını ve firmaların %65'inin faturalarını ödemekte zorlandığını bildirdi (Gümüş, Hacıevliyagıl, 2020).

Turizm, gelişmeleri çevreleyen olumsuz faktörlerden hızla etkilenebilen çok hassas bir sektördür. İnsan sağlığına veya güvenliğine yönelik küçük riskler bile; doğal afetler, terör olayları ve salgın hastalıklar gibi turistik bölgeleri seçmemek yeterlidir (Lee ve Chen, 2011). Ülkelerdeki turizm faaliyetleri ile salgın hastalıklar arasında negatif bir ilişki vardır (Karim vd., 2020). Dolayısıyla Covid-19 salgını dünya çapında ve Türkiye'de turizmi olumsuz etkiledi. Bir pandemiyi önlemek için Nisan 2020 itibarıyla küresel destinasyonların %96'sı seyahat kısıtlamaları uyguladı. Seyahat kısıtlamaları, uçuş iptallerine ve otel rezervasyonlarına neden oldu. Ayrıca alınan tedbirler kapsamında kafe, restoran, müze ve sitelerin yanı sıra konferans, kongre, festival gibi etkinliklerin de askıya alınması sektörü derinden etkiledi (Ayyıldız, 2020). Ülke nüfus miktarları, salgın vaka miktarları, vefat miktarları gibi verileri incelediğinizde, Covid-19 salgınının birey trafiğinin yoğunluklu olduğu kıtalar, ülkeler ve ülkelerde daha yaygın olduğunu görebilirsiniz. Dünyanın en mühim turizm bölgeleri arasında yer alan Akdeniz ve Avrupa destinasyonları, özellikle Orta ve Kuzey Amerika ve Asya-Pasifik bölgesindeki destinasyonlarda turist eylemleri nedeniyle salgın sürecini olumsuz etkilemiştir (Akyol, 2020).

Covid-19 salgını sonrasında seyahat sektöründeki tüm aktörlerin karaya çıktığını görmek zor değil. Şimdiye kadar, bölgesel bağlam Türkiye'deki birçok krizden (ekonomi, terörizm, depremler ve dürtüler) sağ çıktı ve günümüz koşullarında küresel bir tehditle karşı karşıyadır. Geçmiş yıllarda Türkiye'nin çeşitli alanlarında yaşanan krizlerde Durmus tecrübelen, ancak bu sorunlar ekonomik ve istatistiksel verilerin olumsuz etkileriyle karşı karşıya kalmıştır (Akyol, 2020). 2020'nin ilk 3 aylık verilerine göre Covid-19 salgını salgını tatil seyahati ve yolcu taşımacılığını olumsuz etkiledi ve dünya çapında havayolu hareketliliğinde % 12'lik bir düşüşle sonuçlandı. Bu gelişme bir senaryo olarak görülüyor. Turizm amaçlı seyahat oranlarında yüzde 30'a varan düşüşlere neden olabilir (Akyol, 2020). Son üç yıllık verilere göre 2019 yılında bu ülkeyi ziyaret eden turist sayısına göre. Türkiye'ye göre dünyada 6. sıradaydı (Tablo 1) Avrupa'da 2019 senesinde devletlere göre gelmiş olan turist oranına göre de Fransa, İspanya ve İtalya'dan sonra 4. Sıralamada yer bulmuştur (Ayyıldız, 2020: 3338).



Tablo 1. Ülkelere Göre Gelen Turist Sayısı (Dünya Sıralaması-Milyon Kişi)

Sıralama	Ülkeler	2019	2018	2017
1	Fransa	-	89.4	86.9
2	İspanya	83.7	82.8	81.9
3	ABD	79.3	79.7	76.9
4	Çin	65.7	62.9	60.7
5	İtalya	64.5	61.6	58.3
6	Türkiye	51.2	45.8	37.6
7	Meksika	45.0	41.3	39.3
8	Tayland	39.8	38.2	35.6
9	Almanya	39.6	38.9	37.5
10	İngiltere	-	36.3	37.7

Kaynak: <https://yigm.ktb.gov.tr/turizmistatistikleri2020>

2019 yılında dünya genelinde 1,5 milyar kişi, turizm faaliyetlerine katıldı. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre, küresel turizm sektörü 2020'nin ilk çeyreğinde % 22 düştü. 2020 yılında uluslararası turizm faaliyetinin % 20 ile % 30 azalacağı ve 300 ila 450 milyar dolar arasında kaybedeceği tahmin ediliyor. STR Global'e (Smith Travel Research) göre, dünyanın en büyük şehirlerinde genellikle yüzde 70 ile 100 arasında değişen otel doluluk oranı Mart ayında yüzde 20'ye düştü. İtalya otel doluluk oranlarında en büyük düşüşü yaşarken, Çin ikinci, Yunanistan üçüncü oldu. Türkiye Otelciler Derneği (TÜROB) Araştırmaya göre, Mart 2020'de Avrupa'da otel doluluğu, ortalama %26,3'lük ile İkinci Dünya Savaşı'ndan bu zamana en düşük seviyedeydi. Avrupa ortalama doluluk oranı geçen yıl Mart ayında %68,5 iken, Mart 2020'de Avrupa'da doluluk geçen yılın aynı ayına göre %61,6 azaldı. Avrupa ülkeleri arasında, Mart ayında en büyük doluluk düşüşü İtalya'da (%90,8) kaydedildi. İtalya'da Mart 2020 doluluk oranı %6,2 oldu (Ayyıldız, 2020).

Turizmde yıllık istatistikler büyük önem taşımaktadır. Bu veriler, yıl sonuna kadar küresel ve ulusal olarak nerede olduğumuzu, kar ve zarar durumunu, yakın ve uzak hedeflere ulaşma olasılığını gösterecek ve yeni manevralara imkan tanıyacak. BM Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2018 yılı dünya turizm değerlendirmelerine göre, dünyayı gezen turist sayısının 2020 yılında 1,4 milyar kişiye ulaşacağı tahmin ediliyor. Yakın zamanda yayınlanan Turizm Barometresi'ne göre, dünya, 2018 tahmininden iki sene önce 1,4 milyar insana ulaşmış ve ciro 2,5 trilyon dolara ulaştı. Geçen yılki kişi sayısındaki %6'lık yükselişe tekabül eden bu netice, 2010 senesinden bu yana kaydedilmiş olan en yüksek artış olarak kaydedildi. 2019'da küresel turizmin yüzde 3 ila 4 oranında büyümesi bekleniyordu. Bu artış %4 oldu ve dünyaya ziyaretçi sayısı 1,5 milyarı aştı ve bu hesaba yapılan harcama miktarı 2,5 trilyon doları aştı (Tanrıku, 2020).

Turizm sektörünü etkilediğine inanılan ve yukarıda çeşitli başlıklar halinde sunulan bu belirsizliklerin sonuçları 2021'in ilk aylarında görülecektir. Ancak Corona virüsünün neden olduğu salgın hastalığın (COVID-19'un kendisi ve özellikle de diğer belirsizliklerin çok ötesinde olmaya başladı ve şimdilik öyle olacak. Salgın, 2019 yılının son birkaç ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıktı ve hızla dünyanın birçok ülkesine yayıldı. Daha sonra bir korku ve panik iklimi tüm sektörleri olumsuz etkiledi. Dünya çapında fabrikalar kapandı, turist rezervasyonları, hava, deniz, kara ve demiryolu hizmetleri iptal edildi, seyahatler süresiz ertelendi, sınırlar kapatıldı ve karantinaya alındı ve milyonlarca işçi kayıplarla karşı karşıya kaldı. Özellikle Dünya Sağlık Örgütü (WHO) Mart 2020'de salgını salgın olarak ilan ettiğinden ve tüm dünyayı etkileyeceğinden korktuğundan bu yana uyarı seviyesi kırmızıya yükseltildi. 2020'nin ilk



çeyreğine bakıldığında, bu durumun küresel ekonomi, özellikle turizm sektörü için ciddi sonuçları olacağı açıktır. Ancak Çin, İtalya, İspanya ve Türkiye'de Covid-19 salgını ile rekabet eden ülkeleri yönetemeyen turizm başarısızlıkları, Fransa gibi, bu krizin çok iyi yönetilmesi durumunda Türkiye'ye yeni fırsatların kapısını yönetecek, Krizin etkilerini hafifletebilir. Aslında, COVID-19 nedeniyle hiçbir şey eskisi gibi olmayacak / olmayacak. Dolayısıyla salgın, bütünsel turizm gibi yeni girişimler ve uygulamalar için bir fırsat yaratmış gibi görünüyor. Bu fırsatı değerlendirerek, Türkiye'ye kaçan ziyaretçilere hitap eden sürdürülebilir uygulamalar ve etkili kriz yönetimi, her iki krizde de onları yönetmede başarısız olmuş ve ülkenin turizme yaklaşımını olumlu yönde etkilemiştir (Tanrıkulu, 2020).

2020'nin ilk çeyreğindeki olumsuz görüşe rağmen, önceki istatistikler turizmin geleceği için umut verici sonuçlar gösteriyor. Turizm için 2019 sonuçları tam olarak açıklanmazken, 2018'de Orta Doğu %10, Afrika %7 ve Asya, Pasifik ve Avrupa %6 büyüdü. Aynı yıl Amerika kıtasına seyahat edenlerin sayısı %3 arttı, ancak büyüme oranı hala küresel ortalamasının altında kaldı. 2018 yılında, bir önceki yıla göre %6'lık önemli bir artışla 713 milyon yabancı turist Avrupa'yı ziyaret etti. Aynı şekilde %6 büyüyen Asya Pasifik de 2018 yılında 343 milyon yabancı turist ağırlamıştır (Tanrıkulu, 2020).

Son 40 yılda, dünya çapında birçok ciddi salgın meydana geldi. Öte yandan, şirket kapanışları, seyahat kısıtlamaları ve hareket gecikmeleri ile dünyanın hemen hemen her ülkesinde küresel olarak meydana geldiği için COVID-19'un ölçeği önceki krizlerden daha büyüktür. COVID-19 vakalarının artması ve dünyaya yayılmasıyla birlikte seyahat kısıtlamaları Mart ayı sonlarında Wuhan bölgesinin merkezinden çoğu ülkeye yayıldı. Ülkeye özgü nüfus verileri kullanılarak, dünya nüfusunun %90'ından fazlasının uluslararası seyahat kısıtlamalarına sahip eyaletlerde yaşadığı ve bunların birçoğunun, hava yolculuğu ve evde kalma emirleri de dahil olmak üzere, yurt içi seyahatte bazı kısıtlamalara sahip olduğu tahmin edilmektedir (Düzgün, Kurt, 2020).

Kişiden kişiye yayılan bu hastalığı önlemenin en etkili yolu insanlar arasındaki mesafeyi ayarlamaktır. Bu nedenle, seyahat şirketleri gibi yerli ve yabancı ziyaretçiler, küresel Covid-19 salgınından kaynaklanan taahhütleri yerine getirmeye kararlıdır. Tüketiciler, konaklama, yeme-içme, ulaşım ve eğlence gibi turizmin vazgeçilmez unsuru olan işletmelerin atması gereken adımlar ve tedbirler kadar bu konulara da dikkat etmelidir. Tüm bu faaliyetler sağlık ve güvenlik odaklı olacak, hijyenik bir ortamın sağlanmasında bir etken olacak, diğer yandan firmaların daha az ziyaretçi almasına neden olacaktır. Türkiye 2019'da 52 milyon turisti ağırlayarak 35 milyar dolar turizm geliri elde etti. Türkiye'ye gelen turist sayısı turizm gelirinin esnekliği dikkate alınarak hesaplandığında, turizm gelirinde turist sayısında % 10'luk bir azalmanın da % 10 civarında azalmaya yol açması beklenmektedir (Akyol, 2020).

Turizmin çevresel, sosyal, dini ve/veya siyasi olaylardan etkilenmesi nedeniyle süreç içerisinde kayıp ve zararlar meydana gelmektedir. Salgın, girişimcilere zarar vermesinin yanı sıra, turizm ofisi ve konaklama firmalarının yanı sıra tur rehberliği sektöründeki önemli gruplar arasında işsizliğe de neden oldu. Mevsimlik meslekte turist rehberleri yaz sezonunda çok hızlı çalışır. Birçok ülke ile sınırların hala kapalı olması ve bu nedenle yurt dışından gelen turist sayısının az olması ve ülkedeki çoğu insanın bu süreçle ilgili yaşadıkları endişe ve korkular nedeniyle seyahatlerini ertelemeleri rehberlerin turist olmasına sebep oluyor. Bu bağlamda çalışma, pandemi sürecinin seyahat rehberlerini ne ölçüde etkilediğini ve bu etkilerin nasıl görünür olduğunu belirlemeye çalışmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde salgının turizm sektörü üzerindeki etkilerine ilişkin literatür incelenmiş, ardından ikinci bölümde yöntem hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde yapılan görüşmelerin sonuçları değerlendirilip tartışılırken, sonuncusu araştırma sonuçlarını açıklamaktadır (Düzgün, Kurt, 2020).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre 2019 yılında Türkiye'yi yurt dışından 45,1 milyon misafir ziyaret etti. Yüzde 83'ü yabancı turistlerden gelen 34,5 milyar dolarlık turizm geliri, ocak 2020'de bir önceki yıla göre %16,11'lik bir artış görülürken, Şubat 2020'de bir önceki yıla göre %3,76'lık bir artış görüldü. Türkiye 2019'da Rusya'ya en çok turist getiren ülke olurken, Almanya ikinci, İngiltere üçüncü oldu. Türkiye'nin COVID19 vakalarını duymaya başladığı Mart ayında, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı sayısı geçen yılın aynı dönemine göre %67,83 azaldı. Nisan ve



Mayıs aylarında yıllık düşüş %99,26 oldu. Ocak-Mart 2020 döneminde turizm geliri, yıllık %11,4 düşüşle 4,1 milyar ABD doları oldu. Bu dönemde en fazla turist 1,7 milyon ile Almanya, 1,2 milyon ile Rusya ve 329 bin ile İngiltere'den geldi. (www.yigma.ktb.gov.tr). Daha sonra, dünyanın dört bir yanındaki seyahat engelleri nedeniyle yabancı turistlerin ülkeye seyahat etmeleri kısıtlandı. Bu rakamlar Covid-19 salgınının Türk turizminin ulaşabileceği bir yerde olduğunu göstermektedir (Ayyıldız, 2020).

2019 yılında Türkiye'de konaklama, bir önceki yıla göre % 12,38 artış gösteren fabrika giriş sayısı 80,87 milyon olurken, gece sayısı bir önceki yıla göre % 10,8 artarak 211,29 milyona ulaştı. 2019 yılında ortalama kalış süresi 2,61 gün, doluluk oranı % 53,48 oldu. Yılın en yüksek doluluk oranı Ağustos ayında oldu - 2019'da % 77,48 (www.yigm.ktb.gov.tr). Ocak 2020'de hazırlanan STG destinasyon performans raporuna göre Türkiye'de 2020 Ocak ayında otel doluluğu geçen yılın aynı dönemine göre % 6,4 artarak % 61,9 olarak gerçekleşti. Türkiye'de bugüne kadar gözlemlenen 2020 öncesi bu COVID19 durumu, otel doluluk beklentilerinin yüksek olduğunu gösteriyor. Verilere göre 2020 senesinin 3 aylık döneminde tesise 7,7 milyon kişi geldi ve gece sayısı 16,2 milyon oldu. Tesislere gelişler 2020 yılında bir önceki yılın ilk 3 ayına göre %12, geceleme sayısı ise %12,9 azaldı. 2019 senesinin ilk üç ayında doluluk oranı %37,68 iken 2020'nin ilk çeyreğinde %30,94'tür. 2020 Mart ayında Türkiye'de otel doluluğu 2019'un aynı dönemine göre %55,2 oranında azaldı. Bu oran Mart 2019'da Türkiye'de gözlenmeye başladıktan sonra Covid-19 vakalarının %63,8'i (STR) oldu, salgın nedeniyle uygulanan seyahat yasakları, sınır geçişlerinin kapatılması gibi kısıtlamalar otel doluluğunun azalmasına neden oldu. 23 Nisan ve 19 Mayıs'ta uygulanan dört günlük sokağa çıkma yasağının yanı sıra Ramazan tatilleri ve 31 ilde uygulanan giriş / çıkış kısıtlamaları da iç turizmi olumsuz etkiledi. Aydın İli konaklama tesislerinin 2019 yılı toplam doluluk oranı %59,94'tür. Mayıs 2020'de Aydın İli genelinde konaklama tesislerinde doluluk oranı yüzde 1,10, Kuşadası'nda ise yüzde 5,46 olmuştur (Ayyıldız, 2020).

Pandemi öncesi dönemde 2019 senesinde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı %14,1 arttı. Geçen senenin aynı dönemine göre 45 milyon 58 bin olarak gerçekleşti. Yurt dışında yaşayan bu vatandaş sayısı 2019 senesinde ülkemize gelmiş olan toplamda turist sayısına eklendiğinde 51,7 milyon insana yükseldi. Bununla birlikte, salgının etkili olduğu 2020 senesinde bu rakamlar mühim ölçüde düştü (TURSAB, 2020)

Ocak-Ekim 2020 Ziyaretçi Verileri

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı arasındaki ilk on ayı kapsayan Ocak-Ekim 2020 döneminde 2019 senesinin aynı dönemine göre %72,5 düşüş yaşandı. Ocak-Ekim aylarında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 2019 dönemi 40,7 milyon olan bu sayı 2020'de 11,2 milyona düştü. Bu devirde en fazla ziyaretçi çeken devletler arasında ilk sırayı Rusya alırken, onu Almanya, Bulgaristan, Ukrayna ve İngiltere izledi (TURSAB, 2020: 18).

Tablo 2. Türkiye'ye En Çok Ziyaretçi Gönderen Ülkeler

OCAK - EKİM 2020 DÖNEMİNDE EN ÇOK ZİYARETÇİ GÖNDEREN İLK 5 ÜLKE	
Ülke	Gelen Ziyaretçi
Rusya Fed.	1.911.264
Almanya	1.037.293
Bulgaristan	997.470
Ukrayna	928.105
İngiltere	787.540

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı



İl Bazlı Gelen Ziyaretçi Sayıları

T.R. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verdiği verilere göre; İstanbul'da ticaretin ve turizmin kalbi konumundaki Türkiye'nin ekonomisi, kültürü, sanatı, tarihi, gastronomisi, 2019'da 12 milyon 690 bin 376 ziyaretçi ağır, 2020'de yüzde 67,3 düşüş gösterdi, 4 milyon 154 bin 21 ziyaretçi ziyaret etti. Deniz-güneş-kum turizmi denilince akla gelen Antalya, 2019 senesinde 14 milyon 135 bin 788 ziyaretçi sayısına ulaşarak 2020 yılında yüzde 78,1 düşüş göstererek 3 milyon 99 bin 687 ziyaretçiye ulaştı. Türkiye'nin en mühim turizm destinasyonlarından biri olan Muğla 2019'da 3 milyon 203 bin 258 ziyaretçi ağır bir yük olarak 2020 senesinde %79,1 düşüş göstererek 49 bin 668 ziyaretçi olarak gerçekleşti. Eski kültür destinasyonlarından biri olan İzmir, 2019 senesinde 1 milyon 150 bin 397 ziyaretçiye ulaşarak %75,7 düşüşle 280 bin 72 ziyaretçi sayısını azalttı (TURSAB, 2020).

Tablo 3. Büyük Şehirlerde Yabancı Ziyaretçi Sayıları

İstanbul, Antalya, Muğla Ve İzmir'e Ocak-Ekim Döneminde Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı Karşılaştırması				
ŞEHİR	YILLAR			% DEĞİŞİM ORANI
	2018	2019	2020	2020/2019
İSTANBUL	11 340 081	12 690 376	4 154 021	- 67,3
ANTALYA	12 008 939	14 135 788	3 099 687	- 78,1
MUĞLA	2 702 403	3 203 258	668 049	- 79,1
İZMİR	966 068	1 150 397	280 072	- 75,7

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2.4. Covid-19 ve Turizmde Yaşananlar

2.4.1. Bireylerin Tatil Anlayışlarındaki Farklılaşmalar

Covid-19, dünya çapında etkili ve hala geçerli olan bir salgındır. Bundan dolayı, böyle bir salgından sonra gezi davranışlarını değiştirmesi beklenen bireyler, pandeminin bir sonucu olarak mali refah, harcanabilir gelir, maliyetlerdeki değişiklikler, algılanan sağlık riskleri ve değişen tüketim fırsatları gibi bir takım faktörden etkilenir. (Gössling ve diğerleri, 2020: 14). Bireylerin seyahat davranışı üzerindeki etkisine ilişkin araştırmalar, insanların genellikle kısa süreli tatiller olarak planlanan tatilleri, salgın kontrol altına alındıktan altı ay veya daha uzun bir süre sonra yapmayı düşüneceklerini gösteriyor. Bunun yanı sıra insanların toplu taşıma yerine kişisel ulaşımı tercih ettikleri ve bu sürelerin seyahat kararı verirken bile çoğunlukla kısa olduğu gözlemlenmiştir (Li vd., 2020). Doğa turu türünün çok popüler olacağını ve bu süreçte güvenlik ve temizlik sağlayacağını bulmuşlardır. Tedbirler tamamen alınır. Çoğu katılımcının Covid-19 salgınından hemen sonra (0-6 ay içinde) ne zaman ve nereye seyahat edeceğini planladığını ortaya koyan yazarlar, sağlığın gelecekteki destinasyon seçimini etkileyen en mühim faktör olarak görülmesi gerektiğini de vurguladı. (Rola, 2020).

Bir kişiyi, güvenliğin birincil motivasyon olduğu bu tür seyahat davranışlarına ikna etmek çok zordur. Öte yandan, birtakım turistlerin kendi mali çıkarlarını desteklemek için yurtdışından ziyade kendi ülkelerinde bir destinasyona gitmeyi planladıkları, turistlerin aşırı kalabalık ve kitle turizmi destinasyonlarından kaçınmayı ve kalabilecekleri yerleri tercih ettikleri tespit edilmiştir. Daha sessiz ve kalabalıktan uzak (Zenker & Kock, 2020). Genel olarak sağlık sorunları sebebiyle uluslararası seyahatin riskli olarak algılanabileceği kabul edildiğinden, yakın gelecekte yabancı ziyaretçi sayısına ulaşamamakta ve insanlar için daha güvenli görülen iç turizm bütün ülkelere fayda sağlayabilmektedir (Rola, 2020).

Tatil anlayışını etkileyen en mühim değişkenlerden biri kaygı ve endişedir. Covid-19'un sebep olduğu travma, insanların anılarında hala çok taze olduğu ve belirsiz kaldığı için, insanların psikolojisi üzerinde derin bir etkiye sahip olabilir. Salgın sırasında ve sonrasında turizm için olası sonuçları araştıran ve seyahat davranışı üstündeki etkisine değinen araştırmacılar, sürecin hiç de iyi gitmeyeceği konusunda uyarıyorlar. Örneğin Nazneen ve diğerleri (2020), Covid-19'un



turistlerin hijyen ve güvenlik algılarını ve seyahat kararlarını büyük ölçüde etkilediğini ve turistler arasında endişeye sebep olduğunu buldu ve insanların önümüzdeki 12 ay içinde seyahat planlarını kısalttığını buldu. Menegaki (2020) tarafından yapılan benzer bir çalışma, seyahatin güvenli olduğu bilgisinin kabul edilmesi gerektiğini ve insanların tekrar seyahat edebilmesi için seyahat ürünleri satın almaya teşvik edilmesi gerektiğini vurguladı. Vizelerin kolaylaştırılmasındaki esneklik, turist vergilerinin kaldırılması, eylemin iptal edilmesi veya ertelenmesi, özellikle uluslararası turizm durumunda bu sürecin normalleşmesine katkıda bulunacaktır (Rol, 2020).

Pandemi sonrası tatil alışkanlıklarındaki farklılıklar, yalnızca turizmin türü ve yeri seçimi ile sınırlı kalmayacak, aynı zamanda doğa ve etik ile ilişkinin geçerli olduğu alanları da vurgulayacaktır. Çünkü birçok bilim insanı, mevcut salgının turistleri daha temkinli ve daha bilinçli olmaya sevk ettiğini varsayıyor. Bu manada Stankov ve diğerleri (2020), bu durumun uzun vadede kalıcı turist deneyimlerine dönüşebileceğini belirtmişlerdir. Örneğin, bu sektörde mühim bir yer tutan gastronomide turistik destinasyonların kural ve düzenlemelerinin daha fazla dikkate alınacağını ve bu nedenle kısmen etik olmayan yaban hayatı tüketimine atfedilebilecek viral salgınların önlenebileceğini bulmuşlardır. Benzer bir çalışmada Ying ve diğerleri (2020), vahşi ve egzotik hayvanların tüketiminin, gıda arzına derinden bağlı bir sektör olan turizmde rol oynamaya devam edeceğini ve bu yiyeceğin turistler, destinasyonlar için olumsuz sonuçları olabileceğini öne sürdüler ve yerel halk kuşkusuz bu durum insanların yakın gelecekte vahşi ve egzotik hayvanların üretim ve tüketimini tekrardan düşünmelerine ve bu konuya duyarlı olmayan yerlere seyahat etmekten çekinmelerine sebep olacaktır (Rol, 2020).

2.4.2. COVID-19 Salgını Ve Otel İşletmelerinin Pazarlama Stratejileri

Konaklama firmalarının pazarlama stratejilerinin yanında kendi stratejilerini de geliştirmeleri gerekmektedir. Bunu yaparken dikkate alınması gereken birkaç şey vardır. Bunlar; piyasa rekabet ortamına odaklanarak stratejiler geliştirmek, piyasadaki olası değişikliklere hazırlanmak, çevresel faktörlere uyum sağlamak ve değişen tüketici tercihleri doğrultusunda ürün ve hizmet sunmaktır (Dasgupta, 2011). Otel işletmesi pazarlama stratejisinin temeli, misafir memnuniyeti ve sadakatidir. Bunun için misafirlerle etkin iletişim ve ilişki pazarlamasına odaklanmak önemlidir. Ayrıca günümüzde sosyal medya konaklama işletmelerinin hedef kitlesine ve misafirlerine ulaşmada oldukça etkilidir. Oteller; sosyal medya araçlarını kullanarak kolayca reklam, promosyon, halkla ilişkiler vb. işlemlerini gerçekleştirebilirler (Ayyıldız, 2020).

Tüm dünyayı etkileyen COVID-19 salgını, bireyleri ve şirketleri birçok soruna karşı daha bilinçli ve duyarlı olmaya teşvik etti. Türkiye'de faaliyet gösteren otel firmaları için 21 Nisan 2020 tarihinde Sağlık Bakanlığınca alınan kararlar doğrultusunda T.C. enfeksiyon önleme ve kontrolünün temel ilkelerinin uygulanmasını tavsiye etti. Bu ilkeler; "genel temizlik kuralları", "konaklama tesislerinde konaklayanlar arasında COVID-19 hastalığı ile uyumlu şikâyetleri (ateşe eşlik eden öksürük veya solunum sıkıntısı) olan kişiler olması durumunda edilecekler" ve "otel personellerine eğitim verilecek hususlar" biçimde 3 başlık içerisinde toplam 20 maddeden meydana gelmektedir (Eryılmaz, 2020).

İçişleri ve Dışişleri Bakanlığı tarafından tüm sektör paydaşlarının katkı ve işbirliğiyle hazırlanan Turizm, Sağlık ve Ulaştırma Bakanlığı Kültür ve Yönetimi Kültür ve Yönetimi'nin dünyada da ilk örneklerinden biri Tüm Türk vatandaşları için Türkiye'de geçirilecek bakanlık tatilleri ve yabancı ziyaretçilerin taşınması için konaklama, tesis personelinin yolcu sağlığına kadar alınması gereken önlemleri içerir. Ölçütler arasında değerlendirme formundaki başlıklar; Otellerin yapması gereken zorunlu uygulamalar, misafirlerin otele girişleri ile ilgili uygulamalar, personel ile ilgili alınacak tedbir ve uygulamalar, halka açık yerlerde (yatak odaları, mutfaklar, restoranlar, yüzme havuzları ve plajlar, fitness-spa odaları) düzenlemeler, animasyon odaları, mini kulüp tarzında düzenler bulunmaktadır (Ayyıldız, 2020).

Güvenli Turizm Belgesine sahip işletmeler Kültür ve Turizm Bakanlığı internet sitesinde duyurulmaktadır. Güvenli Turizm Sertifikası logosu, sertifikayı alan firmaların tüm ziyaretçilerinin ve çalışanlarının görebileceği yerlerde sergilenir ve misafirlerin belge üzerindeki QR kodunu okuyarak tesis incelemesinden tüm bilgilere ulaşmasını sağlar. Böylelikle otel



firmaları misafirlerinde güven ortamı yaratabilir ve belgeyi satış ve pazarlama faaliyetlerinde kullanabilirler (Ayyıldız, 2020).

2.5. Turizmi Yeniden Yapılandırma Fırsatı

Turizm politikacıları ve iş adamları küresel salgının yol açtığı hasarla boğuşuyor, ancak aynı zamanda turizmin neye benzeyeceğini ve önümüzdeki yıllarda nerede gelişeceğini tam olarak hesaplıyor. Bu anlamda turizmi bulan pek çok araştırmacı, pandemi sonrası turizmi yeniden yapılandırmayı düşünme fırsatı bulmuştur, mevcut halin, turizmin hem arz hem de talep tarafında uygulayacağı baskının uzun seneler devam edeceğini belirtmiştir. Bu etkiler uzun vadeli olacaktır (Brouder, 2020). Çünkü bu konuda yapılan araştırmalar mevcut turizm krizinin önceki krizlerden çok daha büyük olduğunu ve fırsatlar da sunduğunu gösteriyor. Örneğin, Everingham ve Chassagne (2020), Covid-19'un sınırların kapanması ve karantina politikaları, işsizlik ve sağlık endişeleri nedeniyle turizmi ciddi şekilde etkilediğini ve diğer yandan ileriye dönük olduğunu göstermektedir. Yazarlara göre iyi yaşam ilkesiyle desteklenen yavaş turizm ve benzeri uygulamalar, kitle tüketim paradigmasına alternatif ekonomik ve turizm uygulamaları olarak görülebilir. Aynı şekilde Romagosa (2020) araştırmasında, doğal ve kültürel mirasa dayalı ürünler sunan ve insanları aşırı nüfustan koruyan turizm türlerinin turistlere yüksek kaliteli bir deneyim sunabileceğini ve krizden etkili bir çıkış yolu olabileceğini bulmuştur. Yazarlar ayrıca turizm talebinin çoğunun yoğunlaştığı ve turizmin canlanmasında aktif rol oynayacağı gelişmiş ülkelerdeki durumun gelişmekte olan ülkelere göre daha umut verici olduğunu öne sürüyorlar (Rol, 2020).

Prideaux vd. (2020) Turizm endüstrisinin, eski normları geri kazanmak için stratejiler benimsemek yerine geleceğe ve gelecekteki değişikliklere nasıl adapte olacağına odaklanması önerilmektedir. Örneğin, küresel turizm endüstrisinin gelecekte iklim değişikliğinin sebep olacağı doğal, sosyal ve mali değişikliklere uyum sağlamak zorunda kalacağını hatırlıyorlar. Yazarlar, Covid-19'dan önce birçok hükümetin küresel bir pandemi olasılığını kabul ettiğini, ancak gelecekteki böyle bir olayla başa çıkmak için araştırmaları finanse etmek ve tıbbi kaynakları bir araya getirmek için gerekli adımları atmadığını belirterek, aynı şekilde birçok hükümetin de yinediğini söyledi. İklim değişikliği tehdidi, ancak çoğunun kararlı bir şekilde tepki gösterme ve sorunu ele alma konusunda isteksiz olduğunu vurguluyorlar. Ek olarak, yazarlar Covid-19'u ele almanın iklim değişikliğiyle kararlı bir şekilde mücadele etmek için motivasyon sağlayacağı sonucuna vardı. Crossley (2020), Covid-19 krizi ve iklim değişikliği sorunlarını ortaklaşa ele alan çalışmasında, dünyanın insan müdahalesi olmadan kendini iyileştirebileceği fikrinin milyonlarca kişi tarafından kabul edildiğini ve olumlu bir algı oluşturduğunu belirtti. Yazar, bu küresel umudu dünyayı gerçekten iyileştirecek şekilde kullanarak turizmin geleceği için şimdi iyi bir proje yapılması gerektiğini belirtti.

Turizm algısı ve anlayışının daha adil ve hakkaniyetli bir yaklaşıma dönüştürülmesi gerektiğini vurgulayan araştırmacılar, turizm coğrafyasında kitlesel büyüme gerekliliği, tüketim örüntüsüne ve kapitalist yaklaşıma meydan okumayı ve daha sürdürülebilir büyümeyi destekleyecek yöntemleri desteklemeyi önermektedir (Benjamin ve ark. ., 2020; Nepal, 2020). Loannides ve Gyimóthy (2020), krizin yöneticilere daha sürdürülebilir bir turizm endüstrisine geçiş tasarlama fırsatı sunduğunu belirterek, turizm eğitimcilerinin geleceğin endüstri liderleri için müfredatı yeniden tasarlayarak öncelikleri görebileceğini vurgulamışlardır. Daha sorumlu bir turizm endüstrisi için hazırlanmak gerekmektedir. Gosling vd. (2020), Covid-19 pandemisinin küresel turizm endüstrisini Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri karşısında inceleme fırsatı sunduğunu ancak büyük krizler nedeniyle sektörün pandemi bitmez toparlanması gerektiğini tespit etmiştir. Turizmi daha mali, daha adil, daha sosyal ve sürdürülebilir hale getirmenin Covid-19'dan sonra tüm paydaşlara bağlı olacağı görüşünü savunan Niewiadomski (2020) tarafından yapılan bir çalışmada, bu salgın küreselleşmeyi etkili bir şekilde durdurabilecek hatta tersine çevirebilecek ilk büyük güçtür ve uzay-zaman baskısı, ayrıca bütün seyahat ve turizm endüstrisini askıya aldığından bahsetti. Yazara göre, dünyanın ödediği bedel muazzam olsa da, salgın nedeniyle küreselleşmenin gerileme süreçleri, turizm endüstrisinin sürdürülebilir kalkınma ilkelerine göre yeniden yapılması için eşsiz bir fırsat yaratıyor.



Turizm bağlamında Covid-19 salgını üzerine yapılan araştırmalardaki bir diğer ortak nokta, yerel toplulukların salgın öncesi sırf turizm hareketliliğinden olması gerektiği kadar yararlanamamış olmasıdır. Örneğin Cheer (2020), pandemi sonrası bir senaryoda, turizmin ev sahibi topluluklar üzerindeki fiili etkisinin değerlendirilmesi ve orantılı bir geçiş yapılması gerektiğine işaret etmektedir. Benzer düşünceleri olan Desbiolles (2020), turizmi yerel halkın çıkarları ve hakları doğrultusunda tekrardan tanımlanmış olan toplum odaklı bir turizm çerçevesine duyulan ihtiyaca işaret etmektedir. Yazarlar ayrıca bu yaklaşımın, turizmi kamu yararına güncelleyerek dünyanın sosyal ve ekolojik sınırlarına karşı daha sorumlu olmak için gerekli olduğunu söylüyorlar. Tremblay-Huet (2020), pandeminin uluslararası hareketlilik algılarını değiştirdiğini ve eğlence amaçlı olmayan destinasyonların ev sahibi topluluklara fayda sağlayacağını savunarak, ev sahibi toplulukların fiziksel, zihinsel ve sosyal sağlığına öncelik vermeden, Turizm hareketliliğini sağlamak olduğu sonucuna varmaktadır. Bu amaçla yazar, salgın sonrası turizm arzının geliştirilmesinde yerel halkın karar verme sürecine dahil edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Aynı şekilde Renaud (2020), yerel paydaşların toplulukları için neyin daha iyi olduğuna karar verebilmeleri gerektiğini savunuyor ve Covid-19 nedeniyle kruvaziyer turizminin kapatılmasının 2021'de yeniden başlayabileceğini ve sektörün geleceğinin iyileşeceğini öne sürüyor. Yazarlar, destinasyonların, güç dengesini avantaja çevirmek ve yerel hareketliliği desteklemek için endüstrinin küresel hareketliliğe olan güveninden yararlanmaları gerektiğini savunuyorlar (Rol, 2020).

2.6. Turizm Endüstrisinde Artan Teknoloji ve İnovasyon Uygulamaları

Diğer birçok kuruluş gibi, seyahat endüstrisinde de günlük hayatı kolaylaştıran yeni teknolojiler giderek yaygınlaşıyor. Özellikle son yıllarda hayatımızın birçok alanında yapay zeka ve robotiğin öncü uygulamaları ortaya çıkmıştır. Bu iki uygulama, içinde bulunduğumuz pandemi sürecinde sıklıkla kullanıldı ve Covid-19'un yayılmasını önlemede oldukça başarılı sonuçlar aldı. Özellikle son yıllarda hastanelerde, havaalanlarında, ulaşım sistemlerinde, eğlence alanlarında, otellerde ve restoranlarda yapay zeka ve robotik kullanımı giderek artmaktadır. Dolayısıyla geçmişte işsizlik ve veri gizliliği konusundaki endişeler nedeniyle tartışmalı olan bu iki teknolojik yeniliğin, Covid-19 salgını sonrası seyahat ve turizm alanında daha popüler hale geleceği anlaşılmaktadır (Zeng vd., 2020). Bu uygulamaların sadece salgın hastalıkların yayılmasını kontrol etmede değil, aynı zamanda turizm faaliyetlerinin başlamasını kontrol etmede de önemli bir rol oynayabileceğinden şüphe yoktur (Strielkowski, 2020). Zorluklara rağmen pandemi turizminin kontrollü bir şekilde başlatılması ve yönetilmesi gerekiyor. Aksi takdirde, sınırı kapatmak, uzun vadede salgınla savaşmak için iyi bir yol değildir. Bunun yerine, bir sonraki ekonomik krizin sonuçlarının pandeminin tüm olumsuz etkilerinden çok daha kötü olabileceğini görmeli ve anlamalıyız (Rol, 2020).

Türkiye'yi elli milyondan fazla turist ziyaret etti, özellikle son yıllarda teknoloji kullanımını giderek daha fazla teşvik eden ülkelerden biri. Bildiğiniz gibi 1 Haziran'dan itibaren müzelerin koronavirüse karşı tüm tedbirleri alacağı ve ziyaretçi kabul edileceği açıklandı. Ziyaretçilerin gişeyi ziyaret etmek zorunda kalmadan barkod ile giriş yapabileceklerini duyuran Kültür ve Turizm Bakanlığı, e-bilet ve müze kartlarını QR kodlu online olarak satın alabileceklerini, ayrıca bilet ve elektronik çekleri özel temasa geçmeden alabileceklerini duyurdu. Terminaller ve Müzelerin Sesi uygulamasını kullanarak ziyaretçilerin cep telefonlarında sesli rehberleri kullanabilirsiniz. Aynı şekilde temassız sıcaklık ölçüm cihazları, temassız POS makineleri, halka açık yerlerde temassız açılabilen kapıların kullanılması gibi teknolojik uygulamalar, konaklama, yeme-içme gibi turizm hizmeti sunan işletmelere salgın hastalıkların yayılmasını önleyecek, turistleri de buraları kullanmaya teşvik edecektir (Rola, 2020).

2.7. Turizm İşletmelerinde Yaşanan Değişimler

Aslan (2020), Covid-19'a neden olan virüsün damlacık saçılması ve temas yoluyla bulaştığını belirleyerek, virüs bulaşmasının iki önemli parametresinden ilkinin temas süresi, ikincisinin ise nem olduğunu belirtti. Ayrıca çalışma, virüsün normal şartlar altında geçmesi için geçen 10 saniyenin, yüzeylerden birinin ıslak olması durumunda 5 saniyeye, her iki yüzeyin de



ıslak olması durumunda yaklaşık 3 saniyeye düştüğünü bildiriyor. Bu bilgilerden hareketle insan etkileşiminin yüksek olduğu ve genel olarak nemin yüksek olduğu yerlerde turizm faaliyetlerinin riskli olduğu iyi bilinmektedir. Bu nedenle turizm faaliyetlerinin güvenli bir şekilde devam ettirilmesi için gerekli tüm önlemler alınmalıdır. Tur şirketleri, tesislerinde bulunan tüm açık ve kapalı alanların kullanımını misafirlerinin ve çalışanlarının güvenliğini sağlayacak şekilde yeniden düzenlemelidir. Personel fiziksel mesafe kurallarına göre sınırlandırılmalı, rutin hijyen ve temizlik düzenli olarak yapılmalı, personel hastalık ve hijyen konusunda bilgilendirilmeli ve misafirlere gerekli kişisel önlemler alınmalıdır. Çünkü şirketler, Covid-19 sonrası turistlerin sağlık, hijyen, sosyal mesafe gibi konularda daha duyarlı olabileceğini unutmamalıdır. Dolayısıyla turistlerin bu duyarlılığı eylemlerine de yansıtacak ve işletmelerinin bu yeni süreç hazır olması beklenmektedir (İbiş, 2020). Bu anlamda tüm seyahat şirketlerinin bu süreci etkin bir şekilde hazırlaması ve yönetmesi için bir genelge hazırlanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın "Konaklama Sanayinde Standart Proses Kontrolü" ve "Yemek Tesislerinde Standart Proses Kontrolü" konulu genelgesinde, seyahat ve turizm faaliyetlerinin güvenliğini sağlamak için çeşitli paketlerde bir takım önlem paketleri anlatılıyor (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020c). Konaklama ve yemek işletmelerinin (18) uyması gereken genel ilkeler tüm turizm işletmeleri için geçerlidir (Rol, 2020).

Covid-19 sadece turizm işletmelerinde değil, aynı zamanda konaklama sektörünün diğer bölümlerinde de olumsuz sonuçlar doğurdu. Örneğin, konaklama endüstrisindeki paylaşım ekonomisinin önde gelen örneklerinden biri olan Airbnb, Mayıs ayında yaklaşık 1.900 çalışanın veya şirketteki tüm çalışanların %25'inin işten çıkarılacağını duyurdu (AIRBNB, 2020). Bu sebeple, yeni tip koronavirüs salgını ve sonrası, konut seçenekleri talebinin tam olarak karşılanamayacağı ve salgın yatışsa bile eskisinden daha düşük kalacağıdır. Kuşkusuz bunun başlıca sebepleri, güvenlik sebebiyle seyahat iptalleri, insanların görece güvende hissettikleri diğer konaklama seçeneklerine yönelmeleri ve insan etkileşiminin yoğun olduğu paylaşım mali yönden uzak durmayı tercih etmeleri olarak gösterilebilir.

2.8. Turizmde Kriz ve Kriz Yönetimi

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2019 verilerine göre turizm, toplam küresel ihracatın %7'sini, toplam hizmet ihracatının %29'unu, toplam GSYİH'nın %10,3'ünü ve 330 milyon işletmenin toplam istihdamını oluşturmaktadır. Turizm, birçok ülkenin döviz kazandırıcı kalemlerinden biridir ve özellikle gelişmekte olan ülke ekonomilerinde cari açıkların giderilmesinde önemli rol oynamaktadır. Turizm sektörü hızlı bir yükseliş trendi sergilemeye devam ederken yapısı hassastır. Çünkü turizm faaliyetlerine olan talep herhangi bir nedenle azalır, temel ürünler, hizmetler stoklanamaz. İnsanların seyahat kararları verirken ve destinasyon seçerken bu yerlerin güvenliğine odaklandıkları bilinmektedir (Durgut vd, 2017). Kendi ülkelerindeki veya başka bir ülkedeki destinasyonlara seyahat etmeyi planlayan gezginler, karar verme sürecinde sağlıkları veya güvenlikleri için en küçük risk faktörlerini bile hesaba katar. Ve tatilde olsa bile kararından vazgeçebilir veya bir kriz durumunda başka bir bölgeye taşınabilir. Turizmin varlığı ve sürdürülebilir gelişimi güvenlik ve çevrenin korunmasına bağlıdır (Köşker, 2017; Wu ve Hyashi, 2014). Bu nedenle turizm, doğal afetler, salgın hastalıklar, terör olayları, sokak olayları, iç çatışmalar, siyasi gerilimler, ekonomik ve sosyal krizler gibi kaotik durumlardan en çok etkilenen sektörlerden biridir (Rol, 2020). Bu nedenle krizlerin turizm dahil tüm ticari faaliyetlerin bir parçası olduğu söylenebilir. Fakat turizm, krizlerden en çok etkilenen sektörlerden biridir.

Krizler (felaketler) pek çok biçimde olabilir; Yukarıda belirtildiği gibi doğal afetler neticesinde veya insan kaynaklı veya teknik hatalardan kaynaklanan afetler olarak ortaya çıkabilirler. Dolayısıyla tüm bu felaketler turistlerin gidecekleri yerlerden uzaklaşmalarına sebep olabilir. Öte yandan, felaketler ve salgın hastalıklar, savaş, terörizm ve siyasi istikrarsızlık gibi olumsuz olaylar tatil planlayan turistler üstünde çok daha büyük etkiye sahiptir. Bu olumsuz etkenler turistlerin kararlarını yalnızca kriz zamanlarında değil, sonrasında da etkilemektedir



(Cavlek 2002: 479). Bu sebeple günümüzde birçok turist çevreye veya riskli olduğu düşünülen bölgelere gitme hususunda isteksizdir (Cavlek, 2002).

Bu manada Covid-19'un etkisinin ve olası neticelerinin iyi yönetilmesi gerekliliği yaygın olarak kabul görülmektedir. Çünkü konuyla ilgili önceki araştırmalar, kriz yönetiminin ne kadar kritik olduğunu göstermek açısından önemlidir. Glaesser'e (2006) göre kriz yönetimi, bir krizi önlemek ve bunlarla başa çıkmak için planlanan ve uygulanan stratejiler, süreçler ve önlemler olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle kriz yönetimi, kriz durumlarını ve etkilerini ortadan kaldırmak için planlı, sistematik ve akılcı bir biçimde yürütülen faaliyetler tamamıdır (Temelli ve Yaşlı, 2017). Kuşkusuz, destinasyondaki turizm faaliyetlerine dahil olan çok sayıda doğrudan veya dolaylı paydaş nedeniyle, bir destinasyondaki kriz yönetimi diğer organizasyonlara göre farklı ve daha zor olabilir (Çeti ve Ünlüöner, 2019). Yani en kötü acil durum planı, hiç plan yapmaktan çok daha iyidir. İyi bir kriz yönetim planı, kriz yönetiminin amaç ve hedeflerini açıkça tanımlamalı, mevcut ve potansiyel tehditleri analiz edebilmeli ve tam turizm karı elde etmek için durum yönetimi stratejileri geliştirmelidir. Ancak unutulmamalıdır ki bir kriz yönetimi planının maliyeti, planlanmamış bir kriz yönetimi uygulamasının maliyetini geçmemelidir (Sönmez ve Backman, 1992).

Ancak kriz ortamlarında bir kaos ve kaos hali olduğu için, bir krizi yönetmek için zaman zaman rutin yönetim alışkanlıklarının ötesine geçmek gerekebilir. Çünkü kriz yönetiminin temel amacı, krizi başarıya çevirmektir. Planlama sürecinde, önceden neyi, nasıl, ne zaman ve kim tarafından, hangi durumlarda, kriz çözme ve önleme konusunda genel bir yaklaşım benimsenir. Tunçer'e (2012: 477) göre, kriz çözme yaklaşımının ana unsurları, bir krizi öngörmek ve sorunu çözmek için zamanında önlem almaktır. Bunun için kriz sinyallerini algılayabilen erken uyarı sistemleri geliştirilmelidir. Durumu doğru bir şekilde değerlendirmek ve krize sebep olan faktörleri teşhis etmek önemlidir. Bu yaklaşımda bilgi toplama süreci sürekli ve sistematik olmalıdır. İkinci olarak, krizden kaçma yaklaşımı, öncelikli olarak yaşamın sürekliliğini varsaymakta ve olumsuz duyguları hafifletme stratejilerini bulundurmaktadır (Aksu, 2010: 64; Tuz, 2014).

Kriz yönetimi süreci, yalnızca kriz sırasında değil, kriz öncesi ve sonrasında yapılması gerekenleri de kapsadığından kriz öncesi, kriz ve kriz sonrası olarak ele alınır. Krizden sonra, kriz yönetimi daha zor ve çok daha maliyetli bir süreçtir. Bu nedenle kriz öncesinde olası kriz dönemlerini zarar görmeden atlatmak için yapılacaklar listesinin başında yer almıştır. Kriz durumları için en etkili stratejiler kriz sonrası tedavi uygulamaları değil, önceden planlanan ve krize karşı koruma sağlayan tedbirlerdir (Temelli ve Yaşlı, 2017). Kriz zamanlarında, yöneticiler ve çalışanlar üzerinde aşırı baskı ve stres vardır. Bu gerilim, yönetimin karar verme sürecinde dikkat dağınıklığı ve çarpıklıklara neden olurken, ne yapılacağını bilmeden yapılan kararsızlık da hatalara neden olur. Bu nedenle, kriz zamanlarında personeli yönetmek ve yönetmek normal zamanlara göre daha zordur. Kriz durumunda yapılacak ilk şey sorunu tespit etmek, bilgi akışını iyi yönetmek ve bir iletişim stratejisi hazırlamaktır (Tuz, 2014:). Kriz sonrası dönemde kriz sırasında yaşanan her şey objektif bir bakış açısıyla değerlendirilmelidir. Bir krizden sonra, normale dönmeye çalışırken, krizin işletmeye maliyetini düşünün. Süreçten finansal olarak etkilenen bir şirket, küçülme, faaliyet alanını değiştirme veya varlığını sürdürmek için yeni ortaklıklara girme gibi yeni hedefler peşinde koşma eğiliminde olabilir (Yılmaz, 2004).

Mair vd. (2016), turistik destinasyonlarda kriz sonrası yeniden yapılanma stratejilerini, iletişimin önemini, medyanın rolünü, pazarlama stratejilerini, turizm endüstrisinde afete hazırlıklı olmayı, destinasyonun imajının ve itibarının tahrip edilmesini inceledikleri bir literatür çalışmasında ve iyi kriz yönetimi literatüründe dikkate alınması gereken turist davranışında beklenen değişiklik, bunların ana konular olduğunu ortaya koymaktadır. Yazarlara göre bütünelaket riskleri farklı anlamlarda, farklı ölçekte, farklı aktörlerle ve farklı sonuçlarla gerçekleşiyor. Bu durumda, kriz yönetimi planlaması kapsamlı olmalıdır çünkü belli bir meselenin kesin şartları tam olarak tahmin edilemez.



2.9. COVID-19 Kapsamında Türkiye Turizm Endüstrisinde Alınan Önlemler

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı 12 Mayıs 2020 Yayınlanan genelge ile halkın endüstrisinden sürekli çekilme tarihi, güvenli bir biçimde seyahat etmek ve tatilleri geçirmek için bir takım tedbirler almıştır (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019) .

Sağlık Bakanlığının önerisi ile otellerde alınacak önlemler şu şekilde özetlenebilir;

Detbirler'in bir parçası olarak; misafirlerin girişte sosyal mesafe hakkında bilgilendirilmesi, lobide gerekli dezenfektanların bulundurulması, ödemelerde mümkün olduğunca temassız ödeme yapılması, tekrarlayan malzemelerin (oda kartı, havlu kartı, resepsiyon zili vb.) gerekli dezenfeksiyonunun yapılması ve sürdürülmesi her misafirden sonra iyi bir dezenfeksiyon, odaların sık sık havalandırılması, havalandırma işlemi bitmeden odaların diğer müşterilerin kullanımına açılmaması ve genel olarak odalarda tek kullanımlık malzeme seçimi ve ürünlerin kapalı ortamda tutulması (kontrol, ısıtıcı vb.) kriterlerden bazılarıdır. (Dündar, Silik, Ilgaz, 2020: 3780).

Şu şekilde sıralanabilir: (Kılıç, 2020: 260).

- Oteldeki misafirlerin son 14 gündeki seyahat planlarını ve içeriklerini kaydediniz.
- Oda günlük olarak havalandırılmalıdır.
- Oda temizliğinden sorumlu personel eldiven giymelidir. Odayı her temizlediğinizde eldivenlerinizi değiştirin.
- Odadaki cam, kapı ve telefon temizliği 1:100 çamaşır suyu veya klor tableti ile sulandırılmalıdır.
- Müşterilerin kullandığı kumaşlar, havlular ve tekstiller 60-90 santigrat derecede çamaşır makinesinde deterjanla yıkanmalıdır.

Sağlık Bakanlığının önerisi ile restoranlarda alınacak önlemler şu şekilde özetlenebilir;

- Masalar arasındaki mesafe (her iki masanın sandalyeleri dışarı çekilir) 1 metreden az olmamalıdır.
- Her yıkamadan sonra en az bir saat havalandırınız.
- Su ve deterjan ile genel temizlik yeterlidir.
- Serviste kullanılan malzemeler yıkandıktan sonra kullanılıncaya kadar kapalı ortamda saklanmalıdır.
- Çalışanlar işyeri, kişisel ve gıda hijyeni standartlarına uymalıdır (Kılıç, 2020).

Bu anlamda ülkemizde Covid-19 krizinden etkilenen turizm kuruluşları ve personellerine destek vermekniyetle aşağıdaki gibi birtakımtedbirleri alınmıştır (Erol, 2020).

- Ön rezervasyonlarda banka kredisi kullanılmaktadır.
- Bakanlık onaylı seyahat acenteleri 30 Nisan 2020 tarihine kadar iş yeri açmadan online olarak çalışabilecek.
- Kamu arazisi üzerinde bulunan turistik tesislerin borcu 6 ay ertelenmiştir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli gününbirlik gezi tekneleri faaliyete son vermiştir.
- Nisan, Mayıs ve Haziran 2020 otel kiralamalarında irtifak ve gelir paylaşımı ücretleri ertelenmiştir.
- Krizden etkilenen 1.000 ila 3 milyon TL arasında ödeme yapılmıştır.

Konaklama şirketleri, COVID-19 ve hijyen uygulamaları hakkında bir protokol hazırlamalı ve uygulama sırasında ortaya çıkan ve ortaya çıkabilecek sorunları belirlemelidir. Turizm sektörü yapısı gereği insan merkezli bir yapıya sahiptir. Firmaya gelen bir iş çalışanı veya ziyaretçinin COVID-19 bulaşması durumunda ne yapılması gerektiğinin belirlenmesi ve personelin bu konuda eğitilmesi gerekmektedir (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019). Konaklama hizmeti veren tüm firmaların sosyal mesafe bazında misafir alması beklenmektedir. Sosyal mesafe sadece 1,5 metre arayla tatilde kalan misafirlerle değil, aynı zamanda kasayı düzenli



bakım ve sterilizasyon için en az bir gün boş bırakıp sonra başka bir misafire teslim etmekle ilgilidir (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019). Konaklama yerinde yapılan ödemelerin misafirle iletişime geçmeden kabul edilmesi önemlidir. COVID-19 ile birlikte bankalar, insanların para harcarken kendileriyle iletişime geçmelerini önlemek için kredi kartlarında kullanabilecekleri temassız işlemler için günlük limiti artırdı. Bu sayede misafirler, POS cihazlarına, paraya ve kişilere dokunmadan uzaktan ödeme yapma imkanına sahip olacak ve bu sayede çalışanlar ve ziyaretçiler arasındaki fiziksel temas minimumda tutularak çalışanların ve ziyaretçilerin güvenliği sağlanabilir.

Tesis girişlerinde misafirlerin ateşinin ölçülebilmesi için personel tarafından termal görüntüleme kamerası veya temassız termometreler kullanılarak rapor verilmesi gerekmektedir. Ateş, COVID19 salgınının en yaygın sonuçlarından biri olduğu için, misafirlerde yüksek ateş tespit edildiğinde konaklama tesislerinin personelini ve diğer misafirlerini korumak için alınacak en mühim önlemlerden biri olarak görülüyor.

Konaklama tesisine gelen misafirlerin COVID-19 taşıyıcısı olmaları ve kuluçkaya yatıyor olmaları ve virüsün solunum veya temas yoluyla yayılabileceği göz önüne alındığında, eldiven, maske ve dezenfektan gibi eşyaları hazır bulundurmalsınız. Konuklara konaklama tesislerinin girişinde COVID-19 olup olmadığı, hangi kronik hastalıkları olduğu, işletmenin bulunduğu yer veya bölgeye gelmeden önceki son 14 günü nerede geçirdiği bildirilmelidir. Ziyaretçinin bir şirkette hastalanması durumunda, ziyaretçinin geçmişini sağlık tesisine iletmek daha hızlı müdahale için kritik öneme sahiptir. Ayrıca bir ziyaretçinin son 14 günü geçirdiği bölgede virüse yakalandığı tespit edilirse, temas ettikleri kişiler karantinaya alınarak virüsün daha fazla yayılması engel olacaktır.

Resepsiyon alanı, lobi, asansörler, açık oturma, yemek ve dinlenme alanları, havuz alanı ve şezlonglar dahil tesis içindeki tüm alanlar, sosyal mesafeyi korumak için önlemler almalı ve yerinde veya yazılı olarak bilgilendirilmelidir. Konuklar, belirlenen alanların dışına kabul edilmemelidir. Sosyal uzaklık ilkesine uyulmaması, şirketin tamamen karantinaya alınmasına yol açabilecek tehlikeli bir süreçtir. Bu nedenle, özellikle ortak alanda yakın teması önlemek için işaretler önemlidir.

Konaklama tesislerindeki çocuk alanları (oyun odası, yatak odası, park) güvenli değildir. Yaşları ve doğası gereği çocuklar sosyal mesafeyi koruyamazlar. Oyuncakları paylaşmak, aynı alanlara dokunmak ve oyun oynarken aynı havayı solumak virüsü hızla yayacaktır.

Misafirlere verilecek plaj havluları, personelin diğer misafirlerle temasını önlemek için sarılı poşet içerisinde sunulacak, spor salonu gibi alanların kullanıma açılması halinde rezervasyon sistemi uygulanacak ve misafirlere verilen kurallara göre sterilize edilecektir. sosyal mesafe ilkesi. Aynı zamanda bu ünitelerde dezenfekte edici malzeme bulunacaktır. Rezervasyon sistemi sayesinde misafir odalarının kullanımı engellenecek ve sosyal mesafe sağlanacaktır. Bu alanlarda kullanılacak şampuan ve duş jeli gibi malzemeler, teması önlemek için şahsen tek kullanımlık olarak başlanacaktır (Yenişehirlioğlu & Salha, 2019). Bakanlık tarafından yayınlanan bir genelgenin parçası olarak fiziksel uygulamalar da gereklidir. Konaklama işletmelerinde yemek işletmelerinde masalar arası mesafe 1,5 metre, sandalyeler 60 cm olmalıdır. Açık büfe tesislerinde, misafirlerin yiyeceklerle doğrudan temasını önlemek için pleksiglas adı verilen koruyucu bir bariyer kullanılacaktır. Böylelikle misafir aşçıya açık büfeden ne istediğini gösterecek ve dilediği gibi servis yapacaktır. Bu açık büfe uygulamasında misafirlerle direkt teması engelleyecek, misafirlerimiz büfe içerisinde kullanılan maşa ile virüsün yayılmasını önleyecektir.

COVID-19 salgınının temas yoluyla bulaşmasının en yaygın bulaşma faktörlerinden biri olduğu bilindiğinden, halka açık yerlerde yaygın kullanım için su sebilleri, çay ve kahve makineleri kaldırılacak ve bu ürünlere personel tarafından servis verilecektir. Masalar, sandalyeler ve yönetim kitleri her misafir kullanımından sonra sterilize edilir ve ortak kullanım öğelerini sınırlandırmak için şeker, tuz ve baharatların mümkün olduğunca tek tek kullanılması önerilir.



Konuklara dezenfektan maddeler ve sıcaklık ölçüm cihazları temin edilerek çalışanların düzenli sağlık muayenelerinin yapılması gerekmektedir. Personele ayrılmış konaklama ve mola odaları da sosyal mesafe kurallarına göre düzenlenmelidir. Yer işaretlerini, şeritleri ve bariyerleri kullanırken dikkatli olun. Personelin hastalığı, konaklama ve ortak alanların kullanımından dolayı diğer çalışanlara ve ziyaretçilere bulaşma riskini taşır. Bu nedenle firma, ziyaretçi ve personel ayrımı yapmadan alınacak tedbirleri almalıdır.

Özellikle odalarda ve genel alanlarda kullanılan ısıtma veya soğutma sistemlerinin filtreleri düzenli olarak muhafaza edilmeli ve sterilize edilmelidir. Klimaların ortam ısısını kullanarak çalışması, COVID19 salgınının konaklama tesislerinde en hızlı şekilde yayılmasına neden olan faktörlerden biridir. Odayı kullanan son konuğun COVID-19 taşıyıcı olması durumunda, odadaki klima hava kullandığı için sonraki konuğun hastalanma olasılığı vardır. Mutfağın kontrolünü sağlamak için bu alana aşçı ve bulaşıkçılardan başka kimse girmemelidir. Bulaşık makineleri düzenli olarak dezenfekte edilmelidir. Standart mutfak hijyen kurallarına kesinlikle uyulmalıdır (Yenişehirlioğlu, Salha, 2019).

2.9.1. Finansmana Erişim Kolaylıkları

Salgın sırasında, birçok kuruluş ve işletme, işten çıkarak gelir elde edememeleri nedeniyle nakit sıkıntısı ile karşı karşıya kaldı. Bu nedenle, harcamalarını karşılamak için finansman ihtiyacı ciddi şekilde ortaya çıkmıştır: İşletme ve kuruluşların mali ihtiyaçlarını karşılamak için aşağıdaki şartların yerine getirilmesi gerekmektedir;

1. Salgın devrinde veya sonrasında mevcut temeli sürdürmek için fon tahsisi,
2. Krediler üstünden kazanılan vergilerin düşürülmesi ile maliyetin düşürülmesi,
3. Kredi faiz miktarlarının azaltılması ve yeni krediler için az faiz yapılması,
4. Kredi imkanlarının hafif hale getirerek hızlı bir şekilde yapılması,
5. Mevcut durumda olan kredilerin ödeme vadesinin ertelenmesi veya işletme lehine yapılması gerekmektedir (Çakır, Barakazı, 2020).

Turizm altyapısının arzını ve sektörün ihtiyaçlarını karşılayacak donanıma sahip, finansal erişilebilirliği sağlayan diğer turizm tesislerinin sürekliliğini artırmak için yapılan yatırımlar desteklenebilir. Bu nedenle özellikle salgın dönemlerde tüketici finansman kredilerinin takibinin ve sektörün durgunluğunun önüne geçmek önemlidir. Durgunluk kısa vadede sınırlı, olumsuz beklentilere sahipken, uzun vadede turizm işletmelerinin yok olmasına bile neden olabilir (Falk, 2016, s. 121). Bu, işletmeler için ekonomik bir kayıp iken, turistler için arzın azalması ve fiyatların artması olarak kabul edilmektedir (Çakır, Barakazı, 2020).

2.9.2. Vergisel Tedbirler

Turizm gelirlerini daha rekabetçi hale getirmek isteyen topluluklar, vergi muafiyetleri ve indirimler yoluyla turizm işletmelerini destekleyebilir ve büyümeyi hızlandırabilir. Bu, kriz zamanlarında güçlü vergi desteği sayesinde turizm işletmelerinin gelecekte vergi ödeyebilmelerini sağlamak içindir. Böylece kısa vadeli vergi teşvikleri, uzun vadeli vergi sürdürülebilirliğini sağlar. Aynı şekilde hükümet ve yerel yöneticiler de hükümetin koronavirüs salgını sonrasında mevcut iş yapısını sürdürmek için kullandığı yöntemlerden biridir. Bu kapsamda işletme ve kuruluşların katlandığı vergi ve sigorta primlerinin ödeme süreleri ertelenmiş veya azaltılmıştır. Mali kapasitelerine ve mali durumlarına bağlı olarak, vergi tedbirleri vergilerin tamamına veya sadece bir kısmına uygulanabilir. KDV oranının geçici olarak düşürülmesi, vergi önlemlerinin en tipik örneklerinden biridir. Ayrıca vergilerin artırılmaması, ödenen vergilerin iade edilmemesi gibi uygulamalar da iş yapan işletmeleri desteklemektedir. Turizm hizmetlerinin maliyetindeki indirimler ve vergi önlemleri, turistlerin satın alma gücünü artırmaya ve daha fazla talep yaratmaya yardımcı olur (Çakır, Barakazı, 2020). Pandemi sırasında, konaklama tesislerinde katma değer vergisinin düşürülmesi gibi, turizm hizmetleri için her düzeyde vergi desteği çok önemlidir ve gelecekteki turizm faaliyetlerini etkilemesi beklenmektedir. Turizm politikasının yatırım aşamasında turizmi desteklemek için vergi indirimleri gibi araçların etkin kullanımı önemlidir (Çakır, Barakazı, 2020).



2.9.3. Nakit Desteği

Dış kaynak kullanımının etkili olduğu ve birden çok maliyet kaleminden oluştuğu turizmde, mevcut işletme varlıklarının korunması nakit kapasitesi ile doğru orantılıdır. Bu sebeple turizm faaliyetinde hizmetlerin önlenmesi ve sürdürülmesi için sıkı bir para politikasına gereksinim vardır. Çoğu ülke, mali destek ve vergi erteleme gibi önlemler kullanır. Bununla birlikte, bazı durumlarda daha sert önlemlere gereksinim duyulmaktadır ve doğrudan parasal destekle birçok ülke, özellikle Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri salgın sırasında vatandaşlarına hane halkına doğrudan sübvansiyonlar ödeyerek veya çalışan sayısı aracılığıyla parasal destek sağlamıştır. Türkiye ihtiyaç sahibi vatandaşlara mali yardım sağlamalı ve benzer işgücü ve sosyal refah uygulamaları ile zamanında kısmi ödemeler yapmalıdır (Çakır, Barakaz, 2020).

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya Sağlık Örgütü'nün Covid-19 salgını ilan etmesinin ardından dünya genelinde vaka ve ölüm sayıları hızla artmaya başladı. Öyle ki, büyümeyi önlemek için sokağa çıkma yasağı ve seyahat kısıtlamaları gibi ciddi önlemler alınmalıydı. Fakat bu süreçte sosyal mesafe, karantina, izolasyon, maskeler, dezenfektanlar, sıcaklık ölçümü gibi kullanımlar insan hayatına girmiştir. Sonraki günlerde alınan tedbirler sonucunda vaka sayısı azaldı ve salgın sırasında getirilen kısıtlamalar hafifletildi. Başka bir deyişle, sözde "Yeni norm". Fakat bu süreç Covid-19 tehdidinin tamamen sona erdiği manasına gelmiyor. Turizm sektörü, COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerden biri oldu. 2019 yılında Türkiye'ye 45,1 milyon turist geldi. 2020 yılı için tahmin edilen rakamların oldukça üzerinde olmasına rağmen, Mart 2020'de Türkiye'yi ziyaret eden yabancı sayısının ardından, salgından etkilenen küresel COVID19 bölgesi bir önceki yıla göre %67,83 azaldı. Nisan ve Mayıs 2020, önceki yıla göre %99,26'lık ciddi bir düşüş gördü. Pandemi etkilenen seyahat yasakları, sınır kapılarının kapatılması, 23 Nisan ve 19 Mayıs'ta dört günlük sokağa çıkma yasağı, Ramazan Bayramı tatili ve 31 ilde giriş-çıkış kısıtlamaları gibi önlemler otel doluluklarını azalttı. Pandemi sürecinin turizm sektörüne ciddi bir darbe olacağı aşikâr. Hükümet yetkilileri darbenin etkisini azaltmak için gerekli çalışmaları yapmaya çalışsa da halk arasında belirsiz bir hava vardır.

Bulgulara bakıldığında gündeme gelen, insanların bu sene tatillerin ertelendiğini hissetmeleridir. Bunun nedeni Kültür ve Turizm Bakanlığının gerektirdiği uygulamaların (yarı güç işletimi, Sağlıklı Turizm belgesi vb.) Halen uygulanmaması ve çok yeni bir durum olarak algılanmasıdır. Türkiye'de faaliyet gösteren oteller, görüşmelerin bir sonucu olarak nispeten zayıf hijyen kayıtlarına sahip olma eğilimindedir. Bu, tatile giderken endişeye neden olan başka bir faktördür.

Otellerde ve benzeri konaklama işletmelerinde tatil geçirme arzusunun daha az kişinin olduğu, sosyal mesafeyi kolayca uygulayabileceğiniz veya insanlardan uzakta vakit geçirebileceğiniz yerlere taşındığını görebilirsiniz. Özellikle başka bir kontrolün olmadığı ve temizlik, yemek yeme, sosyal mesafe gibi tüm unsurların bizzat halk tarafından kontrol edildiği tatil evleri, kiralık apartmanlar, bungalovlar ve çadırlarda tatil seçeneklerine yönelik bir yönelim olduğu açıktır. Ekonomik sıkıntısı olmayan kişilerin hiçbir şekilde hastalanmadığını bilen 2-3 arkadaşla görüşerek yat kiralama tercihi yapabilecekleri de söyleniyor. Fakat ülke ortalamasına gelince, tatilini yat kiralama ile geçirebilecek kişi sayısı çok azdır.

Turistler tatil yerlerine özel araçlarla ulaşmak istiyor. Bunun sebebi toplu taşıma araçlarında bulaşma riskinin yüksek olmasıdır. Bu araçlarda bu riski kontrol etmek çok zordur. Öte yandan turistlerin karavan, yat ve günlük ev kiralama eğiliminde olduklarını ancak otel tesislerinde kalmaya yönelik bir tavırları olduğunu görebilirsiniz. Turistlerin günlük olarak karavan, yat ve kiralık ev gibi konaklama trendlerini tercih etmelerinin nedeni sağladığı avantajlardır. Bu avantajların arasında kalabalıktan uzak durmak, hijyen ve temizliğe kendi kontrolünüzde özen göstermek, yemekleri kendiniz hazırlamak olduğu tespit edildi. Otel işletmeciliğinde kalmak isteyenlerin butik otelleri ve uluslararası zincirleri tercih ettiği ortaya çıktı. Bunun sebebi, butik otellerin çok kalabalık olmaması ve zincir otellerin salgın tedbirlerine daha fazla önem vermesinin beklenmesidir. Tatillerde turistler için en önemli kriterlerin



hijyen ve temizlik, sosyal mesafe politikaları ve sertifika olduğu belirlendi. Aslında ulaşım, sosyal mesafe, sertifika, temizlik ve hijyen gibi standartlar tatil tercihlerinde dikkat edilmesi gereken 3 önemli kriter. Bu nedenle turistlerin tatil tercihlerinde ve tatillerinde hijyen, sosyal mesafe ve sertifikasyona büyük önem verdikleri görülmektedir. Konaklama sektörünü tercih eden bazı turistlerin, sertifika standartlarına gereğinden fazla önem verdiği ve çoğu zaman sertifikalı otellerde konaklamak için daha fazla para ödediği gözlemlenmiştir. Ancak tatillerde turistlerin kendi yemeklerini hazırlamak istedikleri ve ev dışında yemek hizmeti veren firmaların belirli tedbirler (havalandırma, masa düzenini sosyal mesafelere göre ayarlama, temizlik ve maske takma, sıcaklık ölçme ve girişlerde dezenfekte etme) kararlaştırılmıştır. Bazı turistlerin salgın öncesinde dışarıda yemek yemeye davrandıklarını iddia ederken, bu davranışın değişeceğini ve salgın sonrası tutumlarının değiştiğini görmeleri dikkat çekicidir. Bu turistler bir sonraki tatil için kendi yemeklerini hazırlamak istiyor.

REFERENCES

- Akyol, C. (2020). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin COVID-19 Salgınına Yönelik Görüşleri, *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, ss. 5542-7309.
- Alaeddinoğlu, F. Rol, E. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri, *YYÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss. 233-258.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni korona virüs (Covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Ayyıldız, A.Y. (2020). COVID-19 Salgın Döneminde Otellerin Pazarlama Stratejileri: Kuşadası Örneği, *Business, Management Studies: An International Journal*, ss. 3328-3358.
- Bahar, O. İlal, N.Ç. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, ss. 125-139.
- Bahar, O. ve Çelik İlal, N. (2020). Coronavirüsün (COVID-19) Turizm Sektörü Üzerindeki Ekonomik Etkileri, *The International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Benjamin, S., Dillette, A. ve Alderman, D. H. (2020): "We Can't Return to Normal": Committing to Tourism Equity in the Postpandemic Age. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>
- Brouder P. (2020): Reset Redux: Possible Evolutionary Pathways Towards the Transformation of Tourism in a COVID-19 World. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- Büyük, Ö. Can, E. (2020). COVID-19 Salgınının Türk Turizmüne Etkisi: Seyahat ve Konaklama Endüstrileri Üzerine Değerlendirme, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, ss. 312-331.
- Çakır, P. Barakazı, M. (2020). Koronavirüs Sürecinin Turizm Sektörüne Etkisi ve Salgına Karşı Alınan Tedbirler, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 20 - Say: 3, ss. 313-332.
- Cavlek, N. (2002), Tour Operators and Destination Safety, *Annals of Tourism Research*, 29(2), 478-496.
- Cavlek, N. (2002), Tour Operators and Destination Safety, *Annals of Tourism Research*, 29(2), 478-496.
- Centeno, R. S., ve Marquez, J. P. (2020). How much did the Tourism Industry Lost? Estimating Earning Loss of Tourism in the Philippines. Preprint. Erişim: <https://arxiv.org/abs/2004.09952v1>



- Çeti, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Çeti, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Chang, C.L. , McAleer, M. ve Ramos, V. (2020). A Charter for Sustainable Tourism after COVID-19. *Sustainability* 12(9), 3671.
- Chebli, A. ve Said, F. B. (2020). The impact of covid-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. *Journal Of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.
- Cheer J. M. (2020): Human Flourishing, Tourism Transformation and COVID-19: A Conceptual Touchstone. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>
- Crossley E. (2020): Ecological Grief Generates Desire for Environmental Healing in Tourism after COVID-19. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.175913>
- Demirbulat, Ö.G. (2012). Turizmin Sosyal Ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, ss. 53-75.
- Desbiolles F. H. (2020): Socialising Tourism for Social and Ecological Justice after COVID-19. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Dündar, Y. Silik, C.E. Ilgaz, B. (2020). Antalya'da Yer Alan Konaklama Tesisleri Yöneticilerinin COVID-19 Kapsamında Alınabilecek Tedbirler Üzerine Görüşleri, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, ss. 3776-3794.
- Durgut, F. F., Canbulut, S. ve Metin, A. (2017). Terör ve Siyasi Krizler Etkisinde Tanıtım Faaliyetleri: Almanya Örneği (2015-2017). 3. *Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*, Cilt-1, 1-3 Kasım 2017, Ankara, s. 174-189.
- Düzgün, E. Kurt, A. (2020). Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği, *KSBD*, Sayı: 23, ss. 18-38.
- Erol, S.I. (2020). COVID-19'un Turizm Sektöründe İstihdama Etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye Örnekleri, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2, ss. 38-49.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tıp Koronavirüs (COVID-19) Bilgilendirmeleri, *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 15-27.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Otel Zincirlerinin Yeni Tıp Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri, *Turizm Akademik Dergisi*, ss. 15-27.
- Eryılmaz, G. (2020). Covid-19 Dönemi Öncesi ve Sonrası Turizm Destinasyonlarına Yönelik Beklentilerin İncelenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, ss. 17-36.
- Everingham P. ve Chassagne N. (2020): Post COVID-19 Ecological and Social Reset: Moving away from Capitalist Growth Models Towards Tourism as Buen Vivir. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
- Glaesser, T. (2006). Crisis Management in the Tourism Industry. *Burlington: Elsevier*.
- Gössling, S., Scott D. ve Hall, M. C. (2020): Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>



- Gössling, S., Scott D. ve Hall, M. C. (2020): Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Hacıevliyagıl, N. (2020). COVID-19 Salgın Hastalığının Borsaya Etkisi: Turizm Ve Ulaştırma Endeksleri Üzerine Bir Uygulama, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt: 11 Sayı: 1, ss. 76-98.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. ve Abdul Hamid, A.B. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China, *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- İbiş, S. (2020). COVID-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 85- 98.
- İbiş, S. (2020). COVID-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, ss. 85-98.
- İbiş, S. (2020). COVID-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, ss. 85-98.
- Karim, W., Haque, A., Anis, Z. ve Ulfy, M. A. (2020). The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 Crisis and its Impact on Tourism and Hospitality Sector in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-7.
- Kasare, K. S. (2020). Effects of Coronavirus Disease (COVID-19) on Tourism Industry of India. *Studies in Indian Place Names*, 40(35), 362-365.
- Khadka, D., Pokhrel, G. P., Thakur, M. S., Magar, P. R., Bhatta, S., Dhamala, M. K. ve Bhujju, D.R. (2020). Impact of COVID-19 on the Tourism Industry in Nepal. *Asian Journal of Arts, Humanities and Social Studies*, 3(1), 40-48.
- Kılıç, B. (2020). COVID-19 Pandemi Salgınının Türk Turizmine Etkisi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 105, ss. 254-262.
- Kılıç, B. Aslan, H. Gövce, M. (2020). Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu, *Journal of Social Sciences*, ss. 554-570.
- Kıvılcım, B. (2020). COVID-19 Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri, *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, ss. 18-37.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (62), 216-230.
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., ve Huang, B. W. (2008). Assessing Impacts of SARS and Avian Flu on International Tourism Demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917- 928.
- Li, J., Nguyen, T. H. H., ve Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Coronavirus Impacts on Post-Pandemic Planned Travel Behaviours. *Annals of Tourism Research*, Erişim: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>
- Mair, J., Ritchie, B. W. ve Walters, G. (2016). Towards a Research Agenda for Post-Disaster and Post-Crisis Recovery Strategies for Tourist Destinations: A Narrative Review. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 1-26.
- Nazneen, S., Hong, X., ve Ud Din, N. (2020). COVID-19 Crises and Tourist Travel Risk Perceptions. SSRN. Erişim: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3592321>



- Niewiadomski P. (2020): COVID-19: From Temporary DeGlobalisation to a Re-Discovery of Tourism? *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A., ve Ritchie, B. W. (2018). 'No Ebola... Still Doomed'–The Ebola-Induced Tourism Crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87.
- Ranaweera, A. ve Idroos, A. A. (2020). Tourism After Corona: Impacts of Covid 19 Pandemic and Way Forward for Tourism, *Hotel And Mice Industry in Sri Lanka*, p.1-19, SSRN:
- Sheresheva, M. Y. (2020). Coronavirus and Tourism, *Population and Economics*, 4(2), 72-76.
- Sönmez, S. F. ve Backman, S. J. (1992). Crisis Management in Tourist Destinations. *Visions in Leisure and Business*, 11(3): 25-33.
- Stankov, U., Filimonau, V. ve Vujičić, M. D. (2020): A Mindful Shift: An Opportunity for Mindfulness-Driven Tourism in a PostPandemic World, *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768432>
- Temelli, U.E. ve Yaşlıoğlu, D. T. (2017). Kriz Yönetimi ve Türkiye'deki İşletmelerde Kriz Yönetimi Örnekleri Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(51): 233- 244.
- Tremblay-Huet S. (2020): COVID-19 Leads to a New Context for the “Right to Tourism”: A Reset of Tourists’ Perspectives on Space Appropriation Is Needed. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759136>
- TURSAB, (2020). *COVID-19 Sürecinde Türkiye ve Dünya Turizmi Değerlendirmesi*. Türkiye Ajans Birliği.
- Ünal, A. Çelen, O. (2018). Türkiye'deki Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss. 606-635.
- Wachyuni, S. S., ve 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.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S. ve Liu, F. (2020). COVID-19: Potential Effects on Chinese Citizens’ Lifestyle and Travel. *Tourism Review*. -2020-0110.
- Wen, Z., Huimin, G. ve Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38.
- Wilson, M.E. ve Chen, L. H. (2020). Travelers Give Wings to Novel Coronavirus (2019-Ncov). *Journal of Travel Medicine*, 27(2): 1–3.
- Yenişehirlioğlu, E. Salha, H. (2019). COVID 19 Pandemisinin Türkiye İç Turizmine Yansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 37, ss. 355-368.
- Yılmaz, D. Ö. (2004). *Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi ve Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Krizlere İlişkin Yaklaşımlarına Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Zeng, Z. Chen, P. ve Lew, A. A. (2020): From High-Touch to High-Tech: COVID-19 Drives Robotics Adoption. *Tourism Geographies*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118>.
- Zenker, S., ve Kock, F. (2020). The Coronavirus Pandemic: A Critical Discussion of a Tourism Research Agenda. *Tourism Management*. Erişim: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>