



**COVID-19 sürecinde Türkiye’de iç turizm talebi:**  
Mevcut durum ve beklentiler

**MUSIAD**

**IHATO**  
International Halal Tourism Organisation

# **COVID-19 sürecinde Türkiye’de iç turizm talebi:**

## **Mevcut durum ve beklentiler**

### **Araştırma ekibi**

**Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN**  
*Akdeniz Üniversitesi*

**Emrullah Ahmet TURHAN**  
*Uluslararası Helal Turizm Derneği Genel Sekreteri*

**Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU**  
*Kastamonu Üniversitesi*

**Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN**  
*Akdeniz Üniversitesi*

**Raporun hazırlanma yeri ve tarihi: Antalya, 5 Mayıs 2020**

Bu araştırma, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Yeni Turizm Kaynakları Geliştirme Komitesi ve Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO) işbirliğinde hazırlanmıştır.

© 2020

**Tüm hakları saklıdır.  
All rights reserved.**

Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 4110 sayılı Yasa ile değişik 5846 sayılı FSEK uyarınca, kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiğbir Şekil ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.

## İçindekiler

1. YÖNTEM.....	5
1.1. Araştırmanın amacı.....	5
1.2. Araştırmanın önemi.....	5
1.3. Araştırmanın yöntemi.....	5
1.4. Veri toplama aracı.....	5
1.5. Evren ve örneklem.....	6
1.6. Araştırmanın kısıtları.....	6
2. BULGULAR.....	7
2.1. Nicel bulgular: Frekans ve yüzde tabloları.....	7
2.2. Nicel bulgular: Detaylı analizler.....	27
2.3. Nitel bulgular.....	28
3. SONUÇ.....	38
Kaynakça.....	41

# 1.YÖNTEM

## 1.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın temel amacı; **Covid-19 salgınının iç turizm talebine etkileri ve turistlerin hijyen beklentileri hakkında bilgi edinmektir.**

## 1.2. Araştırmanın önemi

Covid-19 salgını, ekonomiyi oluşturan tüm sektörler üzerinde yakın tarihte görülmemiş büyüklükte, dramatik bir etki oluşturmuştur. Turizm sektörü de bu durumdan en fazla etkilenen sektörler arasındadır. Oluşan sağlık temelli kriz koşulları, **turizm talebinin salgına ve tatile yönelik değerlendirmelerine ilişkin bilgileri**, çok daha önemli hale getirmiştir. Bu bilgilerin, turizm sektörü paydaşlarına sunabileceği fayda, bu araştırmanın önem boyutunu oluşturmaktadır.

## 1.3. Araştırmanın yöntemi

Çalışma, yapısı itibariyle **nicel araştırma yöntemlerinden “tanımlayıcı araştırma”** niteliğindedir. *Tanımlayıcı araştırmalar, bir örnekleme ilişkin olarak araştırmacı tarafından gözlenen; olguları, ilişkileri, durumları ve olayları tanımlamak için gerçekleştirilen çalışmalardır (LPU, 2012: 18; Tripodi & Bender, 2010:120).*

## 1.4. Veri toplama aracı

Araştırmada katılımcılara ilişkin veriler, **anket tekniği** ile toplanmıştır. Literatürde yapılan incelemede, doğrudan konuyla ilgili bir veri toplama aracına ulaşılamadığı için, anket soruları araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve sektör profesyonellerinin değerlendirmesine sunulmuş, soruların geçerliği yükseltilmeye çalışıldıktan sonra, uygulama aşamasına geçilmiştir. **Ankette toplam 28 soruya yer verilmiştir. Bu soruların 12 tanesi açık uçlu olarak sunulmuş** ve analiz esnasında tasnif edilmiştir.

Anket sorularında aşağıdaki amaçlara ulaşılmak istenmiştir:

Katılımcıların;

- Bazı demografik karakteristiklerini ve kişisel özelliklerini tespit etmek,
- Klasik turistik tutumları hakkında bilgi edinmek,
- Covid-19 salgını çerçevesinde oluşan turistik tutumları hakkında bilgi edinmek,
- Covid-19 salgınının kendilerine etkileri hakkında bilgi edinmek,
- Covid-19 salgını etkisiyle oluşan hijyen beklentileri hakkında bilgi edinmek.

Anket, katılımcılara elektronik ortamda (WhatsApp mesajı, kısa mesaj, e-posta şeklinde) ulaştırılmıştır. Anketin uygulanmasına 23 Nisan 2020 tarihinde başlanmış ve veri toplama süreci 30 Nisan 2020 tarihinde sonlandırılmıştır. Elde edilen nicel veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiş, nitel veriler ise içeriklerine göre tasnif edildikten sonra cümleler halinde sunulmuştur.

## 1.5. Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini; **20 yaş ve üstü olup, son 3 yıl içerisinde en az 1 kez Türkiye’deki konaklama işletmelerinde tatil yapan, Türkiye ikâmetli katılımcılar** oluşturmaktadır.

Evrende bu kriterlerde kaç birimin var olduğuna dair herhangi bir istatistik veya çerçeve kaynağına ulaşılamamıştır. Ancak çeşitli kaynaklarda (Krejcie ve Morgan, 1970:30; Can, 2014:30) bir milyondan fazla birime sahip olan bir evreni %95 güven seviyesi ( $\alpha$ ) ve %5 hata payı ile temsil edecek bir örneklemin en az 384 birimden oluşması gerektiği belirtilmektedir.

Birimlere erişimde; evrenin sayılabilir olmaması, çerçevesinin belirli olmaması gibi teknik ve ekonomik zorluklar nedeniyle **“olasılıksız” örnekleme yöntemlerinden “uygun örnekleme tekniği” tercih edilmiştir.** *İmkan örnekleme ya da rastgele örnekleme olarak da tanımlanan bu örnekleme tekniği, araştırmada erişimi kolay, hazır. ve uygun durumda olan bireylere ulaşmayı tavsiye etmektedir* (Marczyk vd., 2005:83; Bhattacharjee, 2012:69).

Bu doğrultuda başlatılan veri toplama sürecinin sonunda, toplam 822 katılımcıdan veri toplanmıştır. Ancak 33 katılımcının anketi gerekli koşulları taşımadığı için araştırmadan çıkarılmış, analizler elde kalan **789 katılımcıdan** elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

## 1.6. Araştırmanın kısıtları

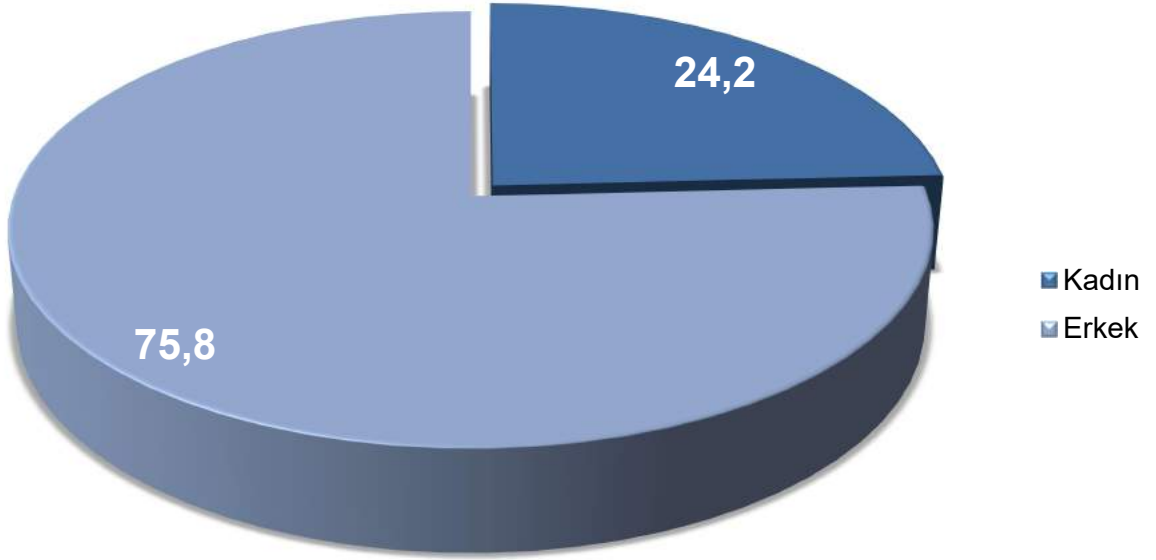
Bu araştırmanın en önemli kısıtlarından biri salgın sürecinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Süreç içerisinde meydana gelen gelişmelerin, katılımcıların düşünce ve tutumları üzerinde hızlı değişimlere neden olabileceği gözden kaçırılmamalıdır. Bu sebeple, **araştırmada sunulan bulgular, dinamik koşulların statik bir fotoğrafı niteliğinde olup, bulguların bu koşullarda zamana karşı dayanıklılığının daha düşük olduğu unutulmamalıdır.**

Bu büyüklükte bir evren için teorik olarak her ne kadar en az 384 bireyden oluşan bir örneklem asgari düzeyde yeterli olarak kabul edilse ve bu araştırmada asgari düzeyin iki katını aşkın bir katılımcı sayısına ulaşılmış olsa da, **araştırma bulgularının genellenmesi hususunda hassas bir değerlendirmeye ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.**

## 2.BULGULAR

### 2.1. Nicel bulgular: Frekans ve yüzde tabloları

**Grafik 1:** Katılımcıların cinsiyet dağılımları

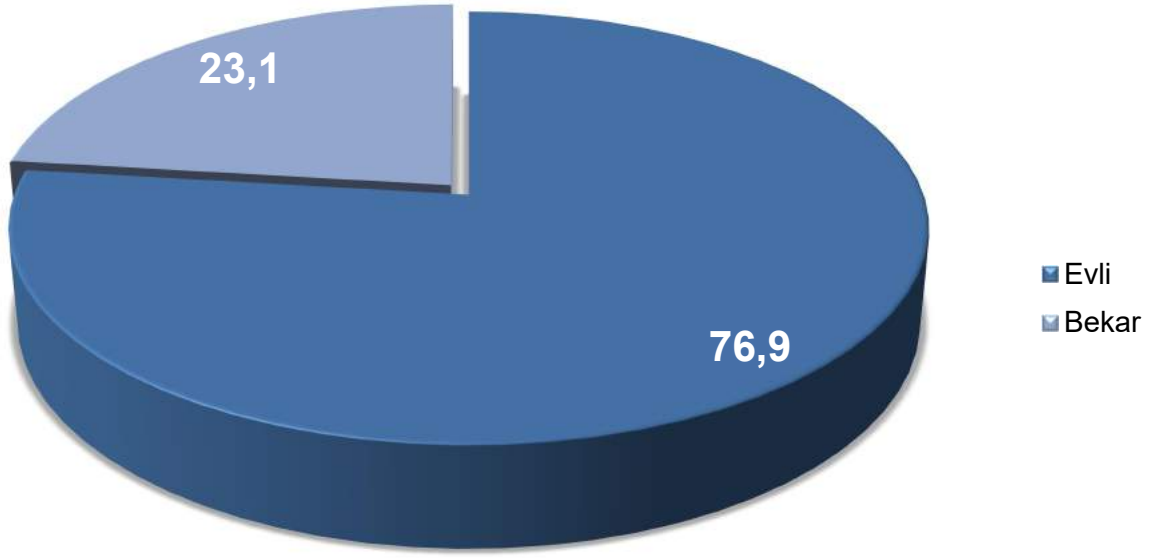


**Tablo 1:** Katılımcıların cinsiyet dağılımları

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Kadın	191	24,2	24,2
Erkek	598	75,8	100,0
Toplam	789	100,0	

Katılımcılar cinsiyetleri bakımından incelendiğinde, yaklaşık %76'lık bir oran ile büyük bir kısmının erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

**Grafik 2:** Katılımcıların medeni durum dağılımları



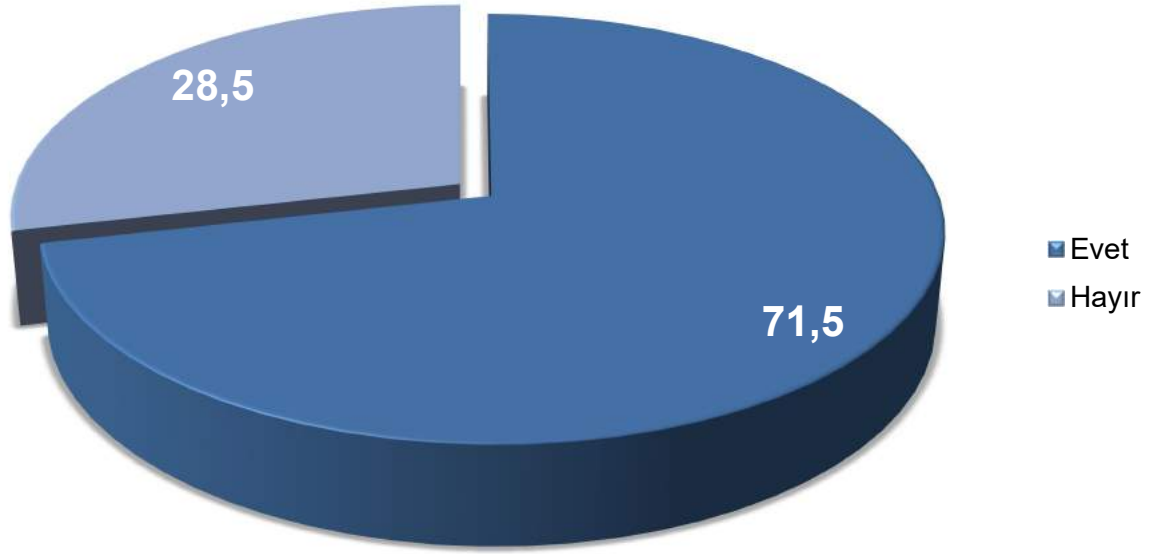
**Tablo 2:** Katılımcıların medeni durum dağılımları

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Evli	606	76,9	76,9
Bekâr	182	23,1	100,0
Toplam	788	100,0	

Katılımcılar medeni durumları bakımından incelendiğinde, yaklaşık %77'lik bir oran ile büyük bir kısmının evli bireylerden oluştuğu görülmektedir.



**Grafik 3:** Katılımcıların çocuk sahibi olup olmadıkları

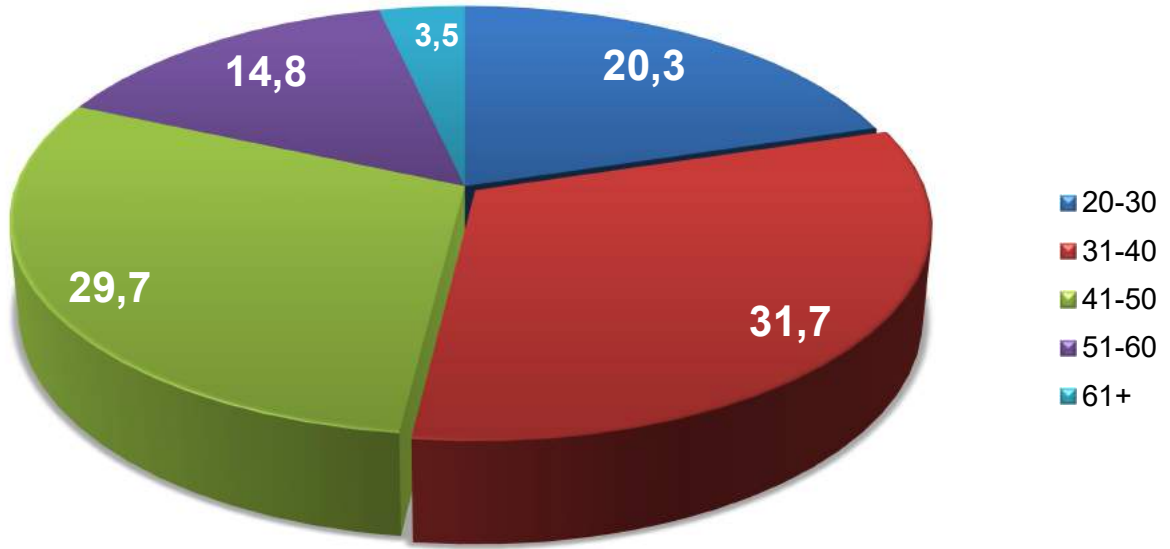


**Tablo 3:** Katılımcıların çocuk sahibi olup olmadıkları

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Evet	561	71,5	71,5
Hayır	224	28,5	100,0
Toplam	785	100,0	

Katılımcıların yaklaşık %72'sini çocuklu bireylerin oluşturduğu görülmüştür.

**Grafik 4:** Katılımcıların içerisinde buldukları yaş grupları

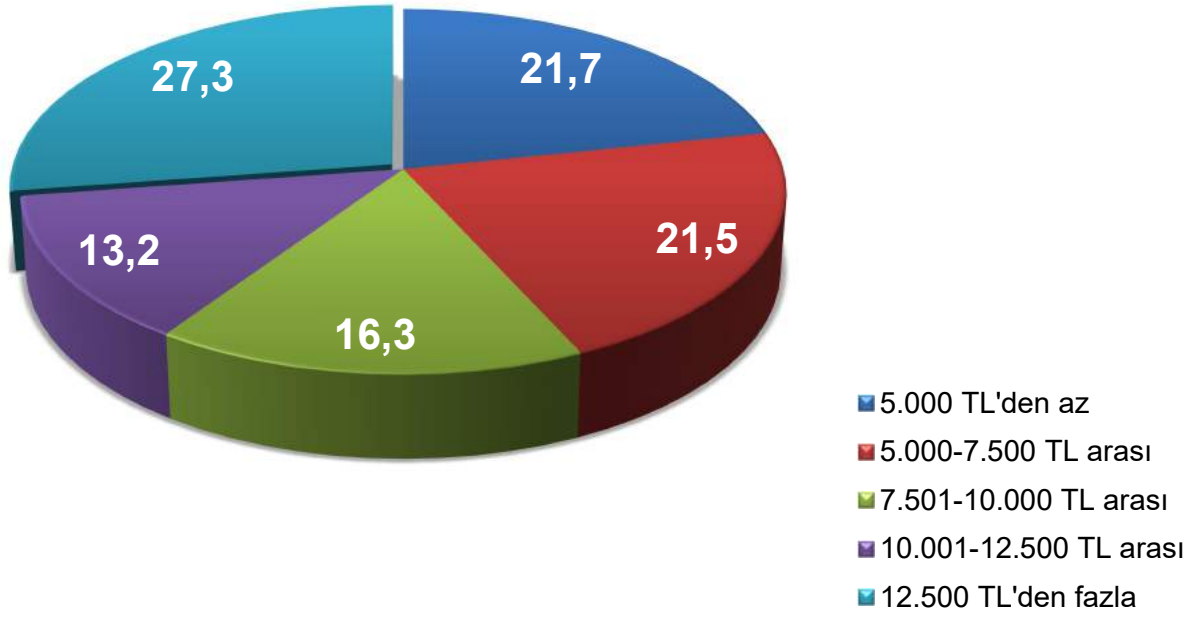


**Tablo 4:** Katılımcıların içerisinde buldukları yaş grupları

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
20-30	160	20,3	20,3
31-40	250	31,7	52,0
41-50	234	29,7	81,6
51-60	117	14,8	96,5
61+	28	3,5	100,0
Toplam	789	100,0	

Katılımcıların yaklaşık %82'lik bir oran ile çok büyük çoğunluğunun 20-50 yaş arasındaki bireylerden oluştuğu görülmektedir. Tüm yaş grupları içerisinde en kalabalık kitleyi yaklaşık %32'lik bir oran ile 31-40 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır.

**Grafik 5:** Katılımcıların aylık gelir düzeyleri

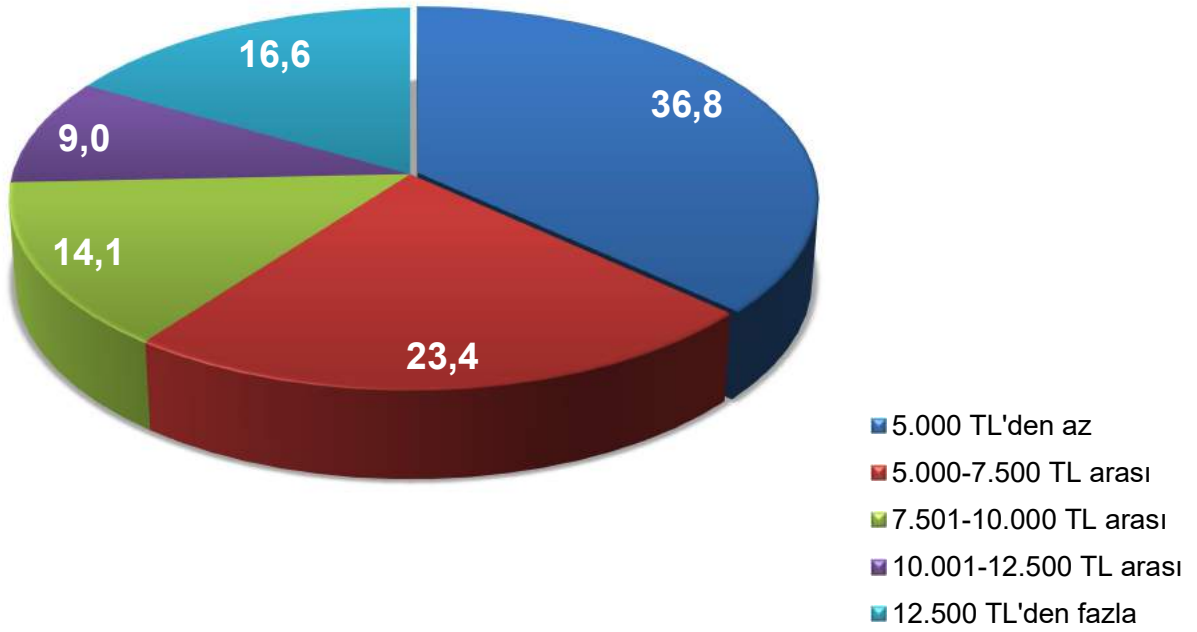


**Tablo 5:** Katılımcıların aylık gelir düzeyleri

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
5.000 TL'den az	170	21,7	21,7
5.000-7.500 TL arası	168	21,5	43,2
7.501-10.000 TL arası	128	16,3	59,5
10.001-12.500 TL arası	103	13,2	72,7
12.500 TL'den fazla	214	27,3	100,0
Toplam	783	100,0	

Katılımcılar aylık gelir düzeyleri bağlamında incelendiğinde, %27'lik bir oran ile çoğunluğun aylık gelir düzeyinin 12.500 TL'den fazla olduğu görülmektedir. Öte yandan 5.000 -10.000 TL aralığındaki üç gelir grubunda nispeten orantılı bir dağılımın olduğu ifade edilebilir.

**Grafik 6:** Katılımcıların bir yıllık ortalama tatil bütçesi

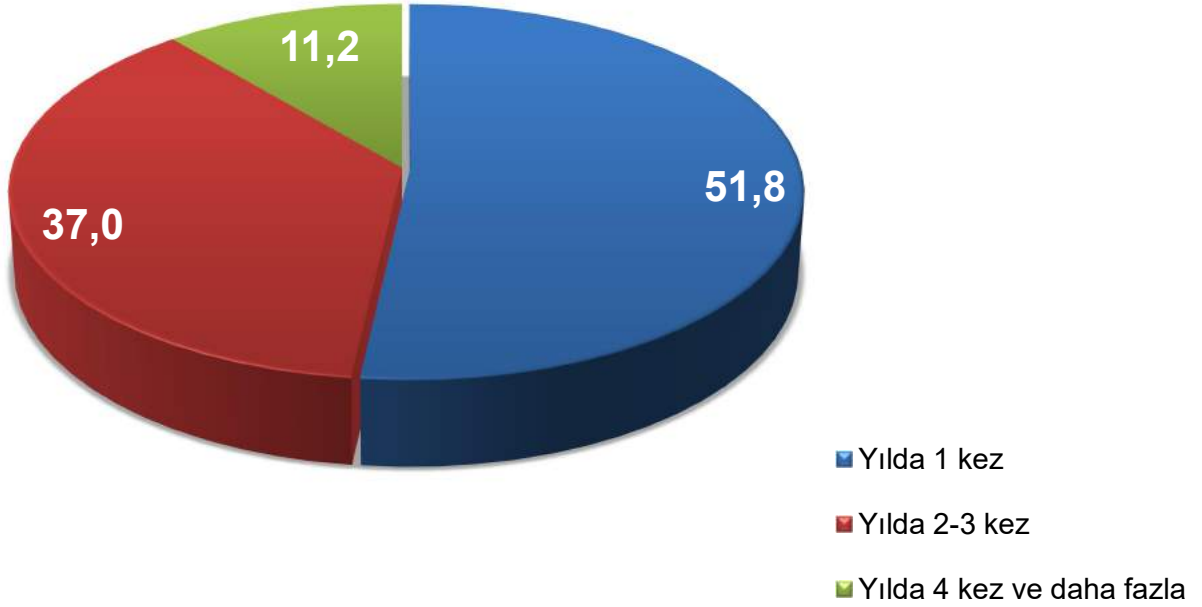


**Tablo 6:** Katılımcıların bir yıllık ortalama tatil bütçesi

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
5.000 TL'den az	290	36,8	36,8
5.000-7.500 TL arası	184	23,4	60,2
7.501-10.000 TL arası	111	14,1	74,3
10.001-12.500 TL arası	71	9,0	83,4
12.500 TL'den fazla	131	16,6	100,0
Toplam	787	100,0	

Katılımcıların bir yıllık ortalama tatil bütçeleri incelendiğinde, yaklaşık %37'lik bir oran ile çoğunluğun bir yıllık tatil bütçesinin 5.000 TL'nin altında olduğu görülmektedir. Öte yandan her dört katılımcıdan birinin de bir yılda tatil için 10.000 TL üzerinde bütçe ayırdığı görülmektedir.

**Grafik 7:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde, bir yılda ortalama kaç kez bir otelde tatil yaptığı

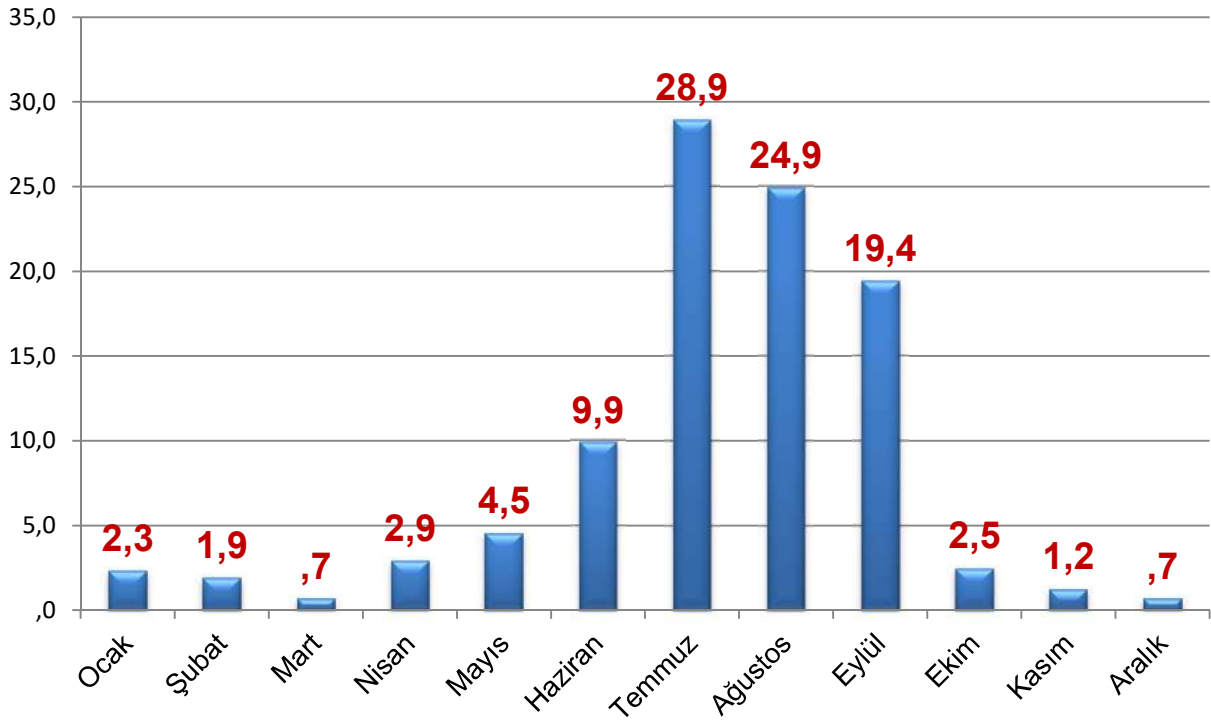


**Tablo 7:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde, bir yılda ortalama kaç kez bir otelde tatil yaptığı

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Yılda 1 kez	409	51,8	51,8
Yılda 2-3 kez	292	37,0	88,8
Yılda 4 kez ve daha fazla	88	11,2	100,0
Toplam	789	100,0	

Katılımcıların %52'lik bir oran ile büyük çoğunluğu yılda 1 kez bir otelde kalarak tatil yapmaktadır.

**Grafik 8:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde yaptıkları tatillerde en çok tercih ettikleri aylar

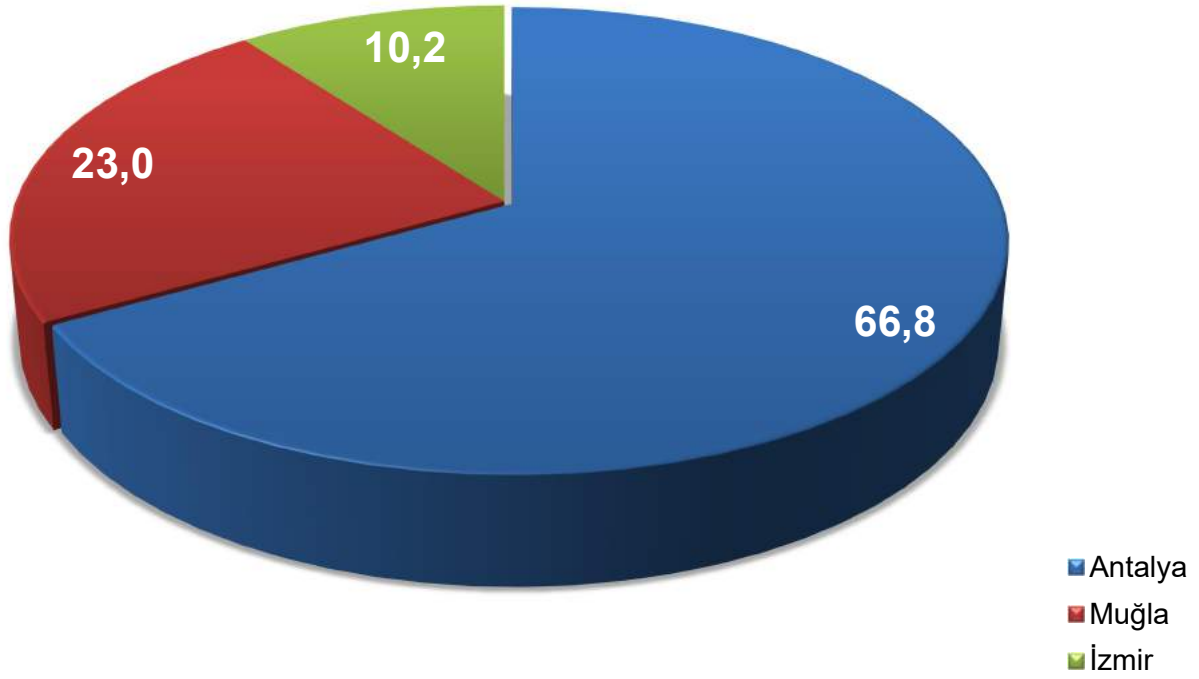


**Tablo 8:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde yaptıkları tatillerde en çok tercih ettikleri aylar

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Ocak	17	2,3	2,3
Şubat	14	1,9	4,3
Mart	5	,7	5,0
Nisan	21	2,9	7,9
Mayıs	33	4,5	12,4
Haziran	72	9,9	22,3
Temmuz	210	28,9	51,2
Ağustos	181	24,9	76,2
Eylül	141	19,4	95,6
Ekim	18	2,5	98,1
Kasım	9	1,2	99,3
Aralık	5	,7	100,0
Toplam	726	100,0	

Katılımcıların yaklaşık %29'luk bir oran ile çoğunluğu tatil için temmuz ayını tercih etmektedir. Temmuz ayını sırasıyla; ağustos, eylül ve haziran ayları izlemektedir.

**Grafik 9:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde yaptıkları tatillerde en çok tercih ettikleri ilk 3 şehir

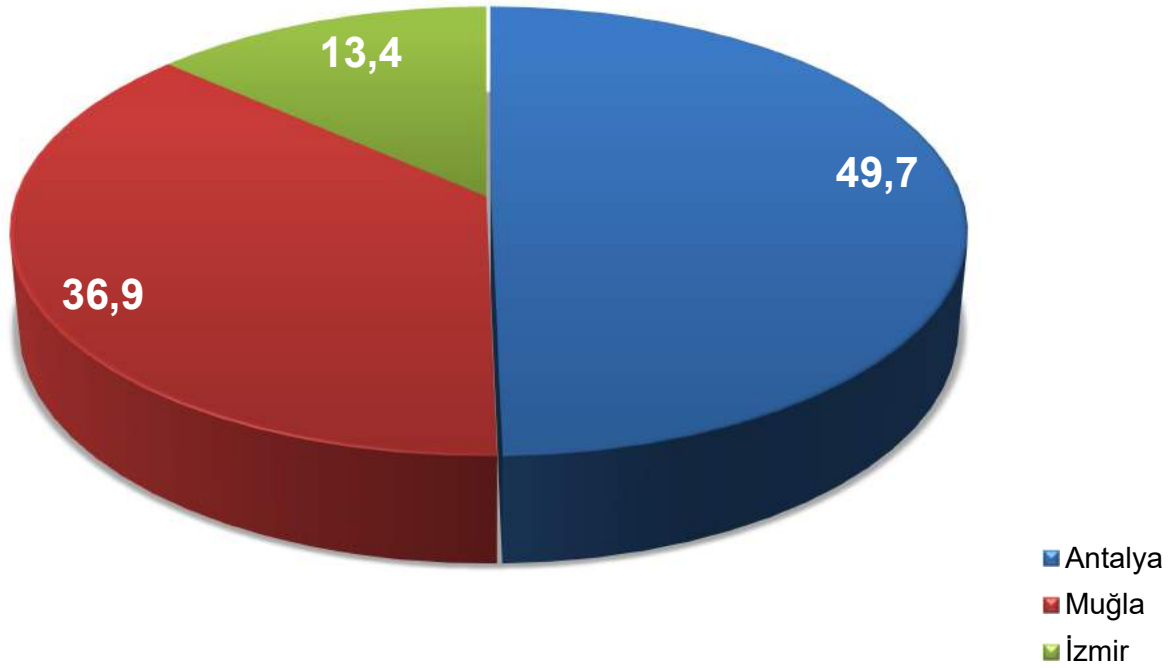


**Tablo 9:** Katılımcıların son üç yıl içerisinde yaptıkları tatillerde en çok tercih ettikleri ilk 3 şehir

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Antalya	346	66,8	66,8
Muğla	119	23,0	89,8
İzmir	53	10,2	100,0
Toplam	518		

Katılımcıların son 3 yıl içerisinde yaptıkları tatillerinde en çok tercih ettikleri ilk 3 şehir sırasıyla; Antalya, Muğla ve İzmir olmuştur. Antalya'nın tercih edilme oranı yaklaşık %67'dir.

**Grafik 10:** Bu yıl Covid-19 salgını birkaç hafta içerisinde biter ise, hangi şehirde tatil yapmak istersiniz? (ilk 3 şehrin dağılımı)



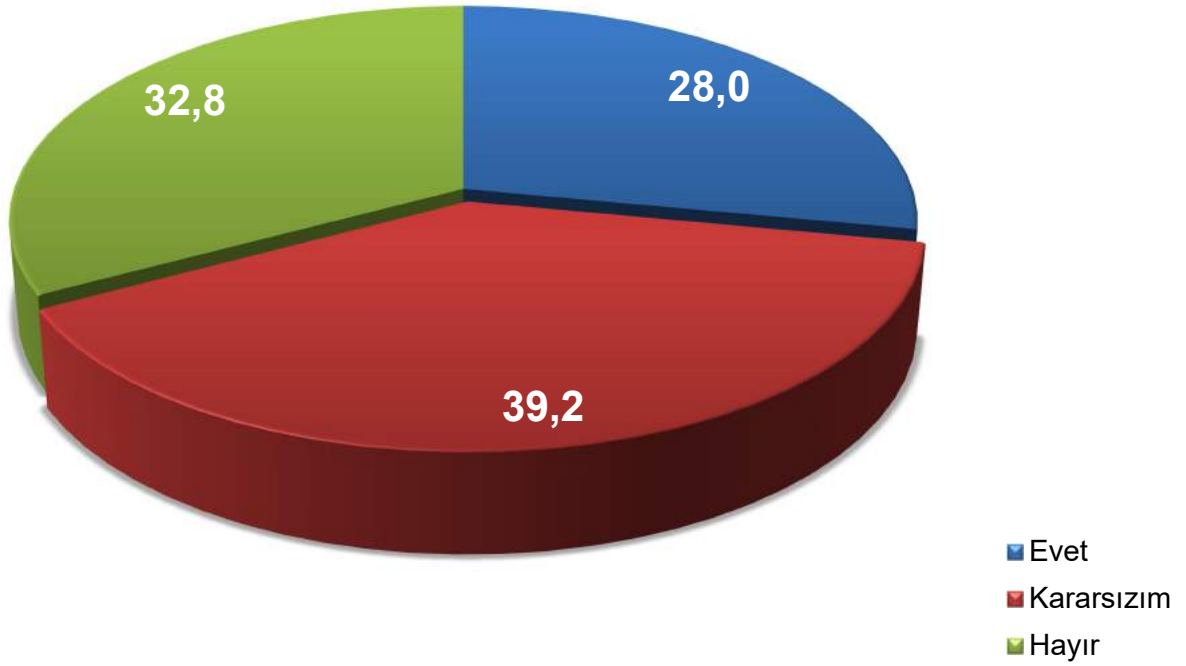
**Tablo 10:** Bu yıl Covid-19 salgını birkaç hafta içerisinde biter ise, hangi şehirde tatil yapmak istersiniz? (ilk 3 şehrin dağılımı)

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Antalya	241	49,7	49,7
Muğla	179	36,9	86,6
İzmir	65	13,4	100,0
Toplam	485		

Katılımcıların bu yıl Covid-19 salgını bitmesi halinde tercih edecekleri şehirlerin sıralaması son 3 yıldır yaptıkları tercih ile aynı olmuştur. Ancak burada Antalya yine birinci sırada olsa da tercih edilme oranında bir düşüş (%66,8 => %49,7) olduğu, Muğla'nın tercih edilme oranında ise bir yükseliş (%23 => %36,9) olduğu görülmektedir.



**Grafik 11:** 2020 yaz sezonu bitmeden bir otelde kalarak tatil yapmayı planlıyor musunuz?

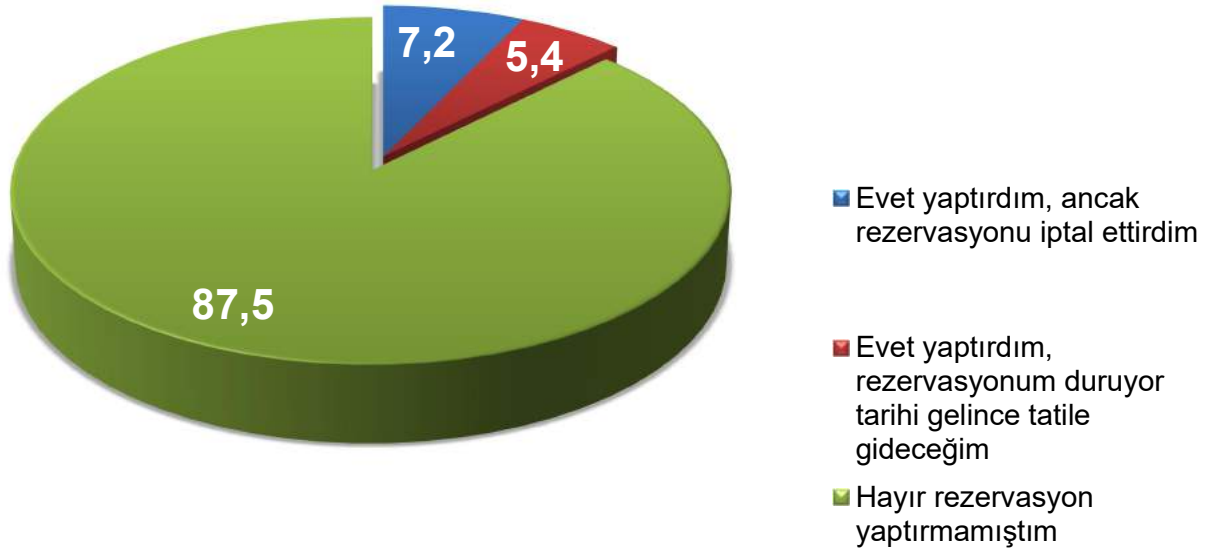


**Tablo 11:** 2020 yaz sezonu bitmeden bir otelde kalarak tatil yapmayı planlıyor musunuz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Evet	220	28,0	28,0
Kararsızım	308	39,2	67,2
Hayır	258	32,8	100,0
Toplam	786	100,0	

Katılımcıların %39'luk bir oran ile çoğunluğu 2020 yılı içerisinde bir tatil yapma konusunda kararsızdır. Bu soruya net bir biçimde "hayır" yanıtını verenlerin oranı da %33 düzeyindedir.

**Grafik 12:** 2020 yaz sezonu için herhangi bir otelde rezervasyon yaptırdınız mı?

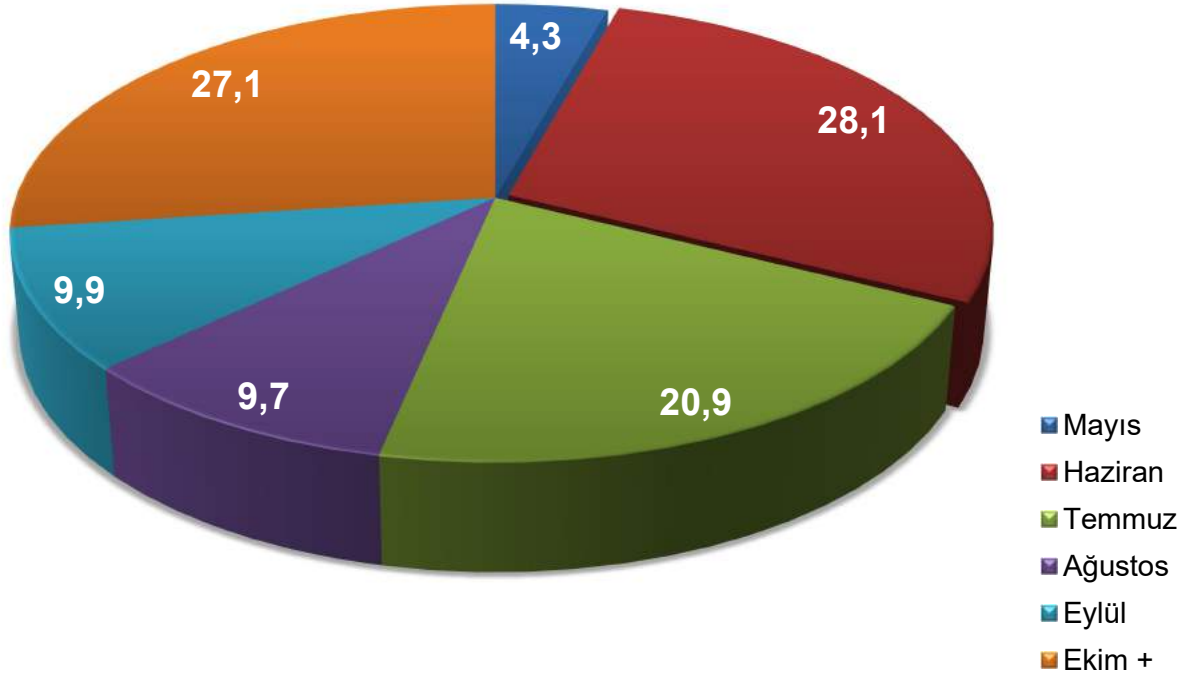


**Tablo 12:** 2020 yaz sezonu için herhangi bir otelde rezervasyon yaptırdınız mı?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Evet yaptım, ancak rezervasyonu iptal ettirdim	56	7,2	7,2
Evet yaptım, rezervasyonum duruyor tarihi gelince tatile gideceğim	42	5,4	12,5
Hayır rezervasyon yaptırmamıştım	684	87,5	100,0
Toplam	782	100,0	

Katılımcıların yaklaşık %88'inin 2020 yaz sezonu için herhangi bir otelde rezervasyon yaptırmadığı görülmektedir. Katılımcıların %7'si yaptırdığı rezervasyonu iptal ettiğini belirtirken, %5'i ise rezervasyonunun tarihini beklediği anlaşılmıştır.

**Grafik 13:** Mevcut gidişata bakarak, Türkiye’de Covid-19 salgınının ne zaman sona ereceğini tahmin ediyorsunuz?

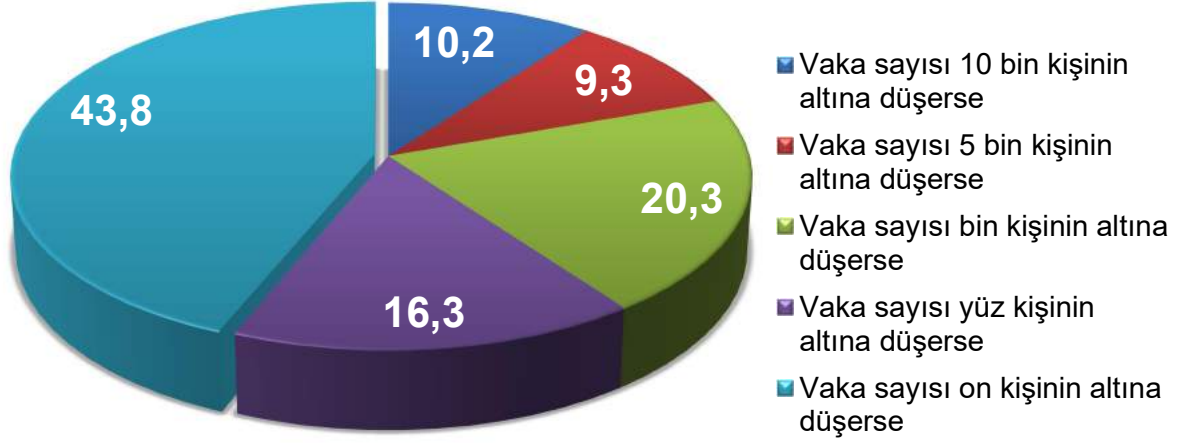


**Tablo 13:** Mevcut gidişata bakarak, Türkiye’de Covid-19 salgınının ne zaman sona ereceğini tahmin ediyorsunuz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Mayıs	34	4,3	4,3
Haziran	221	28,1	32,4
Temmuz	164	20,9	53,3
Ağustos	76	9,7	63,0
Eylül	78	9,9	72,9
Ekim +	213	27,1	100,0
Toplam	786	100,0	

Katılımcıların %28’i Covid-19 salgınının Türkiye’de haziran ayı itibariyle sona ereceğini tahmin etmekteyken %27’lik bir oran ile ikinci büyük çoğunluğun salgının ekim ayı veya sonrasında biteceğini tahmin etmektedir. Bulgular farklı bir açıdan değerlendirildiğinde, katılımcıların %53’ünün Covid-19 salgınının Ağustos ayına kadar sona ereceğini tahmin ettiği görülmektedir.

**Grafik 14:** Covid-19 salgınında Türkiye genelinde vaka sayısı ne düzeye düşerse kesinlikle tatile gitmeyi düşünürsünüz?

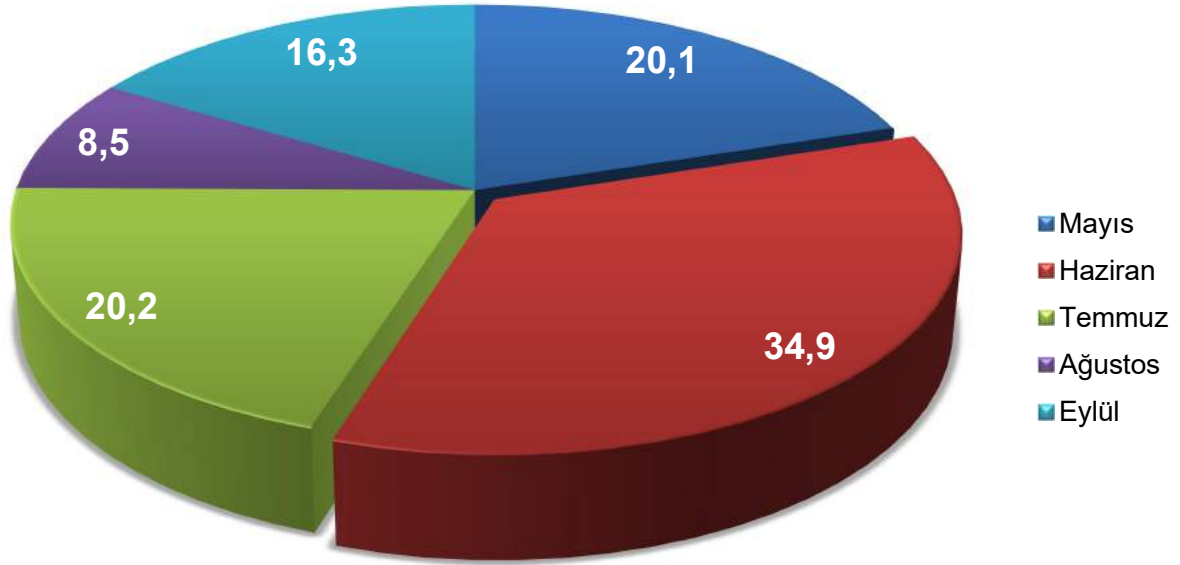


**Tablo 14:** Covid-19 salgınında Türkiye genelinde vaka sayısı ne düzeye düşerse kesinlikle tatile gitmeyi düşünürsünüz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Vaka sayısı <b>10 bin kişinin</b> altına düşerse	79	10,2	10,2
Vaka sayısı <b>5 bin kişinin</b> altına düşerse	72	9,3	19,6
Vaka sayısı <b>bin kişinin</b> altına düşerse	157	20,3	39,9
Vaka sayısı <b>yüz kişinin</b> altına düşerse	126	16,3	56,2
Vaka sayısı <b>on kişinin</b> altına düşerse	338	43,8	100,0
Toplam	772	100,0	

Katılımcıların yaklaşık %44'ü Türkiye genelinde vaka sayısının 10 kişinin altına düştüğünde kesinlikle tatile gitmeyi düşüneneğini belirtmiştir. Öte yandan vaka sayısı bin kişinin altına düştüğünde tatile çıkmaya hazır olabilecek %20'lik bir kesimin olduğu, bunu 100 kişinin altına inildiğinde takip edecek olan %16'lık bir kesimin olduğu görülmektedir.

**Grafik 15:** Bu yıl gönül rahatlığı ile bir otelde kalarak tatile çıkabilmeniz için, Covid-19 salgınının en geç hangi ayda tamamen bitmesi gerekir?

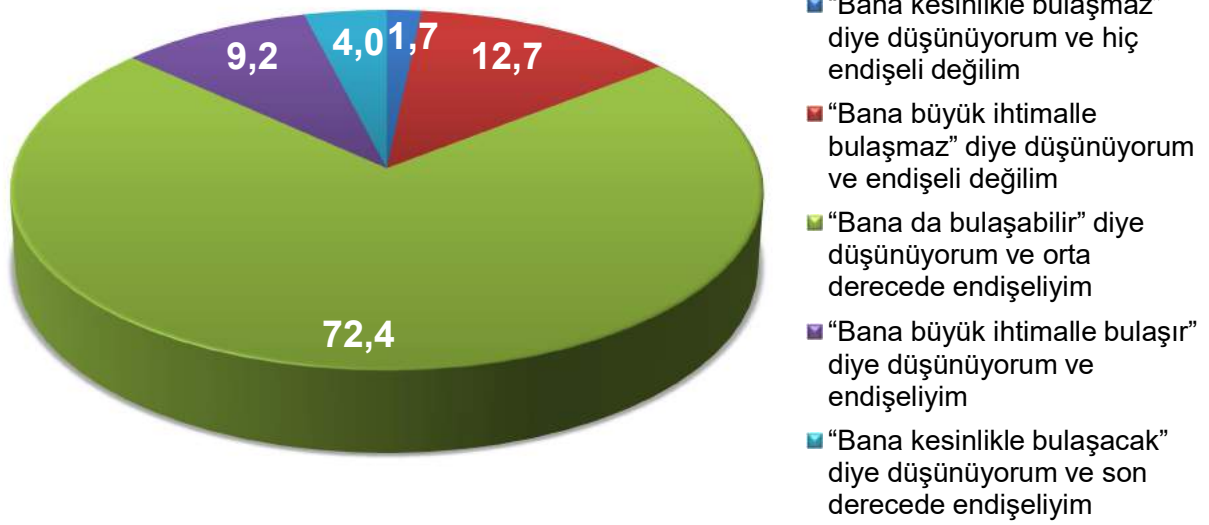


**Tablo 15:** Bu yıl gönül rahatlığı ile bir otelde kalarak tatile çıkabilmeniz için, Covid-19 salgınının en geç hangi ayda tamamen bitmesi gerekir?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Mayıs	156	20,1	20,1
Haziran	271	34,9	55,0
Temmuz	157	20,2	75,2
Ağustos	66	8,5	83,7
Eylül	127	16,3	100,0
Toplam	777	100,0	

Katılımcıların %55'lik bir oran ile çoğunluğu bu yıl gönül rahatlığı ile tatile çıkabilmeleri için Covid-19 salgınının en geç haziran ayında tamamen bitmiş olması gerektiğini belirtmişlerdir.

**Grafik 16:** Covid-19 salgını konusunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz?

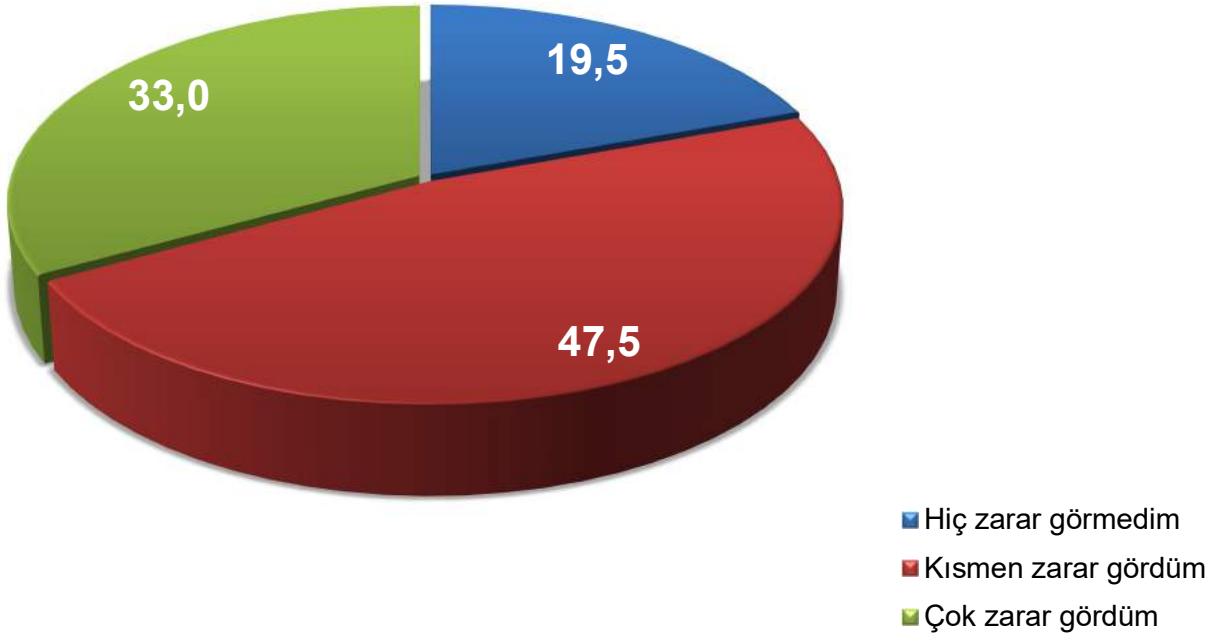


**Tablo 16:** Covid-19 salgını konusunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
“Bana kesinlikle bulaşmaz” diye düşünüyorum ve hiç endişeli değilim	13	1,7	1,7
“Bana büyük ihtimalle bulaşmaz” diye düşünüyorum ve endişeli değilim	99	12,7	14,4
“Bana da bulaşabilir” diye düşünüyorum ve orta derecede endişeliyim	564	72,4	86,8
“Bana büyük ihtimalle bulaşır” diye düşünüyorum ve endişeliyim	72	9,2	96,0
“Bana kesinlikle bulaşacak” diye düşünüyorum ve son derecede endişeliyim	31	4,0	100,0
Toplam	779	100,0	

Katılımcıların %72’lik bir oran ile büyük çoğunluğu Covid-19 virüsünün kendisine de bulaşabileceğini düşünmektedir. Katılımcıların yaklaşık %14’ü virüsün kendilerine “bulaşmama” ihtimalini daha yüksek görürken, yaklaşık %13’ü virüsün kendilerine “bulaşma” ihtimalini daha yüksek görmektedir.

**Grafik 17:** Covid-19 salgınından ekonomik açıdan ne düzeyde zarar gördünüz?

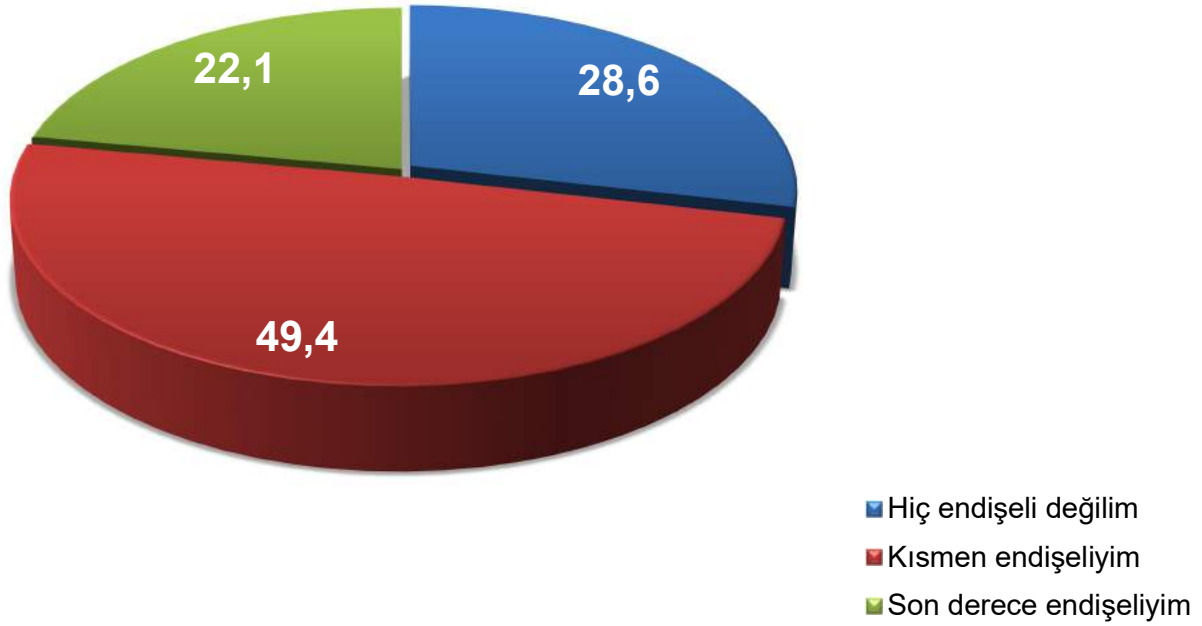


**Tablo 17:** Covid-19 salgınından ekonomik açıdan ne düzeyde zarar gördünüz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Hiç zarar görmedim	152	19,5	19,5
Kısmen zarar gördüm	371	47,5	67,0
Çok zarar gördüm	258	33,0	100,0
Toplam	781	100,0	

Her üç katılımcıdan biri Covid-19 salgınının ekonomik açıdan “çok” zarar gördüğünü ifade etmiştir. Salgından ekonomik açıdan zarar görmeyen katılımcıların oranı ise yaklaşık %20 düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu bulgu Türkiye’deki her beş kişiden dördünün Covid-19 salgınından bir şekilde ekonomik zarar gördüğünü işaret etmektedir.

**Grafik 18:** Covid-19 salgınından dolayı işinizin/mesleğinizin geleceğinden endişeli misiniz?



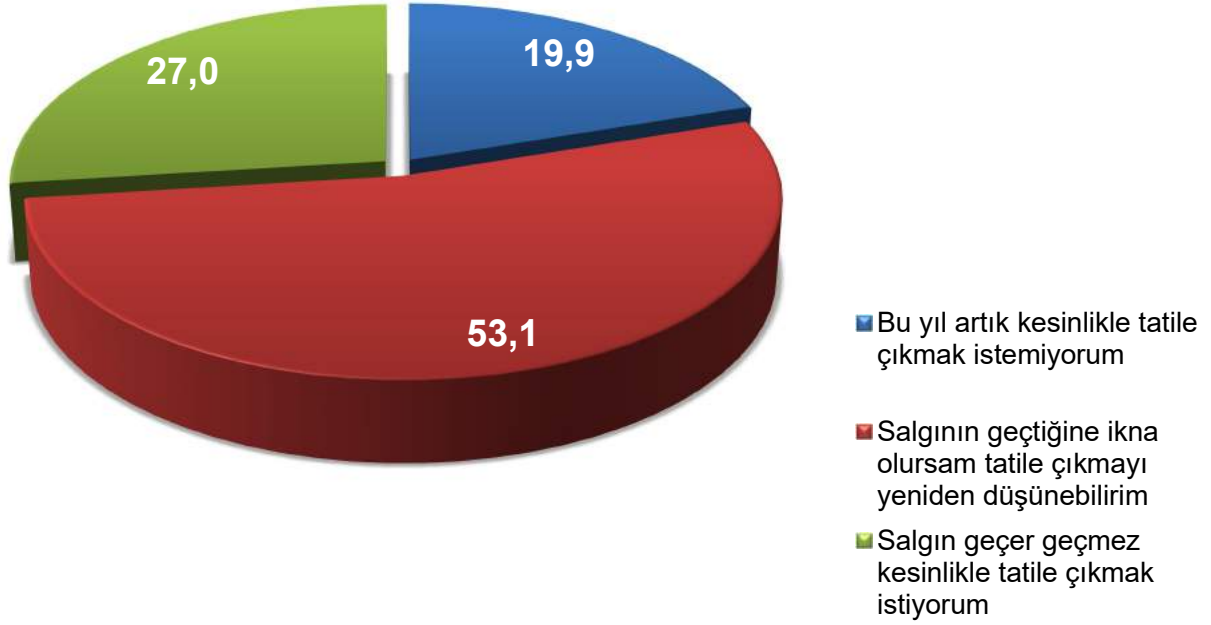
**Tablo 18:** Covid-19 salgınından dolayı işinizin/mesleğinizin geleceğinden endişeli misiniz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Hiç endişeli değilim	223	28,6	28,6
Kısmen endişeliyim	385	49,4	77,9
Son derece endişeliyim	172	22,1	100,0
Toplam	780	100,0	

Katılımcıların %72'si Covid-19 salgınından dolayı işinin/mesleğinin geleceğinden endişeli duruma gelmiştir. Bu bulgu katılımcıların önemli bir çoğunluğunda “ekonomik gelecek” kaygısı olduğunu düşündürmektedir. Bu bulgunun, Covid-19 salgınından ekonomik açıdan zarar görenlerinin oranı (%80) ile örtüştüğü görülmektedir.



**Grafik 19:** Covid-19 salgınından dolayı evde kapalı kalmak, sosyal ve doğal alanlardan uzak kalmış olmak, “tatile çıkma” isteğinizi nasıl etkiledi?

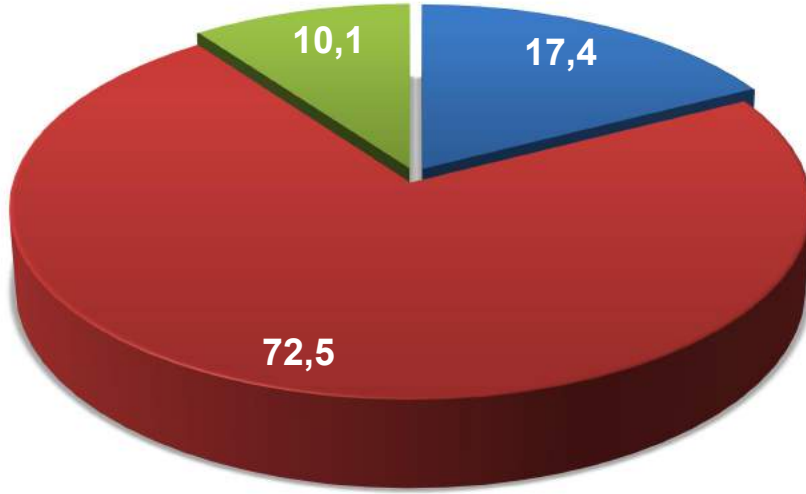


**Tablo 19:** Covid-19 salgınından dolayı evde kapalı kalmak, sosyal ve doğal alanlardan uzak kalmış olmak, “tatile çıkma” isteğinizi nasıl etkiledi?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Bu yıl artık kesinlikle tatile çıkmak istemiyorum	155	19,9	19,9
Salgının geçtiğine ikna olursam tatile çıkmayı yeniden düşünebilirim	414	53,1	73,0
Salgın geçer geçmez kesinlikle tatile çıkmak istiyorum	210	27,0	100,0
Toplam	780	100,0	

Katılımcıların %53'lük bir oran ile çoğunluğu Covid-19 salgınının geçtiğine “ikna” olduktan sonra, tatile çıkmayı yeniden düşünebileceğini ifade etmiştir. Bu yıl artık kesinlikle tatile çıkmak istemiyorum diyenlerin oranı ise %20 düzeyinde gerçekleşmiştir. Buna karşılık katılımcıların %27'si salgın geçer geçmez kesinlikle tatile çıkmak istediğini belirtmiştir.

**Grafik 20:** Covid-19 salgınından sonra, otellerin hijyen kriterlerini sağladığına dair almış oldukları/alacakları kalite/standardizasyon sertifikalarına ne derecede güvenirsiniz?



- Kesinlikle güvenemem
- Kısmen güvenirim
- Tamamen güvenirim

**Tablo 20:** Covid-19 salgınından sonra, otellerin hijyen kriterlerini sağladığına dair almış oldukları/alacakları kalite/standardizasyon sertifikalarına ne derecede güvenirsiniz?

	Kişi sayısı	%	Kümülatif %
Kesinlikle güvenemem	135	17,4	17,4
Kısmen güvenirim	561	72,5	89,9
Tamamen güvenirim	78	10,1	100,0
Toplam	774	100,0	

Katılımcıların %73'lük bir oran ile büyük çoğunluğu, Covid-19 salgınından sonra otellerin hijyen kriterlerini sağladığına dair almış oldukları/alacakları kalite/standardizasyon sertifikalarına "kısmen" güvenebileceklerini ifade etmiştir. Ancak katılımcıların yaklaşık %17'si bu sertifikaya kesinlikle güvenemeyeceğini belirtmiştir.

## 2.2. Nicel bulgular: Detaylı analizler

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcılardan elde edilen bazı veriler, birbirleri ile karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, yalnız istatistiksel açıdan anlamlı sonuç veren bulgular paylaşılmıştır. Kategorik değişkenlerin fark analizlerinde “Chi-Square” yöntemi, korelasyonel ilişkilerin analizlerinde ise “Pearson çarpım moment korelasyonu” yöntemi kullanılmıştır.

İstatistiksel açıdan anlamlı olduğu belirlenen bulgular şu şekildedir:

- Mevcut gidişata bakarak, Covid-19 salgınının Türkiye’de hangi ayda biteceği konusunda erkek katılımcılar kadın katılımcılardan daha iyimserdir ( $\chi^2$ : 11,696; p: ,039).
- Covid-19 salgınından, kişisel açıdan ekonomik olarak en fazla zararı; erkekler ( $\chi^2$ : 27,617; p: ,000), 31-40 yaş aralığındaki bireyler ( $\chi^2$ : 17,194; p: ,028) ve aylık gelir düzeyi 12.500 TL’nin üzerinde olan bireyler görmüştür ( $\chi^2$ : 33,262; p: ,000).
- Covid-19 salgınının kendilerine de bulaşma ihtimalinden, çocuklu aileler daha fazla endişe duymaktadırlar ( $\chi^2$ : 19,221; p: ,001).
- Salgın geçer geçmez tatile çıkma konusunda, çocuksuz bireyler daha istekli durumdadırlar ( $\chi^2$ : 11,183; p: ,004).
- Covid-19 salgınından sonra, bu yıl artık kesinlikle tatile çıkmak istemeyenlerin en yoğun olduğu yaş grubu 31-40 yaş aralığıdır ( $\chi^2$ : 27,865; p: ,001).
- Covid-19 salgınından dolayı işinin/mesleğinin geleceğinden en fazla endişelenen bireyler 5.000 TL ve altında gelir düzeyindeki bireylerdir ( $\chi^2$ : 45,537; p: ,000).
- Salgın geçer geçmez tatile çıkma konusunda, 12.500 TL üzerinde aylık gelir düzeyine sahip bireyler daha istekli durumdadırlar ( $\chi^2$ : 17,616; p: ,024).
- Katılımcıların salgına yönelik endişe düzeyleri arttıkça, hem “bir otelde kalarak tatil yapma” istekleri (r: -,127; p: ,000) hem “tatile çıkma” istekleri (r: -,044; p: ,000) azalmaktadır.
- Endişeli katılımcılar “bir otelde kalarak tatil yapma” fikrine, “tatile çıkma” fikrinden 2,88 kat daha olumsuz bakmaktadırlar.

## 2.3. Nitel bulgular

Araştırma kapsamında, katılımcılara Covid-19 salgını sonrasında turizm işletmelerinde ve uçaklarda alınması gereken tedbirler ile ilgili görüşleri açık uçlu soru şeklinde sorularak, katılımcıların **hijyen beklentileri** hakkında bilgi edinmek istenmiştir.

**Katılımcıların yorumları/önerileri üzerinde yalnız yazım hataları ve anlatım bozukluklarına müdahale edilmiş, ardından öneriler, içeriklerine göre tasnif edilmiştir. Ancak yapılan önerilerin; mantığı, koşullara uygunluğu ya da teknik olarak yapılabilirliği gibi konularda bir düzenleme yapılmadan raporda paylaşılmıştır.**

Son olarak elde edilen önerilere katılımcıların yorumlarına ilaveten konu ile ilgili uzmanların görüşlerinden de eklemeler yapılarak daha kapsamlı bir içerik oluşturulmaya çalışılmıştır.

### **Katılımcıların mutfak departmanına yönelik hijyen beklentileri**

#### **Personel gereklilikleri**

- Mutfaktaki personele düzenli olarak Covid-19 testi yapılması,
- Mutfaktaki personelin gerekli sağlık kontrollerinden geçtiğinin belgelenmesi,
- Mutfaktaki personelin eldiven, maske ve siperlik kullanması,
- Mutfaktaki personele Covid-19 ile ilgili eğitim verilmesi,
- Mutfaktaki personelin her aşamada sosyal mesafelerinin korunması,
- Mutfaktaki personelin kişisel temizliğine dikkat edilmesi ve denetlenmesi.

#### **Mutfak alanı ve üretim**

- Mutfağın açık mutfak şekline dönüştürülmesi ve misafirlerin izlenimine açılması,
- Büfeden alınan yemekleri personelin tabaklara doldurması, ortak kaşık kepçe kullanılmaması,
- Mutfak havalandırma sisteminin kaliteli ve bakımlı olması, sıklıkla kontrol edilmesi,
- Gıdaların helal belgeli olması,
- Ürünlerin markalarının misafir ile paylaşılması,
- Ekmeklerin poşetli olması,
- Sebzelerin, sebze yıkama sularıyla yıkanması,
- Bazı ürünlerin (peynir, zeytin vb.) paketli olarak sunulması,
- Pişmeden yapılan yemeklerin bu sene menülerde yer almaması,
- Mutfaktaki üretimin şu an yürürlükte olan yiyecek güvenliği uygulamaları (HACCP gibi) ile gerçekleştirilmesi,
- Menülerdeki çeşitliliğin azaltılıp kalitenin artırılması,
- Gerekirse saat aralığının artırılıp öğün sayısının azaltılması,
- Hijyen ve bu hijyen düzeyi ile ilgili sertifikasyon sağlanması.
- Portör muayenesi aralığının artırılması,
- Mutfak ekipmanlarının sterilizasyonunun daha etkin ve sık biçimde sağlanması,

- Mutfağa gelen her gıda ürününün, gıda ile temasa uygun kimyasallar ile dezenfekte edilmesi,
- Et çözdürme sistemlerinin gerekli hijyen koşullarını sağlaması,
- Swab ve numune alma sıklığının artırılması,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı sertifikasyon kurallarına uyulması,
- Tüm bu kuralların işletilmesi ile ilgili kamu denetimlerinin sık yapılması.

## **Katılımcıların restoranlara yönelik hijyen beklentileri**

### **Personel gereklilikleri**

- Restoranda çalışan personele Covid -19 ile ilgili bilgilendirici ve sonuç odaklı eğitim verilmesi,
- Restoranda çalışan personelin gerekli sağlık kontrollerinden geçtiğinin belgelenmesi,
- Restoranda çalışan personele düzenli Covid-19 testi yapılması.

### **Büfe kullanımı**

- Açık büfe servisinin bu sene kaldırılması,
- Açık büfe sistemi varsa büfelerde siperliklerin olması,
- Açık büfe sistemi varsa da yine de hizmetin A la Carte olarak sunulması.

### **Sosyal mesafe**

- Açık büfe sistemlerde, büfeler arası mesafeler en az 1,5 metre, koridorun en az 3 metre olması,
- Büfeden yiyecek alacak misafirler için bir koridor oluşturulması ve mesafelerin yerde çizgiler ile belirtilmesi yoluyla sosyal mesafe imkanı sağlanması,
- Restorandaki kapasitenin azaltılması,
- Masaların arasında mesafe olması,
- Masaların arasına gerekirse paravan konması,
- Restoran saat aralıklarının arttırılması ve yoğunluk azaltıcı tedbirler alınması,
- Yeterli alanı olmayanlarda yemek saatlerinde esneklik sağlanmalı ya da oda numarasına göre rezerve saate benzer bir sisteme geçilmesi,
- İmkan varsa restoranın açık hava kısmının da kullanılması.

### **Servis**

- Odaya servis seçeneğinin daha cazip hale getirilmesi,
- Yiyecek ve içecek servisinin A la Carte olarak yapılması,
- Yiyecek ve içecek servisini şu an yürürlükte olan yiyecek güvenliği uygulamaları ile gerçekleştirilmesi,
- Yiyecek ve içecek takımlarının düzenli sterilizasyonunun sağlanması,

- Her türlü içecek ikramlarını sadece servis personelinin yapması,
- Peçete ve çatal kaşıkların muhafazalı/ambalajlı bir şekilde masaya servis edilmesi,
- Yiyecek ve içecek servislerinde kullan-at ürünlerin kullanılması,
- Otelin her türlü hazırlığına rağmen yine de restoranda misafirlerin kurallar ile ilgili bilgilendirilmesi,
- Kurallara uymayan misafirin uyarılması.

## Hijyen

- Restoran girişinde dezenfeksiyon tüneli ve ateş ölçme gibi tedbirlerin alınması,
- Restoranda belli aralıklarda el dezenfektanı bulundurulması,
- Restorandaki havalandırma ve iklimlendirme cihazlarının temizlik/kontrolünün sık yapılması,
- Masaların ve genel alanların düzenli ve sık sık dezenfekte edilmesi,
- Masa ve sandalyeler ile çocuk sandalyeleri her kullanımdan sonra temizlenmesi.

## Katılımcıların otel odalarına yönelik hijyen beklentileri

### Personel gereklilikleri

- Kat personeline düzenli Covid-19 testi yapılması,
- Katta çalışan personele Covid -19 ile ilgili bilgilendirici ve sonuç odaklı eğitim verilmesi,
- Kattaki personelin gerekli sağlık kontrollerinden geçtiğinin belgelenmesi,
- Her kat için belli kişisel steril önlemlerinin alınmış olması,
- Check-out 'a kadar odaya kat personeli girmemesi.

## Hijyen

- Odalarda el dezenfektanı bulundurulması,
- Oda değişimlerinde daha fazla havalandırma yapılması,
- Odanın içindeki tüm nesnelerin bu amaca uygun kimyasallarla dezenfekte edilmesi,
- En çok el ve yüz temasının olduğu lavabo/banyo ürünlerinin kontrol listeleri olması, temizliği yapan personelin ismi ve temizlik saati yazılması,
- Doluluk oranları dikkate alınarak özellikle sezon açılışında sosyal mesafe sağlanması amacıyla iki dolu oda arası bir boş oda ve 72 saatlik boş odalar sağlanabilmesi
- Yüksek sezonda odaların çıkış işlemlerinin ardından sisleme dezenfeksiyonu yapılması,
- Tek kullanımlık eşyaların yaygınlaşması,
- Yatak, alez ve çarşaf kılıfların sık değiştirilmesi,
- Su ısıtıcı, bardak vb tekrar tekrar kullanılan araç gereçlerin kaldırılması,
- Lavabo ve banyo kısmında da hijyene özen gösterilmesi.

## **Katılımcıların otel havuzlarına yönelik hijyen beklentileri**

### **Hijyen sanitasyon**

- Misafirlerin bir dezenfektan duşun altından geçtikten sonra havuza girmesinin zorunlu hale getirilmesi,
- Havuz etrafında kullanılan duş sularının havuz suyu gibi dezenfekte edilmesi,
- Havuza girmeden önce sağlık kontrolünün yapılması,
- Açık yarası olanların havuza alınmaması,
- Bulaşıcı hastalığı olanların havuza alınmaması,
- Bone takılmasının zorunlu hale getirilmesi,
- Duş vanası, merdiven trabzanı gibi temas halinde olan tüm yerlerin sürekli sterilize edilmesi,
- Havuz suyunun (virüse karşı geliştirilen kimyasallarla) genel temizliğinin sürekli yapılması,
- Havuzun günlük bakımının ve temizliğinin daha sık yapılması,
- Havuz sularının analizinin günlük değil saat başı yapılması ve sonucun misafir tarafından görülür bir yere asılması,
- Havuz suyunda ozon sistemlerinin mutlaka olması,
- Şezlong minder ve havlu gibi ürünlerin tek kullanımlık olması, her kullanım sonrası temizlenmesi veya odaya mahsus olması,
- Aileye özel kullanım veya kişiye özel küçük havuz sağlanması, buna bağlı olarak da dezenfekte işleminin yapılması,
- Havalandırma sisteminin Covid-19'a karşı etkili olacak şekilde modifiye edilmesi ve bu konuda misafirlerin bilgilendirilmesi.

### **Sertifika-standardizasyon**

- Tesisin bağımsız bir kuruluş tarafından şeffaf bir şekilde denetlenmesi şartıyla hijyen ve dezenfeksiyon sertifika sisteminin sağlanması,
- Yapılan denetimlerin video kayıt sistemiyle kaydedilmesi ve isteyen müşterilerin seyredebileceği bir platformda sürekli olarak bulunması,
- Devletin ilgili birimleri tarafından yapılan denetimlerde kritik bulgular söz konusu olduğunda mutlaka havuzun kapatılması,
- Belli kriterde kıyafetle havuza girilmesinin sağlanması,
- Sağlık Bakanlığı talimatlarına uyulduğunun belgelenmesi,
- Havuzun sadece klor oranı ya da pH oranı değil tüm değerlerini kapsayan bilgilendirme yazısı havuz kenarında olması.

### **Sosyal mesafe**

- Havuz içi yoğunluğun sosyal mesafeyi tehdit etmeyecek şekilde kontrol altında tutulması ve gerekirse havuz rezervasyon sisteminin uygulanması,
- Havuzun etrafındaki kullanım alanlarının, şezlong vb. sosyal mesafeyi tehdit etmeyecek şekilde ayarlanması.

## **Personel gereklilikleri**

- Hijyeni kontrol eden ve müdahale etme hakkına sahip profesyonel bir personelin sürekli havuz kenarında bulundurulması,
- Tüm personelin Sağlık Bakanlığı tarafından periyodik teste tabi tutulması,
- Personelin, çalışma esnasında kişisel koruyucu ekipman kullanması.

## **Genel tedbirler**

- Termal kameralar ile sürekli takibin sağlanması,
- Aquaparkın kapatılması,
- Çocuk havuzlarının kapatılması,
- Havuza girecek kişilere hızlı test yapılması ve sonuca göre havuz hizmeti sunulması.

## **Katılımcıların otelin genel alanlarına yönelik hijyen beklentileri**

### **Hijyen-sanitasyon**

- İzolasyon ve dezenfeksiyon önlemlerinin alınması,
- Doğru şekil ve yöntemlerle düzenli ve sürekli hijyenik temizlik ve dezenfekte işleminin yapılması,
- Dezenfeksiyon makinesi ile ortak alanların sürekli temiz tutulması,
- UV-C kullanılarak tüm genel alanların dezenfekte edilmesi,
- Kullanılan tüm aletlerin temizliğinin sürekli hijyenik şekilde yapılması,
- Virüsün bulaşmasında etkili olabilecek malzemelerin kullanılmaması,
- El dezenfektanlarının asansör, salon girişleri gibi her alanda olması,
- Asansör gibi temasın çokça olduğu yerlerin, sıkça sabunlu bezle silinmesi,
- Otel-plaj yolu üzerinde el dezenfektanlarının bulunması,
- Maske, eldiven gibi malzemelere erişimin kolay olması,
- Şezlong minderi ve havlu gibi ürünlerin tek kullanımlık olması, her kullanım sonrası temizlenmesi veya odaya mahsus olması,
- Her müşteriye özel tek kullanımlık malzemeler ile hizmet verilmesi,
- Ortak alanların iyi bir şekilde havalandırılması,
- Klima santrallerinde UV-C kullanılması.

### **Sertifika-standardizasyon**

- Tesisin bağımsız bir kuruluş tarafından şeffaf bir şekilde denetlenmesi şartıyla hijyen ve dezenfeksiyon sertifika sisteminin sağlanması,
- Yapılan denetimlerin video kayıt sistemiyle kaydedilmesi ve isteyen müşterilerin seyredebileceği bir platformda sürekli olarak bulunması.



## **Yiyecek-içecek**

- Kahve makineleri, soda makineleri, maşa ve kepçe gibi özellikle misafirlerin elleriyle temas ettiği eşyaların her hizmetten sonra temizlenmesi ve dezenfekte edilmesi,
- Her servisin ardından büfe yüzeylerinin temizlenmesi ve dezenfekte edilmesi,
- Tesisin yiyecek-içecek sunulduğu her noktasında plastik içecek kutuları yerine sağlıklı cam şişelerin tercih edilmesi,
- Iecekler dâhil bütün ürünlerin kapalı ambalajlarda sunulması.

## **Sosyal mesafe**

- Sosyal mesafenin artırılmış olması. Bu kapsamda masa, şezlong gibi eşyaların arasının sosyal mesafe kurallarına uygun olması,
- Lobby, fuaye, dinlenme ve oturma alanlarında koltuk ve sandalye sayıları en aza indirilerek sosyal mesafe işaretlemelerinin yapılması,
- Ortak alanlarda kalabalıkların olmaması ve sosyal mesafe kurallarına uygun hareket edilmesi,
- Açık havada temas mesafesinin 2 metre olması,
- Aynı anda ortak kullanılabilir masalarda kişi sayısı limitinin olması,
- Disko gibi yoğunluğun fazla olduğu eğlence yerlerinin kapatılması,
- Plajın aşırı kalabalık olmaması için rezervasyon sisteminin uygulanması.

## **Personel gereklilikleri**

- Personelin, virüs ile ilgili bilinçli olması, kişi sel bakımına ve hijyen kurallarına uygun hareket etmesi,
- Yeterli sayıda personelin hizmet sunması,
- Tüm personelin Sağlık Bakanlığı tarafından periyodik teste tabi tutulması.

## **Genel tedbirler**

- Yabancı misafir sayısının minimum düzeyde tutulması,
- Ortak alanlarda maske takma zorunluluğunun getirilmesi,
- Misafirlerin, ortak alanların girişinde bulunan dezenfektan jel ile ellerini dezenfekte etmelerinin sağlanması,
- Çalışanların otel de konaklaması ve dışarı ile ilişkilerine ara vermesi.

## **Katılımcıların uçak kabinine yönelik hijyen beklentileri**

### **Hijyen-sanitasyon**

- Uçağa binmeden yolcuların dezenfektan cihazından geçmesi,
- Uçağa binişte yolcuların muayene edilmesi, yolculara maske verilmesi ve el dezenfektanı sunulması,
- Uçağın her sefer sonrası koltuk cepleri dahil dezenfekte edilmesi,

- Her koltuğa, masaya, yastığa yolcu değişimlerinde değiştirilip atılacak kullan-at kılıf takılması ya da bu eşyaların dezenfekte edilecek bir malzemeyle örtülmesi,
- Bagajların dezenfekte edilmeden uçağa kesinlikle alınmaması,
- Uçak içinde gazete dergi kitapçıkların olmaması,
- Uçak içindeki tuvaletlerin en üst seviyede temiz tutulması,
- Havalandırma sisteminin içerdeki havayı sürekli temizlemesi,
- Klima santrallerinde HEPA filtre beraberinde UV-C kullanılması,
- Havalimanlarının tamamen dezenfekte edilmesi,
- Havaalanındaki hijyen tedbirlerinin salgından sonra da belirli ölçüde devam etmesi.

### **Sertifika-standardizasyon**

- Uçağın bağımsız bir kuruluş tarafından şeffaf bir şekilde denetlenmesi şartıyla hijyen ve dezenfeksiyon sertifika sisteminin sağlanması,
- Yapılan denetimlerin video kayıt sistemiyle kaydedilmesi ve isteyen müşterilerin seyredebileceği bir platformda sürekli olarak bulunması,
- Sağlık Bakanlığı'nın açıkladığı talimatlara tam uyulması.

### **Yiyecek-içecek**

- Yiyecek içecek ürünlerine çıplak elle temasın olmaması,
- İkramların ambalajlı bir şekilde yapılması,
- İçecekler dâhil bütün ürünlerin kapalı ambalajlarda sunulması,
- Her yolcuya özel tek kullanımlık malzemeler ile hizmet verilmesi.

### **Sosyal mesafe**

- Yan yana oturan yolcu olmaması, oturma düzeninin çapraz olması,
- Uçağa biniş ve inişlerin sıkışıklığa sebep olmayacak şekilde organize edilmesi,
- Hasta veya rahatsızlığı olan yolcuların diğer yolculardan ayrı tutulması,
- Koltuk aralarına koruyucu cam veya plastik yüzeylerin yerleştirilmesi,
- Kabin bagajı koyma sırasındaki yoğunluğun önüne geçilmesi veyahut kabin bagajının yasaklanması,
- Zorunlu olmadıkça kimsenin yerinden kalkmaması. İzinsiz yerinden kalkmanın yasak olması. Kalkacak kişinin hostes nezaretinde maske vb. malzemelerle kalkması.

### **Personel gereklilikleri**

- Personelin, virüs ile ilgili bilinçli olması, kişisel bakımına ve hijyen kurallarına uygun hareket etmesi,
- Tüm personelin Sağlık Bakanlığı tarafından periyodik teste tabi tutulması,
- Uçuş ekibinin sağlık kontrollerinin yapılmış olması, kişisel temizliğine dikkat etmesi, maske ve eldiven kullanması.

## Genel tedbirler

- Hastalık belirtisi gösteren yolcu ve mürettebatın uçağa alınmaması.
- Sadece vaka sayısı sıfır olan yerleşim yerlerine sefer düzenlenmesi,
- Tüm iç hatlarda su hariç servisin kaldırılması,
- Biniş öncesi hızlı test yapılması,
- Yaşa göre yolcuların bölümlere ayrılması,
- Uçurulan bir uçağın en az 72 saat boyunca uçurulmaması,

## Katılımcıların diğer hijyen beklentileri

### Resepsiyon

- Misafirlerin otele giriş kapısında sağlık kontrollerinin yapılması,
- Misafirlerin bavul ve çantalarının misafire bilgisinin verilerek dezenfekte edilmesi,
- Misafirlere maske verilmesi,
- Rezervasyonu olan misafirler için giriş ve çıkış işlemlerinin hızlandırılması,
- Misafirlere otel bilgisi, sosyal mesafe, alınan önlemler ve uyarılara ilişkin bilgilendirme formu verilmesi,
- Misafirlerin kişisel bakımlarını yapabilmeleri ve telefonlarını temizleyebilmeleri için uygun dezenfektanlar bulundurulması,
- Resepsiyon masalarının ve mobilyalarının belirli aralıklarla (2-3 saatte bir) dezenfekte edilmesi,
- Sosyal mesafe kuralına uygun işaretlemelerin yapılması,
- Kapı anahtarları ve kartlarının dezenfekte edilip teslim edilmesi.

### Kat hizmetleri ve çamaşırhane

- Çarşaf ve diğer tekstil ürünlerinin toplanmasında görevli personelin maske ve eldiven kullanması ve uzun kollu sıvı geçirmeyen önlük giymesi,
- Misafirler tarafından kullanılan tekstil ürünleri (nevresim, çarşaf, havlu vb.), toz ve partikül oluşumuna izin vermeyecek (çırpma ve silkeleme yapılmamalıdır) şekilde dezenfekte edilmesi,
- Yıkama için deterjan ve sıcak su (60-90°C) kullanılması ve bu malzemelerin kurutma makinesinde kurutulması,
- Temizlik sırasında, her oda için ayrı ayrı tek kullanımlık bezlerin kullanılması.

### Transfer

- Araçların her seyahat sonrasında dezenfekte edilmesi,
- Şoförlerin günlük testlerinin yapılması,
- Şoförlerin maske, eldiven gibi koruyucu önlemler alması,
- Taşıtlarda alkol bazlı el antiseptiği, kolonya ve yolcular için yeterli sayıda maske bulundurulması,
- Yolcu ile temasın ve konuşmaların minimum düzeyde olması,
- Araçların kesintisiz bir şekilde havalandırılması,

- Koltuk, kapı kolu, el tutacağı gibi sık temas edilen yüzeylerin her servis başlamadan önce dezenfekte edilmesi.

### **Toplantı salonları**

- Salonun giriş bölümünde el dezenfektanının bulunması,
- Toplantı salonlarının, otel yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre temizlenmesi,
- Masa ve oturma düzeninin sosyal mesafe kurallarına uygun yerleştirilmesi,
- Salonlarda yer alan teknik ekipmanların (mikrofon, telsiz, telefon, monitör vs.) düzenli olarak dezenfekte edilmesi,
- Salonlarda havalandırmanın düzenli yapılması.

### **Fitness salonları & SPA**

- Salon girişinde sosyal mesafe işaretleri ve misafirlerin kullanımı için el dezenfektanının bulunması,
- Fitness salonları & SPA'nın, otel yönetimi tarafından hazırlanan protokole göre temizlenmesi,
- Spor aletlerinin birbirine olan aralığı sosyal mesafe dikkate alınarak düzenlenmiş olması,
- Spor aletlerinin tüm yüzeyleri ve temasın olduğu tüm yüzeylerin düzenli olarak dezenfekte edilmesi,
- Temiz ve kirli havlu istasyonunda, misafirler ve çalışanların temasını en aza indirecek şekilde önlemlerin alınması,
- Salonlarda havalandırmanın düzenli yapılması.

### **Personel gereklilikleri**

- Yönetim dâhil bütün otel çalışanlarının otel açılmadan önce testten geçirilmesi,
- Bütün personele Covid-19'a özel hijyen eğitimlerinin periyodik olarak verilmesi,
- Personelde motivasyonun sağlanması ve psikolojik destek verilmesi hususunda gerekli özenin gösterilmesi,
- Personelin, virüs ile ilgili bilinçli olması, kişisel bakımına ve hijyen kurallarına uygun hareket etmesi,
- Tüm personelin Sağlık Bakanlığı tarafından periyodik teste tabi tutulması,
- Dışarıdan gelen personel var ise otele girişinde ve çıkışında sağlık kontrolünün sağlanması,
- Personelin maske, eldiven gibi koruyucu önlemleri almasının sağlanması,
- Misafirin herhangi bir hastalık belirtisi göstermesi halinde personelin müdahale planı hakkında bilgisinin olması,
- Tüm departman yöneticilerinin alınan önlemler ve süreçler ile ilgili periyodik toplantı yapması,

- Toplantıların e-egitim metoduyla yapılması için gerekli teçhizat ve donanımın belirlenmesi,
- Personel tarafından kullanılan ekipman, araç ve gereçlerin dezenfektanının sağlanması,
- Personelin iş giriş ve çıkışlarında ve tüm alanlarda sosyal mesafe kurallarına riayet etmesinin sağlanması,
- Personelin giysi ve ayakkabılarının uygun yöntem ve malzeme ile dezenfekte edilmesi.

### **Genel tedbirler**

- Her misafire özel, mümkün olduğunca tek kullanımlık malzemeler ile hizmet verilmesi,
- Alternatif olarak otellere hızlı Covid-19 testi temin edilmesi ve kimlik bildirim sistemi benzeri bir sistemle test sonuçlarının ilgili kurumlara bildirilmesi,
- Yoğunluğun yaşandığı bölümlerde yerlerin çizgi çekilerek işaretlenmesiyle sosyal mesafenin belirtilmesi,
- Acil durumlar halinde uygulanacak protokol, aranacak kişi ve kurumların hazırlığının yapılması,
- Acil durumlar için karantina alanları belirlenmesi, kullanımı ve tahliyesi sonrası dezenfeksiyon süreçlerinin belirlenmesi,
- Tesis bünyesinde koruyucu kıyafet ve ekipman bulundurulması,
- Misafirlere yönelik kişisel hijyen konusunda eğitim verilmesi, bilgi notu gibi hatırlatıcı metinler verilmesi ve etkinliklerin yapılması,
- Tesis genelindeki tüm havalandırma sisteminin temizliği ve dezenfeksiyonunun yapılması,
- Dışardan gelen tedarikçilerin, bakım elemanlarının, şoförlerin vb. sosyal mesafe kuralına uymaları konusunda uyarılması.

### 3.SONUÇ

Araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, aşağıdaki sonuçlara ulaşmak mümkündür:

#### **Çoğunluk; orta yaşlı, tatil bütçesi 5.000 TL'den az, yılda bir kez tatile çıkan yaz tatilcileri!**

Katılımcıların çoğunluğu; 31-40 yaş aralığında olup, yıllık ortalama tatil bütçesi 5.000 TL'den az olan, yılda bir kez yapan ve tatil için de en çok sırasıyla temmuz, ağustos ve eylül aylarını tercih eden bireylerden oluşmaktadır.

#### **İç turizmin kaleleri Antalya, Muğla, İzmir. Ancak Antalya talebinde azalış, Muğla talebinde artış sinyali var!**

Katılımcılar, son 3 yıl içerisindeki tatillerinde en çok sırasıyla; Antalya, Muğla ve İzmir destinasyonlarını tercih etmişlerdir. Bu yıl ise, salgının kısa bir süre içerisinde bitmesi halinde, bu destinasyon sıralaması değişmemektedir. Ancak bu sıralamada Antalya'nın tercih oranı azalmakta, Muğla'nın tercih oranı artmaktadır.

#### **“Kararsızlar” ikna edilirse, oteller için talep daralması en fazla %33 düzeyine kalır!**

Katılımcıların çoğunluğu (%39) 2020 yılı içerisinde “bir otelde kalarak” tatil yapma konusunda kararsızdır. Her üç katılımcıdan biri ise bu yıl “bir otelde kalarak” tatil yapmak istemediğini belirtmiştir. Ancak kararsızları olumlu etkileyecek koşulların oluşması ile otelde tatile yönelik talep daralması en fazla %33 bandında tutulabilir.

#### **Bu yıl 100 kişiden en az 80'i yeniden sıcak denizlere inebilir!**

Katılımcıların %27'si salgın geçer geçmez tatile çıkmak istediğini belirtmiştir. Öte yandan ikna olursa tatile gitmeyi düşüneceklerini belirtenlerin oranı %53 düzeyindedir. Ancak katılımcıların %20'si bu yıl kesinlikle tatile gitmek istemediğini belirtmiştir. En olumsuz tutuma sahip bu %20'lik kesimin de salgının ve oluşturduğu olumsuz psikolojik koşulların düzelmesi halinde küçülme göstereceği beklenmektedir.

#### **Talep, salgının bitiş tarihi konusunda “iyimser” ve “kötümser” iki kutba ayrılmış durumda. İyimserlerin desteğe, kötümserlerin iknaya ve motivasyona ihtiyacı var!**

Katılımcılar salgının Türkiye'de sona erme tarihini tahmin noktasında iki uç gruba bölünmüşlerdir. %32'lik bir kesim salgının yakın vadede (Mayıs-Haziran) biteceğini tahmin ederken %28'lik bir kesim salgının en erken ekim ayında biteceğini tahmin etmektedir. Bu tablo birbirine yakın oranlarda ikiye bölünmüş “iyimser” ve “kötümser” iki ayrı kitlenin oluştuğunu ortaya koymaktadır.

## **Konjonktürel bir turist profili: “endişeli istekliler”.**

### **Sağlığı konusunda “endişeli”, tatile çıkma konusunda “istekli”!**

Her on katılımcıdan yedisi virüsün kendilerine de bulaşabileceğini düşünüyor ve endişeli. Katılımcıların %44'lük bir oran ile çoğunluğu, Türkiye genelinde vaka sayısı ancak 10 kişinin altına düşünce kesinlikle tatile gitmeyi düşünmediğini ifade ediyor. Bu durum katılımcıların “endişeli” olduğunu göstermektedir. Öte yandan vaka sayısındaki azalma ile turizme talep arasında da ters orantılı bir tutumun oluşacağı görülmektedir. Öyle ki, tüm Türkiye genelinde vaka sayısı bin kişinin altına düştüğünde, kesinlikle tatile gitmeyi düşünmediğini belirtenlerin oranı %40 düzeyindedir ve buraya kadar ki bulgular birlikte okunduğunda, insanların endişeli olmalarına rağmen, tatile gitme konusunda da “istekli” oldukları anlaşılmaktadır. Bu çerçevede; salgınla mücadele sürecindeki başarı sürdürülerek endişe giderilmelidir. Belirli bir eşikten sonra, artık tatil yapma isteği konusunda talebin motivasyonu Kültür ve Turizm Bakanlığı ve sektör işbirliğinde arttırılmalıdır.

### **“Büyük karar” ayı: Haziran!**

Salgın haziran ayında tamamen bitmiş olur ise katılımcıların %55'i bu yaz gönül rahatlığı ile bir otelde kalarak tatil yapabileceklerini belirtmişlerdir. Haziran, katılımcıların çoğu için hem salgınının bitişinin beklendiği ayı (Grafik/Tablo 13) hem de kendi planları için kritik olan ayı işaret etmektedir. Bu nedenle haziran ayında vaka sayılarının ülke genelinde 100 kişinin altına düşmesi durumunda, katılımcıların %56'sının (Grafik/Tablo 14) tatile psikolojik açıdan hazır hale geleceği anlaşılmaktadır. Öte yandan katılımcıların %88'i haziran ayından sonra tatile çıktıklarını belirtmişlerdir (Grafik/Tablo 8). Bu durum, salgınla mücadelede haziran ayı sonuna kadar yakalanacak başarının, iç turizm talebi için kararı kritik düzeyde etkileyeceğini düşündürmektedir.

### **Salgın “cüzdan” a da bulaştı. Ancak tatilsiz de olmuyor!**

Her on katılımcıdan sekizi, salgından bir şekilde ekonomik olarak zarar gördüğünü, yedisi ise işinin/mesleğinin geleceğinden endişeli olduğunu ifade ediyor. Ancak bu sene kesinlikle tatile gitmeyeceğim diyenlerin oranı, on kişiden iki kişiye tekabül ediyor. Yani salgından ekonomik zarar gören sekiz kişiden altısı ve işinin/mesleğinin geleceğinden endişeli olduğunu ifade eden yedi kişiden beşi, bu zorluklara rağmen “tatile gitmekten vazgeçtim” demiyor.

### **“Otelsiz tatil, minimalist tesis!”**

### **Büyük ve kalabalık oteller “out”, daha sakin butik oteller, otonom ruhlu bungalov ve villalar “in”**

“Evde kalmak” halinin 100 katılımcıdan 27'sini tatile gitme konusunda “kararlı”, 53'ünü ise “ikna olması halinde” tatile çıkamaya istekli hale getirdiği görülmektedir. Buna rağmen kesinlikle tatile çıkmayacağım diyenlerin oranı %20 düzeyindedir. Ancak katılımcılara “2020 sezonu bitmeden bir otelde kalarak tatil yapmayı planlıyor musunuz?” sorusu

sorulduğunda, bu soruya “hayır” yanıtını verenlerin oranı %33 düzeyinde (Grafik/Tablo 11) gerçekleşmiştir. Diğer bir ifadeyle “tatil yapmak istemiyorum” diyenlerin oranı: %20 düzeyindeyken, “bir otelde kalarak tatil yapmak istemiyorum” diyenlerin oranı %33 düzeyindedir. İki kitle arasındaki farkı oluşturan %13'lük kesimin otel dışında bir tatil arayışına yönelebileceği tahmin edilmektedir. Bu durumun; otel gibi büyük kapasiteli konaklama işletmelerinden, butik otel gibi daha ufak çaplı, villa ve bungalov gibi daha özerk konaklama işletmeleri türlerine yönelik bir talep doğuracağı düşünülmektedir. Hatta talepte, Antalya destinasyonu için azalış Muğla destinasyonu için artış şeklinde gözlenen (Grafik/Tablo 9-10) sinyalin gerekçelerinden birinin de bu olabileceği değerlendirilmektedir. Öte yandan bu durumun, daha çok küçük çaplı tesisleri bünyesinde barındıran Karadeniz bölgesi gibi destinasyonlara yönelik talebi de arttırabileceği tahmin edilmektedir.

### **Süreçte kritik bir adım: Sertifikaya güven sağlamak!**

Otellerin Covid-19 sonrasında hijyen kriterlerini sağladığına dair almış oldukları/alacakları kalite/standardizasyon sertifikalarına “kesinlikle güvenenler”in oranı %10 iken “kesinlikle güvenemeyenler”in oranı %17 olarak belirlenmiştir. Bu oran, bu yıl kesinlikle tatile çıkmayacağını belirtenlerin oranı (%20) ile uyum göstermektedir. Ancak sertifikaya kısmen güven oranı ise %73 düzeyindedir. Zaman içerisinde bu kitlenin güvenini arttıracak gelişmelerin olması, sertifikaya güven oranını daha yüksek bir düzeye çekebilir. Öte yandan katılımcıların henüz kriterleri ve uygulaması belirlenmemiş bir sertifika hakkında değerlendirme yaptıkları da gözden kaçırılmamalıdır.

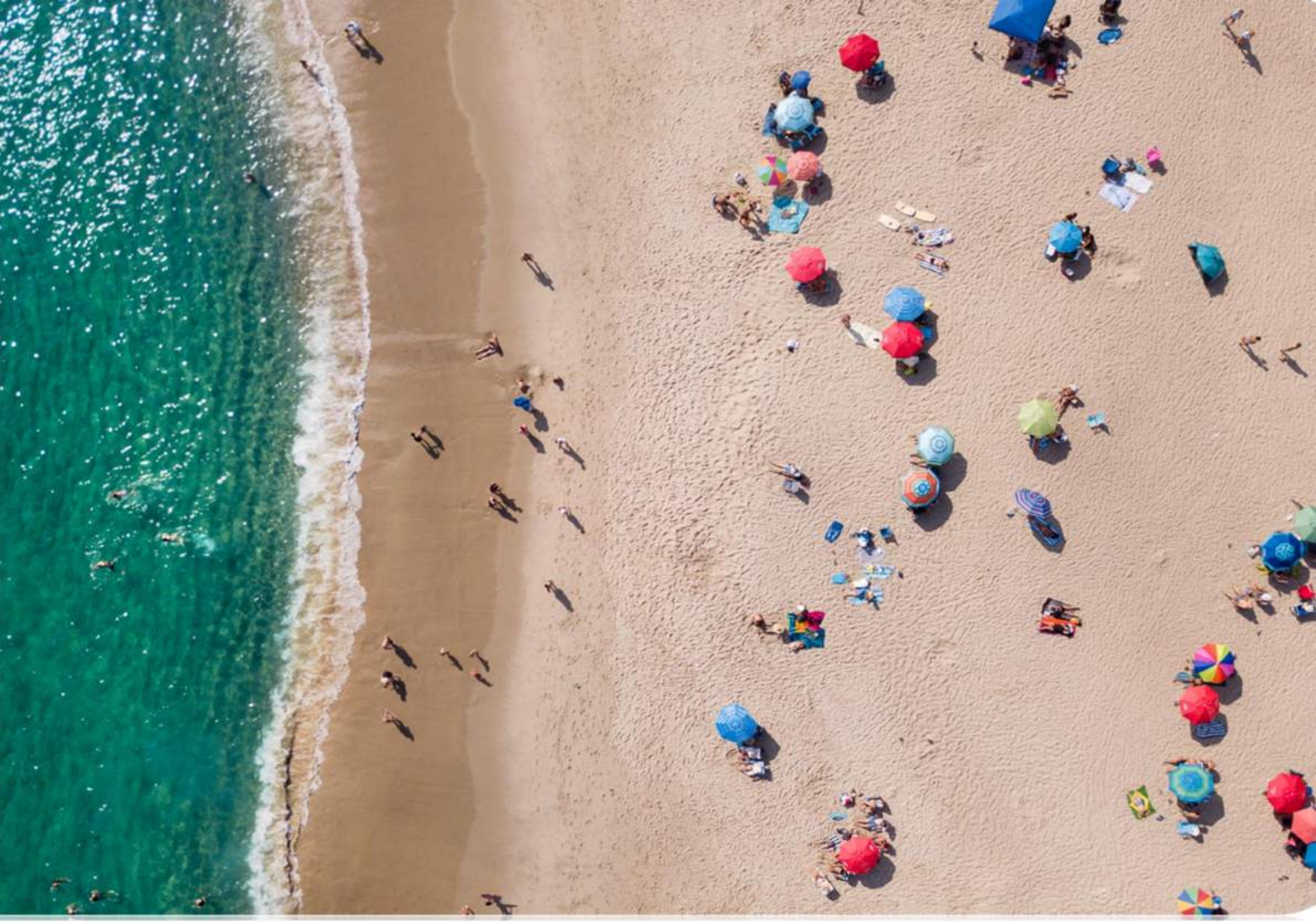
### **En zor kitle: “Endişeli isteksizler”**

Yapılan detaylı analizlerde bazı spesifik gruptaki katılımcıların 2020 tatili için diğer katılımcılara nazaran daha olumsuz tutumlara sahip oldukları belirlenmiştir. Bu doğrultuda, salgın konusunda güvenli aşamaya gelindikten ve gerekli tedbirler alındıktan sonra, iç turizm talebinde en fazla ilginin gösterilmesi ve ikna edilmesi gereken kitlenin; kadınlar, 31-40 yaş aralığındaki bireyler, çocuklu aileler ve 5.000 TL gelir düzeyinin altındaki bireyler olduğu belirlenmiştir. Bir birey bu kriterlerin ne kadarına birden sahip ise, 2020 yılı içerisinde turizme katılma ihtimali de o kadar zayıf hale gelmektedir. Bu bireylerin diğer gruplara nazaran hem “endişe” düzeyleri daha yüksek, hem de tatile çıkma istekleri daha düşüktür. Araştırmanın “nicel bulgular: detaylı analizler” kısmında yapılan analizlerde, diğer koşullardan bağımsız olarak, kitledeki endişe arttıkça, tatile çıkma isteğinin de anlamlı bir biçimde azaldığı belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, tatile çıkma isteğinin arttırılmasında ana strateji, endişe duygusunu oluşturan etkenler ile mücadele etmek üzerine kurgulanmalıdır.



## Kaynakça

- Anonim. (2020). Konaklama ve Yeme & İçme Tesisleri için Hijyen Değerlendirme Formu.
- Bhattacharjee, A. (2012). Social Science Research: Principles, Methods and Practices. Textbook Collection, Book: 3, Scholar Commons, University of South Florida, ABD.
- Can, A., (2014), SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi, Pegem Akademi, Ankara, Türkiye.
- Field, H. (2020). Post-Covid-19 Hotel Re-opening Planning – Start Now. Link: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4098181.html> (erişim tarihi: 01.05.2020).
- Krejcie, R. V. ve Morgan, D. W. (1970). Educational and Psychological Measurement. 30, 608.
- LPU. (2012). Research Methodology. Lovely Professional University. Excel Books Private Limited Publishing, New Delhi, Hindistan.
- Marczyk, G., DeMatteo, D. ve Festinger, D. (2005). Essentials of Research Design and Methodology. John Wiley & Sons, Inc. Publishing, New Jersey, ABD.
- Mohan, D ve Mehtani, A. (2020). Hotel Operations in Covid Era. Link: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4098168.html> (erişim tarihi: 01.05.2020).
- Şahin, O. (2020). Sertifikasyon Sistemine ilişkin Tavsiyeler. <https://www.tourismtoday.net/sertifikasyon-sistemine-iliskin-tavsiyeler> (erişim tarihi: 01.05.2020).
- Tripodi, S. & Bender, K. (2010). The Handbook of Social Work Research Methods. *in: Chapter 7: Descriptive Studies*, (Ed. Bruce A. Thyer), SAGE Publishing, California, ABD.



## **COVID-19 sürecinde Türkiye’de iç turizm talebi:** Mevcut durum ve beklentiler