


Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:21(1),Yıl/ Year: 2024 ss/pp, 24-46
Gönderim Tarihi/ Received: 11.05.2023
Kabul Tarihi /Accepted: 24.10.2023
DOI: 10.24010/soid.1294365

Araştırma Makalesi/ Research Article

Covid-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Programı'nda Turistlerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi: Bursa İli Örneği*

Investigation of Future Hotel Selection Behaviors of Tourists in the Safe Service Program during Covid-19 Process: The Case of Bursa Province

Edanur KILINÇ 
Süleyman Demirel Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Isparta, Türkiye
E-posta: edanurklnc96@gmail.com

Doç. Dr. Gülay BULGAN 
Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Isparta, Türkiye
E-posta: gulaybulgan@sdu.edu.tr

Öz

2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsü, küresel alanda bir sağlık krizinin yaşanmasına neden olmuştur. Dünya üzerinde yaşanan bu sağlık krizi turizm sektörünü de etkisi olarak olumsuz etkilemiştir. Nitekim yaşanan sağlık krizinin bir fırsat yaratacağı öngörülerek Türkiye'de Güvenli Hizmet Programı geliştirilip, dünya turizminde bir örnek teşkil etmesi sağlanmıştır. Bu araştırmada Covid-19 sürecinde Güvenli Hizmet Sertifikası ve Sosyal Değişim Teorisi temel alınarak Bursa ilini ziyaret eden turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Bursa'yı ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve araştırma 430 turist üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerine ait frekans, açıklayıcı faktör, korelasyon ve çoklu regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı faktörlerinin turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen bu araştırmanın Türkiye'de uygulanan Güvenli Hizmet Programı'na katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist, otel seçim davranışı, güvenli turizm, güvenli hizmet programı, Bursa İli.

Abstract

The Covid-19 virus, which emerged in 2019, caused a global health crisis. This health crisis in the world has also affected the tourism sector negatively. As a matter of fact, anticipating that the health crisis will create an opportunity, the Safe Service Program has been developed in Turkey and it has been ensured that it sets an example in world tourism. In this study, it is aimed to evaluate the future hotel selection behaviors of tourists visiting Bursa based on the Safe Service Certificate and Social Change Theory during the Covid-19 process. Quantitative research method was used in the study and survey technique was used in data collection. The population of the study consists of tourists visiting Bursa. In the study, non-random convenience sampling method was used and the research was carried out on 430 tourists. In the study, frequency, exploratory factor, correlation and multiple regression analyses of quantitative research methods were used. As a result of the research, it has been determined that hygiene control, self-service technology, health measures, stress and vaccination factors positively affect the future hotel selection behaviors of tourists. It is thought that this research will contribute to the Safe Service Program implemented in Turkey.

Key Words: Tourist, hotel selection behavior, safe tourism, safe service certification program, Bursa province.

*Bu makale "COVID-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Sertifikasyon Programında Tüketicilerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi: Bursa İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

Extended Summary

Purpose

This research aims to reveal the relationship between hygiene control, self-service technology, medical preparation, health measures, stress and vaccination dimensions in the future hotel selection behaviors of tourists in the Safe Service Program implemented in Turkey during the Covid-19 outbreak. It is important in terms of adding a different dimension to the consumer and accommodation services studies on a possible health crisis in Turkey. In addition, it is thought that the Safe Service Program will eliminate the deficiency in the field of tourists and benefit the tourism sector.

Background

With the emergence of the Covid-19 virus, economic losses in the tourism sector, decrease in the number of tourists, entry-exit bans between countries, travel restrictions, accommodation and food and beverage services have caused businesses operating in the field to suspend their production. As a matter of fact, these restrictions experienced with the Covid-19 outbreak have affected the tourism sector quite negatively (United Nations, 2020; Uğur and Akbıyık, 2020). Even if the tourism sector is adversely affected by this epidemic, it is thought that it will make a difference in the creation of new opportunities after the epidemic period (Sorokowski, 2020). Thus, the Safe Service Program, which was developed in Turkey as the first example in the world tourism sector, started to be implemented in 2021.

Thanks to this program, which has been implemented in Turkey, the concepts of health, hygiene, safety and renewable technology that have emerged in the tourism literature has gained much more importance. As a result of the literature review conducted within the scope of this study, it was determined that factors such as security, medical preparation, hygiene, self-service technology are included in the concept of security. In addition, it has been shown that these factors have a positive effect on the work carried out in the tourism sector in a health crisis in terms of the concept of security (Atadil and Lu, 2021; Karamustafa and Oz, 2010; Aydın and Dogan, 2021; Çetin and Göktepe 2020; Gazi, 2016).

In addition to these factors, it is necessary to examine the concepts of stress and vaccination in the Covid-19 epidemic process for tourist health. However, no studies on stress factors have been found. The vaccine factor is important for consumer health (G. Mutlu, 2021; Aydın and Doğan, 2020). Considering all these 6 factors, it is thought that the concept of security is included in the tourism literature. As a matter of fact, this study is expected to add a new dimension to the concept of security in terms of tourism sector and hotels.

Method

The universe of the research consists of domestic and foreign tourists coming to Bursa. In order to determine the sample of this research, domestic and foreign tourist data for the years 2019-2020 were taken on April 2, 2021 with the expectation of permission from Bursa Provincial Directorate of Culture and Tourism. The total number of domestic and foreign tourists coming to Bursa in 2019-2020 is 2,509,950. Due to limited access to the entire research universe, the non-random easy sampling method was used. In order to determine the number of samples, the calculation formula developed by Yamane (2001:166) was taken as the basis of the study. In this respect,

after the sample formula, the sample margin of error (0.05) table determined by Yazıcıoğlu and Erdoğan (2004:50) was also taken into consideration. It was found sufficient to take the size of the universe as 384 and above.

In the study, survey technique, which is one of the quantitative research methods, was applied. In a study conducted by Atadil and Lu (2021) to create the questionnaire, the hotel safety scale was used to measure the stress variable, Taylor et al. (2020) stress scale and Erkekoğlu et al. (2020) vaccine-related studies were used to measure the vaccine variable. The first part of the survey consists of 11 demographic questions, and the second part consists of 5 multiple-choice questions on tourists' opinions about the Covid-19 outbreak. Finally, the third part consists of 5 Likert phrases that have been identified to be examined in the future hotel selection behavior of tourists.

Findings and Results

In Table 2, it is seen that 53% of the participants were male and 47% were female. 55.8% of the participants were married and 44.2% were single. When the educational status was examined, it was determined that 29.8% of the participants were in the 25-34 age range, 27.7% were in the 35-44 age range, 29.1% were undergraduate, 28.8% were high school graduates, 36.7% were workers, 22.8% had professions such as students, self-employment, waiters, pilots and 47% were foreign nationals.

In Table 4, 58.4% of the participants coincide with the curfew and quarantine and 41.6% do not coincide with the bans, and when looking at their views on the spread of the Covid-19 virus over the world with travel mobility, 80% hold this view and the remaining 20% do not support this view. It is argued that 88.8% of the participants were careful to use protective equipment during the Covid-19 outbreak and 75.4% of the participants argued that the rules or measures implemented during the epidemic period prevented the spread of the virüs.

In Table 5, exploratory factor analysis was performed to test the expressions in the 5-point Likert Type scale. In the exploratory factor analysis of the hotel safety scale, it was determined that the number of samples was sufficient according to KMO (Kaiser Meyer Olkin) and Barlett Globality Test analyzes and that there was a significant relationship between the variables. 5 dimensions with an eigenvalue above 1 were obtained. The scale explains 67% of the total variance.

In Table 6, according to the results of the exploratory factor analysis performed on the stress dimension, it was determined that the number of samples was sufficient according to the KMO (Kaiser Meyer Olkin) and Barlett Sphericity Test analyzes and that there was a significant relationship between the variables. A single dimension with an eigenvalue above 1 was obtained. The scale explains 66% of the total variance.

In Table 7, it was determined that all dimensions had a high level of reliability. In addition, the relationship between all dimensions on the scale is positive and significant. In order to test the research hypotheses, multiple regression method was used. As a result of the multiple regression analysis performed, it was determined that hygiene control, self-service technology, health measures, stress and vaccine factors positively affected the future hotel selection behaviors of tourist in the Safe Service Certification Program. The beta coefficient of the medical preparation dimension ($\beta=0.019$; $t=0.428$) was found to be insignificant.

It is thought that the Safe Service Program, which is developed based on safety, hygiene and health conditions in Turkey, will make a great contribution to the tourism sector. Thanks to this program developed at the same time, it is foreseen that Turkey will come to the forefront in the world tourism market.

1. Giriş

Geçmişten günümüze dünyada meydana gelen salgın hastalıklar insanların yaşamları üzerinde ekonomik, sosyal, psikolojik ve sağlık gibi alanlarda değişimleri de beraberinde getirmiştir. Nitekim 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsü, 11 Mart 2020 tarihinde küresel alanda epidemik olarak tanımlanmış ve resmi olarak pandemi ilan edilmiştir. (Cucinotta ve Vanelli, 2020:157; WHO, 2020a). Yapılan bu resmî açıklama ile dünya üzerindeki bütün sektörler küresel bir kriz ağına sürüklenmiştir. Covid-19 salgını küresel alanda turizmde faaliyet sürdüren konaklama, yiyecek-içecek, seyahat işletmelerinin diğer sektör işletmelerine göre daha acı bir deneyim yaşanmasına sebep olmuştur (Craven ve diğ., 2020; Boone ve diğ., 2020). Covid-19 virüsü Türkiye turizmde de etkisi altına alarak konaklama, yeme-içme ve eğlence mekanlarının kapatılmasına, sektör çalışanlarının işsiz kalması gibi birçok olumsuzluğa yol açmıştır. Ayrıca bu dönemde Covid-19 virüsünün bulaşıcılığını azaltmak için Türkiye genelinde maske, karantina, seyahat yasakları, HES kodu gibi uygulamalar zorunlu kılınmıştır (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020:235). Türkiye’de Covid-19 salgını sürecinde yaşanan bu kısıtlamalar tüm sektörleri olduğu gibi turizm sektörünü de çok fazla olumsuz yönde etkilemiştir (Çalış ve Çıtak, 2020:111).

Salgın hastalıkların yaşandığı dönemlerde turizm literatüründe gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde güvenlik, temizlik, sağlık, teknoloji gibi faktörlerin öne çıktığı olduğu görülmektedir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020). Nitekim incelenen çalışmalarda emniyet ve güvenlik unsurlarının misafirlerin otel seçim davranışlarında önemli olduğunu (Chan ve Lam, 2013) ve misafirlerin güvenli bir otel için daha fazla ödeme yapmaya istekli oldukları (Feickert ve diğ., 2006) anlaşılmaktadır. Turizm alanında güvenlik kavramının terör, savaş, turistlerin can sağlığının korunması amaçlı olduğu anlaşılmaktadır (Karaman ve Polat, 2020). Güvenlik kavramı bir turist için turizme katılımıyla başlayan, gittiği bölgedeki hijyen, sağlık, bulaşıcılık, terör, kaçırma ve gasp gibi bütün olumsuz etkenleri içinde barındırmaktadır (Reisinger ve Mavondo, 2006). Nitekim yapılan bu araştırma kapsamında hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı değişkenleri üzerine yapılan çalışmaların eksik olduğu göz önünde bulundurularak, Türkiye’de 2021 yılında uygulanmaya başlanan Güvenli Hizmet Sertifikası temel alınmıştır. Bu bağlamda yapılan çalışma ile Covid-19 salgını döneminde Türkiye’deki konaklama hizmetlerinin durumu, Güvenli Hizmet Sertifikası ve Sosyal Değişim Teorisi dikkate alınarak incelmeye tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda ise Güvenli Hizmet Programı’nda hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutlarının turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu araştırmanın gelecekteki olası bir sağlık krizinde Türkiye turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Covid-19 Salgınının Türkiye’deki Konaklama Hizmetleri Üzerindeki Etkisi

Türkiye coğrafi konumu nedeniyle dünya turizmde turistik destinasyonlar arasında önemli bir çekim merkezidir. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını Asya Bölgesi’nde başlamış olup, 2020 yılında Ocak ve Şubat aylarında Avrupa Bölgesi’ni kısa sürede etkisi altına almıştır. 2020 yılının Ocak ve Şubat aylarında salgın

sürecinde, Türk turizmde olumsuz etkiler çok fazla yaşanmamıştır. Bu durum Türkiye'nin turizm için güvenilir bir destinasyon olarak algılanmasını sağlamıştır. Ancak 2020 yılının birinci çeyreğinde Covid-19 salgınının etkileri Türk turizmini etkisi altına almaya başlamıştır (Aydın ve Doğan, 2020:7).

Covid-19 salgını süreci başında Türkiye Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, konaklama hizmetlerinde yeni bir sürecin başlayacağını ve uluslararası sertifikasyon belgesi verileceğini açıklamıştır. Bu süreçte Dünya Sağlık Örgütü (WHO), konaklama işletmelerinin alması gereken tedbirlere yönelik "Geçici Rehberlik" adlı bir bildiri yayınlamıştır. Yayımlanan bu bildiri de otel işletmelerinin alması gereken önlemlere ve tedbirlere yönelik tavsiyelerde bulunmaktadır. (WHO, 2020b).

Türkiye'de salgın sürecinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri için T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından 21.04.2020 tarihinde alınan kararlarda temel enfeksiyondan korunma ve kontrol ilkelerinin uygulanması önerilmiştir. Bu ilkeler; "genel temizlik kuralları", "konaklama tesislerinde konaklayanlar arasında Covid-19 virüsü tanımlayıcı şikâyetleri (ateşe eşlik eden öksürük veya solunum sıkıntısı) olan bireylere yönelik yapılacaklar" ve "otel personellerine eğitim verilecek konular" şeklinde 3 başlık altında toplam 20 maddeden oluşmaktadır (covidbilgi.saglik.gov.tr). Türkiye'de 25 Haziran 2020 tarihinde T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan "Covid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi" adlı raporda konaklama işletmelerine yönelik alınması gereken tedbirlere yer verilmiştir. Türkiye'de salgına yönelik normalleşme sürecinde ise 01.01.2021 tarihinde Güvenli Hizmet Sertifikasyonu yürürlüğe girmiştir (TGA, 2021a). Salgın sürecinde kapalı olan ya da hizmetine ara veren otellerin 27.06.2021 tarihinde açılmasına izin verilmiştir (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2021).

Tablo 1: Türkiye'de 2019-2021 Yıllarında Konaklama Türlerinin Genel Karşılaştırılması

Konaklama Türleri	2019		2020		2021	
	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)	Geceleme Sayısı	Ortalama Geceleme Sayısı (%)
Otel, motel, pansiyon vb.	211.773.803	5,7	56.305.524	9,9	118.444.056	7,0
Kendi Evi	109.228.573	22,9	67.184.881	38,3	124.175.592	27,0
Kiralık Ev	26.639.399	31,3	10.648.488	46,1	21.089.743	35,8
Arkadaş, Akraba Evi	134.754.226	14,6	55.800.429	30,7	96.733.944	16,6
Diğer	23.172.955	17,1	5.455.143	76,0	9.786.711	24,7

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2003-2021 yılları arasında konaklama türü, geceleme sayısı ve ortalama geceleme sayısına göre çıkış yapan ziyaretçi verilerinden oluşturulmuştur.

Tablo 1'de konaklama türlerine göre son üç yılın ziyaretçi geceleme sayısı ve ortalama geceleme oranları verilmiştir. Salgın öncesindeki konaklama türlerine bakıldığında otel, motel ve pansiyon gibi işletmelerde geceleme sayılarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. 2020 yılında salgın sürecindeki konaklama hizmetlerine ara verilmesi, turist hareketliliğindeki yasakların olması nedeniyle 2019 yılına göre azalmıştır. 2021 yılında ise 2020 yılına göre geceleme sayısı yükselmiştir. Ancak salgın öncesindeki seviyelere ulaşmamıştır.

Konaklama işletmelerindeki ortalama geceleme oranlarına bakıldığında 2020 yılında Covid-19 salgınına yönelik tedbirler devam ettiği halde, %9,9'dur. 2021 yılında

ise yeni normalleşme döneminde ortalama geceleme sayısı bir önceki yıla göre azalarak %7 olmuştur. Konaklama türlerinden elde edilen turizm gelirleri 2019 yılında 3,6 milyon dolardır. 2020 yılında 1,2 milyon dolar ve 2021 yılı 2,5 milyon dolardır. 2022 yılında ise turizm geliri bir önceki yıla göre %53,4 artarak neredeyse 47 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (TUİK, 2022).

Covid-19 virüsünün konaklama hizmetleri üzerindeki etkilerinin incelendiği bazı çalışmalara bakıldığında; salgının konaklama sektörünü olumsuz etkilediği, maliyetleri arttırdığı, geliri düşürdüğü, personel eğitimlerinin önemli ölçüde etkili olduğu, hijyen ve sağlık önlemlerinin öne çıktığı, güvenlik kavramı adı altında acil durum/tıbbi hazırlık veya tedbirlerin bulunması gerektiği, dijital teknolojinin konaklama işletmeleri için önemli görüldüğü tespit edilmiştir (Doğru ve Koçak, 2021; Akduru, 2020; Dündar ve diğ., 2020; Karamustafa ve Öz, 2010; Aydın ve Doğan, 2020; Çetin ve Göktepe, 2020; Sharma ve diğ., 2021; Sung ve Jeon, 2020; Yazıcı, 2020; Plumf, 2020; Jiang ve Wen, 2020; Wen ve diğ., 2020; Hofer ve diğ., 2020; Kiper ve diğ., 2020).

2.2. Güvenli Hizmet Programı

Türkiye’de “Güvenli Hizmet Programı” devlet kuruluşları ve turizmdeki sektör paydaşları tarafından birlikte hazırlanmıştır. Dünya turizmine bakıldığında, Türkiye’de gerçekleştirilen Güvenli Hizmet Programı’nın uluslararası alanda ilk örneklerden biri olduğu görülmektedir. Türkiye’de bu sertifikayı almak isteyen işletmelerin uluslararası akreditasyon kurumlarına başvuruda bulunmaları gerekmektedir. Uluslararası akreditasyon firmaları tarafından verilen Güvenli Hizmet Programı, yetkili kişiler tarafından hijyen ve sağlık koşullarına uygunluğun değerlendirilmeleri yapılarak ve bu koşullara yönelik hazırlanan raporlar ile düzenlenmektedir. Güvenli Hizmet Programı’na başvuran işletmelere düzenli olarak ayda bir gün denetçi gönderilerek, kriterlere uygun hizmet verilip verilmediğini denetlenmektedir. Sertifikayı alan işletmelerin görünen alanlarında güvenli turizm logosunu veya QR kod okutma imkânını müşterilere şeffaf bir şekilde sunması zorunludur (TGA, 2021a).

Türkiye’de Güvenli Hizmet Programı’na sertifika vermeye yetkili olan kurumların konaklama ve turizm sektörünün dinamiğini oluşturan Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), konaklama sektöründe büyük bir yapıya sahip olan Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED), yiyecek-işletmelerini bir şemsiye altında toplayan Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TÜRYİD) ve küresel alanda sağlıklı ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlayan Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) olduğu bilinmektedir (TGA, 2021b).

Güvenli turizm adı altında geliştirilen Güvenli Hizmet Programı Türkiye’de konaklama, yiyecek- içecek, tur ve transfer araçları, kültür ve sanat merkezleri, deniz turizmi, temalı park ve kış turizmi mekanik hat hizmetleri adı altında bütün turizm paydaş kollarına yönelik kriterleri barındırmaktadır (TGA, 2021c).

2.3. Sosyal Değişim Teorisi

Turizmde sosyo-kültürel etkilerin ayrılması zor ve ölçülmesi neredeyse imkânsızdır. Nitekim turizmde sosyo-kültürel etkilerin Butler’in ve Doxey’in teorik modelleri ile ölçüleceği savunulsa da bu etkilerin ölçülmesinin yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Sosyal Değişim Teorisi, bireylerin davranışlarını anlamak ve açıklamak için kullanılmaktadır (Cropanzano ve Mitchell, 2005). Bu teorinin temelinde bireyler arasındaki karşılıklı ilişkilerin varlığının olduğu öngörülmektedir. Çünkü Sosyal Değişim Teorisi, karşılıklı ilişkilerin varlığında bir ödül ve değer karşılığında bireyler arasındaki

ilişkinin devamının sağlandığı düşünülmektedir (Searle, 2000: 139). Nitekim bireyler arasındaki ilişkilerin devamlılığı sağlandığında karşılıklı beklenen bir olumlu davranış koşulunun öne çıktığı görülmektedir (Çetin ve Şentürk, 2016).

Turizm alanında bir faaliyete katılan turistlerin davranış ve seçimlerinin incelenmesinde algı, fayda ve zarar kavramları üzerinde durulmaktadır. Çünkü bir turist satın aldığı faaliyetten elde ettiği kazancı, faydadan büyükse bunun sosyal değişim olgusunun varlığıyla olduğu savunulmaktadır (Avcıkurt, 2009:96). Turizm sektöründeki faaliyetlere katılan turistlerin davranışlarının ve seçimlerinin açıklanmasının Sosyal Değişim Teorisi ile mümkün olduğu düşünülmektedir. Turizm literatüründe Sosyal Değişim Teorisi alanında yapılmış çok fazla çalışmanın varlığından söz edilebilmektedir. Ancak Sosyal Değişim Teorisi üzerine turizmde sosyo-kültürel, sosyal ve ekonomik ilişkiler alanında yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya rastlanılmıştır (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001; Altunel, 2009; Al-Badarneh ve Al-Makhadmeh, 2015). Bu doğrultuda turizm sektöründe olası bir salgın döneminde turistlerin gelecekteki seçim davranışlarının incelenmesinde Sosyal Değişim Teorisi temel alınarak çalışmalar yapılmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

3. Covid-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Programı'nda Turistlerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi: Bursa İli Örneği

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, Covid-19 salgını döneminde Türkiye'de uygulanmaya başlayan Güvenli Hizmet Programı'nda turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarında hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yapılan araştırmanın Türkiye'de yaşanan sağlık krizinde turistler ve konaklama hizmetleri üzerinde yapılan/yapılacak olan çalışmalara farklı bir boyut sunması açısından özgün bir değere sahip olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Güvenli Hizmet Programı'nda turistler açısından eksikliği gidereceği ve turizm sektörüne fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri oluşturulmadan önce ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda olası bir kriz döneminde turist davranışlarının incelenmesinde risk-fayda değerlendirmesinin bir sonucu olduğu düşünüldüğü için Sosyal Değişim Teorisi dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda Covid-19 salgın döneminde hijyen kontrolü faktöründe sağlık kuralları, temizlik, koruyucu ekipmanlar, mesafe gibi unsurlar dikkate alınmıştır. Self servis teknolojisi unsurunda temassız kullanım araçları, kiosklar ve robot kullanım teknolojisi, temassız alınan yiyecek otomat makinelerinin kullanılması dikkate alınmıştır. Tıbbi hazırlık boyutunda ise sağlık kurumlarının nöbetçi eczane, hastane, sağlık ekipmanlarının veya sağlık malzemelerinin bulundurulması önemli bulunmuştur. Sağlık tedbirleri faktöründe de bulaşıcı bir hastalık döneminde konaklama hizmetlerinde bulundurulan koruyucu ekipmanların ve kuralların kişi başına uygulanabilecek kurallarına dikkat edilme unsuru göz önünde bulundurulmuştur. Stres faktöründe turistlerin birbirleriyle aynı ortamda bulunmaları, davranışları ve yabancı turistlerle olan temasları önemli bulunmuştur. Aşı faktöründe ise turistlerin aşı olmaya veya aşı olarak turizm faaliyetlerine katılmasının nasıl olacağı düşünülmüştür.

Nitekim turizm literatüründe yapılan çalışmalarda konaklama hizmetlerinde hijyen unsurunun (Jiang ve Wen, 2020; Karamustafa ve Öz, 2010; Aydın ve Doğan,

2020; Çetin ve Göktepe, 2020; Demir ve Türkmen, 2020; Çetinkaya ve diğ., 2020, Nazneen ve diğ., 2020, Atadil ve Lu, 2021), self servis teknolojisinin (Demir ve Türkmen., 2020; Çetin ve Göktepe, 2020; Çetinkaya ve diğ., 2020; Khubchandani ve diğ., 2021, Atadil ve Lu, 2021), tıbbi hazırlığın (Ghazi, 2016; Hoefler ve diğ., 2020; Komenda 2020; Plumf, 2020; Atadil ve Lu, 2021), sağlık tedbirleri veya hazırlıklarının (Hoefler ve diğ., 2020; Kiper ve diğ., 2020; Karakan ve Çolak, 2021) konaklama hizmetleri üzerinde önemli ölçüde etkili oldukları ve turistler açısından bir güvenlik unsuru olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Aynı zamanda araştırmada stres algısına yönelik incelenen çalışmalarda (Taylor ve diğ., 2021; Marafa ve Tung, 2004; Kiper ve diğ., 2020) stres faktörünün turistler için turizme katılım sebebi olarak görülmekte olduğu belirlenmiştir. Aşı üzerinde incelenen çalışmalarda ise (Erkekoğlu ve diğ., 2020; Mutlu, 2021; Aydın ve Doğan, 2020) aşının salgın döneminde turistlerin seçimleri üzerinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda araştırma değişkenleri üzerine belirlenen hipotezler aşağıda yer almaktadır.

H₁: Hijyen kontrolü, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₂: Self servis teknolojisi, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₃: Tıbbi hazırlık, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: Sağlık tedbirleri, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Stres, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

H₆: Aşı, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir.

Araştırma kapsamında turistlerin demografik özelliklerini incelemek ve Covid-19 salgını döneminde görüşlerinin belirlenmesi için tanımlayıcı frekans analizi yapılması, belirlenen hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı bağımsız değişkenleri üzerine otel seçim davranışları bağımlı değişkeni üzerinde en başta birbirleri arasındaki ilişki düzeyini ölçmek için korelasyon analizi yapılması amaçlanmıştır. Son olarak bağımsız hipotezler üzerinde (hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı) ve bağımlı olan hipotez (otel seçim davranışları) üzerinde çoklu regresyon analizi gerçekleştirilerek aralarındaki ilişkinin varlığının tespit edilmesi uygun bulunmuştur.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni Türkiye'nin dördüncü büyük ili olan Bursa'dır. Araştırma evreninin Bursa ili olarak seçilmesinde tarihi, kültürel, sosyolojik yapısı göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca ilin kendine özgü tekstil ürünlerinin, hamamlarının, çarşılarının, gastronomik özelliklerinin, kış ve termal turizm potansiyelinin yüksel olması Bursa ilinin seçilmesinin sebepleri arasındadır. Bursa'nın kültür başkenti olan İstanbul iline olan yakınlığı da gününbirlik geziler ile gelen ziyaretçileri ağırlaması açısından önemli bir çekim merkezi konumunda olduğunun bir göstergesidir. Covid-19 salgın dönemi baz alındığında örneklem büyüklüğünün geçerliğinin sağlanması için Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden 2019-2020 yıllarına ait yerli ve yabancı turist verileri 2 Nisan 2021 tarihinde alınan izin ile elde edilmiştir. Bursa iline 2019-2020 yıllarında gelen toplam turist sayısı 2.509.950'dir. Bu rakam Bursa ilinin, seyahat kısıtlamalarının ve evde kalma kuralının uygulandığı dönemde dahi oldukça önemli bir turistik hareketliliğe ev sahipliği yapmakta olduğunu kanıtlar niteliktedir. Ayrıca bu

bilimsel çalışmanın gerçekleştirilmesi Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Etik Kurulu'nun 05.07.2021 tarihinde 109/7 sayılı kararı ile uygun bulunmuştur.

Araştırma evreninin tamamına ulaşılmamasının mümkün olmaması sebebiyle araştırmanın örnekleme; tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yönteminden yararlanılarak belirlenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi örnekleme büyüklüğüne hızlı bir şekilde, ekonomik ve etkin ulaşılmasını sağlamaktadır (Aaker ve diğ., 2007). Araştırmada örnekleme sayısının belirlenmesi için Yamane'nin (2001:166) geliştirdiği hesaplama formülü baz alınmıştır. Bu doğrultuda örnekleme formülü sonrasında Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004:50) belirlediği örnekleme hata payı (0,05) tablosu da göz önünde bulundurulmuştur. Araştırma da örnekleme büyüklüğünün 384 ve üzeri olarak alınması yeterli bulunmuştur (Yamane, 2001:166).

3.4. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada verilerin toplanması için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu oluşturulmadan önce gerekli literatür taraması yapılmıştır. Turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını ölçmek amacıyla Atadil ve Lu'nun (2021) güvenli otel özellikleri değişkenini ölçmek için otel güvenliği ölçeğinden, stres değişkenini ölçmek için Taylor ve diğ., (2020) stres ölçeğinden ve aşı değişkenini ölçmek için Erkekoğlu ve diğ., (2020) aşı üzerine yaptıkları çalışmadan faydalanılmıştır. Anket formunun güvenilirliği test etmek amacıyla ilk olarak pilot çalışma gerçekleştirilmiş olup, güvenilirlik geçerliliği test edilmiştir.

Anket formunun ilk bölümü 11 adet demografik soru, ikinci bölümü ise turistlerin Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine yönelik 5 adet çoktan seçmeli soruya yer verilmiştir. Son olarak üçüncü bölümde ise turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını incelenmek üzere belirlenen 5'li Likert ifadelerden (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum) oluşmaktadır.

Araştırmada verilerin test edilmesi amacıyla SPSS 26.0 programından yararlanılmıştır. Verilerin analizinde katılımcıların demografik özellikleri ve Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine yönelik frekans analizi, 5'li Likert tipi ölçekte yer alan ifadeler için açımlayıcı faktör analizi ve açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlar arasındaki ilişkiyi ölçmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Hipotezlerin test edilmesi için ise çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

4. Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin tanımlayıcı istatistiklerine ilişkin gerçekleştirilen frekans analizi bulgularına Tablo 2'de yer verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %53'ünün erkeklerden ve %47'sini kadınlardan oluşmakta olduğu görülmektedir. Katılımcıların %55,8'i evli ve %44,2'si bekarıdır. Katılımcıların yaş gruplarına göre yüzdelik dağılımlarının toplamı değerlendirildiğinde, çoğunlukla (%80,1'inin 18-44 yaş aralığı) genç ve orta yaş gruplarının pandemi döneminde turizm faaliyetlerine katılım gösterdikleri belirlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	202	47,0	Evli	240	55,8
Erkek	228	53,0	Bekar	190	44,2
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Yaş	n	%	Eğitim Durumu	n	%
18-24 yaş	97	22,6	İlköğretim	58	13,5
25-34 yaş	128	29,8	Lise	124	28,8
35-44 yaş	119	27,7	Ön Lisans	93	21,6
45-54 yaş	70	16,2	Lisans	125	29,1
55 yaş ve üzeri	16	3,7	Y. Lisans/Doktora	30	7,0
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Mesleğiniz	n	%	Milliyet	n	%
İşveren	21	4,9	Türk	271	63,0
Memur	45	10,5	Bulgar	27	6,3
İşçi	158	36,7	Rus	24	5,6
Emekli	30	7,0	Arap	22	5,1
Yönetici	46	10,7	İngiliz	20	4,7
Ev Hanımı	32	7,4	Alman	17	4,0
Diğer	98	22,8	Diğer	49	11,4
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Yıllık Geliriniz	n	%			
24.999 \$ ve altı	161	37,4			
25.000-44.999 \$	77	17,9			
45.000 \$ ve üzeri	55	12,8			
Cevap vermek istemiyorum.	137	31,9			
Toplam	430	100			

Katılımcıların milliyetleri incelendiğinde %63'ü Türk, %6,3'ü Bulgar, %5,6'sı Rus, %5,1 Arap, %4,7'si İngiliz ve %4'ünün Alman olduğu görülmektedir. Ayrıca %11,4 ile diğer seçenek grubunda yer alan katılımcıların Hollandalı, İranlı ve İsveçli olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Otel İşletmelerinde Konaklamalarına İlişkin Bulgular

Otelde konaklayan sayısı	N	%	Konaklama Türü	N	%
Evet	185	43	3 yıldız	30	16,1
Hayır	245	57	4 yıldız	80	43,0
			5 yıldız	76	40,9
Toplam	430	100	Toplam	186	100,0

Covid-19 salgını döneminde Bursa İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün verileri göz önünde bulundurularak ilde turist sayısında ve otellerde konaklama oranlarında azalma olduğu söylenebilir. Tablo 3'e bakıldığında Bursa ilinde en çok tercih edilen konaklama türlerinin 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller olduğu görülmektedir. Salgın döneminde zincir otellerin tercih edilmesindeki nedenin tedbirlerin ve önlemlerin uygulanmasına dikkat edecek olmalarından kaynaklanmakta olduğu bilinmektedir (Kılıç vd., 2020).

Katılımcıların Covid-19 salgını hakkındaki görüşlerine ait gerçekleştirilen tanımlayıcı frekans analizi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Covid-19 Salgını Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Bulgular

Yasaklara denk gelen kişilerin sayısı	n	%	Seyahat hareketliliğine bakış açısı	n	%
Evet	251	58,4	Evet	344	80,0
Hayır	179	41,6	Hayır	86	20,0
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Koruyucu ekipman kullanan kişilerin sayısı	n	%	Turistlere uygulanan ayrıcalıkları uygun bulma/bulmama durumu	n	%
Evet	382	88,8	Evet	112	26,1
Hayır	48	11,2	Hayır	318	73,9
Toplam	430	100	Toplam	430	100
Uygulanan yasakların virüsün yayılmasını engelleme etkisi	n	%			
Evet	337	78,4			
Hayır	93	21,6			
Toplam	430	100			

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların %58,4'ünün sokağa çıkma yasağına ve karantinaya denk geldiği ve Covid-19 virüsünün dünya üzerine seyahat hareketliliği ile yayılmasına ilişkin görüşlerine bakıldığında %80'inin bu görüşü savunduğu görülmektedir. Katılımcıların Covid-19 salgını döneminde %88,8'inin koruyucu ekipman kullanmaya dikkat ederek, uygulanan yasakların %78,4'ünün virüsün yayılmasını engellediğini düşünmektedir.

Turistlerin Covid-19 salgını döneminde Güvenli Hizmet Programı'nda gelecekteki otel seçim davranışlarını incelemek amacıyla otel güvenliği özelliği ölçeğine ait ifadelerin boyutlu yapısını test etmek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi birden fazla ifadenin birbirleriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek, daha az sayıda anlamlı faktörler oluşturmayı amaçlayan bir istatistik analizdir (Büyüköztürk, 2002:492). Tablo 4'te ise otel güvenliği ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi verilmiştir.

Tablo 5: Otel Güvenliği Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenirlilik
Faktör 1: Hijyen Kontrolü		4,28	17,30	4,15	,900
Hijyen kurallarına uyulmalı	,784				
Boşalan odalarda temizlik için hijyen kurallarına uyulmalı	,766				
Otelde koruyucu ekipmanlar bulunmalı	,764				
Personeller hijyen ve teknik malzeme kullanım eğitimi almalı	,699				
Sağlık malzemelerinin kontrolü sağlanmalı	,691				
Koruyucu ekipmanların kontrolü sağlanmalı	,663				

Tablo 5'in devamı

Faktör 2: Self Servis Teknolojisi		3,57	13,99	3,35	,855
Hizmet veren robot cihazları kullanılmalı	,836				
Giriş ve çıkış işlemleri için kiosk ve akıllı TV ekranları kullanılmalı	,802				
Hazır paketlenmiş yiyecek- içecek içeren otomat makineleri kullanılmalı	,712				
Her kata ayrı spor ve sağlık ünite cihazları kullanılmalı	,708				
Ekipmanlarda ve asansörlerde sesli komut sistemi kullanılmalı	,680				
Faktör 3: Tıbbi Hazırlık		4,19	13,18	3,16	,850
24 saat nöbetçi sağlık görevlisi bulunmalı	,802				
Yakın konumda sağlık kurumları bulunmalı	,740				
Sağlıklı yaşam malzemesi olan bir otomat bulunmalı	,717				
Misafir sayısı sınırlandırılmalı	,666				
Personel sağlık ve hijyen eğitimi almalı	,631				
Faktör 4: Otel Seçim Davranışı		4,07	13,38	3,21	,856
GHS'nın internet sitesinde bulunması	,805				
GHS'nı misafirlerin göreceği bir şekilde otel içinde asılı olması	,760				
GHS'nın kurallarına uyulması ve koruyucu ekipmanların olması	,732				
GHS'ındaki kriterler dahilinde çalışanların sağlık ve hijyen eğitimi alınması	,614				
GHS'nın kurallarının teknolojik ekranlara paylaşılması veya sesli sistemle duyurulması	,507				
Faktör 5: Sağlık Tedbirleri		4,27	9,078	2,17	,790
Odalarda koruyucu ekipmanlar kişi başına yetecek şekilde bulunmalı	,770				
Resepsiyon ve lobide koruyucu ekipmanlar ve paneller bulunmalı	,671				
Misafir odalarında koruyucu ekipmanlar bulunmalı	,563				
KMO = ,921, Barlett Küresellik Testi = 6050,843 (p=,000), Toplam Açıklanan Varyans: %66,92					

Tablo 5 incelendiğinde otel güvenliği ölçeği KMO (Kaiser Meyer Olkin) analizi ,921 ve Barlett Küresellik Testi analizi ise 6050,843 (p=,000) sonuçlarına göre örneklem sayısının yeterli olduğu ve değişkenler arasında anlamlı düzeyde ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizinde öz değerleri 1'in üzerinde bulunan 5 boyut elde edilmiş olup, toplam varyans açıklama oranı %66'nın üzerindedir. Bu boyutlar hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, otel seçim davranışı ve sağlık tedbirleri olarak isimlendirilmiştir. Analiz sonucunda güvenilirlik yüksek düzeyde bulunmuştur. Tablo 6'da ise stres ölçeği analizine ait açıklayıcı faktör analizine yer verilmiştir

Tablo 6: Stres Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenirlilik
Faktör 5: Stres		3,86	66,53	2,66	,829
Yabancılarla temas ederken koruyucu ekipmanlara önem veririm.	,856				
Yabancı misafirler virüsü bulaştırabilir	,817				
Yabancı misafirden virüs kapmış olabilirim	,812				
Konakladığım otelde virüs kapmaktan endişelenirim	,776				
KMO = ,807, Barlett Küresellik Testi = 631,399 (p=,000), Toplam Açıklanan Varyans: %66,53					

Tablo 6'ya bakıldığında KMO (Kaiser Meyer Olkin) değeri ,807 ve Barlett Küresellik Testi 631,399 (p=,000) değeri sonucunda örneklem sayısının yeterli olduğu ve ifadeler arasında anlamlı düzeyde ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 1'in üstünde tek boyut elde edilmiş olup, toplam varyans açıklama oranı %66'nın üzerindedir. Analiz sonucunda güvenirlilik yüksek düzeyde bulunmuştur. Tablo 7'de ise aşı ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizine yer verilmiştir.

Tablo 7: Aşı Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Boyutlar	Faktör Yüğü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Öz Değer	Güvenirlilik
Faktör 7: Aşı		3,72	68,19	2,72	,841
Aşılama ile seyahat edilebilir	,879				
Otelde aşılama misafirlerin olması güven duymama sağlar	,825				
Bulaşıcı hastalıkların oldukları bölgelere aşılama giderim	,811				
Aşı olunca otele gönül rahatlığıyla giderim	,786				
KMO = ,746, Barlett Küresellik Testi = 772,441 (p=,000), Toplam Açıklanan Varyans: %68,19					

Tablo 7'de KMO (Kaiser Meyer Olkin) değeri ,746 ve Barlett Küresellik Testi 772,441 (p=,000) değeri sonucuna örneklem sayısının yeterli olduğu ve ifadeler arasında anlamlı düzeyde ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 1'in üstünde tek boyut elde edilmiş olup, toplam varyans açıklama oranı %68'in üzerinde bulunmuştur. Analiz sonucunda güvenirlilik yüksek düzeyde bulunmuştur.

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen 6 boyut arasındaki ilişkilerin yönünü tespit etmek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi birden fazla boyutlar arasındaki pozitif veya negatif yönlü bir ilişkinin varlığını ölçmek

gerçekleştirilen bir analiz yöntemidir. Çokluk ve arkadaşları (2012), korelasyon katsayısı ilişkisi düzeyini maddelerle açıklamıştır. Bunlar;

- $r < 0.2$ ise çok zayıf ilişki düzeyinde bir ilişki,
- $0.2-0.4$ arasında ise zayıf düzeyde bir ilişki,
- $0.4-0.6$ arasında ise orta düzeyde bir ilişki,
- $0.6-0.8$ arasında ise yüksek düzeyde bir ilişki,
- $0.8 >$ ise çok yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu belirtmiştir.

Tablo 8'de ise hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, otel seçim davranışları, sağlık tedbirleri ile stres ve aşı boyutları arasında yapılan korelasyon analizine yer verilmiştir.

Tablo 8: Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

Boyutlar		Hijyen Kontrolü	Self Servis Teknolojisi	Tıbbi Hazırlık	Otel Seçim Davranışı	Sağlık Tedbirleri	Stres	Aşı
Hijyen Kontrolü	Pearson Cor.	1						
Self Servis Teknolojisi	Pearson Cor.	,414**	1					
Tıbbi Hazırlık	Pearson Cor.	,634**	,519**	1				
Otel Seçim Davranışı	Pearson Cor.	,582**	,405**	,502**	1			
Sağlık Tedbirleri	Pearson Cor.	,627**	,448**	,607**	,602**	1		
Stres	Pearson Cor.	,433**	,432**	,505**	,420**	,362**	1	
Aşı	Pearson Cor.	,389**	,463**	,486**	,321**	,387**	,440**	1

* $p < 0,05$; r= korelasyon kat sayısı

Tablo 8'de açımlayıcı faktör analizinin sonucunda elde edilen tüm boyutların arasındaki ilişki pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde olduğu görülmektedir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla son olarak çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi bir araştırmada kullanılan verilerde yordanan değişken ile bir ya da birden fazla yordayıcı değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek için uygulanmaktadır (Kalaycı, 2010:321). Hipotezleri test etmek amacıyla uygulanan çoklu regresyon analizine Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo 9: Hipotezlere İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Boyutlar	Tolerans	VIF	B	t	p	R ²	Adj. R
Hijyen Kontrolü	,508	2,028	,290	6,435	,000**	,563	,556
Self Servis Teknolojisi	,654	1,572	,154	3,886	,000**		
Tıbbi Hazırlık	,542	2,285	,019	,428	,669		
Sağlık Tedbirleri	,495	1,930	,235	5,145	,000**		
Stres	,672	1,508	,160	4,076	,000**		
Aşı	,687	1,496	,135	3,472	,001*		

** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; $R = 0,750$, $F = 90,692$ $p = 0,000$ Bağımlı değişken: **Otel Seçim Davranışı**

Tablo 9'a bakıldığında modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu ($F=90,692$; $p=000$) ve bağımsız değişkenlerin tümü, bağımlı değişken olan otel seçim davranışlarını %55 oranında açıkladığı tespit edilmiştir ($R^2=,563$; Düzeltilmiş R^2 değeri= $,556$). Ayrıca VIF ve tolerans değerlerine göre değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının olmadığı da anlaşılmaktadır. Analiz sonucuna göre hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutları turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Beta katsayılarına göre en fazla olumlu etkiyi hijyen kontrolü boyutu ($\beta=,290$; $t=6,435$) ve sağlık tedbirleri boyutu ($\beta=,235$; $t=5,145$) göstermektedir. Modele göre hijyen kontrolü boyutunun bir birim arttığında, turistlerin otel seçim davranışlarını %29 etkilediği ve sağlık tedbirleri boyutunun da bir birim arttığında, turistlerin otel seçim davranışlarını %23 oranında olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Tıbbi hazırlık boyutunun beta katsayısı ($\beta=,019$; $t=0,428$) anlamsız bulunmuştur. Bu doğrultuda aşı boyutunun kat sayısı bir birim arttığında, turistlerin otel seçim davranışları ,019 oranında azaldığı söylenebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Geçmişten günümüze kadar yaşanan sağlık, siyasi, terör, savaş ve sosyo-kültürel olaylar küresel alanda krizlerin görülmesine neden olmuştur. Küresel alanda yaşanan bu krizler bütün sektörler üzerinde yıkıcı etkilerin yaşanmasına yol açmıştır. Nitekim 2019 yılında ortaya Covid-19 salgını buna örnek gösterilebilmektedir. Covid-19 salgını kısa sürede bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Covid-19 salgını turizm sektöründe ekonomik kayıplar, turist sayılarında azalma, ülkeler arası giriş-çıkış yasakları, seyahat kısıtlamaları, konaklama, eğlence ve yeme-içme hizmetleri alanında faaliyet gösteren işletmelerin üretimlerine ara verilmesine sebep olmuştur. Covid-19 salgını ile yaşanan bu kısıtlamalar turizm sektörünü oldukça olumsuz etkilemiştir (United Nations, 2020; Uğur ve Akbıyık, 2020). Turizm sektörü bu salgından olumsuz etkilense bile salgın dönemi sonrasında yeni fırsatların yaratılmasında fark yaratacağı düşünülmektedir (Sorokowski ve diğ., 2020). Bu doğrultuda Türkiye'de Covid-19 virüsü bir fırsat olarak değerlendirilip, dünya turizminde örnek gösterilecek Güvenli Hizmet Programı geliştirilmiştir. Güvenli Hizmet Programı, Türkiye'de 2021 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Güvenli Hizmet Programı adı altında verilen sertifika turizm sektöründe faaliyet (konaklama, ulaştırma, yiyecek- içecek, temalı parklar, kış ve deniz turizmi, sanat/kongre merkezleri) gösteren bütün işletmelerde belirli kriterlere yönelik hazırlanan hijyen, sağlık ve güvenlik unsurlarını temel almaktadır (TGA, 2021a).

Küresel alanda etkilerini gösteren Covid-19 salgını bireylerin davranışlarında ve yaşam biçimlerinde de değişimlere yol açmıştır (Hacıoğlu ve Sağlam, 2021:19). Bu sebeple bireylerin davranışlarını ve seçimlerini ekonomik, psikolojik, sağlık gibi belli başlı faktörlerin etkilediği bilinmektedir (Lee ve Chen, 2011: 1421-1422). Küresel alanda yaşanan bir krizde bireylerin yaşadıkları bölgelere ve kültürlere göre davranışlarının farklılık gösterdiği düşünülmektedir (Hacıoğlu ve Sağlam, 2021:20). Turizm sektöründe bireylerin davranış ve seçimlerinin incelenmesi tüketici davranışları ile ilgilidir. Çünkü bireylerin sosyo-kültürel, sağlık, psikolojik, politik, davranış, algı gibi birçok faktör tüketici tercihlerini içinde barındırmaktadır (Kotler ve Keller, 2012:481). Tüketicilerin tercihlerini etkileyen bu faktörler ise memnuniyet, kalite, tekrar satın alma, tavsiye etme gibi hizmetten algılanan değer ile ilgilidir (Bojanic,1996; Kwun ve Oh, 2004; Kashyap ve Bojanic, 2000; Petrick, 2004). Bu çalışma kapsamında turistlerin konaklama hizmetleri üzerindeki davranış ve seçimlerinin incelemesinde Sosyal Değişim Teorisi temel alınmıştır. Çünkü Sosyal Değişim Teorisi, insan ilişkilerinde algı, fayda ve zarar kavramlarında algılanan değere bağlıdır. İnsan ilişkilerindeki bu değerler

rol, statü, para, eşya ve bilgi olarak sayılabilmektedir. Nitekim turizm sektöründeki faaliyetlere katılan bireylerin algıladıkları hizmet kazançlarından yüksek oranda ise bu olayın bir sosyal değişimden meydana geldiği düşünülmektedir (Avcıkurt, 2009:96). Bu doğrultuda turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarının ve seçimlerinin incelenmesinde algılanan değerlerin ortaya çıkarılması amacıyla zarar ve fayda ilişkisi göz önünde bulundurularak Sosyal Değişim Teorisi dikkate alınmıştır.

Türkiye’de Güvenli Turizm adı altında geliştirilen Güvenli Hizmet Programı kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda turizm sektöründe emniyet ve güvenlik kavramlarının birlikte aynı anlamda kullanıldığı tespit edilmiştir (Alp ve Ünlü, 2019; Payam, 2018; Karaman ve Polat, 2020; Polat, 2019; Kaçar, 2022; Ergüven, 2016). Ancak emniyet ve güvenlik sözcüklerinin yapısal uygunluğunun turizm literatüründe kullanılmasının uygun olmadığı düşünülmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda güvenlik kavramı göz önünde bulundurularak güvenli turizmin; turistlerin veya ziyaretçilerin bir ülkeye gelişi ile başlayan sağlık ve can güvenliği, konaklama, ulaşım, yeme-içme, gezme gibi bütün turistik faaliyetleri de içerisinde barındıran hem ziyaretçiye hem de turizm sektör çalışanlarına yönelik sağlık güvenliklerini kapsayan bir turizm türü olarak tanımlanabilir (TGA, 2021a).

Araştırma Covid-19 salgın döneminde Türkiye’nin dördüncü büyük ili olan ve önemli bir turizm potansiyeline sahip Bursa’da gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında Bursa ilinde bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otellerde konaklayan turistlerden yapılan anketler aracılığı ile veriler toplanmıştır. Covid-19 salgını nedeniyle tüm dünya kapılarını kapatmış, tüm ulaşım firmalarının seferleri iptal olmuştur. Bu süreçte uygulanan evde kalma dönemi nedeniyle araştırmada yeterli sayıda yabancı turiste ulaşılamamıştır. Ayrıca Güvenli Hizmet Sertifikasını 2021 yılı Haziran ve Eylül aylarında elde eden oteller araştırmaya dahil edilmemiştir.

Araştırmada açıcı faktör analizi ile hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, tıbbi hazırlık, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutları arasında korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda ölçekte yer alan boyutlar arasında düşük ve yüksek düzeyde pozitif yönlü ilişkilerin varlığı tespit edilmiştir. Son aşamada araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda Güvenli Hizmet Programı adı altında hijyen kontrolü, self servis teknolojisi, sağlık tedbirleri, stres ve aşı boyutlarının turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında desteklenen bu boyutlar Atadil ve Lu’nun 2021 yılında yaptıkları çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Güvenli Hizmet Programı’nda hijyen kontrolünün, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuç Atadil ve Lu’nun (2021), araştırmaları sonucunda belirttikleri gibi turistlerin otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemesiyle desteklenmektedir. Nitekim turizm literatüründe hijyen faktörünün incelendiği çalışmalara bakıldığında Çetinkaya vd., (2020) yaptıkları bir çalışmada hijyenin güvenlik algısını etkilediğini, Doğançılı’nın (2020) güvenli bir otelde hijyen temasının öne çıkması gerektiğini, Gül vd., (2018) hijyen faktörünün turizm faaliyetlerine katılımında güvenlik algısını temsil ettiğini, Aydın ve Doğan (2021) hijyen faktörünün turizme atılımda önemli olduğunu, Çetin ve Göktepe (2020) Covid-19 döneminde bireyler tarafından hijyen koşullarının uygulanması gerektiğini ve bu doğrultuda seçim tercihlerinin değişeceklerini vurgulamışlardır.

Güvenli Hizmet Programı'nda self servis teknolojisi turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuç Atadil ve Lu'nun (2021) self servis teknolojilerinin otelde kullanımlarında müşteriler tarafından pozitif algı sağladığı ve tercihlerini etkilediği sonucu ile benzerlik göstermektedir. Nitekim Çetin ve Göktepe (2020) bilgi iletişim teknolojisinin varlığının Covid-19 salgını döneminde bireyler açısından önemli olduğunu Yanık (2014) bireylerin turizmde satın alma sürecini etkilediğini, Sung ve Jeon (2020) self servisin tüketicilerin algılarını etkileyerek kolaylık sağladığını ve Yazıcı (2020) salgın döneminde otelde kullanılan robot ve temassız sistemlerin kullanımlarının öne çıktığını belirtmiştir. Aynı zamanda self servis teknolojisi Kaygısız (2021), Alaeddinoğlu ve Rol (2020), Atadil ve Lu (2021), Rahimzhan ve Irani (2020) ve Sürme (2020) çalışmalarında teknolojik robotik ve ulaşılabilir sistemlerin salgın döneminde kullanımının turizmde etkin bir rol teşkil ettiğini açıklamış oldukları yapılan literatür taramasında tespit edilmiştir.

Güvenli Hizmet Programı'nda tıbbi hazırlık faktörünün, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarında olumlu etkisi bulunmamaktadır. Covid-19 salgını döneminde virüsün bulaşıcılığının engellenmesi için uygulanan tedbirlerin ve kuralların bireylerin hayatlarında kısıtlamalara sebep olduğu bilinmektedir. Nitekim yaklaşık olarak iki yıl salgının etkileri sürmüştür. İnsanlar yeni normalleşme dönemi başladığında bir an önce normal yaşantılarına dönmek istemiştir. Covid-19 salgını döneminde yaşanan olumsuzluklar, turistlerin konaklama işletmelerine gittiklerinde kurallara uymak istemedikleri, getirilen kurallar nedeniyle kendilerini rahat hissetmeyerek otelde değil adeta bir hastanede gibi hissetmelerine yol açmış ve sonuçta turistlerin tatil motivasyonundan uzaklaştıkları görülmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bu sonucun aksine turizm literatüründe Ghazi (2016) otel emniyet ve güvenlik önlemlerinin algılanan önemini araştırdığında, tıbbi hazırlık boyutu altındaki özelliklerin (örneğin, otelde bir sağlık kliniği, otele yakın bir eczane bulunmasının) otel misafirleri için oldukça önemli olduğunu, Hoefler vd., (2020) bireylerin sağlık geçişlerinin incelenmesinin acil durum planları için gerektiğini, Komenda ve Pflum (2020) otel işletmelerine giriş sürecinin bir parçası olarak ateş kontrolü, asansör yolculuğunun araç başına bir misafirle sınırlandırılması ve termal kameraların misafirleri taraması, otel işletmecileri tarafından hali hazırda alınmış veya alınması düşünülen bu önlemlerden ve Jiang ve Wen (2020) bir tıbbi hazırlığın otelde zorunlu olması gerektiğini, Wen vd., (2020) Covid-19 salgını döneminde otelde tıbbi hazırlığın tüketiciler üzerinde seçim tercihlerini etkilediği sonucuna varmışlardır. Ancak bu hipotezle ilgili yapılan çalışmalarda yer alan tıbbi hazırlık faktörü ile ilgili araştırma sonuçları örtüşük bulunamamıştır.

Yapılan bu araştırma ile Güvenli Hizmet Programı'nda sağlık tedbirleri, turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Atadil ve Lu (2021) otellerde yeterli sayıda ekipman ve donanımların bulunmasının müşteriler tarafından ayrıcalık ve üstünlük taşıyarak konaklayacakları otelleri seçmelerinde önemli olduğunu, Albattat ve Mat Som (2013) turizm sektöründe etkisini gösteren sağlık krizlerinde otellerde kullanılan ekipmanların krizle başa çıkabileceğini kolaylaştırarak müşterilere kolaylık sağlayacağını, Hoefler vd., (2020), Kiper vd., (2020), Grand (2016), Henderson ve Ng (2004) çalışmaları ile sağlık/acil durum hazırlıklarının planlarının bulundurulması gerektiğinin önemli olduğuna dikkat çeken çalışmalar yapmıştır. Bu sonuç Atadil ve Lu'nun (2021) müşterilerin gelecekteki otel seçim davranışlarının incelenmesi üzerine yaptıkları çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir. Nitekim Akyol (2020), Aydın ve Doğan (2020) çalışmalarında da Covid-19 salgını döneminde sağlık tedbirleri üzerine konaklama hizmetlerinde alınması gereken sağlık önlemlerinin sadece turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını değil aynı zamanda otellerin imajını da etkilediklerini açıklamaktadırlar.

Araştırma sonuçları incelendiğinde Güvenli Hizmet Programı'nda turistlerin salgın sürecinde yaşadıkları stresin, gelecekteki otel seçim davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilemekte oldukları görülmektedir. Turizm literatüründe salgın döneminde turistler üzerinde stres unsuruna yönelik yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle gelecekte yapılacak olan çalışmalarda salgın döneminde otel işletmesinde konaklayacak olan turistler açısından stres kavramının araştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Yapılan bu araştırma ile Güvenli Hizmet Programı'nda tüketicilerin aşı algısının turistlerin gelecekteki otel seçim davranışlarını olumlu yönde etkilemekte olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç G. Mutlu (2021), Aydın ve Doğan'ın (2020) çalışmaları sonucuna göre aşının turistlerin tercihlerinde değişikliklere neden olacağı görüşüyle desteklenmektedir. Turistlerin seyahatlere ya da tatile çıkacakları zaman virüsün bulaşmaması için aşı olmayı tercih edebilecekleri düşünülmektedir. Covid-19 salgın döneminde aşının bulunmasıyla turizm literatüründe aşı turizmi kavramı yer almaya başlamıştır (G. Mutlu, 2021). Bu durum Covid-19 salgını nedeniyle turizm literatürüne yeni kazandırılan bir turizm çeşidinin varlığının ortaya çıktığını düşündürmektedir.

Sonuç olarak gerçekleştirilen bu araştırmanın Türkiye'de güvenlik, hijyen ve sağlık koşullarını baz alarak geliştirilen Güvenli Hizmet Programı'nın turizm sektörüne büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda geliştirilen bu program sayesinde dünya turizm pazarında, Türkiye'nin öne çıkacağı öngörülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında geliştirilen öneriler şu şekildedir:

- Dünya üzerinde olası bir sağlık krizi için turizm sektöründe acil durum planlaması ve hazırlığının olması gerekmektedir. Bu acil durum, planlama ve hazırlıkları turizm sektörüne ait bir para politikasının olması, seyahat kısıtlamalarına yönelik seçeneklerin olması, turizme katılımı destekleyecek çalışmaların yapılması, sağlık, güvenlik, hijyen, bulaşıcılık gibi faktörlerin turizm sektöründe kriz yaratmayacak şekilde yansıtılması gerektiği ve işgörenlerden turistlere kadar görülebilecek olan olumsuz etkilerin en aza indirilmesi gibi birçok alanda çalışmaların yapılması gerekmektedir.

- Dünya üzerinde görülen salgın dönemlerinde turistlerin turizme katılımının desteklenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda turistlerin turizme katılımı için endişe ve korku duydukları faktörler giderilmelidir. Ayrıca seyahatten konaklamaya kadar tüm süreçlerin uygulanacağı paket programlar geliştirilerek turistlere uygun fiyattan sunulmalıdır.

- Turizm sektöründeki önlemler hem işgörenler hem de turistler açısından ele alınması gerekmektedir. Bu önlemler hem işgörenler hem de turistlerin açısından seyahatten konaklamaya kadar sağlık, güvenlik, hijyen ve ekonomik alanlarda olmalıdır.

- Konaklama işletmelerinde sağlık, hijyen ve güvenlik unsurlarına daha çok önem verilmesi gerekmektedir. Konaklama işletmelerinde sağlık koşulları daha fazla öne çıkarılabilir. Örneğin otelde bir sağlık kliniği bulundurulmalıdır. Bunun yanı sıra sağlıkla birlikte hijyen koşullarının bir arada yönetilmesi ve denetlenmesi için işgörenlere gerekli eğitimler verilmelidir.

- Turistlerin turizme karşı oluşan güvensizlik duygusu ortadan kaldırılmalıdır. Örneğin bir turistin salgın hastalık döneminde turizm faaliyetlerine

katılımında hastalık bulaşması korkusu giderilebilir. Turistlerin korku ve endişe duyguları katılacakları turizm faaliyetlerine göre hastalık takip formları ile sağlanabilir.

- Konaklama hizmetlerinde turistlere sunulan sağlık eşyaları ve koruyucu ekipmanlar her zaman konaklayan turist sayısına yetecek sayıda bulundurulmalıdır. Örneğin otellerde sunulan kit malzemelerinden, otel odalarında bulunan bardak, çatal gibi her malzemenin yeterli sayıda olması gerekmektedir.

- Turizm sektöründe virüs bulaşıcılığını azaltmak için self servis uygulamasının turizme kazandırılması gerekmektedir. Örneğin konaklama hizmetlerinde giriş ve çıkış işlemleri TV ekranlarından yapılmalı, oda kapıları ve ışıkları gibi birçok elektronik cihazlar sesli komut sistemi ile çalıştırılmalıdır. Ayrıca lobilerde ya da oda hizmetlerinde hastalık döneminde bulaşıcılık kapan turistlere hizmet sunumu yapan robot çalışanlar bulundurulabilir.

- Turistlerin sağlık güvenliği ile ilgili birçok dile çevrilen el kitapçıkları hazırlanabilir. Bu kitapçıklar seyahatten konaklamaya kadar tüm turizm faaliyetlerinde turistlerin kendilerini korumaya yönelik alabilecekleri tedbirleri içerebilir.

Araştırmacılara sunulan öneriler ise şunlardır:

- Yapılan bu araştırma Bursa ilinde gerçekleştirilmiştir. Gelecekte bu araştırmanın Türkiye kapsamında gerçekleştirilmesinin, Türkiye turizm sektörüne farklı bir bakış açısı sağlayacağı düşünülmektedir.

- Bu araştırma konusu gelecekte konaklama işletmelerinin sunmakta oldukları hizmetlerin imajına yönelik olarak da yapılabilir.

- Araştırma temelinde Sosyal Değişim Teorisi'nden yararlanılmıştır. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda Yapısal Eşitlik Modeli'nden de yararlanılarak yeni bir araştırma gerçekleştirilebilir.

6. Kaynakça

- Aaker, D.A., Kumar, V. ve Day, G.S., (2007). *Marketing Research*. 9. Baskı, John Wiley & Sons, Danvers.
- Akduru, H. E. (2020). Covid-19 Pandemisinin konaklama sektörü üzerine etkisi: Bodrum/Türkiye'den bir araştırma. *Electronic Turkish Studies*, 15(8), ss. 3360-3371.
- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), ss. 233-258.
- Al-Badarneh, M. B. H., ve Al-Makhadmeh, A. A. M. (2015). A review of social exchange theory effectiveness in measuring residents' attitudes towards tourism. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 9(2/2), ss. 28-41.
- Alp, G., ve Ünlü, B. Ç. (2019). Turizm ve suç ilişkisinin bibliyometrik haritalama ile incelenmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), ss. 213-228.
- Altunel, M. C. *Yerel halkın turizmin gelişmesine verdiği desteği etkileyen faktörlerin sosyal değişim teorisi açısından incelenmesi: Alaçatı Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.
- Atadil, H. A., ve Lu, Q. (2021). An investigation of underlying dimensions of customers' perceptions of a safe hotel in the Covid-19 era: Effects of those perceptions on

- hotel selection behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(6), ss. 655-672.
- Avcikurt, C. (2009). The mature age market in Europe and its influence on tourism. *Tourism Review*. ss.141-157.
- Aydın, B., ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (Covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), ss.93-115.
- Bojanic, D. C. (1996). Consumer perceptions of price, value and satisfaction in the hotel industry: An exploratory study. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 1(4), ss.5-22.
- Boone, L., Haugh, D., Pain, N., ve Salins, V. (2020). Tackling the fallout from Covid-19. *Economics in the Time of Covid-19*, 37, ss. 44.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi, 32(32), ss. 470-483.
- Chan, E. S., ve Lam, D. (2013). Hotel safety and security systems: Bridging the gap between managers and guests. *International Journal of Hospitality Management*, 32, ss. 202-216.
- Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). Covid-19: Implications for business. *McKinsey & Company*, 8.
- Cropanzano, R., ve Mitchell, M. S. (2005) Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Cucinotta, D., ve Vanelli, M. (2020). WHO declares Covid-19 a pandemic. *Acta bio medica: Atenei parmensis*, 91(1), 157.
- Çalış, Y. E., ve Çıtak, N. (2020). Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerine olan finansal etkileri. *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 3(2), ss.110-132.
- Çetin, G., ve Göktepe, S. (2020). Covid-19 pandemisinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri. *Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri. İstanbul Üniversitesi Yayınları*, ss. 87-97.
- Çetinkaya, Ö., Yağmur, Ö., ve Altunel, G. K. (2020). Covid-19 sürecinde turistik seyahat risk algısı ve hijyen-güvenlik algısının değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), ss. 78-83.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. 2. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, B., ve Türkmen, S. (2020). Covid-19 salgınının oluşturduğu sağlık riski sonrasında türk turistlerin tatil beklentilerinin belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), ss. 2456-2471.
- Doğancılı, O. S. (2020). Covid-19 salgını sonrası turizm destekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2808-2820.
- Doğru, E., ve Koçak, E. (2021). Covid-19 salgınının turistik hizmet sağlayan konaklama işletmelerine etkisi: Fethiye örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), ss. 106-124.
- Dündar, Y., Silik, C. E., ve Ilgaz, B. (2020). Antalya'da yer alan konaklama tesisleri yöneticilerinin Covid-19 kapsamında alınabilecek tedbirler üzerine görüşleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), ss. 3776-3794.
- Ergüven, N. S. (2016). Uluslararası hukuk açısından güvenlik kavramının teorik temelleri. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65(3), ss. 771-836.
- Erkekoğlu, P., Köse, S. B. E., Balcı, A., ve Yürün, A. (2020). Aşı kararsızlığı ve COVID-19'un etkileri. *Literatür Eczacılık Bilimleri Dergisi*, 9(2), ss. 208-220.
- Feickert, J., Verma, R., Plaschka, G., ve Dev, C. S. (2006). Safeguarding your customers: The guest's view of hotel security. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(3), 224-244.
- Gözgeç-Mutlu, H. (2021). Covid-19 salgınının bir sonucu: Aşı turizmi. *Ulusal Küresele Kamusal Mal Olarak Sağlık*, ss. 127.

- Ghazi, K. M. (2016). Safety and security measures in Egyptian hotels. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(1), ss. 165–190. <https://doi.org/10.21608/jaauth.2016.49721>
- Grand, M. (2016). Forecasting the potential impact viral outbreaks will have on the United States tourism industry. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 4(1), ss. 1-13.
- Gül, K., Gül, M., ve Saatçi, G. (2018). Konaklama sektöründe hijyen kaynaklı müşteri sağlık riski algısı: Bursa ve Diyarbakır'daki tesislere yönelik kıyaslama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), ss. 23-37.
- Hacialioğlu, A., ve Sağlam, M. (2021). Covid-19 pandemi sürecinde tüketici davranışları ve e-ticaretteki değişimler. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(1), ss. 16-29.
- Hofer, A., Pampaka, D., Wagner, E. R., Herrera, A. A., Alonso, E. G.-R., López-Perea, N., Portero, R. C., Herrera-León, L., Herrera-León, S., ve Gallo, D. N. (2020). Management of a COVID-19 outbreak in a hotel in Tenerife, Spain. *International Journal of Infectious Diseases*, 96, ss. 384-386.
- Jiang, Y., ve Wen, J. (2020). Effects of Covid-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International journal of contemporary hospitality management*, 32(8), ss. 2563-2573.
- Kaçar, S. *Konaklama işletmelerinde güvenlik iklimi algısı, zorunlu vatandaşlık davranışı ve içsel motivasyon ilişkisi: İstanbul ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. 5. Baskı, Ankara: Asil Yayınları.
- Karakan, H. İ., ve Çolak, O. (2021). Covid-19 pandemisi yeni normal/normalleşme sürecinde şehir otelleri üzerine bir araştırma. *Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm*, ss. 158-173.
- Karaman, S., ve Polat, T. (2020). Turizm ve güvenlik ilişkisi (Doğu ve güneydoğu anadolu bölgelerini ziyaret eden yerli turistlere yönelik araştırma).
- Karamustafa, K., ve Öz, M. (2010). Türkiye'de konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilen faktörlerin başarımları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), ss. 189-218.
- Kashyap, R., ve Bojanic, D. C. (2000). A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers. *Journal of travel research*, 39(1), ss. 45-51.
- Kaygısız, N. Ç., ve Altaş, A. (2021). Selfie turizmi ve turizmde selfie kazaları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), ss. 772-790.
- Khubchandani, J., Sharma, S., Price, J. H., Wiblishauser, M. J., Sharma, M., & Webb, F. J. (2021). Covid-19 vaccination hesitancy in the United States: a rapid national assessment. *Journal of community health*, 46, ss. 270-277.
- Kılıç, B., Aslan, H. ve Gövce, M. (2020 Covid-19 sonrası turistik tüketim tutumu. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), ss. 554-570.
- Kiper, V. O., Saraç, Ö., Çolak, O., ve Batman, O. (2020). Covid -19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), ss.527-551.
- Komenda, E. Wynn Resorts thermal cameras to screen guests, temps 100.4 degrees or higher asked to leave. *Reno Gazette Journal*. Retrieved (2020, Haziran).
- Kotler, P., ve Keller, K. L., (2012). *Marketing Management*, 14th ed., Boston: Pearson-Prentice Hall, s. 481.

- Kwun, J. W., ve Oh, H. (2004). Effects of brand, price, and risk on customers' value perceptions and behavioral intentions in the restaurant industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(1), ss. 31-49.
- Lee, C. C., ve Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), ss. 1421-1422.
- Marafa, L. M., ve Tung, F. (2004). Changes in participation in leisure and outdoor recreation activities among Hong Kong people during the SARS outbreak. *World Leisure Journal*, 46(2), ss. 38-47.
- Nazneen, S., Hong, X., ve Ud Din, N. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions. Available at SSRN 3592321.
- Petrick, J. F. (2004). First timers' and repeaters' perceived value. *Journal of Travel Research*, 43(1), ss. 29-38.
- Pflum, M. (2020). So long, minibar: how the coronavirus will change hotel stays. *NBC News*, 21, ss. 346-366.
- Polat, T. *Turizm ve güvenlik: İstanbul ilinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
- Rahimizhian, S., ve Irani, F. (2020). Contactless hospitality in a post-Covid-19 world. *International Hospitality Review*, 35(2), ss. 293-304.
- Reisinger, Y., ve Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), ss. 13-31.
- Searle, M. S. (2000). Is leisure theory needed for leisure studies. *Journal of leisure research*, 32(1), ss. 138-142.
- Sorokowski, P., Groyecka, A., Kowal, M., Sorokowska, A., Białek, M., Lebuda, I. ve Karwowski, M. (2020). Can information about pandemics increase negative attitudes toward foreign groups? A case of COVID-19 outbreak. *Sustainability*, 12(12), ss. 4912.
- Sung, H. J., ve Jeon, H. M. (2020). Untact: Customer's acceptance intention toward robot barista in coffee shop. *Sustainability*, 12(20), ss. 8598.
- Sürme, M. (2020). Turizm ve Covid-19. *İksad Yayınevi*.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). Covid-19 salgın yönetimi ve çalışma rehberi, bilim kurulu çalışması. <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66393/covid-19-salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi.html> (09.08.2020).
- McKay, D., Yang, H., Elhai, J., ve Asmundson, G. J. (2020). Anxiety regarding contracting Covid-19 related to interoceptive anxiety sensations: The moderating role of disgust propensity and sensitivity. *Journal of Anxiety Disorders*, 73, ss. 102233.
- TGA (2021a). <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/> (09.08.2020).
- TGA (2021b). <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/> (09.08.2020).
- TGA (2021c). <https://tga.gov.tr/guvenli-turizm-programi/> (09.08.2020).
- TÜİK (2022). <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1> (09.03.2023).
- Uğur, G. N. ve Akbiyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism management perspectives*, 36, ss. 100744.
- United Nations, (2020). Covid-19 and tourism assessing the economic consequences. *United Nations Conference on Trade and Development*.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., ve Liu, F. (2021). Covid -19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 76(1), ss. 74-87.
- WHO (2020a). "About pandemic phases" <https://www.euro.who.int/en/health-topics/communicable-diseases/influenza/data-and-statistics/pandemic-influenza/about-pandemic-phases> (08.09.2021).

- WHO (2020b). "Konaklama sektöründe COVID-19 yönetimi için operasyonel hususlar, geçici rehberlik". <https://www.who.int/publications/i/item/operational-considerations-for-covid-19-management-in-the-accommodation-sector-interim-guidance> (08.09.2021).
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (Çev: Alptekin Esin, M. Arif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Yanık, A. *Yeni medya kullanımındaki akış deneyiminin risk algısı ve online turistik satın alma niyetine etkisi*. Doktora Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, 2014.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), ss. 3328-3358.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoon, Y., Gursoy, D., ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), ss. 363-372.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Birinci yazarın (Edanur KILINÇ) araştırmaya sağladığı katkı oranı %70'dir. İkinci yazarın (Doç. Dr. Gülay BULGAN) araştırmaya sağladığı katkı oranı %30'dur.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Yürütücülüğü yaptığımız "Covid-19 Sürecinde Güvenli Hizmet Programı'nda Turistlerin Gelecekteki Otel Seçim Davranışlarının İncelenmesi: Bursa İli Örneği" başlıklı bilimsel çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 05.07.2021 tarihinde 109/7 sayılı karar ile izin alınmıştır.
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	