

GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

COVID-19 İle İlgili Ölüm Kaygısının Seyahat Davranışına Etkisi

The Effect of Death Anxiety Related to COVID-19 on Travel Behavior

Ümit ŞENGEL^{a*}, Merve IŞKIN^b, Gökhan GENÇ^c, Mustafa ÇEVİRİMKAYA^d

^a Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Sakarya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0003-1284-836X

^b Dr., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Aşçılık, İstanbul / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-4748-0422

^c Doktor Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Sakarya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0003-3573-3661

^d Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Sakarya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0003-3845-2607

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 28 Ağustos 2020

Kabul tarihi: 10 Eylül 2020

Anahtar Kelimeler:

Ölüm Kaygısı,

Seyahat Etme Niyeti,

Destinasyon Ziyaret Niyeti,

COVID-19

ARTICLE INFO

Article History:

Received August 28, 2020

Accepted September 10, 2020

Keywords:

Death Anxiety,

Travel Intention,

Destination Visit Intention,

COVID-19

ÖZ

Dünya 2020 yılının ilk ayları itibarıyla daha önce benzeri görülmemiş bir krizle karşı karşıya kalmıştır. 2019 yılının sonlarında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan yeni tip Koronavirüs (COVID-19) 2020 yılının ilk çeyreği itibarıyla neredeyse bütün dünyada bir küresel salgın haline gelmiştir. Geçmişte küresel salgın örnekleri olsa da, ulaşım teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve insan hareketliliğinin geldiği nokta salgının çok kısa bir sürede çok geniş bir alana yayılmasına neden olmuştur. Yayılma hızı ve sebep olduğu ölümler nedeniyle birçok ülke COVID-19 ile mücadele için bazı önlemler almaya başlamıştır. Yaşanan bütün bu gelişmeler insanları zihinsel ve fiziksel anlamda olumsuz olarak etkilemiş ve davranış kalıplarında değişikliklere neden olmuştur. Bu çalışmada pandemiyle ilgili ölüm kaygısının seyahat etme niyeti ve destinasyon ziyaret niyetine etkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Özellikle seyahat olgusu ile pandeminin yayılması arasındaki ilişki ve pandemi nedeniyle uygulanan seyahat kısıtlamalarının insanların seyahat ve turizmle ilgili davranış biçimlerini değiştirdiği düşünülmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre pandemiyle ilgili ölüm kaygısı seyahat ve destinasyon ziyaret niyetlerini etkilemektedir.

ABSTRACT

As of the first months of 2020, the world faced an unprecedented crisis. The new type of coronavirus (COVID-19), which appeared in Wuhan, China in late 2019, has become a global epidemic to the entire world by the first quarter of 2020. Although there have been examples of global outbreaks in the past, developments in transportation technology and the point at which human mobility has come have caused the outbreak to spread over a very wide area in a very short period of time. Due to the speed of spread and the deaths caused by it, many countries have started to take some measures to combat COVID-19. All these developments negatively affected people mentally and physically and caused changes in behavior patterns. In this study, it is aimed to determine the effect of death anxiety related to pandemic on the travel intention and destination visit intention. In particular, the relationship between the phenomenon of travel and the spread of the pandemic, and the travel restrictions imposed due to the pandemic, are thought to change the way people behave in relation to travel and tourism. According to the results of the study, pandemic-related death anxiety affects travel intention and destination visit intention. In this respect, the study offers theoretical and practical information on the subject.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: umitsengel@gmail.com

EXTENDED ABSTRACT

Tourism is a highly sensitive and dynamic industry that is affected very quickly by external events (Gamble, 1992; Lee and Harrald, 1999; Soyak, 2013). The globalization process and the related information and communication technologies deepen this dynamic structure. Thanks to these technologies, people get instant news about events in remote areas. For this reason, the smallest negativity that can affect the tourism activities in a destination spreads rapidly and can negatively affect the potential tourism demand (Buhalis and Law, 2008; Xiang and Gretzel, 2010; Paraskevas, Altinay, McLean and Cooper, 2013; Del Chiappa and Baggio, 2015). Crisis is one of the problems that affect the tourism industry due to its dynamic structure. The most obvious of these crises are economic crises (Pambudi, McCaughey and Smyth, 2009; Stylidis and Terzidou, 2014). Apart from that, diplomatic and political events (Gilss, 2008; Hall, 2010), Natural disasters (Aguirre, 2007; Walters, Mair and Lim, 2016), war (Thompson, 2011) and terrorist events can be evaluated in this context in crisis (Richter and Waugh 1991; Pizam and Smith, 2000).

As of 2020, a major epidemic has begun to occur, which can cause a contraction in tourism demand. The new type of coronavirus, called COVID-19 by the world health organization, has shaken the whole world deeply. It is believed that, due to its spreading rate and lethal effect, it will cause a further contraction in tourism demand compared to the previous outbreaks. In the light of this information, it is aimed to determine the effects of death anxiety related to COVID-19 on travel intention and destination visit intention after the pandemic. It is thought that the study will contribute to the literature in terms of examining the outbreak in recent months and providing findings on tourist behavior changes caused by the outbreak.

The questionnaire used to obtain data in the research consists of four parts. The first part of the questionnaire consists of six questions aimed at determining the demographic information of the participants. There are a total of 14 statements for the other three sections. The questions in these three sections are designed to allow testing of the hypotheses formed depending on the theoretical background of the research. The scales in these three sections that constitute the variables of the research and the Likert type questions of the questionnaire were obtained as a result of the literature review. In Istanbul, Kocaeli and Sakarya provinces, people were asked to evaluate their death anxiety about the pandemic, their travel intention and destination visit intention after pandemic through the measurement tool provided to them. While creating the research sample, it is aimed to reach the generally accepted number of 384 for the infinite sample in quantitative research. Secondly, it has been acted to reach 10 times ($14 \times 10 = 140$) of the total expression number, which is the minimum sample number of SmartPLS, from structural modeling analysis programs. Data was collected by probabilistic sampling-convenience sampling method. Due to the pandemic, data has been collected online in order to take due care to people's social distances. The data collection process was completed between 23 May and 02 July. The online questionnaire created was presented to the participants with the help of platforms such as social media and e-mail. During the data collection process, data was collected from 439 people from three provinces and all the questionnaires obtained were used in the analysis.

In this study, epidemic diseases, which are the leading crises affecting tourism, have been examined again with the example of COVID-19 pandemic, depending on the level of anxiety in tourists. Especially the spread of the epidemic to the whole world in a very short time brought international human mobility to a halt. With this aspect, for the first time in the 21st century, when tourism was started to be massively, there was a major and international crisis at this level. It is believed that this study, which took place in such an environment, will make an important contribution to the literature.

According to research results, people's death anxiety due to COVID-19 has a direct and negative effect on their travel intention after the pandemic. As people's anxiety related to pandemic death increases, their intention to travel after pandemic decreases. There is a positive and linear relationship between people's travel intention and destination visit intention after COVID-19. In this sense, as the travel intention increases, the destination visit intention increases. Another important result of this research is that the travel intention after the pandemic has a mediator role among the destination visit intention of the death anxiety they carry due to the COVID-19 pandemic. People's death anxiety due to pandemic negatively affect their intention to visit a destination with the variable of travel intention. As determined in this study, death anxiety affects the behavior of tourists towards traveling and participating in touristic activities.

The COVID-19 pandemic influenced the tourism industry, which gained a global identity in the 21st century and took place in the form of mass activities. Because pandemic affects the anxiety of death in humans, it also affects the travel behavior of tourists. For this reason, even if the effects of the epidemic are over, people can avoid traveling for a while. Because the occurrence of epidemic security risks increases the death anxiety of the tourists, and the increased anxiety negatively affects the travel intention and destination visit intention.

Giriş

Turizm dış olaylardan çok hızlı bir şekilde etkilenen oldukça hassas ve dinamik yapıya sahip bir endüstridir (Gamble, 1992; Lee ve Harrald, 1999; Soyak, 2013). Küreselleşme süreci ve buna bağlı olarak gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri bu dinamik yapıyı daha da derinleştirmektedir. Bu teknolojiler sayesinde insanlar, uzak bölgelerdeki olaylar hakkında bile anında haber almaktadırlar. Bu nedenle, bir destinasyondaki turizm faaliyetlerini etkileyebilecek en küçük olumsuzluk hızlı bir şekilde yayılmakta ve potansiyel turizm talebini olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir (Buhalis ve Law, 2008; Xiang ve Gretzel, 2010; Paraskevas vd., 2013; Del Chiappa ve Baggio, 2015). Turizm endüstrisini dinamik yapısından dolayı etkileyen olumsuzlukların başında krizler gelmektedir. Bu krizlerden en belirgin olanı ise ekonomik krizlerdir (Pambudi vd., 2009; Stylidis ve Terzidou, 2014). Bunun dışında diplomatik ve politik olaylar (Gilss, 2008; Hall, 2010), doğal afetler (Aguirre, 2007; Walters vd., 2016), savaş (Thompson, 2011) ve terör gibi krizler de bu kapsamda değerlendirilebilir (Richter ve Waugh 1991; Pizam ve Smith, 2000).

Terör ve savaş gibi krizlerin turizmi olumsuz etkilemesi turistlerin güvenlik endişesinden kaynaklanmaktadır. Turistlerin güvenlik endişeleri nedeniyle seyahat etmekten kaçınmasının bir başka önemli nedeni de sağlıkla ilgili krizlerdir (Chen vd., 2004). Salgın hastalıklar seyahat hareketlerini engellemesi nedeniyle turizm talebinde daralmaya neden olmaktadır. Özellikle yakın geçmişte turizm talebinde daralmaya neden olan çok sayıda salgın hastalığın yaşandığına rastlanılmaktadır (Baxter ve Bowen, 2004; McAleer, Huang, Kuo, Chen ve Chang, 2010).

Turizm hareketlerinde daralmaya neden olan salgın hastalıklardan biri 2001 yılında İngiltere'de ortaya çıkan ayak ve ağız hastalığı salgınıdır. Hayvanlarla temas ve solunum yoluyla bulaşan bu hastalık turizm endüstrisini olumsuz etkileyerek talepte daralmaya neden olmaktadır (Baxter ve Bowen, 2004). Turizm talebinde daralmaya neden olan bir diğer büyük salgın, 2000'li yılların başında Çin, Hong Kong, Singapur ve Vietnam gibi Asya ülkelerinde meydana gelen ve daha sonra tüm dünyayı etkileyen SARS (şiddetli akut solunum sendromu) salgınıdır (McAleer vd., 2010). SARS salgını, dünyanın farklı bölgelerinde, özellikle Asya kıtası ülkelerinde, turizm talebinin azalmasına neden olmuştur. Pine ve McKercher, (2004) SARS salgınının Hong Kong ve diğer Güneydoğu Asya ülkelerindeki turizm hareketliliği üzerindeki etkilerini ortaya koyarak otel işletmelerinin en çok sorun yaşayan işletmeler olduğunu ifade etmektedir.

Kuş gribi ve domuz gribi turizm talebinde daralmaya yol açan iki önemli salgındır. Kuş gribi Hong Kong, Çin ve diğer Asya ülkelerinde ortaya çıkmış ve dünya çapında bir salgın haline gelerek çok sayıda insanın ölümüyle sonuçlanmıştır (Lee ve Chen, 2011). Kuş gribi nedeniyle kısa ve orta vadede turizm işletmelerinde, özellikle konaklama işletmelerinde iflaslara yol açmıştır (Page, Yeoman, Munro, Connell ve Walker, 2006). Domuz gribi ise 2009 yılında ABD'de görülmüş ve sonrasında birçok ülkeyi etkilemiştir. İnsandan insana farklı yollarla kolayca bulaşabilen domuz gribi turizm hareketlerinde düşüşe neden olmuştur (Haque ve Haque, 2018).

Turizm hareketlerinde daralmaya neden olan bir başka salgın, Afrika'da ortaya çıkmıştır. 2013 yılında Gine'de meydana gelen Ebola salgını, görüldüğü ülkeler dışındaki destinasyonlarda bile turizm hareketliliğinde düşüslere neden olmuştur (Mizrachi ve Fuchs, 2016). Çeti ve Ünlüönen (2019) yaptıkları çalışmada, Ebola salgınının meydana geldiği Gine'de turist sayısında %40 oranında ciddi bir azalma olduğunu tespit etmişlerdir. Ebola virüsünün Gine'ye ek olarak Liberya ve Sierra Leone'deki turizm ve konaklama endüstrilerini olumsuz etkilemiş ve ilgili sektörlerde istihdam, doluluk oranı ve gelir gibi kalemlerde de azalmalara neden olmuştur (Kongoley, 2015).

2020 yılı itibariyle turizm talebinde daralmaya neden olabilecek büyük bir salgın yaşanmaya başlamıştır. Dünya sağlık örgütü tarafından COVID-19 olarak isimlendirilen yeni tip koronavirüs bütün dünyayı derinden sarsmıştır. Yayılma hızı ve ölümcül etkisiyle daha önce belirtilen salgınlara göre turizm talebinde daha fazla daralmaya neden olacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında çalışmada COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısının salgın sonrası seyahat etme ve destinasyon ziyaret niyetine olan etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma son aylardaki salgını incelemesi ve salgın nedeniyle ortaya çıkan turist davranış değişiklikleri konusunda tespitler sunması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Teorik Arka Plan ve Hipotezler

Ölüm Kaygısı

Kaygı, huzursuzluk duygusu olarak bilinmekte ve her zaman insan psikolojisinin mevcut bir bileşeni olarak ön plana çıkmaktadır. Bastırılmış olmasına rağmen, her zaman bilinçaltında gizlidir ve bazı zamanlarda hızlı bir şekilde ortaya çıkabilmektedir. Anksiyetenin, korkunun aksine belirli bir odağı, uyarıcısı veya nesnesi olmayabilmektedir (Kingsbury, Crooks, Snyder, Johnston ve Adams, 2012). Kavram başka bir tanımda “*bireyi hayatı boyunca rahatsız eden huzursuzluk hissi*” olarak ifade edilmektedir (Kirillova ve Lehto, 2015; Kirillova, Lehto ve Cai, 2017). Kaygı, varoluş felsefesi ve psikolojideki en temel kavramlardan biri olup insan olmanın temel duygularından biridir. Kaygı, gerçek veya potansiyel riske maruz kalmanın bir sonucu olarak ortaya çıkan öznel bir duygudur (McIntyre ve Roggenbuck, 1998). Kaygı hissi, yaşamın kaotik doğası ve ölümün kesin gerçekliği ile karşı karşıya kaldığında ortaya çıkmaktadır (Brown, 2013). Nihai bir son olarak yaşamın ve ölümün anlamsızlığını da içeren doğal bir tepki olarak da ele alınabilir (Heidegger, 1996). Kaygının eşitli olumsuzluklara karşı verilen bir tepki olarak farklı türleri mevcuttur. Bunlardan en önemlilerinden biri de çeşitli hastalıklara ve kazalara karşı hissedilen ölüm kaygısıdır (Lonetto ve Templar 1986; Krause, Rydall, Hales, Rodin ve Lo, 2015).

Varoluşçu filozofların araştırmasına dayanarak, Brown (2013) araştırmacıların turizmin katalizör işlevini tam olarak anlamak için kaygı kavramını incelemeleri gerektiğini savunmaktadır. Turizm araştırmaları, güvenlik ve emniyet eksikliğinin endişe, korku ve rahatsızlığa neden olduğunu, buna bağlı olarak seyahat etme ve ziyaret etme niyetinden kaçınıldığını ortaya koymuştur (Sönmez ve Greafe, 1999; Poon ve Adams, 2000; Hem, Iversen ve Nysveen 2002; Hung ve Petrick, 2010; Lai, Li ve Harrill 2013; Artuger, 2015). Larsen, Brun ve Qgaard (2009) turist kaygısını ölçmek için bir ölçek geliştirmiş ve bunu seyahat etme niyeti ile ilişkilendirmiştir. Yazarlar turist kaygısının seyahat niyeti ile olumsuz ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır. Araştırmada test edilen H_1 hipotezi aşağıda verilmektedir.

H₁: COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı pandemi sonrası seyahat etme niyetini etkiler.

Seyahat Etme Niyeti

Niyet, davranışın en önemli tanımlayıcılarından biri olup gerçek davranışa neden olabilmektedir (Hsu ve Crotts, 2006). Davranışsal niyet, sosyal ve durumsal faktörlere bağlı olarak bir eylemden önce var olan davranış olarak tanımlanabilir (Moutinho, 1987). Ayrıca, birçok araştırmacı tutumun davranışsal niyetler için önemli bir faktör olduğunu düşünmektedir (Cheng, Lam ve Hsu 2006; Hsu, Cai ve Li, 2010). Turizm bağlamında, seyahat niyeti herhangi bir yere herhangi bir zamanda seyahat etme imkânı olarak tanımlanmaktadır (Baker ve Crompton, 2000).

Diğer birçok mal ve hizmetin aksine, turizm ve seyahat hizmetlerinin satın alınmadan önce deneyimlenmesi mümkün değildir. Bu nedenle giderler genellikle ürün veya hizmetin kullanımından önce ödenmektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde seyahat kararları risklere ve belirsizliklere duyarlıdır (Promsivapallop ve Kannaovakun, 2017). Araştırmacılarda

finansal, sosyal ve terörizm gibi risklerinin yanı sıra seyahat kararlarını önemli ölçüde etkileyen sağlık riskleri de incelenmiştir (Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009; Lee, Song, Bendle, Kim ve Han, 2012; Haque ve Haque, 2018). Uygulanacak her türlü seyahat kısıtlamaları seyahat niyetleri ve deneyimleri üzerinde olumsuz bir etkisi oluşturabilmektedir (Hung ve Petrick, 2010). Literatürde genellikle sağlık krizi ile ilgili tehditler ve turist davranışının belirleyicisi olarak gösterilen niyet arasında negatif bir ilişki vardır. Lai ve arkadaşları (2013) seyahat kısıtlamalarının seyahat etme niyetini olumsuz etkilediği sonucuna varmıştır. Bu bilgiye dayanarak, seyahatin önündeki engellerin ve risklerin tutumlar ve seyahat niyetleri üzerinde çok önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca, bu risk faktörleri turist davranışının en önemli tanımlayıcıları arasındadır. Bu bilgiler ışığında test edilen H_2 ve H_3 hipotezleri aşağıda verilmektedir.

H₂: COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı pandemi sonrası destinasyon ziyaret niyetini etkiler.

H₃: COVID-19 sonrası seyahat etme niyeti pandemi sonrası destinasyon ziyaret niyetini etkiler.

Destinasyon Ziyaret Niyeti

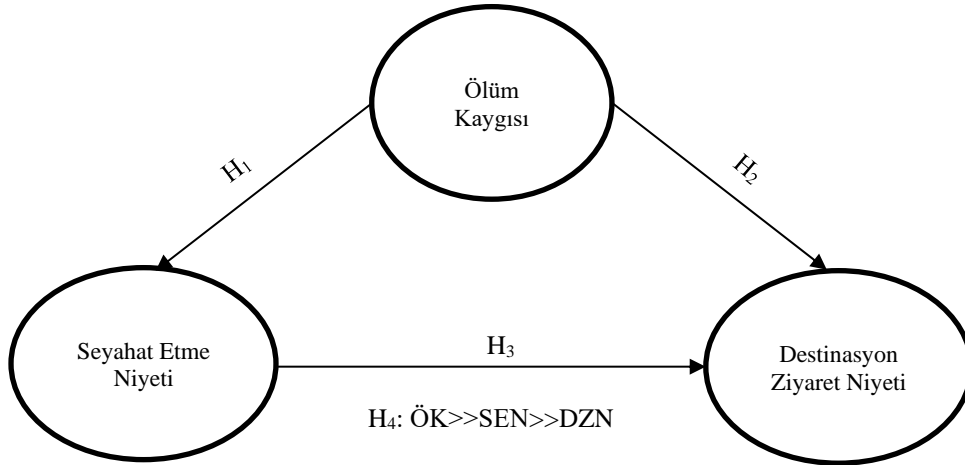
Destinasyon ziyaret niyeti, destinasyonu ziyaret etme isteği olarak tanımlanmaktadır (Chen vd., 2014). Seyahat edenler, ziyaret edecekleri destinasyonu seçerken güvenlik endişeleri önemli unsur olarak öne çıkmaktadır (Poon ve Adams, 2000). Turistlerin güvenli buldukları yerleri ziyaret etme olasılıkları daha yüksektir (Roodurmun ve Juwaheer, 2010). Korkuyu algılayan turistlerin tehlikeli gördükleri destinasyonu ziyaret etmektan kaçınmaları muhtemeldir. Bu nedenle destinasyonda algılanan risk turistik bir yeri ziyaret etme niyetini olumsuz yönde etkileyebilir (Hem vd., 2002). Başka bir deyişle, destinasyona yönelik tutumlar, negatif yönde olmaya meyillidir. Yoon ve Uysal (2005) bu durumu itici faktörler olarak açıklamaya çalışmışlardır. Birçok çalışma, algılanan riskin destinasyon ziyaret niyeti üzerinde etkili olduğunu bulmuştur (Khan, Chelliah ve Ahmed, 2017; Artuger, 2015). Yukarıda tartışıldığı gibi, çok boyutlu risk algısı destinasyon ziyaret niyetleri üzerinde bir etkisi vardır. COVID-19 ile ilgili en büyük risklerden olan ölüm riski ölüm kaygısı kavramıyla incelenerek bu kaygının turist davranışı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu kapsamda test edilen H_4 hipotezi aşağıda verilmektedir.

H₄: COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısının pandemi sonrası destinasyon ziyaret niyeti etkisinde seyahat etme niyetinin aracılık rolü vardır.

Araştırma Tasarımı, Anket ve Model

Araştırmada veri elde etmek için kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik bilgilerinin tespit edilmesini amaçlayan altı adet sorudan oluşmaktadır. Diğer üç bölüm için toplam 14 ifade yer almaktadır. Bu üç bölümde yer alan sorular araştırmanın teorik altyapısına bağlı olarak oluşturulan hipotezlerin sınanmasına imkân sağlayacak şekilde dizayn edilmiştir. Araştırmadaki değişkenleri ve anketinin Likert tipi sorularını oluşturan bu üç bölümdeki ölçekler literatür taraması sonucu elde edilmiştir. Ölüm kaygısını ölçmek için Templer (1970) tarafından geliştirilen, Şenol'un (1989) Türkçeye uyarlayıp geçerlilik ve güvenilirlik testlerini yaptığı ölüm kaygısı ölçeğinden (ÖKÖ) yararlanılmıştır. Yalnız 20 ifadeden oluşan ölüm kaygısı ölçeğinden sadece beş adet ifade alınmıştır. Pandemi sürecinde veri toplandığı için katılımcıların psikolojileri dikkate alınarak ölçeğin oluşturulmasında genellikle direkt ölümü anlatan ifadelerin yerine daha ılımlı ifadeler tercih edilmiştir. ÖKÖ'den seçilen beş ifade salgına uyarlanarak ankete dâhil edilmiştir. Seyahat etme niyeti (5 madde) için Chin, Leng, Yuan ve Xiong (2015), destinasyon ziyaret niyeti (4 madde) için ise Chung, Han ve Joun (2015) çalışmalarında yararlandığı ölçek kullanılmıştır. İstanbul, Kocaeli ve Sakarya illerinde insanların salgınla ilgili duydukları ölüm kaygılarını, salgın sonrası seyahat etme niyetlerini ve destinasyon ziyaret niyetlerini kendilerine

sunulan ölçüm aracı vasıtasıyla değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırmanın kurgusu ve test edilecek hipotezler bağlamında Şekil 1’de verilen model test edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 1: Araştırmada Test Edilecek Model

Örneklem ve Veri Toplama

Araştırma evreni, Türkiye'nin İstanbul, Kocaeli ve Sakarya illerinde yaşayan 20 yaşını aşmış kişilerden oluşmaktadır. Araştırma evreninin içerisinden alınacak örneklem için herhangi bir matematiksel işlem yapılmamış, Ancak iki temel kritere dikkat edilerek veriler toplanmıştır. Araştırma örneklemini oluşturulurken, ilk olarak nicel araştırmalardaki sonsuz sayıdaki örneklem için genel kabul görmüş 384 sayısına ulaşılması hedeflenmiştir. İkinci olarak yapısal eşitlik modellemesi analiz programlarından SmartPLS asgari örneklem sayısı olan toplam ifade sayısının 10 katına ($14 \times 10 = 140$) ulaşılacak şekilde hareket edilmiştir (Doğan, 2019). Olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle veriler toplanmıştır. Pandemi nedeniyle insanların sosyal mesafelerine gerekli özenin gösterilmesi amacıyla veriler online olarak toplanmıştır. Veri toplama süreci 23 Mayıs -02 Temmuz aralığında tamamlanmıştır. Oluşturulan online anket formu sosyal medya ve e-mail gibi platformlar yardımıyla katılımcılara sunulmuştur. Veri toplama sürecinde üç ilden toplam 439 kişiden veri alınmış ve elde edilen anketlerin tamamı analizde kullanılmıştır. Anket oluşturulurken yapılan bazı uygulamalar ve veri toplama şekli bu durumun ortaya çıkmasında önemli bir yere sahiptir. Bu kapsamda özellikle likert soruların doldurulması zorunlu kılınmıştır. Yani katılımcıların herhangi bir likert soruya cevap vermeden anketi tamamlaması söz konusu değildir. Katılımcının ankete devam edip etmemesi kendi inisiyatifinde olduğundan gönüllü bir katılımın gerçekleştiği söylenebilir. Böylece hatalı ve eksik anketlerin olması söz konusu olmamıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımlarının tespit edilmesi ve betimleyici istatistiklerin elde edilmesi için SPSS programı kullanılmıştır. Ölçüm ve yapı modellerinin test edilmesinde ise SmartPLS programı kullanılmıştır. SPSS programı ilgili bilgileri (frekans) sistematik olarak sunduğu için tercih edilmektedir. Yapısal eşitlik modellerinin analizinde esnek olması, öngörülerin tespitinde kolaylık sağlaması, normallik şartını istememesi ve küçük örneklemde uygun tahminler yapması gibi sebeplerle yapısal modelin değerlendirilmesinde SmartPLS programı kullanılmıştır (Loureiro ve Gonzalez, 2008; Henseler, Ringle ve Sinkovics, 2009; Hair, Sarstedt, Ringle ve Mena, 2012; Di-Clemente, Hernandez-Mogollon ve Campon-Cerro, 2019).

Betimleyici İstatistikler

Araştırmada veri toplanan katılımcıların betimleyici istatistikleri Tablo 1’de verilmektedir. Bu istatistiklere göre kadın katılımcılar yaklaşık %10 kadar erkek katılımcılardan daha fazladır. Katılımcıların gelir durumlarının ise araştırmadaki her üç değerlendirme aralığına göre dengeli bir dağılıma sahip olduğu söylenebilir. Ancak yüksek gelir grubundaki katılımcıların fazla çıkması (%38,5) şaşırtıcı bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Katılımcıların büyük bir kısmı (%59,5) seyahat faaliyetlerine aileleriyle çıktığını ifade etmektedir. Yaş kategorisinde neredeyse katılımcıların büyük bir kısmı genç veya orta yaş grubuna mensup katılımcılardan oluşmaktadır. Bu her iki grup katılımcıların yaklaşık %80’ine denk gelmektedir. Verilerin online toplanmasının ve toplandığı platformların böyle bir sonucun ortaya çıkmasında belirleyici rollere sahip olduğu düşünülmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Betimleyici İstatistikler

Değişkenler	Sayı	%	Değişkenler	Sayı	%
Cinsiyet	--	--	Bundan sonra yurt dışında turistik faaliyetlere katılır mısınız?	--	--
Kadın	245	55,8	Evet	321	73,1
Erkek	194	44,2	Hayır	118	26,9
Yaş Grupları	--	--	Gelir Durumu	--	--
30 yaş ve altı	171	39,0	4000 TL ve altı	147	33,5
31-45 Yaş	181	41,2	4001-7000 TL	123	28,0
46 yaş üstü	87	19,8	7001 TL ve üstü	169	38,5
Seyahate Kimlerle Çıkarsınız	--	--	Daha önce yurt dışında turistik faaliyetlere katıldınız mı?	--	--
Tek başıma	76	17,3	Evet	243	55,4
Ailemle	261	59,5	Hayır	196	44,6
Arkadaşlarımla	102	23,2			

Araştırma kapsamında test edilen en önemli betimleyici soru katılımcıların pandemi öncesi ve sonrası seyahatleriyle ilgilidir. Katılımcıların Yaklaşık %55’i daha önce yurt dışında herhangi bir turistik faaliyete katıldığını belirtmektedir. Bununla birlikte katılımcıların büyük çoğunluğunun (yaklaşık %73) salgın sonrasında yurt dışına seyahat etmeyi düşündüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Uluslararası seyahat hareketlerinin pandeminin yayılmasında önemli role sahip olduğu düşünüldüğünde ortaya çıkan bu sonuç şaşırtıcı olarak değerlendirilebilir. Pandeminin geldiği nokta ve seyahat olgusuyla olan yakın ilişkilerine rağmen İstanbul, Kocaeli ve Sakarya’da yaşayan kişiler yurt dışına seyahat etmeyi düşünmektedir.

Ölçüm Modeli

Ölçüm modelinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçüm modeli ile ilgili ifadelerin analizinde ankette bulunan ifadelerden hiçbiri devre dışı kalmamıştır. Tablo 2 ölçüm modeliyle ilgili istatistiksel bilgiler yer almaktadır. Faktör analizi sonucunda 14 ifadenin kullanıldığı üç boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Faktör yükleri için SmartPLS’nin öngördüğü 0.70 faktör değeri baz alınmış ve 14 ifade içinde faktör yükleri 0.70’in üzerinde tespit edilmiştir. Bu nedenle ifadelerin tamamı ölçüm modeliyle ilgili analizlerde kullanılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde t-değerlerinin 16.639 ile 168.469 aralığında değiştiği görülmektedir. Bu bilgiler ışığında t-değerlerinin referans değer olan 1.96’dan büyük oldukları görülmektedir (Doğan, 2019). İfadelerin her biri için VIF (Variance Inflation Factors-Varyans Artış Faktörü) değeri 10’dan düşüktür. Smart-PLS 3’ten küçük VIF değerlerini kabul edilebilir olarak değerlendirilse de, literatürde 10’an küçük VIF değerlerinin de kabul edildiği bilinmektedir (Sevinç, 2013). Ölçüm modelindeki ifadelerin her biri için VIF değeri 2.086 ile 8.aralığında değerler almaktadır. Bu teknik bilgilerin yanında ölçüm modelindeki üçlü yapıyı oluşturan ifadelere ait aritmetik ortalama ve standart sapma gibi istatistiksel bilgiler de Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Boyutlar (Yapılar)	Art Ort.	Std. Sap.	VIF	t-değeri	Faktör Yüğü
ÖLÜM KAYGISI					
Hayatımı kaybetme belirsizliği beni kaygılandırır.	3.148	1.388	2.712	21.396	0.841
Hayatımı kaybedenlerle ilgili yazı okumak beni kaygılandırır.	3.285	1.346	6.184	23.935	0.916
Hayatımı kaybedenlerle ilgili TV programı izlemek beni kaygılandırır.	3.322	1.343	8.919	21.208	0.916
Hayatımı kaybedenlerle ilgili konuşmak beni kaygılandırır	3.146	1.316	5.684	20.931	0.895
Bu ölümcül salgına yakalanmaktan endişe duyarım.	3.678	1.257	2.132	16.639	0.813
SEYAHAT ETME NİYETİ					
Seyahat etmeye hazırım.	2.708	1.492	5.815	53.901	0.877
Seyahat etmeye kararlıyım.	2.616	1.469	7.054	77.212	0.909
Seyahat etmeye meraklıyım.	3.352	1.518	2.086	37.576	0.790
Seyahat etme ihtimalim yüksektir.	2.792	1.502	3.726	85.143	0.912
Yaşım genç olduğum için seyahat etme motivasyonum yüksektir	3.021	1.473	2.295	40.396	0.828
DESTİNASYON ZİYARET NİYETİ					
Bir turistik destinasyonu ziyaret edeceğim.	2.776	1.477	6.784	108.900	0.936
Turistik ziyaretlerime kaldığım yerden devam edeceğim.	2.842	1.505	8.809	168.469	0.955
Sık sık turistik ziyaretler yapmayı planlıyorum.	2.715	1.425	4.999	118.087	0.933
Turistik ziyaretler yapmayı herkese tavsiye ederim.	3.000	1.557	3.408	65.005	0.898

Faktör analizi sonucu oluşan ölçüm modeline ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizine ilişkin bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır. Oluşan her bir yapıyı (boyut) AVE Katsayısı 0.70'in üzerindedir. Sosyal bilimlerde bu değer için 0.50'nin üzerinde olması beklenmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson 2010). Bunun yanında AVE değerlerinin karekökleri her bir boyut için korelasyon değerinden daha büyüktür. Bu değerlendirmelere göre araştırmada yakınsak geçerlilik sağlanmıştır (Fornell ve Larcker, 1981). Hair ve arkadaşları (2017), Fornell ve Larcker Criterion değerlendirmesinde satır ve sütunlardaki değerlerin tamamının koyu yazılan değerlerden daha düşük olması ve Heterotrait-Monotrait Ratio değerlendirmesinde değerlerin 0 ile 1 aralığında değer alması koşullarından ikisinin yerine getirilmesi durumunda ayrışma geçerliliğinin sağlanacağını ifade etmektedir. Buna ek olarak Heterotrait-Monotrait Ratio'ya ait değerlerin 0.90'dan küçük olması beklenmektedir.

Tablo 3: Güvenilirlik, Geçerlilik ve Korelasyon

Değişkenler	Fornell-Larcker Criterion			Heterotrait-Monotrait Ratio		
	1	2	3	1	2	3
Destinasyon Ziyaret Niyeti (1)	0.931					
Seyahat Etme Niyeti (2)	0.635	0.865		0.678		
Ölüm Kaygısı (3)	-0.043	-0.164	0.877	0.055	0.173	
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,948	0,915	0,925			
<i>Reliability Coefficient (Rho_A)</i>	0,950	0,918	0,943			
<i>Composite Reliability</i>	0,963	0,937	0,943			
<i>AVE</i>	0,866	0,748	0,769			

Araştırmadaki üç ölçüm aracı için *Cronbach's Alpha*, *Reliability Coefficient (Rho_A)* ve *Composite Reliability* olmak üzere üç farklı güvenilirlik testi uygulanmıştır. Bu üç farklı güvenilirlik testi için değerler 0.90'nın üzerinde bir değer almaktadır. Güvenilirlikle ilgili minimum değerler için farklı kaynaklarda farklı değerlendirmeler yapılsa da, bu araştırmada ifadelerle ait değerlerin yüksek güvenilir kabul edilecek düzeyde oldukları söylenebilir.

Yapısal Model

Tablo 4'te yapısal modelin uygunluğu ve hipotez testlerinin desteklenip desteklenmediğine ilişkin detaylar yer almaktadır. Bir çalışmada SRMR (RMSEA) değerinin 0.08'in altında, NFI değerinin ise 0.80'nin üzerinde olması beklenmektedir (Karagöz, 2017). Hatta NFI değeri için istatistiksel olarak istenen değer 0.90'nın üzeridir. Ancak 0.80'nin üzeri de kabul edilebilir bir uyum indeksi olarak değerlendirilmektedir. SmartPLS için ise SRMR değerinin 0.10'nun altında da kabul edilebildiğine rastlanılmaktadır (Domínguez-Quintero vd.,

2020). Bu çalışmaya ait model fit değerleri dikkate alındığında SRMR değerinin 0.058 ve NFI değerinin ise 0.843 olduğu Tablo 4'ten anlaşılmaktadır. Bu değerler dikkate alındığında yapısal modelin kabul edilebilir uyum indekslerine sahip olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 4: Hipotezler Testleri, Yol Katsayıları ve Etki Boyutları

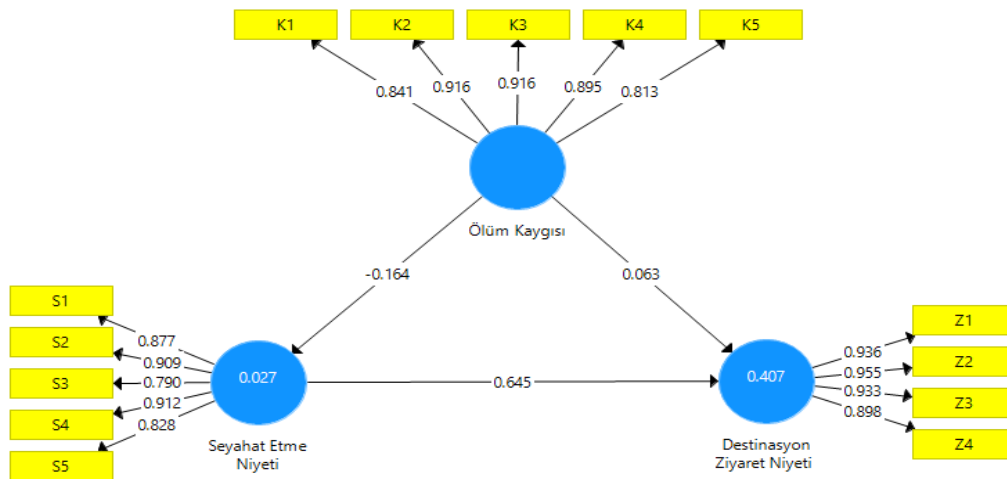
Hipotezler	Desteklenme Durumu	t-değeri	p-değeri	Yol Katsayıları	SRMR	NFI
<i>Direk Etki</i>						
H_1 : ÖK->SEN	Desteklendi	3.315	0.001*	-0.164		
H_2 : ÖK -> DZN	Desteklenmedi	1.529	0.126	0.063		
H_3 : SEN -> DZN	Desteklendi	18.458	0.000*	0.645	0.058	0.843
<i>Aracı Etki</i>						
H_4 : ÖK -> SEN -> DZN	Desteklendi	3.272	0.001*	-0.110		

* $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı

$t > 1.96$

ÖK: Ölüm Kaygısı, SEN: Seyahat Etme Niyeti, DZN: Destinasyon Ziyaret Niyeti

Tablo 5'te, değişkenler arası etkilerin test edildiği hipotezlerin desteklenme durumuna ilişkin bilgiler de içermektedir. Buna göre dört hipotezden üçünün desteklendiği, birinin ise desteklenmediği görülmektedir. COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı salgın sonrası seyahat etme niyetini (β : -0.164, t : 3.315, p : 0.001) etkilemektedir. Aynı zamanda COVID-19 sonrası seyahat etme niyeti destinasyon ziyaret niyetini (β : 0.645, t : 18.458, p : 0.000) etkilemektedir. Dolayısıyla araştırma hipotezlerinden H_1 ve H_3 hipotezleri desteklenmektedir. Ancak H_2 hipotezi desteklenmemektedir. Çünkü COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı, salgın sonrası destinasyon ziyaret niyetini (β : 0.063, t : 1.529, p : 0.126) etkilememektedir. Tablo 5'e göre COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı, salgın sonrası destinasyon ziyaret niyetini, salgın sonrası seyahat etme niyeti (β : -0.110, t : 3.2721, p : 0.001) aracı değişkeniyle etkilemektedir. Yani araştırma modeline göre salgınla ilgili ölüm kaygısının turistik amaçlı ziyaret etme niyetine olan etkisinde genel seyahat etme niyetinin aracı role sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle H_4 hipotezi desteklenmektedir.



Şekil 2: Yapısal Modelin PLS Sonuçları

Şekil 2'de araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin yer aldığı modelin PLS sonucu yer almaktadır. PLS çıktısında bağımlı değişkenlerin varyansının bağımsız değişkenler

tarafından açıklanma düzeyleri yer almaktadır. COVID-19 sonrası Destinasyon ziyaret niyeti için R^2 değeri 0.407'dir. Destinasyon ziyaret niyetinin yaklaşık %40'ı modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki bu açıklayıcılık ilişkisi Nikbin ve Hyun (2017)'un yaptığı çalışmada ifade edilmektedir. Chin (1998), %50 civarındaki bir açıklayıcılığın orta düzeyli olduğunu belirtmektedir. COVID-19 sonrası, turistik amaçlı ziyaretlerin orta düzeyde COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı ve salgın sonrası genel seyahat etme niyetine göre şekilleneceği söylenebilir.

Tartışma, Sonuç ve Çıkarımlar

Bu çalışmada COVID-19 pandemisinin turistlerde oluşturduğu kaygı durumunun turistlerin seyahat davranışlarını etkilediği sonucuna varılmıştır. Özellikle salgının çok kısa sürede bütün dünyaya yayılması uluslararası insan hareketliliğini durma noktasına getirmiştir. Bu yönüyle turizmin kitlesel şekilde yapılmaya başlandığı 21. yüzyılda ilk defa bu düzeyde büyük ve uluslararası bir kriz yaşanmaktadır. Böyle bir ortam da gerçekleşen bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaygı kavramı turizm ile ilgili çalışmalarda varoluş felsefesi ve psikolojik kuram ve teoriler bağlamında ele alınmıştır (Kirillova ve Lehto, 2015; Vidon ve Rickly, 2018). Bu araştırmada ise seyahat ve ziyaret niyetine yönelik tutumları içermesi nedeniyle ölüm kaygısı değişkenler arası ilişkiler turist davranış teorisi bağlamında ele alınmıştır (Lam ve Hsu, 2004; Zarrad ve Debabi, 2015). Kaygı düzeyinin test edildiği turizmle ilgili çalışmalarda söz konusu (Hong, Chiu, Shih ve Lin, 2012; Oldmeadow, Quinn ve Kowert, 2013) olmakla birlikte, ölüm kaygısının araştırıldığı çalışmalar sınırlıdır. Literatürde turizm faaliyetlerinin insanların kaygılarına etkisi çalışıldığı gibi, destinasyonlara yönelik herhangi bir krize karşı duyulan kaygının turist davranışlarına yönelik etkisi de çalışılmaktadır. Bu anlamda insanların rutin hayatlarında yaşadıkları kaygıları gidermek için turizm bir araç olarak kullanılırken, diğer yandan seyahat etmelerinde veya turizm faaliyetlerine katılmada kendileriyle ilgili bir kaygıya sebep olacakları bir risk algısına sahip olduklarında bu faaliyetleri ertelemekte veya iptal etmektedirler (Qi, Gibson ve Zhang, 2009). Ainsworth (1989) bağlanma teorisi kapsamında güven ve risk durumuna göre kaygının yüksek veya düşük olabileceğini ifade etmektedir. Ölüm kaygısı içeren risk durumlarında insanlar seyahat etmemekte ve turistik faaliyetlere katılmamaktadırlar. Gudykunst ve Hammer'ın (1988) durumu kaygı/risk azaltma yönetimi teorisine göre değerlendirmekte ve bir insanın kaygısı yüksek, güven ortamı düşük olduğunda, o ortamda bulunmaktan uzak durduğunu ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında, COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısı turistlerin seyahat davranışlarında belirleyici bir rol oynamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre insanların COVID-19 nedeniyle taşıdıkları ölüm kaygısı, salgından sonraki seyahat etme niyeti üzerinde direkt ve negatif bir etkiye sahiptir. İnsanların pandemi kaynaklı ölüm kaygısı arttıkça, pandemi sonrası seyahat etme niyetleri azalmaktadır. İnsanların COVID-19 nedeniyle taşıdıkları ölüm kaygısı seyahat etme niyetini etkilemesine karşın, destinasyon ziyaret niyetini etkilememektedir (Reisinger ve Movondo, 2005; Lepp ve Gibson, 2008). Ölüm kaygısının seyahat etme niyetine etkisi negatiftir. Gupta ve arkadaşlarının (2010) yaptığı çalışmada da bu durum tespit edilmiştir. İnsanların pandemi nedeniyle uzun süre evde kalmaları seyahat etme eğilimlerini etkilerken, bu eğilimin turistik amaçlı olmaması beklenen bir durumdur. Çünkü insanlar salgının bulaşma riskine karşın özellikle çok kalabalık yerlerdeki turistik faaliyetlere katılmamayı tercih edebilmektedir. Literatürde turistlerin taşıdıkları kaygı nedeniyle riskli gördükleri destinasyonlardan kaçındığını ve temkinli davranış sergilediğini ifade eden çalışmalarda yer almaktadır (Cooper, Agocha ve Sheldon 2000; Kovačić vd., 2019).

İnsanların COVID-19 sonrası seyahat etme niyetleri ile destinasyon ziyaret niyetleri arasındaki pozitif ve doğrusal bir ilişki mevcuttur. Bu anlamda insanların seyahat etme niyetleri

artıkça destinasyon ziyaret niyetleri de artmaktadır. Literatürde genellikle destinasyon ziyaret niyetinin seyahat etme niyetine etkisi test edilmektedir (Chi vd., 2013; Abubakar, 2016; Tan ve Wu, 2016). Ancak COVID-19 pandemisi seyahat etme niyetinin destinasyon ziyaret niyetine etkisi test edilmiştir. Çünkü pandemi nedeniyle sürekli evlerde veya kapalı ortamlarda kalan insanların ilk önce seyahat etme niyetine sahip oldukları, bunun daha sonra turistik amaçlı bir seyahat niyetine dönüşeceği düşünülmektedir. Ferns ve Walls (2012) seyahat ve destinasyon ziyaret niyeti arasındaki ilişkiyi bu şekilde ele almışlardır. Bu araştırmanın diğer önemli sonucu ise salgın sonrası seyahat etme niyetinin COVID-19 pandemisi nedeniyle taşıdıkları ölüm kaygısının destinasyon ziyaret niyeti arasında aracılık rolüne sahip olmasıdır. İnsanların pandemi kaynaklı ölüm kaygıları seyahat etme niyeti aracı değişkeniyle destinasyon ziyaret niyetini negatif etkilemektedir. Herhangi olumsuzluk karşısında bireyler olumsuzluğun kendilerine yansımından çekindikleri için kaygı duymaktadır (Dowling ve Staelin 1994). Bu çalışmada tespit edildiği gibi ortaya çıkan ölüm kaygısı turistlerin seyahat etme ve turistik faaliyetlere katılma yönündeki davranışlarını etkilemektedir (Mitchell, Davies, Moutinho ve Vassos, 1999; Reisinger ve Mavondo, 2005).

COVID-19 pandemisi 21. yüzyılda küresel bir kimlik kazanan ve kitlesel faaliyetler şeklinde gerçekleşen turizm endüstrisini çok ciddi şekilde etkilemiştir. Pandemi insanlardaki ölüm kaygısını etkilediği için turistlerin seyahat etmeye yönelik davranışlarını da etkilemektedir. Bu nedenle salgının etkileri bitse bile insanlar bir dönem turistik amaçlı seyahatler yapmaktan kaçınabilir. Çünkü salgınla ilgili güvenlik risklerinin oluşu turistlerin ölüm kaygısını arttırmakta, artan kaygı ise seyahat etme ve destinasyon ziyaret niyetini olumsuz etkilemektedir.

Sınırlıklar ve Gelecek Araştırmalar

Araştırmada iki önemli kısıttan söz edilebilir. Birincisi, araştırmada veri toplamının sadece Türkiye'deki üç şehir ile sınırlı tutulmasıdır. Çünkü böyle küresel bir meseleye ilişkin araştırmaların daha geniş bir coğrafi örnekleme yayılarak yapılması sonuçların genellenebilirliğine daha önemli katkılar sağlayabilir. Salgın küresel olmasına karşın, ülkelerin veya şehirlerin sosyal, kültürel, coğrafi, ekonomik ve demografik bazı özellikleri salgına spesifik tepkilerin verilmesine zemin hazırlamaktadır. Çalışmadaki diğer önemli kısıt ise verilerin online şekilde toplanmış olmasıdır. Çünkü yüz yüze veri toplanırken katılımcıların anketteki ifadelerine karşı göstermiş oldukları tepkiler ile araştırma sürecine ilişkin geri dönüşler alınabilmektedir. Ancak COVID-19'dan kaynaklanan sosyal mesafe kuralları nedeniyle veriler online toplanmıştır.

Araştırma kurgusunun şekillenmesi, analizlerin yapılması yöntem ve bulgularının raporlanmasında araştırma sürecindeki kısıtlara göre şekillenmiştir. COVID-19'un tüm dünyayı derinden etkileyen yapısı birçok disiplin için konuya ilişkin çalışmaları zorunlu kılmaktadır. Özellikle insan hareketliliğini kısıtlayan yapısıyla turizmin doğasına ters olan pandeminin turizm endüstrisindeki etkilerine yönelik çalışmalara yoğunlaşılabilir. Bu kapsamda turizm ile ilgili gelecekteki araştırmalar için bazı öneriler verilebilir. İlk olarak pandeminin turizm endüstrisindeki sektörel gelişim üzerine etkisi araştırılmaya değerdir. Çünkü özellikle KOBİ düzeyindeki turizm işletmeleri bu süreçten oldukça fazla etkilenmişlerdir. Ayrıca turizmin ekonomik ve finansal işleyişinin pandemi öncesindeki seviyeye nasıl getirilebileceğiyle ilgili çalışmalar da yapılabilir. Ayrıca pandemi sonrası istihdam sorunları ve turizm çalışanlarının nasıl bir psikolojik değişim yaşadıkları veya turistlerin turistik ürün tercihlerindeki davranışsal değişikliklerinin ne düzeyde olduğuyla ilgili ampirik araştırmalar yapılabilir. Son olarak konunun hala çok yeni ve pandeminin de devam ettiği dikkate alındığında, yapılan çalışmaların belli bir zaman sonra tekrarlanmaya değer olduğu ifade edilebilir.

Kaynakça

- Abubakar, M. A. (2016). Does eWOM influence destination trust and travel intention: a medical tourism perspective. *Economic research-Ekonomiska istraživanja*, 29(1), 598-611.
- Aguirre, J. A. (2007). Tourism, volcanic eruptions and information: Lessons for crisis management in national parks in *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2006, PASOS, Coasta Rica, pp. 175–192.
- Ainsworth, M. D. S. (1989). Attachments beyond infancy. *American Psychologist*, 44(4), 709–716.
- Artuger, S. (2015). The Effect of Risk Perceptions on Tourists' Revisit Intentions. *European Journal of Business and Management*, 7(2), 36-44.
- Baker, D.A. & Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Baxter, E., & Bowen, D. (2004). Anatomy of tourism crisis: Explaining the effects on tourism of the UK foot and mouth disease epidemics of 1967–68 and 2001 with special reference to media portrayal. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 263-273.
- Brown, L. (2013). Tourism: A catalyst for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 40, 176–190.
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chen, L., Evans, T., Anand, S., Boufford, J. I., Brown, H., Chowdhury, M., ... & Fee, E. (2004). Human resources for health: overcoming the crisis. *The Lancet*, 364(9449), 1984-1990.
- Chen, Y., Shang, R., & Li, M. (2014). The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist destination. *Computers in Human Behavior*, 30(1), 787–799.
- Cheng, S., Lam, T., & Hsu, C. H. (2006). Negative word-of-mouth communication intention: an application of the theory of planned behavior. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 30(1), 95-116.
- Chi, C. G. Q., Chua, B. L., Othman, M., & Karim, S. A. (2013). Investigating the structural relationships between food image, food satisfaction, culinary quality, and behavioral intentions: The case of Malaysia. *International Journal of Hospitality ve Tourism Administration*, 14(2), 99-120.
- Chin, L. C., Leng, L. H., Yuan, N. S. & Xiong, P. Y. (2015). Determinants of travel intention among foreign student in Malaysia-perspective from push-pull motivations (Doctoral dissertation), UTAR.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). London, Lawrence Elbaum Associates Publisher.
- Chung, N., Han, H., & Joun, Y. (2015). Tourists' intention to visit a destination: The role of augmented reality (AR) application for a heritage site. *Computers in Human Behavior*, 50, 588-599.
-

- Cooper, M. L., Agocha, V. B., & Sheldon, M. S. (2000). A motivational perspective on risky behaviors: The role of personality and affect regulatory processes. *Journal of personality, 68*(6), 1059-1088.
- Del Chiappa, G. & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing ve Management, 4*(3), 145-150.
- Di-Clemente, E., Hernandez-Mogollon, J. M., & Campon-Cerro, A. M. (2019). Tourists' involvement and memorable food-based experiences as new determinants of behavioural intentions towards typical products. *Current Issues in Tourism, 1*-14.
- Doğan, D. (2019). SmartPLS ile Veri Analizi [Data Analysis with SmartPLS]. Ankara: Zet Press.
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R. & Paddison, B. (2020). The mediating role of experience quality on authenticity and satisfaction in the context of cultural-heritage tourism. *Current Issues in Tourism, 23*(2), 248-260.
- Dowling, G., & Staelin, R. (1994). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity. *Journal of Consumer Research, 21*(1): 119-35.
- Ferns, B. H., & Walls, A. (2012). Enduring travel involvement, destination brand equity, and travelers' visit intentions: A structural model analysis. *Journal of Destination Marketing ve Management, 1*(1-2), 27-35.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50.
- Gamble, P. R. (1992). The educational challenge for hospitality and tourism studies. *Tourism Management, 13*(1), 6-10.
- Gills, B. K. (2008). The swinging of the pendulum: The global crisis and beyond. *Globalizations, 5*, 513–522.
- Gudykunst, W., & M. Hammer (1988). "Strangers and Hosts: An Uncertainty Reduction Base Theory of Intercultural Adaptation." In Cross- Cultural Adaptation: Current Approaches, edited by Y. Kim and W. Gudykunst. Newbury Park, CA: Sage, pp. 106-39.
- Gupta, A., Gupta, D. R., & Arora, N. (2010). The relationship between perceived travel risk, travel safety, travel anxiety and intentions to travel: A path analysis study of domestic traveller in India. *International Journal of tourism and Travel, 3*(1), 25-35.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science, 40*(3), 414-433.
- Hall, C. M. (2010). Crisis events in tourism: subjects of crisis in tourism. *Current issues in Tourism, 13*(5), 401-417.
- Haque, T. H., & Haque, M. O. (2018). The swine flu and its impacts on tourism in Brunei. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 92-101.
-

- Heidegger, M. (1996). *Being and time*. Albany: State University of New York Press.
- Hem, L. E., Iversen, N. M. & Nysveen, H. (2002). Effects of ad photos portraying risky vacation situations on intention to visit a tourist destination: moderating effects of age, gender, and nationality. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 13(4), 1-26.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modelling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20(1), 277–320.
- Hong, J. C., Chiu, P. Y., Shih, H. F., & Lin, P. S. (2012). Computer self-efficacy, competitive anxiety and flow state: Escaping from firing online game. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 70–76.
- Hsu, C. H., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of travel research*, 49(3), 282-296.
- Hsu, C., & Crotts, J. C. (2006). Segmenting mainland Chinese residents based on experience, intention and desire to visit Hong Kong. *International Journal of Tourism Research*, 8(4), 279-287.
- Hung, K., & Petrick, J. F. (2010). Developing a measurement scale for constraints to cruising. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 206–228.
- Karagöz, Y. (2017). SPSS ve AMOS uygulamalı nitel-nicel karma bilimsel araştırma yöntemleri [Qualitative-quantitative mixed scientific research methods with SPSS and AMOS applied] (1st Ed.). Ankara: Nobel Publishing.
- Khan, J.M., Chelliah, S. & Ahmed, S. (2017) Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139-1155.
- Kingsbury, P., Crooks, V., Snyder, J., Johnston, R., & Adams, K. (2012). Narratives of emotion and anxiety in medical tourism: On State of the Heart and Larry’s Kidney. *Social and Cultural Geography*, 13(4), 361–378.
- Kirillova, K., & Lehto, X. (2015). An existential conceptualization of the vacation cycle. *Annals of Tourism Research*, 55, 110-123.
- Kirillova, K., Lehto, X. Y., & Cai, L. (2017). Existential authenticity and anxiety as outcomes: The tourist in the experience economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 13–26.
- Kongoley-MIH, P. S. (2015). The Impact of Ebola on the Tourism and Hospitality Industry in Sierra Leone. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(12), 542-550.
- Kovačić, S., Jovanović, T., Miljković, Đ., Lukić, T., Marković, S. B., Vasiljević, Đ. A., ... & Ivkov, M. (2019). Are Serbian tourists worried? The effect of psychological factors on tourists’ behavior based on the perceived risk. *Open Geosciences*, 11(1), 273-287.
- Krause, S., Rydall, A., Hales, S., Rodin, G., & Lo, C. (2015). Initial validation of the Death and Dying Distress Scale for the assessment of death anxiety in patients with advanced cancer. *Journal of pain and symptom management*, 49(1), 126-134.
- Lai, C., Li, X., & Harrill, R. (2013). Chinese outbound tourists’ perceived constraints to visiting the United States. *Tourism Management*, 37(8), 136–146.
-

- Lam, T., & Hsu, C. H. (2004). Theory of planned behavior: Potential travelers from China. *Journal of hospitality ve tourism research*, 28(4), 463-482.
- Larsen, S., Brun, W., & Qgaard, T. (2009). What tourists worry about—Construction of a scale measuring tourist worries. *Tourism Management*, 30(2), 260-265.
- Lee CK, Song HJ, Bendle LJ, Kim MJ, & Han H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*. 33(1), 89-99.
- Lee, C. C., & Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421-1422.
- Lee, Y. F. & Harrald, J. R. (1999). Critical issue for business areaimpact analysis in business crisis management: Analytical cap-ability. *Disaster Prevention and Management*, 8(3), 184-189.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management*, 29(4), 740-750.
- Lonetto, R., & Templer, D. I. (1986). Series in health psychology and behavioral medicine. Death anxiety. Hemisphere Publishing Corp.
- Loureiro, S. M., & González, F. J. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25, 117–136.
- McAleer, M., Huang, B. W., Kuo, H. I., Chen, C. C., & Chang, C. L. (2010). An econometric analysis of SARS and Avian Flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling ve Software*, 25(1), 100-106.
- McIntyre, N., & J. Roggenbuck (1998). Nature/Person transactions during an outdoor adventure experience: A multi-phasic analysis. *Journal of Leisure Research*, 30(4): 401-22.
- Mitchell, V. W., Davies, F., Moutinho, L., & Vassos, V. (1999). Using neural networks to understand service risk in the holiday product. *Journal of Business Research*, 46(2), 167-180.
- Mizrachi, I., & Fuchs, G. (2016). Should we cancel? An examination of risk handling in travel social media before visiting ebola-free destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 59-65.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21(10), 3–44.
- Nezakati, H., Amidi, A., Jusoh, Y. Y., Moghadas, S., Aziz, Y. A. & Sohrabinezhadtalemi, R. (2015). Review of social media potential on knowledge sharing and collaboration in tourism industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 120-125.
- Nikbin, D., & Hyun, S. S. (2017). Does travellers' casual attribution affect pre-recovery emotions and behavioural intentions? A field study of airline travellers in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 80-93.
- Oldmeadow, J. A., Quinn, S., & Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1142–1149.
- Page, S., Yeoman, I., Munro, C., Connell, J., & Walker, L. (2006). A case study of best practice—Visit Scotland's prepared response to an influenza pandemic. *Tourism Management*, 27(3), 361-393.
-

- Pambudi, D., McCaughey, N., & Smyth, R. (2009). Computable general equilibrium estimates of the impact of the Bali bombing on the Indonesian economy. *Tourism Management*, 30(2), 232-239.
- Paraskevas, A., Altinay, L., McLean, J. & Cooper, C. (2013). Crisis knowledge in tourism: Types, flows and governance. *Annals of Tourism Research*, 41, 130-152.
- Pine, R. & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139-143.
- Pizam, A., & Smith, G. (2000). Tourism and terrorism: A quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destinations. *Tourism Economics*, 6(2), 123-138.
- Poon, A. & Adams, E. (2000). How the British will travel 2005. Tourism Intelligence, Germany: International Bielefeld.
- Promsivapallop, P. & Kannaovakun, P. (2017) A comparative assessment of destination image, travel risk perceptions and travel intention by young travellers across three ASEAN countries: a study of German students, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22:6, 634-650.
- Qi, C. X., Gibson, H. J., & Zhang, J. J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport ve Tourism*, 14(1), 43-67.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43, 212-225.
- Richter, L. & W. Waugh, Jr. (1991). Terrorism and Tourism as Logical Companions. in S. Medlik, (ed.), *Managing Tourism*, London: Butterworth Heinemann, pp. 18-27.
- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410-418.
- Roodurmun, J., & Juwaheer, T. D. (2010). Influence of trust on destination loyalty: An empirical analysis the discussion of the research approach. International Research Symposium in Service Management (pp. 24-27). Mauritius.
- Sevinç, E. (2013). Çoklu Regresyon Korelasyon Analizinde Varsayımdan Sapmalar ve Çimento Sektörü Üzerine Uygulama [Deviations from Assumption in Multiple Regression Correlation Analysis and Application on the Cement Sector]. Retrieved from <http://serpam.org/wp-content/uploads/Sevinc2013.pdf>, Date of access: 05.02.2020.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi. *The Journal of Marmara Social Research*, 4, 1-18.
- Sönmez, S. & Graefe, A. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, 44, 210-226.
- Şenol, C. (1989). *Ankara İlinde Kurumlarda Yaşayan Yaşlılarda Ölüme İlişkin Kaygı ve Korkular*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
-

- Tan, W. K., & Wu, C. E. (2016). An investigation of the relationships among destination familiarity, destination image and future visit intention. *Journal of Destination Marketing ve Management*, 5(3), 214-226.
- Templer, D. I. (1970). The construction and validation of a death anxiety scale. *The Journal of general psychology*, 82(2), 165-177.
- Thompson, A. (2011). Terrorism and tourism in developed versus developing countries. *Tourism Economics*, 17(3), 693-700.
- Ünlüönen, K., & Çeti, B. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Vidon, E. S., & Rickly, J. M. (2018). Alienation and anxiety in tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 69, 65-75.
- Walters, G., Mair, J., & Lim, J. (2016). Sensationalist media reporting of disastrous events: Implications for tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 3-10.
- Xiang, Z. & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Zarrad, H., & Debabi, M. (2015). Analyzing the effect of electronic word of mouth on tourists' attitude toward destination and travel intention. *International research journal of social sciences*, 4(4), 53-60.
-