



Arıcı, S. (2023). "Turizm Araştırmacıları Gözünden Covid-19'un Turizme Etkileri", *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 55, Denizli, ss. 285-302.

TURİZM ARAŞTIRMACILARI GÖZÜNDEN COVID-19'UN TURİZME ETKİLERİ

Semih ARICI*

Öz

Covid-19 panedemisi dünya genelinde turizm faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Pandemi döneminden başlayarak çok sayıda araştırmacı bu etkileri farklı bakış açılarıyla değerlendirmeye devam etmektedir. Pandeminin turizm sektörüne etkisi ekonomik, sosyal, kültürel ve sağlık olmak üzere çeşitli değişkenler ile incelenmektedir. Araştırmaların çoğunluğu araştırmacıların öngörülerini, ikincil veriler ve turistlerin değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Fakat pandeminin ilk aylarında turizm araştırmacılarının Covid-19'un turizm sektörü üzerine etkilerini inceleyen çalışma sayısı ise oldukça azdır. Turizmin akademik yönünün temsilcileri olarak akademisyenlerin öngörülerinin değerlendirmeleri oldukça önemlidir. Bu nedenle araştırmacının temel amacı Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanıları üzerinde etkisinin olup olmadığını incelemektir. Araştırma verileri Nisan 2020 tarihinde 234 katılımcıdan çevrimiçi anket formuyla elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; turizm akademisyenlerinin değerlendirmelerinin biri çalışmanın bağımlı değişkeni "genel kanı" boyutu; altısı çalışmanın bağımsız değişkenleri "destinasyon yönetimi", "ürün tabanlı tercih", "sağlık tabanlı tercih", "yasal düzenleme", "pazarlama" ve "istihdam boyutundan oluştuğu görülmektedir. Sonuç olarak iki yılın ardından akademisyenlerin öngörülerinin büyük çoğunlukla ortaya çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Pandemi, Turizm, Seyahat Davranışı.

JEL Sınıflandırması: L83, Z3, M1.

IMPACTS OF COVID-19 ON TOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF TOURISM RESEARCHERS

Abstract

Covid-19 pandemic has significantly affected tourism activities worldwide. Starting from the pandemic period, many researchers continue to evaluate these effects from different perspectives. The impact of the pandemic on the tourism industry is analysed with various variables including economic, social, cultural and health. Most of the studies consist of researchers' predictions, secondary data and tourists' evaluations. However, the number of studies examining the effects of Covid-19 on the tourism sector by tourism researchers in the first months of the pandemic is very few. As representatives of the academic aspect of tourism, the evaluations of the predictions of academics are very important. Therefore, the main purpose of the research is to examine whether the possible effects of the Covid-19 pandemic on the tourism sector have an impact on scholars' general beliefs about the future of the sector. Research data were obtained from 234 participants in April 2020 through an online survey form. According to the results of the research; one of the evaluations of tourism academicians consists of the dependent variable of the study, "general opinion" dimension; six of them consist of the independent variables of the study, "destination management", "product-based preference", "health-based preference", "legal regulation", "marketing" and "employment" dimensions. As a result, after two years, it could be seen that the predictions of the scientists had been realised to a large extent.

Keywords: Covid-19, Pandemic, Tourism, Travel Behaviour.

JEL Classification: L83, Z3, M1

* Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, DENİZLİ.
e-posta:sarici@pau.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-0674-4337>)

1. GİRİŞ

Covid-19 salgını, küresel ölçekte insanları ve mekânları aniden altüst etmiş, büyük sosyal, psikolojik ve ekonomik etkiler yaratmıştır. 2019 yılına kadar hızlı bir gelişim gösteren turizm sektörü de bu salgından önemli ölçüde etkilenmiştir (Ntounis, 2022). Yerdeki uçaklar, kapatılan oteller ve nakliye kısıtlamaları ile turizm ve seyahat, virüsün başından beri yayılmasından en çok zarar gören sektörlerden biri oldu. Dünyanın dört bir yanındaki ülkeler, koronavirüs nedeniyle enfeksiyonu kontrol altına almak için seyahatleri kısıtladı (Bhatia, Roy ve Kumar, 2022). Turistlerin Covid-19 algısı, turizm sektöründeki niyet ve motivasyonu etkilemiş ve seyahat davranışını değiştirmiştir. Seyahat etmenin ruh sağlığı üzerindeki etkisinin yerini, küresel olarak kabul gören korku ve endişe almıştır (Rokni, 2021). Dolayısıyla turizm sektörü Covid-19 pandemisinden ciddi zarar görmüştür (Huang ve Wang, 2022).

Pandeminin turizm sektörünün hem talep hem de arz tarafındaki çeşitli paydaşların finansal, fiziksel, psikolojik, sosyal ve duygusal refahı üzerindeki etkisini rapor eden çalışmalar ortaya çıkmıştır (Sigala, 2021). Turizm araştırmaları pandemiye ve etkilerine önemli ölçüde vurgu yapmıştır; pandeminin turizm üzerindeki etkisi göz önüne alındığında bu durum şaşırtıcı değildir (Persson-Fischer ve Liu, 2021). Sonuç olarak turizm özellikle ağır darbe almıştır. Buna karşılık olarak birçok akademisyen ve yorumcu, sektörün ve hükümetlerin nasıl tepki verebileceği ve vermesi gerektiği konusundaki görüşlerini paylaştı (Butcher, 2021). Pandeminin başlamasının ardından turizm araştırmacıları Covid-19'a hızlı bir şekilde yanıt verdi (Zopiatis, Pericleous ve Theofanous, 2021) Bununla birlikte, alandaki Covid-19 ile ilgili ilk yayınlar çoğunlukla bakış açıları ve yorumlardan oluşmaktaydı (Huang ve Wang, 2022). Dolayısıyla birçok çalışma, kısa bir süre içinde yayımlanmakla birlikte güvenilir kanıtların eksikliği ve hastalığın şiddeti, ulusal ve küresel politikalar ve insanların pandemiye yönelik algı ve tutumlarındaki sürekli değişiklikler nedeniyle pandeminin etkilerini tahmin etmek için büyük ölçüde araştırmacıların veya sektör uzmanlarının görüşlerine dayanmıştır (Park, Kim ve Kim, 2022). Bunu takiben, akademik camianın elindeki birincil verilerin giderek artmasıyla birlikte, çalışmalar tutum ve davranışları ampirik olarak incelemeye, ilgili modeller geliştirmeye ve hem konaklama işletmeleri hem de turizm destinasyonları için çıkarımları vurgulamaya başladı (Zopiatis, Pericleous ve Theofanous, 2021). Bu pandeminin kapsamı ve ömrü henüz tam olarak kavranmadığından turizm araştırmacıları değişimi olduğu gibi yakalamaya, pandeminin önemi üzerine düşünmeye ve turizmin geleceğini tahmin etmeye çalışmaktadırlar (Yang, Zhang ve Rickly, 2021). Diğer bir ifadeyle Covid-19'un etkisine ilişkin farkındalığın hızla artmasına rağmen, turizm literatüründe hala önemli boşluklar bulunmaktadır (Colmekcioglu, Dineva ve Lu, 2022). Bu çalışma turizm araştırmacılarının pandeminin erken dönemlerinde (Nisan 2020) Covid-19'un turizm sektörü üzerine etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmanın sonuçları turizm araştırmacılarının geçen iki yılın ardından öngörülerinin mevcut durum ile kıyaslanması açısından tarihsel bir kayıt görevi de görecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Pandeminin ekonomik şokları dünya genelinde tüm sektörlerde ve endüstrilerde gözlemlenmekle birlikte seyahat kısıtlaması nedeniyle en erken etkilenen ve en geç toparlanan sektörlerin başında turizm ve seyahat sektörü gelmektedir. Olayın büyüklüğüne ve çok sayıda araştırma fırsatını değerlendiren akademisyenler, pandemiye hem mikro hem de makro düzeyde bir dizi perspektiften incelemektedir (Zopiatis, Pericleous ve Theofanous, 2021). Uluslararası alanda bu konudaki ilk girişimlerden biri Gössling, Scott ve Hall (2020) tarafından gerçekleştirilmiş ve pandeminin ilk aşamalarında Covid-19'un konaklama ve turizm sektörleri üzerindeki etkisinin geniş bir değerlendirmesini sunmuşlardır. Ulusal alanda ise Acar (2020) Dünya Sağlık Örgütü'nce paylaşılan verileri incelenmiş ve turizm sektörünü doğrudan etkileyen özel önlemler ile ilgili verileri çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bazı araştırmalar da sadece krizin ilk altı ayında üretilen Covid-19'a özgü literatürü incelemiştir (Kwok ve Koh, 2022).

Huang ve Wang (2022), Covid-19'un tüketici davranışları üzerindeki etkisine ilişkin çalışmaların sayıca çoğunlukta olduğunu, bunu müdahale eylemleri ve toparlanma stratejileri, endüstri veya sektörler üzerindeki etki ve işçiler ve çalışanlar üzerindeki etkiye ilişkin çalışmaların izlediğini ortaya koymuştur. Sigala (2021) da Covid-19 ve turizm üzerine yapılan çalışmaların Covid-19'un turistlerin karar alma süreçleri, destinasyon pazarlaması, teknolojinin benimsenmesi ve turistlerin refahı üzerindeki etkisi; Covid-19 sonrası turizmin geleceği; turizmde değişimi yönetmek ve Covid-19'un turizm ve konaklama paydaşları üzerindeki etkileri olmak üzere dört ana temadan oluştuğunu ortaya koymaktadır. Yang, Zhang ve Rickly, (2021) ise psikolojik etkiler ve davranış; tepkiler, stratejiler ve dayanıklılık; sürdürülebilir gelecekler; etki izleme, değerlendirme ve tahmin ve teknolojinin benimsenmesi

olarak beş ana temanın araştırmacıların odağında yer aldığını belirtmektedir. Daha erken dönemlerde yapılan araştırmalar ise çoğunlukla simülasyon ve senaryo modellemesi geliştirmek; Covid-19 pandemisinin etkilerini raporlamak; Covid-19 pandemisini önceki halk sağlığı krizleriyle karşılaştırmak; Covid-19 pandemisinin etkilerini ekonomik açıdan ölçmek; pandemi sırasında ve sonrasında faaliyetlerin yeniden başlamasını tartışmak ve sosyal maliyetler, müşteri tercihi ve seyahat davranışı dahil olmak üzere konaklama sektörünün farklı yönlerini araştırmak için anketler yapmak şeklinde olduğu görülmektedir (Davahli, 2020).

Bazı araştırmacılar ise pandemiye, daha sürdürülebilir bir gelecek için çalışmak üzere tüm turizm sistemini gözden geçirerek sektöre yeni bir yön vermek için bir fırsat olarak görmüştür (Brouder, 2020; Colmekcioglu, Dineva ve Lu, 2022). Bu bağlamda Covid-19 sonrası küresel turizm sektörünü canlandırmak için dayanıklılık temelli hükümet müdahalesi, teknoloji inovasyonu, yerel aidiyet ve tüketici ve çalışan güveni araştırma konuları da önerilmiştir (Sharma, Thomas ve Paul, 2021). Benzer şekilde refah konusunda daha az araştırma yapıldığı, bölge sakinlerinin refahı ve dayanıklılığı ile ilgili araştırma eksikliğinin olduğu belirtilmektedir (Pocinho, Garcês ve De Jesus, 2022). Genel olarak incelenen çalışmalar, Covid-19 pandemisinin turistlerin davranışlarını etkilediği konusunda araştırmacılar arasında genel bir mutabakat olduğunu ortaya koymuştur (Rokni, 2021).

Covid-19 pandemisi şüphesiz ki akademisyenler tarafından eş benzeri görülmemiş bir şekilde ele alındı; bu ele alış, sektörün operasyonel paradigmasını geleneksel kriz yönetimi, iletişim ve toparlanma teorilerinin öngördüğünün çok ötesinde bir şekilde yeniden şekillendirmeye, yeniden keşfetmeye veya dönüştürmeye yardımcı olabilir. Bu durum daha dönüştürücü veya disiplinler arası araştırma yollarına kayarak kavramsal ufkumuzu genişletip genişletmeyeceği veya bunun sadece disiplinin ana temalarının doygunluğunun bir işareti ve akademisyenlerin yayın zenginleştirmeleri için hayatta bir kez karşılaşılabilecekleri bir fırsat olup olmadığı hala belirsiz. Açık olan şu ki, Covid-19'un endüstri operasyonları, ilgili araştırmalar ve eğitim üzerinde kalıcı bir etkisi olacaktır (Zopiatis, Pericleous ve Theofanous, 2021).

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacını turizm akademisyenlerinin Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerine ilişkin öngörülerini ve bu öngörülerinin turizm sektörüne ilişkin gelen kanıları üzerindeki etkisini analiz etmek oluşturmaktadır. Ayrıca bu çalışma ile akademisyenlerin pandeminin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin gruplanmış alt boyutlarından hangisi veya hangilerinin turizm sektörünün geleceğine ilişkin genel kanıları üzerinde daha çok etkiye sahip olduğu incelenmiştir. Turizm akademisyenlerinin pandeminin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin sektörün geleceğini ilişkin genel kanıları üzerinde etkisi olduğu üzerine bir araştırma modeli geliştirilmiş olup modeli test edebilmek için gerekli olan veri anket tekniğiyle toplanmıştır. Çalışmada kullanılan anket araştırmacılar tarafından geliştirilmiş olup ölçek geliştirme aşamasında öncelikle bir madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzu oluşturma aşamasında skift.com, travelplus.com, tourismtoday.net, unwto.org/un-tourism-news gibi uluslararası turizm haber kaynaklarında yer alan pandemiye dair haberler ve uzmanların kaleme aldığı köşe yazılarından yararlanılmıştır. Ayrıca hotellinkage.com tarafından pandeminin ilk dönemlerinde düzenlenen turizm akademisyenlerinin, profesyonellerin katıldığı ve pandeminin turizm sektörü üzerinde yaratıcı olası etkilerin tartışıldığı bir webinar da katılımı olarak yer alınmış ve webinar da çıktıları da derlenerek madde havuzuna eklenmiştir. Süreç sonunda 42 ifadeden oluşan bir madde havuzu oluşturulmuştur. 2020 Nisan ayının ilk haftasında söz konusu madde havuzu üçü turizm akademisyenlerinden, ikisi turizm profesyonellerinden oluşan beş kişilik bir uzman heyetinin görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri ışığında madde havuzunda yer alan 9 madde çıkartılarak 33 ifadenin yer aldığı bir ölçek geliştirilmiştir.

2020 Nisan ayının ilk haftasında geliştirilen ölçek bir çevrimiçi anket programı olan surveymonkey.com üzerinde 23 Nisan 2020 tarihinde oluşturulmuş olup aynı platform üzerinde aynı tarihlerde Türkiye'de Yüksek Öğretim Kurumuna bağlı üniversitelerde aktif olarak görev yapmakta olan tüm turizm akademisyenlerinin ulaşılabilen e-posta adreslerine gönderilmiştir. Sonrasında dörder gün arayla üç kez hatırlatma maili gönderilmiş olup toplam 234 tam olarak doldurulmuş ankete ulaşılmıştır. Elde edilen veri setinin, istatistiksel analiz yapmaya yönelik geliştirilmiş bir bilgisayar programı olan SPSS aracılığı ile, öncelikle Cronbach's Alpha katsayısı saptanmıştır. Yapılan analiz sonucunda göre ölçek güvenilirliğinin ($\alpha=,844$) kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Turizm akademisyenlerinin Covid-19'un turizm sektörü üzerindeki olası etkilerine ilişkin öngörülerinin analiz edilmeye çalışıldığı bu çalışmada kullanılan ölçek öncelikle faktör analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçekteki değişkenlere yönelik faktör yapısını oluşturmak ve yorumlayabilmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's testi yapılarak örneklem büyüklüğünü ve faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. 234 katılımı

üzerinden elde edilen veri seti faktör analizine tabi tutulmuş olup analizi sonucunda ölçekte yer alan 33 ifadeden 8'i faktör yükleri kabul edilebilir seviyenin altında olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmış ve nihayetinde 25 ifadeden oluşan bir ölçek elde edilmiştir. Nihai ölçeğe ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere faktör analizi sonucunda pandeminin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin yer aldığı ölçeğin birinci kısmı 6 boyuta ayrılmış, Tablo 2'de görüldüğü üzere turizm akademisyenlerinin turizm sektörünün geleceğine ilişkin genel kanılarının yer aldığı ikinci kısım tek boyutta toplanmıştır. Ayrıca faktör analizi sonuçlarına ilişkin bilgiler şu şekildedir; *Kaiser-Meyer-Olkin değeri (KMO)= 0,827; Bartlett's Testi: $\chi^2 = 10758,088; P = 0.000$.*

Tablo 1: Boyutlara İlişkin Faktör Analizi Sonuçlar

Boyutlar	İfadeler	Faktörler					
		1	2	3	4	5	6
Destinasyon Yönetimi	D1	0,807					
	D2	0,793					
	D3	0,773					
	D4	0,731					
	D5	0,599					
	D6	0,552					
Ürün Merkezli Tercih	ÜT1		0,817				
	ÜT2		0,762				
	ÜT3		0,740				
	ÜT4		0,685				
Sağlık Merkezli Tercih	ST1			0,697			
	ST2			0,691			
	ST3			0,648			
Yasal Düzenleme	Y1				0,739		
	Y2				0,628		
	Y3				0,587		
Pazarlama	P1					0,756	
	P2					0,696	
	P3					0,597	
İstihdam	i1						0,786
	i2						0,700
	i3						0,658
Özdeğer		3,360	2,752	2,094	1,950	1,817	1,808
Varyans		15,273	12,510	9,517	8,865	8,259	8,216
Toplam Varyans		62,639					
Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayısı		0,848					

*: 1. Faktör: Destinasyon Yönetimi 2.Faktör: Ürün Tabanlı Tercih 3. Faktör: Sağlık Tabanlı Tercih 4. Faktör: Yasal Düzenleme 5.Faktör: Pazarlama 6.Faktör: İstihdam

Kaiser-Meyer-Olkin değeri (KMO) = 0.827; Bartlett's Testi: $\chi^2 = 10758,088; P = 0.000$

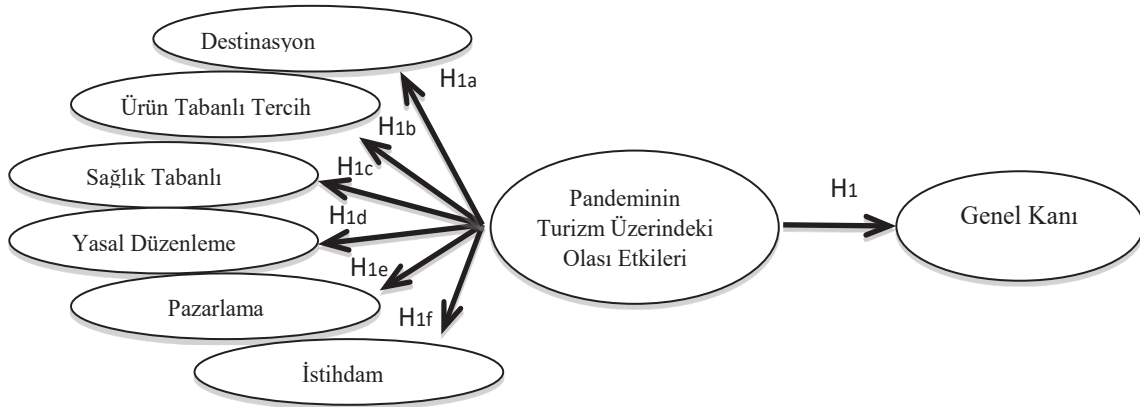
Tablo 1’de yer alan faktör analizi sonucuna göre, Kaiser-Meyer-Olkin örneklem büyüklüğünün değeri 0,827; Bartlett’s testinin faktör analizine uygunluğu ise anlamlı çıkmıştır ($p=0,000<0,001$). Test sonucunda elde edilen bu değerler, verilerin faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda 6 faktör (destinasyon yönetimi, ürün tabanlı tercih, sağlık tabanlı tercih, yasal düzenleme, pazarlama ve istihdam) ortaya çıkmıştır. Bu 6 faktör toplam varyansın %62,639’ını açıklamaktadır. Ölçeğe ilişkin faktörler incelendiğinde; toplam açıklanan varyansta, destinasyon yönetimi faktörünün %15,273; ürün tabanlı tercih faktörünün %12,510; sağlık tabanlı tercih faktörünün %9,517; yasal düzenleme faktörünün %8,259; pazarlama faktörünün %8,259; istihdam faktörünün %8,216 oranında paya sahip olduğu tespit edilmiştir. 6 faktörden oluşan ölçeğe ilişkin genel güvenilirlik sonuçlarına bakıldığında ise Cronbach Alpha Katsayısı 0,848 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2: Genel Kanı Boyutuna İlişkin Faktör Analizi

Boyut	İfadeler	Faktör
Genel Kanı	G1	0,794
	G2	0,782
	G3	0,598
Özdeğer		1600
Varyans Açıklama Oranı		53,336
Genel Güvenilirlik Düzeyi		0,682

Kaiser-Meyer-Olkin değeri (KMO) = 0.687; Bartlett’s Testi: $\chi^2 = 64,137; P = 0.000$

Tablo 2’deki faktör analizi sonuçlarına göre genel kanı boyutunun güvenilirlik katsayısı değerinin 0,682 düzeyinde hesaplanmış olup, faktörün ölçeğin toplam varyansın %53,336’sını açıkladığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğe ilişkin faktör analizi sonucuna göre Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,687, Bartlett’s testi ise $p=0,000<0,001$ düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir. Faktör analizi sonuçları göz önünde bulundurularak Şekil 1’de yer alan araştırma modeli geliştirilmiştir. Bu bağlamda turizm akademisyenlerinin pandeminin turizm sektörü üzerinde yaratacağı olası etkilerin akademisyenlerin turizm sektörünün geleceğine yönelik genel kanıları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada ölçeğin bağımsız değişkenleri olan birinci kısmının kendi içerisinde 6 boyuta ayrılması göz önünde bulundurularak araştırma modeli geliştirilmiş olup Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Şekil 1’de yer alan model göz önünde bulundurularak hipotezler geliştirilmiştir. Buna göre çalışmada 1 ana 6 alt hipotez oluşturulmuştur. Bunlar;

H1: Pandeminin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerinin akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanıları üzerinde etkisi vardır.

H1a: Pandeminin destinasyon yönetimi üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

H1b: Pandeminin misafirlerin ürün tabanlı tercihleri üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

H1c: Pandeminin misafirlerin sağlık tabanlı tercihleri üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

H1d: Pandeminin yasalar düzenleme ihtiyacı üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

H1e: Pandeminin pazarlama stratejileri üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

H1f: Pandeminin turizm istihdamı üzerindeki olası etkileri akademisyenlerin sektörün geleceğine yönelik genel kanılarını olumlu yordamaktadır.

Çalışmada elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için normallik testi yapılmıştır. Yapılan normallik testi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda verilerin dağılımına karar verirken çarpıklık (Skewness), basıklık (Kurtosis) değerlerine bakmak daha doğru olacaktır (Tabachnick, vd., 2013). Tabachnick, vd. (2013)'e göre verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında, George ve Mallery (2010)'ye göre ise +2 ile -2 arasında olması verilerin normal dağıldığını göstermektedir. Bu bağlamda analiz sonuçları değerlendirildiği elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 3: Normallik Testine İlişkin Bulgular

Boyutlar	Skewness	Kurtosis
Genel Kanı	-,055	-,602
Destinasyon Yönetimi	-,635	1,017
Ürün Tabanlı Tercih	-,716	-,193
Sağlık Tabanlı Tercih	-,825	,201
Yasal Düzenleme	-,159	-,374
Pazarlama	-,610	,603
İstihdam	-,491	-,072

Normal dağılım gösteren araştırma verileri analiz edilirken, katılımcıların demografik değişkenleri ve çoktan seçmeli soruları verdikleri cevaplar ile ölçeği oluşturan boyutlarda yer alan ifadelere katılım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını T-Testi ve One-Way ANOVA testi ile, farklılıkların hangi değişkenler üzerinde yoğunlaştığını görmek için ise Tukey testi uygulanmıştır. Ayrıca araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla Korelasyon ve Regresyon analizi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmanın verileri 23 Nisan-15 Mayıs 2020 tarihleri arasında toplanmış olup araştırmanın kaleme alınması için üniversitelerin yüz yüze eğitime tam olarak geçtiği 2022-2023 güz dönemi beklenmiştir. Çalışmanın bulgular kısmında verilerin toplandığı tarihte turizm akademisyenlerinin öngörülerine ve değişkenler arasındaki ilişkilere yer verilmiş olup çalışmanın sonuç ve tartışma bölümü turizm sektörünün güncel durumu göz önünde bulundurularak tartışmalı bir şekilde yazılmıştır.

4. BULGULAR

Akademisyenlerin, Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerine ilişkin öngörülerinin ve bu öngörülerin sektörün geleceğine ilişkin genel kanıları üzerindeki etkilerinin analiz edilmeye çalışıldığı bu çalışmada toplam 234 anket elde edilmiş olup katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve gelir durumlarının bulunduğu demografik özelliklerine ilişkin istatistiksel veriler Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Değişkenler		n	%	Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	93	39,7	Medeni Durum	Bekâr	59	25,2
	Erkek	141	60,3		Evli	175	74,8
	Toplam	234	100,0		Toplam	234	100,0
Yaş	25 ve altı	2	0,9	Gelir Durumu	5000 TL ve altı	9	3,8
	26-34 yaş arası	78	33,3		5001 - 7000	100	42,7
	35-44 yaş arası	102	43,6		7001 - 9000	69	29,5
	45-54 yaş arası	41	17,5		9001 - 11000	27	11,5
	55 ve üzeri	11	4,7		11000 TL ve üzeri	29	12,4
	Toplam	234	100,0		Toplam	234	100,0

Araştırmaya katılanların %39,7'si (n=93) kadın; %60,3'ü (n=141) ise erkek akademisyenlerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş gruplarına yönelik dağılımlar incelendiğinde; 25 ve altı %9 (n=2), 26-34 yaş arası %33,3 (n=78), 35-44 yaş arası %43,6 (n=102), 45-54 yaş arası %17,5 (n=41) ve 55 yaş ve üzeri olanların %4,7 (n=11) oranında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların medeni durumlarına ilişkin veriler incelendiğinde; %25,2'sinin (n=59) bekar; %74,8'sinin (n=175) ise evli olduğu gözlenmiştir. Son olarak gelir durumlarına yönelik istatistiksel verilere bakıldığında katılımcıların %3,8'sinin (n=9) 5000 TL ve altı; %42,7'sinin (n=100) 5001-7000 TL; %29,5 (n=69) 7001-9000 TL; %11,5'nin (n=27) 9001-11000 TL ve %12,4'ünün (n=29) 11000 TL ve üzeri gelir grubuna dahil olduğu görülmektedir.

Tablo 5'te katılımcıların turizme ve turizm üzerinde etkisi olduğu düşünülen Covid-19 pandemisinin ilişkin ifadelerine yönelik algılarının yüzdesel verileri yer almaktadır. Araştırmaya katılan akademisyenlerin son üç yıl içerisindeki tatile gitme oranları incelendiğinde; %3'ü (n=7) hiç tatile gitmezken, %24,4'ü (n=57) 1 veya 2 kez; %36,8'i (n=86) 3 veya 4 kez; %22,6'sı (n=53) 5 veya 6 kez; %13,2'si (n=31) ise 7 ve daha fazla sayıda tatile gitmiştir. Ayrıca tablo D'de araştırmaya katılanların Covid-19 pandemisinin ne kadar süreceğine ilişkin algıları yer almaktadır. Katılımcıların %6'sı (n=14) pandemisi 1-3 ay arası kadar süreceğini ifade ederken; %33,3'ü (n=78) 4-7 ay arası; %26,9'u (n=63) 8-12 ay arası; %21,8'i (n=51) 13-18 ay arası; %12'si (n=28) de 18 aydan fazla süre alacağını belirtmişlerdir. Diğer taraftan araştırmaya turizm sektörünün önceki rakamlarına ulaşmasına ilişkin ifadeler katılımcıların %1,3'ü (n=3) ilk yıl içinde ulaşacağını; %35,9'u (n=84) 1-2 yıl içinde ulaşacağını; %41,9'u (n=98) 2-3 yıl içinde ulaşacağını; %17,1'i (n=40) 3-4 yıl içinde ulaşacağını %3,8'i (n=9) ise 4 yıldan fazla süre alacağını düşünmektedirler. Katılımcıların bir sonraki tatillerini ne zaman planlayacaklarına yönelik ifadelerine ilişkin algıları incelendiğinde; %41'i (n=96) pandemi sona erdi bilgisini aldıktan sonra tatil hareketlerine katılacağı görülmektedir. Daha sonra sırasıyla %27,8'i (n=65) pandemi sona erdikten en az 1 yıl sonra, %16,7'si (n=39) pandemi kontrol altına alındı bilgisi alındıktan sonra, %9'u (n=21) şehirler arası ulaşım açılır açılmaz, %5,6'sı (n=13) da pandemi sona erdikten 1 yıldan daha fazla süre geçtikten sonra tatil faaliyetlerini planlayacaklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5: Araştırma Sorularına İlişkin İfadelerin Yüzdesele Dağılımı

İfade	Değişkenler	n	%	İfade	Değişkenler	n	%
Geçmiş 3 yıl içerisinde kaç kez tatile gittiniz?	Hiç Gitmedim	7	3,0	Sizce Covid-19 pandemisi ne kadar sürecek?	1-3 Ay	14	6,0
	1-2 Kez	57	24,4		4-7 Ay	78	33,3
	3-4 Kez	86	36,8		8-12 Ay	63	26,9
	5-6 Kez	53	22,6		13-18 Ay	51	21,8
	7 ve Üzeri Kez	31	13,2		18 Aydan Daha Fazla	28	12,0
	Total	234	100,0		Total	234	100,0
İfade	Değişkenler	n	%	İfade	Değişkenler	n	%
Turizm sektörü önceki rakamlarına ne zaman ulaşır?	İlk Yıl	3	1,3	Bir dahaki tatilinizi en yakın ne zamana planlıyorsunuz?	Şehirler arası ulaşım açılır açılmaz.	21	9,0
	1-2 Yıl	84	35,9		Pandemi kontrol altına alındı bilgisini aldıktan sonra.	39	16,7
	2-3 Yıl	98	41,9		Pandemi sona erdi bilgisini aldıktan sonra.	96	41,0
	3-4 Yıl	40	17,1		Pandemi sona erdikten en az 1 yıl sonra.	65	27,8
	4 Yıldan Daha Fazla	9	3,8		Pandemi sona erdikten 1 yıldan daha fazla süre geçtikten sonra.	13	5,6
	Total	234	100,0		Total	234	100,0

Tablo 6'da araştırmaya katılan akademisyenlerin, Covid-19 pandemiden en çok etkilendiği düşünülen ve en iyi yönetildiği düşünülen turizm bileşenlerine yönelik verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Söz konusu tabloda yer alan değişkenlerin değerleri incelendiğinde, katılımcıların Covid-19 pandemiden en çok toplam puana (1111) sahip olan konaklama sektörünün etkilendiğini düşündükleri ifade edilebilir ($\bar{X}=4,75$). Ardından sırasıyla, 921 puanla seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin ($\bar{X}=3,94$), 917 toplam puanla hava yolu şirketlerinin ($\bar{X}=3,92$), 772 toplam puanla yiyecek içecek sektörünün ($\bar{X}=3,30$), 732 toplam puanla eğlence sektörünün ($\bar{X}=3,13$) ve 461 puanla ev paylaşım işletmelerinin ($\bar{X}=1,97$) etkilendiği görülmektedir. Ayrıca Tablo 6'da Covid-19 pandemisi sırasında en iyi yönetildiği düşünülen turizm bileşenlerine yönelik aritmetik ortalama, puan ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Katılımcılar pandemi esnasında 1073 puanla yiyecek içecek sektörünün en iyi yönetildiğini düşündükleri sonucu tespit edilmiştir ($\bar{X}=4,59$). Diğer bileşenler 961 toplam puanla konaklama sektörü ($\bar{X}=4,11$), 931 toplam puanla hava yolu şirketleri ($\bar{X}=3,98$), 826 toplam puanla seyahat acenteleri ve tur operatörleri ($\bar{X}=3,53$), 573 toplam puanla eğlence sektörü ($\bar{X}=2,45$), 550 toplam puanla ev paylaşım işletmeleri ($\bar{X}=2,35$) şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 6: En Çok Etkilendiği Düşünülen ve En İyi Yönetildiği Düşünülen Turizm Bileşenlerine İlişkin Bulgular

En Çok Etkilendiği Düşünülen Turizm Bileşenleri				En İyi Yönetildiği Düşünülen Turizm Bileşenleri			
Değişkenler	\bar{X}	Toplam Puan	s.s	Değişkenler	\bar{X}	Toplam Puan	s.s
Konaklama Sektörü	4,75	1111	1,20	Yiyecek İçecek Sektörü	4,59	1073	1,31
Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri	3,94	921	1,37	Konaklama Sektörü	4,11	961	1,26
Hava Yolu Şirketleri	3,92	917	1,64	Hava Yolu Şirketleri	3,98	931	1,75
Yiyecek İçecek Sektörü	3,30	772	1,57	Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri	3,53	826	1,26
Eğlence Sektörü	3,13	732	1,46	Eğlence Sektörü	2,45	573	1,27
Ev Paylaşım İşletmeleri	1,97	461	1,56	Ev Paylaşım İşletmeleri	2,35	550	1,80

Tablonun genel sonuçlarına bakıldığında, Covid-19 pandemisi sırasında turizm bileşenlerinden ev ve paylaşım işletmelerinin, konaklama sektörü, yiyecek-içecek sektörü, seyahat acentaları ve tur operatörleri, havayolu şirketleri ve eğlence sektörüne göre daha az etkilendiği düşünülmektedir. Diğer taraftan konaklama sektörü, yiyecek-içecek sektörü, seyahat acentaları ve tur operatörleri ile havayolu şirketlerinin ev ve paylaşım işletmeleri ile eğlence sektörüne oranla Covid-19 pandemiye karşın daha iyi yönetildiği görülmüştür. "Genel Kani", "Destinasyon Yönetimi", "Ürün Tabanlı Tercih", "Sağlık Tabanlı Tercih", "Yasal Düzenleme", "Pazarlama" ve "İstihdam" boyutlarındaki her bir ifadeye yönelik aritmetik ortalama, standart sapma değerleri ile birlikte frekans ve yüzdesel dağılımlarına ilişkin bulgular Tablo 7'de yer almaktadır. Tablo 7'de yer alan "Genel Kani" boyutundaki ifadeler sırasıyla "Turizm sektöründe hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını düşünüyorum." ($\bar{X}=3,58$), "Turizm sektörünün toparlanmasının uzun yıllar alacağını düşünüyorum." ($\bar{X}=3,08$) ve "Normalleşme süreci başladığında aşırı turizm uygulamalarının devam etmeyeceğini düşünüyorum." ($\bar{X}=3,02$) şeklindedir. Dolayısıyla katılımcılar genel kani boyutunda yer alan ifadelerle "orta düzeyde katılıyorum" ve orta düzeyin biraz üstünde katılıyorum şeklinde ifadelerle katılım gösterdikleri saptanmıştır. Bu açıdan bakıldığında katılımcıların, turizm sektörünün Covid-19 pandemisi sebebiyle eski düzende olmayacağını, sağlam yapıda olmasının uzun zaman alacağı ve bu sebeple normalleşme süreci başlasa dahi aşırı turizm faaliyetlerinin aşırı şekilde gerçekleşmeyeceği yönündeki ifadeye orta düzeyde, kararsız bir tutum ortaya koydukları gözlenmiştir.

Tablo 7: Ölçeğe İlişkin İfadelerin Frekans ve Yüzdesel Dağılımları

Boyut	İfade		\bar{X}	S.S.
	<i>.....düşünüyorum.</i>			
Genel Kani	G1	Turizm sektöründe hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını	3,58	1,18
	G2	Turizm sektörünün toparlanmasının uzun yıllar alacağını	3,08	1,07
	G3	Normalleşme süreci başladığında aşırı turizm uygulamalarının devam etmeyeceğini	3,02	1,21
Destinasyon Yönetimi	D1	Destinasyon yönetim örgütlerinin kamu ve özel sektör tarafından daha çok destekleneceğini	3,43	0,90
	D2	Destinasyon yönetim örgütleri ve turizm işletmelerinin gelecekte olası krizlere yönelik önlem alabilmek için kriz masaları oluşturacaklarını	3,57	0,92
	D3	Destinasyon yönetim örgütlerinin daha çok anlaşılacağını ve öneminin kavranacağını	3,55	0,89
	D4	Destinasyon yönetim örgütlerinin kurulmasının turizm sektörünün toparlanmasına yardımcı olacağını	3,84	0,82
	D5	Destinasyonlarda ortaklaşa (kamu ve özel sektör) tanıtım faaliyetlerine yoğunlaşılması turizm sektörünün durgunluk döneminden kurtulabilmesi için çok önemli olduğunu	4,17	0,82
	D6	Destinasyon yönetim örgütlerinin, olmayan destinasyonlarda, kurulacağını	3,24	0,93
Ürün Tabanlı Tercih	ÜT1	Doğa temelli (Eko-turizm, kırsal turizm vb.) alternatif turizm türlerinin daha çok tercih edileceğini	4,27	0,82
	ÜT2	Sürdürülebilir turizm anlayışına sahip işletmelerinin daha çok tercih edileceğini	4,19	0,82
	ÜT3	Butik turizm işletmelerine yönelik talebin artacağını	4,35	0,80
	ÜT4	Kişiselleştirilmiş turistik ürün ve hizmet sunan turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini	4,46	0,68
Sağlık Tabanlı Tercih	ST1	Hijyen uygulamaları ön plana çıkan turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini	4,64	0,54
	ST2	Turizm işletmelerinin tanıtım faaliyetlerinde uyguladıkları sağlık tedbirlerini daha çok ön plana çıkaracaklarını	4,53	0,59
	ST3	Sosyal mesafeye dikkat edilerek tekrar dizayn edilen turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini	4,45	0,68

Yasal Düzenleme	Y1	Turizm meslek yasasının hızlı bir şekilde çıkacağını	2,66	1,09
	Y2	Yasa yapıcıların turizm sektörünün önemini daha çok kavrayacağını	3,44	1,13
	Y3	Korona sonrası seyahat, konaklama, yiyecek içecek ve eğlence işletmeleri için hijyen odaklı yasaların çıkacağını	4,15	0,82
Pazarlama	P1	Tanıtım faaliyetlerinde kilit performans kriterinin gelen kişi sayısı olma özelliğinin kişi başı harcamaya doğru değişmek zorunda kalacağını	3,94	0,91
	P2	Turizm sektörünün içinde bulunduğu krizden çıkabilmesi için rekabet koşullarının daha işbirlikçi bir yaklaşıma bağlı olduğunu	4,17	0,70
	P3	Kişi sayısı yerine kişi başı harcamaları artırıcı ürün ve hizmet geliştirme çabalarının artacağını	4,04	0,82
İstihdam	İ1	Turizm sektöründeki istihdamın daralacağını	3,74	0,94
	İ2	Nitelikli iş gücünde önemli ölçüde kayıp olacağını	3,05	1,10
	İ3	Mümkün olan alanlarda insan gücü yerine teknolojinin daha yaygın kullanılacağını	3,55	0,99

Araştırmaya katılanların "Destinasyon Yönetimi" boyutuna ilişkin ifadelerle yönelik algıları şu şekilde sıralanmıştır; "Destinasyonlarda ortaklaşa (kamu ve özel sektör) tanıtım faaliyetlerine yoğunlaşılması turizm sektörünün durgunluk döneminden kurtulabilmesi için çok önemli olduğunu düşünüyorum" ($\bar{X}=4,17$), "Destinasyon yönetim örgütlerinin kurulmasının turizm sektörünün toparlanmasına yardımcı olacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,84$), "Destinasyon yönetim örgütleri ve turizm işletmelerinin gelecekte olası krizlere yönelik önlem alabilmek için kriz masaları oluşturacaklarını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,57$), "Destinasyon yönetim örgütlerinin daha çok anlaşılacağını ve önemini kavranacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,55$), "Destinasyon yönetim örgütlerinin kamu ve özel sektör tarafından daha çok destekleneceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=3,43$), "Destinasyon yönetim örgütlerinin, olmayan destinasyonlarda, kurulacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,24$). Bu bağlamda araştırmaya katılan akademisyenlerin, turizm sektörünün yakın zamanda yaşanan salgın hastalık durumu gibi etkilenebileceği benzeri olaylara karşı daha sağlam yapıda ve daha hazırlıklı olabilmesinde destinasyon yönetimi örgütlerinin destekleneceği ve önemini artacağı yönündeki görüşlerinin olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7'de yer alan veriler incelendiğinde, "Ürün Tabanlı Tercih" boyutuna ilişkin ortalama değerleri yüksek derecede katılım gösteren "4" üzeri olduğu görülmektedir. Katılımcıların ifadelerinde verileri incelendiğinde; "Kişiselleştirilmiş turistik ürün ve hizmet sunan turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=4,46$), "Butik turizm işletmelerine yönelik talebin artacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=4,35$), "Doğa temelli (Eko-turizm, kırsal turizm vb.) alternatif turizm türlerinin daha çok tercih edileceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=4,27$), "Sürdürülebilir turizm anlayışına sahip işletmelerinin daha çok tercih edileceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=4,19$) ifadelerine katılımların yüksek oranda katılım olduğu saptanmıştır. Böylelikle katılımcıların, pandemi sebebiyle turizm sektöründe özellikli ürün ve hizmet sunan ve butik turizm işletmelerinin ön planda olacağını düşündükleri gözlenmiştir. Ayrıca katılımcılar, turizm tabanlı işletmelerde, çevreyi koruyucu ve sürdürülebilir faaliyetlere yönelik anlayışın daha fazla benimseneceği yönünde görüş belirttikleri ifade edilebilir. Söz konusu tabloda yer alan bir diğer boyut ise "sağlık tabanlı tercih" boyutu olmaktadır. Boyutta yer alan her bir ifadeye ilişkin ortalama yüksek düzeyde katılım gösteren "4,5" civarında olmuştur. Böylelikle; araştırmaya katılan akademisyenlerin turizm sektöründe tercihler üzerinde sağlık faktörünün etkisinin olduğu görüşünü savundukları görülmektedir. Boyuta yönelik ifadelerle bakıldığında; "Hijyen uygulamalarıyla ön plana çıkan turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=4,64$), "Sosyal mesafeye dikkat edilerek tekrar dizayn edilen turizm işletmelerinin daha çok tercih edileceğini düşünüyorum" ($\bar{X}=4,53$), "Turizm işletmelerinin tanıtım faaliyetlerinde uyguladıkları sağlık tedbirlerini daha çok ön plana çıkaracaklarını düşünüyorum" ($\bar{X}=4,45$) ifadelerinde yüksek oranda katılım mevcuttur. Bu ortalamalardan anlaşılacağı gibi, katılımcılar turizm işletmelerinde sağlığa yönelik yapılan iyileştirmelerin ve sağlık tedbirlerinin önemini artmasının tercihleri etkileyeceğini düşündükleri gözlenmiştir.

Tablo 7'de yer alan "Yasal Düzenleme" boyutundaki ifadelerle ilişkin istatistiksel verilere bakıldığında "Korona sonrası seyahat, konaklama, yiyecek içecek ve eğlence işletmeleri için hijyen odaklı yasaların çıkacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=4,15$), "Yasa yapıcıların turizm sektörünün önemini daha çok kavrayacağını düşünüyorum"

($\bar{X}=3,44$) ifadelerine yüksek oranda katılım olduğu görülmektedir. Buna karşın katılımcılar "Turizm meslek yasasının hızlı bir şekilde çıkacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=2,66$) ifadesine olumsuz görüş sergilemişlerdir. Bu durumda katılımcılar yasa yapıcıların turizm sektörünün önemini kavrayarak sağlık ve hijyen açısından yasaların çıkacağını düşünürken, bu yasaların çıkmasının uzun zaman alacağını düşünmektedirler.

Bir diğer boyut olan "Pazarlama" boyutunda ise ifadeler şu şekilde sıralanmıştır; "Turizm sektörünün içinde bulunduğu krizden çıkabilmesi için rekabet koşullarının daha işbirlikçi bir yaklaşıma bağlı olduğunu düşünüyorum" ($\bar{X}=4,17$), "Kişi sayısı yerine kişi başı harcamaları artırıcı ürün ve hizmet geliştirme çabalarının artacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=4,04$), "Tanıtım faaliyetlerinde kilit performans kriterinin gelen kişi sayısı olma özelliğinin kişi başı harcamaya doğru değişmek zorunda kalacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,94$). Buradan anlaşılacağı üzere, araştırmaya katılan akademisyenlerin, pazarlama boyutundaki ifadelerle ilişkin algılarının "çok katılıyorum" ve "tamamen katılıyorum" düzeyinde olumlu olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile katılımcılar, turizm sektörlerinin buldukları kriz durumundan olabildiğince kârlı çıkmak için pazarlama faaliyetlerini, kişi sayısı yerine kişi başına düşen harcamaları en üst düzeyde tutacak şekilde değiştirmek zorunda kalacaklarını savunmaktadırlar.

Araştırmaya katılan akademisyenlerin "İstihdam" boyutundaki ifadeleri ilişkin algıları ise "3" düzeyinde olup orta düzeyde katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. "Turizm sektöründeki istihdamın daralacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,74$) ifadesi yüksek derecede katılım göstermiştir. Katılımcılar, Covid-19 pandemisi sebebiyle turizm işletmelerindeki mevcut istihdamın daralacağını düşündükleri görülmektedir. Ayrıca, "Mümkün olan alanlarda insan gücü yerine teknolojinin daha yaygın kullanılacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,55$) ifadesinde çıkan ortalamaya göre gerekli alanlarda insan gücünden çok teknolojik iş gücünün kullanılacağı yönündeki görüşe de ortak algıya sahip oldukları gözlenmektedir. Bununla birlikte "Nitelikli iş gücünde önemli ölçüde kayıp olacağını düşünüyorum" ($\bar{X}=3,05$) ifadesine orta derecede katılım olup, turizm sektörlerindeki iş gücünde yüksek oranda kayıp olmayacağı görüşünü savunmaktadırlar.

Tablo 8'de araştırmanın bağımlı-bağımsız değişkenleri ile katılımcıların geçmiş 3 yıl içerisindeki tatil sıklığı, Covid-19 pandemisinin tahmini süresine ilişkin öngörüler, bir sonraki tatil planı ve sektörün tekrar eski haline ne kadar sürede geleceğine ilişkin öngörüler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan One-Way ANOVA analizi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 8: One Way ANOVA Analizi Sonuçları

Öngörüler	Genel Kanı	Destinasyon Yönetimi	Ürün Tabanlı Tercih	Sağlık Tabanlı Tercih	Yasal Düzenleme	Pazarlama	İstihdam
Geçmiş 3 Yıl İçerisindeki Tatil Sıklığı	-	-	-	-	-	-	-
Covid-19 Pandemi Süresi	0,013	-	-	-	-	-	0,049
Bir Sonraki Tatil Planı	0,028	0,033	-	-	-	-	-
Pandemi Sonrası Sektörün Toparlanması	0,000	-	-	-	-	-	0,003

Tablo 8 incelendiğinde Covid-19 pandemisinin ne kadar süreceğine ilişkin öngörüler ile "genel kanı" boyutu ($p=0,013<0,050$) ve "istihdam" boyutu ($p=0,049<0,050$) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilirken, diğer boyutlar ile arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplar arasında olduğu incelendiğinde ise pandemisinin 7 ay ve altında süreceğini öngörenler ile daha fazla süreceğini öngörenler arasında yoğunlaştığı göze çarpmaktadır. Katılımcıların pandemi süresine ilişkin öngörüler ile istihdam boyutunda yer alan ifadelerle ilişkin öngörüler arasındaki anlamlı farklılığın da aynı şekilde pandemisinin 7 aydan daha az süreceğini öngörenler ile daha fazla süreceğini öngörenler arasında olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan katılımcıların bir sonraki tatil planını ne zaman yapacağı ile “genel kanı” ($p=0,028<0,050$) ve “destinasyon yönetimi” ($p=0,033<0,050$) boyutlarına ilişkin öngörülerini arasında anlamlı bir farklılık gözlenirken diğer değişkenlere ilişkin öngörülerinin bir sonraki tatil planını ne kadar süre geçtikten sonra yapacaklarına göre farklılaşmadığı göze çarpmaktadır. Genel kanı boyutuna ilişkin algıları ile bir sonraki tatil planı arasındaki farklılığın “pandemi kontrol altına alındı bilgisinin alınması tatil planlayacaklar ile pandeminin sonlanması hatta üzerinden zaman geçmesi gerekliliğini düşünenler” arasında yoğunlaştığı gözlenmektedir.

Tablo 8’e göre katılımcıların pandemi sonrası turizm sektörünün toparlanabilmesi için gerekli olan süreye ilişkin öngörülerini ile “genel kanı” ($p=0,000<0,050$) ve “istihdam” ($p=0,003<0,050$) boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenirken diğer boyutlara ilişkin öngörülerinin turizm sektörünün tekrar toparlanması için gerekli olan süreye ilişkin öngörülerini arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlar incelendiğinde “genel kanı” boyutuna ilişkin anlamlı farklılığın turizm sektörünün 1-2 yıl içerisinde eski haline geleceğini düşünenler ile daha fazla süre gerekeceğini düşünenler arasında yoğunlaştığı gözlenmiştir. Ayrıca “istihdam” boyutuna ilişkin farklılığın ise ilk yıl içerisinde sektörün kendini toparlayacağını öngörenler ile daha fazla süreye ihtiyaç olduğunu düşünenler arasında yoğunlaştığı gözlenmiştir.

4. 1. Hipotez Testi

Pandeminin turizm sektörü üzerinde olası etkilerine ilişkin turizm akademisyenlerinin öngörülerinin ve bu öngörülerin akademisyenlerin sektörün geleceğine ilişkin genel kanıları üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi amaçlanan bu çalışmada 1 ana 6 alt hipotez geliştirilmiştir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri olumlu yordayıp yordamağı regresyon analizi ile test edilmiştir. Regresyon analizi sonuçları Tablo 10’da gösterilmiştir.

Regresyon analizi sonuçlarına geçmeden önce veri setinin regresyon analizine uygun olup olmadığı incelenmiştir. Regresyon analizinin ön koşulları (Büyüköztürk, 2011) ve verilerin bu koşulları sağlayıp sağlamadığı aşağıda verilmiştir. Buna göre;

- *Bağımlı değişken, eşit aralıklı veya eşit oranlı ölçme düzeyinde ve sürekli değişken olmalıdır. Bağımsız değişkenlerin de aynı olmasını isteriz ancak kategorik de olabilirler.* Bu çalışmada hem bağımlı değişken hem de bağımsız değişkenler için eşit aralıklı ölçek kullanılmış olup birinci şart sağlanmıştır.

- *Değişkenlerin tamamı normal dağılıma sahip olmalıdır.* Bu bağlamda normallik analizleri yapılmış olup veriler Tablo 3’te verilmiştir. Buna göre çalışmada elde edilen veriler normal dağılım gösterdiği gözlenmiş olup ikinci önkoşul sağlanmıştır.

- *Değişkenler arasında doğrusal ilişki olmalıdır.* Bu bağlamda elde edilen verilerin saçılım diagramları incelenmiş olup çalışmanın üçüncü şartı sağladığı tespit edilmiştir.

- *Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılık (multicollinearity) olmamalıdır.* Elde edilen verilerin çoklu bağlantı sorunu olup olmadığı birkaç yöntemle incelenebilir. Birincisi değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının $r<0,80$ şartını sağlaması gerekir ki Tablo 9’da yer alan veriler incelendiğinde verilerimizde çoklu bağlantılılık problemi olmadığı söylenebilir. Diğer kontrol edilmesi gereken değişken ise VIF değerleridir. Hair, vd.’ne (2010) göre VIF değerinin 4 ve altı olması gerekirken, Alison (1999)’a göre bu değer 2,5’ün altında olması gerekir. Tablo 10’da yer alan VIF değerleri incelendiğinde tüm boyutlara ilişkin değerlerin her iki referansa göre de uygun olduğu ve dolayısıyla bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılık problemi olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9: Çoklu Bağlantılılık Analizine İlişkin Veriler

	Boyutlar	Genel Kanı	İstihdam	Yasal Düz.	Destinasyon Yönetimi	Ürün Tabanlı Tercih	Sağlık Tabanlı Tercih	Pazarlama
Pearson Correlation	Genel Kanı	1						
	İstihdam	0,458	1					
	Yasal Düzenleme	0,085	0,047	1				
	Destinasyon Yönetimi	0,147	0,11	0,502	1			
	Ürün Tabanlı Tercih	0,235	0,16	0,25	0,267	1		
	Sağlık Tabanlı Tercih	0,221	0,213	0,347	0,337	0,512	1	
	Pazarlama	0,176	0,213	0,284	0,309	0,428	0,375	1

- *Gözlem değerleri içinde uç değerler olmamalıdır.* Gözlem değerlerimiz içinde uç değer olup olmadığı hata istatistikleri tablosunda incelenmiştir. Yapılan incelemede Standartize hata değerlerinin (Std. Residual) minimum -3,29<-3,180 ve maksimum 2,354<3,29 olduğu ve değerlerin uygun aralıkla olduğu tespit edilmiştir. Uç değerler Ayrıca diğer bir referans noktası olan Cook's Distance sonuçlarına göre maksimum değer 0,104<1 olduğu tespit edilmiş olup çalışma veri setinde herhangi bir uç değer olmadığı ve veri setinin beşinci koşulu da sağladığı görülmüştür.

- *Tahminlere ait hatalar normal dağılımalıdır.* Bu bağlamda analiz sonucu elde edilen hata histogramları incelenmiş olup tüm bağımsız değişkenlere ilişkin verilerin hiç bir ayrık değer olmaksızın çan eğrilerin içinde denge dağıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla veri seti altıncı şartı da sağlamıştır.

- *Eş varyanslılık (homoskedastiklik) olmalıdır.* Veri setinde eş varyanslılık şartını sağlayıp sağladığı ilgili gözlem değerlerine ilişkin saçılım diagramı incelenerek tespit edilmiştir. Gözlem değerlerinin saçılım diagramında diktör bir yapı içerisinde dengeli dağıldığı gözlenmiş olup veri setinin yedinci şartı da sağladığı tespit edilmiştir.

- *Hatalar bir birinden bağımsız olmalıdır.* Hataların bir birinden bağımsız olup olmadığına Durbin-Watson Katsayısına bakarak karar verilmektedir. İgili katsayının 2'ye yakın olması ya da en azından 1-3 arasında yer alması beklenmektedir. Veri setine ilişkin Durbin-Watson katsayısının 1,957 olduğu (bkz. Tablo 10) ve dolayısıyla sekizinci ve son şartı sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 10: Çoklu Regresyon Analizine İlişkin Veriler

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Standart Beta Katsayısı (β)	T Değeri	Anlamlılık Değeri (p)	VIF
Genel Kanı	İstihdam	,422	7,031	0,000	1,076
	Yasa Düzenleme	-,012	-,175	0,861	1,424
	Destinasyon Yönetimi	,056	,811	0,418	1,429
	Ürün Tabanlı Tercih	,131	1,849	0,066	1,493
	Sağlık Tabanlı Tercih	,050	,698	0,486	1,541
	Pazarlama	-,002	-,035	0,972	1,357
R= 0,492, Adjusted R² = 0,222, p = ,000, Durbin-Watson Katsayısı = 1,957					

İstihdam, yasal düzenleme, destinasyon yönetimi, ürün tabanlı tercih, sağlık tabanlı tercih ve pazarlama bağımsız değişkenlerini kullanarak turizm akademisyenlerinin Covid-19 süreci ve sonrasında turizm sektörüne

ilişkin genel kanılarını ifade eden “genel kanı” bağımlı değişkenini yordamak amacıyla birçok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır ($\hat{Y}=o+1X1+2X2+3X3+4X4+5X5+6X6+...pXp$). Analiz sonucunda anlamlı bir regresyon modeli, $F(6, 227)= 12,056$, $p<0,001$, ve bağımlı değişkendeki varyansın %22’sini ($R2_{adjusted} = .22$) bağımsız değişkenler tarafından açıkladığı bulunmuş olup **H1 kabul edilmiştir**. Ayrıca İstihdam bağımsız değişkeninin genel kanıyı olumlu ve anlamlı olarak ($\beta=.422$, $t(227)= 7,03$, $p<0.001$, $pr2=.18$.) yordadığı tespit edilmiş olup **H1f kabul edilmiştir**.

Bağımsız değişkenlerden destinasyon yönetimi ($\beta=.06$, $t(227)= .082$, $p>0.001$, $pr2=.003$), ürün tabanlı tercih ($\beta=.13$, $t(227)= 1.85$, $p>0.001$, $pr2=.015$) ve sağlık tabanlı tercih ($\beta=.05$, $t(227)= .70$, $p>0.001$, $pr2=.002$) genel kanıyı olumlu yordarken ilişki anlamlı bulunmamış olup **H1a, H1b, H1c Red Edilmiştir**. Bunun yanı sıra bağımsız değişkenlerden Yasal düzenleme ($\beta= -.01$, $t(227)= -.18$, $p>0.001$, $pr2=.002$) ve Pazarlama ($\beta= -.002$, $t(227)= -.035$, $p>0.001$, $pr2=.00004$) olumsuz yordamakta ve ilişki anlamlı bulunmamış olup **H1d, H1e Red Edilmiştir**.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm akademisyenlerinin Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerine ilişkin öngörülerinin sektörün geleceğine ilişkin genel kanılarının oluşması üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmaya toplam 234 akademisyen katılım göstermiştir. Söz konusu akademisyenlerin büyük bir çoğunluğunun evli olduğu göze çarparken, yarısından fazlasının erkek ve yine büyük bir çoğunluğunun 26-44 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılarının neredeyse tamamına yakınının en az yılda bir kez tatile çıktığı ve önemli bir kısmının ise yılda birden fazla tatil deneyimi yaşadığı görülmektedir. Söz konusu bulgular katılım gösteren akademisyenlerinin öngörülerinin gerçeğe en yakın öngörüler olabileceği yönünde kanıt niteliği taşımaktadır.

Katılımcılarının yarıya yakını pandeminin 8 ile 18 ay arasında süreceğini, küçük bir kısmının ise 18 aydan daha fazla süreceğini öngördüğü görülmektedir. Çalışma verilerinin pandemi sürecinin hemen başında toplandığı ve pandemi başladıktan 15 ay sonra yaz sezonunda turizm sektöründe ciddi bir toparlanma olduğu düşünüldüğünde akademisyenlerin başta yanıltıcı gibi görünmüş olmasına rağmen sektörde iyileşmeler baz alındığında haklı çıktıkları göze çarpmaktadır. Ayrıca akademisyenlere bir sonraki tatil planlarını ne zaman yapacakları sorulduğunda, pandeminin kontrol altına alınmasıyla birlikte planlamaya başlayabileceklerini ancak çoğunlukla sona erdi bilgisi alındıktan sonra tatil planlarının daha uygun olacağını düşündükleri gözlenmektedir. Bunu yanı sıra pandeminin ne kadar süreceğine ilişkin öngörülerin ise 1-3 yıl arasında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu noktadan hareketle katılımcıların en yakın tatil planlarına ilişkin öngörülerini ile pandeminin ne kadar süreceğine ilişkin öngörülerinin paralellik gösterdiği görülmektedir. Dahası akademisyenlerin, özellikle yarıya yakının, pandemi süresine ilişkin öngörülerinin 2 ila 3 yıl arasında yoğunlaşmış olması akademisyenleri bir kez daha haklı çıkarmıştır.

Turizm sektörü bileşenlerinden hangilerinin daha çok etkileneceği ve hangilerinin ise bu süreci daha iyi yönetebileceği sorulduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğu; ev ve paylaşım işletmelerinin, konaklama sektörü, yiyecek-içecek sektörü, seyahat acentaları ve tur operatörleri, havayolu şirketleri ve eğlence sektörüne göre daha az etkileneceğini öngördükleri gözlenmektedir. Diğer taraftan konaklama sektörü, yiyecek-içecek sektörü, seyahat acentaları ve tur operatörleri ile havayolu şirketlerinin ev ve paylaşım işletmeleri ile eğlence sektörüne oranla Covid-19 pandemisi karşısında daha iyi yönetilebileceğini öngörmüşlerdir. Söz konusu öngörülerle sonuçlar karşılaştırıldığında turizm akademisyenlerinin haklılığı bir kez daha görülmüştür. Öyle ki pandemi sürecinde en büyük sıkıntıyı konaklama ve seyahat işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve havayolu şirketleri yaşarken yine aynı bileşenlerin pandemiye ilişkin en hızlı ve etkin tedbirleri alan ve uygulayan turizm bileşenleri olduğu görülmektedir.

Turizm akademisyenlerinin Covid-19’un turizm sektörü üzerindeki etkilerine ilişkin genel kanılarının 5’li likert ölçeği ile ölçülmeye çalışıldığı bu çalışmada yapılan faktör analizi sonuçlarına göre; biri çalışmanın bağımlı değişkeni “genel kanı” boyutu; altısı çalışmanın bağımsız değişkenleri “destinasyon yönetimi”, “ürün tabanlı tercih”, “sağlık tabanlı tercih”, “yasal düzenleme”, “pazarlama” ve “istihdam” olmak üzere toplam yedi boyuttan oluşmaktadır. Katılımcıların bağımsız değişkenlere ilişkin katılım düzeyleri genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaya katılan akademisyenler, turizm sektörünün benzer kriz durumlarına karşı güçlendirilmesi ve daha dayanıklı hale getirilebilmesi için destinasyon yönetimi örgütlerine yönelik farkındalığın yükseleceği, yönetim örgütlerinin olmadığı destinasyonlarda kurulacağı ve hem kamu hem de özel sektör tarafından destinasyon yönetim örgütlerine yönelik desteğin artacağı görüşünde oldukları görülmektedir.

Turizm akademisyenlerinin, pandemi sebebiyle turizm sektöründe butik turizm işletmelerinin ön plana çıkacağı ve daha çok tercih edileceği ayrıca turizm işletmelerinde çevre koruma ve sürdürülebilir faaliyetlere yönelik anlayışın artacağı yönünde görüşe sahip oldukları söylenebilir. Diğer taraftan akademisyenlerin turizm sektöründe sağlık faktörünün turist tercihleri üzerinde etkisinin olduğu görüşünü savundukları görülmektedir. Ayrıca verilerden anlaşıldığı üzere katılımcılar turizm işletmelerinde sağlık ve hijyen tabanlı yapılan iyileştirmelerin ve sağlık tedbirlerinin (sosyal mesafe, seyreltilmiş ortamlarda konaklama ve yeme-içme hizmeti vb.) öneminin artması turist tercihlerini olumlu yönde etkileyeceğini düşündükleri gözlenmiştir.

Akademisyenlerin mevzuatta olması muhtemel değişikliklerle ilgili öngörülerini değerlendirildiğinde, yasa yapıcıların turizm sektörünün önemini çok daha iyi anlayacaklarını, pandemi sürecinde sağlık ve hijyen konularıyla ilgili yasal düzenlemeler yapılacağını öngörmekte ancak bu yasaların çıkmasının zaman alacağını düşündükleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda genel bir değerlendirme yapıldığında akademisyenlerin olası değişikliklere ilişkin öngörülerinde haklı çıktıkları ancak yasalama süresindeki tahminlerinde yanıldıkları göze çarpmaktadır. Özellikle, yasa yapıcıların hızla turizm sektörüne tedbirler alıp güvenli turizm sertifikası uygulamasına geçmesi turizm sektörünün daha az yara alarak bu süreci geçirmesine katkı sağlamıştır.

Pandemi sırasındaki ve sonrasındaki pazarlama stratejileri açısından değerlendirildiğinde turizm akademisyenleri turizm sektörlerinin buldukları kriz durumundan olabildiğince kârlı/daha az zararlı çıkmak için pazarlama faaliyetlerini, kişi sayısı yerine kişi başına düşen harcamaları en üst düzeyde tutacak şekilde değiştirmek zorunda kalacaklarını savunmaktadır. Akademisyenlerin pandemi dolayısıyla istihdam alanında yaşanacak krizlere ilişkin öngörülerini değerlendirildiğinde, turizm sektöründe Covid-19 pandemisinin sonucu olarak insan gücünde bir daralma bekledikleri gözlenirken, teknolojik iş gücünün daha yaygın kullanılacağı görüşüne de sahip oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra, turizm sektöründe nitelikli iş gücünde yüksek oranda kayıp yaşanmayacağına ilişkin bir öngörüye sahip oldukları söylenebilir. Bu noktada alınan tedbirler sayesinde istihdamda daralma ve iş gücü kaybı noktasında korkulanın altında bir kayıp yaşanması, diğer taraftan önbüro, rezervasyon, eğlence, seyahat acentacılığı ve turizm rehberlik hizmetlerinde öncesine kıyasla teknolojinin daha fazla kullanılması akademisyenlerin öngörülerinin destekler niteliktedir.

Akademisyenlerin turizm sektörünün geleceğine ilişkin genel kanıları değerlendirildiğinde, genel olarak ifadeler orta düzeyde katılım gösterdikleri görülmüştür. Turizm sektörünün toparlanmasının uzun zaman alacağı ve artık aşırı turizm uygulamalarının gelecekte devam etmeyeceği noktasında çok kararsız kaldıkları gözlenmiştir. Ayrıca *turizm sektöründe artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak* ifadesine ise ortalamanın hafif üstünde katılım gösterdikleri görülmüş olup bu noktada gelecekte turizm sektöründe bazı şeylerin kalıcı olarak değişeceğini düşündükleri söylenebilir. Bu noktada güvenli turizm, yeşil turizm uygulamalarının kalıcı olarak sektöre yer bulması akademisyenlerin haklılığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan sektörün geleceğine yönelik algılarında iyimser mi yoksa kötümser bir yargı mı oluşturacakları hususunda kararsız kalmaları verilerin daha pandeminin hemen başında toplanması, geleceği yönelik hiçbir alanda, kimsenin net bir öngörü geliştiremiyor olmasının da büyük bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. O günlerde her kesimden gelen gelecek tahminlerinin çok daha kötümser olduğu düşünülürse akademisyenlerin kısmen daha temkinli görüş beyan ettiği görülmektedir.

Ayrıca çalışmada katılımcıların geçmiş 3 yıl içerisindeki tatil sıklığı, Covid-19 pandemisinin tahmini süresine ilişkin öngörülerini, bir sonraki tatil planları ve sektörün tekrar eski haline ne kadar sürede geleceğine ilişkin öngörülerini ile araştırmanın bağımlı-bağımsız değişkenleri ile arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan analizlerde geçmiş 3 yıl içerisindeki tatil sıklıklarının ne oldukları fark etmeksizin pandeminin sektör üzerinde olası etkilerine ilişkin ortak bir algıya sahip oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra Covid-19 pandemisinin tahmini süresine ilişkin algıları ile sektörün geleceğine ilişkin oluşturmuş oldukları genel kanıları arasında bir farklılık olduğu ve bu farklılığın pandeminin çok kısa (7-8 aydan daha az) süreceğini ön görenlerle çok daha uzun süreceğini ön görenler arasında yoğunlaştığı görülmüştür. Bu bağlamda pandeminin kısa süreceğini öngören akademisyenlerin sektörün geleceğine ilişkin öngörülerinin daha uzun süreceğini düşünenlere oranla daha iyimser olduğu göze çarpmaktadır. Diğer taraftan benzer bir farklılığın akademisyenlerin istihdam boyutunda yer alan ifadelerle katılım düzeyleri ile pandeminin tahmini süresine ilişkin öngörülerini arasında yaşandığı görülmüştür. Öyle ki, pandeminin 8 ayın altında süreceğini düşünen akademisyenlerin nitelikli iş gücü kaybı ve sektörde olası yaşanacak istihdam daralmasına ilişkin öngörülerinin daha uzun süreceğini düşünenlere oranla daha iyimser

olduğu ortaya çıkmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde pandeminin 8 aydan daha fazla süreceğini öngören akademisyenlerin haklı çıktığı görülmüş olup sektörde yaşanacak istihdam daralması ve nitelikli iş gücü kaybına ilişkin öngörülerinde de kısmen haklı çıktıkları görülmüştür. Öyle ki turizm sektörü 18 ay içerisinde nitelikli iş gücü kaybı yaşamış. Nitelikli iş gücünün yeteneklerini değerlendirebilecekleri farklı sektörlerle geçiş yaptıkları görülmüştür. Diğer taraftan başlangıçta işten çıkarma yasakları ve esnek çalışma programları sonrasında kısa çalışma ödeneği ve SGK primlerinin ertelenmesi gibi devletin hızla aldığı tedbirlere bağlı olarak öngörülenin altında bir daralma ve işgücü kaybı yaşanmıştır. Söz konusu durum devlet tarafından hızla alınan tedbirlerin katkısını gözler önüne sermektedir.

Diğer taraftan katılımcıların bir sonraki tatil planını ne zaman yapacaklarına ilişkin öngörülerini ile “genel kanı” ve “destinasyon yönetimi” boyutlarına ilişkin öngörülerini arasında anlamlı bir farklılık gözlenirken diğer değişkenlere ilişkin öngörülerinin bir sonraki tatil planını ne kadar süre geçtikten sonra yapacaklarına göre farklılaşmadığı göze çarpmaktadır. Genel kanı boyutuna ilişkin algıları ile bir sonraki tatil planı arasındaki farklılığın “pandemi kontrol altına alındı bilgisinin alınması tatil planlayacaklar ile pandeminin sonlanması hatta üzerinden zaman geçmesi gerekliliğini düşünenler” arasında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu bağlamda akademisyenlerin sektörün geleceğine ilişkin genel kanılarının kendi risk algılarına bağlı olduğu yorumu yapılabilir. Hayatlarında kısmen daha fazla risk alabilenlerin, biraz daha bekleyip görme, kendini garantiye alma eğiliminde olanlara oranla daha iyimser olduğu yorumu yapılabilir.

Turizm akademisyenlerinin pandemi sonrası turizm sektörünün toparlanabilmesi için gerekli olan süreye ilişkin öngörülerini ile “genel kanı” ve “istihdam” boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir. Anlamlı farklılık tespit edilen boyutlar incelendiğinde “genel kanı” boyutuna ilişkin anlamlı farklılığın turizm sektörünün 1-2 yıl içerisinde eski haline geleceğini düşünenler ile daha fazla süre gerekeceğini düşünenler arasında yoğunlaştığı, “istihdam” boyutuna ilişkin farklılığın ise ilk yıl içerisinde sektörün kendini toparlayacağını öngörenler ile daha fazla süreye ihtiyaç olduğunu düşünenler arasında yoğunlaştığı gözlenmiştir. Bu bağlamda sektörün toparlanabilmesi için iki yıldan daha fazla süreye ihtiyaç olduğunu düşünenlerin bu sürenin uzamasının istihdam alanında da telafisi güç sorunlara neden olacağını düşündüğü ve buna bağlı olarak sektörün geleceğine ilişkin kanılarının daha olumsuz olduğu söylenebilir. Diğer taraftan akademisyenlerin sektörünün geleceğinin kısmen istihdam alanında yaşanacak olası problemlere bağlı olduğunu düşündükleri söylenebilir. Akademisyenler toparlanma süresine ilişkin öngörülerinde haklı çıkarken, devletin istihdam alanında hızla almış olduğu tedbirler sayesinde istihdam alanındaki öngörülerinde kısmen yanılmış oldukları söylenebilir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, turizm akademisyenlerinin pandeminin turizm sektörü üzerindeki olası etkilerine ilişkin algılarının sektörün geleceğine ilişkin oluşturdukları genel kanıları üzerinde etkisi vardır varsayımını belirten temel hipotez kabul edilmiştir. Ayrıca sektörün geleceğine ilişkin genel kanılarının oluşmasında en büyük etkinin ise istihdam boyutuna yönelik algılarından kaynaklandığı, araştırmacıların sektörün geleceğine ilişkin iyimser veya kötümser yargılarının istihdam alanında yaşanacak olası sorunlara bağlı olduğu söylenebilir. Genel olarak değerlendirildiğinde sektörün geleceğinin destinasyon yönetimi, yasal düzenleme, pazarlama, ürün ve sağlık tabanlı hizmetlere yönelik tercih boyutlarında yaşanacak olası olumlu veya olumsuz değişimlerden çok istihdam alanında yaşanacak değişimlerden etkileneceği söylenebilir.

Pandeminin başlarında (2020 Nisan ayı) toplanan veriler turizm akademisyenlerinin o tarihte turizm sektörünün söz konusu krizden nasıl etkileneceği ve gelecekte sektörü nelerin beklendiği hususunda öngörülerini ortaya koymuş olup, yüz yüze eğitime tam anlamıyla geçilen dönem itibari ile karşılaştırıldığında bu öngörülerinde büyük ölçüde haklı oldukları gözlemlenmiştir. Bu noktadan hareketle kriz durumlarına karşı hazır bulunuşluk düzeylerini yükseltmek ve kriz anlarında krizden en az zararla çıkabilmek adına hem özel sektörün hem de kamu sektörünün akademisyenlerin katkısına daha fazla önem vermesi gerektiği bu çalışmanın önerisi olarak sunulmuştur. Akademisyenlerin günü ve geleceği okuma noktasında başarılı ve tutarlı oldukları çalışma ile kanıtlanmış olup, bu deneyimin tüm alanlarda daha etkin kullanılması gerektiği gözler önüne serilmiştir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni koronavirüs (Covid-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Pine Forge Press.
- Bhatia, A., Roy, B., & Kumar, A. (2022). A review of tourism sustainability in the era of Covid-19. *Journal of Statistics and Management Systems*, 25(8), 1871-1888.
- Büyüköztürk Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara, Pegem Akademi.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490.
- Butcher, J. (2021). Covid-19, tourism and the advocacy of degrowth. *Tourism Recreation Research*, 1-10.
- Colmekcioglu, N., Dineva, D., & Lu, X. (2022). "Building back better": the impact of the COVID-19 pandemic on the resilience of the hospitality and tourism industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (ahead-of-print).
- Davahli, M. R., Karwowski, W., Sonmez, S., & Apostolopoulos, Y. (2020). The hospitality industry in the face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods. *International journal of environmental research and public health*, 17(20), 7366.
- George, D., & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows step by step. A simple study guide and reference* (10. Baskı). GEN, Boston, MA: Pearson Education, Inc, 10, 152-165.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of sustainable tourism*, 29(1), 1-20.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis* (7. Baskı). Pearson. Hallahan, TA, Faff, RW, McKenzie, MD (2004). An empirical investigation of personal financial risk tolerance. *Financial Services Review-Greenwich*, 13(1), 57-78.
- Huang, S., & Wang, X. (2022). COVID-19 two years on: A review of COVID-19-related empirical research in major tourism and hospitality journals. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kwok, A. O., & Koh, S. G. (2022). COVID-19 implications for tourism: shifts, trends, challenges, and opportunities. *COVID-19 and the Evolving Business Environment in Asia: The Hidden Impact on the Economy, Business and Society*, 27-51.
- Ntounis, N., Parker, C., Skinner, H., Steadman, C., & Warnaby, G. (2022). Tourism and Hospitality industry resilience during the Covid-19 pandemic: Evidence from England. *Current Issues in Tourism*, 25(1), 46-59.
- Park, E., Kim, W. H., & Kim, S. B. (2022). How does COVID-19 differ from previous crises? A comparative study of health-related crisis research in the tourism and hospitality context. *International Journal of Hospitality Management*, 103199.
- Persson-Fischer, U., & Liu, S. (2021). The impact of a global crisis on areas and topics of tourism research. *Sustainability*, 13(2), 906.
- Pocinho, M., Garcês, S., & De Jesus, S. N. (2022). Wellbeing and resilience in tourism: A systematic literature review during COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 12, 748947.
- Rokni, L. (2021). The psychological consequences of COVID-19 pandemic in tourism sector: a systematic review. *Iranian Journal of Public Health*, 50(9), 1743.
- Sharma, G. D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism management perspectives*, 37, 100786.
- Sigala, M. (2021). A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100912.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6, pp. 497-516). Boston, MA: pearson.

Yang, Y., Zhang, C. X., & Rickly, J. M. (2021). A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism. *Annals of Tourism Research*, 91, 103313.

Zopiatis, A., Pericleous, K., & Theofanous, Y. (2021). COVID-19 and hospitality and tourism research: An integrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 275-279.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).