

COVID-19'UN KONAKLAMA İŞLETMELERİNE ETKİLERİ: YÖNETİCİLER PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

COVID-19 EFFECTS ON THE HOSPITALITY INDUSTRY: AN ASSESSMENT FROM THE PERSPECTIVE OF MANAGERS

Gülşay ÖZALTIN TÜRKER*, Nur ERTÜRK**

ÖZET: Çin'in Vuhan kentinde 2019 Aralık ayında ortaya çıkan Covid-19 salgını 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Virüsün yayılma hızının yüksek olması nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü "pandemi" ilan etmiştir. Virüsün yayılma hızını azaltmak amacıyla ülkeler pek çok önlem almak zorunda kalmışlardır. Alınan bu önlemler pek çok sektörü olduğu gibi turizm sektörünü de derinden etkilemiştir. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı Covid-19 salgınının konaklama işletmeleri üzerine olası etkilerinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Nitel veri toplama tekniklerinden açık uçlu soru formunun tercih edildiği çalışmada Türkiye genelindeki konaklama işletmelerinde yönetici kademesinde yer alan çalışanlar araştırma evreni olarak belirlenmiştir. 116 yöneticinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmada elde edilen veriler içerik analizine tabii tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre salgın sonrası en çok üzerinde durulacak kavramlar; hijyen, tanıtım, güven ve kişiye özel hizmet kavramları olacaktır. Konaklama işletmelerinin pandemi sürecinde turizm faaliyetlerini gerçekleştirirken bu kavramları göz önünde bulundurması gerekmektedir.

Anahtar sözcükler: Covid-19, Pandemi, Turizm, Konaklama İşletmeleri

ABSTRACT: The Covid-19, which occurred in Wuhan, China in December 2019, affected the whole world in 2020. Due to the high rate of spread of the virus, the World Health Organization has declared a "pandemic". Countries have had to take many measures in order to reduce the spread of the virus. These measures have deeply affected the tourism sector as well as many other sectors. In this context, the main purpose of the study was determined as determining the possible effects of the Covid-19 epidemic on accommodation businesses. In the study, an open-ended question form was preferred among qualitative data collection techniques. Employees at managerial positions in accommodation businesses in Turkey have been determined as the research population. The data obtained in the research conducted with the participation of 116 managers were subjected to content analysis. According to the results of the research, the most emphasized concepts after the epidemic are; hygiene, promotion, trust and personalized service concepts. Accommodation businesses need to take these concepts into consideration while performing tourism activities during the pandemic process.

Keywords: Covid-19, Pandemic, Tourism, Hospitality Businesses

GİRİŞ

Dünya'da yaşanan birçok kriz, ülkeler üzerinde olumsuz etkiler doğurabilmektedir. Krizler önceden tahmin edilemediğinde birçok sektörü olumsuz etkileyebilmektedir. Bu sektörlerin başında pek çok ülkenin ekonomisi üzerinde büyük bir paya sahip olan turizm sektörü gelmektedir. Tahmin edilemeyen krizler turizm sektöründe önemli turist kayıplarına ve turizm gelirlerinde düşüşlere sebebiyet verebilmektedir. Doğal afetler, terör, politik olaylar, ekonomik istikrarsızlık gibi olaylar turizm üzerinde olumsuz etkiler neden olurken, bunların yanında salgın hastalıklarda turizm sektörü üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Salgın hastalıkların yayılmasıyla meydana gelen krizler, destinasyon imajlarına zarar verebilir ve turistler üzerinde güven problemi oluşturabilir (Çeti ve Ünlüöner, 2019).

* Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu, Muğla-Türkiye, gozaltin@mu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9367-0454

** Doktora Öğrencisi, Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın-Türkiye, nurerturkk@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3825-3324

Salgın hastalıklar Covid 19 öncesinde de görülmüş ve bu hastalıkların da turizm üzerinde çeşitli olumsuz etkileri yaşanmıştır. Page vd. (2012) çalışmalarında, ekonomik kriz ve domuz gribi salgınının İngiltere’de küresel turizm üzerinde negatif etkilerini ortaya koymaktadır. Araştırmacılar, domuz gribinden dolayı en fazla ziyaretçi kaybının olduğu ülkelerin Çin, İspanya, Güney Kore ve Rusya olduğunu tespit etmiştir. Haque ve Haque (2018) çalışmalarında, komşusu Malezya olan Brunei ülkesinde domuz gribinin turizm üzerindeki etkilerini incelemiştir. Domuz gribinin 12 aylık döneminde turist sayısı %15 (30.000) ve turizm gelirleri 15 milyon dolar azalmıştır. Cahyanto vd. (2016) ABD’de ebola vakaları nedeniyle Amerikalıların yurt içinde seyahatten kaçınmalarını etkileyen faktörleri incelemiştir. Araştırmacılar; yüksek risk algısı taşıyan, algılanan duyarlılıkları ve öz yeterlilikleri yüksek olan tüketicilerin Eboladan kaynaklı seyahatten kaçınma eğilimlerinin düşük olduğunu tespit etmişlerdir. McAleer vd. (2010) çalışmalarında SARS ve kuş gribi kaynaklı ölümlerin Asya’ya gelen uluslararası turistler üzerindeki etkilerini karşılaştırmaktadır. SARS’ın turist davranışları üzerindeki etkisinin kuş gribinden daha önemli boyutta olduğu görülmüştür. Lee ve Chen (2011) ise kuş gribinin Asya’daki yaşlı turistler üzerindeki etkisini araştırmış ve bulgularını SARS salgını ışığında değerlendirmişlerdir. Sonuçlar, bu hastalıkların yaşlı turistlerin davranışlarını değiştirmediklerini göstermiştir. Salgın sonrası turizmin normal seyrinde devam ettiği sonucuna ulaşan çalışmada ise Tang ve Wong (2009), Komboçya’nın SARS salgınının turizm üzerindeki etkilerinin geçici mi yoksa kalıcı mı olduğunu ortaya koymuştur. Salgın sonrası turizme olan talep azalırken, bu durumun geçici olduğu vurgulanmış ve turizme olan talebin zamanla normalleşerek devam ettiği vurgulanmıştır. Çeti ve Ünlügönen (2019) çalışmalarında diğer çalışmaların aksine bir bulguya rastlamıştır. 2003 yılında Çin’de ortaya çıkan Kuş gribinden en fazla etkilenen ülkelere ve en fazla kaybın yaşandığı yerden biri olan Mısır’da, turist sayılarında herhangi bir düşüşün yaşanmadığı görülmüştür. Görüldüğü üzere literatürde genel olarak salgınların yaşandığı yıldan sonraki yıllarda turist sayılarının ciddi oranda arttığına rastlanılmıştır.

Turizm sektöründe kontrol altına alınabilen ve alınamayan krizler yer almaktadır. Kontrol altına alınamayan krizlere doğal afetler, terör, küresel çapta siyasal gelişmeler örnek gösterilebilirken; kontrol altına alınabilen krizlere çevresel problemler ve sağlık problemleri gibi krizler örnek gösterilebilir (Albeni ve Ongun, 2005). Önemli olan bu krizleri iyi yönetebilmek ve işletmelerin bu durumdan en az zararla atlatılabilmesini sağlayacak planlamalar yapabilmesidir. Literatürde de görüldüğü üzere salgın hastalıkların turizm sektörü üzerinde hem kısa, hem de uzun vadede özellikle ekonomik açıdan olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dolayısıyla Çin’in Vuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa sürede tüm Dünya’ya yayılan COVID-19 virüsünün turizm sektöründe ne gibi etkilerinin olacağı merak konusu olmuştur. Bu bağlamda çalışma, COVID-19 virüsünün hem konaklama işletmeleri üzerindeki olası etkilerini ortaya koyabilmek, hem de konaklama işletmelerinin bundan sonra hangi adımları izlemeleri gerektiğine öneriler getirmek açısından önem teşkil etmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Covid-19 ve Etkileri

Çin Halk Cumhuriyeti Vuhan şehrinde, deniz ürünleri pazarlarında çalışan bir personelde Aralık 2019’da ortaya çıkan COVID-19, soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu ve Akut solunum Sendromu gibi şiddetli nefes darlığı ve çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesi olarak tanımlanmaktadır. Daha önceden insanlarda görülmeyen bu hastalık soğuk algınlığı, MERS ve SARS virüslerine benzemektedir ve 2019- nCoV olarak adlandırılmıştır. Daha sonra COVID-19 olarak güncellenmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı Koronavirüs Raporu, 2020).

Küresel çapta dünya gündeminde sorun teşkil eden virüs için Dünya Sağlık Örgütü kayıtsız kalmamış ve uluslararası kamu sağlığı acil durumu ilan ederek virüsün bütün ülkelere yayılmasını engelleyebilmek için önlemler almaya başlamıştır. Dünya Sağlık Örgütü Başkanı, acil durum ilan edilmesinin yalnızca Çin için değil, Çin dışındaki ülkeleri de ilgilendirdiğini düşündüğünden, bu konu

hakkında endişe ettiğini belirtmiştir (www.who.int/). Ebola (%50) ve SARS (%10) virüsüne kıyasla ölüm oranının daha düşük olduğu Korona virüs, diğer virüslere kıyasla daha çabuk yayılmakta ve bu yönüyle diğer virüslerden ayrılmaktadır. COVID-19 hızlı yayılması nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü küresel salgın (pandemi) ilan etmiştir (www.who.int/). Ülkelerde salgın nedeniyle karantina dönemi başlamış ve çevrimiçi eğitim, çevrimiçi toplantı, evden çalışma gibi uygulamalara gidilmiştir. Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, çevrimiçi olarak katıldığı toplantıda COVID-19 ile ilgili, virüsün orman yangını gibi savunmasız olan yerlerde hızla yayılacağı ve çok fazla insanın öleceğini duyurmuştur. Dolayısıyla, virüsün sağlık temeli zayıf olan Afrika kıtası gibi kıtalarda yayılabilme olasılığının Dünya için kötü bir senaryo olacağını belirtmektedir (www.ntv.com.tr).

29 Ağustos 2020 itibariyle COVID-19'dan en fazla etkilenen ülkelere bakıldığında, Amerika vaka sayısı (6,135,368) ve ölüm sayısı (186,784) en önde gelmektedir. Vaka sayıları itibariyle Brezilya (3,846,153), Hindistan (3,539,712) ve Rusya (985,346) Amerika'yı takip etmektedir. Türkiye ise 267,064 vaka ile salgından etkilenen ülkeler içerisinde on sekizinci sırada yer almaktadır. Ülke nüfuslarıyla ölüm oranlarının incelendiği verilerde dünya nüfusuna göre ölüm sayısının az olduğu görülmüştür. Bunun temel nedeninin alınan ciddi tedbirler olduğunu ifade etmek mümkündür (www.gmdergi.com/). Zira özellikle salgının yayılmaya başladığı ilk dönem olan 2020'nin bahar aylarında pek çok ülkede sokağa çıkma yasağı ve seyahat engelleri uygulanmıştır.

Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) COVID-19 salgınının dünya üzerinde olası etkileriyle ilgili paylaştıkları raporda, virüs ile ilgili alınacak olan önemlerin süresiyle ülkelerin ekonomilerinin bu durumdan daha çok etkileneceği yer almaktadır. Özellikle sağlık için harcamaların artacağı, çoğu firmanın küçülmeye gideceği ya da kapanacağı, işsizlik sürecinin uzayacağı, çalışanların işsiz kalacağı ve ülke yönetimlerinin firmalar için sağlayacağı kredilerin ülkelerin olumsuz ekonomik büyüme ihtimallerini oldukça artıracağını belirtmiştir. Salgın dolayısıyla küresel ekonominin 2020 yılında %3'lük daralmaların olacağı ön görülmektedir. Bu küresel kriz, dünyanın finansal sisteminin istikrarı açısından büyük tehdit oluşturduğunu göstermektedir (www.imf.org/).

Turizm sektörü Türkiye'nin önemli gelir kaynağı olarak görülmektedir. Özellikle kriz dönemlerinin sonrasında turizm gelirlerinin artması turizm sektörünün önemine ışık tutmaktadır. Turizm sektörünü etkileyebilecek bir kriz sonrasında turistik destinasyonlara olan taleplerin düşeceği öngörülebilir. Çeti ve Ünlüönen (2019) çalışmalarında, salgın hastalıklar nedeniyle ortaya çıkan krizlerin turizm sektörü üzerinde olası etkilerini değerlendirmiştir. Geçmişten bugüne yaşanan salgın hastalıkların görüldüğü yıllardan bir sonraki yıllarda turist sayısının düştüğü görülmüştür. Bu durum bugün ortaya çıkan COVID-19 salgının sonrasında da yaşanabilir. Bu nedenle turizm paydaşlarının geçmişte yaşanan krizler sonrasında elde ettiği çıkarımlar, geliştirdiği strateji ve verdiği öneriler turizm hareketliliği için önem teşkil etmektedir.

Turizmde Covid-19 Sonrası Oluşabilecek Fırsatlar ve Konaklama İşletmelerinde Alınacak Önlemler

2014 yılında Rusya'da yaşanan ekonomik kriz, daha sonrasında Türkiye ile Rusya arasında yaşanmış olan uçak krizi gibi zorlu dönemlerden geçen turizm sektörü, 2018 yılından sonra 52 milyon turist ve 35 milyon dolar gelirle birlikte 2019 yılında önemli düzeyde büyüme gerçekleştirmiştir (TUİK, 2020). Yakalanan bu ivmeyle birlikte turist sayısı ve kişi başına düşen harcama miktarında daha iyi rakamların elde edileceği planlanmış fakat 2020 yılının başında yaşanan pandemi süreci pek çok sektörü olduğu gibi turizm sektörünü de derinden etkilemiştir.

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, otellerde yeni bir dönemin başlayacağını, koronanın olmadığı bölgelere yönelik tesislerin önlemler alması gerektiğini ve devamında bu tesislere uluslararası sertifikasyon verileceğini açıklamıştır. Konaklama işletmelerinde alınması gereken önlemlerle ilgili Dünya Sağlık Örgütü 'Geçici Rehberlik' adıyla yayınladığı bildiriye, otellerde

alınması gereken önlemler ve tavsiyeler bulunmaktadır. Bu tavsiyelerin konaklama tesislerinde bulunan yöneticiler, iş güvenliği kurulları, sağlıkçılar ve kurum içindeki tüm çalışanlar tarafından dikkate alınmasının önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu önlemler kısaca aşağıdaki gibidir (Bahar, 2020);

- Ön büro departmanında “Acil Durum” numaraları bulunmalıdır. Acil durumlarda kullanılması için gerekli ekipmanlar hazır bulundurulmalıdır. Verilecek acil durum hizmeti sosyal mesafe kuralına uygun olmalıdır.
- Spa da ve havuzda kullanılan suların uluslararası standartlara uygun olması gerekmektedir. Ayrıca çamaşırların ve bulaşıkların doğru ısıda temizlenmesi gerekmektedir.
- Hava filtrelerinin düzenli bir şekilde temizlenmesi, odalardaki buklet malzemeleri dezenfektan ve gerekirse maske eklenmesi gerekli görülebilir.
- Misafir ve personelin kullandığı restoranlar, tuvaletler gibi yerlere girişlerde dezenfektan konulması gerekmektedir.
- Restoranlarda kullanılan servis maşaları sıklıkla değiştirilmelidir. Gerekirse, çatal ve bıçaklar tek kullanımlık olmalıdır.
- Restoran ve kafelerde yer alan masaların yerleşim planları, her 10 m²'de 4 kişi oturacak şekilde ayarlanabilir.
- COVID-19 ile ilgili kanıtlar her ne kadar çocukların daha az riskte olduğunu söylese de, enfekte olabilen, kritik hastalık geliştiren ve vefat eden çocukların da olduğu raporlanmaktadır. Bu nedenle, ulusal sağlıkçıların talimatlarını dikkate alarak çocuk eğlence alanlarının kapatılması gerekmektedir.
- İşletmede herhangi bir COVID-19 vakası görülmesi dahi, tedbir elden bırakılmamalı, hijyen kuralları artırılmalı, asansör düğmeleri, kapıların kolları, anahtar gibi sıklıkla dokunulan alanların temizliğine daha fazla önem verilmelidir.

Kilit Hospitality Group bünyesinin yönetiminde yer alan Adil Gürkan, COVID-19 sonrası otellerin yeni stratejiler oluşturmak zorunda olduklarını ve otel departmanlarının alması gereken önemlerden bahsetmektedir (Gürkan, 2020). Bunlar;

- **Genel yönetim;** Tüm otellerin üst yönetimleri hijyen ve temizlik eğitimi almalıdır. Bu eğitimin içine kişisel temizlik de dahil olmalıdır. Haftalık toplantılarda konuşulacak ana konunun hijyen olması gerekmekte, bu konuda yakalanacak başarı misafire güven verecektir.
- **İnsan Kaynakları:** Otellerin işe alım süreçlerinde artık sağlık kriterlerini karşılayabilmek zorunlu kılınmalıdır. Bunun için çalışanlardan tam teşekküllü sağlık raporları istenmelidir. Bu rapor heyetten alınmalıdır. İnsan kaynakları tarafından çalışanların dinlenme yerleri, restoranları, soyunma odaları denetlenmelidir. Personel üniformalarının düzenli bir şekilde yıkanıp, dezenfekte edilmesi zorunlu kılınmalıdır. Bir diğer önemli olan husus ise, personel lojmanlarının temiz olması gerektiğidir.
- **Mutfak: Misafirlerin** en büyük beklentisi mutfak hijyeni olacaktır. Otellerin mutfaklarını laboratuvara dönüştürmeleri gerekmektedir. Bu şekilde yapılacak bir yatırımın sloganı da “El değmeden, tabağınıza” şeklinde olmalıdır. Aynı zamanda mutfaklar alakart ve kişiye özel servise odaklanmalıdır. Mutfak çalışanları için eldiven, maske ve bone takmak gibi şartlar olmalıdır.
- **Servis-Bar: Servis** ve bar personeli mutlaka eldiven ve maske kullanmalı, onların kişisel hijyenleriyle ilgili eğitimler zorunlu tutulmalıdır. Bar ve serviste sosyal mesafeye uygun oturma düzeni olmalıdır.
- **Kat Hizmetleri;** en riskli olan departmandır ve departmanda iş yükü oldukça fazladır. Böyle bir departmanda asla iş gücü tasarrufuna gidilmemelidir. Her alan mutlaka düzenli bir şekilde temizlenip dezenfekte edilmelidir. Temizlik için gereken süreye önem verilmeli ve personel sayısı buna göre planlanmalıdır.

- **Ön büro;** otelde iletişimin odak noktasının olduğu yerdir. Misafir girişlerinin mümkün oldukça mobil olması gerektiği ve personelle çalışanların temas etmemesi gerektiği bir diğer önemli konu olarak karşımıza çıkmaktadır.
- **Misafir İlişkileri:** Otel yönetimiyle köprü kuran bu departman, misafirlerin hoşlarına gitmeyecek olan durumları kibar bir şekilde iletmektedir. Bu sene gelecek olan turistlerin daha gergin ve şüpheli yaklaşacakları ön görülmektedir. Onları rahatlatarak, güven verecek ve empati kurabilecek departman misafir ilişkileridir.

AMAÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı korona virüs salgınının turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin konaklama işletmesi yöneticileri perspektifinden değerlendirilmesidir. Bu amaçla turizm alanında faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde departman yöneticisi ya da küçük otel işletmecisi olarak çalışanlar araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Koronavirüs salgını güncelliğini koruyan dinamik bir süreçtir. Buna ilave olarak araştırma evrenini oluşturan konaklama işletmesi yöneticileri farklı coğrafyalarda ikamet etmektedirler. Bu nedenlerle nicel bir veri toplama yöntemi yerine nitel bir yöntem belirlenmesinin daha derinlemesine veri sağlayacağı düşünülmüştür. Ancak çok sayıda yöneticiyle yüz yüze görüşme mümkün olmadığından yarı yapılandırılmış görüşme formatının elektronik ortama taşınmış hali olarak tanımlanabilecek açık uçlu soru formu tekniği tercih edilmiştir. Açık uçlu soru formu, elektronik ortamda oluşturulmuş; e-posta ve sosyal medya gibi kanallar üzerinden katılımcılara ulaştırılmıştır.

Araştırma verileri 15 Nisan-15 Mayıs 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Bu yöntemle Türkiye genelinde konaklama işletmelerinde çalışan 116 yöneticiye ulaşılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinde kabul edilmiş genel geçer bir örneklem büyüklüğü söz konusu olmamakla birlikte bu sayının nitel bir yöntem için yeterli olduğunu ifade etmek mümkündür (Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırmada analiz yöntemi olarak içerik analizi tercih edilmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar paket program aracılığıyla analize tabii tutulmuş, cevaplar tema ve kodlar altında toplanarak genellenebilir sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda sıralanmaktadır;

1. Salgın sonrası ulusal ve uluslararası turizmin geleceğini nasıl görüyorsunuz?
2. Koronavirüs salgınının turist davranışlarını (tatil tercihi, seyahat, rezervasyon vb. açıdan) nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?
3. Sizce koronavirüs salgını sonrası turistlerin konaklama işletmelerinden ne gibi ilave beklentileri olacaktır?
4. Salgın sonrası turizmin normale dönmesi için sizce bakanlık ne gibi önlemler almalıdır?
5. Korona virüs salgını sonrası turizmin toparlayabilmesi için konaklama işletmelerinin neler yapması gerekir?
6. Koronavirüs salgını sonrasında turizmde çalışma konusunda (hijyen, virüs, salgın vb. açıdan) kişisel olarak endişe duyuyor musunuz?
7. Konuya ilişkin ilave etmek istediğiniz görüşleriniz nelerdir?

BULGULAR

Araştırmada her ne kadar açık uçlu soru formu gibi nitel bir veri toplama tekniği kullanılmış olsa da katılımcı sayısının fazlalığı nedeniyle katılımcılara ait tanımlayıcı verilerin ayrı ayrı verilmesi yerine bir tabloda toplanması tercih edilmiştir. Bu bağlamda, katılımcılara ait tanımlayıcı veriler Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'de de görüldüğü gibi, katılımcıların %53,44'ü kadınlardan oluşurken %46,56'sı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %41,37 gibi önemli bir çoğunluğu 36-45 yaş aralığında bulunmaktadır. 26-35 yaş aralığı ise %32,75 ile ikinci sırada yer almıştır. Bu verilerden hareketle örneklemin önemli bir çoğunluğunun genç katılımcılardan oluştuğunu ifade etmek

mümkündür. Ancak katılımcıların yaş olarak genç olması sektör deneyimlerinin yetersiz olduğu anlamına gelmemektedir. Zira deneyim süreleri incelendiğinde katılımcıların sadece %10,35'inin beş yılın altında deneyime sahip oldukları görülmektedirken 21 yılın üzerinde deneyime sahip olan grup %27,59 ile en kalabalık grubu oluşturmuştur. İkinci sırada ise %22,42 ile 16-20 yıl arası deneyime sahip olan grup yer almaktadır.

Tablo 1. Tanımlayıcı Veriler (n/116)

Cinsiyet	n	%	Departman	n	%
Kadın	62	53,44	İşletme Sahibi	17	14,66
Erkek	54	46,56	Genel Müdür	24	20,68
			Önbüro	18	15,51
Yaş	n	%	F&B	n	%
26-35 arası	38	32,75	İnsan Kaynakları	26	22,42
36-45 arası	48	41,37	Satış/Pazarlama	19	16,38
46-55 arası	20	17,24			
56 ve üzeri	10	8,64			
Deneyim	n	%	İşletme Türü	n	%
5 yıldan az	12	10,35	5 yıldızlı Otel	56	48,27
6-10 yıl arası	22	18,96	4 yıldızlı Otel	10	8,64
11-15 yıl arası	24	20,68	Butik Otel	20	17,24
16-20 yıl arası	26	22,42	Tatil Kötu	14	12,06
21 yıl ve üzeri	32	27,59	Diğer	16	13,79

Katılımcıların %14,66'sı işletme sahiplerinden oluşmaktadır. Bu grup üyeleri butik otel, apart otel, pansiyon ve üç yıldızlı otel sahiplerinden oluşmaktadır. Büyük ölçekli konaklama işletmelerinde ise departman yöneticileri ile görüşülmüştür. Katılımcıların %20,68'ini genel müdürlerin, %22,42'sini ise insan kaynakları departmanı müdürlerinin oluşturduğu görülmektedir. Tablo 1 işletme türleri açısından incelendiğinde ise %48,27 ile 5 yıldızlı otellerin ilk sırayı aldıkları görülmektedir. Butik oteller ise %17,24 ile ikinci sırada yer almışlardır. Diğer seçeneğinin altında ise; apart otel (n=8), 3 yıldızlı otel (n=5) ve pansiyon (n=3) işletmeleri yer almaktadır.

Katılımcılara yöneltilen açık uçlu soru formunda yer alan soruların analizinde öncelikle soruları tanımlayan kavramlar "tema" olarak belirlenmiştir. Daha sonra belirlenen bu temalara katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edilmiş, gruplandırılmış ve kodlar oluşturulmuştur. Bu bağlamda, analiz sonucu elde edilen tema ve kodlar Tablo 2'de yer almaktadır.

Turizmin Geleceği

Katılımcılara ilk olarak koronavirüs salgını sonrası turizmin geleceği konusunda ne düşündükleri sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar bu tema altında temel olarak üç farklı kod altında toplanabilecek cevaplar vermişlerdir. Bu cevaplar incelendiğinde sırasıyla %27,59 ve %28,45 gibi birbirine yakın oranlarda salgın sonrası turizmin geleceğini olumlu ve olumsuz görenlerin olduğu gözlemlenmektedir. Turizmin geleceğinin kötü olacağını öngören katılımcılar genellikle bu öngörülerini örneklememişlerdir. Çoğunlukla; "berbat, çok kötü görüyorum, zor toparlanır, karanlık görüyorum" gibi ifadeler kullanılmıştır. Bir katılımcı ise; "herkes başka ülkelere gitmekten korkar oldu. Dolayısıyla turizmin toparlanmasının kısa vadede mümkün olacağını düşünmüyorum" (K18: Kadın, 5 yıldızlı otel, Satış Pazarlama Md.) ifadesiyle turist davranışlarında olası değişikliğe işaret etmektedir.

32 katılımcı ise salgın sürecinin turizmin geleceğinde olumlu etkileri olacağını ifade etmişlerdir. Bu katılımcılar 2020 yılı içerisinde salgının turizm sektörüne olumsuz etkileri olmasının kaçınılmaz olduğunu kabul etmekle birlikte salgın sonrasında sektörün daha çok canlanacağı görüşündedirler. Katılımcılar, turistlerin davranış kalıplarının genel olarak salgın sonrasında eski

halini alacağını ifade etmişlerdir. Salgının turizm üzerinde olumlu etki yapacağını öngören katılımcıların genel görüşlerini özetleyen bir katılımcı; *“Herkes evde kalmaktan ve kısıtlamalardan bunaldı. Bu nedenle salgın bittiğinde ve bu kısıtlamalar kalktığında insanlar daha çok seyahat etmek, tatil yapmak arzusu duyacaklardır.”* (K62: Kadın, 5 yıldızlı otel, Pazarlama Md.) ifadelerini kullanmıştır.

Katılımcıların %43,96 gibi önemli bir çoğunluğu ise bu tema altında “süre” belirterek öngöründe bulunmuşlardır. Bu katılımcılar içerisinde daha “olumlu” bakış açısına sahip olan 42 katılımcı turizmin en geç 2022’ye kadar toparlanacağını, eski halini alacağını ya da eskisinden daha iyi bir hale dönüşeceğini ifade etmişlerdir. 9 katılımcı ise “olumsuz” bir bakış açısıyla turizmin 5 yıldan önce toparlanmasının mümkün olmadığını ifade etmişlerdir. Ancak bu katılımcılar dahi beş yıllık sürenin sonunda turizm sektörünün toparlanacağını öngörmektedirler.

Turist Davranışları

Tablo 2 “Turist Davranışları” teması üzerinden incelendiğinde en yüksek frekans değerine “Hijyen Beklentisi” kodunun (f=59) sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısı, turistlerin pandemi süreci sonrasında hijyen beklentilerinin artacağını öngörmektedirler. Bir katılımcı bu öngörü; *“İnsanlar tatil tercihini yapmadan önce artık gülyüz ve kaliteli hizmetin yanında otelin hangi güvenlik önlemleri aldığını, temizlik ve hijyen ile ilgili hazırlanmış olduğu bilgilendirmeyi ve yapılan uygulamaları bilmek isteyeceklerdir.”* (K32: Erkek, 5 yıldızlı otel, Önbüro Md.) ifadeleriyle açıklamıştır. Bu ifadeden de anlaşılacağı gibi “hijyen” faktörünün pandemi süresi sonrasında turistlerin bir konaklama işletmesinden beklentisinin, gülyüz ve kaliteli hizmeti kadar önemli olduğu söylenebilmektedir.

“Seyahatin Yönü” koduna ilişkin ifadelerde bulunan katılımcılar ise genel olarak iç turizm ve dış turizm açısından turistlerin davranışlarının şekilleneceğini ifade etmişlerdir. Bu kod içerisinde yer alan 44 ifadenin tamamında dış turizmin pandemi sürecinden olumsuz etkileneceği, aksine turistlerin kendi ülkeleri içerisinde seyahat etmek isteyecekleri görüşü hakimdir. Ancak bu görüşü ifade eden katılımcıların bir kısmı seyahatin yönü konusunda temel belirleyicinin uluslararası seyahat engelleri, ülkelerin tutumları, iç turizme yönelik teşvikler gibi dış faktörler olduğunu ifade ederken diğer grup katılımcılar ise turistlerin başka ülkelerde salgına yakalanma endişesine bağlı olarak kendi iç motivasyonlarının belirleyici olacağını öngörmektedirler.

Turist Davranışları teması altında en yüksek frekansa sahip bir diğer kod ise “güven” olmuştur. Katılımcıların %31,89’u turistlerin pandemi süreci sonrasında tatil beklentilerinden güven motivasyonunun ön plana çıkacağını öngörmektedirler. Güven kavramı katılımcılar tarafından iki farklı şekilde anlamlandırılmıştır. Bunlardan ilki *“İnsanlar tatil tercihini yapmadan önce artık gülyüz ve kaliteli hizmetin yanında otelin hangi güvenlik önlemleri aldığını, temizlik ve hijyen ile ilgili hazırlanmış olduğu bilgilendirmeyi ve yapılan uygulamaları bilmek isteyeceklerdir.”* (K57: Erkek, 5 yıldızlı otel, Önbüro Md.) ifadesinde de belirtildiği gibi, “işletmenin salgına ilişkin aldığı önlemleri bilmek isteme” olarak tanımlanabilir. Katılımcılar sadece önlem alınmasının yeterli olmayacağını, turistlere hangi önlemlerin alındığına dair bilgilendirilmelerin yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Güven kavramının diğer anlamlandırılış şekli ise; “güvenilir ülke”, “güvenilir destinasyon” gibi mikro değil, daha makro düzeyde bir bakış açıdır. Kavramı bu şekilde anlamlandıran katılımcılar turistlerin koronavirüs vakasının en az görüldüğü yerleri tercih etme eğiliminde olacaklarını öngörmektedirler.

Tablo 2. İçerik Analizinde Elde Edilen Tema ve Kodlar (n/116)

TEMA	KOD	f	%
TURİZMİN GELECEĞİ	OLUMLU	32	27,59
	OLUMSUZ	33	28,45
	SÜRE	51	43,96
TURİST DAVRANIŞLARI	HİJYEN BEKLENTİSİ	59	50,86
	SEYAHATİN YÖNÜ	44	37,93
	GÜVEN	37	31,89
	OTEL SEÇİMİ	33	28,45
	TURİZM TÜRÜ	29	25,00
	İPTAL HAKKI	25	21,55
	ÇEVİRİMİÇİ REZERVASYON	22	18,96
	KONAKLAMA İŞLETMELERİNDEN BEKLENTİLER	HİJYEN	62
GÜVEN		48	41,38
SOSYAL MESAFE		43	37,07
KİŞİYE ÖZEL HİZMET		42	36,21
PANSİYON TÜRÜ		38	32,76
DOKTOR HİZMETİ		36	31,03
TEK KULLANIMLIK TECHİZAT		32	27,59
RUTİN İLAÇLAMA		29	25,00
ÇALIŞAN HİJYENİ		28	24,13
BAKANLIK ÖNLEMLERİ	SERTİFİKASYON	62	53,44
	KREDİ/HİBE	56	48,27
	TANITIM	52	44,82
	TEŞVİK	48	41,38
	DENETİM	44	37,93
	TURİZMİN YÖNÜ	32	27,59
	ÇALIŞANLAR	28	24,13
	KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN YAPMASI GEREKENLER	HİJYEN	68
KİŞİYE ÖZEL HİZMET		53	45,69
TANITIM/PAZARLAMA		52	44,82
SOSYAL MESAFE		48	41,38
TURİZMİN YÖNÜ		46	39,65
FİYAT POLİTİKASI		41	35,34
TEK KULLANIMLIK TECHİZAT		38	32,76
KAPASİTE AZALTIMI (KÜÇÜLME)		36	31,03
GÜVEN		34	29,31
BEKLEMEK		32	27,59
ÇALIŞANLAR		29	25,00
MALİYET AZALTMA	28	24,13	
KİŞİSEL ENDİŞE	EVET	74	63,79
	HAYIR	42	36,21

Konaklama İşletmelerinden Beklentiler

“Konaklama İşletmelerinden Beklentiler” temasında “Turist Davranışları” temasına paralel olarak kodlarda ilk iki sırayı “hijyen” (%53,44) ve “güven” (%41,38) kavramları almıştır. Üçüncü sırada ise %37,07 ile “sosyal mesafe” kodu yer almaktadır. Katılımcılar turistlerin diğer turistler ve işletme çalışanlarıyla aralarında mümkün olduğu kadar sosyal mesafenin korunması beklentisi içerisinde olacaklarını vurgulamışlardır. Özellikle restoranlar, havuz ve plaj gibi ortak kullanım alanlarında yeni düzenlemeler yapmak gerekeceğine ilişkin öngörülerde bulunmuşlardır.

%36,21 katılımcı ise turistlerin konaklama işletmelerinden daha çok “kişiyeye özel hizmet” beklentisi içerisinde olacakları öngörüsünde bulunmaktadır. “İnsanlar daha özel hizmet alabilecekleri butik otelleri tercih edeceklerdir. Restoranlarda açık büfe yemek yerine alakart restoranlarda belki

de sadece kendileri için hazırlanmış yemekleri tüketmeyi, kahvaltıyı odalarında yapmayı tercih edebileceklerdir” (K25: Erkek, Butik Otel, Genel Md.) ifadesinde olduğu gibi katılımcılar resort otellere olan talebin azalarak daha çok kişiye özel hizmet verebilecek işletmelere talep artışı olabileceğini öngörmektedirler.

Bu tema içerisinde öne çıkan bir diğer kod ise %32,76 ile “pansiyon türü” olmuştur. Kişiye özel hizmet koduna paralel olarak, katılımcılar her şey dahil pansiyon türünde bir talep azalması beklemektedirler. Bunun temel sebebi olarak da her şey dahil pansiyon türünde başta yiyecek içecek departmanı olmak üzere ortak kullanım mekanları ve materyallerinin çok fazla olması gösterilmektedir.

Bakanlık Önlemleri

Katılımcılara pandemi sürecine ilişkin olarak turizm sektörü açısından Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ne gibi önlemler alması gerektiği sorusu yöneltilmiştir. Soru, “Bakanlık Önlemleri” başlığı ile temalaştırılmıştır. Bu temada, katılımcıların üzerinde en çok durduğu kod %53,44 ile “sertifikasyon” olmuştur. Turizm yöneticileri bakanlığın güvenli işletme standartları belirleyerek bu standartlara uyan işletmelere sertifika sağlamanın önemli olduğu üzerinde durmuşlardır. Zira böyle bir uygulama turistlerin işletmelerden güven beklentilerinin karşılanmasında da önemli rol oynayacaktır. Katılımcıların sertifikasyon konusundaki görüşlerini; *“Tesislerin komple yeniden incelenip hijyenden Korona önlemi için ünitelerin kapasitelerinin yeniden belirlenmesine, personelin sürekli hijyen eğitimine, havalandırma iklimlendirme standartlarına kadar ciddi bir düzenleme sınıflandırma ile tesisleri kontrol altına alıp nihai tüketiciye de mesaj vermeli. Bakanlık işletmelerin türüne göre sertifika standartlarını belirlemeli...”* (K13: Erkek, Butik Otel, Genel Md.) ifadeleri özetlemektedir.

Katılımcıların Bakanlık önlemleri temasında üzerinde durduğu bir diğer kod ise %48,27 ile “Kredi /Hibe” kodu olmuştur. Katılımcılar pandemi süreci boyunca turizm sektörünün ayakta kalmasının mümkün olmayacağını bu nedenle bakanlığın turizm işletmelerine ve turizm çalışanlarına destek olması gerektiğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar işletmeler için söz konusu devlet desteğini düşük faizli ve uzun vadeli geri ödemeli krediler olarak ifade ederken turizm çalışanları için hibe sağlanması gerektiği görüşündedirler. Konuya ilişkin bir katılımcı; *“turizm sektöründe çalışan nitelikli personel geçim sıkıntısına düşerse sektörü terk eder. Başka sektörlerde ayakta kalmaya çalışır. Bu nedenle zaten maddi anlamda ciddi kayıplar yaşayacak olan turizm işletmeleri yetişmiş, nitelikli işgücü kayıpları da yaşayacaklar. Onun için devlet, çalışanlara maddi destek sağlamalı”* (K38: Kadın, 5 yıldızlı otel, İnsan Kaynakları Md.) ifadeleriyle turizm alanında yaşanacak nitelikli iş gücü kaybına dikkat çekmiştir.

Bakanlık önlemleri temasında üzerinde en çok durulan üçüncü kod %44,82 ile “tanıtım” olmuştur. Katılımcılar pandemi sürecinde bakanlığın izleyeceği en önemli stratejilerden birinin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yatırım yapmak olduğunu vurgulamaktadırlar. Gerek pandemi sürecinde “güvenli tatil” vurgusuyla, gerekse pandemi sürecinin sonrasını hedefleyerek tanıtım faaliyetlerine ara verilmemesinin hayati derecede önemli olduğunun üzerinde durmuşlardır.

Konaklama İşletmelerinin Yapması Gereker

Katılımcıların “Konaklama işletmelerinin yapması gerekenler” temasında üzerinde durdukları kodlar “konaklama işletmelerinden beklentiler” temasında yer alan kodlarla paralellik göstermektedir. Hijyen, kişiye özel hizmet, sosyal mesafe, güven gibi kodlar her iki tema içerisinde de yer almaktadır. Ayrıca bu temada, “Bakanlık önlemleri” temasına benzer olarak “tanıtım/pazarlama” koduna da yer verilmiştir. Bu kodlara ilave olarak üzerinde en çok durulan kodlardan biri ise %39,65 ile “turizmin yönü” kodu olmuştur. Katılımcılar gerek turistlerin bireysel tercihleri ve gerekse devletlerin aldıkları seyahat önlemleri nedeniyle pandemi sürecinde uluslararası

katılımcıların cevaplarının tam metninin kullanılması yerine verilen cevaplarda tespit edilen kodlar kullanılmıştır. Her kodun frekans büyüklüğüne bağlı olarak bulutta sahip olduğu punto büyüklüğü artmaktadır. Bu bağlamda, Katılımcıların en çok üzerinde durdukları kavramları; hijyen, tanıtım, güven, kredi/hibe, iç turizm ve kişiye özel hizmet olarak sıralamak mümkündür. Bu kavramların pandemi sürecinde turizm sektörünün üzerinde en çok durduğu kavramlar olacağını ifade etmek mümkündür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma bulgularından hareketle ortaya konulabilecek ilk önemli sonuç katılımcıların pandemi sürecinin turizm üzerine etkileri konusunda olmuştur. Katılımcıların önemli bir kısmı turizmin bu süreçten olumsuz bir şekilde etkileneceğini öngörmüşlerdir. Ancak dünyada ve Türkiye’de zaman zaman yaşanan seyahat kısıtlamalarının kalkması, normalleşme süreçleri gibi olaylar insanların turizm ve seyahat hareketlerine katılımlarında bir değişiklik olmayacağını ipuçlarını vermektedir. Örneğin, kısıtlamaların kalkmasıyla birlikte turizm faaliyetlerine devam eden Antalya destinasyonuna 19 Ağustos 2020 itibariyle gelen turist sayısı 1 milyonun üzerine geçmiştir (aa.com.tr). Benzer şekilde hava sıcaklıklarının arttığı İngiltere’de, her ne kadar salgından en çok etkilenen ülkeler arasında yer alsada insanlar plajları doldurdular (turizmnews.com). Bu nedenle, her ne kadar koronavirüs salgının etkisini devam ettirdiği ve hükümetler tarafından seyahat engellerinin getirildiği dönemde turizm hareketliliği düşük seyredecek olsa da salgın sonrasında, kısıtlamalardan bunalan insanların seyahat motivasyonları ve taleplerinde bir artış olacağını öngörmek gerçekçi olacaktır.

Bireylerin seyahat motivasyonlarını korumakla birlikte, salgın sebebiyle, turizm işletmelerinden yeni beklentilerinin de olacağı muhakkaktır. Bu beklentiler katılımcılar tarafından; hijyen, sosyal mesafe, sertifikasyon, doktor hizmeti, rutin ilaçlama vb. şeklinde öngörülmüştür. Bu öngörüye paralel olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı başta konaklama işletmeleri olmak üzere tüm turizm ve seyahat işletmelerini kapsayacak bir “Güvenli Turizm Sertifikası” programı geliştirmiştir. Bu program kapsamında işletmelerden salgına karşı belirlenen standartların yerine getirilmesi istenmektedir. Bu sertifikaya sahip olan turizm işletmeleri tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde sertifika kriterlerini yerine getirdiklerini vaat ettiklerinden turistlerde yaşanabilecek olası bir “güven” sorunun önüne geçilmiş olmaktadır ki araştırma sonuçlarında üzerinde durulan en önemli kavramlardan biri de “güven” olmuştur.

Turistlerin turizm işletmelerinden beklentilerinin yanı sıra tercih edecekleri turizm faaliyetlerinin türü ve yönünde de değişiklik olacağı öngörülmektedir. Hükümetlerin getirmiş olduğu seyahat engelleri ve insanların başka ülkelerde virüse yakalanma ihtimallerinin artması gibi faktörler uluslararası turizm faaliyetlerinde bir azalma olacağını, bireylerin daha kısa mesafelerde, belki de kendi araçlarıyla seyahat ederek yapacakları iç turizm faaliyetlerinde bir artış olacağını göstermektedir. Katılımcılar da bu yönde görüş bildirmişlerdir. Ayrıca, kitle turizminin temel dayanakları olan her şey dahil pansiyon türü ve resort otel konaklamaları daha çok insanla temas anlamına gelebileceğinden turistlerin daha bireysel, daha butik turizm işletmelerini ve türlerini tercih etmesi olasıdır. Bu nedenle gerek turizm işletmeleri ve gerekse Kültür ve Turizm Bakanlığı pandemi sürecinde iç turizmi teşvik edici faaliyetlerde bulunmanın yanı sıra kişiye özel hizmet sunan, bireysel turizm faaliyetlerini de geliştirmelidirler.

Bu çalışmada üzerinde önemle durulması gereken bir diğer konu ise çalışanlardır. Turizm çalışanları üç açıdan önem taşımaktadır. Öncelikle turizm sezonun düşük seyretmesi maliyetleri kısma gereğini doğurmuş ve böylece pek çok turizm işletmesinin kapasite düşürme yoluna gitmesi ve daha az personel çalıştırılması durumu oluşmuştur. Bu nedenle turizm alanında tecrübe sahibi pek çok nitelikli personelin iş kaygısı yaşaması ve bunların bir bölümünün sektör değişikliği yapması söz konusudur. Bu nedenle turizmde ciddi bir şekilde nitelikli personel kaybı oluşacaktır. Bunun

önlenebilmesi için turizm çalışanları maddi anlamda desteklenmelidir. İkinci faktör çalışan eğitimidir. Salgının etkisini azaltabilmesi ancak hijyen ve güvenlik kurallarını bilen ve bu kurallara harfiyen uyan turizm iş görenleri ile mümkün olacaktır. Bu nedenle pandemi süreci ve uyulması gereken kurullarla ilgili olarak çalışanlar muhakkak eğitilmelidir. Üçüncüsü ise çalışan sağlığıdır. Turizm çalışanları sektörün doğası gereği insan etkileşimi yüksek olduğu için virüse karşı en açık gruplar arasında yer almaktadır. Bu nedenle çalışanlara genel hijyen kuralları hakkında eğitim verilmesinin yanı sıra kendilerini korumaları için gerekli bilgilendirme ve hijyen/korunma malzemesi temini sağlanmalıdır.

Bu çalışma, koronavirüs salgının konaklama işletmeleri üzerine olası etkilerini konaklama işletmesi yöneticileri perspektifinden değerlendirmeyi amaçlayan bir çalışmadır. Bu yönüyle alanda yapılmış öncül ampirik çalışmalardandır. Ayrıca yüz on altı yöneticiye yapılan nitel bir çalışma olması araştırmanın güçlü yanını oluşturmaktadır. Ancak pandemi süreci ne zaman tamamlanacağı öngörülemeyen dinamik bir süreçtir. Salgının devamı ve şiddetine göre etkileri de değişiklik göstermektedir. Bu nedenle her ne kadar konaklama işletmesi yöneticilerinin öngörülerini yansıtması açısından literatüre katkı sağlıyor olsa da yayımlandığı süreç içerisinde güncelliğini kaybetme ihtimali de bulunmaktadır. Bu bağlamda sürecin dinamikliği çalışmanın zayıf yönünü oluşturmaktadır. Pandemi süreci tamamlandıktan sonra sürecin olumlu ve olumsuz etkilerinin anlaşılabilmesi daha kolay olacaktır. Salgının etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi için pandemi sürecinin her aşamasında benzer çalışmalar yapmak literatür açısından faydalı olacaktır. Ayrıca benzeri çalışmaların turizmin başka paydaşları üzerinde gerçekleştirilmesi farklı bakış açılarına ulaşabilmeyi mümkün kılacaktır.

KAYNAKÇA

- Albeni, M. ve Ongun, U. (2005). Antalya turizminin Türk turizmi içindeki yeri ve krizlerin Antalya turizmi üzerindeki etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(2), 93-112.
- Anadolu Ajansı (AA). Antalya'ya gelen turist sayısı 1 milyonu geçti [URL: <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/antalyaya-gelen-turist-sayisi-1-milyonu-gecti/1948728>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- Bahar, M. (2020, Nisan 17) Korona virüs için otellerde alınması gereken tedbirler, *Turizm Days*, [URL: <https://turizmdays.com/tr/makale/korona-virus-icin-otellerde-alinmasi-gereken-tedbirler-388.html>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L., & Schroeder, A. (2016). The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the U.S. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Dünya Sağlık Örgütü (WHO). Statement on the second meeting on the International Health Regulations (2005) Emergency Committee regarding the outbreak of novel coronavirus (2019-nCovi) [URL: [https://www.who.int/news-room/detail/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/news-room/detail/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))] internet sitesinden 23 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- Dünya Sağlık Örgütü (WHO). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 27 March 2020 [URL: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---27-march-2020>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.

- Gürkan, A. (2020), “COVID-19 Sonrası- Oteller için Bir Eylem Planı”
<https://www.gmdergi.com/guncel/adil-gurkan-covid-19-sonrasi-oteller-icin-bir-eylem-planı/>
(Erişim 24. 08. 2020)
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Haque, T. H., & Haque, O. (2018). The swine flu and its impacts on tourism in Brunei. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 92-101.
- Lee, C., & Chen, C. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32, 1421-1422.
- McAleer, M., Huang, B., Kuo, H., Chen, C., & Chang, C. (2010). An econometric analysis of SARS and avian flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling & Software*, 25, 100-106.
- NTV. BM: Virüsün yayılmasına izin verirsek milyonlarca insan ölecek. [URL: <https://www.ntv.com.tr/dunya/bm-virusun-yayilmasina-izin-verirsekmilyonlarca-insan-olecek,3kV74uCY4U6frF pMnlrCNQ>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- International Monetary Fund (IMF). Global Financial Stability Report, Global Financial Stability Overview: Markets in the Time of COVID- 19. [URL: <https://www.imf.org/en/Research>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- Page, S., Song, H., & Wu, D. C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of Travel Research*, 51(2), 142-153.
- Tang, T.C. ve Wong, K.N. (2009). The SARS epidemic and international visitor arrivals to Cambodia: is the impact permanent or Transitory?. *Tourism Economics*, 15(4), 883- 890.
- TURİZMNEWS. İngilizler sıcak havalarda plajlara akın etti [URL: <https://www.turizmnews.com/ingilizler-sicak-havalarda-plajlara-akin-etti/19695/>] internet sitesinden 24 Ağustos 2020 tarihinde edinilmiştir.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) [URL: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>] internet sitesinden 06 Eylül 2020 tarihinde edinilmiştir.