

TURİSTLERİN ALGILADIKLARI SAĞLIK RİSKİ VE GELECEK SEYAHAT DAVRANIŞLARI: COVID-19 DÖNEMİ ÖRNEĞİ

Neşe KAFA¹ Ezgi Can UŞAK²

Öz

Bu çalışma ile, Covid-19 sonrası yerli turistlerin davranış niyetlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel desende planlanan araştırmada, veri toplama yöntemi olarak görüşme tercih edilmiş ve veriler yarı-yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla elde edilmiştir. Görüşmeler, 2020 yılı Mayıs- Haziran aylarında gönüllü 18 katılımcı ile yüz yüze şekilde gerçekleştirilmiştir. Görüşme yöntemi ile birlikte elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen veriler araştırmacılar tarafından Maxqda 18 analiz programına girilerek analiz edilmiştir.

Yapılan çalışmada elde edilen sonuçlara bakıldığında bulgular; “virüsün tatil planına etkisi, koronavirüs ve tatil riskleri, medyanın seyahat algısı, virüsün turizm işletmelerinden beklentiye olan etkisi, yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler ve yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdikleri” olmak üzere 6 tema altında toplanmıştır. Bu temalardan katılımcıların virüsün tatil planlarına olan etkisi ile ilgili genellikle tatil planlarını iptal ettikleri yada erteledikleri görüşünde oldukları belirlenmiştir. Yapılan çalışmada koronavirüs ve tatil risklerine dair bulgular arasında tatile çıkmanın bulaş riski ve kalabalık, turizm işletmeleri tatil için en riskli olanların konaklama işletmeleri olduğu belirlenmiştir. Son olarak çalışmada yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdiklerine dair bulgular arasında heyecan, mutluluk ve psikolojik rahatlık ifadeleri ön plana çıkmakta ve bazı katılımcılar için endişe yaratmaktadır.

Anahtar kelimeler: Turist, algılanan risk, sağlık riski, davranış niyeti, Covid-19.

Jel Kodu: Z31, M31, I12.

Geliş Submitted 04.03.2022

Kabul Accepted 23.06.2022

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, nesekafa@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4153-5533

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü ezgicanusak@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8533-869X

PERCEIVED HEALTH RISK AND FUTURE TRAVEL BEHAVIORS OF TOURISTS: THE CASE OF COVID-19 PERIOD

Abstract

It is aimed to examine the behavioral intentions of domestic tourists after Covid-19 with this study. Since the research was planned in a qualitative design, interview was preferred as the data collection method and data obtained from a semi-structured interview form. The interviews were conducted face-to-face with 18 volunteer participants in May-June 2020. Then, the data were analyzed with content analysis and Maxqda 18 analysis program.

Obtained findings grouped under 6 themes. These are; “the effect of the virus on the holiday plan, coronavirus and holiday risks, the travel perception of the media, the effect of the virus on the expectations from tourism businesses, thoughts and the feelings of going on a travel recently”. It was determined that the participants generally canceled or postponed their holiday plans with this study. In addition, it was seen that the participants thought that going on holiday would cause transmission risk and crowds and the most risky businesses were accommodation businesses during the holiday. Finally, it was determined that taking a vacation recently made the participants feel more excitement, happiness and psychological comfort, and it caused anxiety for some participants.

Keywords: Tourist, perceived risk, healthy risk, behavioral intention, Covid-19.

Jel Codes: Z31, M31, I12.

Giriş

Salgınlar, belirli bir zamanda bir popülasyonda yaygın bir bulaşıcı hastalık olarak tanımlanırken koronavirüsler ise büyük bir virüs ailesinin bir parçasıdır. Dört tip soğuk algınlığı gibi küçük hastalıklara neden olurken, diğer koronavirüsler SARS ve MERS gibi çok daha yıkıcı etkileri tetiklemiştir. Bu virüslerden Covid-19 ise akciğerlerde başlayarak özellikle yüksek tansiyon, diyabet gibi altta yatan rahatsızlıkları olan insanlar için oldukça tehlikeli olabilmektedir (Şen vd., 2021: 2157). Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization, 2022) tarafından 11 Mart 2020’de koronavirüsün salgın olarak ilan edilmesinden sonra dünya çapında onaylanmış vakalar, 480 milyonu aşmıştır. Dolayısı ile Covid-19 bugüne kadarki en ölümcül salgın olarak değerlendirilmektedir.

Seyahatlerle birlikte salgın hastalıklar, önce yakındaki şehirlere aynı zamanda hava yolculuğu ile birlikte uzak yerlere de ulaşmaktadır (Grais vd., 2003). Örneğin, 1968-1969 arasındaki Hong Kong koronavirüs, hava yolculuğu ile önce kuzey bölgelere daha sonra güney bölgelere küresel olarak yayılmıştır (Rvachev & Longini,1985). Bu nedenle geçmişteki çeşitli salgın hastalık dönemlerinde salgının olduğu ülkelere seyahat etmekten kaçınmak gerektiği ile ilgili tavsiyelerde bulunulmuş, çoğu ülke uluslararası yayılımı azaltmak için kısıtlı seyahatleri başlatmıştır. Bu gibi gelişmeler ise turizm hareketlerinin azalmasına neden olmuştur. Örneğin, Dünya Turizm Örgütü tarafından Asya'daki bazı ülkelere yönelik turizm hareketlerinin SARS salgınından sonra %50 oranında azaldığı belirtilmiştir (World Health Organization, 2004). Bununla birlikte Perić vd. (2021) tarafından Covid-19 pandemisinin ise turizmi etkileyen önceki tüm sağlık krizlerinden daha fazla bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir. İlgili alan yazında yapılan çeşitli çalışmalarda da Covid-19 pandemisinin turizm sektörünü olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir (Çeti & Ünlüönen, 2019; Acar, 2020; Bakar & Rosbi,2020; Chinazzi vd., 2020; Okada vd., 2020). Buradan hareketle Covid 19'un turistleri ne kadar etkilediği ve bu etkinin gelecekteki seyahat davranışlarına etki edip etmeyeceği, etki edecekse nasıl etkileyeceği bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Ayrıca yapılan çalışma sayesinde pandemi sırasında turistlerin fikirlerini almak pandemi sonrasında yapılacak çalışmalar için de bir köprü görevi görecektir. Araştırmacılar ise, çalışmalarında pandemi sırasında ve sonrasında turistlerin düşüncelerini karşılaştırabilme imkânı bulabileceklerdir. Böylece bu çalışma ile, turizm paydaşlarının sağlık riski etkisi altında turistlerin isteklerini ve beklentilerini anlamalarına yardımcı olmaya çalışılacaktır. Turizm pazarlamacıları da turistlerin düşüncelerine göre hareket edip önlem alabilme olanağına sahip olacaktır.

Covid-19, Algılanan Risk ve Davranış Niyeti

Turistlerin risk ve güvenlik kavramını nasıl algıladıkları konusu son yıllarda küresel bir konu haline gelmiştir. Bu nedenle turizm sektörünün başarısı turistlerin risk algılarının daha iyi anlaşılmasına bağlıdır (Reisinger & Mavondo, 2006, s. 13). Featherman ve Pavlou (2003)'ya göre algılanan risk, "tüketicilerin belirsizlik duygusu ve ürün veya hizmetlerle ilgili algıladıkları olumsuz sonuçlarını" ifade etmektedir. Fuchs & Reichel (2011) ise turizmde risk algısını "yolculukla ilgili potansiyel tehlike" olarak değerlendirmektedir.

Son yıllarda, seyahatle ilgili risk; siyasi istikrarsızlık, sağlık tehditleri, suç, şiddet, savaş ve doğal afetler gibi bazı faktörlerle ilişkilendirilmektedir (Lepp & Gibson, 2003; Richter, 2003). Bunlardan sağlık riski, seyahat ve turizm faaliyetlerinde bulunurken turistlerin sağlığına ve

refahına yönelik potansiyel tehlikelerle ilişkilidir (Olya & Al-ansi, 2018). Bu riskin, seyahat eden kişiler arasında en büyük risk faktörü olarak algılanması dolayısıyla (Kozak vd., 2007) seyahate karar verme sürecinde en kritik olan risklerden birisidir (Huang vd., 2020). Bu algı, riskin birey için kabul edilebilir bir düzeyi aşmasının muhtemel olduğu durumlarda seyahat etme kararının değişmesine neden olmaktadır (Reisinger & Mavondo, 2006). Önceki çalışmalar, sağlık riskinin çeşitli bağlamlarda turist karar verme üzerindeki nedensel etkisini belirlemiştir (Chew & Jahari, 2014; Akkılıç & Varol, 2015; Artuğer, 2015; Temeloğlu, 2015; Sohn vd., 2016; Hasan vd., 2017). Bununla birlikte bazı çalışmalara göre sağlık riski algısı nedeniyle turistler satın almayı erteleme veya iptal etme yoluna gitmektedir (Reisinger & Mavondo, 2006; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009; Liu vd., 2013; Hasan vd., 2017).

Son dönemlerde turistlerin Covid 19 nedeniyle algıladıkları riskler ile davranışsal niyetlerini konu alan literatürdeki çalışmaların sayısı hızla artmaktadır (Acar, 2020; Aydın & Dogan, 2020; Bae & Chang, 2020; Bhati vd., 2020; Li vd. 2020; Matiza, 2020; Özaltın Türker, 2020; Sigala, 2020; Zhu & Deng, 2020; Joo vd. 2021; Rather, 2021). Bu çalışmaların bazılarında Covid-19 kaynaklı risk algısının turistlerin seyahat niyetlerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır (Bae & Chang, 2020; Nazneen vd., 2020; Zhu & Deng, 2020; Jeon & Yan, 2021; Perić vd., 2021; Rahmafritria vd., 2021; Rather, 2021; Yu vd., 2021).

Zhu & Deng (2020) çalışmalarında Covid-19 nedeniyle turistlerin algıladıkları riskin kırsal turizmle ilgili seyahat niyeti ve tavsiye niyetlerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Jeon & Yang (2021) çalışmalarında Güney Kore'deki turistlerin Covid-19 pandemisi döneminde seyahat niyetlerini incelemişlerdir. Yazarlar bu çalışmanın sonucunda algılanan bulaşıcı hastalık riski yüksek olan turistlerin seyahat etme niyetlerinin daha düşük olduğunu ortaya koymuşlardır. Bae & Chang (2020) yaptıkları çalışmada Güney Korelilerin Covid-19 kaynaklı risk algılarının davranışlarına etkisini incelemişlerdir. Çalışmalarında katılımcıların hem bilişsel hem de duygusal risk algılarının davranışsal niyetleri üzerinde etkili olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Perić vd. (2021)'nin yapmış oldukları çalışmada Covid-19 salgını sırasında Sırp turistlerin seyahat niyetlerini etkileyen beş (sağlık riski, psikolojik risk, finansal risk, destinasyon riski ve seyahat riski) risk kategorisi belirlenmiştir. Ayrıca yaptıkları çalışmada Covid-19 sırasında destinasyon risklerinin seyahat niyetlerini olumsuz yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Medyanın da etkisi ile enfeksiyon hastalıklarına bağlı ölümler ve ölüm oranı turizm hareketlerini olumsuz yönde etkilemektedir (McAleer vd., 2010; Ghaderi vd., 2012). Bazı

çalışmalarda medyanın risk algısını arttırdığı ve turistlerin seyahat kararları üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır (Reichel vd., 2007; Ateşoğlu & Türker, 2014; Bae & Chang, 2020). Bu oranlara bağlı olarak oluşan sağlık riski, olumsuz duygular yaratarak turistlerin seyahat niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Reisinger & Mavondo, 2006).

Covid-19 döneminde önemli konulardan birisi de pandeminin turistlerin duyguları üzerindeki etkisidir (Kock vd., 2020). Literatürdeki bazı çalışmalarda Covid-19 döneminde algılanan risk ile turistlerin olumsuz düşünce ve duyguları arasında bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (Nazneen vd., 2020; Neuburger & Egger, 2020; Sánchez-Cañizares vd., 2020; Wen vd., 2020; Perić vd., 2021; Rahmafritria, 2021; Rather, 2021; Yu vd., 2021). Buna göre Covid-19 virüsü endişe, kaygı, korku, belirsizlik ve panik gibi duyguları yaratarak turistlerin seyahat niyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir (Bae & Chang, 2020; Bakar & Rosbi, 2020; Hoque vd., 2020; Rahmafritria vd., 2021; Rather, 2021).

Salgın hastalıklar döneminde seyahat düzenleri salgınları etkilemekte ve sık seyahat edenlerle birlikte hastalıkların uluslararası yayılımı hızlanmaktadır (Hollingsworth vd., 2007). Bazı çalışmalarda salgın hastalıklar döneminde iç turizme kıyasla yurtdışı seyahatlerde riskten kaçınma oranının daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Wolff & Larsen, 2016; Wolff vd., 2019). Perić vd. (2021) yaptıkları çalışmada Sırp turistlerin yurtdışı seyahatlerini daha riskli algıladıkları ve Covid-19 pandemisinin turistlerin seyahat planlarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Benzer şekilde Wen vd. (2005), Amerikalı turistlerin SARS salgınının ardından iç turizm cazibe merkezlerini ziyaret etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu gözlemlemişlerdir. Ivanova vd. (2020) çalışmalarında Bulgaristan'da yaşayan yerli turistlerin Covid-19 döneminde yurtiçi seyahatlere daha eğilimli oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Reichel vd. (2007) ile Qi vd. (2009) yurtdışı seyahat deneyimi olanların risk algılarının daha düşük olduğu ve başkaları ile birlikte seyahat edenlerin risk algısının ise daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır. Qi vd. (2009) ve Okada vd. (2020)'nin çalışmalarına göre bir acenta ile seyahat edenler bağımsız seyahat edenlerden daha fazla sağlık riski algılamaktadır. Ateşoğlu & Türker (2013)'in çalışmasına göre destinasyona ilk kez gelen turistlerin risk algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Nazneen vd. (2020)'nin çalışmalarında Covid-19' un turistlerin seyahat kararları ile hijyen ve güvenlik algılarını büyük ölçüde etkilediği sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Özaltın Türker (2020) de Covid-19'la birlikte turistlerin taleplerinde değişikliklerin olduğunu

belirtmektedir. Bu talepler; hijyen, masalar arası mesafelerin arttırılması, eğitimli personel, daha az müşteri ve kişiye özel hizmetlerden oluşmaktadır. Ayrıca çalışmasında Covid-19 pandemisiyle birlikte turistlerin kitle turizminden uzaklaşıp bunun yerine bireysel turizme yöneleceklerini her şey dahil ve açık büfe sistemini daha az tercih edeceklerini belirtmiştir (Özaltın Türker, 2020, s. 222). Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde daha çok nicel yöntemler ile Covid-19 çalışmalarının yapıldığı anlaşılmaktadır. Yapılan bu çalışma ile Covid-19 döneminde turistlerin duygu ve düşüncelerinin derinlemesine öğrenilebilmesine çalışılacaktır.

Yöntem

Literatürde risk ile ilgili çalışmalarda anket yönteminin fazlalığı göze çarpmaktadır. Bu araştırmada farklı olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Öte yandan konuya ilişkin farklı illerde yaşayan turistlerden derinlemesine görüş alınması, araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırma kapsamında görüşmeler, 2020 yılı Mayıs – Haziran ayları arasında gönüllü katılımcılar ile yüz yüze şekilde gerçekleştirilmiş ve ortalama 35 ile 55 dakika arası sürmüştür. Katılımcılar, Türkiye'nin farklı illerinde (Adıyaman, Ankara, Çanakkale, Çorum, Edirne, İstanbul, Karaman, Kayseri, Konya, Muğla, Manisa, Mersin, Şanlıurfa) yaşayan ve daha önce en az 1 kez tatile çıkan 18 bireyden oluşmaktadır. Yapılan görüşmeler sonrasında, katılımcıların benzer ifadeleri dile getirmeleri sebebiyle veri setinin gereken doygunluğa ulaştığı görülmüş ve görüşmeler sonlandırılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2008, s.224).

Görüşmelerde demografik bilgilerinin yer aldığı bilgi formu ve yarı yapılandırılmış soru formları kullanılmıştır. Soruların oluşturulması aşamasında ilgili Türkçe ve İngilizce alan yazın taraması yapılmıştır. Görüşme formu literatürde yer alan çalışmalardan (Roehl & Fesenmaier, 1992; Sönmez & Graefe, 1998a; Sönmez & Graefe, 1998b; Cronin vd., 2000; Lepp & Gibson, 2003; Cava vd., 2005; Reisinger & Mavondo, 2006; Kozak vd., 2007; Qi vd., 2009; Fuchs & Reichel, 2011; Şen Küpeli & Özer, 2020) yararlanarak hazırlanmış ve üç uzman akademisyenin görüşleri sonucunda son halini almıştır. Daha sonrasında ise katılımcılardan elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Çalışmanın bu aşamasında verilere herhangi bir yorum katılmadan okuyuculara sunulması ve kolayca anlaşılmasının sağlanması amacıyla betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz, görüşme sonucu elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde çalışmaya alınmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2008, s. 24). Daha sonra elde edilen veriler Maxqda 18 analiz programına aktarılarak analiz edilmiştir.

Analizlerin sonuçlarına göre ortaya çıkan cümle ve paragraflar genel bir çerçeve içinde ortak özelliklere göre kodlanarak kavramsallaştırılmıştır.

Araştırmada görüşme formunun geçerliliği için katılımcıların seçiminde gönüllülük esas alınmış ve sorulara içten yanıt vermelerini sağlamak için isimlerinin gizli tutulacağı, hiçbir şekilde açıklanmayacağı, araştırmanın önemi ve kendilerinin sunacakları katkı anlatılmıştır. Çalışmanın aşamalarıyla ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması ve katılımcılardan onayın alınması, geçerlik ve güvenilirliğe katkı sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008, s. 224). Görüşme formunun kapsam geçerliğinin sağlanabilmesi için, elde edilen görüşme notlarının başka bir akademisyen tarafından kontrolü sağlanmıştır. Elde edilen bulgular, araştırmanın dış geçerliği için ilgili alan yazınıla karşılaştırılmış, görüşleri alınan bireyler ile tekrar çevrimiçi görüşme yapılarak bulgular paylaşılmış ve katılımcıların onay vermeleri istenmiştir (Streubert & Carpenter, 2011).

Araştırmanın problemi şunlardır:

- a) Covid 19'un algılanan risk üzerindeki etkisi nedir?
- b) Covid 19'un yerli turistlerin seyahat niyeti üzerindeki etkisi nedir?
- c) Covid 19'un yerli turistlerin tatil planları üzerindeki etkisi nedir?
- d) Covid-19'un tatile çıkma şekli üzerindeki etkisi nedir?
- e) Covid 19'un yerli turistlerin işletmelerden beklentileri üzerindeki etkisi nedir?
- f) Covid 19'un yerli turistlerin duyguları üzerindeki etkisi nedir?
- g) Medyanın algılanan risk üzerindeki etkisi nedir?
- h) Turizm işletmelerinin algılanan risk üzerindeki etkisi nedir?

Bulgular

Araştırma problemine açıklık getirmesi adına yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular bu başlık altında sunulmuştur. Çalışmaya toplamda 18 katılımcı dahil olmuş ve katılımcılar K1'den K18'e kadar kodlanmıştır. Araştırmaya katılan çalışma grubuna ait demografik bilgiler

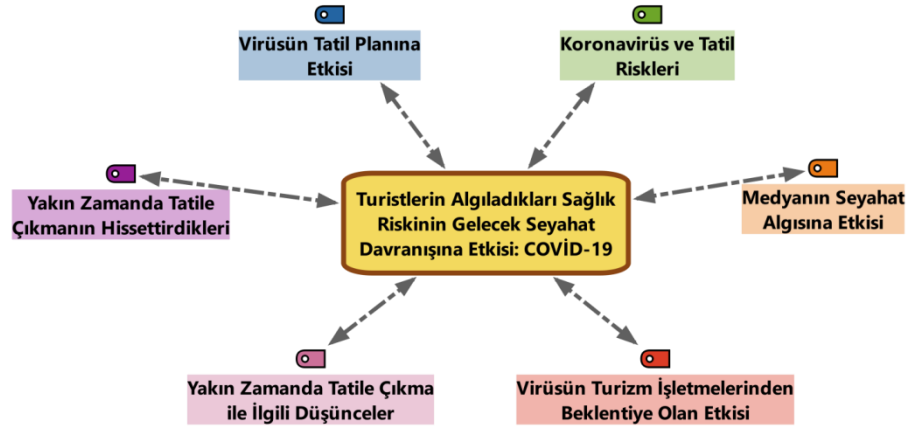
Tablo 1’de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların % 61.1’inin kadın katılımcılardan oluştuğu görülürken katılımcıların % 61.1’inin 20-30 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans mezunu ve % 28’lik bir kısmının ise lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında katılımcıların % 44.44’ünün kamu sektöründe ve %16.66’sının ise özel sektörde faaliyet gösteren firmalarda görev yaptıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcıların yaklaşık %39’u herhangi bir işte çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların 5’i çocuk sahibi iken, 13’ü çocuk sahibi olmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara ait tanıtıcı bilgiler

Belge adı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	İkamet Yeri	Medeni Durum	Tatile Çıkma Sıklığı	Çocuk Sahibi Olma Durumu	Tatile Birlikte Çıkkılan Kişiler	Meslek	Yurtdışı Seyahat Deneyimi
K1	E	25	L.Ü.	Edirne	B	Yılda 4	Hayır	Aile	Avukat	E
K2	K	27	Lisans	İstanbul	B	Yılda 1	Hayır	Arkadaşlar	Öğretmen	Hayır
K3	E	55	Lise	Karaman	E	Yılda 1	Evet	Aile	Emekli	Hayır
K4	E	26	L.Ü.	Çanakkale	B	Yılda 1	Hayır	Aile	Öğrenci	Hayır
K5	K	24	Lisans	Çanakkale	B	Yılda 1	Hayır	Aile ve Arkadaş	Öğrenci	Hayır
K6	K	41	Lisans	Kayseri	E	Çok Nadir	Evet	Aile	Öğretmen	Hayır
K7	K	21	Lisans	Muğla	B	Çok Nadir	Hayır	Aile	Öğrenci	Evet
K8	K	48	Lisans	Muğla	B	Çok Nadir	Evet	Aile	Öğretmen	Hayır
K9	K	25	L.Ü.	Manisa	B	Yılda 2	Hayır	Aile	Öğrenci	Hayır
K10	K	50	Lisans	Konya	E	Yılda 1	Evet	Aile	Öğretmen	Hayır
K11	K	50	İlk.O.	Adıyaman	E	Yılda 1	Evet	Aile	Ev hanımı	Hayır
K12	E	31	Lisans	Çorum	B	Yılda 1	Hayır	Aile ve Arkadaş	Aşçı	Hayır
K13	E	29	L.Ü.	Şanlıurfa	B	Yılda 2	Hayır	Yalnız	İşletmeci	Evet
K14	E	24	Lisans	Mersin	B	Yılda 2	Hayır	Arkadaşlar	Aşçı	Hayır
K15	K	40	Lisans	Çanakkale	B	Yılda 1	Hayır	Aile ve Arkadaş	Memur	Evet
K16	K	26	L.Ü.	Adıyaman	B	Yılda 2	Hayır	Aile	Öğrenci	Hayır
K17	E	28	Lisans	Ankara	B	Her Fırsatta	Hayır	Aile ve Arkadaş	Asker	Evet

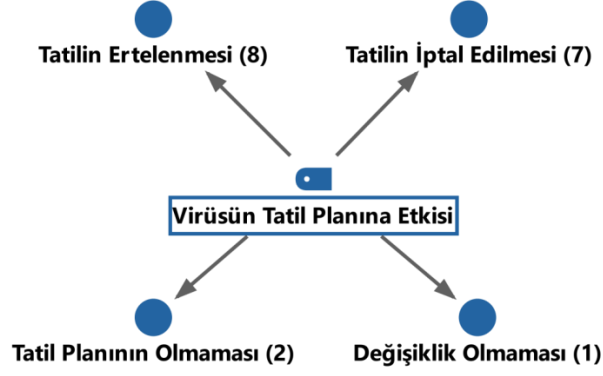
K18	K	24	Lisans	Konya	B	Yılda 2	Hayır	Yalnız	Öğrenci	Hayır
-----	---	----	--------	-------	---	---------	-------	--------	---------	-------

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların farklı meslek gruplarına mensup oldukları ve farklı illerde ikamet ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların tatile çıkma sıklığına baktığımızda, 1'i her fırsatta, 8'i yılda 1 defa, 5'i yılda 2 defa, 1'i yılda 4 defa ve 3'ü çok nadir tatile çıktığını belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların tatile çıktıkları gruplar farklılık göstermektedir. Katılımcılardan 10 kişi ailesi ile, 4 kişi aile ve arkadaşları ile, 2 kişi yalnızca arkadaşları ile ve 2 kişi de yalnız tatile çıktığını belirtmiştir. Diğer yandan katılımcılar arasında sadece 5 kişinin yurtdışı seyahat deneyimi bulunmasına rağmen 13 kişinin ise daha önce yurtdışı seyahat deneyiminin bulunmadığı belirlenmiştir.



Şekil 1. Turistlerin Algıladıkları Sağlık Riskinin Gelecek Seyahat Davranışına Etkisi: Covid-19 Temalar Gösterimi

Şekil 1'de görüldüğü üzere yapılan çalışma 6 tema altında toplanmıştır. Bunlar; virüsün tatil planına etkisi, koronavirüs ve tatil riskleri, medyanın seyahat algısı, virüsün turizm işletmelerinden beklentiye olan etkisi, yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler ve yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdikleridir.



Şekil 2. Virüsün Tatil Planına Etkisi Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

1. Virüsün Tatil Planına Etkisine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan ilk tema virüsün tatil planına etkisidir. Virüsün tatil planına etkisi teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; tatilin ertelenmesi, tatilin iptal edilmesi, tatil planının olmaması ve değişiklik olmaması olmak üzere 4 kod ile ifade edilmiştir. Virüsün tatil planına etkisi temasına ait kod alt kod modeli Şekil 2’de görülmektedir. Katılımcılar tarafından virüsün tatil planına etkisi temasında yoğun olarak ifade edilen kod tatilin ertelenmesi kodudur (Şekil 2). Katılımcılar virüs sebebiyle tatil planlarını ertelediklerini ifade etmişlerdir. K10 ve K18 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Tatil planlarımızı ertelememize neden oldu.” (K10)

“İlkbahar mevsiminde yapacağım seyahatleri ertelememe sebep oldu.” (K18)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod tatilin iptal edilmesi kodudur. Katılımcılar virüs sebebiyle tatil planlarını iptal ettiklerini ifade etmişlerdir. K14 ve K15 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Tatilimi ertelemeyi düşündüm, fakat iptal ettim.” (K14)

“Tatil planlarımı iptal etmeme neden oldu.” (K15)

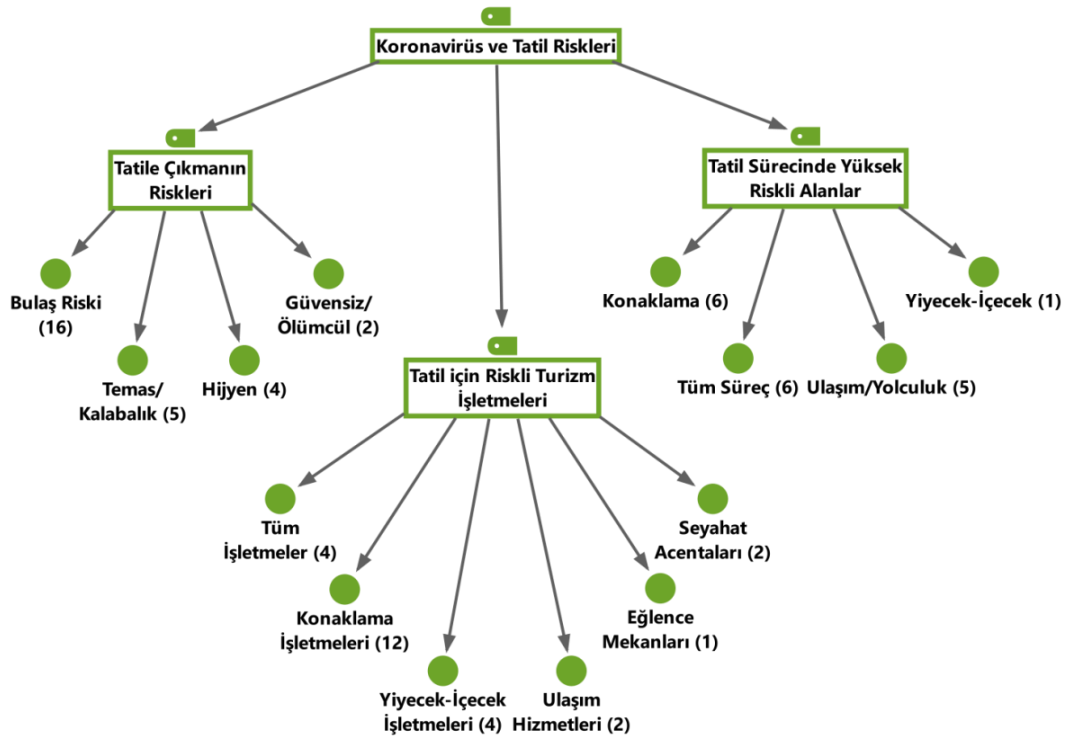
Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, tatil planının olmamasıdır. Katılımcılar virüs sebebiyle tatil planı yapmadıklarını ifade etmişlerdir. K3 ve K8 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Bu yıl tatile çıkmayı düşünmüyorum.” (K3)

“Herhangi bir tatil planımız yok onun yerine evde kalıyoruz.” (K8)

K4 kodlu katılımcı tarafından ifade edilen son kod ise değişiklik olmaması kodudur. Katılımcının ifadesi şöyledir:

“Tatil planımda herhangi bir değişikliğe sebep olmadı.” (K4)



Şekil 3. Koronavirüs ve Tatil Riskleri Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

2. Koronavirüs ve Tatil Risklerine Dair Bulgular

Bu araştırma kapsamında ele alınan ikinci tema koronavirüs ve tatil riskleridir. Koronavirüs ve tatil riskleri teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda 3 alt kategori ile ifade edilmiştir. Bu kategoriler, tatile çıkmanın riskleri, tatil için riskli turizm işletmeleri ve tatil sürecinde yüksek riskli alanlardır. Koronavirüs ve tatil riskleri temasına ait kod alt kod modeli Şekil 3’te görülmektedir.

2.1. Tatile Çıkmanın Risklerine Dair Bulgular

Koronavirüs ve tatil riskleri temasının ilk kategorisi olan tatile çıkmanın riskleri kategorisi katılımcı ifadeleri doğrultusunda; bulaş riski, temas/kalabalık, hijyen ve güvensiz/ölümcül olmak üzere 4 kod ile ifade edilmiştir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen (%89’u) kod bulaş riski kodudur. Katılımcılar mevcut sağlıkları için tatile çıkmayı

bulaşıcılık açısından riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K14 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Evet düşünüyorum. Virüs açısından ele alırsak; insanlar yeni yeni durumun ciddiyetini kavradı fakat hala bilinçlenmiş değiller ve mutlaka tatile gitmeyi planlayacaklardır. Böylece yine kalabalık bir ortam, hijyensiz çok yakın mesafede geçirilecek zamanlar, seyahatler sırasında aksatılacak önlemler, farklı ülkelerden; farklı şehirlerden bulunduğumuz tatil bölgesine gelecek olan insanlar riski oldukça tetikleyeceklerdir.” (K14)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod temas/kalabalık kodudur. Katılımcılar tatil mekanlarının çok kalabalık olduğunu ve temasın artması sebebiyle riskli olduğunu ifade etmişlerdir. K18 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Çünkü insanlar bulunduğu mevsim dönemiyle yoğun olarak bu tür işletmeleri tercih etmekte ve gıda sektörü diğer sonbahar ve kış mevsimine oranla daha fazla müşteri ağırlamaktadır. Bu durumda kalabalık ortamlarda bulunmak ve temas halinde olmak sağlığımızı riske atar.” (K18)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, hijyen kodudur. Bu kod doğrultusunda katılımcılar, tatil için gidecekleri konaklama ve ulaşım hizmetlerinin hijyenik açıdan yeterli olduğuna emin olamadıklarını ifade etmişlerdir. K14 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Evet düşünüyorum. Virüs açısından ele alırsak; insanlar yeni yeni durumun ciddiyetini kavradı fakat hala bilinçlenmiş değiller ve mutlaka tatile gitmeyi planlayacaklardır. Böylece yine kalabalık bir ortam, hijyensiz çok yakın mesafede geçirilecek zamanlar, seyahatler sırasında aksatılacak önlemler, farklı ülkelerden; farklı şehirlerden bulunduğumuz tatil bölgesine gelecek olan insanlar riski oldukça tetikleyeceklerdir.” (K14)

Katılımcılar tarafından ifade edilen son kod ise güvensiz/ölümcül kodudur. Buna göre katılımcılar virüs döneminde tatile çıkmanın güvensiz ve ölümcül olduğunu ifade etmişlerdir. K11 ve K15 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Riskli olduğunu düşünüyorum çünkü ölümcül bir salgın var.” (K11)

“Evet düşünüyorum. Şu an tatile çıkmanın güvenli, sağlıklı olduğunu düşünmüyorum.”
(K15)

2.2. Tatil İçin Riskli Turizm İşletmelerine Dair Bulgular

Koronavirüs ve tatil riskleri temasının ikinci kategorisi olan tatil için riskli turizm işletmeleri kategorisi katılımcı ifadeleri doğrultusunda; konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, diğer tüm işletmeler, ulaşım hizmetleri, seyahat acentaları ve eğlence mekanları olmak üzere 6 kod ile ifade edilmiştir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod ise konaklama işletmeleri kodudur. Buna göre katılımcılar konaklama işletmelerini riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K10 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Büyük turistik otelleri daha riskli buluyorum. Aslında şu an tüm işletmelerin (restoranlar da dahil) riskli olduğunu biliyorum.” (K10)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod yiyecek-içecek işletmeleri kodudur. Katılımcılar yiyecek-içecek işletmelerini riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K13 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Toplu taşıma, konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmeleri ve eğlence mekanları / hijyen ve sağlık riski.” (K13)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod tüm işletmeler kodudur. Katılımcılar tüm turizm işletmelerini riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K16 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Bütün işletmelerde risklidir. Çünkü virüs temas yoluyla bulaşıyor her yerde de temas olur.” (K16)

2.3. Tatil Sürecinde Yüksek Riskli Alanlara Dair Bulgular

Koronavirüs ve tatil riskleri temasının son kategorisi olan tatil sürecinde yüksek riskli alanlar kategorisi katılımcı ifadeleri doğrultusunda; konaklama, tüm süreç, ulaşım/yolculuk ve yiyecek-içecek olmak üzere 4 kod ile ifade edilmiştir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod konaklama kodudur. Katılımcılar tatil sürecinin konaklama kısmını riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod tüm süreç

kodudur. Katılımcılar tatil süreçlerinin tamamını riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K18 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Bana göre içinde bulunduğumuz bu süreçte tatile çıkmamanın en başından yani seyahat aşamasından itibaren ve tatilde geçirdiğimiz mekanlardan tatil bitimine kadar tüm sürecin riskli olduğunu düşünüyorum.” (K18)

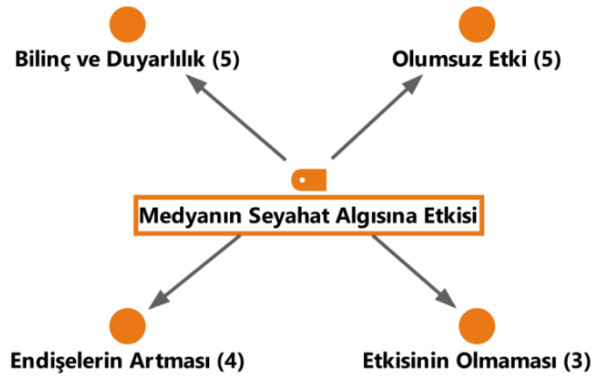
Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod ulaşım/yolculuk kodudur. Katılımcılar tatil sürecinin ulaşım ve yolculuk sürecini riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K5 ve K7 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Bu dönemde yolculuk yapmak bence riskli” (K5)

“Ulaşım esnasında çok fazla riskle karşılaşabilirim” (K7)

K10 kodlu katılımcı tarafından ifade edilen son kod ise yiyecek-içecek kodudur. Katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Konaklama ve yemek her aşaması riskli” (K10)



Şekil 4. Medyanın Seyahat Algısına Etkisi Temasına Ait Hiyerarşik Kod Alt Kod Modeli

3. Medyanın Seyahat Algısına Etkisine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan üçüncü tema medyanın seyahat algısına etkisidir. Medyanın seyahat algısına etkisi teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; bilinç ve duyarlılık, olumsuz etki, endişelerin artması ve etkisinin olmaması olmak üzere 4 kod ile ifade edilmiştir. Medyanın seyahat algısına etkisi temasına ait kod alt kod modeli ise Şekil 4’ te görülmektedir.

Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod, bilinç ve duyarlılık kodudur. Buna göre katılımcılar medya tarafından yapılan haberlerin virüs sürecinde duyarlılık kazandırdığını ifade etmişlerdir. K18 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Olumlu yönde etkiliyor. Bilinçli bir şekilde hareket etmemizi sağlıyor.” (K18)

Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen diğer kod, olumsuz etki kodudur. Buna göre katılımcılar medya tarafından yapılan haberlerin kendilerini olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. K8 ve K10 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

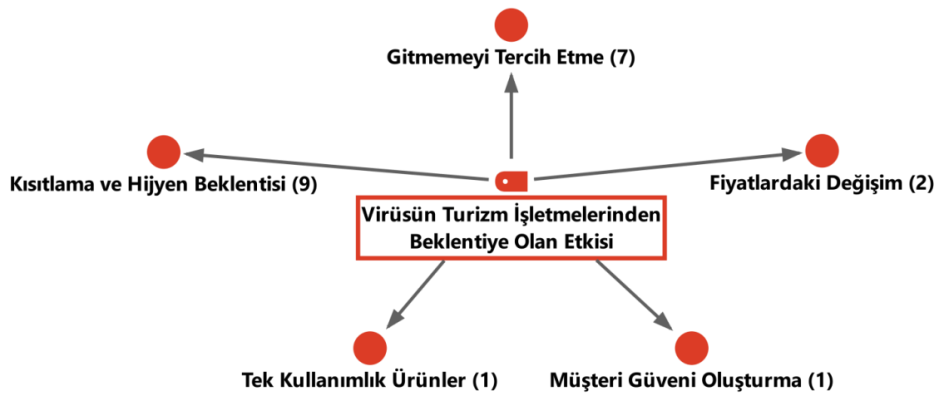
“Olumsuz haberler ve sürekli evde kal çağrılarını dışarı çıkma isteğini olumsuz etkiliyor.” (K8, K10)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, endişelerin artmasıdır. Buna göre katılımcılar medyadan izledikleri haberler ile endişelerinin arttığını ifade etmişlerdir. K2 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Olumsuz etkiliyor. Çünkü beni daha çok endişelendiriyor.” (K2)

Katılımcılar tarafından ifade edilen son kod ise etkisinin olmaması kodudur. Buna göre katılımcılar medyadan duydukları haberleri önemsemediklerini ve herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir. K14 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Medyada önemsedığım tek olgu müşteri yorumlarıdır. Onun dışında pek etkilenmiyorum.”



Şekil 5. Virüsün Turizm İşletmelerinden Beklenmeye Olan Etkisi Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

4. Virüsün Turizm İşletmelerinden Beklentilere Etkisine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan dördüncü tema, virüsün turizm işletmelerinden beklentiye olan etkisi temasıdır. Bu tema katılımcı ifadeleri doğrultusunda; kısıtlama ve hijyen beklentisi, gitmemeyi tercih etme, fiyatlardaki değişim, müşteri güveni oluşturma ve tek kullanımlık ürünler olmak üzere 5 kod ile ifade edilmiştir. Temaya ait kod alt kod modeli ise Şekil 5’te görülmektedir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod kısıtlama ve hijyen beklentisi kodudur. Buna göre katılımcılar turizm işletmelerinden misafir kapasitelerinin azaltılmasını ve virüs sebebiyle hijyen koşullarının artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. K5 ve K10 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şöyledir:

“Kapasitelerinin azaltılması ve hijyenik olmasına daha da önem verilmeli.” (K5)

“Oteller müşteri sayısını bence yarıya indirmeli. Hijyen ve temizlik elemanlarını arttırmalı. Seyahat şirketleri daha eğitimli şoförlerle çalışmalı. Restoranlarda temizliğe önem verilmeli.” (K10)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod tatile gitmemeyi tercih etme kodudur. Katılımcılar turizm işletmelerinden herhangi bir beklentilerinin olmadığını ve turizm işletmelerine gitmemeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. K2 ve K4 kodlu katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Otellere gitmemeye ve restoranlarda yemek yememeye karar verdim.” (K2)

“Hiçbirini kullanmayı düşünmüyorum. Tatilimi insanlardan uzak bir yerde yapacağım.” (K4)

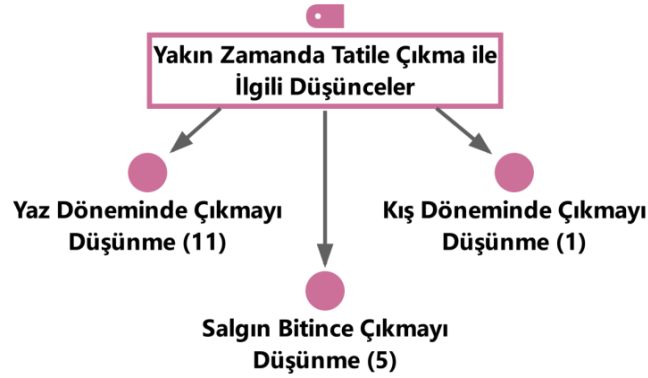
Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod fiyatlardaki değişim kodudur. Katılımcılar turizm işletmelerinden virüs sürecinde ekstra zam yapmamalarını beklediklerini ifade etmişlerdir. K8 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Şu süreçte daha hijyenik ve kontrollü olmalarını beklerim aynı zamanda fiyatların da daha uygun olmasını” (K8)

K15 kodlu katılımcı tarafından ifade edilen diğer kod müşteri güveni oluşturma kodudur. K12 kodlu katılımcı tarafından ifade edilen son kod ise tek kullanımlık ürünler kodudur. Katılımcıların konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Müşteri güveni önemli bu etapta, güvenilir olması, sağlık koşullarına uygun yerler önemli.” (K15)

“Daha fazla hijyen daha fazla tek kullanımlık ürünler ve kesinlikle her şey dahil sisteminin bitmesi gerektiği.” (K12)



Şekil 6. Yakın Zamanda Tatile Çıkma ile İlgili Düşünceler Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

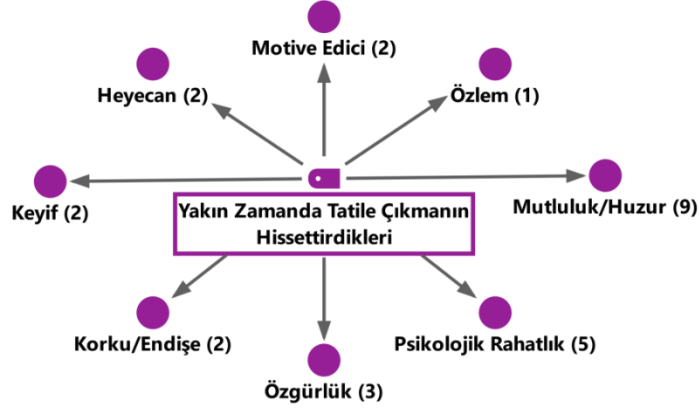
5. Yakın Zamanda Tatile Çıkma ile İlgili Düşüncelere Dair Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan beşinci tema, yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler temasıdır. Yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; yaz döneminde çıkmayı düşünme, salgın bitince çıkmayı düşünme ve kış döneminde çıkmayı düşünme olmak üzere 3 kod ile ifade edilmiştir. Bu temaya ait kod alt kod modeli ise Şekil 6’da görülmektedir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod yaz döneminde çıkmayı düşünme kodudur. Buna göre katılımcıların çoğu virüs devam etse de yaz döneminde tatile çıkmak istediklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda K10 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Bu yaz çıkmak istiyorum. Korana virüs kontrol altına alınabilirse veya aşısı bulunursa”

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, salgın bitince tatile çıkmayı düşünme kodudur. Buna göre katılımcılar virüs sebebiyle salgın süreci sonunda tatile çıkmayı düşündüklerini ifade etmişlerdir. K2 kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Virüs biter bitmez yurtiçi seyahate çıkmayı düşünüyorum.”



Şekil 7. Yakın Zamanda Tatile Çıkmanın Hissettirdikleri Temasına Ait Kod Alt Kod Modeli

6. Yakın Zamanda Tatile Çıkmanın Hissettirdiklerine Dair Bulgular

Araştırma kapsamında ele alınan son tema, yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdikleri temasıdır. Yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdikleri teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; mutluluk/huzur, psikolojik rahatlık, özgürlük, motive edici, korku/endişe, keyif, heyecan ve özlem olmak üzere 8 kod ile ifade edilmiştir. Bu temaya ait kod alt kod modeli ise Şekil 7’de görülmektedir. Katılımcılar tarafından yoğun olarak ifade edilen kod mutluluk/huzur kodudur. Buna göre katılımcılar tatile çıkabilmeyi düşündüklerinde dahi mutlu ve huzurlu olduklarını ifade etmişlerdir. K18 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Şimdiden tatile çıkabilme ihtimali düşündüğümde bile kendimi çok huzurlu hissediyorum. Çünkü bu süreç ben dahil olmak üzere birçok insanın psikolojisini olumsuz yönde etkiledi. Alışılmadık bir süreç olduğu için bu duruma adapte olmanın zor olduğunu düşünüyorum.” (K18)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, psikolojik rahatlık kodudur. Katılımcılar virüs dönemi boyunca evde kaldıkları için tatile çıkmanın bir rahatlık sağlayacağını ifade etmişlerdir. K7 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Evde kapalı kaldığımız günlerden sonra rahatlama hissettirir.” (K7)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod, özgürlük kodudur. Katılımcılar virüs dönemi boyunca evde kaldıkları için tatile çıktıklarında özgür hissedeceklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod motive edici kodudur. Katılımcılar uzun süre boyunca tatile çıkamadıkları için tatile çıkma fikrinin motive edici olduğunu ifade

etmişlerdir. Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kod korku/endişe kodudur. Katılımcılar korku ve endişe duymaya devam ettiklerini ve tatile çıkmayı riskli bulduklarını ifade etmişlerdir. K14 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Yakın zamanda tatil planım yok. Olsaydı korku, endişe ve tedirginlik hissederdim.”
(K14)

Katılımcılar tarafından ifade edilen diğer kodlar keyif ve heyecan kodudur. Katılımcılar uzun süre sonra tatile çıkmayı keyifli ve heyecan verici bulduklarını ifade etmişlerdir. K13 ve K16 kodlu katılımcıların keyif ve heyecan kodları ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Heyecan ve bu heyecanın verdiği keyif, motivasyon” (K13)

“Tatil fikri bana mutluluk, keyif ve heyecan veriyor.” (K16)

K1 kodlu katılımcı tarafından ifade edilen son kod ise özlem kodudur. Katılımcının konu ile ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“Yakın zamanda tatil yapmayı düşünmek bile beni mutlu ediyor ve tatile çıkabilmeyi özledim” (K1)



Şekil 8. Kod Bulutu

Katılımcı ifadelerinin yoğunluğa göre dağılımı Şekil 8’de gösterilmektedir. Daha büyük puntolu olarak gösterilen kodlar daha yoğun kullanılan ifadeleri göstermektedir. Buna göre katılımcıların %89’u bulaş riski, %67’si konaklama işletmeleri, %61’i yaz döneminde çıkmayı düşünme, %50’si kısıtlama ve hijyen beklentisi ve son olarak %50’si mutluluk/huzur koduna katkı sağlamıştır. Ayrıca kod bulutunda daha küçük puntolu olan ifadeler ise kodların daha az

yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir. Bu kodlar arasından değişiklik olmaması, eğlence mekanları, yiyecek-içecek, müşteri güveni oluşturma, tek kullanımlık ürünler, kış döneminde tatile çıkmayı düşünme, özlem kodlarına ise katılımcıların %6'sı katkıda bulunmuştur. Buna göre çalışma içerisinde en yoğun olarak kullanılan ifadelerden yola çıkılarak oluşturulan kodlar; bulaş riski, konaklama işletmeleri, kısıtlama, hijyen beklentisi ve mutluluk/huzur kodlarıdır.

SONUÇ

Yapılan çalışmada elde edilen sonuçlara bakıldığında bulgular; “virüsün tatil planına etkisi, koronavirüs ve tatil riskleri, medyanın seyahat algısı, virüsün turizm işletmelerinden beklentiye olan etkisi, yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler ve yakın zamanda tatile çıkmanın hissettirdikleri” olmak üzere 6 tema altında toplanmıştır. Katılımcıların virüsün tatil planlarına olan etkisi teması konusunda genellikle tatil planlarını iptal ettikleri ya da erteledikleri belirlenmiştir. Benzer şekilde Abraham vd. (2021)'nin yaptıkları bir çalışmada koronavirüsün seyahat riskini arttırması nedeniyle seyahat etme isteğini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca literatürdeki bazı çalışmalarda da küresel pandemi dönemlerinin turistin destinasyonda karşılaşacağı belirsizlik nedeniyle seyahat kararlarını olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Chang, 2009; Leggat vd., 2009; Rittichainuwat vd., 2009).

Chang (2009) yapmış olduğu bir çalışmada pandemi dönemlerinin olası olumsuz sonuçları nedeniyle çeşitli riskler içerdiğini belirtmektedir. Benzer şekilde yapılan çalışmada koronavirüs ve tatil risklerine dair bulgular elde edilmiştir. Bunlar; tatile çıkmanın bulaş riski ve kalabalığa neden olduğu ve konaklama işletmelerinin en riskli işletmeler olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında yapılan çalışmada tatilin tüm aşamalarında riskin etkili olacağı da katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, destinasyonun Covid-19 durumu, ulaşım hizmetleri, ulusal sağlık önlemleri, sağlık hizmetleri, konaklama hizmetleri, ekoturizm tesisleri ve bilgilerin güvenilirliği olmak üzere yedi ana temanın belirlendiği Teeroovengadum vd. (2021)'in çalışması ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca bazı çalışmalar turistlerin destinasyonda birçok yabancıyla etkileşime gireceği için sosyal kalabalıklaşmanın turist karar verme sürecini etkilediğine vurgu yapmaktadır (Li vd., 2017; Abraham vd., 2021).

Bhati vd. (2020)'nin yaptıkları bir çalışmada kitle iletişim araçları, sosyal medyadaki etkileşimler ve web sitelerinin turistlerin gelecekteki seyahat niyetlerini ve davranışlarını etkileyebileceği belirtilmektedir. Önceki yıllarda yapılan bazı çalışmalarda kuş gribine bağlı

ölümler ve ölüm oranlarının turistlerin seyahatlerini olumsuz yönde etkilediğinden bahsedilmektedir (McAleer vd., 2010; Ghaderi vd., 2012). Yapılan bu çalışmada da medyanın seyahat algısı konusunda katılımcılardan bazılarının medyanın bilinçlenme ve duyarlılık yarattığını düşünmelerine rağmen genel çoğunluğun endişelerin artması ve olumsuz etkisinin olduğu görüşüne sahip oldukları belirlenmiştir. Buna göre medyada yer alan vaka sayıları ve ölüm oranları gibi istatistikler endişelerin artmasına neden olmaktadır. Literatürdeki bazı çalışmalar bu bulguyu destekler niteliktedir (Bae & Chang, 2020; Neuburger & Egger, 2020; Wachyuni & Kusumaningrum, 2020; Perić vd., 2021; Rahmafitria vd., 2021).

Yapılan çalışmada katılımcıların büyük kısmının (%89) en az lisans mezunu olduklarından yola çıkarak eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin koronavirüs döneminde daha temkinli davrandıkları ve hijyen konusuna önem verdiklerini söylemek mümkündür. Sanchez-Cañizares vd. (2020), sağlık ve hijyenle ilgili psikolojik engellerin, artan endişe, belirsizlik ve genel güvenlik endişeleri nedeniyle turistlerin seyahate çıkma olasılığını azalttığını öne sürerek bu bulguyu desteklemektedir. Ayrıca geçmiş yıllardaki salgın dönemlerinden SARS salgını ele alan Wen vd. (2005)'nin çalışmasında turistlerin salgın döneminde hijyen ve güvenlik endişelerinin arttığı ve hangi turistik mekanların ziyaret edileceği, hangi eğlence biçimlerinin tüketileceği ve konaklama seçimi konusunda turist kararlarının etkilendiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca Nazneen vd. (2020) çalışmalarında koronavirüsün turistlerin seyahat kararlarını, hijyen ve güvenlik algılarını büyük ölçüde etkilediğini belirtmiştir. Özalın Türker (2020)'in çalışmasına göre turistlerin kitle turizminden uzaklaşıp bireysel turizme yönelecekleri, her şey dahil ve açık büfe sisteminin turistler tarafından daha az tercih edileceği öngörülmektedir. Ayrıca, yapılan çalışmada yakın zamanda tatile çıkma ile ilgili düşünceler teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda; yaz döneminde çıkmayı düşünme, salgın bitince çıkmayı düşünme ve kış döneminde çıkmayı düşünme olmak üzere 3 kod ile ifade edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun kamu sektöründe çalışmaları dolayısı ile yaz döneminde tatile çıkmayı daha çok tercih edebilecekleri yorumunda bulunulabilir. Benzer şekilde Teeroovengadum vd. (2021)'nin çalışmasında da koronavirüs sonrasında izin verilse bile ortalama olarak turistlerin gelecek yıl boyunca seyahat etme olasılığının düşük olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca Ivanova vd. (2020) çalışmalarında Bulgaristan'da yaşayan yerli turistlerin büyük bir kısmının pandeminin bitmesinden kısa bir süre sonra seyahate çıkmayı düşündükleri sonucu elde edilmiştir.

Yapılan bu çalışmada katılımcılar için yakın zamanda tatile çıkmak düşüncesi, heyecan, mutluluk ve psikolojik rahatlık gibi olumlu duygulara neden olurken bazı katılımcılar için endişe yarattığı belirlenmiştir. Koronavirüs süresinde pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de yaşanan sokağa çıkma yasakları ve çeşitli kısıtlamalar insanların psikolojik olarak rahatlamaya her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyduğunu düşündürmektedir. Dolayısı ile tatil düşüncesi katılımcılar arasında daha olumlu duygu ve düşüncelere neden olmaktadır. Elde edilen bu sonuç sağlıkla ilgili risklerin turistler arasında büyük bir endişe yarattığına yönelik bulguların elde edildiği çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Richter, 2003; Bae & Chang, 2020; Bakar & Rosbi, 2020; Hoque vd., 2020; Rahmafritria vd., 2021; Rather, 2021). Çalışma içerisinde en yoğun olarak kullanılan ifadelerden yola çıkılarak oluşturulan kodlar; bulaş riski, konaklama işletmeleri, kısıtlama ve hijyen beklentisi ve mutluluk/huzur kodlarıdır. Buna göre yapılan bu çalışmada katılımcılar, koronavirüsle ilgili olarak daha çok bulaş riski tehlikesine odaklanmaktadır. Ayrıca, kısıtlamalar nedeniyle de tatil planı düşüncesinin katılımcılara mutluluk ve huzur duygularını çağrıştırdığı görülmüştür. Katılımcılar, konaklama işletmeleri ile ilgili daha çok kaygı hissetmekle birlikte turizm işletmelerinden hijyen beklentisi içindedirler. Dolayısıyla kod bulutu ile belirlenmiş olan kodlar yapılan çalışmanın kısaca bir özeti niteliğini taşımaktadır.

Yapılan bu çalışmada salgın dönemlerinde turistlerin seyahat kararlarının olumsuz yönde etkilendiği sonucuna göre destinasyon yöneticileri ve işletme yöneticilerine çeşitli görev ve sorumluluklar düştüğünü söyleyebiliriz. Örneğin herhangi bir destinasyonda vaka sayıları karşısında destinasyonlarda ne gibi önlemlerin alındığı açık bir şekilde medya yolu ile duyurulmalıdır. Ayrıca güvenin aşılması için destinasyonların Covid-19 salgınıyla ilgili yeterli düzeyde resmi bilgi vermeleri oldukça önemlidir. Bir destinasyonda, test oranı, toplam/aktif vakalar ve ölüm oranı gibi bilgilerin güvenilir olması için bu istatistiklerde resmi kaynaklardan yararlanılmalıdır.

Çalışmada dikkat çeken önemli sonuçlardan birisi de katılımcıların en fazla konaklama işletmelerini riskli algıladıkları yönündedir. Buna göre konaklama işletmecilerinin sağlık ve güvenlik risklerini en aza indirme kapasitesi oldukça önemli hale gelmektedir. Konaklama işletmeleri bu konuda eylem planı belirleyerek birtakım önlemler almalıdırlar. Ayrıca alınan bu önlemlerin web siteleri ve sosyal medya platformları gibi yerlerde açıkça görülebilmesi ve ulaşılabilir olması oldukça önemlidir. Bunun yanında konaklama işletmeleri koronavirüs salgını sırasında müşterilerini ve çalışanlarını korumak için tüm önlemlerin alındığından emin

olmalıdır. Azalan doluluk oranları için sık dezenfekte etme, dijital anahtarlar ve check-in ve misafir ayrılışları arasında 24 saatlik boşluk ile ilgili önlemlerin geliştirilmesi ve uygulanması önemlidir. Ayrıca, koronavirüsün etkisinin yoğun olarak hissedildiği dönemde turizm işletmelerinin yaşadıkları sorunların (güven, müşteri ve gelir kaybı gibi) benzerlerini yaşamamak adına bu dönemden sonra da benzer sağlık risklerine karşı koruyucu önlemlerini ve kriz yönetimi planlarını önceden belirlemeleri gerekmektedir. En fazla riskli olarak algılanan konaklama işletmeleri de seyahatleri arttırmak adına resmi pazar araştırmasını veya pandemi sonrası promosyon kampanyalarını güncelleyerek birtakım kampanyalar ile turizmi teşvik edebilirler.

Son olarak yapılan çalışmada yerli turistlerin düşünceleri ve beklentileri ele alınmıştır. Gelecek çalışmalarda müşteri beklentilerini karşılayabilmek için turizm işletmelerinin (otel işletmesi, seyahat işletmesi ve havayolu işletmeleri) Covid-19 döneminde ne gibi uygulamalarda buldukları araştırılabilir. Aynı zamanda çalışmanın sadece yerli turistlere yönelik olması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu nedenle yapılacak ileriki çalışmalarda yabancı turistlerin Covid-19 dönemiyle birlikte düşünceleri ve Türkiye'deki turizm işletmelerinden beklentileri ile ilgili de çalışmaların yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Abraham, V., Bremser, K., Carreno, M., Crowley-Cyr, L. & Moreno, M. (2021). Exploring the consequences of Covid-19 on tourist behaviours: Perceived travel risk, animosity and intentions to travel. *Tourism Review*, 76 (4), 701-717. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2020-0344>

Acar, Y. (2020). Yeni koronavirüs (Covid-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 7-21. <https://doi.org/10.32572/guntad.703410>

Akkılıç, M.E. & Varol, İ. (2015). Turist algılarının davranışsal niyetler üzerindeki etkisi: Edremit Körfezi örneği. *International Review of Economics and Management*, 3 (1), 14-38. <https://doi.org/10.18825/irem.12105>

Artuğer, S. (2015). The effect of risk perceptions on Tourists' revisit intentions. *European Journal of Business and Management*, 7 (2), 36-43.

Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2014). Tatil yeri seçiminde ülke imajının turistin risk algısı üzerine etkisi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 9-28.

Aydın, B. & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (Covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), 93-115. <https://doi.org/10.21547/jss.787982>

Bae, S. Y. & Chang, P. (2020). The effect of coronavirus disease-19 (Covid-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1017-1035. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>

Bakar, N.A. & Rosbi, S. (2020). Effect of coronavirus disease (Covid-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7 (4), 189-193. <https://doi.org/10.22161/ijaers.74.23>

Bhati, A. S., Mohammadi, Z., Agarwal, M., Kamble, Z. & Gerardine D.-T. (2020). Motivating or manipulating: The influence of health-protective behaviour and media engagement on post- Covid-19 travel. *Current Issues In Tourism*, 24 (15), 2088-2092 <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1819970>

Cava, M.A., Fay, K.E., Beanlands, H. J., McCay, E.A. & Wignall, R. (2005). Risk perception and compliance with quarantine during the SARS outbreak. *Journal of Nursing Scholarship*, 37 (4), 343-347. <https://doi.org/10.1111/j.1547-5069.2005.00059.x>

Chang, S. Y. (2009). Australians' holiday decisions in China: A study combining novelty-seeking and risk-perception behaviors. *Journal of China Tourism Research*, 5 (4), 364-387. <https://doi.org/10.1080/19388160903382533>

Chew, T. & Jahari, A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382-393. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>

Chinazzi, M., Davis, J.T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Piontti, A.P., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Viboud, C., Xiong, X., Yu, H., Halloran, M.E., Longini, I. M. & Vespignani, A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel

coronavirus (Covid-19) outbreak. *Science*, 368, 395-400.
<https://doi.org/10.1126/science.aba9757>

Cronin, J., Brady, M. K. & Hult, G. T. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76 (2), 193-218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)

Çeti, B. & Ünlüönen, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.

Featherman, M. S. & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)Get rights and content

Fuchs, G. & Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.012>

Ghaderi, Z., Som, A.P.M. & Henderson, J.C. (2012). Tourism crises and island destinations: Experiences in Penang, Malaysia. *Tourism Management Perspective*, 2, 79-84. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.03.006>

Grais, R.F., Ellis, J.H. & Glass, G.E. (2003). Assessing the impact of airline travel on the geographic spread of pandemic influenza. *European Journal of Epidemiology*, 18 (11), 1065–1072. <https://doi.org/10.1023/a:1026140019146>

Hasan, M.K., Ismail, A.R. & Islam, M.F. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: A critical review of literature. *Cogent Business & Management*, 4 (1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1412874>

Hollingsworth, T.D., Ferguson, N.M. & Anderson, R.M. (2007). Frequent travelers and rate of spread of epidemics. *Emerging Infectious Disease*, 13(9), 1288–1294. <https://doi.org/10.3201/eid1309.070081>

Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M.W., Arif, I. & Abdul Hamid, A.B. (2020). The effect of coronavirus (Covid-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3 (1), 52-58.

Huang, X., Daib, S. & Xub, H. (2020). Predicting tourists' health risk preventative behaviour and travelling satisfaction in Tibet: Combining the theory of planned behaviour and health belief model. *Tourism Management Perspectives*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100589>

Ivanova, M., Ivanov, I. K. & Ivanov, S. (2020). Travel Behaviour After The Pandemic: The Case of Bulgaria. *Anatolia*, 32 (1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1818267>

Jeon, C. Y. & Yang, H. W. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on tourists' WTP: Using the contingent valuation method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8605. <https://doi.org/doi:10.3390/ijerph18168605>.

Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C.-K. & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the Covid-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553>

Kock, F., Norfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A.G. & Tsionas, M.G. (2020). Understanding the Covid-19 tourist psyche: The evolutionary tourism paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85, <https://doi.org/103053>. [10.1016/j.annals.2020.103053](https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103053)

Kozak, M., Crotts, J. & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research*, 9 (4), 233–242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>

Leggat, P. A., Brown, L.H. & Aitken, S.R. (2009). Level of concern and precaution taking among Australians regarding travel during pandemic (H1N1) 2009: Results from the 2009 Queensl and social survey. *Journal of Travel Medicine*, 17(5).291-295. <https://doi.org/10.1111/j.1708-8305.2010.00445.x>

Lepp, A. & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 606–624. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00024-](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00024-0)

Li, L., Zhang, J., Nian, S. & Zhang, H. (2017). Tourists' perceptions of crowding, attractiveness, and satisfaction: A second-order structural model. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (12), 1250–1260. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1391305>

Li, Z., Zhang, S., Liu, X., Kozak, M. & Wen, J. (2020). Seeing the invisible and: Underlying effects of Covid-19 on tourists' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18 (2020), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100502>

Liu, M.; Brock, J., Shi, G., Chu, R. & Tseng, T. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225–248. <https://doi.org/10.1108/13555851311314031>

Matiza, T. (2020). Post- Covid-19 crisis travel behaviour: Towards mitigating the effects of perceived risk. *Journal of Tourism Futures*, 8 (1), 99-108. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2020-0063>

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 & Software*, 25 (1), 100-106. <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2009.07.015>

Nazneen, S., Hong, X. & Ud Din, N. (2020). Covid-19 crises and tourist travel risk perceptions. *SSRN Electronic Journal* (2020), 1-12. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3592321>

Neuburger, L. & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the Covid-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1003-1016. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1803807>

Okada, P., Buathong, R., Phuygun, S., Thanadachakul, T., Parnmen, S., Wongboot, W., Waicharoen, S., Wacharapluesadee, S., Uttayamakul, S., Vachiraphan, A., Chittaganpitch, M., Mekha, N., Janejai, N., Iamsirithaworn, S., Lee, R.T. & Maurer Stroh, S. (2020). Early transmission patterns of coronavirus disease 2019 (Covid-19) in travellers from Wuhan to Thailand. *Rapid Communication*, 25 (8), 1-5. <https://doi.org/10.2807/1560-7917.ES.2020.25.8.2000097>.

Olya, H.G.T. & Al-Ansi, A. (2018). Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry. *Tourism Management*, 65, 279-291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.015>

Özaltın Türker, Gülay (2020). Covid-19 salgını turizm sektörünü nasıl etkiler? Turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (2), 207-224. <https://doi.org/10.24289/ijsser.760790>

Perić, G., Dramićanin, S. & Conić, M. (2021). The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the Covid-19 pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2705 <https://doi.org/10.54055/ejtr.v27i.2125>

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 & Tourism*, 14 (1), 43-67. <https://doi.org/10.1080/14775080902847439>

Rahmafritria, F., Suryadi, K., Oktadiana, H., Putro, H. P. H. & Rosyidie, A. (2021). Applying knowledge, social concern and perceived risk in planned behavior theory for tourism in the Covid-19 pandemic. *Tourism Review*, 76 (4), 809-828. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2020-0542>

Rather, R. A. (2021). Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of Covid-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24 (23), 3275-3283. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1884666>

Reichel, A., Fuchs, G. & Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research*, 46 (2), 217-226. <https://doi.org/10.1177/0047287507299580>

Reisinger, Y. & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20 (1), 13-31. https://doi.org/10.1300/J073v20n01_02

Richter, L. K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*, 41, 340-347. <https://doi.org/10.1177/0047287503041004002>

Rittichainuwat, B.N. & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30 (3), 410-418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>

Roehl, W. S. & Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 2(4), 17–26. <https://doi.org/10.1177/004728759203000403>

Rvachev, L. & Longini, I. (1985). A mathematical model for the global spread of influenza. *Mathematical Biosciences*, 75 (1), 3-22. [https://doi.org/10.1016/0025-5564\(85\)90064-1](https://doi.org/10.1016/0025-5564(85)90064-1)

Sánchez-Cañizares, S.M., Cabeza-Ramírez, L.J., Muñoz-Fernández, G. & Fuentes-García, F.J. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 970-984. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571>

Sigala, M. (2020). Tourism and Covid-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117 (2020), 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>

Sohn, H. K., Lee, T. J. & Yoon, Y.-S. (2016). Relationship between perceived risk, evaluation, satisfaction, and behavioral intention: A case of local-festival visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 28-45. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1024912>

Sönmez, S. & Graefe, A. R. (1998a). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177. <https://doi.org/10.1177/004728759803700209>

Sönmez, S. & Graefe, A. R. (1998b). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 112-144. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)

Streubert, H. J., & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative research in nursing*. (5th ed.). Philadelphia: Lippincott Williams ve Wilkins.

Şen Küpeli, T. & Özer, L. (2020). Assessing perceived risk and perceived value in the hotel industry: An integrated approach. *Anatolia*, 31(1), 111-130. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1711785>

Şen, G., Demirel, E., Avcı, S. & Aladağ, Z. (2021). Evaluation of effective risk factors in Covid-19 mortality rate with DEMATEL method. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 36(4), 2151-2166.

Teeroovengadum, V., Seetanah, B., Bindah, E. Pooloo, A. & Veerasawmy, I. (2021). Minimising perceived travel risk in the after math of the Covid-19 pandemic to boost travel and tourism. *Tourism Review*, 76 (4), 910-928. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2020-0195>

Temeloğlu, E. (2015). Tüketicilerin kişilik özellikleri, risk algıları ve yeniden satın alma davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 157-179.

Wachyuni, S.S. & Kusumaningrum, D.A. (2020). The effect of Covid-19 pandemic: How are the future tourist behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33(4), 67-76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>

Wen, Z., Huimin, G. & Kavanaugh, R.R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38. <https://doi.org/10.1080/13683500508668203>

Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X. & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: The importance of inter disciplinary studies on Covid-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 46 (2), 310-313. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1761120>

Wolff, K. & Larsen, S. (2016). Flux and permanence of risk perceptions: Tourists' perception of the relative and absolute risk for various destinations. *Scandinavian Journal of Psychology*, 57 (6), 584-590. <https://doi.org/10.1111/sjop.12326>

Wolff, K., Larsen, S. & Øgaard, T. (2019). How to define and measure risk perceptions. *Annals of Tourism Research*, 79 (2019), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102759>

World Health Organization (2004). Summary of probable SARS cases with on set of illness from 1 november 2002 to 31 july 2003. Eriřim adresi: <https://www.who.int/publications/m/item/summary-of-probable-sars-cases-with-onset-of-illness-from-1-november-2002-to-31-july-2003>.

World Health Organization (2022). WHO Coronavirus (Covid-19) Dashboard. Eriřim adresi: <https://covid19.who.int/>

Yıldırım, A. & Şimşek H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yntemleri*, Seękin Yayıncılık, Ankara.

Yu, J., Lee, K. & Hyun, S. S. (2021). Understanding the influence of the perceived risk of the coronavirus disease (Covid-19) on the post-traumatic stress disorder and revisit intention of hotel guests. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46 (2021), 327-335. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.01.010>

Zhu, H. & Deng, F. (2020). How to influence rural tourism intention by risk knowledge during Covid-19 containment in China: Mediating role of risk perception and attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (10), 1-23. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103514>