


COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışına etkisi: Bursa örneği

The effect of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behavior: A case study of Bursa

Barış Demirci¹ 

Sümeyye Üstün² 

¹Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye, bdemirci@ogu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1247-1841

²Yüksek Lisans Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye sumustun8@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4724-8292

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Barış Demirci,

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi,
Eskişehir Türkiye, bdemirci@ogu.edu.tr

Başvuru/Submitted: 14/07/2021

Revizyon/Revised: 17/09/2021

Kabul/Accepted: 25/09/2021

Yayın/Online Published: 25/12/2021

Atf/Citation: Demirci, B., & Üstün, S., COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışına etkisi: Bursa örneği, bmij (2021) 9 (4): 1270-1285, doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i4.1888>

Öz

Araştırmanın amacı, COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaç kapsamında Bursa'da kolayda örnekleme yöntemine göre Mart-Mayıs 2021 tarihlerinde 346 kişiden veri toplanmıştır. Elde edilen veriler analiz edilmiş ve araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır. Analizler sonucunda COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte değişkenlerin demografik özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiş ve istatistiksel olarak anlamlı bulunan farklılıklar raporlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Seyahat Riski, Seyahat Davranışı

Jel Kodları: M52, M31, E24

Abstract

The research aims to determine the effect of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behaviour. Within the scope of this purpose, data were collected from 346 people in Bursa between March-May 2021 according to the convenience sampling method. The data obtained were analyzed and interpreted for the research. As a result of the analyses, it was revealed that COVID -19 and travel risk perceptions have a statistically significant effect on travel behaviour. In addition, it was tested whether the variables differed significantly according to demographic variables, and statistically significant differences were reported.

Keywords: COVID -19, Travel Risk, Travel Behavior

Jel Codes: M52, M31, E24

Extended Abstract

The effect of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behaviour: A case study of Bursa

Literature

After emerging in China in 2019, COVID-19, which spread all over the world, affected the tourism sector and other sectors directly or indirectly related to tourism and all sectors. Although it caused significant changes in tourist behaviour, it also caused price increases in tourism businesses that took new precautions. Furthermore, during this period, the risk perceptions of tourists towards travel also increased. Therefore, the study examined the effects of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behaviour. In addition, it was also revealed whether these variables differed according to demographic variables.

Research subject

COVID-19 (coronavirus) is a newly discovered infectious disease caused by the coronavirus that emerged in Wuhan, China, in December 2019 and affected the whole world (Kilic, Aslan and Govce, 2020: 556). Along with the pandemic process, some changes have occurred in consumer behaviour (Baltaci and Akaydin, 2020: 57). While health-related crises affect the risk perceptions of tourists, they can cause a sudden decrease in tourism demand, and at the same time, critical socio-economic reflections may occur, especially in tourism-dependent countries (Novelli, Burgessb, Jonesc, and Ritchie, 2018: 85). Thus, this study examines the effect of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behaviour.

Research purpose and importance

The research aims to reveal the effect of COVID-19, which affects tourism mobility worldwide, and travel risk perceptions on travel behaviour. It is thought that telling this effect is essential in guiding the sectors that have a direct or indirect relationship with tourism, especially the tourism sector, and contributing to the literature.

Contribution of the article to the literature

In their study in the Dach Region, Neuburger and Egger (2020: 9-11) revealed that COVID-19 risk perception and travel risk perception increase the willingness of individuals to change or cancel their travel plans. However, since this research is limited to the Dach Region, they suggested that future studies be conducted in different cultural and geographical regions, and comparisons should be made. Therefore, it is thought that this study will contribute to the literature.

Design and method

Research type

This research was designed as quantitative research. Research models and hypotheses have been developed within the scope of the information obtained from the literature. The data were analysed in current statistical programs and interpreted for research purposes. Factor analysis to test the construct validity of the scale used in the research, correlation analysis to determine the relationships between variables, multiple linear regression analysis to reveal the effect of COVID-19 and travel risk perceptions on travel behaviour, and T-test to examine whether these variables differ according to demographic characteristics. And One-Way Anova analyses were performed.

Research problems

Research problems are determined as "Does the perception of COVID-19 have a significant effect on travel behaviour?", "Does the perception of travel risk have a significant effect on travel behaviour?", "Do COVID-19 and travel risk perceptions differ significantly according to demographic variables?"

Data collection method

The scale used in the research was adapted from the Neuburg and Egger (2020) study. The scale was created by expert lecturers utilising the method of translation and retranslation from English to Turkish. The said scale consists of four parts. In the first part, there are statements on the perception of COVID-19, in the second part on the perception of travel risk, in the third part on the travel behaviour and in the fourth part on the demographic characteristics. The statements in the first three sections were graded as 1: Strongly disagree – 5: Strongly agree on a 5-point Likert scale. The population of the research consists of people living in Bursa. According to the Turkish Statistical Institute (TUIK, 2021), 3101833 people live in Bursa. Sampling was used in the study, and data were collected from 346 people according to the convenience sampling method due to the limitations caused by the pandemic and the unwillingness of people to participate in the research.

Quantitative/qualitative analysis

The research analysis, factor analysis, correlation analysis, multiple linear regression analysis, T-test, and One-way ANOVA analysis were performed. In addition, the data were analysed in current statistical programs.

Research model

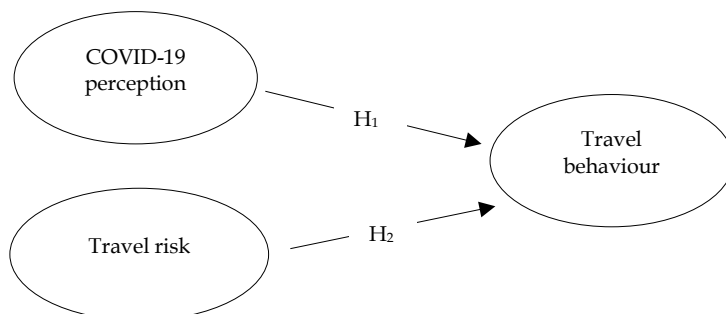


Figure 1: Research Model

Research hypotheses

H1: The perception of COVID-19 has a significant effect on travel behaviour.

H2: The perception of travel risk has a significant effect on travel behaviour.

H3: The perceptions of COVID-19 and travel risk differ significantly according to demographic variables.

Findings and discussion

Findings as a result of analysis

Considering the travel frequency during the COVID-19 process, half of the participants travel 1-3 times a year, while the rate of those who never travel is 26.6%. It is understood from the research findings that the majority of the participants travel abroad. According to factor analysis, the scale used in the research was collected in three sub-dimensions. These dimensions explain 69.212% of the total variance. When the averages are examined, it is seen that the perception of travel risk is higher than the perception of COVID-19; It has been determined that travel behaviour has the lowest average. According to the correlation analysis, there is a moderate relationship between the perception of COVID-19 and travel behaviour. There is a strong negative relationship between travel risk and travel behaviour. According to the regression analysis, perceptions of COVID-19 and travel risk have a statistically significant effect on travel behaviour; It has been determined that COVID-19 and travel risk perceptions can explain 60.5% of travel behaviour. Perceptions of COVID-19 and travel risk and travel behaviour show a significant difference according to gender and travel preference. It has been determined that the perception of travel risk differs significantly according to the travel frequency before and during the COVID-19 period.

Hypothesis test results

As a result of the research, all proposed hypotheses were supported.

Discussing the findings with the literature

The study determined that the travel frequency before COVID-19 was higher than the travel frequency during the COVID-19 process. It is among the research findings that the majority of the participants prefer domestic in their travels. This finding is similar to the study results by Kilic, Aslan, and Govce (2020). In addition, the impact of the study that tourists avoid travelling to places they perceive as a risk is similar to the result of Can and Ozgen's (2020) study. Another result obtained in the research is that people's perception of COVID-19 and risk perception effectively influence travel behaviour. This situation can be said that the perception of COVID-19 and risk are the main reasons for delaying or cancelling travels. This result is similar to other studies in the literature (Leggat, Brown, Aitken and Speare, 2010; Novelli et al. 2018; Caber, Gonz'alez-Rodr'iguez, Albayrak and Simonetti, 2020; Ugur and Akbiyik 2020; Wang, Xue, Wang and Wu, 2020; Neuburger and Egger, 2020; Acar, 2020; Kabadayi and Kardes, 2020). As a result of the research, differences in gender, age and education status regarding demographic characteristics were determined. This finding was reported by Cahyanto, Wiblishauser, Pennington-Gray and Schroeder (2016) and Zhan, Zeng, Morrison, Liang and Coca-Stefaniak (2020). The study determined that the participants aged 20 and under had a higher perception of COVID-19 than the participants in other age groups. This finding is similar to the result in the study of Floyd and Pennington-Gray (2004).

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

It was determined that the travel frequency before COVID-19 was higher than the travel frequency during the COVID-19 period. As a result of the research, the perception of travel risk is higher than the perception of COVID-19; It has been determined that travel behaviour has the lowest average. Another result obtained in the research is that people's perception of COVID-19 and risk perception effectively influence travel behaviour. As a result of the research, gender, age and educational status differences were determined by demographic characteristics. As a result of the research, it is seen that while the COVID-19 perception and travel risk of women are higher than men, the travel behaviours of men are more elevated. The study determined that participants aged 20 and under had a higher perception of COVID-19 than participants in other age groups.

Suggestions based on results

Tourism sector employees, especially agencies dealing with the travel dimension of tourism, can prevent the spread of the virus by taking COVID-19 measures at a high-level during travel. In particular, it can be ensured that mask and social distance rules are followed throughout the trip, disinfection processes can be applied at the end of each trip, and this situation can be shared clearly with customers. Thus, it can give confidence to potential customers.

Limitations of the article

In collecting data within the scope of the research, the COVID-19 vaccine could not be applied to the majority of the public due to the supply problem. Therefore, data were collected from people who had not yet been vaccinated. However, travel restrictions continue in our country in this process, especially on weekends. Therefore, in the next period, with the removal of travel restrictions and the end of vaccination, data can be collected again, and the relationships between these variables can be re-established. In addition, the model can be developed by adding different variables that affect travel behaviour to the model.

Giriş

Tarih boyunca birçok zorlukla karşı karşıya kalınan dünyada, Orta Çağ vebası, 1918-1920 büyük gribi, 2002-2003 SARS-COV, 2004-2006 Kuş Gribi (H5N1) ve 2012 mers-COV gibi bulaşıcı hastalıklara neden olan salgınlar bu zorluklardan bazıları olarak görülebilir (Ceylan ve Özkan, 2020: 23). Son olarak, yeni keşfedilen ve daha öncesinde insanlarda tanımlanmayan koronavirüsün sebep olduğu bulaşıcı bir hastalık olan COVID-19 (koronavirüs); Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkmış ve tüm dünyayı etkilemiştir (Kılıç, Aslan ve Gövce, 2020: 556).

COVID-19, ilk olarak Çin'de ortaya çıktıktan sonra Uzakdoğu'ya oradan Asya'ya, ardından Avrupa'ya, Amerika'ya ve hatta Afrika'ya kadar hızla yayılma göstererek küresel bir salgın haline gelmiştir (Demir, Günaydın ve Demir, 2020: 81). Türkiye'de ise ilk COVID-19 vakası 2020 yılının Mart ayında saptanmış olup ilk ölüm ise yine aynı aylarda görülmüştür (www.saglik.gov.tr, 2020).

Salgın ortaya çıktıktan sonra hem hükümetler ve hem de bireysel olarak insanlar, çeşitli tedbirler almışlardır. Bu nedenle çeşitli kısıtlamalar gündeme gelmiş, sosyal mesafe ve hijyen gibi yeni terimler insan hayatına girmeye başlamıştır (Aydın ve Doğan 2020: 98-99). Pandemi süreci ile birlikte tüketici davranışlarında birtakım değişimler meydana gelmiştir. İnsanlar, izolasyon tedbirleriyle beraber virüs riskinden korunabilmek için kalabalık yerlerden uzak durmaya başlamışlardır. Bundan dolayı tüketicilerin normalde gerçekleştirdikleri tüketim alışkanlıklarında birtakım değişimler meydana gelmiştir (Baltacı ve Akaydın, 2020: 57).

2020 yılında COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörler tur operatörleri, seyahat acentaları, toplantı, kongre ve fuar organizasyonu sektörü, kruvaziyer sektörü, havacılık sektörü ve konaklama sektörü olmuştur. COVID-19 döneminde seyahat hareketlerinin durma noktasına gelmesi, turizmin paydaşları olan bu sektörleri ciddi anlamda etkilemiştir (Özkan ve Yeşildağ, 2021). Tüketici davranışına yönelik değişimlerin turizm açısından da değişikliklere yol açacağı öngörülmektedir. Ayrıca bu dönemde alınan tedbirlerin maliyetleri ve fiyatları yükselterek talebi olumsuz yönde etkilemiştir (Aydın ve Doğan 2020: 98-99). Zaten çoğu havayolu, düşük talep ve uluslararası sınır kapılarının kapanması gibi nedenlerle uçuşlarını azaltmak veya iptal etmek zorunda kalmıştır. Konaklama işletmeleri de doluluk oranlarının düşmesi ve hükümetlerin kısıtlamaları nedenleriyle geçici ya da kalıcı olarak kapanmak durumunda kalmıştır. Festival ve konferanslar gibi mega etkinliklerin iptal olmasıyla turist kabul eden ülkelerin yerel ekonomisi olumsuz olarak etkilenmiştir (Neuburger ve Egger, 2020: 2).

Sağlıkla ilgili krizler turistlerin risk algılarını etkilemekle birlikte turizm talebinde ani bir düşüşe neden olabilmekte ve aynı zamanda özellikle turizme bağımlı ülkelerde önemli sosyo ekonomik yansımalar meydana gelebilmektedir (Novelli, Burgessb, Jonesc ve Ritchie, 2018: 85). Bu doğrultuda araştırmanın amacı, tüm dünyadaki turizm hareketliliğini etkileyen COVID-19 ve seyahat riski algısının seyahat davranışına etkisini ortaya koymaktır. Bu etkinin ortaya konulması, turizm sektörü başta olmak üzere turizmle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişki içinde olan sektörlerle yol göstermesi ve literatüre katkı sunması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Kavramsal çerçeve

İlk olarak 2019 yılında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan COVID-19'un, solunum rahatsızlığına neden olduğu ve hızlı bir yayılma gösterdiği bildirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü bu hastalığın, 2019-nCoV adında yeni bir tür koronavirüs olduğunu vurgulamış, sonra bu virüse SARS-CoV-2 ismini vermiş fakat Wuhan'da düzenlenen rapordan sonra küresel çapta bir salgın olarak hızla yayılan bu hastalığı COVID-19 olarak tanımlamıştır (Baltacı ve Akaydın, 2020: 58).

Türkiye'de ilk COVID-19 vakasının görülmesinden itibaren insanların bir araya geldiği kalabalık mekanlara kısıtlamalar getirilmiştir. Eğitime online olarak devam edilmesi, 65 yaş üzeri ve 20 yaş altı vatandaşlara sokağa çıkma kısıtlamalarının gelmesi, belirli ülkelere yapılan havayolu seferlerinin iptal edilmesi ve karayolu seferlerine sınırlamalar getirilmesi, maske zorunluluğu ve hafta sonu sokağa çıkma yasakları gibi çeşitli önlemler alınmaya başlanmıştır (Baltacı ve Akaydın, 2020: 57).

COVID-19'un en fazla etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir (Sürme, 2020: 9). Bu nedenle turizm sektöründe birtakım değişiklikler meydana gelmiştir (Yenişehirlioğlu ve Salha, 2019: 356). Bu değişiklikler öncelikli olarak havayolu sektörünü, kruvaziyer sektörünü, konaklama sektörünü ve yiyecek içecek sektörünü etkilemiştir (Sürme, 2020: 18). Bu kısıtlamalar hem Türkiye'de hem de dünyanın birçok yerinde meydana gelmiş ve bunun sonucu olarak turizm için yapılan harcamaların önüne duvar örmüştür (Aydın ve Doğan, 2020: 98).

COVID-19'un yayılmasını engellemek adına alınan önlemlerden biri de bireylerarası sosyal mesafenin korunması yönünde olmuştur. Sosyal mesafe tedbirinin alınması, temelinde insan olan hizmet sektörü

altındaki işyerlerini güç duruma sokmuştur. Bunlardan biri olan konaklama sektöründe talep azalmaları yaşanmıştır (Sürme, 2020: 20). Konaklama dışında tur şirketleri de yine ciddi zorluklarla karşı karşıya kalmış ve turlarını iptal eden çok sayıda müşterinin olduğu bildirilmiştir (www.gunes&gunes.com).

Salgının seyahatler yoluyla daha çabuk yayılabileceğini düşünen devletler, sınırlamadaki önceliğin uluslararası kapsamdaki seyahatler olması gerekliliğini vurgulayarak bu konuda çeşitli sınırlamalar getirmişlerdir. Birçok ülke, pandeminin yoğun görüldüğü ülkelere seyahat kısıtlaması getirmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de virüsün yoğun bulunduğu ülkelere olan seyahatleri kısıtlanmış hem şehirlerarası hem de şehir içi yolcu taşımacılığı yapan otobüslerdeki taşıma kapasitesinde, kapasitenin yarısı kadar yolcu taşıma sınırlaması getirilmiş ve yolcuların da sosyal mesafeye uygun şekilde oturmaları gerekliliği vurgulanmıştır (Sürme, 2020: 38-40).

Daha önceki sağlık krizlerinin turizm üzerindeki etkilerine bakıldığında Pine ve McKercher (2004: 143) Sars virüsünün hem genel turizm sektörüne etkilerini hem otelcilik sektörüne etkilerini hem de havayolu sektörüne etkilerini incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda havayolu sektöründeki yolcu sayılarında ve konaklama sektöründeki doluluk oranlarında düşüş yaşanabileceği gözlemlenmiştir. H1N1 virüsü ile ilgili olarak Lee, Song, Bendle, Kim ve Han (2012: 89), farmasötik olmayan müdahalelerin, potansiyel uluslararası turistlerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda isteğin, algılanan davranışsal kontrolün, geçmiş davranışların sıklığının ve farmasötik olmayan müdahalelerin turistlerin niyetini açıklayan değişkenler olduğu, ancak 2009 H1N1 algısının istek ve niyet üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Risk algısı

Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerden biri “algılanan risk” faktörüdür. “Algılanan risk” kavramı ilk kez Bauer (1960) ile tüketici davranışları literatürüne girmiştir (Ateşoğlu ve Türker, 2014: 10). Tüketiciler, bir ürünü veya hizmeti satın almaya karar verirken bu kararın doğru bir karar olmasını ve verdikleri kararın sonucunda memnun olmak istemektedirler. Fakat tüketiciler bir yandan da verdikleri karar sonucunda, belediklerinin tersi bir olay ile karşı karşıya kalabilme endişesi içine girebilmektedirler. (Erbaş ve Karamustafa, 2011: 104). Tüketicilerin satın almadan önce ne tür ürünleri seçeceği ve bunları nereden ve ne zaman satın alacağı vb. gibi satın alma kararlarının bir parçasını, algılanan risk kavramı oluşturmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2013: 26).

Genel itibarıyla algılanan risk kavramı, bir ürün veya bir hizmetin, tüketicilerin kendilerine sağlayacağı yararlar karşın o ürün veya hizmette saklı bulunan muhtemel kayıplar arasındaki bağlantıyı anlatmaktadır (Temeloğlu, 2015: 160). Lim (2003: 2198), algılanan riskin; fiziksel risk, finansal risk, psikolojik risk, sosyal risk, performans riski, zaman riski, kişisel risk, gizlilik riski ve kaynak riski olmak üzere dokuz boyuttan oluştuğunu belirtmektedir. Turistlerin bir tatil yeri seçerken genellikle karşılaştığı can güvenliği riski gibi risk türleri “fiziksel risk” boyutunu tanımlamaktadır. Turistlerin tatil için ödemiş oldukları maliyetlerin yüksek veya düşük olma durumu “finansal risk” olarak ifade edilmektedir. “Sosyal risk” ve “psikolojik risk” ise turistlerin seçmiş oldukları bir yerde tatil yapması, onlara nasıl hissettireceği ve bu seçmiş oldukları tatile yakın çevresinin onay verip vermeyeceği durumunu ifade etmektedir. “Tatil için harcadığım zamana değecek mi?”, “Bu ülkede tatil için gerekli olan süre kaç gündür?” gibi sorularla karşı karşıya kalınması “zaman riskini” belirtmektedir. Turistler, satın almış buldukları bir turizm faaliyetinde, seyahat ve konaklama gibi işletmelerin performansları ile ilgili kaygıları ise, “performans riski” algısı olarak ifade edilmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2014: 10). Herhangi bir satın alma davranışında, algılanan riskin niteliği ve miktarı nedeniyle bireylerin zarar görme olasılığı “kişisel risk” olarak tanımlanmaktadır. Tüketicilerin endişelerinden biri olan kredi kartı bilgilerinin çalınması ve bu durumdan zarar görme olasılıklarının yüksek olması buna örnek olarak verilebilir. Çevrimiçi işletmelerin bireyler hakkında veri toplama ve bunları uygunsuz bir şekilde kullanma olasılığı “gizlilik riskini” ifade etmektedir. Bu risk boyutu, tüketicilerin alışveriş alışkanlıkları gibi açıklanmamış bilgilerin açığa çıkmasıyla ilgili durumu ifade etmektedir. Bireylerin ürün satın aldıkları işletmelerin güvenilir olmaması nedeniyle zarar görme olasılığı “kaynak riskini” ifade etmektedir. Bu algı, bir şirketin var olup olmadığı gibi satıcıların güvenilirliğine ilişkin genel bir algıdır (Lim, 2003: 219). Turizmde risk algısı, seyahat kararları verme, seyahat ürünleri veya deneyimleri satın alma ve tüketme riskine ilişkin bir durumun değerlendirilmesi ile ilişkilidir (Neuburger ve Egger, 2020: 3).

Sönmez ve Graefe (1998a: 112), terörizm riskinin tatil kararına olan etkisini incelemiş ve araştırma sonucunda uluslararası tutumun, risk algılama düzeylerinin ve gelirin uluslararası tatil destinasyonu seçimini doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Floyd ve Pennington-Gray (2004: 1052) turistlerin risk algılarına göre profillerini çıkarmış ve risk faktörleri, bilgi kullanımı ve demografik özellikler açısından kümeler arasındaki farklılıkları incelemiştir. Sonuçlara göre biraz daha yaşlı ve emekli

grubun diğer gruba göre genel olarak bilgi kaynaklarına danışma olasılığının daha düşük olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca bu grup; turistlerin, terörizm hedefi olma riskinin düşük olduğunu vurgulamıştır.

Karamustafa ve Erbaş (2011: 103) yabancı turistlerin paket turları satın alırken “fonksiyonel risk” faktörü algılarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Ateşoğlu ve Türker (2013: 24) Türkiye’de tatil yapan turistlerin algıladıkları en fazla risk türlerinin ise “sosyo-psikolojik risk ve performans riski” olduğu sonucuna varmışlardır. Aynı araştırmacılar (2014: 9) ülke imajı ile risk algısı arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ve ülke hakkında pozitif yönde yapılan haberlerin algılanan riski etkileyebileceğini belirtmişlerdir.

Akkılıç ve Varol (2015: 14) davranışsal niyetler üzerinde algılanan değer olumlu; algılanan riskin ise olumsuz bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Can ve Özgen (2020: 130) turistlerin risk olarak algıladıkları yerlere seyahat etmekten kaçındıklarını ancak Türkiye’ye gelmeden önce olumsuz düşüncelere sahip olan turistlerin geldikten sonra Türkiye hakkındaki bu düşüncelerinin olumlu anlamda değiştiğini belirtmişlerdir.

Seyahat davranışı

Seyahat davranışı, turistlerin nasıl davrandıkları ve tatillerinde hangi tür aktivitelere katıldıklarını açıklamaktadır (Heitmann, 2011: 31). Vuuren ve Slabbert (2011: 295) ise seyahat davranışı kavramını, turistlerin seyahat öncesinde, sırasında ve sonrasında tutumlarına göre davranış biçimlerini ifade eder şekilde tanımlayarak turistlerin sadece seyahat öncesi ve seyahat esnasında değil seyahat ettikten sonrasındaki tutumlarını da seyahat davranışı kavramına dahil etmektedir.

Sorokowski, Groyecka, Kowal, Sorokowska, Białek, Lebuda ve Karwowski (2020: 1), koronavirüs salgını kişinin, yabancı uyruklulara yönelik tutumlarını etkileyebileceğini, ciddi sosyal sonuçlara dönüşebileceğini ve pandemiden en çok etkilenen ülkelere psikolojik mesafenin artabileceğini ifade etmişlerdir. Novelli vd. (2018: 85) sağlık ile ilgili yaşanan olumsuz herhangi bir durumun turistlerin risk algısını etkileyebileceğini ve talep açısından turizmde önemli bir düşüşe sebep olabileceğini belirtmiştir. Caber, Gonz’alez-Rodr’íguez, Albayrak ve Simonetti (2020: 34) yaptıkları çalışmada risk algısının seyahat motivasyonları, destinasyon imajı ve seyahat niyeti ilişkileri üzerinde olumsuz bir şekilde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

Yapılan araştırmalarda risklerin ilişkili olduğu durumlar da dahil olmak üzere, algılanan riskin turistlerin seyahat niyetlerini olumsuz etkilediği görülmüştür. Ancak Sönmez ve Graefe (1998b: 171) bundan farklı olarak belirli bölgelere yapılan geçmiş seyahat deneyiminin hem oraya tekrar seyahat etme niyetini artırdığını hem de o bölgelerden, özellikle riskli alanlardan, kaçınma niyetini azalttığını ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Leggat, Brown, Aitken ve Speare (2010: 291) Avustralyalıların 2009 pandemisi (H1N1) sırasında seyahatle ilgili endişe düzeylerini ve bunun seyahatler üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, katılımcıların yarısının seyahat ederken pandemi hakkında endişeli oldukları ve katılımcıların üçte birinden fazlasının, öksürük ve ateşlerinin bir günden fazla sürmesi durumunda yüksek olasılıkla yolculuklarını iptal edeceklerini tespit etmişlerdir. Araştırmada eğitim seviyeleri yüksek ve yüksek gelirli kişilerin seyahat ederken pandemi hakkında daha az endişeli oldukları dikkat çekmektedir. Ayrıca gençlerin öksürük ve ateşleri varsa seyahati iptal etme olasılıklarının diğerlerine göre daha düşük olduğu; gezginlerin yarısından fazlasının, pandemiden her ne kadar endişe duysalar, hastalıkla ilgili semptomlara sahip olsalar bile kendi seyahatlerini ertelemeyecekleri görülmektedir.

Aydın ve Doğan (2020: 105) COVID-19 hakkındaki endişelerin, korkuların ve normalleşme döneminde alınan önlemlerin tüketici davranışlarında çeşitli değişimler meydana getirdiğini ortaya koymuşlardır. Salgının, beraberinde sağlık riskini arttırdığından turizmin kitle turizmden alternatif turizme geçiş yapacağını, bununla birlikte turistlerin yabancılara karşı oluşturduğu düşmanlık gibi duyguları ortaya çıkarma ihtimalinden dolayı, turizme karşı negatif durum oluşturabileceğini belirtmişlerdir. Pandemi döneminde turistlerin tepkilerini TripAdvisor formundaki yorumlar üzerinden inceleyen Uğur ve Akbıyık (2020: 1) haberlerin yayılmasıyla birlikte, turistlerin seyahatlerini iptal etmeye veya ertelemeye karar verdiklerini ortaya koymuşlardır. Wang, Xue, Wang ve Wu (2020: 1) salgın karşıtı müzik videolarında tasvir edilen destinasyon imajının, turizm risk algısı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu, aynı zamanda turizm risk algısının, potansiyel turistlerin yer bağlanması ve seyahat niyeti üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Ivanova, Ivanov ve Ivanov (2021: 1) Bulgaristan’da pandemi sonrasında turistlerin seyahat niyetlerini analiz ettikleri çalışmada, katılımcıların çoğunun ülkelerinde seyahat izni verildikten sonra iki ay içinde seyahate hazır olduklarını, kendi araçlarıyla ailecek seyahat edeceklerini ve bir destinasyondaki hijyen, dezenfeksiyon ve güvenilir sağlık sisteminin karar vermede en önemli faktörler olacağını belirlemişlerdir. Neuburger ve Egger (2020: 9-11) Dach Bölgesi’nde (Almanya, Avusturya, İsviçre)

gerçekleştirdikleri çalışmada, COVID-19 risk algısı ve seyahat riski algısının, bireylerin seyahat planlarını değiştirme veya iptal etme isteklerini artırdığını ortaya koymuşlardır. Çalışma, ayrıca seyahat riski algısının kısa sürede nasıl seyahat kaygısına yol açabileceğini de göstermektedir. Fakat bu çalışmanın sadece Dach Bölgesi ile sınırlandırıldığından dolayı gelecek çalışmaların farklı kültürel ve coğrafi bölgelerde de gerçekleştirilerek karşılaştırmalar yapılması gerektiğini önermişlerdir.

Araştırma modeli ve hipotezler

Araştırma modelinin kurulabilmesi için ilgili alanyazından faydalanılmıştır. COVID-19'un turizme etkisiyle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, Demir, Günaydın ve Demir (2020: 99-100) Türkiye turizm sektöründeki çoğu işletmenin düşük kapasitede hizmet verdiğini ve maskesiz girişlerin yasak olduğu gibi birtakım değişimler yaşandığını tespit etmişlerdir. Çalışmada ulaşım sektörüyle ilgili, toplu transfer yerine münferit transferin ön plana çıktığı ve şehirlerarası seyahatlerin çoğunlukla kişisel araçlarla yapıldığı belirtilmiştir. Bu bağlamda konaklama sektörü ve yiyecek-içecek sektörü değerlendirildiğinde, daha çok yarım pansiyon uygulamasının ön plana çıktığı, açık büfenin geri planda kaldığı, küçük otellerin ve sakin yerlerin tercih edildiği, çok uluslu müşteri profillerinden kaçınıldığı, hijyen kurallarına daha çok dikkat edildiği, tesislerdeki ortak kullanım aktivite alanlarında talebin azaldığı ve bu alanların kullanımında birtakım sınırlamaların getirildiği gözlemlenmiştir. Çalışmada turistlerin tercihinin daha çok açık alanda yapılan turistik faaliyetler üzerine yoğunlaştığı ve sosyal mesafe kurallarına dikkat edilen, daha güvenli yerlere karşı taleplerin olduğu sonucuna varılmıştır. Acar (2020: 16) ise COVID-19'un turizm faaliyetlerine etkisini incelemiş, hem ulusal hem de uluslararası seyahat hizmetleri arzının önemli derecede bir azalış gösterdiğini dolayısıyla küresel çaptaki turist hareketliliğini de azalttığını ortaya koymuştur.

Yenişehirlioğlu ve Salha (2019: 355) Türkiye'de yerli turistlerin birçoğunun yaptıkları rezervasyonları iptal ettiklerini ve ilerleyen süreçteki 3-6 ay kadar tatil yapmayı düşünmediklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca yerli turistlerin tatil yapacakları bölgeyi seçerken kalabalık olmayan, sosyal mesafenin korunduğu, daha çok yazlık, bungalov, yayla gibi yerlerin tercih listelerinde yer alacağı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Kabadayı ve Kardeş (2020: 3703) yerli turistlerin seyahat planlarını azalttığını ve ertelediklerini ortaya koymuşlardır. Ayrıca araştırmada potansiyel yerli turistlerin, tercihlerini temizlik ve hijyenin yüksek olduğu bölgelerden yana kullanacakları belirtilmiştir.

Wachyuni ve Kusumaningrum (2020: 73), COVID-19'un sona ermesinden sonra turist davranışlarında oluşacak farklılıklar üzerine araştırma yaptıkları çalışmada, turistlerin seyahat algılarının salgından önceki gibi eğlenceli olacağı yönündedir. Bu yüzden salgın sona erdikten sonra turistlerin seyahat etmede herhangi bir kaygı yaşamayacağı ortaya konulmuştur. Fakat turist davranışlarında birtakım değişiklikler olacağı öngörülmektedir. Örneğin; turistler seyahat edecekleri yerin güvenli ve temiz olmasına, seyahat sürelerinin daha kısa olmasına dikkat edeceklerdir. Doğal turistik yerlere ziyaretlerin artacağı öngörülmektedir. Ayrıca araştırmada, salgından sonraki dönemde, salgın esnasında COVID-19 vaka sayısının çok fazla olduğu ülkelere veya şehirlere yapılacak olan ziyaretlerde bir düşüş yaşanacağı sonucu ortaya konulmuştur. Buna göre araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H₁: COVID-19 algısının seyahat davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Genel olarak seyahat etmenin veya belirli bir destinasyonun algılanan riski, kişinin seyahat planlarını değiştirme, belirli bir destinasyona seyahat etme veya belirli bir destinasyonu seyahat etmeden kaçınma niyetiyle oldukça ilişkilidir. Kişi bir riski olası veya yüksek olarak algıladığında buna karşılık olarak ya seyahati iptal ederek ya da gidilecek yeri değiştirerek riski önlemek için harekete geçmektedir. Bu nedenle, algılanan risk sadece nereye seyahat edileceğine karar vermekle kalmaz, aynı zamanda seyahat edip etmeme niyetini de etkiler (Neuburger ve Egger, 2020: 3-4).

Kılıç, Aslan ve Gövce (2020: 566) COVID-19'un tüketici davranışları üzerinde etkisi olduğunu, turistlerin tatil tercihlerinin yurtiçi olacağını ve daha çok yakın bölgeleri tercih edeceklerini, seyahat ederken toplu taşıma araçlarını tercih etmek istemediklerini, COVID-19 tedbirleri almış olan işletmeleri tercih edeceklerini, büyük ve uluslararası müşteri profiline sahip oteller yerine daha küçük butik otel tarzı, günlük kiralama ev ve karavan tarzı konaklamalara yöneldiklerini, temizlik kurallarına ve sosyal mesafeye dikkat edilmeyen gününbirlik turlardan yana seçim yapmayacaklarını ve eğlence mekanlarından uzak duracaklarını belirtmiştir. Ortaya konulan kuramsal alt yapıdan hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₂: Seyahat riski algısının seyahat davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Yaş, cinsiyet ve sosyal sınıf gibi demografik özellikler tüketici davranışlarını etkilemektedir. Tatil seçimi söz konusu olduğunda yaş, meslek, gelir seviyesi, yaşam tarzı ve kişilik özellikleri gibi etmenler önemli

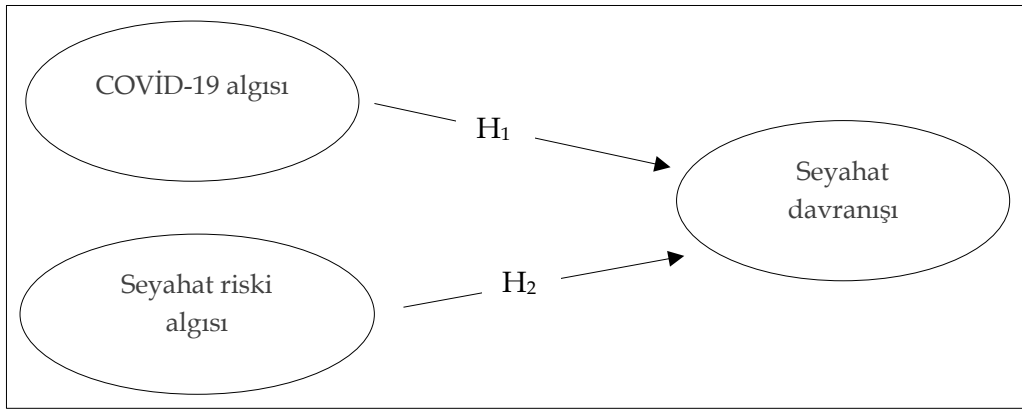
bir rol oynarlar. Tüketicilerin bu özellikleri pazarlamacılar tarafından belirli tüketicilere hitap eden ürün ve hizmetleri belirlemek ve tasarlamak adına kullanılırlar. Örneğin yaş faktörü ele alındığında, gençlerin katılım sağladığı turizm ve öğrenci pazarı, sırt çantalılar ve aktif katılımlı bir tatil gibi turizm seçenekleri sunmaktadır. 55 yaş üstü tüketiciler ise tatil tercihlerinde tamamen farklı bir görüşe sahiptirler. Konfora ve gittikleri yerin kültürünü öğrenmeye daha fazla önem verirler (Heitmann, 2011: 33).

Shoham, Schrage ve Eeden (2004: 7) ABD, Güney Afrika ve İsrail olmak üzere üç farklı ülkedeki öğrenci grubu üzerindeki çalışmalarında öğrenci grupları arasında birçok farklılık olduğunu, bu farklılıkların birçoğunun cinsiyetten kaynaklandığını fakat medeni durum ve gelirin seyahat farklılıklarını açıklamada bir etkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Möller, Weiermair ve Wintersberger (2007: 15), Avusturya'daki yaşlı nüfusun seyahat davranışını inceledikleri çalışmada yaşlı nüfusun hayatlarında seyahatin önemli bir rolü olduğu, bununla birlikte yaşlı nüfus, seyahat tercihlerini uzun süreli seyahatler ve sezon dışı seyahatlerden yana kullandıklarını tespit etmişlerdir. Batra (2009: 210) yaşlı turistlerin seyahat deneyimi, seyahat davranışı ve genel seyahat deneyimi hakkındaki algılarında demografik özellikler (yaş, medeni durum ve eğitim) açısından farklılıklar olduğunu; daha yüksek eğitim seviyesine sahip katılımcıların Tayland'da daha uzun süre kaldığını ortaya koymuştur.

Cahyanto, Wiblishauser, Pennington-Gray ve Schroeder (2016: 195) algılanan duyarlılık ve öz yeterliliğin yurt içi seyahatten kaçınmayı önemli ölçüde etkilediğini ve aynı zamanda algılanan risk, öznel bilgi, yaş ve cinsiyetin de seyahat davranışında önemli rolü olduğunu ortaya koymuşlardır. Zhan, Zeng, Morrison, Liang ve Coca-Stefaniak (2020: 1) COVID-19 salgınının ardından Wuhan'a yapılan seyahatlerle ilgili turistlerin meslek ve ikamet yerlerinin risk algılarının (sağlık, finansal, sosyal, performans) tümü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu; cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve gelirin ise bazı risk algılarını etkilediğini ortaya koymuşlardır. Belirtilen kuramsal çerçeveye göre şu hipotez oluşturulmuştur:

H₃: COVID-19 ve seyahat riski algıları demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotezlerden hareketle araştırmanın modeli Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Yöntem

Araştırma, COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca bu değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı da test edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçek Neuburger ve Egger (2020)'in çalışmasından uyarlanmıştır. Ölçek, alanında uzman öğretim elemanları tarafından çeviri tekrar çeviri yöntemiyle oluşturulmuştur. Söz konusu ölçek dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde COVID-19 algısına, ikinci bölümde seyahat riski algısına, üçüncü bölümde seyahat davranışına ve dördüncü bölümde demografik özelliklere yönelik ifadeler yer almaktadır. İlk üç bölümdeki ifadeler 5'li Likert ölçeğine uygun olarak 1: Kesinlikle katılmıyorum - 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir. Araştırmanın evrenini Bursa'da yaşayan kişiler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2021) verilerine göre Bursa'da 3101833 kişi yaşamaktadır. Araştırmada örneklem alma yoluna gidilmiş, verilerin toplandığı Mart-Mayıs 2021 tarihlerinde pandemiden kaynaklı kısıtlamaların olması ve insanların araştırmaya katılma noktasındaki isteksizlikleri gibi nedenlerle kolayda örnekleme yöntemine göre 346 kişiden veri toplanmıştır. Elde edilen veriler güncel istatistik programlarında analiz edilmiş ve

araştırma amaçları kapsamında yorumlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliğini sınamak için faktör analizi, değişkenler arası ilişkileri belirlemek için korelasyon analizi, COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışına etkisini ortaya koymak için çoklu doğrusal regresyon analizi ve bu değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek için T-testi ve One-way Anova analizleri yapılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde katılımcıların genel özelliklerine, faktör analizine, regresyon analizine ve varyans analizlerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Katılımcıların genel özelliklerine ilişkin bulgular

Tablo 1: Katılımcıların Genel Özellikleri

		n	%			n	%
Cinsiyet	Kadın	140	40,5	Medeni durum	Bekar	216	62,4
	Erkek	206	59,5		Evli	130	37,6
Yaş	20 yaş ve altı	28	8,1	Eğitim düzeyi	Lise	36	10,4
	21-30 yaş	176	50,9		Önlisans	28	8,1
	31-40 yaş	96	27,7		Lisans	238	68,8
	41 yaş ve üzeri	46	13,3		Lisansüstü	44	12,7
Seyahat sıklığı (COVID19 öncesi)	1-3 arası	104	30,1	Seyahat sıklığı (COVID19 sürecinde)	Hiç	92	26,6
	4-6 arası	120	34,7		1-3 arası	174	50,3
	7 ve üzeri	122	35,3		4-6 arası	52	15,0
Seyahat tercihi	Yurtiçi	312	90,2	7 ve üzeri	28	8,1	
	Yurt dışı	34	9,8				

Araştırmaya katılanların %59,5'i erkek; %62,4'ü bekar, yaklaşık %60'ı 21-30 yaş aralığında ve büyük bir çoğunluğunun (%68,8) lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların COVID-19 öncesi seyahat sıklıkları incelendiğinde yılda 7 ve üzeri kez seyahat edenlerin oranı yüksek olmakla birlikte oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir. COVID-19 sürecinde ise seyahat sıklığına bakıldığında katılımcıların yarısı (%50,3) yılda 1-3 kez seyahat ederken hiç seyahat etmeyenlerin oranı da %26,6'dır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%90,2) seyahatlerini yurtiçine gerçekleştirdikleri araştırma bulgularından anlaşılmaktadır.

Faktör analizini ilişkin bulgular

Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan ölçeklerin yapı geçerliğini sınamak amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. KMO örneklem yeterliliği ve Barlett test sonuçları incelendiğinde verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. Ölçeklerin iç tutarlılık katsayıları incelendiğinde COVID-19 algısı güvenilir; seyahat riski algısı ve seyahat davranışı ise oldukça güvenilir (Özdamar, 2004) olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Faktör Analizi

	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	\bar{x}	α
COVID-19 Algısı	Koronavirüs ile ilgili şu anki durum beni endişelendiriyor.	0,875				
	Koronavirüs, gribin sadece yeni bir şeklidir	0,616	0,946	7,881	3,27	0,688
	Koronavirüs ile ilgili çok fazla korku olduğunu düşünüyorum.	0,500				
Seyahat Riski Algısı	Virüsün daha fazla yayılmasını önlemek için seyahat etmek yasaklanmalıdır.	0,809				
	Şu durumda, vaka sayılarının çok olduğu ülkelere iş seyahatlerine gönderilmek sorumsuzluktur.	0,803				
	Şu durumda, koronavirüs nedeniyle destinasyonları seyahat etmek sorumsuzluktur.	0,742	6,199	51,655	3,61	0,882
	Virüsü taşıyabilecek farklı ülkelere pek çok insan olduğu için otelde kalmak bir risktir.	0,738				
	Virüsün yakın çevremdeki turistler tarafından taşınmasından korkuyorum.	0,612				
Seyahat Davranışı	Turistlerle herhangi bir temasta bulunmaktan kaçınıyorum.	0,782				
	Şu durumda, koronavirüs vakalarının olduğu ülkelere/şehirlere seyahat planlarımı iptal ederim.	0,723	1,161	9,676	2,23	0,831
	Şu durumda yurtiçi seyahatlerden kaçınıyorum.	0,711				
	Koronavirüs nedeniyle seyahat davranışım muhtemelen değişecektir.	0,621				
	Açıklanan toplam varyans (%)	69,212				
	Cronbach Alfa	0,772				
	KMO Örneklem Yeterliliği Ölçümü	0,887				
	Barlett Yüzeysellik Testi Kikare:	2381,879				

Faktör analizine göre araştırmada kullanılan ölçek üç alt boyutta toplanmıştır. Bu boyutlar alanyazına uygun olarak "COVID-19 Algısı", "Seyahat Riski Algısı" ve "Seyahat Davranışı" olarak adlandırılmıştır. Bu boyutlar toplam varyansın %69,212'sini açıklamaktadır. Ölçeğin orijinalinde seyahat riski algısı yedi ifadeden; seyahat davranışı ise on ifadeden oluşmaktadır. Binişik olan ifadeler çıkarılmış ve analizlere Tablo 2'deki son haliyle devam edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde seyahat riski algısının COVID-19 algısına göre daha yüksek olduğu; seyahat davranışının ise en düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Korelasyon analizine ilişkin bulgular

COVID-19, seyahat riski ve seyahat davranışı arasındaki ilişkileri ortaya koymak için korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 3. Korelasyon Analizi

	\bar{x}	s.s.	COVID-19	Seyahat riski	Seyahat davranışı
COVID-19	3,27	0,892	-		
Seyahat riski	3,61	0,837	,550**	-	
Seyahat davranışı	2,23	0,843	-,622**	-,732**	-

Not: ** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır

Korelasyon analizine göre COVID-19 algısı ile seyahat davranışı arasında negatif yönlü ($r=-0,622$; $p<0,01$) orta düzey (Gürbüz ve Şahin, 2016) bir ilişki vardır. Buna göre COVID-19 algısı arttıkça seyahat davranışının azalacağını söylemek mümkündür. Seyahat riski ile seyahat davranışı arasında negatif yönlü ($r=-0,732$; $p<0,01$) güçlü (Gürbüz ve Şahin, 2016) bir ilişki vardır. Bu durumda seyahat riski algısı arttıkça seyahat davranışının azalacağı söylenebilir.

Regresyon analizine ilişkin bulgular

Araştırmada COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışı üzerindeki etkisini ortaya koyabilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde hataların bağımsızlığı için Durbin-Watson testi uygulanmış ve test değeri 2,104 olarak bulunmuştur. Söz konusu değer kabul edilebilir sınırlar olan 1-3 arasındadır. Çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığını belirlemek amacıyla

VIF (Variance Inflation Factor) ve TV (Tolerance Value) değerleri incelenmiştir. VIF değerleri 10'un altında olduğundan ve Tolerance değerleri de 0,1'den küçük olmadığından çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 4: Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	5,239	0,134		39,021	0,000		
COVID19 algısı	-0,227	0,038	-0,314	-7,724	0,000	0,964	1,038
Seyahat riski algısı	-0,564	0,041	-0,560	-13,768	0,000	0,964	1,038
R= ,778	R ² = ,605	Δ R ² = ,602	Durbin-Watson= 2,104				
F _(2,343) = 262,363	p< 0,001						

Not: Bağımlı değişken: Seyahat davranışı

Seyahat davranışının yordanmasına ilişkin kurulan model bir bütün olarak anlamlıdır (p<,001). Modele en önemli katkıyı seyahat riski algısı yapmıştır (β =-,560). Regresyon analizine göre COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu (r=,778; p<0,001); seyahat davranışının %60,5'inin COVID-19 ve seyahat riski algıları ile açıklanabileceği tespit edilmiştir. Buna göre H₁: "COVID-19 algısının seyahat davranışı üzerinde etkisi vardır." ve H₂: "Seyahat riski algısının seyahat davranışı üzerinde etkisi vardır." hipotezleri kabul edilmiştir.

Gruplararası karşılaştırmalara yönelik bulgular

Bu bölümde COVID-19, seyahat riski ve seyahat davranışı değişkenleri demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya konulmuş, istatistiksel olarak anlamlı bulunan farklılıklar raporlanmıştır.

Tablo 5'te değişkenlerin cinsiyet ve seyahat tercihinin göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır.

Tablo 5: T testi

Değişkenler	Cinsiyet	n	\bar{x}	t	p
COVID-19	Kadın	140	3,45	3,194	0,002
	Erkek	206	3,14		
Seyahat Riski	Kadın	140	3,78	3,375	0,001
	Erkek	206	3,48		
Seyahat Davranışı	Kadın	140	2,13	1,728	0,073
	Erkek	206	2,29		
Seyahat tercihi					
COVID-19	Yurtiçi	312	3,32	3,135	0,002
	Yurt dışı	34	2,82		
Seyahat Riski	Yurtiçi	312	3,64	2,72	0,006
	Yurt dışı	34	3,23		
Seyahat Davranışı	Yurtiçi	312	2,18	3,041	0,003
	Yurt dışı	34	2,64		

COVID-19 ve seyahat riski algıları ile seyahat davranışı cinsiyete ve seyahat tercihinin göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (p<0,001). Ortalamalar incelendiğinde kadınların COVID-19 ve seyahat riski algıları erkekler göre daha fazlayken seyahat davranışı erkeklerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yurtiçi seyahatlere katılanların COVID-19 ve seyahat algılarının ortalamaları yüksekken yurt dışı seyahate katılanların seyahat davranışı ortalamalarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Değişkenlerin yaş, eğitim düzeyi ve seyahat sıklıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla One way Anova analizi yapılmıştır. Tablo 6'da sadece istatistiksel olarak anlamlı farklılık

gösteren değişkenler verilmiştir. Farklılıkların kaynağını tespit edebilmek için Post Hoc testlerinden varyans eşleşliği şartının tutturulduğu durumlarda Scheffe; tutturulamadığı durumlarda Tamhane's T2 testleri seçilmiştir.

Varyans analizine göre COVID-19 algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Bu farklılık 20 yaş ve altında bulunanlardan kaynaklanmaktadır. İzleme testlerine göre 20 yaş ve altındaki katılımcıların diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre COVID-19 algısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Varyans Analizi

Değişkenler	Yaş	n	\bar{x}	F	p	Post Hoc / Tamhane's T2 / Scheffe
COVID-19	20 yaş ve altı	28	3,69	3,642	0,013	1-3, 1,4, 1-5
	21-30 yaş	176	3,31			
	31-40 yaş	96	3,19			
	40 yaş ve üzeri	46	3,02			
Eğitim düzeyi						
COVID-19	Lise	64	3,54	4,926	0,008	1-3
	Lisans	238	3,24			
	Lisansüstü	44	3,01			
Seyahat sıklığı (COVID-19'dan önce)						
Seyahat riski	1-3	104	3,61	3,311	0,038	1-3
	4-6	120	3,74			
	7 ve üzeri	122	3,60			
Seyahat sıklığı (COVID-19 sürecinde)						
Seyahat riski	Hiç	92	3,81	9,356	0,000	1-4, 2-4, 3-4
	1-3	174	3,63			
	4-6	52	3,53			
	7 ve üzeri	28	2,90			

COVID-19 algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur ($p<0,01$). İzleme testlerine göre bu farklılık lise ve lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcılardan kaynaklanmaktadır. Ortalamalar incelendiğinde lise eğitim düzeyindeki katılımcıların COVID-19 algısı lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur.

Seyahat riski algısının COVID-19'dan önce ve COVID-19 sürecindeki seyahat sıklığına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0,05$). COVID-19'dan önce yılda 1-3 kez seyahat eden katılımcıların seyahat riski algılarının 7 ve üzeri kez seyahat edenlerden yüksek olduğu görülmektedir. COVID-19 sürecinde hiç seyahat etmeyen katılımcıların seyahat riski algıları seyahat eden diğer katılımcılardan daha fazla olduğu ortaya konulmuştur.

T testi ve varyans analizlerinin sonuçları değerlendirildiğinde H_3 : "COVID-19 ve seyahat riski algıları demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir." hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç ve öneriler

Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19 virüsü, zaman içinde yayılarak dünyanın pek çok yerinde görülmeye başlamış, virüsün yayılmasını önlemek amacıyla hem uluslararası hem de ulusal çapta sınır kapıları kapatılmıştır. Sınırların kapatılmasıyla beraber küresel çapta krizler meydana gelmiş ve birçok sektör bu krizden etkilenmiştir. Bu krizlerden etkilenen sektörlerin başında da turizm sektörü gelmektedir. COVID-19 ve seyahat riski algılarının seyahat davranışına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada katılımcıların COVID-19 öncesi seyahat sıklığının COVID-19 sürecindeki seyahat sıklığına göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durum COVID-19 sürecindeki seyahat kısıtlamaları ve COVID-19 sürecinde insanların seyahat esnasında hastalığa yakalanmak istememeleriyle açıklanabilir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun seyahatlerini yurtiçine gerçekleştirmeleri de yurtdışı seyahatlerine gelen kısıtlamalarla açıklanabilir. Bu bulgu Kılıç, Aslan ve Gövce'nin (2020) yaptıkları çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise yurtiçi seyahatlere katılanların COVID-19 ve seyahat riski

algılarının ortalamaları yüksekken yurt dışı seyahate katılanların seyahat davranışı ortalamalarının daha fazla olmasıdır. Çin'den sonra virüsün en fazla artış gösterdiği yerin Avrupa olması ve özellikle turist sayısının fazla olmasıyla gündeme gelen İtalya'da hızla yayılma göstermesi ve ardından bütün ülkelere yayılması da insanların yurtdışına seyahat etmekten kaçınmasına yol açmış olabilir. Bundan dolayı elde edilen sonuç, Can ve Özgen'in (2020) yaptıkları çalışmadaki turistlerin risk olarak algıladıkları yerlere seyahat etmekten kaçındıkları sonucuyla benzerdir. COVID-19 ile beraber gelen küresel ekonomik krizlerle birlikte insanlar çok büyük harcamalar yapmaktan kaçınıp seyahatleri için yurtiçini ve özellikle yakın yerleri tercih etmeleri de bir diğer neden olarak söylenebilir. Bunun dışında yapılan araştırmalarda (Demir, Günaydın ve Demir, 2020; Kılıç, Aslan ve Gövce, 2020) kendi araçlarıyla seyahat etmeyi tercih eden kişilerin çoğunlukta olduğu dikkate alındığında, kişilerin seyahat için yakın yerleri tercih etmeleri, toplu taşıma kullanmak istememeleri ve bu nedenle yurtiçini ve yakın yerleri ziyaret etmeyi tercih etmek istemeleri şeklinde açıklanabilir.

Araştırma sonucunda seyahat riski algısının COVID-19 algısına göre daha yüksek olduğu; seyahat davranışının ise en düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise katılımcıların, seyahatin virüsün yayılmasında daha fazla rol oynadığını ve riskli olduğunu algıladıklarının göstergesidir. Katılımcılar için bir yerden bir yere seyahat etmek, COVID-19 algılarından daha fazla riskli görüldüğü söylenebilir. Bunun nedeni ise kişiler için virüsün, seyahat esnasında daha fazla yayılacağı düşüncesinin etkin olması şeklinde yorumlanabilir. Bunun yanı sıra ülkelerce getirilen kısıtlamaların çoğunlukla seyahat ve sokağa çıkma yasaklarının olmasıyla beraber kişilerin bu kısıtlamalardan dolayı virüsün seyahat esnasında daha fazla yayılacağı düşüncesine kapılmasıyla da ilgili olabilir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise kişilerin COVID-19 algısının ve risk algısının seyahat davranışı üzerinde etkili olmasıdır. Bu durum COVID-19 algısının ve risk algısının seyahatleri erteleme ya da iptal etmede ana neden olarak söylenebilir. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Leggat vd. 2010; Novelli vd. 2018; Yenişehirlioğlu ve Salha, 2019; Caber vd. 2020; Uğur ve Akbiyık 2020; Wang vd. 2020; Neuburger ve Egger, 2020; Acar, 2020; Kabadayı ve Kardeş, 2020).

Araştırma sonucunda demografik özelliklere ilişkin cinsiyet, yaş ve eğitim durumunda farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bulgu Cahyanto vd. (2016) ve Zhan vd.'nin (2020) çalışmalarının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Araştırma sonucunda kadınların COVID-19 ve seyahat riski algıları erkeklere göre daha fazlayken seyahat davranışı erkeklerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum kadınların erkeklere oranla COVID-19'a karşı daha hassas bir yaklaşım gösterdiği şeklinde ifade edilebilir. Kadınların bu duruma gösterdikleri hassasiyetin, erkeklerden daha fazla sağlıklarına önem verdikleri, titiz ve temizlik üzerine daha bilinçli olmaları şeklinde açıklanabilir. Ayrıca erkeklerin seyahat davranışının kadınlara göre daha fazla olması, algıladıkları COVID-19 riskinin seyahat yoluyla yayılmasından endişe duymalarıyla ilgili olabilir. Bu durumda erkeklerin COVID-19'un yayılmasında seyahatin önemli bir faktör olduğunu düşündükleri ve bu durumda seyahat etmekten kaçındıkları görülmektedir.

Araştırmada 20 yaş ve altındaki katılımcıların diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre COVID-19 algısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni ise 20 yaş altındakilerin virüsü taşıyıcı olarak görüldüğünden dolayı 20 yaş altındaki kişilere gelen sokağa çıkma kısıtlamalarıyla beraber kişilerde oluşan panik ve virüs riski taşıma korkusundan kaynaklı olabilir. Ayrıca Z kuşağı olarak tabir edilen 20 yaş altındaki kişilerin sosyal medyaya çok fazla maruz kalmalarıyla sürekli bir endişe halinde olabilmeleri de COVID-19 algılarının yüksek olmasının nedenleri arasında olabilir. Bu bulgu Floyd ve Pennington-Gray'in (2004) çalışmasındaki sonuçla benzerlik göstermektedir.

Çalışmanın sonuçlarına dayanarak turizm paydaşları için çeşitli öneriler getirilebilir. Öncelikle turizm sektör çalışanlarının özellikle turizmin seyahat boyutuyla ilgilenen acentaların, seyahat esnasında COVID-19 önlemlerini yüksek seviyede alarak virüsün seyahat esnasında yayılmasına engel olabilir. Özellikle maske ve sosyal mesafe kurallarına seyahat boyunca uyulması sağlanabilir, her seyahat bitiminde dezenfeksiyon işlemleri uygulanabilir ve bu durum müşterilerle açık bir şekilde paylaşılabilir. Böylece potansiyel müşterilere bir güven verebilir. Araştırma kapsamında verilerin toplandığı süreçte COVID-19 aşısı tedarik sorunu nedeniyle halkın büyük bir çoğunluğuna uygulanamamıştır. Dolayısıyla veriler henüz aşı olmamış kişilerden toplanmıştır. Bununla birlikte bu süreçte ülkemizde özellikle hafta sonu seyahat kısıtlamaları devam etmektedir. Bundan sonraki süreçte seyahat kısıtlamalarının kaldırılmasıyla ve aşılamanın bitmesiyle yeniden veri toplanarak söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler yeniden ortaya konulabilir. Ayrıca seyahat davranışını etkileyen farklı değişkenler de modele eklenerek model geliştirilebilir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author(s) has (have) no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 11/02/2021 tarihli 2021/03 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Eskişehir Osmangazi University, Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee on 11.02.2021 and 2021/03 document number.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/Design*: B.D., S.Ü. Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: B.D., S.Ü. Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: B.D., S.Ü. Kaynak Taraması - *Literature Review*: B.D., S.Ü. Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: B.D., S.Ü. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: B.D., S.Ü. Onay - *Approval*: B.D., S.Ü.

Kaynakça / References

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 7-21.
- Akkılıç, M. E. & Varol, İ. (2015). Turist algılarının davranışsal niyetler üzerindeki etkisi: Edremit Körfezi örneği. *International Review of Economics and Management*, 3 (1), 14-38.
- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2014). Tatil yeri seçiminde ülke imajının turistin risk algısı üzerine etkisi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 9-28.
- Ateşoğlu, İ. & Türker, A. (2013). Türkiye’de tatil yapan turistlerin algıladıkları risk türleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*, 10 (3), 24-44.
- Aydın, B. & Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), 93-115.
- Baltacı, A. & Akaydın, H. (2020). COVID-19 pandemi sürecinin tüketicilerin gıda ürünlerini satın alma davranışları üzerindeki etkisi: bir literatür taraması. *YIU Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1, 57-64.
- Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists: Examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok Metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10 (3), 197-212.
- Caber, M., Gonz’alez-Rodr’iguez, M. R., Albayrak, T. & Simonetti, B. (2020). Does perceived risk really matter in travel behaviour?. *Journal of Vacation Marketing*, 26 (3), 334-353.
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L., & Schroeder, A. (2016). The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the US. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203.
- Can, B. K. & Özgen, I. (2020). Turistlerin terör riski algısı ve riskle başa çıkma davranışları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (2), 125-137.

- Ceylan, R. F. & Özkan, B. (2020). The Economic Effects of Epidemics: From SARS and MERS to COVID-19. *Research Journal in Advanced Humanities*, 1 (2), 21-29.
- Demir, M., Günaydın, Y. & Demir, Ş. Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncüllerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (1), 80-107.
- Floyd, M. F. & Pennington-Gray, L. (2004). Profiling risk perceptions of tourists. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 1051-1054.
- Güneş & Güneş. <https://www.gunesgunes.com/gunes-gunes-avukatlik-yayinlar/coronavirus-covid19-turizm-ve-tatil-rezervasyon-avukat-hukukburosuna-haber-makale-news-article>, (Erişim: 3.01.2021).
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Gözden Geçirilmiş ve Güncellenmiş 3. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Heitmann, S. (2011). *Tourist behaviour and tourism motivation*. in P. Robinson, S. Heitmann and P. Dieke (Ed.), *Research themes for tourism* (pp. 31-44). Oxford: Cab International.
- Ivanova, M., Ivanov, I. K., & Ivanov, S. (2020). Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. *Anatolia*, 32(1), 1-11. doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1818267>
- Kabadayı, M. & Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) Yerli turist davranışı ve seyahat eğilimlerine etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4): 3703-3719.
- Karamustafa, K. & Erbaş, E. (2011). Satın alma karar sürecinde algılanan risk: Paket turlara yönelik bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, Journal of Consumer and Consumption Research*, 3 (1), 103-144.
- Kılıç, B., Aslan, H. & Gövce, M. (2020). Covid-19 sonrası turistik tüketim tutumu. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 554-570.
- Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33 (1), 89-99.
- Leggat, P. A., Brown, L. H., Aitken, P. & Speare, R. (2010). Level of concern and precaution taking among Australians regarding travel during pandemic (H1N1) 2009: Results from the 2009 Queensland social survey. *Journal of Travel Medicine*, 17 (5), 291-295.
- Lim, N. (2003). Consumers' perceived risk: sources versus consequences. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2, 216-228.
- Möller, C., Weiermair, K. & Wintersberger, E. (2007). The changing travel behaviour of Austria's ageing population and its impact on tourism, *Tourism Review*, 62(3), 15-20.
- Neuburger, L. & Egger, R. (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1-14.
- Novelli, M., Burgess, L.G., Jones, A. & Ritchie, B.W. (2018), "'No ebola...still doomed' - the ebolainduced tourism crisis", *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlarla istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özkan, Ç. ve Yeşildağ, B. (2021). Covid -19 salgınının turist rehberliği mesleği üzerine etkileri: Çanakkale rehberler odası örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1603-1615.
- Pine, R., & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (2), 139-143.
- Sorokowski, P., Groyecka, A., Kowal, M., Sorokowska, A., Białek, M., Lebeda, I., & Karwowski, M. (2020). Information about pandemic increases negative attitudes toward foreign groups: A case of COVID-19 outbreak. *Sustainability*, 12, 1-10.
- Sönmez, S. F. & Graefe, A. R. (1998a). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 112-144.
- Sönmez, S. F. & Graefe, A. R. (1998b). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37: 171-177.
- Sürme, M. (2020). *Turizm ve Kovid-19*. Ankara: Iksad Publishing House, 9-25.

- Shoham, A., Schrage, C. & Eeden, S. V. (2004). Student travel behavior: A cross-national study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (4), 1-10.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020). *Türkiye günlük koronavirüs tablosu*. <https://covid19.saglik.gov.tr/>, (Erişim: 20.12.2020).
- Temeloğlu, E. (2015). Tüketicilerin kişilik özellikleri, risk algıları ve yeniden satın alma davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi: otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 157-179.
- TÜİK. (2021). *Coğrafi İstatistik Portalı*. <https://cip.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 15.03.2021).
- Uğur, N. G. & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 1-13.
- Vuuren, C. V. & Slabbert, E. (2011). Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. *Book of Proceedings Vol. 1 – International Conference On Tourism & Management Studies – Algarve*, 295-304.
- Wachyuni, S. S. & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of Covid-19 pandemic: How are the future tourist behavior?. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33 (4), 67-76.
- Wang, F., Xue, T., Wang, T. & Wu, B. (2020). The mechanism of tourism risk perception in severe epidemic—the antecedent effect of place image depicted in anti-epidemic music videos and the moderating effect of visiting history. *Sustainability*, 1-16.
- Yenişehirlioğlu, E. & Salha, H. (2019). Covid 19 pandemisinin Türkiye iç turizmine yansımaları: değişen talep üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 355-368.
- Zhan, L., Zeng, X., Morrison, A. M., Liang, H. & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). A risk perception scale for travel to a crisis epicentre: visiting Wuhan after COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 1-18.