

Covid-19 pandemi sürecinin seyahat etme niyetine etkisi*

The impact of the COVID-19 pandemic on intention to travel

Gönderim Tarihi / Received: 18.05.2021

Kabul Tarihi / Accepted: 29.09.2021

Doi: <https://doi.org/10.31795/baunsobed.948812>

Nihan GARİPAĞAOĞLU-UĞUR**1

İsmail KIZILIRMAK²

Gizem DERELİ³

ÖZ: Covid-19 pandemisi ile başlayan kısıtlamalar pek çok sektörü etkisi altına alırken, turizm en fazla olumsuz etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisinin tüketicinin seyahat etme isteğine olan etkisini ve seyahat etme niyetinin, hijyen önlemleri için fazladan ödeme yapmaya rıza gösterip göstermeyeceklerini araştırmaktır. Google anketlerde hazırlanan soru formu ile internet üzerinden, çevrimiçi olarak kolayda örnekleme yöntemiyle, Türkiye geneline yaşayan yerli turist potansiyeline sahip olan 207 kişiye uygulanmıştır. Analizler sonucunda, Covid-19 pandemisi insanların algıladığı riskin, seyahat etme niyetine negatif yönlü olarak etki ettiği tespit edilmiştir. Tutumların ve algılanan davranış kontrolünün seyahat etme niyetine pozitif etki ettiği görülmüştür. Seyahat etme niyetinin, ilave ödeme istekliliğine etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Çalışma, tüketicilerin pandemi koşulları altında seyahat etmek için aradıkları şartları gösterebilmek ve konaklama işletmelerinin standartlarını belirlemesi ayrıca seyahat acentalarının tüketicilere tercihleri doğrultusunda seçenek sunması açısından önem taşıması boyutuyla, literatüre katkı sağlayacaktır.

Anahtar kelimeler: Risk algısı, Covid-19, Ödeme istekliliği, Turizm işletmesi, Seyahat etme niyeti

ABSTRACT: The restrictions COVID-19 pandemic has caused restriction among all sectors affected, especially tourism. The purpose of this study is to analyze the impact of perceived risk on intention to travel during COVID-19. Moreover, the study analyzed the willingness to pay extra in order to benefit from hygiene measures. The questionnaire prepared through Google surveys was administered online to 207 people selected by using the easy sampling method. As a result of the analysis, it was determined that the risk perceived by people in the COVID-19 pandemic negatively affects the intention to travel. It was observed that attitudes and perceived behavior controls positively affect the intention to travel. It was determined that the intention to travel has no effect on willingness to pay extra. The research will contribute to the related literature by indicating the safety conditions that customers seek while travelling during the pandemic and the travel agencies offering customers alternative tourism destinations in which safety measures are taken.

Keywords: Perceived risk, COVID-19, Willingness to pay, Tourism management, Intention to travel

* Ön çalışma niteliğinde Covid-19 Sonrası “Yerli Turistlerin Seyahat Davranışları Üzerine Bir Araştırma” mevcut çalışmadan bağımsız olarak, 19. Geleneksel Turizm Sempozyumu’nda (2021) sunulmuştur.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹ Doktora öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği A.B.D. Doktora Programı, nihan.ugur@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2390-6940>

² Prof. Dr. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü, ikizilirmak@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-2345-6789>

³ Doktora öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği A.B.D. Doktora Programı, gizemdereli@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8711-4323>

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

COVID-19 Pandemic caused lots of death all around the world. Since the beginning of the pandemic, many countries have enacted restrictions. When countries close their borders it affects all sectors and economy, especially the tourism sector. The purpose of this study is to investigate the impact of perceived risk on intention to travel during the COVID-19 pandemic. The study also examines willingness to pay extra for hygiene measures. This study will contribute the literature by finding out what customers need to travel under the pandemic conditions. The findings of the study will also offer valuable insights into the ways in which travel companies determine the standards that customers prefer.

Literature review

COVID-19 pandemic has caused economic recession and brought new regulations especially for airline companies. Airline companies reduced their seat capacities. Social distance rules changed in all health sectors. Accommodation companies were also affected by COVID-19 pandemic. Some hotels were closed temporarily while some were closed permanently. Their employees lost their jobs. Some of them used day off without fee. Tourism sector took the biggest hit during the COVID-19 pandemic. Customers do not get enough information before they travel to foreign countries. Perceived risk affects the travel decision in uncertain situations. When safety concerns, their choice about travel may change (Chang, 2009). There are lots of risks during the travel such as food, health problems, accidents, unexpected fees, and organizational problems. These kinds of problems could happen in all trips but COVID-19 pandemic brings forth extra fear. Perceived risks and anxiety affect the intention to travel.

Tourism sector took extra hygiene measures during the COVID-19 pandemic. These measures increased their costs. When a customer accepts the increased price for his/her benefit, this is called "willingness to pay". This also expresses an increase in monetary amount as the results of the increased benefits. (Ramdas ve Mohamed, 2014). When someone intends to act, their behaviors are determined by his/her attitudes. Subjective norm means the perception of what people would think of behaviors. Behavior control is the influencing factor for the intention to travel. During the COVID-19 pandemic, customer's perceived risks, attitudes, perceived behavior control and subjective norms were affected by their intention to travel.

Methodology

The scales used in this research are adapted from scales used in previous researches about pandemic. The first section of the questionnaire includes demographic questions. In the second section, the scales developed by Sánchez-Cañizares et al (2020) were used. The Likert type survey was administered online to 207 people through Google Forms. There were three items for "perceived risk", three items for "attitude", two items for "perceived behavioral control", two items for "subjective norms", and three items for "intention to travel". There were also three items for "willingness to pay".

Hypothesis

Since perceived risks arise from the pandemic, customer behavior and intention to travel has changed. There are five hypotheses developed.

H₁: Perceived risk from COVID-19 affects the intention to travel.

H₂: Attitudes during the COVID-19 affect the intention to travel.

H₃: Perceived behavioral control during the COVID-19 affects the intention to travel.

H₄: Subjective norms during the COVID-19 affect the intention to travel.

H₅: During the COVID-19, intention to travel affects willingness to pay extra.

Researchers say that during the COVID-19 pandemic, it will be beneficial for people to travel within their own country borders. In this case, hygiene is more of an issue for tourism companies.

Findings and discussion

The data were analyzed through the SPSS 25. In the previous studies, factor analysis was performed. Validity and reliability were tested. In this study, confirmatory factor analysis was conducted. The Cronbach's Alpha value was determined and its validity and reliability were checked again. Parametric tests were applied since the data showed normal distribution. Frequency analysis showed that 51.7% of the participants were women, 64.7% were married, 47.8% had an undergraduate education, and 36.2% were fifty years old and above.

Regression analysis was performed to test the hypotheses. Risk perception had a negative effect on travel intentions. It was concluded that attitude and perceived behavior control had a positive effect on travel intention. As long as customers perceive high risk and there is uncertainty, they hold over their intention to travel.

As a result of the regression analysis, it was seen that personal attitudes had a significant positive effect on the intention to travel. According to the theory of planned behavior, if a person perceives a behavior positively, his attitude towards the behavior is also positive.

It has been found that perceived behavior control has a significant positive effect on the intention to travel.

Subjective norms show how a person is affected by other people. The hypothesis was not accepted because no significant effect was found as a result of the regression analysis.

Regression analysis showed that the intention to travel did not have any significant ($p = 0.612$) effect on willingness to pay extra. In this case, the hypothesis was not accepted.

The conclusion reached by the researchers is consistent with that of the present study. In the present study, it was seen that the risk perception had a negative effect on the intention to travel. Researchers did not reach a conclusion about the consumers' "willingness to pay extra" for hygiene measures. This result is consistent with the result in the present study.

Results and recommendations

As a result of the study, it was determined that the risk perceived by people due to the COVID-19 pandemic has a negative effect on the intention to travel. As a result of the positive feelings about traveling, it is seen that customers develop positive attitudes towards the intention to travel. Perceived behavioral control shows that if the person who intends to travel perceives risk, his control over his behavior is less. Subjective norms show how people are influenced by the opinions of the other people they value. It was observed that customers were not influenced by others in their decision about their intention to travel but that they were influenced by others for "willingness to pay". However, it was observed that there was no willingness to pay extra for hygiene measures in case of intention to travel.

As intention to travel during the COVID-19 pandemic is negatively affected by the perceived risk, it is recommended for tourism companies and tourism marketers to focus on the perception that the consumer will feel safe.

Since people's attitudes are also affected by their surroundings, consumers should be introduced to the fact that the risk is reduced and hygiene is of high importance.

It is also recommended that tourism companies should pay attention to the hygiene conditions, being aware of the fact that this service should be provided and should not cost extra money for the customer. Ensuring hygiene is the responsibility of the tourism companies.

Giriş

Solunum yoluyla bulaşan Covid-19 ve grip hastalığı, her ne kadar benzerlikler taşısa da, aralarında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. En büyük fark, grip hastalığının sonbaharda başlayıp, ilkbaharda bitmesine karşın Covid-19 pandemisinin en belirgin özelliği mevsimsel özellikler göstermemesidir. Bir diğer fark ise grip hastalığının kuluçka dönemi 1-4 gün arasıyken, Covid-19 pandemisinin kuluçka dönemi 2-14 gün arası değişebilmektedir (Akova, 2020).

Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından Pandemi olarak ilan edilen Covid-19, bugüne kadar dünya genelinde pek çok ağır vakaya ve ölüme sebebiyet vermiştir. Pandeminin başlaması ile birlikte pek çok ülkede kısıtlamalar gerçekleşmiştir. İlk uygulamalardan biri olan sınırların kapatılması ve seyahat yasağı ile birlikte, pek çok sektörün yanı sıra turizm sektörü de ciddi olumsuz etkilenmiştir.

Seyahat kısıtlamaları, 2019 Aralık ayında başlamış ve zaman içerisinde tamamen durma noktasına gelmiştir. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) raporuna göre 20 Nisan 2020 itibari ile dünyadaki tüm turizm destinasyonlarına seyahat kısıtlaması getirilmiştir. Turizm destinasyonlarındaki ülkelerin %45'i sınırlarını kısmi ya da tümünden kapatırken, %30'u da uçuşları askıya almıştır (Sürme, 2020). UNWTO, turist hareketlerinde bir önceki yıl Temmuz ayına göre %81, Ağustos ayında ise bir önceki yıla göre %79 düşüş yaşandığını bildirmiştir. Veriler, turizm hareketliliğinde kaybın %70 seviyesinde olduğunu göstermektedir. Yılın ilk 8 ayında uluslararası seyahat edenlerde, bir önceki yıla nazaran 700 milyon azalma olduğu da kaydedilmiştir (TURSAB, 2020).

Pandeminin neden olduğu kısıtlamalar ve turizm hareketine katılmayan insanlar nedeniyle turizm işletmelerinin bir kısmı kapanmış ve çalışanları da işsiz kalmıştır (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020). Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) tarafından yapılan çalışma, Pandemi nedeniyle dünyada turizm sektöründe çalışanların sayısında 98 ile 197,5 milyon kişinin işsiz kalacağı öngörülmüştür. Minimumda öngörülen 98 milyon kişi, sektörde istihdam edilenlerin %30'una tekabül etmektedir (TURSAB, 2020).

Literatürde pandeminin turizm sektöründeki etkilerini gösterecek çalışmalar bulunmaktadır. Önceki araştırmalar, Covid-19 pandemisi sonrası, turizmin nasıl şekilleneceği (Cheer, 2020), turistlerin seyahatlere katılımları (Shi, Dorling, Cao ve Liu, 2020), turistlerin yaşam tarzlarına ve seyahat tercihlerine (Wen, Kozak, Yang ve Liu, 2020) etkisine yönelik olmuştur. Covid-19 pandemisinin seyahat etme niyetine etkisine dair (Çizel, Kırtıl, Çizer ve Aşkun, 2021) çalışmalarda bulunmaktadır. Bununla birlikte, turistlerin algıladıkları riske bağlı olarak, seyahat etme niyetlerine ve hijyen koşulları sebebiyle alınan önlemler için, fazladan ödeme yapmaya rıza gösterip göstermedikleri dair çalışmalar nispeten daha azdır.

Çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisinin tüketicinin seyahat etme isteğine olan etkisini ve seyahat etme niyetinin, hijyen önlemleri için fazladan ödeme yapmaya rıza gösterip göstermeyecekleri araştırmaktır. Pandemi esnasında seyahat etme niyetiyle ilgili çalışmalar, turizm sektöründe karar belirleyici olmaları sebebiyle önem taşımaktadır. Ön çalışma olarak 221 katılımcı ile Covid-19 pandemisinin, tüketicinin seyahat davranışlarını ve algıladıkları riski gösteren çalışma yapılmıştır. Çalışma, Covid-19 pandemisinin tüketicideki üzerinde yarattığı algının, seyahat etme niyetine olan etkisini ve seyahat etmek niyetinde olan kişinin de uygulanan hijyen önlemleri için ilave ödeme yapmaya gönüllü olup olmadığını araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla çevrimiçi ortamda kolayca örneklem yöntemiyle 207 katılımcıya ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Çalışma, tüketicilerin pandemi koşulları altında seyahat etmek için gerekli olduğunu düşündükleri şartları öğrenerek, turizm konaklama işletmelerinin standartlarını belirlemesi ve seyahat acentalarının tüketicilere tercihleri doğrultusunda seçenek sunabilmesi açısından, literatüre katkı sağlayacaktır.

Literatür taraması

2020 yılında dünya genelinde Pandemi sebebiyle turizm destinasyonları ciddi kayıplar yaşamıştır. Sadece Türkiye değil, seyahat acentalarının yolcu gönderdiği rakip destinasyonlarda da kayıplar olmuştur. Tablo 1'de Türkiye'nin de yolcu gönderdiği ve aynı zamanda rakip statüsünde olan destinasyonların 2020 yılı ilk 7 ve 8 aydaki kayıpları görülmektedir.

Tablo 1: Rakip destinasyonlardaki turizm kaybı

ÜLKE	ZİYARETÇİ KAYBI (%)
Portekiz (7 aylık dönem)	-40
İtalya (8 aylık dönem)	-43
Hırvatistan (7 aylık dönem)	-53
İspanya (7 aylık dönem)	-76
Yunanistan (8 aylık dönem)	-81
Mısır (7 aylık dönem)	-82

Kaynak: (TURSAB, 2020)

Covid-19 pandemisi nedeniyle yaşanan kısıtlamalar, ekonomik gerilemeye neden olmuştur. Bunun yanında havayollarında kapasitelerin azaltılması, seyahat kısıtlamaları, sosyal mesafe kuralları yüzünden yeni şekillenen oturma düzeni, sektörde yeni düzenlemelere sebep olmuş ve ne zaman normale dönelebileceği bir bilinmezlik yaratmıştır. Öngörüler 2023-2024 yılına kadar turizmde eski seviyelere gelinebileceği yönündedir. Covid-19 pandemisinin en çok etkilediği sektörlerden birisi de, havacılık sektörüdür. Kimi havayolu şirketi zarar ederken, kimisi bu dönemde iflas etmiştir. Havayolu şirketlerinin küresel ölçekte eski seviyelerini bulmasının 2024 yılı olacağı öngörülmektedir. IATA'nın yapmış olduğu tahmine göre 2020 yılında havayolu endüstrilerinde 419 milyar dolar gelir kaybı olacağı düşünülmektedir. Pandemi sürecinde en çok etkilenen endüstrilerden birisi de kruvaziyer ile seyahat düzenleyen işletmelerdir. Pandemi öncesindeki gelirleri yaklaşık 42 milyar dolar olup, 2020 yılında %100 oranında kayıp yaşamışlardır (TURSAB, 2020).

Konaklama işletmeleri de Covid-19 pandemisinden etkilenmiştir. Oteller, bu dönemde iş gücünde düşüş yaşamış ve kimisi kalıcı kimisi de geçici olarak kapanmak zorunda kalmıştır. Haziran ayı içerisinde havacılık sektörünün açılmaya başlamasıyla birlikte otellerde hareketlenmeye başlamıştır. Fakat oteller için 2023'e kadar eski düzeylerine gelebilecekleri öngörülmüştür. Otellerle iş birliği içerisinde olan MICE tur yapan turizm ve organizasyon işletmeleri de en çok etkilenen endüstrilerdendir. 2020 yılı 2. çeyreğinde iptaller ve ertelemelerle, sektörün uğradığı zararın 144,9 milyar dolar olduğu öngörülmüştür. Kongre, seminer, toplantı ve etkinlikler düzenleyen işletmelerde çalışan 26 milyon kişi, pandemi sürecinden olumsuz etkilenmiştir. Etkinlik planlayıcılarının %87'si, organizasyonları iptal etmek zorunda kalmıştır. Etkinliklerin %66'sı gelecekteki bir tarihe ötelenmiştir. %70 oranında etkinlikler sanal ortamlara taşınmıştır. Turizm sektörü, Covid-19 pandemisinden en çok etkilenen sektördür. Sektör içerisinde yer alan turizm ve seyahat acentaları da en kötü etkilenen kesimdir. Seyahatlerin durması ile birlikte zor bir duruma girmişlerdir. Yapılan araştırmalar 2019 yılında, bir önceki yıla göre %85 rezervasyon iptali olduğunu ortaya koymuştur. 2020 yılı için seyahat acentalarındaki kaybın %73 seviyesinde olacağı düşünülmektedir. Erken rezervasyon yapan acentaların, turları iptal olmuş ya da ileri bir tarihe ertelenmiştir. Geri ödeme yapmak zorunda kalan, otellerden ve havayollarından ön ödemeli yer blokajı yapan acentalar, ciddi bir nakit dar boğazına düşmüştür (TURSAB, 2020). Turizm sektörü Covid-19 pandemisinden en büyük darbeyi almıştır. Bugüne kadar çeşitli krizlere maruz kalan sektörün, yaşadığı en ağır kriz pandemi dönemi olmuştur. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2021) turizm barometresinde 2021 yılının ikinci yarısı için farklı öngörüler bulunmaktadır. Aşılama programlarının başarılı olmasıyla beraber seyahat kısıtlamalarının kaldırılması ve Avrupa Komisyonu tarafından "Dijital yeşil sertifika" uygulamasının başlamasıyla, Temmuz ayı itibariyle, 2020 yılına oranla uluslararası seyahatlerde %66'lık bir artış beklentisi bulunmaktadır. Her ne kadar artış olsa da, 2019 yılı ile kıyaslandığında %55'lik bir kaybın var olacağı öngörülmektedir. Dünya Turizm Örgütü, Eylül 2021 itibariyle bir önceki yıla nazaran %22'lik bir artış olacağını fakat yine de 2019 yılına göre uluslararası seyahatlerdeki kaybın %67 civarında olacağını öngörmektedir.

Araştırmacılar, krizlerin turizm sektörüne etkilerine dair çalışmalar yapmışlardır. Hastalıklar üzerine yapılmış çalışmalar ile turizm sektörünün pandemiden etkilendiği tespiti yapılmıştır. Kanatlı kümes hayvanlarında görülen Salmonella 2011 yılında ortaya çıkmıştır. Enfekte olmuş hayvanlardan insanlara da bulaşabilmektedir. Restoranların, üreme çiftliklerinden tedarik ettikleri kümes hayvanları sebebiyle Salmonella hastalığı yayılmış ve tüketici tercihlerini olumsuz etkilemiştir. A tipi bir virüs olan kuş gribi ise, normal şartlarda insanları etkilememektedir. Bununla birlikte kümes hayvanları üzerinde etkili olmasından dolayı, insanlar endişe etmişlerdir (Kim vd., 2020). Domuz gribi, 2009 yılında ilk olarak

Meksika'da görülmüş olan solunum yolu enfeksiyonudur (Wiwanitkit, 2009). Hastalık taşıyan hayvanın sakatat kısımlarının tüketilmesiyle bulaşan deli dana hastalığı, et pişirilse bile bulaşmaktadır. Sars ise, şiddetli solunum sendromudur. 2003 yılında Asya-Pasifik ülkelerinde görülen sars virüsü ve Irak'ta baş gösteren savaşa esnasında, Türkiye'de turistik ziyaretçi sayısını %5 arttırmıştır. (Orkunoğlu, 2009). Sars uzak doğu ülkelerinde görüldüğünden, Türkiye'de olumsuz etkileri olmamıştır. Kuş gribinin olduğu 2006 yılında, Türkiye'ye gelen turist sayısında %6 azalma olmuş ve turizm gelirlerinde de %5'lik azalma gerçekleşmiştir. 2008 yılında başlayan global krizin etkisinin devam ettiği 2009 yılında, dünya domuz gribi ile tanıştığında, Türkiye'ye gelen turist sayısı %3 artarken, turizm gelirleri de %3 azalmıştır (Göçen vd. 2011). Covid-19 pandemisi, en başta turizm olmak üzere dünyada pek çok sektörü olumsuz etkilemiştir. Özellikle havayolu işletmeleri ve seyahat acentaları zor durumda kalmıştır (İbiş, 2020).

Covid-19 pandemisi esnasında turist davranışları ve seyahat etme niyetlerine ilişkin literatürde çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Aksoy vd. (2021) turistlerin güven algılarıyla; Şengel vd. (2020) ölüm kaygısıyla; Luo ve Lam (2020); Zenker vd. (2021) endişe ve risk algısıyla; Özdemir ve Yıldız (2020); Das ve Tiwari (2021) turistlerin Covid-19 pandemisi esnasındaki seyahat etme niyetiyle ilgili çalışmalar yapmıştır. Wachyuni ve Kusumaningrum (2020); Demir ve Türkmen (2020); Aydın ve Doğan (2020) yeni normal döneminde risk algısının seyahat etme niyetine etkisini araştırmışlardır.

Pandemi esnasında seyahat etmek, çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Turist için bilinmeyen bir çevrede olmak, birtakım riskleri göze almayı gerektirmektedir. Bu yeni çevreye pandeminin neden olduğu endişe de eklenince, turist için algıladığı risk daha ön plana çıkmaktadır (Chang, 2009). İnsanların risk algısı, seyahate çıkma kararının önünde engeldir. Bir seyahat, her zaman bazı riskleri içerisinde barındırır (Sánchez-Cañizares vd., 2020). Yiyecekler, sağlık sorunları, kazalar, organizasyondan kaynaklı sorunlar, öngörülemeyen ekstra harcamalar, seyahat esnasında ve sonunda hissedilebilecek memnuniyetsizlik her zaman birer risk faktörüdür. Bu risk faktörleri, her seyahat esnasında vardır ama pandemiden kaynaklı risk faktörü, içerisinde korku ve endişe de olduğundan seyahat etme niyetinde olan kişilerin algıladığı risk oranını arttırmıştır. Risk algısı, bir insanın seyahat edip etmeme kararında etkilidir. Gidilecek destinasyondaki olası bir kargaşa durumu, seyahat kararını yeniden gözden geçirmeyi gerektirir (Sönmez ve Graefe, 1998). Seyahat esnasındaki oluşabilecek bir sıkıntı ya da tehlike, insanın algıladığı risktir ve kararlarında etkili olmaktadır. İnsanlar seyahat ederken riskleri de göz önüne alırlar (Kozak, Crofts ve Law, 2007). Algıladıkları risk oranı yüksekse, seyahat kararlarından vazgeçebilirler. Covid-19 pandemisi esnasında seyahat etmek de beraberinde bir takım riskleri getirmektedir. İnsanların algıladıkları risk birbirinden farklıdır. Algıladıkları riske bağlı olarak davranış sergilerler. Turizm işletmeleri, pandemi riskini azaltmak için bir takım ilave hijyen uygulamalarında bulunmaktadır. Dezenfekte edici ürünler kullanımı, sosyal mesafeyi koruyacak şekilde yerleşim düzeni, iç ve dış müşterinin sağlığını koruyacak şekilde ayarlanmaktadır. Pandemiye korunmak için alınan ilave önlemlerin yarattığı maliyet müşteriye yansıtılabilmektedir (Sánchez-Cañizares vd., 2020). Covid-19 virüsünün yayılmasını engelleyecek ilave hijyen önlemleri alan turizm işletmeleri, maliyetlerini karşılamak amacıyla fiyat artışına gidebilmektedirler. Daha az sayıda müşteri kabul eden turizm işletmelerinin aldıkları önlemler neticesinde, işletme giderleri de artmaktadır. Bir insanın, bir mal veya hizmeti alırken, yapılan iyileştirme neticesinde artan fiyatı kabul etmesi, ödeme istekliliği olarak isimlendirilmektedir. Ödeme istekliliği kalitede artışın yada bir değişikliğin neticesinde parasal miktardaki değişim olarak da ifade edilebilir (Ramdas ve Mohamed, 2014). Daha iyi bir hizmet almak için, tüketiciler daha fazla ödeme yapmayı göze alabilmektedirler (Zeithaml, Berry ve Parasuraman, 1996). Aldıkları hizmetin kendisine fayda sağladığını düşünen tüketicinin ödeme istekliliği de artar (Akbaba, 2020). Müşteriler için, gidilen turizm işletmesinin aldığı önlemler, masa sayısının azaltılması, ulaşım esnasında boş koltukların bırakılması, dezenfekte işlemleri gibi ilave hizmetler için yapılmış olan fiyat artışını kabullenmesi ve ödeme istekliliği olarak söylenebilir.

Bir insanın bir davranışta bulunabilmesi için, kişinin inancı ve hislerinden kaynaklı tutumunun ve davranışa karşısındaki kişi tarafından verilecek tepkinin önemi vardır (Sánchez-Cañizares vd., 2020). Bir eylemi gerçekleştirmek için planlanan davranışlar farklı dürtülerle, davranışların kontrol altına alınabilmesiyle, eylemi yapmaya olan niyetle ilişkilidir. Davranış kontrolü, kişilik özellikleri ve sosyal tutumlar, hangi tarz bir davranışta bulunulacağını belirler (Ajzen, 1991). Davranış kontrolü, Covid-19 pandemisi esnasındaki seyahat etme niyeti için etki eden faktördür. Covid-19 pandemisi esnasında

insanların algıladığı risk, geliştirdiği duygular ve kontrollü olarak planladığı davranışları, seyahat etme niyetine etki etmektedir. Seyahat etmek niyetinde olan insanlar, alınan ekstra sağlık ve hijyen önlemleri için fazladan ödeme yapmayı göze alabilmektedirler.

Yöntem

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi olan anket tekniği kullanılmıştır. Pandemi sebebiyle Google formlarda oluşturulan anket, internet üzerinden paylaşılmıştır. Türkiye genelinde yaşayanların oluşturduğu çalışma evrenindeki turistlere ulaşılabilmek için, kolayda örneklem yöntemi ile çevrimiçi 207 katılımcıya ulaşılmıştır. Örneklem yeterliliğinin tespiti için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Örneklem yeterliliğini tespitinde 0 ile 1 arasında çıkan değer, 0,5 üzerinde olması halinde, veri setinin uygunluğu tespit edilebilmektedir (Field, 2009). KMO değeri 0,737 olarak tespit edildiğinden, veri setinin analiz için uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın ilk bölümünde katılımcılara ilişkin demografik özelliklere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Sánchez-Cañizares vd. (2020) tarafından geliştirilmiş ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin geliştirilmesi sırasında Sánchez-Cañizares vd. (2020) planlanmış davranış ve davranış kontrolü ile ilgili Bagozzi vd. (2003) ve Quintal vd. (2010) alınmıştır. Seyahat etme niyeti ile ilgili Hsu ve Huang (2012) tarafından yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Diğer bölümde yer alan algılanan risk için Rittichainuwat ve Chakraborty (2009), Tavitiyaman ve Qu (2013) ile Karl (2016) tarafından geliştirilmiş ölçeklerden faydalanılmışlardır. Ödeme isteği ile ilgili ifadeler ise, Han vd. (2010), Wei vd. (2018) ve Agag vd. (2020) tarafından yapılmış çalışmalardan elde edilmiştir. Sánchez-Cañizares vd. (2020) tarafından geliştirilmiş ölçek için mail atılarak, kullanım izni alınmış olup, ifadeler Türk kültürüne uygun hale getirilmiş, çevirisi konusunda uzman akademisyenlerden de onay alınmıştır. Ölçek ile ilgili İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları etik kurulu tarafından 08.03.2021 tarih ve 03 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmada kullanılan likert tipi ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği önceki çalışmalarda yapılmıştır.

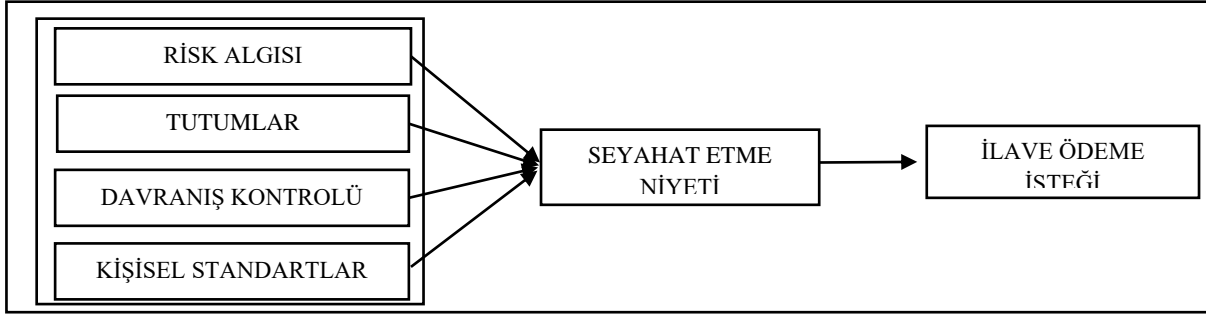
Model ve hipotezler

Araştırma modeli risk algısı, kişisel tutum, kişisel standartlar ve davranış kontrolünün seyahat etme niyetine olan etkisini ölçmek ve seyahat etmeye niyet eden kişinin, alınacak sağlık ve hijyen önlemleri için ekstra ödeme yapma isteği olup olmadığını araştırmak üzere oluşturulmuştur. İnsanların pandemiyle birlikte algıladıkları riskin artmasından dolayı, seyahat davranışlarında ve seyahat etme niyetlerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Planlı davranış teorisi baz alınarak, Covid-19 pandemi sürecindeki seyahat etme niyeti modellenmiştir. Orijinal teori, bireyin bir davranışta bulunma niyetinin, kişisel inançları ve söz konusu eyleme karşı hislerinden oluşan tutum ve bireyin önceki davranışlarına benzer şekilde hareket edeceği temeline dayanmaktadır (Sánchez-Cañizares vd., 2020). Risk algısı ve belirsizlik, insanların seyahat etme niyetine etki etmektedir. Algılanan risk, belirsizliğin olduğu durumlarda görülmektedir. Algılanan davranış kontrolü (ADK/PBC) hakkında araştırma anketinde iki ifadeye yer verilmiştir. Seyahat etme niyetinde olan birey risk algıladığı takdirde, bireyin davranışları üzerindeki kontrolü azalmaktadır. Belirsizlikten kaynaklanan olumsuz duygular, bireyin belirli bir davranışa ilişkin kararında daha az kontrol sahibi olmasına sebep olmaktadır (Quintal, Lee ve Soutar, 2010).

Tutum bir kişinin, diğer insanlara, konulara ve nesnelere karşı hissettiği olumlu ya da olumsuz duyguları yansıtan bir kavramdır (Kalkan, 2011). Tutumlar, anket çalışmasında üç ifade ile ölçülmüştür. Covid-19 pandemisi gidilecek yere ilişkin risk algı seviyelerini etkileyebileceğinden seyahat etme kararına etki edebilmektedir. Turizmde gıda güvenliği, salgın hastalıklar ve kazalar gibi sağlık riski içeren durumların yanı sıra organizasyonel sorunlar, kişinin beklentisinin karşılanıp karşılanmamasına bağlı olarak oluşan psikolojik riski de içermektedir. Seyahate giden kişi, beklenmedik giderlerin ortaya çıkması durumuna karşı finansal riskte almaktadır. İş arkadaşları ve akraba veya arkadaşlar gibi yakın çevresinin tutumlarında değişiklik olabileceği için sosyal bir risk de üstlenmektedir (Fuchs ve Reichel, 2006). Ayrıca yapılacak seyahatin bir zaman kaybı olması riski de bulunmaktadır. Dolayısıyla tüm bu riskler insanların seyahat etmeye ilişkin tutumlarını etkilemektedir. Son dönemde yaşanan Covid-19 pandemisi sebebiyle insanların hastalığa yakalanma endişesi ve algıladıkları riskler seyahat davranışlarını etkilenmektedir. Anket çalışmasında risk algısı ile ilgili üç ifade bulunmaktadır. Kişisel standartlar, insanın öznel normlarıdır. İnsanların kişisel olarak yaşamlarında uyguladıkları ilkelerdir. Bireyin örnek

aldığı ya da önem verdiği bir insanın bir davranışa karşılık sergilediği tutum, bireyin benzer davranışı yapması ya da yapmamasını sağlamaktadır (Kalkan, 2011). Ölçekte kişisel standartlar yani öznel normlar ilişkin iki ifade yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırma modeli



H₁: Covid-19 pandemisi esnasında risk algısı, seyahat etme niyetine etki eder,

H₂: Covid-19 pandemisi esnasındaki tutumlar, seyahat etme niyetine etki eder,

H₃: Covid-19 pandemisi esnasındaki davranış kontrolü, seyahat etme niyetine etki eder,

H₄: Covid-19 pandemisi esnasındaki kişisel standartlar, seyahat etme niyetine etki eder,

H₅: Covid-19 pandemisi esnasında seyahat etme niyeti, ek güvenlik önlemleri için fazladan ödeme yapma isteğine etki eder.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde Covid-19 pandemisi esnasında insanların kendi ülke sınırları içerisinde seyahat etmelerinin faydalı olacağı ifade edilmiştir. Bu durumda insanların, kısa veya uzun süreli seyahatlere bakış açısı, hijyenin önemini daha ön plana çıkarmaktadır. Bu araştırma ile turizm işletmeleri, yerli turistlerin Covid-19 pandemisi esnasındaki tutumlarını, seyahat etme niyetlerini ve seyahat etme niyetinde olan kişilerin hijyen önlemlerine ilişkin ek ödeme istekliliği ile ilgili fikir elde edebilecektir. Google formlar üzerinden oluşturulmuş anket, pilot çalışma kapsamında 84 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma ile elde edilen bilgilere bakıldığında katılımcıların ifadelerine ilişkin yanıtlarında anlaşılmayan bir nokta olmadığı görülmüştür. Pilot çalışmadan sonra devam eden çalışma 207 kişi ile tamamlanmıştır.

Bulgular ve tartışma

Araştırma kapsamında, anketlerden elde edilen veriler SPSS 25 programında analiz edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçek ile ilgili daha önceki çalışmalarda faktör analizi yapılmış, geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiştir. Bu çalışmada, Türk kültürüne uygunluğunun ölçülmesi açısından açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği adına normallik dağılımı, KMO ve Bartlett testi uygulanmıştır.

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili veri yapılarını bir araya getirip, birbiriyle tutarlı daha az sayıda faktör elde etmeyi amaçlayan çok değişkenli analizlere verilen isimdir (Gürbüz ve Şahin, 2018:317). Örneklem yeterliliğinin tespiti için gerekli olan KMO istatistiği için minimum 0,5 değeri gerekmektedir (Field, 2009: 647). Analiz sonucunda KMO değeri 0,737 olarak bulunmuştur. Bartlett testi ise veri setinin faktör analizine uygunluğunu göstermekte olup $p < 0,05$ değeri, faktör analizine uygun bulunmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018:318). Bartlett testinde p değeri ise $p = 0,000$ sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar neticesinde açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo2: Faktör analizi

N=207		İFADELERİN FAKTÖR YÜKÜ	1. Seyahat etme niyeti	2. Tutumlar	3. Ödeme gücü	4. Kişisel standartlar	5. Algılanan davranış kontrolü	Çarpıklık (std.hata)	Basıklık (std.hata)
Risk algısı		Covid-19'un yayılma hızı göz önüne alındığında, büyük şehirlere seyahat etmemeyi tercih ederim.				,710		,705	-,567
		Mevcut durumu göz önüne alarak, seyahatlerimde konaklama süremi olabildiğince kısa tutmayı tercih ederim.				,792		,989	-,011
		Covid-19 pandemi süresince seyahat programı yapma isteğim yok				,760		,497	-,924
Tutumlar		Mevcut şartlar altında kısa süreli tatili ya da hafta sonu tatilini daha uygun buluyorum.		,759				,518	-,844
		Pandemi döneminde kısa süreli ya da hafta sonu tatili eğlenceli olurdu.		,811				,236	-1,248
		Mevcut Pandemi döneminde hafta sonu ya da kısa süreli bir tatile daha olumlu bakıyorum.		,897				,186	-1,159
Algılanan davranış kontrolü		Covid-19 pandemi şartlarında seyahat edip etmemek tamamen bana bağlı.					,820	,467	-,998
		Seyahat edebilmek için gerekli kaynaklara sahibim.					,723	,761	-,307
Kişisel standartlar		Covid-19 pandemisi esnasında seyahat kararında ailemin görüşlerinden de etkilenirim.				,741		,926	-,051
		Covid-19 pandemisi durumunda seyahat etme kararı verirken arkadaşlarımın / iş arkadaşlarımın görüşlerinden etkilenirim.				,846		-,161	-1,205
Seyahat etme niyeti		Mümkün olan en yakın zamanda seyahat etmek istiyorum.	-,602					,583	-,753
		Kısa veya orta süreli bir iş seyahati yapmam gerekirse, bu seyahati gerçekleştiririm.	-,608					,938	,919
		Kısa veya orta süreli bir gezi yapmam gerekirse, bu seyahati gerçekleştiririm.	-,630					,371	-,622
Ödeme gücü		Bir seyahat gerçekleştirsem, seyahatim esnasında bana hizmet veren personelin ilave önlemleri için, daha yüksek ücret ödeyebilirim.			-,864			,266	-,961
		Olası bir seyahat esnasında, konakladığım işletmede alınmış ilave güvenlik önlemleri sebebiyle daha fazla miktarda ödeme yapabilirim.			-,942			,216	-1,107
		Olası bir seyahat esnasında, ulaşımımı sağlayan işletmenin aldığı ilave güvenlik önlemleri için daha fazla miktarda ödeme yapabilirim.			-,940			,161	-1,115

Tablo 2'ye bakıldığında faktörlerin alt boyutlarına ilişkin faktör yüklerinin -940 ile -602 ve 710 - 897 değer aralığında yer almaktadır. Alpha katsayısı değerinin $\alpha < 0,40$ olması halinde ölçek güvenilir kabul edilmemektedir. $0,60 < \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir. $0,80 < \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek düzeyde güvenilirdir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018). Bu bilgiler neticesinde açılımlı faktör analizi sonuçlarına bakıldığında Cronbach Alpha katsayısı $\alpha = ,701$ değer ile ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Normallik testine ilişkin elde edilen sonuçlar Tablo 3'te yer almaktadır. Bir ölçeğin normal ya da normale yakın dağılım göstermesi için verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin 0'a yakın olması, -1,5 ile + 1,5 değer aralığında yer alması gerekmektedir (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007).

Tablo 3: Normallik testi

Normallik Testi N:207	Ortalama	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov- Smirnov
Risk Algısı	2,20	,764	-,150	,152
Std. Hata	,73	,169	,337	
Tutum	2,65	,193	-,799	,128
Std. Hata	,07	,169	,337	
Alg. Davranış Kontrolü	2,42	,515	,091	,170
Std. Hata	,06	,169	,337	
Kişisel Standartlar	2,67	,331	-,361	,148
Std. Hata	,07	,169	,337	
Seyahat Etme Niyeti	2,35	,706	,885	,148
Std. Hata	,06	,169	,337	
Ödeme Gücü	2,74	,178	-,923	,153
Std. Hata	,07	,169	,337	

Tablo 3'te yer alan verilerin normal dağılım göstermesinden dolayı, parametrik analizlerin uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilerin dağılımına ilişkin sıklık (frekans) analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda katılımcıların %51,7'si kadın, %64,7'si evli ve %47,8'i lisans mezunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra katılımcıların %36,2'si elli yaş ve üzeri yaş grubu içerisinde yer almaktadır. Hipotezlerin test edilmesi adına öncelikle basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 4: Hipotezlere ilişkin basit doğrusal regresyon analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Standardize edilmemiş β	Standart Hata	Sig. (<i>p</i>)	t	F	R ²
Risk Algısı	Seyahat Etme Niyeti	-,353	,052	,000	-6,757	45,653	,182
Tutum	Seyahat Etme Niyeti	,244	,055	,000	4,436	19,676	,088
Algılanan Davranış Kontrolü	Seyahat Etme Niyeti	,192	,063	,003	3,058	9,353	,044
Kişisel Standartlar	Seyahat Etme Niyeti	-,015	,060	,805	-,247	,061	,000
Seyahat Niyeti	Etme İlave Ödeme	,046	,090	,612	,035	,258	,001

H₁: Covid-19 pandemisi esnasında risk algısı, seyahat etme niyetine etki eder.

Risk algısının seyahat etme niyeti üzerine yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, risk algısı seyahat etme niyetini %18'ni ($R^2= 0,18$) açıklamaktadır. Risk algısının seyahat etme niyeti üzerinde negatif yönlü ve anlamlı ($F(1,205)= 45,65$, $p < 0,01$) bir etkisi bulunmaktadır. Bu bilgiler neticesinde H₁ hipotezi kabul edilmiştir. İnsanlar yüksek risk algıladıkları ve pandemiden kaynaklı belirsizlik olduğu müddetçe, seyahat etme isteklerini ötelemektedirler.

H₂: Covid-19 pandemisi esnasındaki tutumlar, seyahat etme niyetine etki eder.

Tutumların seyahat etme niyeti üzerine yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, tutumların seyahat etme niyetini %8'ni ($R^2= ,08$) açıklamaktadır. Tutumların seyahat etme niyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı ($F(1,205)= 19,67$, $p < 0,01$) bir etkisi bulunmaktadır. Bu bilgiler

neticesinde H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Planlanmış davranış teorisine göre, bir insanın bir davranışı olumlu olarak algılaması halinde, davranışa karşı tutumu da olumlu olmaktadır. Kişisel tutum sadece duygulara bağlı değildir, mantıksal olarak da yapılmış değerlendirmenin sonucunda oluşur (Kalkan, 2011). Seyahat etme niyetine dair olumlu ya da olumsuz duyguların, mantık çerçevesinde değerlendirilmesi sonucunda kişinin tutumu gelişir. Sonuçlar, tutumların seyahat etme niyetine etkili olduğunu gösterdiğinden hipotez kabul edilmiştir.

H_3 : Covid-19 pandemisi esnasındaki davranış kontrolü, seyahat etme niyetine etki eder.

Davranış kontrolünün seyahat etme niyeti üzerine yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, davranış kontrolünün seyahat etme niyetini %4'ünü ($R^2 = ,04$) açıklamaktadır. Davranış kontrolünün seyahat etme niyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı ($F(1, 205) = 9,353, p < 0,01$) bir etkisi bulunmaktadır. Bu bilgiler neticesinde H_3 hipotezi kabul edilmiştir. İnsanlar, akılcı bilgileri kullanarak bir davranışı sergilemeden önce, eylemin sonuçlarını da değerlendirir (Kalkan, 2011). Seyahate gitmeden önce Covid-19 pandemisinin sebep olduğu riski de göz önünde bulundurarak, davranışı sergilerler. Analiz sonucunda, akılcı bir değerlendirme yapıldığı görülmekte olduğundan hipotez kabul edilmiştir.

H_4 : Covid-19 pandemisi esnasındaki kişisel standartlar, seyahat etme niyetine etki eder.

Kişisel standartların seyahat etme niyeti üzerine yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, kişisel standartların seyahat etme niyetini ($R^2 = ,00$) açıklayamamaktadır. Kişisel standartların seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı ($F(1, 205) = ,061, p > 0,05$) bir etkisi bulunmamaktadır. Bu bilgiler neticesinde H_4 hipotezi kabul edilmemiştir.

H_5 : Covid-19 pandemisi esnasında seyahat etme niyeti, ek güvenlik önlemleri için fazladan ödeme yapma isteğine etki eder.

Seyahat etme niyetinin ilave ödeme isteği üzerine yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, seyahat etme niyeti ilave ödeme isteğini ($R^2 = ,00$) açıklayamamaktadır. Seyahat etme niyetinin ilave ödeme isteği üzerinde anlamlı ($F(1, 205) = ,258, p > 0,05$) bir etkisi bulunmamaktadır. Bu bilgiler neticesinde H_5 hipotezi kabul edilmemiştir.

Demografik değişkenlere göre basit doğrusal regresyon analizi yapıldığında medeni durumun ve yaşın seyahat etme niyetine etkisi olduğu görülmüştür. Tek yönlü ANOVA analiz sonuçları katılımcıların medeni durum ve yaşı ile seyahat etme niyeti arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Yaş gruplarına göre seyahat etme niyeti için yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları, gruplar arasında homojen (0,090) bir dağılım olduğunu göstermiştir. Tek yönlü ANOVA testi sonucu ($F = 3,0404$ ve $p = 0,006$) olduğundan yaş grupları arasında seyahat etme niyetine dair farklılık olduğu sonucu bulunmuştur. Gruplar arasında homojen dağılım olmasından ötürü Tukey testi yapılmıştır. Homojen dağılım gösteren gruplar için, uygun ölçüm aracı Tukey testidir (Field, 2009). Test sonuçlarına göre, 50 yaş ve üzeri grup ile 43-49 yaş ve 22-28 yaş arası gruplar arasında seyahat etme niyetine dair anlamlı farklılık bulunmaktadır. Eğitim düzeyleri ile ilgili yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları, gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığını göstermiştir. Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre medeni duruma göre seyahat etme niyetinde, evli ve bekârlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Aracı değişkenler ile ilgili analizlerden önce riskin, tutumların, algılanan davranış kontrolünün ve kişisel standartların, ödeme istekliliği etkisine dair çok değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Tek yönlü ANOVA değeri değişkenlerden en az bir tanesinin, ödeme istekliliği üzerinde etkisi olduğunu göstermiştir. Basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, sadece kişisel standartların yani öznel normların, ilave ödeme istekliliği ($\beta = 0,203, p = 0,011$) üzerinde anlamlı bir etki yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 5'te bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösteren çok değişkenli regresyon analizine yer verilmiştir. Öncelikle risk algısı, tutum, davranış kontrolü ve kişisel standartların seyahat etme niyeti üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir. Seyahat etme niyetine ilişkin çok değişkenli regresyon analizi sonuçları Tablo 5'te yer verilmiştir. Analiz sonucunda modelde

çoklu eş doğrusallık sorunu bulunmamıştır. Ayrıca anlamlı bir regresyon modeli $F(4,202)= 25,38$, $p < 0,01$ ve bağımlı değişkendeki varyansın %32'sini ($R^2_{\text{adjusted}}= 0,32$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulgulanmıştır.

Tablo 5: Seyahat etme niyetine ilişkin çok değişkenli regresyon analizi

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş β	Standart Hata	p	t
Sabit	2,042	,218	,000	9,375
Risk	-,407*	,051	,000	-8,047
Tutum	,273*	,049	,000	5,624
Algılanan davranış kontrolü	,122*	,054	,023	2,287
Kişisel Standartlar	,071	,052	,178	1,353

$R^2_{\text{adjusted}}= 0,32$
 $F(4, 202)= 25,38$
 $p = 0,000$

Sig ** $p < 0,01$ anlamlılık seviyesinde ve Sig * $p < 0,05$ anlamlılık seviyesinde

Tablo 5'te yer alan seyahat etme niyetine ilişkin çok değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre, risk algısının seyahat etme niyeti üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra tutum ve algılanan davranış kontrolünün de seyahat etme niyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 6'da bağımsız değişkenlerin ilave ödeme istekliliğine ilişkin çok değişkenli regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 6: Bağımsız değişkenlerin, ödeme istekliliğine ilişkin çok değişkenli regresyon analizi

Bağımsız Değişkenler	Standardize edilmemiş β	Standart Hata	p	t
Sabit	1,363	,398	,001	4,630
Seyahat Etme Niyeti	,085	,107	,429	,793
Risk	,143	,089	,107	1,617
Tutum	,060	,080	,449	,759
Algılanan davranış kontrolü	,075	,083	,368	,901
Kişisel Standartlar	,197*	,080	,015	2,464

$R^2_{\text{adjusted}}= ,056$
 $F(5, 201)= 3,448$
 $p = 0,005$

Sig ** $p < 0,01$ anlamlılık seviyesinde ve Sig * $p < 0,05$ anlamlılık seviyesinde

Tablo 6'da yer alan analiz sonucunda modelde çoklu eş doğrusallık sorunu bulunmamıştır. Ayrıca regresyon modeli anlamlılığı $F(5,201)= 3,44$, $p < 0,01$ ve bağımlı değişkendeki varyansın %5'ini ($R^2_{\text{adjusted}}= 0,05$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulgusu elde edilmiştir. Analiz sonucunda sadece kişisel standartların ilave ödeme istekliliği üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı (Standardize edilmemiş $\beta=197$, $p < 0,05$) bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kısacası, kişisel standartların yani öznel normların, alınacak ilave hijyen önlemleri için ödeme istekliliği olduğunu göstermektedir. İnsanların kişisel olarak yaşamlarında uyguladıkları ilkelere bağlı olarak, örnek aldığı ya da önem verdiği bir başkasının, bir davranışla ilgili tutumu, insanın o davranışı yapması ya da yapmamasını sağlamaktadır.

Kozak vd. (2007), turistlerin yüksek riskli olarak algıladıkları destinasyonlar yerine daha az risk barındıran destinasyonlara seyahat etmeyi tercih edebileceklerini söylemişlerdir. Çizel vd. (2021) çalışmasında hijyen ve ekonomik kaygıların; Özdemir ve Yıldız (2020); Luo ve Lam (2020) endişe ve risk algısının seyahat etme niyetini olumsuz yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Wen vd. (2020), Çinli turistlerin seyahatlerinde bağımsız, lüks seyahatler ile sağlıklı yaşam için turizm aktivitelerini tercih edeceklerini, yavaş ve akıllı turizm formlarına yöneceklerini öngörmüşlerdir. Demir ve Türkmen (2020) turistlerin seyahat yasaklarının kalkması durumunda küçük ölçekli butik tesislerde konaklamayı

tercih edeceklerini, özellikle temizlik-hijyen, sosyal mesafenin sağlanması hususunda turizm işletmelerinden beklentileri olduklarını belirtmişlerdir. Dereli ve Kızılırmak (2021) pandemi sonrası seyahat tercihlerinin doğaya yönelik olacağını tespit etmişlerdir.

Quintal vd. (2010) çalışmasında, kişisel standartların yani öznel normların ve algılanan davranış kontrolünün, seyahat etmeye yönelik tutumları etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca algılanan riskin, seyahat etme niyetine yönelik tutumlar üzerinde de etkili olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmanın sonuçları, mevcut araştırma sonuçları ile uyumludur. İnsanların risk algısı, seyahat etme niyetine etki etmektedir. Akbaba (2020) pandemi esnasında duysusal yıpranma yaşayan tüketicilerin ödeme niyetinde azalma olduğunu belirtmiştir. Agag vd. (2020) çalışmasında, ödeme istekliliği için tek bir faktörün yeterli olmadığını, kişisel değerlerin olumlu veya olumsuz yönde etki edebileceğini belirtmişlerdir. Algılanan davranış kontrolünün ve egoist değerlendirmenin ödeme istekliliği için gerekli olduğunu söylemişlerdir. Yapmış oldukları çalışma ile mevcut çalışma benzerlik göstermektedir. Kişilerin öznel normlarına bağlı olarak ödeme istekliliği olduğu görülmektedir. Sánchez-Cañizares vd. (2020), Covid-19 pandemisinin tutumlar ve algılanan davranış kontrolüne negatif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Algılanan risk, tutumlar ve algılanan davranış kontrolü üzerinden seyahat etme niyetine etki etmektedir. Araştırmacıların varmış olduğu sonuç, mevcut çalışma ile tutarlıdır. Mevcut çalışmada; risk algısının, seyahat etme niyetine olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. Araştırmacılar, ayrıca alınan ilave hijyen önlemleri için tüketicilerin ödeme istekliliğine dair yaptıkları analizler sonucunda, tüketicilerin ödeme istekliliğine dair bir sonuca ulaşamamışlardır. Bu sonuç, mevcut çalışmadaki sonuç ile uyumludur.

Sonuç ve öneriler

Yerli turistlerin seyahat davranışlarına ilişkin yapılmış ön çalışmada, risk algısının seyahat davranışı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mevcut çalışmada ise hipotezler geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezlerle birlikte yerli tüketicilerin kişisel standartları, tutumları, davranış kontrolü değişkenlerinin seyahat etme niyeti ve ilave ödeme istekliliği üzerindeki etkileri incelenerek literatüre katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Hipotez testleri sonucunda, Covid-19 pandemi sürecinde insanların algıladığı riskin, seyahat etme niyetini negatif yönde etkilediği görülmektedir. Dolayısıyla pandemi sürecinde vaka sayılarının seyahatler üzerinde etki edeceği çıkarımı yapılabilir. Sonuçta, yerli tüketicilerin algıladığı risk kadar yabancı turistlerinde benzer risk algısı olacağından turizmin bütünsel açıdan canlanması, ülkemizdeki vaka sayılarının düşmesine bağlı olacağı söylenebilir.

Turizm işletmeleri ve destinasyon yöneticilerinin, tüketicinin güvenlik algısına odaklanmaları önerilmektedir. Sonuçta, riskin daha aza indirildiği, hijyen standartlarının yükseltilerek sağlığa ilişkin yüksek önlemlerin alındığını vurgulayan imaj çalışmaları, potansiyel tüketicilerin tutumlarını etkileyecektir. Bunun yanı sıra seyahat acentalarının tesislerin hijyen koşullarına ilişkin bilgileri iletişim kanalları aracılığı ile tüketicilere iletmesi gerekmektedir. Turizm işletmelerinin yükümlülüğü olan hijyenin sağlanmasına ilişkin maliyetlerin müşteriye yansıtılmaması tavsiye edilmektedir.

İnsanların seyahat etmeye yönelik olumlu bir değerlendirmede bulunması seyahat etme niyetine ilişkin olumlu tutumlar geliştirdiklerini göstermektedir. Algılanan davranış kontrolü, seyahat etme niyeti olan kişinin risk algılaması halinde, davranışları üzerindeki kontrolünün de azaldığını göstermektedir. Akılcı bilgileri değerlendiren insanların, yapacağı eylemin sonuçlarını değerlendirmesi olan algılanan davranış kontrolünün seyahat etme niyetine etki ettiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla turizm işletmelerinin tüketicilerin olumlu bir değerlendirme de bulunabilmeleri adına güvenilir pazarlama stratejileri geliştirmeleri halinde seyahat niyetlerini olumlu yönden etkileyeceği söylenebilir.

Kişisel standartlar yani bir insanın kendi öznel normları, değer verdiği insanların fikirlerinden ne şekilde etkilendiğini göstermektedir. İnsanların seyahat etme niyetine ilişkin kararında başkalarından etkilenmediği, bunun yanında alınan hijyen önlemlerinin bedeli olarak yapılan ekstra ücretlendirme için, ödeme istekliliğinin diğer insanlardan etkilediği görülmüştür. Sonuç olarak, yüksek risk grubundakilerin hijyene önem verdikleri ve risk algısının tutumlarını belirlediği göz önüne alındığında, güvenli bir ortam oluşturmak için tüm paydaşların gerekli sorumluluğu üstlenmesi gerekmektedir.

Covid-19 sürecinde değişen tüketici seyahat davranışları ve seyahat şekillerinin değiştiği, destinasyon seçim kriterlerine ise, yenilerinin eklendiği görülmektedir. Araştırmalar tüketicilerin risk algısının seyahat niyetine negatif yönlü etkisi olduğunu göstermektedir. Pandemi sonrasında turistlerin butik tesislere, doğa ile iç içe, bireysel ve ailece seyahatlere yönelebileceği söylenebilir. Seyahatlerin daha kısa hale geldiği, daha bireysel seyahatlerin öne çıktığı ve hijyen ve sağlık gibi faktörlerin önemli hale geldiği bilinmektedir. Bununla birlikte tesislerin yüksek hijyen önlemleri için tüketiciye ilave maliyet çıkartmaması tavsiye edilir. Araştırmacılara kısıtlamaların kaldırılmasından sonra, tüketicilerin seyahat niyetine ilişkin yeniden araştırma yapılması, pandemi sonrası gelişen tutumlarını analiz edilmesi ve tüketicilerin yeni destinasyon kriterlerinin neler olduğuna ilişkin araştırmaların yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Agag, G., Brown, A., Hassanein, A., ve Shaalan, A. (2020). Decoding travellers' willingness to pay more for green travel products: Closing the intention-behaviour gap. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1551-1575. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1745215>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbaba, M. (2020). Covid-19 salgını kapsamında turist yorgunluğunun turistlerin satın alma, tavsiye etme ve daha fazla ödeme niyetlerine etkisinin belirlenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 225-240. <https://doi.org/10.24289/ijsser.766329>
- Akova, M. (2020). Covid-19 influenza ilişkisi. *Türk Tabipler Birliği Covid-19 Pandemisi. Altıncı Ay Değerlendirme Raporu*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgleclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.ttb.org.tr%2Fkutuphane%2Fcovid19-rapor_6%2Fcovid19-rapor_6_Part48.pdf&chunk=true adresinden alındı
- Aksoy, G., Aytaç, A., ve Mammadova, M. (2021). Azerbaycan vatandaşlarının seyahat etme niyeti ile covid-19 korkusu ve güven algısının ilişkisinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 87-104.
- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı)*, 233-258.
- 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), 93-115.
- Chang, S. (2009). Australians' holiday decisions in China: A study combining novelty-seeking and risk-perception. *Journal of China Tourism Research*, 5(4), 364-387. <https://doi.org/10.1080/19388160903382533>
- Cheer, J. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: A conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 22(3), 514-524. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>
- Çizel, B., Kırtıl, İ., Çizer, R., ve Aşkun, V. (2021). Covid-19 pandemisi sürecinde seyahatten kaçınma niyetinin karmaşıklık bakış açısı ile analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(2-Ön Yayımındaki Makaleler), 212-223. <https://doi.org/10.17123/atad.896981>
- Das, S., ve Tiwari, A. (2021). Understanding international and domestic travel intention of Indian travellers during COVID-19 using a Bayesian approach. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 228-244. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1830341>
- Demir, B., ve Türkmen, S. (2020). COVID-19 salgınının oluşturduğu sağlık riski sonrasında Türk turistlerin tatil beklentilerinin belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2456-2471. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.491>
- Dereli, G., ve Kızılırmak, İ. (2021). Covid-19 Sonrası yerli turistlerin seyahat davranışları üzerine bir araştırma. *19. Geleneksel Turizm Sempozyumu 2021*. Kocaeli - Türkiye: Kocaeli Üniversitesi.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS (3.Bs)*. Londra: Sage Publication.
- Fuchs, G., ve Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 83-108. https://doi.org/10.1300/J150v14n02_06
- Göçen, S., Yırık, Ş., ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye'de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 16(2).

- İbiş, S. (2020). Covid-19 salgınının seyahat acentaları üzerine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 189-206.
- Kim, J., Kim, J., Lee, S., ve Tang, L. (2020). Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: Event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 32-41. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.015>
- Kozak, M., Crotts, J., ve Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242. <https://doi.org/10.1002/jtr.607>
- Luo, J., ve Lam, C. (2020). Travel anxiety, risk attitude and travel intentions towards “travel bubble” destinations in Hong Kong: Effect of the fear of COVID-19. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 7859. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217859>
- Orkunoglu, I. F. (2009). Domuz gribi ekonomisinin Türkiye’ye maliyeti. *Mevzuat Dergisi*, 12, 144.
- Özdemir, M., ve Yıldız, S. (2020). Covid-19 salgını turistlerin seyahat niyetlerini nasıl etkilemektedir? *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(32), 1101-1113. <https://doi.org/10.31576/smryj.562>
- Quintal, V., Lee, J., ve Soutar, G. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism management*, 31(6), 797-805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.006>
- Ramdas, M., ve Mohamed, B. (2014). Impacts of tourism on environmental attributes, environmental literacy and willingness to pay: A conceptual and theoretical review. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 144, 378-391. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.307>
- Sánchez-Cañizares, S., Cabeza-Ramírez, L., Muñoz-Fernández, G., ve Fuentes-García, F. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*, 1(15). <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571>
- Shi, Q., Dorling, D., Cao, G., ve Liu, T. (2020). Changes in population movement make COVID-19 spread differently from SARS. *Social Science & Medicine*, 255, 113036. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113036>
- Sönmez, S., ve Graefe, A. (1998). 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>
- Sürme, M. (2020). *Turizm ve Covid-19*. Ankara: İksad.
- Şengel, Ü., Işkın, M., Genç, G., ve Çevrimkaya, M. (2020). COVID-19 ile ilgili ölüm kaygısının seyahat davranışına etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 105-121.
- Tabachnick, B., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics (6.Bs)*. Boston: MA: Pearson.
- TURSAB. (2020). *Covid-19 sürecinde Türkiye ve Dünya turizmi değerlendirmesi*. İstanbul: TURSAB.
- UNWTO. (2021). *UNWTO World tourism barometer and statistical annex (31.03.21)*. 21.10.21 Tarihinde <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism>: UNWTO /adresinden erişildi.
- Urs, B., Constantin, M., ve Pollack, E. (2020, 10). *COVID-19 tourism spend recovery in numbers*. McKinsey ve Company: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/covid-19-tourism-spend-recovery-in-numbers> adresinden alındı
- Uzunsakal, E., ve Yıldız, D. (2018). Araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.
- Wachyuni, S., ve Kusumaningrum, D. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 67-76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., ve Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens’ lifestyle and travel. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2020-0110>

- Wiwanitkit, V. (2009). Swine flu: the present pandemic infectious disease. *Kulak Burun Bogaz Ihtis Dergisi*, 19(2), 57-61.
- Zeithaml, V., Berry, L., ve Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Zenker, S., Braun, E., ve Gyimóthy, S. (2021). Too afraid to travel? Development of a pandemic (COVID-19) anxiety travel scale (PATS). *Tourism Management*, 84, 104286. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104286>

Etik kurul onayı

İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları etik kurulu tarafından 08.03.2021 tarih ve 03 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Çalışmaya 1.yazar %45 oranında, 2.yazar %45 oranında, 3.yazar %10 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Çalışma ile ilgili anket soruları için gerekli izin mail yoluyla alınmıştır.

Türkçeye uyarlanmış ölçekler, atıf vermek koşuluyla araştırmacılar tarafından kullanılabilir.