



**COVID-19 SÜRECİNDE TURİZMDE
YAŞANAN TÜKETİCİ SORUNLARI**

Bihter PEKÖZ
Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı
Danışman: Prof.Dr. Murat Selim SELVİ

2022

T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

COVID-19 SÜRECİNDE TURİZMDE YAŞANAN TÜKETİCİ SORUNLARI

BİHTER PEKÖZ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: Prof.Dr. Murat Selim SELVİ

TEKİRDAĞ-2022

Her hakkı saklıdır.

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Yüksek Lisans Tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yazımda enstitü yazım kılavuzuna uygun davranıldığını taahhüt ederim.

08/06/ 2022

BIHTER PEKÖZ



ÖZET

Kurum, Enstitü, : Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ABD : İşletme Anabilim Dalı
Tez Başlığı : Covid-19 Sürecinde Turizmde Yaşanan Tüketici Sorunları
Tez Yazarı : Bihter PEKÖZ
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Murat Selim SELVİ
Tez Türü, Yılı : Yüksek Lisans Tezi, 2022
SayfaSayısı : 157

Covid-19 salgını tüm dünyada pek çok endüstri dalını derinden etkilemektedir. Salgının etkilerinin en yoğun görüldüğü alanlardan biri de turizm endüstrisidir. Pek çok bilimsel araştırma salgının turizm alanındaki farklı ve olumsuz etkilerini rapor etmiştir. Bununla birlikte Covid-19 sürecinde turistlerin ne tür sorunlar yaşadığı, bu sorunların içerikleri ve tüketici hakları çerçevesinde ülkelerin ne gibi tedbirler aldıkları konusunda yapılan araştırmaların henüz yeterli olmadığı görülmektedir. Literatürdeki bu boşluktan hareketle bu çalışmada Covid-19 salgını sürecinde müşterilerin otelcilik hizmetleri, seyahat acentelerinin hizmetleri ve ulaştırma hizmetleri ile alakalı yaşadıkları sorunlar tespit edilmekte, bazı ülkelerde konuyla ilgili getirilen tedbirlere yer verilmektedir. Bu çalışmanın amacı COVID-19 sürecinde turizm endüstrisinde ne tür sorunların yaşandığını, turistleri koruyucu ne tür önlemlerin alındığını ve hak kayıplarını önlemek için ne tür desteklerin yapıldığını tespit etmektir. Bu çerçevede bu çalışmada Covid-19 sürecinde tatile giden, seyahat acenteleri ve/veya otellerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen turistlerin hangi hizmetlere ilişkin sorunlar yaşadıkları incelenmektedir. Bu çalışmanın bir başka amacı ise Türkiye’de Covid-19 süreci boyunca turizm endüstrisine ilişkin hangi mercilere ne tür şikayetlerin yapıldığını incelemektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda 4 farklı araştırma gerçekleştirilmiştir. Birinci çalışmada anket yöntemiyle Covid-19 sürecinde tatil yapmış olan 103 müşteriden tatil tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. İkinci çalışmada anket yöntemiyle seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yaptırmış olan ancak Covid-19 nedeniyle tatile gidemeyen 107 müşteriden seyahat acenteleri tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. Üçüncü çalışmada anket yöntemiyle otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak Covid-19 nedeniyle tatile gidemeyen 104 müşteriden tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. Dördüncü çalışmada Covid-19 sürecinde şikayetvar.com, il ve ilçe hakem heyetleri ve TÜRSAB’a oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçlarına ilişkin yapılan şikayetler hakkında veriler toplanmıştır. Araştırmanın verileri SPSS programı üzerinde betimsel istatistikler kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada ilgili literatür Belge tarama yöntemi ile hazırlanmıştır. Şikayetvar.com internet sitesi ile birlikte pek çok tez, makale, kitap ve genelgeler üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Ankete dayalı nicel verilerin istatistiksel analizleri IBM SPSS 26 programı üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın hedeflediği veriler kategorik verilerdir ve betimsel

analiz için uygundur. Veri toplama aracı olarak anket formları kullanılmıştır. Ayrıca bazı veriler şikayetvar.com internet sitesine, il ve ilçe hakem heyetlerine ve TÜRSAB'a yapılan şikayetlerde incelenerek elde edilmiştir. Covid-19 sürecinde tatile giden, acentelerden ve otellerden rezervasyon yaptığı halde alınan önlemler nedeniyle tatile gidemeyen kişilerin turizm işletmeleri ile yaşadıkları sorunlar demografik özelliklerine göre karşılaştırılmıştır. Yaşanan sorunların grup ortalamaları arasında farklılık gösterip-göstermediği t-testi ve ANOVA analizleri yapılarak test edilmiştir. Covid-19 sürecinde tatil yapan müşterilerin çoğunluğu yurt içinde resort ve şehir otellerinde tatillerini geçirmiştir. Tatilcilerin en sık yaşadıkları sorunlar; oturma planlarında alınan tedbirler, hizmete kapatılmış havuzlar, bazı rekreasyon ve sportif alanlar ve kahvaltıda yiyecek/içecekler ve sıcak yemek çeşitleriyle ilgilidir. Bu sorunlara rağmen tatilcilerin çoğunluğu memnundurlar. Tatile giden lisans düzeyindeki eğitime sahip turistler lise ve daha alt düzey eğitime sahip olanlara göre yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. Düşük gelir seviyesine sahip olanlar daha fazla oda ve kat hizmetleri sorunları yaşamıştır. Buna karşın gelir seviyesi daha fazla olan katılımcılar yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. Şehir otelinde ve resort otelde kalanlar ile kamp ve çadırda kalanlar pansiyonda kalan müşterilere göre daha fazla oda ve kat hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Daha az geceleleyenler oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek ve otelin diğer hizmet alanlarıyla alakalı hizmetlere ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. Acentelerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen kişilerin en sık yaşadığı sorunlar ise ödenen paranın tamamını geri alamama, yeni tarihli tatil için daha yüksek fiyatlar istenmesi, oyalama ve erteleme yaşanması, iadelerle ilgili belirsizlik, arzu edilen tarihe yönelik rezervasyon değişikliği yapamama, rota değişikliği yapamama, transfer ücretinin iade edilmemesi, uçuş değişikliği için fiyat farkı uygulanması ve ulaşım araçlarında Covid-19 tedbirleri gereği boş bırakılan koltukların ücretinin müşteriden tahsil edilmesi şeklinde belirtilebilir. Covid-19 sürecinde seyahat acentalarından rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişiler arasında eğitim seviyesi daha yüksek olanlar uçak hizmetleriyle ilgili sorunları daha çok yaşamışlardır. İşçiler memurlardan daha fazla seyahat acenteciliği ile alakalı sorunlar yaşamış; çalışmayanlar memurlardan daha fazla uçak hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Aylık geliri 5000 TL ve daha az olanlar aylık geliri 7000-9001 TL olan gruplara göre daha fazla hem acentecilik hem de uçak hizmetleriyle ilgili sorunlar yaşamışlardır. Otellerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen kişilerin en sık yaşadığı sorunlar ise ödenen paranın tamamını geri alamama, rezervasyon değişikliği talep edildiğinde oyalama veya erteleme yaşanması, transfer ücretinin iade edilmemesi, para iadesi konusunda belirsizlik yaşanması ve ileriki tarih için fiyat farkı uygulanması şeklinde belirtilebilir. Covid-19 sürecinde Otellerden rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişiler arasında; 31 yaş ve üzeri katılımcılar 30 yaş ve altındaki katılımcılara göre, lisans mezunları, lise ve daha alt düzey mezuniyete sahip müşterilere göre son olarak da çiftçiler çalışmayan kesime göre otellerle ilgili daha çok sorun yaşamışlardır. Türkiye'de müşterilerin Covid-19 sürecinde şikayetvar.com, il ve ilçe hakem heyetleri ve TÜRSAB'a yaptıkları şikayetlerin yaklaşık yarısı ödenen paraların iadesi edilmemesiyle ilgilidir. Bu şikayetler arasında muhatap bulamama, raporun iade edilmemesi, zorunlu iptaller ve ayıplı hizmet gibi konular da vardır. Bu çalışmada dünyada koronavirüs sürecinde turistlerin hak kaybına uğramaması için otellere ve acentelere finansal destekler

sağlandığı, seyahat garanti fonları ve devlet garantili kuponların devreye sokulduğu anlaşılmıştır. Türkiye’de turizm işletmelerine ilişkin pandemi sürecinde uygulamak zorunda oldukları genelgenin gönderildiği, paket turlara ilişkin yapılan ön ödemelerin iadesi taleplerinin yerine getirilmesinde konaklama tesislerine finansman desteği sağlanması konusunda çalışmaların yapıldığına ilişkin ipuçları elde edilmiştir. Bu çalışmanın ilgili alan yazındaki boşluğun giderilmesine, otel, acenta, yiyecek-içecek ve ulaştırma şirketleri yöneticilerine farklı bakış açısı kazandırabileceği beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, seyahat kısıtlamaları, turizm işletmeleri, müşteri şikayetleri, turist hakları, rezervasyon iptalleri.



ABSTRACT

Institution, Institute,	: Tekirdağ Namık Kemal University, Institute of Social Sciences,
Department	Department of Business Administration
Thesis Title	: Consumer Problems faced in Tourism in the COVID-19 Process
Thesis Author	: Bihter PEKÖZ
Thesis Adviser	: Prof. Dr. Murat Selim SELVİ
Type of Thesis, Year	: MA Thesis, 2022
Total Number of Pages	:157

Many industries around the world have been deeply affected by the Covid-19 pandemic. The pandemic made its effects felt most intensely in the tourism industry. In many scientific studies, different and negative effects of the epidemic in the field of tourism have been reported. However, during the Covid-19, it is seen that the studies on what kind of problems tourists experience, the content of these problems, and what measures countries take within the framework of consumer rights are not yet sufficient. With reference to this gap in the literature, customers' concerns with hotel services, travel agency services, and transportation services during the Covid-19 pandemic are identified, and measures made in several nations are included in the present study. This study aims to determine what kind of problems were experienced in the tourism industry, what kind of measures were taken to protect tourists, and what kind of support was provided to prevent loss of rights during the Covid-19. Within this scope, in this study, it is examined which services tourists who go on vacation and cannot go on vacation even though they have made reservations from travel agencies and/or hotels experienced problems during the Covid-19. It is another aim of this study to examine what kind of complaints were made to authorities regarding the tourism industry during the Covid-19 in Turkey. In accordance with the purpose of the study, 4 different studies were carried out. In the first study, data on their holiday experiences and problems were collected from 103 customers who had a holiday during the Covid-19, using the survey method. In the second study, data on travel agency experiences and problems were collected from 107 customers who had made holiday reservations from travel agencies with the survey method but could not go on vacation due to Covid-19. In the third study, data on their experiences and problems were collected by survey method from 104 customers who made holiday reservations from hotels but could not go on holiday due to Covid-19. In the fourth study, during the Covid-19, data were collected on complaints made to sikayetvar.com, provincial and district arbitration committees, and TÜRSAB regarding hotels, holiday resorts, hostels, tourism agencies, vehicles such as planes and buses. In this study, the relevant literature was prepared through the documentary screening method. Along with the website Sikayetvar.com, document reviews were conducted on many theses, articles, books, and circulars. Statistical analyzes of the quantitative data based on the survey were made using the IBM SPSS 26 program. The data used in the study are categorical data that can be used for descriptive analysis. Questionnaire forms were utilized as a data collection tool. Besides, some data have been obtained by examining the

complaints made to the website sikayetvar.com, provincial and district arbitration committees, and TÜRSAB. The problems experienced by people who go on vacation, and who can't go on vacation due to the precautions taken despite making reservations from agencies and hotels with tourism businesses during the Covid-19 were compared according to their demographic characteristics. By t-test and ANOVA analysis, it was tested whether the problems experienced differed between the group averages. The majority of customers who took a vacation during the Covid-19 preferred resort and city hotels in the country. The most common problems experienced by vacationers are related to the measures taken in the seating plans, closed pools, some recreation, and sports areas, and food/drinks and hot meals at breakfast. Despite these problems, the majority of vacationers are satisfied. Tourists with undergraduate education who went on vacation had more problems with food and beverage services compared to those with high school and lower education. Those with lower incomes experienced more room and housekeeping problems. Nevertheless, participants with a higher income level had more problems with food and beverage services. Those staying in city hotels and resorts, and those staying in camps and tents, experienced more room and housekeeping problems than those staying in hostels. Those who stay less overnight experienced the problems related to services related to room and housekeeping, food and beverage, and other service areas of the hotel. The most common problems experienced by people who cannot go on holiday despite having made a reservation from the agencies can be specified as failure to recover the full amount paid, requesting higher prices for the newly dated holiday, delay and procrastination, uncertainty about returns, inability to make reservation changes for the desired date, inability to change the route, non-refundable transfer fee, application of price difference for flight change and collection of the fee from the customer for the seats left empty due to Covid-19 measures in transportation vehicles. Those who have more problems with flight services are those with higher education levels among those who made reservations from travel agencies during the Covid-19 process but could not go on vacation. It was observed that workers have more travel agency-related problems than officers and those who do not work have more flight services-related problems than officers. Those with a monthly income of 5000 TRY or less experienced more problems with both agency and flight services compared to groups with a monthly income of 7000-9001 TRY. The most common problems experienced by people who can't go on holiday despite having made a reservation from hotels can be specified as not being able to get all the money paid back, delay or delay when a reservation change is requested, no refund of the transfer fee, uncertainty about the refund and price difference for the future date. Among the persons who have made reservations from hotels but cannot go on vacation during the Covid-19, participants aged 31 and over compared to participants aged 30 and under, undergraduates compared to customers with high school and lower degrees, and finally, the farmers compared to the non-working population had more problems with the hotels. About half of the complaints made by customers to sikayetvar.com, provincial and district arbitration committees, and TÜRSAB during the Covid-19 in Turkey are about non-refunding of the money paid. Among these complaints are issues such as not being able to find an addressee, non-refund of the deposit, compulsory cancellations, and defective service. With this study, it was observed that financial support has been provided to hotels and agencies, and travel guarantee funds and government-guaranteed coupons have been activated to

prevent the loss of rights of tourists during the coronavirus process. Hints of the circular regarding tourism enterprises that they have to apply during the pandemic process have been sent, and studies are carried out to provide financial support to accommodation facilities in fulfilling the requests for the refund of prepayments made for the package tours have been obtained in Turkey. This study is expected to provide managers of hotels, agencies, food and beverage, and transportation organizations with a new perspective by filling a gap in the associated literature.

Keywords: Covid-19, travel restrictions, tourism businesses, customer complaints, tourist rights, reservation cancellations.



ÖNSÖZ

Son 2 yıldır tüm dünyayı etkisi altına alan ve etkileri halen de devam eden Covid-19 pandemisi boyunca insanların iş hayatı, sosyal yaşamları ve özel hayatları son derece kötü etkilenmiştir. Pandemi sürecinde iş dünyasında da işten çıkarmalar, işyeri kapanmaları, gelir kayıpları gibi ekonomik sorunlar ortaya çıkmıştır. Pandeminin yarattığı kısıtlamalar, endişe ve korkular kişiler üzerinde ciddi ekonomik, sosyal ve psikolojik sorunlara neden olmuştur. Pandemi sürecinde hükümetlerce her ne kadar işletmeleri ve tüketicileri koruyucu ciddi önlemler alınsa da pek çok konuda mağduriyetler yaşanmıştır. Bu mağduriyet alanlarından biri de turizm endüstrisinde yaşanmıştır. Turizm işletmelerine tatile gidenler, otel işletmeleri, seyahat acenteleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve hava yolu şirketlerinden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyen tatilciler ciddi sıkıntılarla karşı karşıya kalmışlardır. Bu çalışmanın konusu da bu sorunları ve şikayetleri incelemek, sonuçları ortaya çıkarmak ve ne tür gerekli tedbirlerin alınması gerektiğine dikkat çekmektir. Çalışma sürecinde her bir tatilci türüne ulaşmak için yoğun çaba harcanmıştır. Tatilcilere ulaşmada yardımcı olan acente ve otel yetkililerine ayrıca anket formlarını doldurarak araştırmanın amacına hizmet etmesini sağlayan tatilci tüketicilere teşekkürü bir borç bilirim. Tez çalışmam boyunca her türlü maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme teşekkür ederim.

Bu çalışmanın her aşamasında moral ve motivasyon verici görüş ve önerileri ile her türlü katkıyı sağlayan ve destek veren değerli danışman hocam Sayın Prof. Dr. Murat Selim SELVİ'ye sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Bihter PEKÖZ

İÇİNDEKİLER		Sayfa
Bilimsel Etik Bildirim Beyanı		
Tez Onay Sayfası		
Özet.....		i
Abstract.....		ii
Önsöz.....		iii
İçindekiler.....		iv
Tablolar Listesi.....		vi
Şekiller Listesi.....		viii
Kısaltmalar.....		ix
GİRİŞ.....		1
Araştırma Konusu ve Problemi		3
Araştırmanın Amacı ve Önemi.....		4
Araştırmanın Sınırlılıkları.....		6
Araştırmanın Varsayımları.....		6
1.BÖLÜM		
COVID-19 ve TURİZM ENDÜSTRİSİNE ETKİLERİ		
1.1. Covid-19'un Epidemiyolojisi.....		7
1.2. Covid-19'un Turizm Endüstrisine Etkileri.....		10
1.2.1. Covid-19'un Seyahat Acentelerine Etkileri.....		11
1.2.2. Covid-19'un Otel İşletmelerine Etkileri.....		12
1.2.3. Covid-19'un Turistler Üzerindeki Etkileri.....		16
1.2.4. Covid-19'un Seyahat Davranışlarına Etkileri.....		18
1.3. Müşteri Şikayetleri.....		22
1.3.1 Şikâyet Kavramı ve Tanımı.....		25
1.3.2. Turizmde Şikayetlerin Turistler ve İşletmeler İçin Anlamı ve Önemi		30
2.BÖLÜM		
COVID-19'UN TURİZM ENDÜSTRİSİNDE NEDEN OLDUĞU SORUNLAR VE YASAL DÜZENLEMELER		
2.1. Covid-19'un Turizm Tüketicilerine Neden Olduğu Sorunlar.....		34
2.1.1. Para İadelerine İlişkin Sorunlar.....		38
2.1.2. Rezervasyonlara İlişkin Sorunlar.....		39
2.1.3. Personele, Personel Tarafından Yapılan İşlemlere ve Transferlere İlişkin Sorunlar.....		40
2.1.4. Ödemelere İlişkin Sorunlar.....		42
2.1.5. Otelere İlişkin Sorunlar.....		44
2.1.6. Yiyecek-İçecek Hizmetlerine İlişkin Sorunlar.....		45
2.2. COVID-19 Sürecinde Turist Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemeler.....		47
2.2.1. Dünyadaki Yasal Düzenlemeler.....		49
2.2.1.1. İtalya.....		50
2.2.1.2. Fransa.....		51
2.2.1.3. Avusturya.....		51
2.2.1.4. Almanya.....		52
2.2.1.5. İspanya.....		53
2.2.2. Türkiye'deki Yasal Düzenlemeler.....		54

3. BÖLÜM	
ALAN ARAŞTIRMASI	
3.1. Yöntem.....	57
3.1.1. Araştırma Deseni, Türü, Modeli ve Hipotezleri.....	57
3.1.2. Evren ve Örneklem.....	60
3.1.3. Veri Toplama Aracı ve Özellikleri.....	60
3.1.4. Veri Çözümleme.....	62
3.1.5. Geçerlilik, Güvenilirlik ve Normal Dağılım.....	63
3.2. Bulgular.....	65
3.2.1. Covid-19 Sürecinde Tatil Yapanlardan Elde Edilen Bulgular	65
3.2.2. Covid-19 Sürecinde Acentelerden Tatil Rezervasyonu Yapan Ancak Tatile Gidemeyen Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular.....	72
3.2.3. Covid-19 Sürecinde Otellerden Tatil Rezervasyonu Yapan Ancak Tatile Gidemeyen Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular.....	76
3.2.4. Şikayet Mercilerine Yapılan Şikayetlere İlişkin Bulgular.....	78
3.3. Hipotez Testleri ve Sonuçları.....	80
3.4. Tartışma.....	110
SONUÇ	120
ÖNERİLER.....	122
KAYNAKÇA	124
EK I. (Anket Formları).....	134

TABLolar LİSTESİ	Sayfa
Tablo 1: Dünyada Covid-19 vakası en çok görülen ülkeler.....	9
Tablo 2: Dünyada bölgelere göre Covid-19 vakası ve ölüm sayıları.....	9
Tablo 3: Konaklama işletmeleri için korunma ve kontrol ilkeleri.....	15
Tablo 4: Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlar ve turist hakları çerçevesinde getirilen tedbirler-Yurt dışında yapılan çalışmalar.....	35
Tablo 5: Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlar ve turist hakları çerçevesinde getirilen tedbirler- Türkiye’de yapılan çalışmalar.....	36
Tablo 6: Koronavirüs sürecinde turizmde tüketiciyi korumaya yönelik girişimler.....	55
Tablo 7: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Konaklama İşletmelerinde karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- Birinci Anket Formu-.....	58
Tablo 8: Covid-19 sürecinde Seyahat Acentalarından Rezervasyon yaptırmış ancak tatile gidememiş kişilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- İkinci Anket Formu-.....	59
Tablo 9: Covid-19 sürecinde Otel İşletmelerinden Rezervasyon yaptırmış ancak tatile gidememiş kişilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- Üçüncü Anket Formu-.....	59
Tablo 10: Tatile Gidenlerin Konaklama İşletmeleriyle İlgili Yaşadığı Sorunlara İlişkin Oluşturulan Ölçeklerin Güvenilirlik Analiz Sonuçları.....	63
Tablo 11: Tatilcilere yapılan anketten elde edilen verilerin Normallik Testi Sonuçları.....	64
Tablo 12: Tatil yapan katılımcılara ait demografik bilgiler.....	66
Tablo13: Tatil yapan katılımcıların tatil yeri ile ilgili bulgular.....	66
Tablo 14: Tatil yapan katılımcıların tatil türü ile ilgili bulgular.....	67

Tablo 15: Tatil yapan katılımcıların otelde Odalarla ilgili yaşadığı sorunlar..	68
Tablo 16: Tatil yapan katılımcıların oteldeki yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili yaşanan sorunlar.....	69
Tablo 17: Tatil yapan katılımcıların otelin diğer hizmet alanlarıyla ilgili yaşanan sorunlar.....	71
Tablo 18: Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bilgiler.....	72
Tablo 19: Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin seyahat acenteleriyle ilgili yaşadığı sorunlar.....	73
Tablo 20: Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin Ulaştırma Hizmetleriyle ilgili yaşadığı sorunlar.....	75
Tablo 21: Otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bilgiler.....	76
Tablo 22: Otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin Konaklama İşletmeleriyle ilgili yaşadığı sorunlar.....	77
Tablo 23: Şikâyet mercilerine yapılan şikâyet sayıları.....	78
Tablo 24: Şikâyet mercilerine yapılan şikâyetin türü ve konusu.....	79
Tablo A1: Cinsiyet t-testi sonuçları.....	80
Tablo A2: Yaş değişkenine göre t testi sonuçları.....	80
Tablo A3: Medeni Duruma Göre ANOVA sonuçları.....	81
Tablo A4: Eğitim- ANOVA sonuçları.....	82
Tablo A41: Post Hoc- Eğitim.....	83
Tablo A5: Meslek-ANOVA sonuçları.....	84
Tablo A51: Post Hoc-Meslek	85
Tablo A6: Aylık gelir ANOVA sonuçları.....	86
Tablo A61: Post Hoc- Aylık Gelir.....	87
Tablo A7: Tesis türü ANOVA sonuçları.....	90
Tablo A71: Post-Hoc-Tesis Türü.....	91

Tablo A8: Tatil Türü-ANOVA sonuçları.....	93
Tablo A9: Geceleme Sayısı ANOVA sonuçları.....	93
Tablo A9₁: Post-Hoc-Geceleme Sayısı.....	94
Tablo B1: Cinsiyete göre t-testi sonuçları.....	97
Tablo B2: Yaşa göre t-testi sonuçları.....	97
Tablo B3: Medeni durum-t-teti sonuçları.....	98
Tablo B4: Eğitim-ANOVA sonuçları.....	98
Tablo B4₁: Post Hoc- Eğitim.....	99
Tablo B5: Meslek- ANOVA Sonuçları.....	99
Tablo B5₁: Post hoc Meslek.....	100
Tablo B6: Aylık Gelir-ANOVA sonuçları.....	102
Tablo B6₁: Post hoc-Aylık gelir.....	102
Tablo C1: Cinsiyet-t-testi sonuçları.....	105
Tablo C2: Yaş t-testi sonuçları.....	105
Tablo C3: Medeni durum-ANOVA sonuçları.....	106
Tablo C4: Eğitim-ANOVA sonuçları.....	106
Tablo C4₁: Post-hoc-Eğitim.....	107
Tablo C5: Meslek-ANOVA sonuçları.....	107
Tablo C5₁: Post Hoc-Meslek.....	108
Tablo C6: Aylık Ortala gelir-ANOVA sonuçları.....	109

ŞEKİLER LİSTESİ	Sayfa
Şekil 1: Müşterilerin Satın Alma Sonrası Şikayetlerinin Tatmine Dönüşüm Döngüsü.....	25
Şekil 2: Müşterilerin Şikâyet Süreci.....	27
Şekil 3. Hizmet Hatası Sonrası Müşteri Davranışları.....	29

KISALTMALAR

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü (WHO)

ILO: Uluslararası Çalışma Örgütü

UNWTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

WTTC: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

TURSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

OKHS: Otel ve Kat Hizmetleri Sorunları

YIHS: Yiyecek-İçecek Hizmetleri Sorunları

ODHAS: Otelin Diğer Hizmet Alanları Sorunları

GİRİŞ

Dünyada yaşanan çeşitli terör olayları, çıkan savaşlar ve doğal afetler gibi olumsuz durumlar turizm faaliyetlerinin zarar görmesine neden olmaktadır (Bedir, 2021: 2). Turizm endüstrisinin zarar görmesine neden olan bir diğer faktör ise salgın hastalıklardır. Tarih boyunca kara veba, ebola, kolera, sars-mers virüsü, domuz gribi gibi salgın hastalıklar ülkelerin hem iç hem de dış turizm faaliyetlerine önemli zararlar vermiştir. Ülkelerin turizm endüstrilerini sekteye uğratan bu salgın hastalıklar ülkelerin ekonomik anlamda güç kaybetmelerine neden olmaktadır (Çetin ve Ünlüöner, 2019: 122). İlk kez Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19'un tüm dünyada görülmeye başlamasıyla birlikte 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından küresel pandemi ilan edilmiş ve dünya genelinde virüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla çeşitli önlemler alınmıştır (Meninno ve Wolff, 2020: 87).

Ülkemizde ve dünyada koronavirüs vakalarının giderek artması, virüsün yayılma hızını azaltmak ve sosyal teması önlemek amacıyla çeşitli önlemlerin alınmasını zorunlu kılmaktadır. Alınan önlemleri toplu bulunulan okulların, alışveriş merkezlerinin, kafe ve restoranların ve eğlenme merkezlerinin kapatılması, toplu yapılacak etkinliklerin yasaklanması, evden çalışma sistemine geçilmesi, ülkeler arası yapılacak seyahatlerin kısıtlanması ve sokağa çıkma yasakları kapsamaktadır (Wilder-Smith ve Freedman, 2020). Alınan bu önlemlerin yanı sıra günlük yaşamın bir parçası haline gelen sosyal mesafe kurallarının, karantina uygulamalarının ve maske ve dezenfektan gibi hijyen önlemlerinin de alınması koronavirüsün yayılma hızının azaltılması amacıyla uygulanmaktadır.

Koronavirüs ile birlikte pek çok sektörde önemli değişiklikler yaşanmaktadır. Covid-19 salgınının ülkelerin ekonomileri üzerinde çok ciddi tahribatlara neden olduğu bilinmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü'ne (ILO) göre Koronavirüsten en fazla etkilenen endüstrilerin başında turizm endüstrisi gelmektedir (ILOa, 2022). Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2020 yılı raporunda da benzer duruma rastlanmaktadır. Bu raporda koronavirüsün yayılma hızının azaltılması amacıyla uygulanan seyahat kısıtlamaları ile küresel seyahat hareketliliğinde %98 oranında bir

azalma olduğu, turizm endüstrisinin koronavirüsten önemli ölçüde etkilendiği ve etkilenmeye de devam edebileceğini görölmektedir (UNWTO, 2020).

COVID-19'un neden olduğu olumsuz etkiler turizm endüstrisi içerisinde yalnızca hizmet sağlayan konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve ulaştırma hizmetlerini değil turistleri de kapsamaktadır. Öyle ki daha önce hizmet almak için rezervasyon yaptıran turistlerin para iadesine başvurmaları, uçak veya otobüs seferlerin iptal edilmesinden dolayı mağduriyet yaşayanların telafisini beklemeleri ve konaklama işletmelerinden veya seyahat acentelerinden kaynaklanan mağduriyetlerin giderilmesinin beklenmesi turistlerin yaşadıkları problemlerden yalnızca bazılarıdır. Bunun yanı sıra COVID-19'un tüketici davranışlarında da değişikliğe yol açtığı görölmektedir (Dağ, Çavuşoğlu ve Demirağ, 2021: 1164).

COVID-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları tüketici sorunları ile ilgili olarak ilgili alan yazında yapılan çalışmalar sınırlı da olsa oldukça önemli görölmektedir (Demir ve Türkmen 2020; Avcı ve Bardakoğlu 2021; Cebeci, 2021; Gössling, Scott ve Hall, 2020; Zenker ve Kock, 2020; Mehta, Kumar ve Rankumar, 2021; Shin ve Kang, 2020; Kütük, 2021). COVID-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları tüketici sorunları ile ilgili hem yurt içinde hem de yurt dışında yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde konaklama işletmelerinin ve seyahat acentelerinin seyahat kısıtlamaları, uçak seferlerinin iptal olması ve karantina uygulamalarından dolayı yaşanan rezervasyon iptalleri doğrultusunda tüketicilerin ücret iadesi taleplerine karşılık öncelikle rezervasyonların ileri bir tarihe ertelenmesini önerdikleri, teklifin kabul edilmemesi durumunda ise ücret iadesi sağladıkları görölmektedir. Turistlerin de COVID-19'dan dolayı tatil yapma eğilimlerindeki değişiklikten dolayı rezervasyon iptallerinde ilk olarak ücret iadesi talep ettikleri görölmektedir. Seyahat acentelerinin ve konaklama işletmelerinin ücret iadesi yerine erteleme önerileri turistlerin tüketici memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışlarını olumsuz etkilemektedir. Bu hususta seyahat acentelerinin ve konaklama işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmek ve olumlu bir izlenim oluşturabilmek için müşteri memnuniyetine önem vermeleri gerektiğinden turistlerin ücret iadesi gibi problemlerinde zorluk çıkarmamaları gerektiği düşünölmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde COVID-19'un turizme etkileri incelenmiştir. Bu bölümde COVID-19'un epidemiyolojisine, salgının turizm endüstrisi içerisinde yer alan paydaşlarına etkisine, müşteri şikayetlerine ve COVID-19'un tüketici davranışlarına etkisine yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde COVID-19'un dünyada ve Türkiye'de yol açtığı sorunlar ve alınan yasal tedbirler incelenmiştir. Bu hususta özellikle müşterilerin otel işletmeleri, acenteler ve ulaştırma hizmetleri ile ilgili yaşadıkları sorunlara yer verilmiştir. Dünyada ve Türkiye'de COVID-19'dan etkilenen müşterilerin hak kaybı yaşamamaları ve mağdur olmamaları için hükümetlerin getirdikleri yasal düzenlemelere de yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde alan araştırmasına ilişkin kullanılan yöntem, veri toplama araçlarına, veri analizlerine, elde edilen bulgulara, bulguların tartışılmasına ve sonuçlara yer verilmiştir.

Araştırma Konusu ve Problemi

COVID-19'un yayılmasının engellenmesi amacıyla alınan küresel tedbirlerin yanı sıra Türkiye'de uygulanan sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamaları vb. tedbirlerin turizm endüstrisini olumsuz etkilediği, seyahat hareketliliğini azalttığı ve ülkelerin turizm gelirlerini önemli ölçüde düşürdüğü için ekonomilerine zarar verdiği görülmektedir. Bu durumdan turistler de önemli ölçüde etkilenmektedir. Özellikle seyahat hareketliliğine katılmak amacıyla turistlerin seyahat acentelerinden aldıkları paket turların iptal edilmesi, havayolu şirketlerinin uçak biletlerini erteleme veya uçuşları iptal etmeleri, konaklama işletmelerinin rezervasyon olmasına karşın açılmaması gibi problemlerden dolayı turistlerin hak kaybı yaşadıkları düşünülmektedir. Hem dünyada hem de Türkiye'de turistlerin karşılaştığı bu problemlerden dolayı hak kayıplarının önlenmesi ve mağduriyetlerinin giderilmesi amacıyla hükümetlerin uyguladıkları çeşitli finansal destekleyici düzenlemeler bulunmaktadır. Bu çalışmada öncelikle COVID-19 sürecinde Türkiye'de turizm endüstrisinde yaşanan tüketici sorunlarının tespit edilmesi, getirilen tedbirler, çeşitli mercilere ne tür şikayetlerin yağdığına tespit edilmesi ve tartışılması gerekmektedir. Bu çerçevede araştırmanın temel problemi "COVID-19 sürecinde turizm endüstrisinde tüketiciler ne tür sorunlarla karşılaşmakta, hak kayıplarını önleyici ne tür düzenlemeler yapılmakta ve hangi mercilere ne tür şikayetler yapılmaktadır?" olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın temel problemine ilişkin alt problemler de şunlardır:

- COVID-19 sürecinde tatile giden turistler konaklama işletmelerinden kaynaklanan (oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve otelin diğer hizmet alanlarıyla ilgili) ne tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar?
- Tatile giden turistlerin karşılaştıkları sorunlar demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
- COVID-19 sürecinde seyahat acentelerinden rezervasyon yaptıran ancak gidemeyen turistler seyahat acentelerinden kaynaklanan ne tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar?
- COVID-19 sürecinde konaklama işletmelerinden rezervasyon yaptıran ancak gidemeyen turistler ne tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar?
- COVID-19 sürecinde Türkiye’de turizm endüstrisine ilişkin hangi mercilere ne tür şikayetler yapılmaktadır?
- COVID-19 sürecinde turizm endüstrisinde dünyada ve Türkiye’de ne tür koruyucu, önleyici ve destekleyici tedbirler alınmaktadır?

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı COVID-19 sürecinde turizm endüstrisinde turistlerin karşılaştığı sorunları ve şikayetlerini belirlemek ve analiz etmektir.

Bu çevrede bu araştırmanın alt amaçları şu şekilde belirtilebilir:

1. Covid 19 sürecinde tatile giden turistlerin otel işletmelerinde; oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve otelin diğer hizmet alanlarıyla alakalı hizmetlerle ilgili ne tür sorunlar yaşadığını tespit etmek,
2. Covid 19 sürecinde seyahat acentalarından rezervasyon yaptırdığı halde alınan önlemler nedeniyle tatile gidemeyen kişilerin seyahat acentesi ve ulaştırma hizmetlerine yönelik ne tür sorunlar yaşadığını tespit etmek,

3. Covid 19 sürecinde otel işletmelerinden rezervasyon yaptırdığı halde alınan önlemler nedeniyle tatile gidemeyen kişilerin otel işletmesine yönelik ne tür sorunlar yaşadığını tespit etmek,
4. Covid 19 sürecinde turistlerin karşılaştığı sorunların demografik özelliklere göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık gösterip-göstermediğini tespit etmek,
5. Türkiye’de Covid-19 süreci boyunca turizm endüstrisine ilişkin hangi mercilere ne tür şikayetlerin yapıldığını incelemektir.
6. Dünyada ve Türkiye’de covid-19 sürecinde turistleri koruyucu ne tür önlemlerin alındığını ve hak kayıplarını önlemek için ne tür desteklerin yapıldığını tespit etmektir.

Bu araştırmada Covid sürecinde özellikle tatile giden tatilcilerin otel işletmelerinin çeşitli departmanlarına ilişkin ne tür sorunlarla karşılaştıkları oldukça önemli görülmektedir. Bu bakımdan bu gruba yönelik hazırlanan anket formundaki sorulardan elde edilen bulgular ayrı bir önem arz etmektedir. Dolayısıyla araştırmanın en önemli kısmı özellikle birinci anket formunun hedef kitlesi olan tatile giden turistler olmuştur.

Hem yurt içinde hem de yurt dışında COVID-19’un ülke ekonomilerine etkileri ve turizm endüstrisine etkileri ile ilgili çok sayıda araştırma olmasına karşın, turistlerin Covid-19 sürecinde turistik seyahatleri süresince karşılaştıkları problemlerin neler olduğu ve mağduriyetlerinin giderilmesi amacıyla alınan önlemlerin neler olduğu ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Dünyada ve Türkiye’de işin tüketici ayağı olan turistlerin yaşadıkları sorun ve şikayetler belirtilmesine karşın turistlerin yaşadıkları şikayetlerin ve karşılaştıkları sorunların çözümüne ilişkin alınan önlem ve tedbirlerin de yer aldığı çalışma sayısı oldukça azdır. Bu doğrultuda yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgular ile ilgili alan yazına katkı sağlanacağı, otelciler, acenteciler, yiyecek-içecek işletmeleri yöneticilerine kadar pek çok turizm işletme yöneticilerine farklı bakış açısı kazandıracığı sonuçta Türkiye’de

turizm endüstrisinin geleceğine ilişkin senaryo oluşturma bakımından önemli ipuçları sağlayacağı beklenmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

- Bu araştırma Türkiye’de yalnızca COVID-19 döneminde tatile çıkanlar yanında, seyahat acenteleri ve otellerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen tüketiciler üzerinde yapılmıştır.
- Şikayet mercilerinden elde edilen veriler şikayetvar.com internet sitesi yanında, il hakem heyeti, ilçe hakem heyeti ve TÜRSAB’a iletilen şikayetlerden derlenmiştir.
- Bu araştırma sadece online anketler kullanılarak gerçekleştirilmiş ve mülakat ve gözlem yapma imkanı olmamıştır.

Araştırmanın Varsayımları

- Bu araştırmanın veri toplama aracında (anketlerde) yer alan soru tiplerinin tüketicilerin COVID-19 sürecinde karşılaştıkları sorunları tespit etmede nitelik olarak yeterli olduğu varsayılmıştır.
- Tüketicilerin anket sorularına verdikleri cevapların doğru olduğu kabul edilmiştir.
- Turistlerin konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve ulaştırma hizmetleri ile ilgili şikayetvar.com, il hakem heyeti, ilçe hakem heyeti ve TÜRSAB’a yaptıkları şikayetlerinde dürüst ve samimi oldukları varsayılmıştır.
- Araştırma kapsamında yapılan alanyazın çalışmalarının kapsamlı ve yeterli olduğu varsayılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

COVID-19 VE TURİZM ENDÜSTRİSİNE ETKİLERİ

1.1. COVID-19'un Epidemiyolojisi

Koronavirüsler görülme sıklığı oldukça geniş olan Orta Doğu solunum yolu sendromu (MERS) gibi düşük enfeksiyon belirtilerinin olduğu ve şiddetli akut solunum yolu sendromu (SARS) gibi önemli enfeksiyon belirtilerinin olduğu geniş bir virüs ailesidir. Temelde hem insanda hem de hayvanlarda bulunan alt tipleri bulunan koronavirüslerin insandan insana bulaşmasında soğuk algınlığına benzer belirtiler görülürken hayvandan insana bulaşmasında ise ağır hastalıklara yol açabilmektedir (Channappanavar ve Perlman, 2017: 529).

Hayvandan insana bulaşan koronavirüs türleriyle ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde SARS-CoV'un misk kedilerinden insanlara bulaştığı, MERS-CoV'un ise tek hörgüçlü develerden insanlara bulaştıkları belirtilmektedir (Cui, Li ve Shi, 2019: 183). İlk kez 2003 yılında görülen SARS-CoV, daha önce görülen koronavirüs türlerinden farklı olarak nedeni bilinmediğinden 21. yüzyılda görülen ilk uluslararası sağlık acil durumu olarak pek çok insanın ölümüne yol açmıştır. MERS-CoV ise tam 9 sene sonra 2012 yılında SARS-CoV'dan daha farklı bir biçimde hiç rastlanılmayan ve gerek hayvanlarda gerekse insanlarda hiç görülmeyen bir tür olarak ortaya çıkmış ve pek çok insanın solunum yolu problemi yaşamasına ve ölümlere yol açmıştır (Perlman, 2020: 760).

2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde görülmeye başlanan ve nedeni tam olarak açıklanamayan pnömoni vakalarının SARS-CoV'a benzer şekilde insanların akut solunum yolu problemleri yaşamaları görülen vakaların yeni bir koronavirüs türünden kaynaklı olabileceğini düşündürmektedir. Nitekim yapılan laboratuvar çalışmalarında da görülen vakaların yeni bir koronavirüsten (2019-nCoV) kaynaklandığı anlaşılmaktadır (Huang, vd. 2020: 467). Görülen yeni türün yayılma

hızı da dikkate alındığında diğer koronavirüs türlerinden farklı olarak hastalık olduğu kabul edilmiş ve COVID-19 olarak isimlendirilmiştir (WHO, 2021: 1).

DSÖ tarafından yeni tip koronavirüs olan COVID-19 30 Ocak 2020 tarihi itibariyle 21. yüzyılda görülen uluslararası halk sağlığı acil durumu sınıfında değerlendirilmiştir. Virüsün yayılma hızının ve şiddetinin oldukça fazla olması ve Çin harici 113 ülkede de vakaların görülmeye başlanmasıyla birlikte 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak değerlendirilmiştir (WHO, 2021: 1).

COVID-19 vakalarının görülme sıklığının ve virüsün bireylerdeki etki gücünün farklı olduğu görülmektedir. Ülkelerde görülen vakalarda ortaya çıkan bu farklılığının temelde ülkelerin nüfus yoğunluğundan ve bireylerin demografik özelliklerinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Öyle ki toplu yaşam alanlarında uzun süre kalan bireylerin, yaşlı bakımevlerinde kalan bireylerin, sosyoekonomik düzeyi düşük bireylerin ve halihazırda hipertansiyon, diyabet, kardiyovasküler hastalıklar, kanser ve kronik akciğer hastalıkları gibi hastalıkları bulunan bireylerin virüse yakalanma riskinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Khalili, Karamouzian, Nasiri, Javadi, Mirzazadeh ve Sharifi, 2020: 1). Du vd. (2020: 1341) tarafından yapılan araştırmada da COVID-19'a karşı tüm bireylerin duyarlı olmalarına karşın virüsün özellikle erkeklerde, 50 yaşın üzerindeki bireylerde ve hipertansiyon, diyabet, kardiyovasküler hastalıklar, kanser ve kronik akciğer hastalıkları gibi kronik hastalıkları olan bireylerde görülme riskinin daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak çocuklarda ve gençlerde virüsün görülme hızının daha düşük olduğu, belirtilerinin sonradan görülme hızının ise oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Küresel olarak 27 Mayıs 2022 itibariyle DSÖ'ye bildirilen 6.285.171 ölüm dahil 525.467.084 onaylanmış COVID-19 vakası olmuştur. 23 Mayıs 2022 tarihi itibariyle toplam 11.811.627.599 doz aşı yapılmıştır (Covid-19, Dashboard, 2022). COVID-19'un dünyada görülme sıklığı Tablo 1'de belirtilmektedir. Buna göre dünyadaki koronavirüs tablosuna göre COVID-19 vaka sayıları arasında en fazla vakanın sırasıyla ABD, Hindistan ve Brezilya'da olduğu görülmektedir. Özellikle salgının ilk başladığı zamanda ABD'de hızlı ve güçlü önlemler alınmadığı için salgının hızla yayıldığı ve vaka ve ölüm sayılarının arttığı görülmektedir (Şirin ve Özkan, 2020: 10). Dünyada bölgelere göre Koronavirüs vakasının en çok görüldüğü

bölgeler Avrupa ve Amerika kıtalarıdır (Tablo 2). İlk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinden itibaren Sağlık Bakanlığı Pandemi Bilim Kurulu tarafından salgınla mücadele ve önlemlerin alınması ile ilgili korunma ve tedavi programları hazırlanmıştır. Alınan önlemler arasında okullarda yüz yüze eğitime ara verilmesi, 18 yaşının altındaki ve 65 yaşının üzerindeki bireylere sokağa çıkma kısıtlamalarının getirilmesi, şehirlerarası yolculukların sınırlandırılması, çalışma saatlerinin iş yaşamında esnetilmesi, maske takmanın zorunu olması, vakanın çok görüldüğü illere giriş çıkışların yasaklanması ve hafta sonu sokağa çıkma yasağının getirilmesi gibi pek çok önlem ve tedbir COVID-19'un yayılım hızını azaltmaktadır.

Tablo 1: Dünyada Covid-19 vakası en çok görülen ülkeler

Ülke	Onaylanmış vaka sayısı	Ölüm sayısı
ABD	82.853.070	996.108
Hindistan	43.147.530	524.539
Brezilya	30.846.602	666.037
Fransa	28.561.540	144.809
Almanya	26.199.643	138.781
Birleşik Krallık	22.272.992	178.397
Rusya federasyonu	18.315.292	378.784
Kore Cumhuriyeti	18.053.287	24.103
İtalya	17.333.299	166.358
Türkiye	15.068.094	98.948
İspanya	12.311.447	106.105
Viet Nam	10.714.008	43.078
Arjantin	9.178.795	128.825
Japonya	8.737.532	30.458
Hollanda	8.080.032	22.314
İran	7.230.882	141.293
Avustralya	7.112.650.	8.335

Kaynak: World Health Organization, <https://covid19.who.int/table>, 30.06.2022

Tablo 2: Dünyada bölgelere göre Covid-19 vakası ve ölüm sayıları

Ülke	Onaylanmış vaka sayısı	Ölüm sayısı
Avrupa	220.422.863	2.010.805
Amerika	156.560.365	2.740.558
Batı Pasifik	59.636.597	230.025
Güney-Doğu Asya	58.107.621	788.493
Doğu Akdeniz	21.762.008	342.784
Afrika	8.976.866	172.493

Kaynak: World Health Organization, 30.06.2022.

Alınan tedbirler sonrası vaka sayılarının azalması ile birlikte 11 Mayıs 2020 tarihinde yaşamda yeni normale geçiş adımlara atılmaya başlanmıştır. Kapanan iş yerlerinin temizlik ve hijyen kurallarına dikkat ederek belirli saatler içerisinde açılması, gıda işletmelerinin yalnızca paket servis şeklinde hizmet vermesi, şehirlerarası yolculuklarda seyahat izin belgesi koşuluyla yolculuk yapılabilmesi gibi geçiş adımları ile yaşama yeniden başlanmıştır (Şirin ve Özkan, 2020: 11).

1.2. COVID-19'un Turizm Endüstrisine Etkileri

Tüm dünyada etkileri hızla yayılan COVID-19'un toplumsal hayatı ve sağlık sistemini olumsuz etkilemesinin yanı sıra üretim hizmeti sunan işletmelerin yavaşlamasına, ürün tedarik zincirinde bozulmaların yaşanmasına, iş yaşamında hem ulusal hem de uluslararası kayıpların görülmesine, ekonomideki nakit akışının kötüleşmesine ve gelir kayıplarına neden olmaktadır (Haleem, Javaid ve Vaishya, 2020: 1). Ülke ekonomilerinde yaşanan bu dengesizlik durumundan dolayı pek çok endüstri dalı olumsuz etkilenmektedir. Şüphesiz en fazla etkilenenler arasında da turizm endüstrisi yer almaktadır.

COVID-19'un yayılmasının engellenmesi amacıyla alınan ilk tedbir ülkeler arası seyahat yasağının getirilmesi ve uçuşların iptal edilmesidir. Zaman içerisinde ülke içerisinde de seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, şehirlere giriş çıkışların engellenmesi, seyahat öncesi ve seyahat sonrası 14 gün karantınada kalmak koşuluyla seyahat izin belgesi verilerek istisnai yolculukların yapılması, hafta sonu sokağa çıkma kısıtlamaları gibi alınan tedbirlerin turizm endüstrisinde hizmet veren seyahat acentelerini, konaklama işletmelerini ve organizasyon şirketlerini durma noktasına getirmektedir (Özçoban, 2020: 857). Aynı şekilde alınan tedbirlerle birlikte konaklama ve yiyecek-ıçecek işletmelerinin kapatılması, yapılan seyahat kısıtlamaları doğrultusunda otobüs ve uçak seferlerinin durdurulması, otellere yapılan rezervasyonların iptal edilmesi veya ertelenmesi ve otellerin boş kalması turizm endüstrisi için önemli bir zarar olarak görülmektedir. Aynı şekilde seyahat acenteleri, diğer konaklama işletmeleri ve tur operatörleri de bu zarardan etkilenmektedirler (Kıvılcım, 2020: 21).

Darлак, Lund, Daniel ve Eluri'ye (2020) göre koronavirüsle birlikte turizm endüstrisinin zarar görmesi havayolu işletmelerindeki uçuşların azalmasına veya

tamamen biletlerin iptal edilmesine neden olmaktadır. Benzer şekilde konaklama işletmeleri de koronavirüs kapsamında alınan önlemlerden dolayı yaşanan doluluk oranında düşüş ve kısıtlamalardan dolayı faaliyetlerine geçici bir süreliğine ara vermek zorunda kalmışlardır (Anzolin, Mason ve Nikolaeva, 2020). Bunun yanı sıra seyahat işletmeleri de ülkeler arası seyahat kısıtlamalarının olması ve seyahat taleplerinin düşük olmasından dolayı faaliyetlerini geçici süreliğine sonlandırmışlardır. Yiyecek içecek hizmeti sağlayan restoran işletmelerinin ise sokağa çıkma yasağının uygulanmasıyla birlikte verdikleri hizmetlerin yalnızca paket servis ile sınırlı kaldığı görülmektedir (Kılıç, Aslan ve Gövce, 2020).

1.2.1. COVID-19'un Seyahat Acentelerine Etkileri

Sezgin'e (2020: 11) göre Türkiye'de koronavirüsün turizm ve bağlantılı endüstrilerde neden olduğu en önemli problemlerden birisi geri ödeme sorunudur. Firmaların sattıkları rezervasyonları, paket turları, uçak biletlerini vs. iptal ederek tüketicilere ücretlerini geri iade etmeleri tüketicilerin yeniden satın alma davranışı konusundaki belirsizliği/isteksizliğinden dolayı varlıklarını sürdürebilme konusunda risk teşkil etmektedir. Firmaların bu riskin etkilerini azaltabilmek amacıyla Avrupa'da da uygulanan **kupon** uygulamasını kullanması gerektiği belirtilmektedir. Erdoğan ve Genç'e (2020: 54) göre kupon uygulaması seyahat acentelerinin tüketicilere konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek hizmetleri vb. imkanlardan ileri bir tarihte faydalanabilmeleri amacıyla kupon ve bir miktar nakit vererek rezervasyonların her iki taraf için de problemsiz bir şekilde ertelenmesini sağlayan bir uygulamadır. Benzer şekilde İbiş'e (2020: 95) göre de seyahat acentelerinin koronavirüsten dolayı yaşanan rezervasyon iptallerinde tüketicilerin ücretlerini iade ederek batma riskini göze almalarından ziyade devlet garantili kupon uygulamaları ile hem tüketicilerin hem de seyahat acentelerinin hakları korunmuş olacaktır.

Doğancı'ya (2020: 2817) göre turistlerin seyahat acentelerinden satın aldıkları paket turların koronavirüs ile iptal olmasından sonra seyahat acentelerinin para iadesinde zorlanması ve erteleme veya kupon uygulaması ile paket turların garanti altına alınmasının yanı sıra hükümetin uygulamış olduğu bir destek uygulaması da bulunmaktadır. Özellikle seyahat acenteleri aracılığıyla paket tur satın almak isteyen tüketicilere devlet bankalarından düşük faizli kredi kullanma imkânı sağlanmaktadır.

Bu uygulamada 10.000 TL'si 6 ay ödemesiz 36 ay vadeli olmak koşuluyla 0,67 faiz oranı uygulanarak tatil kredisi olanağı verilmektedir. Böylece turizm hareketliliği hükümetler tarafından da desteklenmektedir.

1.2.2. COVID-19'un Otelciler Üzerindeki Etkileri

Dünya Turizm Örgütü, yaşanan krizin turizm ekonomisi üzerinde hızlı ve büyük kayıplar yaşatabileceğine ilişkin tahminde bulunsa da koronavirüsün turizm ekonomisinde yarattığı etkilerin nereye ulaşacağı, etkilerinin ne kadar süreceği ve turizm endüstrisinin geleceğini nasıl etkileyeceği hakkında tam bir öngöründe bulunamamaktadır (İbiş, 2020). Turizm işletmelerinin karşılaştıkları beklenmeyen olaylarla baş edemeyeceklerine ilişkin düşünce ve algılara kapılmasının krize neden olduğu ifade edilmektedir (Stafford, Yu ve Amroo, 2002). İşletmelerin kriz olarak nitelendirdikleri dönemlerde yapacakları planlamaların ve önleyici faaliyetlerin başarılı olması yaşanan krizin etkilerinin sınırlı şekilde hissedilmesine neden olmaktadır (Irvine ve Anderson, 2004). Rakamlara, yarattığı etkilere ve yaşanan olaylara bakıldığında korovavirüsün de turizm endüstrisi için daha önce eşi benzeri görülmemiş düzeyde bir kriz olarak nitelendirilmesi gerekir.

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy tarafından koronavirüs pandemisi ile birlikte konaklama işletmelerinde yeni bir dönemin başladığını, koronavirüsün daha az yaygın olduğu bölgelerde hizmet veren konaklama işletmelerinin tedbirler almaları gerektiğini ve tedbir alan işletmelere temizlik ve hijyen sertifikalarının verileceği belirtmiştir (Türker ve Ertürk, 2020). DSÖ tarafından yayınlanan rehber doğrultusunda konaklama işletmelerindeki en alt departmandaki çalışandan en üst düzey yöneticiye kadar tüm personelin dikkat etmesi gereken tedbirler şu şekilde belirtilmektedir (Türker ve Ertürk, 2020; Bahar, 2021).

- Ön büro departmanında acil durumlarda kullanılacak şekilde çeşitli ekipmanların hazır bulundurulması ve yaşanabilecek acil bir durumda sağlanacak hizmetin sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde verilmesi gerekmektedir. Aynı şekilde ön büroda Acil Durumlarda kullanılmak üzere acil durum numaralarına yer verilmelidir.

- Otel işletmelerinde bulunan SPA ve açık/kapalı havuz sularının uluslararası standartlara uygun olarak hazırlanması gerekmektedir. Aynı zamanda çamaşır ve bulaşıkların da doğru sıcaklıkta temizlenmesi gerekmektedir.
- Odalarda bulunan hava filtrelerin düzenli aralıklara temizlenmesi ve buklet malzemelerine maske ve dezenfektanın da eklenmesi gerekmektedir.
- Misafirler ve personel tarafından kullanılan restoran, tuvalet vb. ortak alanların kullanılması gerektiğinde dezenfektanın bulunması gerekmektedir.
- Tüm misafirlerin kullanacakları servis maşaların, çatal ve bıçakların tek kullanımlık olarak kullanılması veya sıklıkla değiştirilmesi gerekmektedir.
- Restoran, kafe vb. ortak alanlarda bulunan masaların her 10 m² de 4 kişi oturabilecek şekilde yerleşim planına uygun olarak hazırlanması gerekmektedir.
- Her ne kadar çocukların koronavirüsten etkilenerek kritik hastalıklara yakalanma veya vefat etme düzeylerinin oldukça düşük olduğu yayınlanan raporlarla belirtilse de çocukların toplu olarak bulunabilecekleri çocuk eğlenme merkezlerinin kapatılması gerekmektedir.
- Otel işletmelerindeki misafir ve personellerin koronavirüse yakalanmadığı tespit edilse de koronavirüs kapsamında alınan tedbirlerin terk edilmemesi, genel toplumsal sağlık açısından hijyen kurallarının artırılması ve asansördeki düğmelerin, kapılardaki kolların ve anahtar gibi farkında olmadan sıklıkla kullanılan bölgelerin ve materyallerin de temizliğine önem verilmesi gerekmektedir.

Koronavirüs pandemisinin konaklama işletmelerinde neden olduğu olumsuz etkilerinin azaltılması için otellerin yeni ve etkili stratejiler gerçekleştirmeleri ve çeşitli önlemler almaları gerektiği ifade edilmektedir. Bu önlemlerin genel yönetimde, insan kaynaklarında, mutfakta, servis ve barda, kat hizmetlerinde, ön büroda ve misafir ilişkilerinde alınması gerektiği belirtilmektedir. Genel yönetimde alınacak tedbirlerin otellerin üst yöneticilerinin kişisel temizlik dahil olmak üzere temizlik ve hijyen eğitimleri almalarını ve alınan eğitimler doğrultusunda haftalık yapılacak toplantı gündemlerinde hijyene fazlaca yer verilmesini ve temizliğin misafirlere güven vermesini sağladığı görülmektedir (Gürkan, 2021).

Gastronometro (2021) tarafından yayınlanan Covid-19 sonrası oteller için açılış kılavuzunda da özellikle insan kaynakları, mutfak, servis-bar, kat hizmetleri ve

yiyecek-içecek hizmetlerinde alınması gereken önlemler ve temizlik ve hijyen kuralları belirtilmiştir. İnsan kaynaklarında alınan tedbirlerin göreve yeni başlayacak personelin heyetten alınan tam teşekküllü bir sağlık raporuna sahip olmasını, personelin dinlenme yeri, restoran ve soyunma odası gibi ortak alanların desteklenmesini, personel üniformalarının gerekli sıcaklıkta temizlenmesinin ve dezenfekte edilmesinin zorunlu olmasını ve personelin kaldığı lojmanları temizliğini içerdiği görülmektedir (Gastronometro, 2021).

Mutfakta alınan tedbirlerin el değmeden tabak hazırlanması şekline dönüştürülmesini, personelin eldiven, maske ve bone takmasının zorunlu olmasını ve sağlanan hizmetin daha çok alakart ve kişiye özel servis şeklinde tercih edilmesini içerdiği görülmektedir (Gastronometro, 2021). Servis ve barda alınan tedbirlerin personelin eldiven ve maske takmasının zorunlu olmasını, personelin kişisel temizlik ile ilgili eğitim almasının zorunlu olmasını ve sosyal mesafeye uygun olacak şekilde oturma düzeni oluşturulmasını içerdiği görülmektedir (Gürkan, 2021). Kat hizmetlerinde alınan tedbirlerin her zamankinden daha fazla her alanın temizlenip dezenfekte edilmesine önem verilmesini, temizliğe ayrılan sürenin artırılmasını ve görevlendirilen personel sayısının artırılmasını içerdiği görülmektedir (Gürkan, 2021). Ön büroda alınan tedbirlerin misafir girişlerinin mobil üzerinden sağlanmasını ve personelin misafirlerle doğrudan temas etmesinin engellenmesini içerdiği görülmektedir (Eryılmaz, 2020). Misafir ilişkilerinde alınan tedbirlerin ise misafirlerin otelin temizlik ve hijyen ile ilgili çekincelerinin giderilmesini ve rahatlamalarını ve kendilerini güvende hissedebilmelerini içerdiği görülmektedir (Eryılmaz, 2020).

Koronavirüsün konaklama işletmelerindeki etkilerini azaltabilmek amacıyla işletmelerin aldıkları önleyici tedbir çalışmalarının yanı sıra otoritelerin belirledikleri genel tedbirlerin de uygulanması gerekmektedir. Türkiye’de hizmet sağlayan konaklama işletmelerinde uygulanacak genel tedbirler 21 Nisan 2020 tarihinde Sağlık Bakanlığı tarafından temel enfeksiyondan korunma ve kontrol ilkeleri olarak yayınlanmıştır. Yayınlanan bu ilkeler genel temizlik kuralları, konaklama işletmelerindeki misafirler arasında koronavirüs hastalığı ile uyumlu şikayetleri olan bireyler olması durumunda yapılacaklar ve konaklama işletmeleri personellerine verilecek eğitim konuları şeklinde üç temel başlık ve yirmi maddeden oluşmaktadır

(T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2021). Tablo 3'te T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından konaklama işletmeleri için korunma ve kontrol ilkelerine yer verilmiştir.

Tablo 3. Konaklama İşletmeleri İçin Korunma ve Kontrol İlkeleri

Genel Temizlik Kuralları	Konaklama İşletmelerindeki Misafirler Arasında COVID-19 ile Uyumlu Şikayetleri Olan Bireyler Olması Durumunda Yapılacaklar	Konaklama İşletmelerine Verilecek Eğitim Konuları
Odalarda ve ortak kullanım alanlarının temizliği yapıldıktan sonra en az 1 saat havalandırılmasının yapılması	Diğer misafirlere uzaklaştırılarak sağlık birimlerine başvurunun yapılması	Ellerin en az 20 saniye kadar su, sabun veya alkol bazlı dezenfektanlarla temizlenmesi
Odayı temizleyen personelin her odada yeni bir eldiven kullanması ve ellerinin her odadan çıktıktan sonra temizlenmesi	Birey ile aynı odada bulunanların maske takması, herhangi bir bulguya rastlanmazsa diğerlerinin odalarında izole edilmesi	Kalabalık ortamlarda cerrahi maske kullanılması
Temizliğin su ve deterjanla yapılması	Başvurulan sağlık birimi tarafından İl/İlçe Sağlık Müdürlüğü Bulaşıcı Hastalıklar Birimine ivedilikle bilgi verilmesi	Öksürme veya hapsirme durumunda tek kullanımlık mendil veya dirsek için kullanılması
Odadaki sık temas edilen kapı kolları, bataryalar, düğmeler, ahize, klima ve televizyon kumandası, tuvalet ve lavabonun çamaşır suyu ve diğer deterjanlarla detaylı temizlenmesi	Bulaşıcı Hastalıklar Biriminin temashıları belirleyerek temas özelliklerine göre prosedürlerinin hazırlanması	Misafirlerin valiz vb. kişisel eşyalarına temas edilmesinden sonra ellerin su, sabun veya alkol bazlı dezenfektanlarla en az 20 saniye kadar temizlenmesi
Bardak, tabak, çatal bıçak vb. ortak kullanım eşyalarının her kullanımında su ve deterjanla detaylı temizlenmesi	COVID-19 tanısı alan misafirin odasının 24 saat havalandırılması, sonrasında odanın çamaşır suyu ve diğer deterjanlarla detaylı temizlenmesi	
Misafirlerin çarşaf, havlu ve nevresimlerin kullanılana dek sıkı bir şekilde katlanması ve toz oluşumunun engellenmesi		
Misafirlerin kullandıkları çarşaf, havlu ve nevresimlerin en az 60-90° arasında bir sıcaklıkta temizlenmesi		
Havuzların klor düzeylerine dikkat edilmesi		
Sauna, masaj, çocuk eğlence alanları ve spor salonları gibi ortak kullanım alanlarının mümkün olduğu kadar kullanılmaması veya sınırlı misafire sonrada havalandırma ve temizleme koşuluyla kullandırılması		

Temizliği zor yapılan peluş hayvanlar gibi oyuncakların çocuk eğence merkezlerinde bulundurulmaması		
Virüs, mantar, bakteri vb. mikroorganizmalarda daha etkili olduğu öngörülen temizlik malzemelerinin kullanılmasına gerek olmadığı		
Odalardaki klimaların temizlik ve bakımlarının düzenli periyotlarla yapılması		

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğu (2021).

Koronavirüsün yayılmaya başlamasıyla birlikte seyahat etme konusunda bireylerin endişe duydukları ve isteksiz oldukları görülmektedir. Koronavirüs pandemisi gibi yaşanabilecek kriz dönemlerinde konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz yönetim planları oluşturmaları, oluşturulan planları devreye sokmaları ve misafirlerin endişelerini anlayarak dinlemeleri gerekmektedir (Veil, Buehner ve Palenchar, 2012). Bu hususta yöneticilerin dijital stratejilerinde değişiklik yapmaları gerektiği düşünölmektedir. Otellerde koronavirüs ile ilgili alınan tedbirlerin web sayfalarında, sosyal medya hesaplarında veya doğrudan müşterilerine gönderilen e-postalarla paylaşılması, daha önce rezervasyon yapan müşterilerin iptalinin veya rezervasyon değişikliğinin yapılabileceğine yönelik bilgi verilmesi konaklama işletmeleri için oldukça önemlidir Aynı şekilde otellerin kendi web sitelerine koronavirüse yönelik alınan tedbirlerle sağladıkları başarıya ilişkin müşterilerine güvence vermelerini ve tatil yaparken rahat ve güvende hissedebilecekleri bir yer olduklarını belirten materyaller koymaları müşterilerin tercih edebilmesi için önem arz etmektedir (Bahar ve İlal, 2020).

1.2.3. COVID-19'un Turistler Üzerindeki Etkileri

Koronavirüsün küresel bir pandemi olarak algılanmasından sonra ölkeler hastalığı kontrol altına alabilmek için kısa vadede ulusal ve uluslararası seyahatlere kısıtlama getirmişlerdir. Sınırların kapatılması ve uçak seyahatlerinin iptal edilmesi her ne kadar halk sağlığı için bir gereklilik olsa da turizm endüstrisi için bir gerilime neden olmaktadır. Turizm endüstrisinin uygulayıcıları 2003 yılındaki SARS virüsünde, 2004 yılındaki Arugam Körfezi'ndeki tsunamide olduğu gibi koronavirüsün de benzer senaryolarda turizm endüstrisine zarar vereceğini

öngördüklerinden yaşanan kriz sonrası seyahat stratejilerini belirlemeye çalışmaktadırlar (Robinson ve Jarvie, 2008; Mao, Ding ve Lee, 2010). Özellikle yaşanan kriz sonrası elde edilen tecrübelerde görüldüğü üzere turistlerin seyahat davranışları ve kültürel geçişleri de etkilenmektedir. Turistlerin hastalık vb. risklerden uzak kalma eğilimi göstermeleri turist akışlarının azalmasına neden olabilmektedir (Wen ve Huang, 2019). SARS salgını ile karşılaştırıldığında turizm endüstrisinin koronavirüsten daha fazla zarar görebileceği düşünülmektedir. Nitekim Dünya Turizm Örgütü'nün 2020 yılında yayınladığı raporda da koronavirüsün uluslararası turist girişlerini %4 oranında azalttığı ancak 2003 yılındaki SARS salgınında bu oranın %0,4 olması koronavirüsün neden olduğu sonuçların daha kötü olduğunu göstermektedir (UNWTO, 2020).

Koronavirüse yakalanan bir yakınını kaybedenlerin, kronik hastalığı bulunanların, koronavirüsü yaşamsal bir risk olarak görenlerin ve ileri yaştaki bireylerin tatil yapma konusunda kısa dönemde isteksiz olmaları turizm endüstrisinin kısa vadedeki en önemli sorunlarından birisidir (Atay, 2020). Özellikle turistlerin tatil yapma davranışlarını etkileyen en önemli unsurların %73 ile güvenlik ve sağlık, %64 ile temizlik olması konaklama işletmeleri için önemsenmesi gereken konular olmaktadır (Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020).

Koronavirüs ile birlikte turizm endüstrisi yeni bir döneme girmiştir. Artık turistlerin yapacakları işlemleri temassız ve dijital bir şekilde yapabilmeleri ve tatillerin sosyal mesafe kurallarına uygun ve izole bir şekilde yapılabilmesi önem kazanmaktadır (Kıvılcım, 2020). Turistlerin özellikle satın alma davranışlarında teknoloji ile daha uyumlu, güvenlik, sağlık, temizlik ve sosyal mesafe kurallarına uyan konaklama işletmelerini tercih ettikleri görülmektedir (İbiş, 2020). Aynı şekilde turistlerin bu dönemdeki tatil tercihlerinin bağımsız seyahatler ve sağlıklı yaşam turizmine yönelik olacağı tahmin edilmektedir (Wen, Kozak, Yang ve Lui, 2020). Turistlerin uluslararası akışa katılamamalarından dolayı yurtiçi odaklı bir hareketlilik sergilemeleri hatta mümkün olduğu kadar yaşadıkları bölgelere yakın ve izole yerleri tercih etmeleri beklenmektedir (Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020).

1.2.4. COVID-19'un Seyahat Davranışlarına Etkisi

Koronavirüs ile birlikte turistlerin seyahat davranışlarında değişiklik yaşanması beklenen bir sonuçtur. Öyle ki koronavirüs ile birlikte maliyetlerde yaşanan artışın, sağlıkla ilgili algılanan riskin ve seyahat kısıtlamalarının turistlerin seyahat davranışları üzerinde etkili olduğu görülmektedir (Lee ve Chen, 2011). Turistlerin tatile bakış açılarında temizliği ve güvenliği ön plana koymaları, kitle destinasyonlarından uzak durarak daha sakin ve yalnız olabilecekleri bölgeleri tercih etmeleri, yemekleri kendilerinin yapabilecekleri işletmeleri daha fazla tercih etmeleri, evlerine yakın olabilecek yerlere seyahat etme eğilimi göstermeleri ve havayolu veya otobüs işletmelerini kullanmak yerine kişisel araçları ile yolculuk etmeye yönelmeleri COVID-19'un neden olduğu tüketici davranışlarından yalnızca bazılarıdır (TÜRSAB, 2020: 29).

İlgili alanyazında turistlerin seyahat davranışlarında değişikliklerin temelde algılanan sağlık risklerine dayandıkları ve koronavirüsün etkileri kontrol altına alınsa bile turistlerin bir süre tatil yapma eğilimi göstermedikleri, tatil yapacakların ise izole bir şekilde kısa süreli tatil planları yaptıkları görülmektedir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020). Benzer şekilde Nazneen, Hong ve Du (2020) tarafından yapılan çalışmada da koronavirüsün bireyler üzerinde oluşturduğu kaygı ve endişeden dolayı turistlerin seyahat davranışlarının değiştiği, 2021 sezonuna ilişkin tatil yapma eğilimi göstermedikleri, tatil yapacak kişilerin ise temizlik ve hijyen kuralları ile güvenliklerine dikkat edebilecekleri, kalabalıktan uzak, izole ve bağımsız seyahat etme eğilimi gösterdikleri ve kitle turizmi destinasyonlarından uzak durdukları görülmektedir. Zamanla bu tutumun turistlerin bilmedikleri şeylerden uzak durma konusunda motive olmalarına ve turizm endüstrisinde yabancı düşmanlığı yaşanmasına neden olabileceği öngörülmektedir (Kock, Josiassen ve Assaf, 2019).

Turistlerin koronavirüs sürecinde seyahat etme eğilimi ve yeniden satın alma davranışı göstermelerindeki en önemli faktörlerden birisi de ücret iadelerinin alınmasıdır. Özellikle firmaların varlıklarını sürdürebilmek amacıyla sattıkları paket turları iade etmemeye yönelik bir eğilim göstermeleri, turizm tüketicileri için önemli bir sorun olarak görülmektedir. Bu hususta özellikle Ticaret Bakanlığının 6502 sayılı Kanun ve Paket Tur Sözleşmeleri Yönetmeliği gereğince koronavirüsü tüketicilerin satın alınan paket turdaki uçuşların durdurulmasında ve seyahat kısıtlamalarının

yaşanmasında etkili olan mücbir bir sebep olarak görmesinden dolayı yapılan paket tur sözleşmelerinin feshedilebileceği ve firmaların tüketicinin talep etmesi doğrultusunda ücret iadesi yapması belirtilmiştir (Yavuz, 2020: 280). Böylece turistlerin ücret iadeleri alma konusu yönetmelik gereği koruma altına alınmıştır.

Her ne kadar alınan önlemler sonrası koronavirüs vakalarının sayıca azalmasından dolayı seyahat kısıtlamalarının hafifletilmesi veya kaldırılması yaşansa da turizm endüstrisinin kısa süre içerisinde eski dönemlerdeki hareketliliğine ulaşması zordur. Öyle ki koronavirüs ile birlikte bireylerin yüksek risk taşımaları ve sağlık güvenliklerinin tehdit edilmesinden dolayı korku yaşamaları turizme yönelik tutum ve davranışlarının etkilenmesine neden olmaktadır (Wang, Jin, Fan, Ju ve Xiaa, 2020).

İlgili alan yazın incelendiğinde koronavirüs sonrası bireylerin algıladıkları korku ve yüksek risk durumunun turizme ilişkin satın alma davranışlarında değişikliğe yol açtığı görülmektedir (Neuburger ve Egger, 2020). Aydın ve Doğan (2020) tarafından yapılan koronavirüsün turistik tüketici davranışlarına etkisinin belirlenmesi çalışmasında bireylerin algıladıkları sağlık tehdidi ve korkusu sonrası tüketici davranışlarında değişiklikler olduğu ve turistik tüketici davranışlarında yeni alışkanlıkların ön planda olduğu görülmektedir.

Wen, Huimin ve Kavanaugh (2005) tarafından yapılan SARS salgınının turistik tüketici davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesi çalışmasında Çinli turistlerin tatillerini erteledikleri veya iptal ettikleri, salgının etkilerinden kurtulmak için doğa turizmine önem verdikleri, yalnızca aileleriyle yaşadıkları bölgelere yakın yerlere seyahat etmeyi planladıkları ve tatillerde temizlik, hijyen ve güvenlik kurallarına dikkat ettikleri görülmektedir.

Aydın ve Doğan (2020) tarafından yapılan koronavirüs sonrası ülkemizdeki turistik tüketici davranışlarında yaşanan değişimlerin belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs sonrası dönemde bireysel çıkabilecekleri butik seyahatlere, alternatif doğa turizmine, sezonluk yazlık veya yat kiralamaya, daha küçük otelleri tercih etmeye ve yaşadıkları bölgelere yakın bölgelere seyahat etmeye daha fazla ilgi duydukları görülmektedir.

Wanchyuni ve Kusumaningrum (2020) tarafından yapılan koronavirüs sonra turistlerin seyahat davranışlarının belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs

sonrası altı ay içerisinde yeniden seyahat etmek istedikleri ve butik turlar ile doğa turizmine yönelebilecekleri görülmektedir.

Chebli ve Said (2020) tarafından yapılan koronavirüsün turistlerin davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs ile birlikte popüler olmayan desinasyon tercihlerinde buldukları, bireysel seyahate daha fazla önem verdikleri, temizlik, hijyen ve güvenlik kurallarına daha fazla dikkate ettikleri, daha düşük bütçelerle tatil yapmaya çalıştıkları, bilmedikleri yemekleri yemekten kaçındıkları, sezon öncesi veya sezon sonra dönemlerde tatil yapma eğilimi gösterdikleri ve çevre bilinçlerinin geliştikleri görülmektedir.

Yenişehirlioğlu ve Salha (2020) tarafından yapılan koronavirüsün tüketici davranışları üzerindeki etkisinin belirlenmesi çalışmasında ailelerin koronavirüs ile birlikte tatil planlarını erteledikleri, tatil yapacak olanların ise yazlık ve yayla evlerini veya sosyal mesafeye dikkat edebilecekleri çadır, kamp, karavan, bungalov tarzı konaklamaları tercih ettikleri görülmektedir.

Özçoban (2020) tarafından yapılan koronavirüsün kırsal turizm potansiyeline etkisinin belirlenmesi çalışmasında koronavirüs ile birlikte toplumdan izole olan kırsal turizm bölgelerinin sosyal mesafe kurallarına daha uygun olmasından dolayı turizm faaliyetleri için de daha uygun olduğu anlaşılmış ve ülkemizde kırsal turizm bölgelerinin fazla olmasından dolayı bu bölgelerin teşvik edilmesi ve tanıtılmasının gerekli olduğu görülmektedir.

Özdemir (2020) tarafından yapılan koronavirüs sonrası alınan önlemlerle birlikte yapılan turizm faaliyetlerinin incelenmesi çalışmasında koronavirüs sonrası dönemde iç turizmin gelişeceği, doğa ve kırsal turizm faaliyetlerinin artış göstereceği ve konaklama işletmelerinin sosyal mesafe kurallarına uygun olacak şekilde yatay büyüme eğilimi gösterecekleri görülmektedir.

Kabadayı ve Kardeş (2020) tarafından yapılan koronavirüsün turistlerin satın alma ve seyahat eğilimlerine etkisinin belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs sonrası dönemde doğa ve açık alan turizmine daha fazla ilgi duydukları ve turistlerin temizlik, hijyen ve güvenlik duyarlılıklarının arttığı görülmektedir.

Yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde koronavirüs ile birlikte başlayan yeni dönemde turistlerin tüketici davranışlarında önemli değişiklikler olmuştur. Bu değişiklikler arasında turistlerin kalabalıktan uzak destinasyon eğilimi

göstermeleri, doğa ve kırsal turizmüne önem vermeleri ve temizlik ve hijyen kurallarına daha fazla dikkat etmeleri gösterilmektedir. Bunun yanı sıra bazı turistlerin de tatil planlarını en az altı ay erteledikleri, bilet iptali sağladıkları ve kendilerini izole ve güvenli tuttıkları görülmektedir.

Koronavirüsün turistlerin tüketici davranışlarını etkilemesi ile ilerleyen dönemlerdeki turizm anlayışlarının da farklılaşmasına yol açmaktadır. Öyle ki koronavirüs ile birlikte turistlerin tüketim kapasiteleri etkilendiğinden harcanabilir gelirlerin azaldığı, maliyetlerin arttığı, sağlık riskleri ve seyahat kısıtlamalarından dolayı kitle turizminden bireysel turizme yönelim sağlandığı, kalabalık destinasyonlardan güvenli ve izole destinasyonlara doğru geçildiği ve geleneksel turizm anlayışından alternatif turizm anlayışına doğru talep artışının sağlanması yaşanmaktadır (Özdemir, 2020).

Konaklama işletmeleri de koronavirüs ile birlikte kitle turizmüne hitap eden her şey dahil konseptlerinde değişikliğe giderek işletmelerine sosyal mesafe kurallarına uygun, temizlik ve hijyen kurallarına dikkat edilen yenilikler getirmektedirler. Öyle ki rekabet olgusu içerisinde konaklama işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri için otellerini sezonluk olarak değil de günlük veya haftalık kiralanabilir, otel içi villaların veya mutfaklı süit dairelerin de satılabilir ve pazarlanabilir yapılması gerekmektedir (Ayyıldız, 2020).

Koronavirüs ile birlikte işletmelerin hizmet alanları yeniden tasarlanmaktadır. Küresel hizmet pazarları içerisinde pek çok şirketin personellerine seyahat kısıtlaması getirmeleri, panik satın alma davranışına karşı sınırlama getirmeleri ve hijyen kurallarının zorunlu olarak uygulanması bu tasarımın bir parçasıdır. Öyle ki Avustralya'da tuvalet kağıtlarının, dezenfektanların, yumurta, süt ve pirinç satışlarının sınırlandırılması, Amerika'da yüz maskelerinin ve grip/soğuk algınlığı ilaçlarının satışlarının kısıtlanması, İngiltere'de de dezenfektan satışlarının sınırlandırılması, perakende endüstrisindeki müşterilerin teşhir ürünlere diğer müşterilerin temas etmelerinden dolayı satın almamaları, eğlence endüstrisinde faaliyetlerin durdurulması, hava yolu ulaşım endüstrilerine seyahat kısıtlamaları getirilmesi bu değişimin örnekleri arasındadır (Kabadayı ve Kardeş, 2020).

Turizm endüstrisinde olduğu gibi diğer endüstrilerde de yaşanan kısıtlamalarının toplum sağlığını korumak amacıyla yapılması, panik satın alma

davranışlarının engellenmesi ve hijyen kurallarının sağlandığına ilişkin endişelerin olması müşterilerin tüketici tutum ve davranışlarını belirlemede etkili olduğunu göstermektedir.

1.3. Müşteri Şikayetleri

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle artan küresel rekabet algısı, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için bir tehdit olarak algılanmaktadır. Öyle ki müşterilerin satın alma eğilimi gösterecekleri ürünlerin çeşitliliği ve satın alma seçeneklerinin fazla olması, işletmelerin ürettikleri ürünleri müşterilere beğendirerek müşterileri tatmin etmeleri güçleşmiştir. Artan rekabet olgusu ile birlikte işletmelerin ayakta kalabilmeleri ancak üretim, pazarlama ve satın sonrası hizmetlerde müşterilerin avantajına olacak yenilikleri uygulamalarına bağlıdır. Bu hususta işletmelerin öncelikli hedefleri müşterilerin istedikleri ürünlerin üretimini sağlayarak pazarlama sürecinde müşteri memnuniyetini artırmak ve müşterilerin satış sonrası olabilecek şikayetlerine uygun ve etkili geri bildirim sağlamak olmaktadır (Alabay, 2012).

Günümüz ekonomik koşulları dikkate alındığında müşterilerin satış sonrası şikayetlerini dinlemek ve çözüme ulaştırmak işletmelerin önemli bir misyonu haline gelişmiştir. İşletmelerin ekonomik anlamda güçlenebilmeleri için müşterilerini işletmeye çekmesi, müşterilerin alışveriş yapabilmesini sağlaması ve satış sonrası müşterilerin memnun kalması veya bir diğer ifadeyle yapılan alışveriş sonrası şikayetin azaltılması gerekmektedir. Bu anlamda işletmelerin öncelikli hedefi müşterilerin ürünü denedikten sonra memnun kalmalarını sağlamak olmaktadır. Bir başka deyişle işletmelerin müşteri şikayetlerini azaltabilmeleri için müşteri memnuniyetlerini arttırmaları gerekmektedir (Barış, 2008).

Attallah'a (2015) göre işletmelerin müşteri memnuniyeti sağlayabilmeleri için sağlamaları gereken 10 hizmet kalite standardı bulunmaktadır. Bunlar:

- İşletmenin güvenilir olması
- İşletmenin yeterlilik göstermesi
- İşletmenin ulaşılabilir olması
- İşletmenin hevesliliği
- İşletmenin müşteriye karşı nezaket göstermesi

- İşletmenin müşteri iletişimlerin iyi olması
- İşletmenin itibar yapması
- İşletmenin müşteriyi tanınması ve beklentilerini anlaması
- İşletmenin güvenli olması
- İşletmenin fiziksel varlıklarının güçlü olmasıdır (Attallah, 2015).

Attallah (2015) tarafından belirtilen işletme hizmet kalitesi standartlarına ulaşmak iste her zaman mümkün olmamaktadır. İşletmelerde satın alma davranışı gösteren müşterilerde zaman zaman çeşitli nedenlerle memnuniyetsizlikler oluşabilmektedir. Satın aldıktan sonra üründen memnun kalmayan müşteriler de işletmeyi şikayet etme eğilimi gösterebilmektedirler (Garding ve Bruns, 2015). Bu doğrultuda şikayet, müşterilerin satın aldıkları bir üründen veya hizmetten sonra yaşadıkları memnuniyetsizlik tepkisi olarak algılanmaktadır (Donoghue ve Klerk, 2006; Barlow ve Moller, 2008).

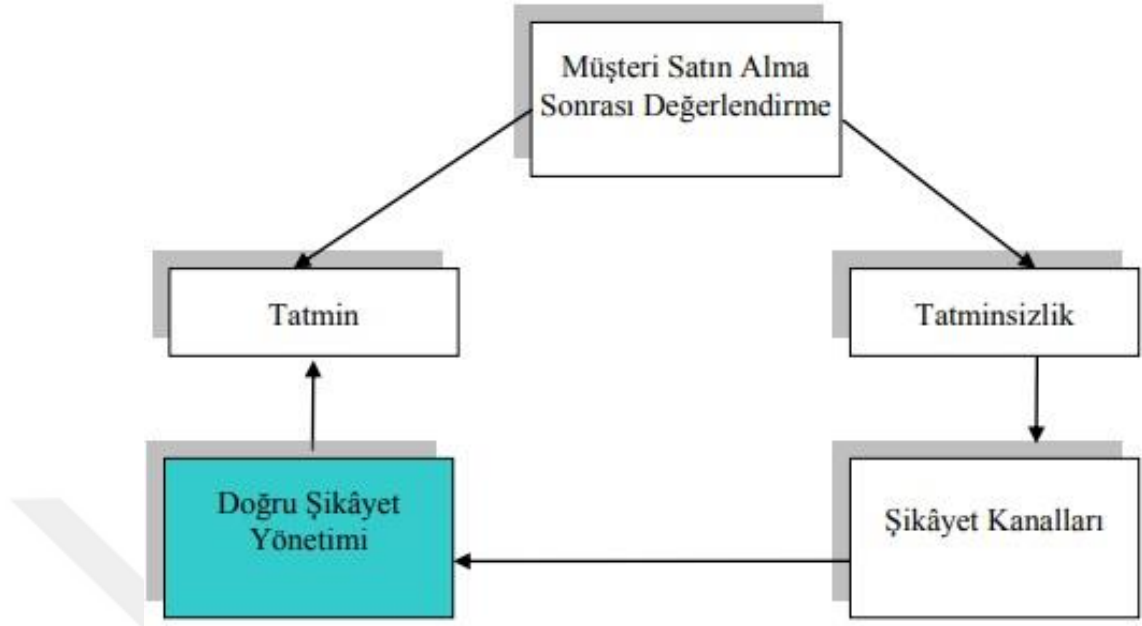
Şikâyet kavramı ile açıklamalar yapılmadan önce şikayet kavramının temelini oluşturan müşteri memnuniyetsizliğinin ve şikayetin oluşmasını engelleyen müşteri memnuniyetinin açıklanması müşteri şikayetinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Gürsoy, Ekiz ve Chi'ye (2007) göre müşteri memnuniyeti, müşterilerin işletmeyle uzun süreli değer temelli bir ilişki kurulması ve müşterilerin satın alma davranışından sonra işletmeye yönelik değerlendirmesinin olumlu olmasını sağlayan önemli bir kavramdır. Tam tersi şekilde memnuniyetsizlik ise müşterilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmetten sonra beklentilerini karşılayamaması ve geri bildirim yapmalarına karşın olumlu bir dönüt alamamaları olarak belirtildiğinden müşterilerin işletmeye yönelik değerlendirmesinin olumsuz olmasını sağlayan önemli bir kavramdır. Çoban'a (2012) göre de müşteri memnuniyeti, müşterilerin ürün veya hizmet satın aldıkları bir işletmeden satın aldıkları ürün veya hizmet ile ilgili bekledikleri performansı karşılayıp karşılamaması olarak tanımlanmaktadır. Müşterilerin algıladıkları performans beklentilerinin yüksek olması müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmetten memnun ve mutlu olduklarını göstermektedir.

Alabay'a (2008) göre işletmelerin müşteri memnuniyeti sağlamaları durumunda karlılık oranlarının oldukça yüksek olacağı belirtilmektedir. İşletmelerin memnuniyet sağladıkları bir müşterinin işletmeye ilk kez gelen başka bir müşteriye

göre yeniden satın alma davranışının daha yüksek olduğu görülmektedir (Flott, 2002). Sandıkçı'ya (2008) göre ise işletmenin müşteri memnuniyeti sağlamış olduğu bir müşterisinin işletmeye beş müşteri kazandırabileceği, müşteri memnuniyeti sağlayamadığı yani memnuniyetsizlik yaşattığı bir müşterinin ise işletmeye gelen 9-21 arasındaki müşteriye olumsuz etkilediği görülmektedir.

Müşteri memnuniyeti, işletmelerin gelişmesi ve karlarını arttırabilmeleri için işletmelerin en fazla önem vermeleri gereken konulardan birisidir (Aydın ve Özer, 2005). Bu hususta müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmetten sonra bağlılıklarının artması ve sadakat geliştirebilmeleri için işletmelerin müşterilerini memnun etmeleri gerekmektedir. Nitekim sadık müşterilerin de işletmelerin karlılık oranlarını arttıran en önemli unsur olduğu kabul edilmektedir (Tarakçı ve Göktaş, 2020).

Müşteriler, işletmelerden satın aldıkları ürün veya hizmetlerden sonra işletmelere yönelik tatmin veya tatminsizlik yaşayacaklardır. Müşterilerin yaşadıkları tatminsizlik durumunu giderebilmeleri için ise işletmeye şikâyet etmeleri gerekmektedir. Sandıkçı'ya (2008) göre satın alma davranışı sonra tatminsizlik yaşayan müşterilerin yalnızca %4'ünün işletmelere şikâyette bulunmalarından dolayı tatminsizlik yaşayan tüm müşterilerin geri kazanılması ve beraberinde tüm müşterilerin memnun edilmesi oldukça zor olarak görülmektedir. Ancak etkili kanallar aracılığıyla memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin şikâyetlerini işletmeye iletmeleri ve işletmelerin de şikâyetleri doğru bir şekilde yönetmesi müşterilerin memnun olmasını sağlayabilmektedir (Çılgınoğlu ve Aytuğar, 2021). Şekil 1'de Timur ve Sarıyer (2004) tarafından geliştirilen müşterilerin satın alma sonrası şikâyetlerinin tatmine dönüşümleri bir döngü şeklinde belirtilmektedir.



Şekil 1. Müşterilerin Satın Alma Sonrası Şikâyetlerinin Tatmine Dönüşüm Döngüsü

Kaynak: Timur ve Sarıyer (2004).

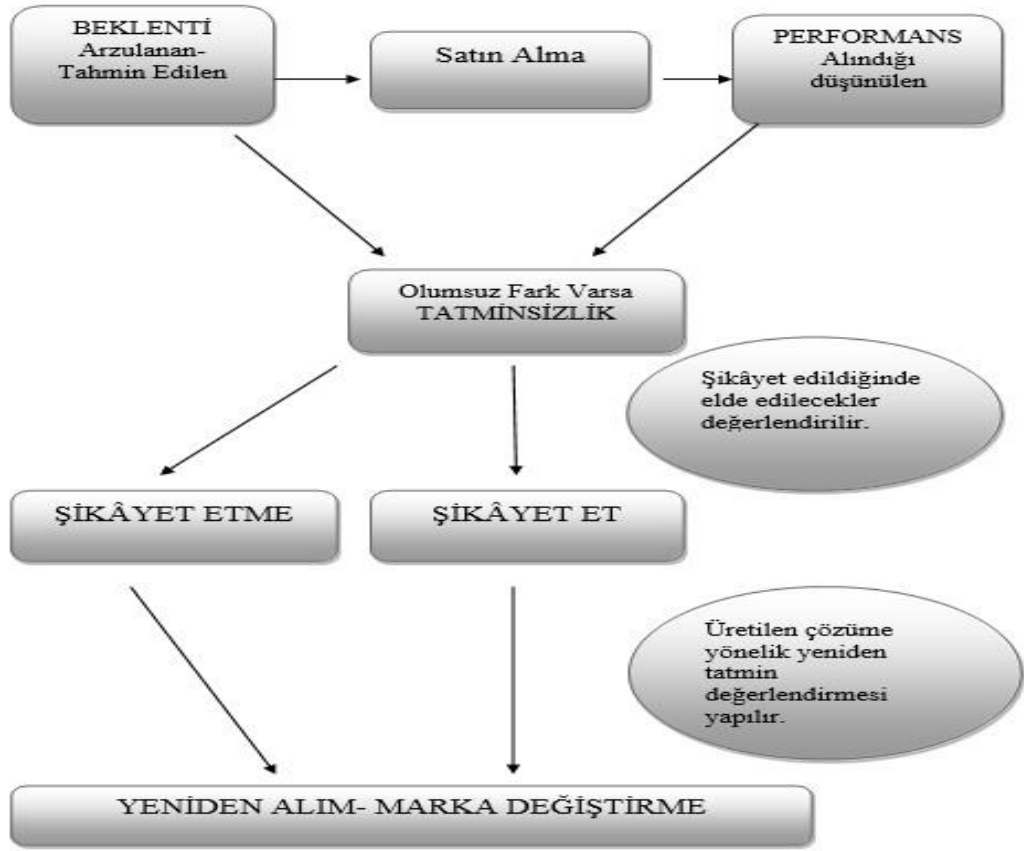
1.3.1. Şikâyet Kavramı ve Tanımı

Şikâyet, kelime anlamı olarak bireylerin hoşnutsuzluğunu belirten herhangi bir söz, yazı, yakınma ve sızlanmalardır. Bell, Mengüç ve Stefani'ye (2004) göre ise şikâyet müşterilerin satın aldığı ve tecrübe ettiği ürünler hakkında olumsuz geribildirimde bulunması olarak tanımlanmaktadır. Lapre ve Tsikrikis'e (2006) göre şikâyet, işletmelerden ürün veya hizmet satın alan müşterilerin beklentilerini karşılayamaması durumunda satın aldıkları ürün veya hizmetle ilgili işletmelere verdikleri olumsuz geribildirim olarak tanımlanmaktadır. Barış'a (2008) göre ise şikâyet, işletmelerde satılan ürün veya hizmetlerin müşterilerin beklentisi ile uyuşmadığı zamanlarda ortaya çıkan memnuniyetsizlik durumunun işletmeye bildirilmesidir.

Şikâyet kavramı ile ilgili yapılan tüm tanımlamalar değerlendirildiğinde şikâyet kavramının müşterilerin işletmelerden satın aldıkları ürün veya hizmetlerin beklentilerini karşılayamaması sonrası yaşadıkları tatminsizlik durumunun işletmeye sözlü ve yazılı şekilde geribildirim olarak verilmesi olduğu düşünülmektedir. Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere herhangi bir işletmeden alışveriş yaparken bazı beklentileri bulunmaktadır. Müşterilerin beklentilerinin işletmeler tarafından

karşılanmadığı durumlarda müşteriler öncelikle tatminsizlikleri işletmelere bildirip bildirmeyeceklerine karar vermektedirler (Burucuoğlu, 2011). İşletmeye tatminsizliğini bildirmeye karar veren müşterilerin işletmelerden yaşanan tatminsizlik durumunun telafi edilmesi, hatanın tekrarlanmayacağına ilişkin güvence verilmesi veya yaşanan tatminsizlik durumu ile ilgili işletmenin üzüntülerinin dile getirilmesi gibi beklentileri bulunmaktadır (Bağcı, 2018). Müşterilerin bu şikâyetlerini ürün veya hizmeti satın aldığı işletmeye bildirmesiyle başlayan şikâyet sürecinde müşterinin yaşadığı tatminsizlik durumunun çözülüp çözülmediği değerlendirilmektedir. Gürsoy, Ekiz ve Chi'ye (2007) göre müşterilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmetten sonra beklentilerini karşılayamaması ve geri bildirim yapmalarına karşın olumlu bir dönüt alamamaları durumunda işletmeden yeniden satın alma davranışlarının son bulacağı ve yeni bir işletme arayışına girecekleri görülmektedir.

Müşterilerin işletmeye yönelik şikâyetleri yalnızca satın aldıkları ürün veya hizmetten duydukları tatminsizlikten kaynaklanmamaktadır. Aynı zamanda müşterilerin bağlılık gösterdikleri işletmelerin ve markaların gelişmesi ve iyileştirilmesi için eksik gördükleri hususların tamamlanması için de işletmeye olumsuz geribildirimde bulunmaktadır (Barış, 2008). Şekil 2'de Barış (2008) tarafından geliştirilen müşterilerin şikâyet süreci, müşterilerin işletmedeki ürün veya hizmetleri satın almadan önce ve satın aldıktan sonraki tüm yaşantılarını gösteren bir süreç olarak belirtilmektedir.



Şekil 2. Müşterilerin Şikâyet Süreci

Kaynak: (Barış 2008).

Müşterilerin işletmelerden aldıkları ürün veya hizmet sonrası tatminsizlik yaşamaları, satın aldıkları ürün veya hizmetin üretim, fiyatlandırma, dağıtım, pazarlama, satış yapılan işletmedeki personel ve satın alınan fiziksel ortam gibi tüm pazarlama unsurlarından kaynaklanmaktadır. Aşkun'a (2008) göre sigara içilen bir işletmede fiziksel ortamın havasız ve kirli olması veya işletmede görev yapan personelin ciddiyetsiz ve ilgisiz tutum ve davranışları da satın alınan ürün veya hizmet ile ilgili yaşanan tatminsizlikte etkili olabileceğinden şikâyet konusu olabilmektedir. Bu hususta yapılan şikâyetlerin işletmenin tamamını ilgilendiren bir olgu olduğu düşünülmektedir.

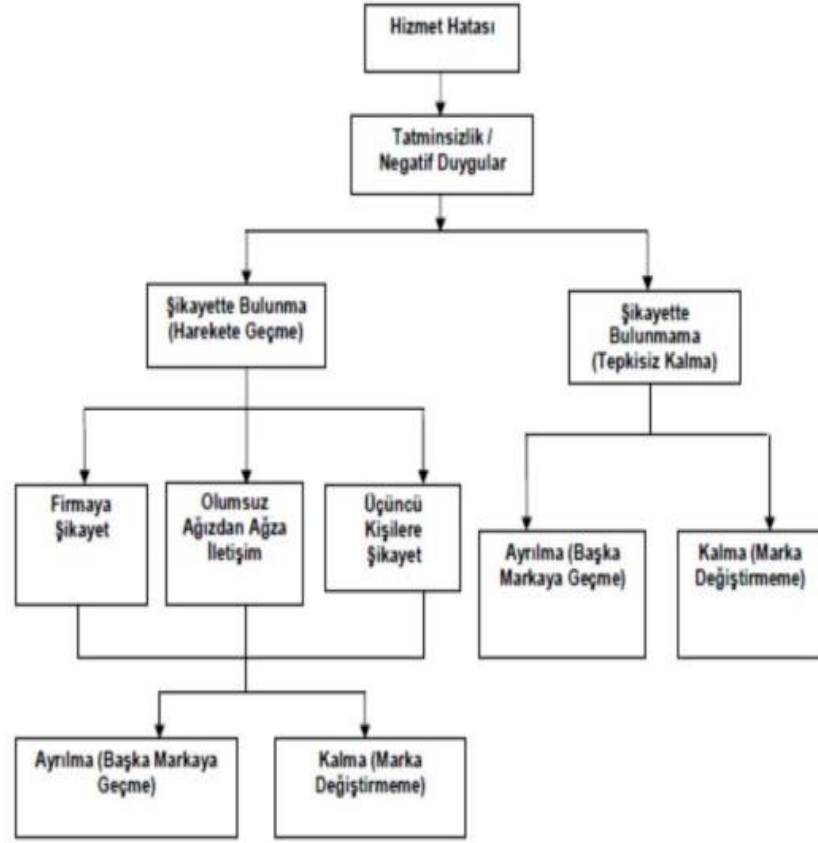
Kozak'a (2007) göre müşteri şikâyetleri, işletmelerin gelecekte karşılaşılabilecekleri büyük tehlikeler için önemli bir işaret olarak görülmelidir. Öyle ki müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmet sonrası tatminsizlik yaşadıklarında

şikâyet etmemeleri, işletmelerin görünen küçük problemlerin, hataların veya performans düşüklüğünün tespit edilememesine ve ileride daha büyük problemlere yol açmadan çözülememesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda müşterilerin işletmeye yaptıkları şikâyetlerin müşteri ile işletme arasındaki ilişkinin düzeltilmesi için bir fırsat olduğu düşünülmektedir. İşletmelerin müşteri şikâyetlerini önemseyerek müşterilerin memnuniyeti kazanacak şekilde ilgilenmeleri ve şikâyet söz konusu olan problemin giderilmesini sağlamaları müşterilerin işletmeye olan bağlılıklarını arttırmaktadır (Barış, 2008). Bunun yanı sıra işletmelerin üretecekleri ürün veya hizmetlerde yaşadıkları şikâyet tecrübelerinden dolayı müşteri beklentilerini daha iyi karşılayabilecek üretim yapabilmeleri sağlanmaktadır. Böylece işletmelerin aksayan yönleri tespit edilerek müşteri memnuniyeti sağlanmış olacaktır (Alabay, 2012). Larivet ve Brouard'a (2010) göre müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmet sonrası yaşadıkları tatminsizlik durumunda işletmeye yaptıkları şikâyetlerin işletmeye sağladıkları yararlar şunlardır:

- Müşterilerin tatminsizliklerine çözüm bulunmasını istemeleri işletmenin ürünü geliştirdikten sonra yeniden satın alma olasılıklarını ve müşteri memnuniyetlerini arttırmaktadır.
- Yapılan şikâyetlerin çözüme ulaştırılması müşteri bağlılığının artmasını sağlamaktadır.
- Müşteri şikâyetleri ile doğru ve etkili bir şekilde ilgilenilmesi olumsuz ağızdan ağza iletişim ile yaşanacak kayıpların azalmasını sağlamaktadır.
- Müşterilerin şikâyetlerinin önemsenmesi ve ilgilenilmesi yeniden satın alma davranışlarının artmasını sağlamaktadır.
- Müşterilerin şikâyetlerinin çözüme ulaştırılması işletmeye yönelik sadakatini olumlu düzeyde etkilemektedir.

Kılıç ve Ok'a (2012) göre işletmelerin ürettikleri ürün veya hizmet ile ilgili müşterilerin şikâyetlerini dikkate almamaları aynı ürünü almayı düşünen diğer müşterilerin tercihlerini etkilemektedir. Öyle ki gelecekte aynı ürünü almak isteyen müşterilerin tercihleri değişebilmektedir. Özer'e (2016) göre de işletmelerin müşterilerin ürün veya hizmetlerine yönelik yaptıkları şikâyetlerini önemsemesi ve şikâyetleri çözüme ulaştırmaya çalışması ürün veya hizmetlerini iyileştirmelerine

imkân sağladığından gelecekteki diğer müşterilerin memnuniyet düzeylerinin artmasını sağlamaktadır. Müşterilerin işletmelerin ürettikleri ürün veya hizmetlerden tatminsizlik yaşamaları durumları işletmelerin hizmet hatasında da kaynaklanabilmektedir. Hizmet hatası, işletmelerin planladıkları işlemlerin haricinde yaşanan aksaklıklar doğrultusunda müşterilerin hizmet beklentisinin altında bir sonuçla karşılaşması olarak tanımlanmaktadır (Zeithaml ve Bitner, 2003). Hizmet hatası ile karşılaşan müşterilerin yaşadıkları tatminsizlikten dolayı yapacakları müşteri davranışları Şekil 3'te belirtilmektedir.



Şekil 3. Hizmet Hatası Sonrası Müşteri Davranışları

Kaynak: (Bozkaya 2012)

Şekil 3'te görüldüğü üzere müşteriler yaşadıkları hizmet hatası ile hissettikleri tatminsizlikleri doğrultusunda ya şikayetçi olma ya da tepkisiz kalma davranışlarında bulunmaktadır (Zeithaml ve Bitner, 2003). Şikâyette bulunan bir müşteri işletmeye doğrudan şikayetçi olabileceği gibi telefonla veya yazılı olarak da

şikayetini dile getirebilmektedir. Bazı müşteriler de işletmeye doğrudan şikayetçi olmak yerine olumsuz ağızdan ağza iletişim yöntemi ile işletme hakkındaki olumsuz duygu ve düşüncelerini çevresine aktarabilmektedir (Tarakçı ve Göktaş, 2020). Bazı müşteriler ise mahkeme, tüketici dernekleri gibi resmi kurum ve kuruluşlara işletmeleri satın aldıkları ürün veya hizmetle ilgili şikâyet edebilmektedirler. Şikâyet etme ile ilgili kullanılan tüm yöntemler sonrasında müşteriler ya işletmede kalmaya devam etme ya da marka değiştirme tercihinde bulunmaktadırlar (Bağcı, 2018).

1.3.2. Turizmde Şikayetlerin Turistler ve İşletmeler İçin Anlamı ve Önemi

Müşteri memnuniyeti, müşterilerin işletmeyle uzun süreli değer temelli bir ilişki kurulması ve müşterilerin satın alma davranışından sonra işletmeye yönelik değerlendirmesinin olumlu olmasını sağlayan önemli bir kavramdır. Tam tersi şekilde memnuniyetsizlik ise müşterilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmetten sonra beklentilerini karşılayamaması ve geri bildirim yapmalarına karşın olumlu bir dönüt alamamaları olarak belirtildiğinden müşterilerin işletmeye yönelik değerlendirmesinin olumsuz olmasını sağlayan önemli bir kavramdır (Gürsoy, Ekiz ve Chi, 2007).

İşletmelerin tüm müşterilerini memnun etmesi imkânsız görülmektedir. Turizm endüstrisinde de işletmelerin müşterilerine sağladıkları hizmet esnasında ortaya çıkan hizmet hatalarının tamamının ortadan kaldırılması mümkün değildir (Schoefer ve Ennew, 2004). Ancak turizm endüstrisinde de hizmet endüstrisinde yer alan diğer işletmelere göre müşteri memnuniyetinin daha düşük olabileceği düşünülmektedir (Witt ve Moutinho, 1994). Turizm endüstrisinin dinamik bir yapısı olmasından dolayı işletmelerde ortaya çıkan hizmet hatalarının ortadan kaldırılması yerine yaşanabilecek şikayetlerin iyi bir şekilde yönetilmesi işletmelere daha fazla katkı sağlamaktadır (Özdipçiner, 2016).

İşletmelerin müşteri şikayetlerini iyi bir şekilde yönetebilmeleri için şikâyet süreci hakkında müşteri farkındalığının geliştirmeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra işletmelerin kendi eksikliklerini görebilmek, rekabet ortamı içerisinde kendilerini geliştirebilmek ve müşterilerin algılarını etkileyebilmek anlamında müşterilerini şikâyet etme sürecine dahil etmeye çalıştıkları görülmektedir. İşletmelerden hizmet

veya ürün satın alan müşterilerin şikâyetinde bulunmaması ürünlerdeki veya hizmetteki hatanın kendisinden kaynaklandığını düşünebileceklerinden işletmelerin kendi yararları için müşterilerin algılarını etkiledikleri düşünülmektedir. Bu doğrultuda işletmelerin müşterilerin şikâyet etmesini kolaylaştıran ve tüketici odaklı bir şikâyet süreci oluşturması işletmeler için hem zorunluluk hem de avantaj olarak görülmektedir (Davidow ve Dacin, 1997).

Müşteriler, işletmelerin sağladıkları ürün veya hizmetin beklentilerini karşılayamadığı veya ödediklerin paranın, çabanın vb. tam karşılığını alamadığı durumlarda şikâyet etme eğilimi göstermektedirler (Kim ve Boo, 2011). Bu doğrultuda müşterilerin şikâyet etmesi işletmelerin müşteri beklentisini doğru ve etkili şekilde algılamaları için önem arz etmektedir. Başarılı bir organizasyon oluşturan işletmelerin müşterilerine satın aldıkları ürün veya hizmet sonra şikâyetinde bulunmaları hususunda cesaretlendirdikleri görülmektedir (Tronvoll, 2012). Çünkü müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmet sonrası şikâyetinde bulunmaları, işletmenin eksikliklerini gidermeleri, hizmetin veya ürünün iyileştirilmesi ve düzeltilmesi ve müşteri bağlılığının artırılması açısından önemlidir (Komunda ve Oserankhoe, 2012). İşletmelerin müşterilerin şikâyetlerini etkili ve verimli bir şekilde çözüme ulaştırmaları, ürünün veya hizmetin de iyileştirilmesini sağlayacağından müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Ürün veya hizmetle ilgili problem yaşayan müşterilerin probleminin önemsenmesi ve kısa sürede çözüme ulaştırılması doğrultusunda müşterilerin işletmeden ilk kez hizmet veya ürün satın alacak müşterilere göre daha fazla müşteri memnuniyeti yaşadıkları görülmektedir (Hoffman ve Bateson, 2001).

Turizm endüstrisinde hizmet veren işletmelerde müşteri memnuniyeti diğer hizmet endüstrisi işletmelerine göre daha önemlidir. Öyle ki müşterini işletme ile ilgili yaşadıkları problemleri daha işletmeden ayrılmadan çözüme ulaştırılması gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm işletmelerinin etkili bir şikâyet sistemi oluşturarak hızlı bir şekilde geri dönüş sağlaması ve sorunun çözüme ulaştırılması gerekmektedir. Müşterilerin yaşadıkları problemle ilgili bir özür dilenmesi bile bazen yaşanan problemin çözülmesi adına yeterli görülmektedir (Özdipçiner, 2016). İlgili alanyazında yapılan araştırmalarda da turizm endüstrisinde hizmet sağlayan işletmelerde müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmetle ilgili şikâyetinde

bulunmalarının şikâyetle bulunmadan işletmeden ayrılan müşterilere göre daha fazla sadakat geliştirdikleri görülmektedir (Komunda ve Oserankhoe, 2012). Kozak (2007) tarafından yapılan ülkemize gelen yabancı turistlerin şikayetlerinin belirlenmesi çalışmasında ülkemize gelen yabancı turistlerin en fazla fiziksel ve ticari tacizden şikâyet ettikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra yabancı turistlerin temizlik ve hijyen konularından ve bedensel yetersizliği olanlar için gerekli tesislerin ve yaşam alanlarının olmamasından veya yetersiz olmasından şikâyet ettikleri görülmektedir. Şikayetlerinin çözüme ulaştırması hususunda ise yabancı turistlerin en fazla ücret iadesi ve hizmet telafisi kapsamında ücretsiz tatil isteğinde buldukları görülmektedir. Unur, Çakıcı ve Taştan (2010) tarafından yapılan www.sikayetvar.com.tr sitesinde seyahat acenteleri tarafından satılan paket turlardaki müşteri şikayetlerinin belirlenmesi çalışmasında seyahat acentelerinin en fazla acente yetkililerinin ve görev yapan personellerin müşterilere karşı tutum ve davranışlarından ve ücret iadelerinden dolayı şikâyet aldıkları görülmektedir. Kılıç ve Ok (2012) tarafından yapılan İstanbul'da bulunan beş yıldızlı bir otel işletmesindeki müşteri şikayetlerinin belirlenmesi çalışmasında müşterilerin otele ilişkin şikâyet ettiği konuların genellikle otelin yoğun ve oldukça gürültülü olması ve cinsiyet, medeni durum ve eğitim düzeyine göre müşteriler ile ilgilenmelerinin farklılık göstermesi olduğu görülmektedir. Müşterilerin şikâyet davranışı olarak ise otel değişikliği yaptıkları görülmektedir.

Sarı, Alikılıç ve Onat (2013) tarafından yapılan www.sikayetvar.com.tr sitesinde konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikayetlerin belirlenmesi çalışmasında müşterilerin şikâyet ettiği konuların genellikle konaklama işletmelerinin restoranlarındaki yiyecek ve içeceklerle, odaların ve ortak alanların temizlik ve hijyen kurallarıyla, otel hizmetlerinin yeterliliğiyle ve görev yapan personelin müşteriye yönelik tutum ve davranışlarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Zorlu, Çeken ve Kara (2013) tarafından yapılan termal konaklama işletmelerinden hizmet alan müşterilerin otelin restoranyla ilgili şikayetlerinin belirlenmesi çalışmasında müşterilerin şikâyet ettiği konuların genellikle hizmet atmosferinden kaynaklanan problemler olduğu görülmektedir. Müşterilerin şikâyet davranışları olarak da diğer şikâyet davranışlarına göre yöneticilere yönelik sesli tepkiler göstermelerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra müşterilerin medeni durumlarının ve yaş düzeylerinin

şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarına göre farklılaştığı görülmektedir. Güzel (2014) tarafından yapılan www.tripadvisor.com.tr sitesinde konaklama işletmelerinin marka itibarını korumak adına yapılan şikâyetlerin incelenmesi çalışmasında müşterilerin konaklama işletmesiyle ilgili şikâyet ettiği konuların öncelikle diğer müşteriler olduğu ve sırasıyla konaklama işletmesinin bulunduğu fiziksel çevrenin ve görev yapan personelin yabancı dil yetersizliğinin de şikâyet edilen konular olduğu görülmektedir. Müşterilerin konaklama işletmesine yönelik şikâyet davranışlarının ise otele yönelik olumsuz ifadeler kullanılması, oteli tavsiye etmemeleri ve diğer otellere yönlendirme yapmaları olduğu görülmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

COVID-19'UN TURİZM ENDÜSTRİSİNDE NEDEN OLDUĞU SORUNLAR VE YASAL DÜZENLEMELER

2.1. Covid-19'un Turizm Tüketicilerine Neden Olduğu Sorunlar

Dünyada ve Türkiye'de koronavirüsün turizm tüketicileri olan turistlere neden olduğu sorunlar para iadelerine ilişkin sorunlar, rezervasyonlara ilişkin sorunlar, ödemelere ilişkin sorunlar, konaklama işletmelerine ilişkin sorunlar, yiyecek içecek hizmetlerine ilişkin sorunlar ve personele ilişkin sorunlar olarak olmak üzere çeşitlenmektedir. Nitekim ilgili alan yazında da turizm tüketicilerinin koronavirüs kaynaklı ücret iadelerinin, rezervasyon problemlerinin, beklentinin karşılanamaması problemlerinin ve satış sonrası seyahat acentelerinin ilgisizliği gibi pek çok problemle karşılaşabildiği görülmektedir (Nazlı, 2020: 104; Zengin ve Haliloğlu, 2020: 78; Kütük, 2021: 417; Efendi, 2021: 110; Güllü ve Akçay, 2021: 1652; Keskin, Bilgiç ve Ayyıldız, 2021: 8).

Tablo 4 ve Tablo 5'te Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlar ve turist hakları çerçevesinde getirilen tedbirler çerçevesinde değerlendirilebilecek dünyada ve Türkiye'de yapılan çalışmalar belirtilmektedir.

Tablo 4: Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlar ve turist hakları çerçevesinde getirilen tedbirler- (Dünyada)-Yurt dışında yapılan çalışmalar

Yazar adı ve soyadı, Yılı	Çalışmanın konusu ve amacı	Hedef kitlesi ve yapıldığı şehir/Ülke	Yöntem (anket, mülakat vb)	Bulgu ve sonuçlar
Amina Chebli & Foued Ben Said (2020)	COVID-19 pandemisinin turist davranışları ve insan sağlığı üzerindeki etkisi	Asya, Avrupa, Afrika ve Amerika'daki 308 gezgine sosyal ağlardan ulaşılp online anket uygulanmıştır	1-20 Nisan 2020 tarihleri arasında sosyal ağlardan ulaşılan 308 gezginle yapılan bu çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan anket formda gezginlerin kişisel bilgileri, turist davranışlarındaki değişiklikler ve görüşme soruları yer almaktadır.	COVID-19 pandemi sürecinde en fazla temizlik ve hijyen konularında şikayetçi oldukları ve konaklama işletmesi tercih ederken temizliğe öncelikli olarak yer verecekleri, konaklama işletmelerinin de temizlik konusunda daha fazla önem vermeleri gerektiği belirtilmektedir.
Markos Kourgiantakis, Alexandros Apostolakis & Irimi Dimou (2020)	COVID-19 pandemisinin turistlerin seyahat niyetleri ve davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.	Bu çalışma Yunanistan'ın Girit Adası'nda tatil yapan 1281 turistle yapılmıştır.	23-27 Nisan 2020 tarihine kartopu örneklem yöntemiyle belirlenen 1281 turiste online anket uygulanarak veri toplanmıştır.	Turistlerin COVID-19 sürecinde en fazla güvenlik ve temizlik konularından şikayetçi oldukları ve temizlik ve güvenlik konularında kendilerini daha rahat hissedebilmek için daha fazla ödeme yapma eğilimi gösterdikleri belirtilmektedir.
Mehta, Kumar & Ramkumar (2021)	COVID-19 sürecinde konaklama işletmelerine yönelik müşteri beklentileri ve memnuniyetlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Bu çalışma farklı kıtalardaki otellerde kalan turistlere online anket uygulanarak yapılmıştır.	Ocak-Eylül 2020 tarihleri arasında farklı kıtalardaki otellerde kalan turistlere uygulanan online anket duyarlılık analizi kullanılarak çözümlenmiş ve müşteri memnuniyeti modellendirilmiştir.	Kuzey Amerika ve Avrupa'daki otellerde kalan müşterilerde müşteri memnuniyeti oluştuğu ve beklentilerinin karşılandığı görülmüştür. Müşterilerin en fazla şikâyet ettikleri konular ise oda temizliği, rezervasyon işlemlerinin yavaşlığı ve personelin ilgisizliğidir.

Tablo 5: Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlar ve turist hakları çerçevesinde getirilen tedbirler- Türkiye’de yapılan çalışmalar

Yazar ve Yılı	Yapıldığı Yer ve çalışma türü	İzlenen yöntem	Amaç	Hedef Kitle kim ve kaç kişiye yapılmış	Önemli bulgu ve sonuç
Zengin ve Haliloğlu (2020)	10-15.12.2019 tarihleri arasında www.Tripadvisor.com ve www.sikayetvar.com web sitelerine yapılan kötü yorumlar ve şikayetler incelenmiştir.	Nitel analiz yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada koronavirüs sürecinde Sakarya’ daki konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikayetler incelenmiştir.	Çalışmada koronavirüs sürecinde konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikayetlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.	10-15.12.2019 tarihleri arasında www.Tripadvisor.com ve www.sikayetvar.com web sitelerine yapılan 1180 şikayetten 305’ i ele alınmıştır.	Turistlerin konaklama işletmelerinin özelliklerinden, imkanlarından ve özellikle yönetim politikasından şikayetçi oldukları ve rezervasyon, ön büro hizmetleri ve işören davranışları gibi konularda da şikayetçi oldukları görülmüştür.
Nazlı (2020)	2018 Aralık-2019 Eylül tarihleri arasında www.sikayetvar.com web sitesine yapılan şikayetler incelenmiştir.	İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmada turistlerin koronavirüs sürecinde seyahat acentelerine yönelik e-şikayetleri incelenmiştir.	Koronavirüs sürecinde turistlerin seyahat acenteleri ile ilgili e-şikayetlerini belirlemek amaçlanmıştır.	2018 Aralık-2019 Eylül tarihleri arasında www.sikayetvar.com web sitesini ziyaret eden 4.426.308 kullanıcıdan 410 e-şikayet ele alınmıştır.	Turistlerin koronavirüs sürecinde satın aldıkları turlarda beyan edilen fiyatlarla ödenen fiyatlar arasındaki farklılıklardan, turların organizasyon problemlerinden, rezervasyon problemlerinden ve otellerin düşük kaliteli çıkmasından yoğun şekilde şikayetçi oldukları görülmüştür.

Güllü ve Akçay (2021)	Efendi (2021)	Kütük (2021)
Mart 2020 ile Ocak 2021 tarihleri arasında www.Tripadvisor.com web sitesine yönelik yapılan şikayetler ve kötü yorumlar incelenmiştir.	01.01.2020 ile 01.10.2020 Tripadvisor web sitesinde 'Çeşme' de bulunan küçük ölçekli konaklama tesislerine yönelik yapılan şikayetler incelenmiştir.	28 Haziran-28 Temmuz 2020 tarihleri arasında www.sikayetvar.com web sitesine yapılan şikayetler incelenmiştir.
İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmada Türkiye' de faaliyette bulunan Hospitality ON-2019 Top 10 otel listesindeki Antalya, Ankara, İstanbul, İzmir, Muğla otel misafirlerinin www.Tripadvisor.com web sitesine yönelik yapılan şikayetler ve kötü yorumlar incelenmiştir.	İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmada turistlerin koronavirüs sürecinde kaldıkları küçük ölçekli konaklama tesislerine yönelik yaptıkları şikayetler incelenmiştir.	İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmada turistlerin koronavirüs sürecinde dijital seyahat araçlarına yönelik e-şikayetleri incelenmiştir.
Çalışmada küresel boyutta faaliyet gösteren konaklama işletmeleri misafirlerinin yapmış olduğu e-şikayetlerin sınıflandırılması ve otel misafirlerinin COVID-19 sürecinde e-şikayet konularının belirlenmesi amaçlanmıştır.	Çalışmada şikayet sitelerinde küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikayetlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Çalışmada müşterilerin e-müşteri tatmininin bir parçası olarak, e-şikayet konularının 20 dijital seyahat aracı tarafından ne şekilde işlendiğinin incelenmesi amaçlanmıştır
Hospitality ON-2019 Top 10 otel listesindeki Antalya, Ankara, İstanbul, İzmir, Muğla otel misafirlerinin www.Tripadvisor.com web sitesinde yaptıkları 366 şikayet ve yorum ele alınmıştır.	Yerli ve yabancı müşteriler tarafından 01.01.2020-01.10.2020 tarihleri arasındaki 232 küçük otel, pansiyon ve butik otel işletmesine yönelik yapılan " kötü" ve " berbat" sınıflamasındaki 120 yorum ele alınmıştır.	28 Haziran-28 Temmuz 2020 tarihleri arasında www.sikayetvar.com web sitesinde 20 dijital seyahat aracısına ilişkin yapılan 2404 şikayet ele alınmıştır.
Tüketicilerin yaptıkları şikayetlerin en fazla genel, restoran ve yiyecek-içecek, odalar, ön büro, hizmet kalitesi ve yönetim kategorilerinde yoğunlaştığı görülmüştür.	En çok şikayet edilen konular odalar ve genel alanlarda temizlik, banyoların, eski, küçük ve kullanışsız olması, odalarda bulunan eşyaların kalitesiz ve yıpranmış olmasının yanında yiyecek-içecek alanlarında kullanılan ürünlerin çeşitliliğinin az olmasıdır.	Dijital seyahat araçları hakkındaki en çok şikayet edilen konuların rezervasyon iptali ve iptal edilen rezervasyonun ücretinin iadesi üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür.

Keskin, Bilgiç ve Ayyıldız (2021)	Mart 2020 ile Mayıs 2021 tarihlerin arasında www.Tripadvisor.com web sitesine yönelik yapılan şikayetler ve kötü yorumlar incelenmiştir.	İçerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmada www.Tripadvisor.com web sitesinde yer alan Kuşadası destinasyonunda Covid19 sürecinde Mart 2020-Mayıs 2021 faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik tüm dillerde yapılan kötü yorumlar ve şikayetler incelenmiştir.	Çalışmada Covid-19 döneminde Kuşadası'nda faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmeleri hakkında misafirlerin olumsuz görüşlerini belirlemek amaçlanmıştır.	Araştırma örneklemini www.Tripadvisor.com web sitesinde yer alan Mart 2020-Mayıs 2021 arasında Kuşadası'nda faaliyet gösteren toplam 11 otel işletmesine ait toplam 306 yorum oluşturmaktadır.	Tüketicilerin yaptıkları şikayetlerinde en fazla odalar ve yiyecek-içecek hizmetlerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir.
-----------------------------------	---	--	--	---	--

2.1.1. Para İadelerine İlişkin Sorunlar

Koronavirüs ile birlikte turizm endüstrisi sekteye uğramıştır. Turizm endüstrisinde hizmet sağlayan seyahat acenteleri, tur rehberleri, konaklama işletmeleri, havayolu ve ulaştırma işletmeleri, kafe ve restoranlar ve tedarikçiler gibi tüm meslek gruplarının koronavirüsten dolayı zarar görmelerine karşın tüm olumsuz koşullara rağmen sosyal mesafe kurallarına ve temizlik, hijyen ve güvenlik kurallarının uygun tatil yapanlar sayesinde endüstrinin devamlılığı sağlanmıştır. Ancak bu dönemde tatil yapan turistlerin konaklama işletmelerinde yaşadıkları olumsuz tecrübelerin tüketici memnuniyeti ve yeniden satın davranışı üzerinde olumsuz etkileri olduğu görülmektedir (Avcı ve Bardakoğlu, 2021: 2268).

Konaklama işletmelerinde ortaya çıkan sezona hazırlıksız bir şekilde başlama, müşteriye eksik hizmet sunma, ortak kullanım alanlarının hijyen ve temizlik kurallarına uygun şekilde hazırlanmaması, personel sayısının eksik olması, mevcut personelin eğitimsiz ve bilgisiz olması ve bu yüzden de müşterinin tüm isteklerinin karşılanamaması gibi sorunlar turistlerin yaşadıkları çeşitli tüketici sorunları olarak görülmektedir (Demir ve Türkmen, 2020: 2460). Turistlerin yaşadıkları tüm olumsuz tecrübelerden dolayı para iadesinin ve otelden erken ayrılmanın istenmesi beklenmektedir. Buna rağmen konaklama işletmenlerinin para iadesi konusunda olumsuz tutum sergilemesi ve para iadesi yapmamak adına çeşitli yol ve yöntemler denemesi turistlerin tüketici memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışlarını olumsuz etkilemektedir (Avcı ve Bardakoğlu, 2021: 2269).

2.1.2. Rezervasyonlara İlişkin Sorunlar

Turizm hareketliliğinde önemli bir yer tutan havayolu ulaşımında uygulanan seyahat kısıtlamalarından dolayı uçak seferleri iptal edilmiştir. Konaklama işletmelerinin, kafe ve restoranların ve eğlence merkezlerinin geçici süreliğine kapalı olması tatil için önceden yapılan rezervasyonların ya ertelenmesine ya da iptal edilmesini gerektirmektedir.

Turizm endüstrisinde hizmet sağlayan tüm işletmelerde turistlerin rezervasyon iptalleri iki yolla yapılmıştır. Birinci yolda turistlerin rezervasyon işlemleri yapılırken ücretlerinin tamamı herhangi kesinti yapılmadan verilmiştir. İkinci yolda ise işletmelerin müşterilerinin yeniden satın alma davranışı göstermeleri için ya aynı koşullar gözetilerek rezervasyonun ileri bir tarihe ertelenmesi ya da çeşitli indirim, bonus veya sonra ödeme imkanlarını sunarak rezervasyonun ileri bir tarihe ertelenmesi işlemi uygulanmaktadır. Koşulların uygun hale getirilememesi durumunda ise rezervasyonların iptali yapılmaktadır (Demir, Günaydın ve Demir, 2020: 96).

Salgın hastalık döneminde hükümetlerin salgının yayılmasının engellenmesi ve alınan tedbirler kapsamında uygulanan yasal ve idari uygulamalar turizm endüstrisinde hizmet sağlayan tüm işletmeler için geçerli olmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin turistlerin yaptıkları rezervasyonlarda her ne kadar iptali için garantili satış yapılmış olsa da koronavirüsün mücbir sebep olması dolayısıyla yapılan sözleşmelerin hükümsüz olduğu görülmektedir. Koronavirüsün bireylerin kontrolü haricinde gelişen ve öngörülemeyen sonuçlara sahip olan bir hastalık olması ve alınan tüm önlemlere rağmen bireylerin sorumluluklarını yapamaz olmasından dolayı rezervasyon iptallerinde ücret iadesinin yapılması gerekmektedir.

Koronavirüsün potansiyel turistler üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmalarda, pandeminin turistlerin seyahat ve satın alma davranışları üzerinde oldukça etkili olduğu ve etkili olmaya devam edeceği görülmektedir (Aydın ve Doğan, 2020: 100; Atay, 2020: 169). Öyle ki yerel turistlerin önemli bir bölümünün yaşanan pandemiden dolayı rezervasyonlarını iptal ettikleri ve en az 6 ay boyunca tatil yapmaya düşünmedikleri belirtilmektedir (Yenişehirlioğlu ve Salha, 2020: 360).

Koronavirüsün olumsuz etkilediği turizm endüstrisinde hizmet sağlayan işletmelerin aldıkları kararlar üzerinde tatilin veya seyahat faaliyetlerinin önemi bulunmaktadır. Ülkemizde tam kapanma olarak belirtilen bu yapıda çeşitli seyahat kısıtlamalarının uygulanmasından dolayı tatil yapmak korku ve kaygıdan dolayı güçleşmiştir. Ancak yeni normale birlikte bireylerin tatil anlayışlarının sezonluk yoğun bölgeleri tercih etmeme üzerine olduğu ve tatillerini yılın diğer aylarında da yapabilmeye çalıştıkları görülmektedir (Aydın ve Doğan, 2021: 102).

Koronavirüsün yayılma şiddetinin hızlı bir şekilde olmasından dolayı turizm endüstrisi işletmeleri hazırlıksız yakalanmıştır. Böyle durumlarda tüketicilerin satın almış oldukları ürün veya hizmetin ileri bir tarihe ertelenmesi, rezervasyonların iptal edilmesi ve ücret iadelerinin tam ve eksiksiz olarak alınması şeklinde yapılmaması turistlerin mağdur olmalarına ve yeniden satın alma davranışı göstermemelerine neden olmaktadır. Bu düşünce ile birlikte konaklama ve havayolu ulaştırma işletmelerinin turistlerin mağduriyeti göz önünde bulunularak engelleyici uygulamalar yapmaları ve rezervasyonların esnek şekilde tutulması ve esnek iptal politikası kullanmaları da yaygınlaşmaktadır (Aydın ve Doğan, 2020: 102).

2.1.3. Personele, Personel Tarafından Yapılan İşlemlere ve Transferlere İlişkin Sorunlar

Konaklama işletmelerinde temizlik görevlisi olarak görev yapan personellerin turistlerin görecekları şekilde her saat temizlik yapmaları, konaklama işletmelerinde kalan turistlerin ateşlerinin düzenli periyotlarla kontrol edilmesi, havayolu ve konaklama işletmelerinde görev yapan personellerin koronavirüsün etkileri ortadan kalkana dek turistlerde sağlık raporu istemeleri, konaklama işletmelerinin pek çok noktasında taze meyve suyu ve detoks suyu ürünlerinin turistlere sunulabileceği büfelerin bulunması turistlerin temizlik, hijyen ve güvenlik kaygısı yaşamadan tatil yapabileceklerini düşünmelerine imkan sağlamaktadır (Bahar ve Hilal, 2020: 133).

Konaklama işletmelerinin, havayolu işletmelerinin ve yiyecek içecek hizmet faaliyetlerin temizlik ve hijyen konularında alacakları önlemler haricinde turizm endüstrisinde hizmet sağlayan işletmelerinin tamamının personellerini desteklemesi, eğitmesi ve bilinçlendirmesi de hem krizin etkili bir şekilde atlatılmasına hem de kriz

sonrası dönem için işletmenin gelişimine katkı sağlamaktadır. Personellerin pandemi koşullarında yeterli desteği görmemeleri mevcut ekonomik koşullar düşünüldüğünde alternatif iş olanaklarına yönelmeye ve turizm endüstrisine yönelik güveninin azalmasına neden olmaktadır. Pine ve McKercher'e (2004: 140) göre 2003 yılında ortaya çıkan SARS salgısında Marriot otelleri hiçbir personelinin görevden ayrılmasına izin vermediği gibi ücretsiz izin alınmasını da teşvik etmemiştir. Aksine tüm personeller eğitilmiş ve farklı görevlerde de çalışabilmeleri sağlanmıştır. Özellikle temizlik önlemlerinin artırılması konusunda pek çok personel yönlendirilmiştir. Koronavirüs salgınında da benzer bir senaryonun uygulanması, personellerin ücretsiz izne teşvik edilmesinden ziyade yeniden eğitilmesi ve personellerin desteklenmesi sonsuza dek devam etmeyecek olan koronavirüs sonrası dönemde turizm işletmesinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır (Bahar ve Hilal, 2020: 134).

Koronavirüs sürecinde turistlerin karşılaştıkları bir diğer tüketici sorunu da transfer hizmetinde yaşanmıştır. Kütük (2021: 416) tarafından yapılan dijital seyahat araçlarındaki e-şikayetlerin belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs sürecinde en fazla şikayet ettiği konulardan birisi olarak ulaşımın eski araçlarla sağlanması olduğu görülmüştür. Özellikle havaalanında konaklama işletmesine transfer sağlayan araçların yeni ve lüks araçlarla değil de eski araçlarla sağlanması tüketicilere vaat edilen durumun karşılanmamasından dolayı şikayet edilmiştir. Avcı ve Bardakoğlu'na (2021: 2266) göre de havaalanından konaklama işletmesine hizmet sağlayan ulaşım araçlarının sayıca yetersiz olmasından dolayı sosyal mesafe kuralları dikkate alınmadan çok sayıda müşterinin aynı araçla transfer edilmek zorunda kalması tüketicilerin şikâyet etmesine neden olmaktadır.

Keskin, Bilgiç ve Ayyıldız'a (2021: 8) göre de turizm endüstrisinde tüketicilerin karşılaştıkları bir diğer sorun da personelin tutum ve davranışlarıdır. Öyle ki COVID-19 ile birlikte konaklama, yeme-içme ve ulaştırma hizmetlerinde görev yapan personel sayısının az olmasından dolayı çalışan personellerin yoğun stres altında ve yorgun oldukları düşünülmektedir. Bu durum da personellerin turizm endüstrisinde hizmet alan tüketicilere yönelik kaba ve ilgisiz davranışlar sergilemelerine neden olmaktadır. Güllü ve Akçay'a (2021: 1648) göre tüketicilerin koronavirüs döneminde en fazla şikâyet ettiği konulardan birisi olarak personelin davranışları gösterilmektedir. Personellerin tüketicilere yönelik yorgun ve umursamaz

tavirlerinden dolayı müşterilerin rahatsız oldukları görülmektedir. Bu durumun da koronavirüs ile birlikte hizmet sağlayan personel sayısının az olmasından dolayı iş yoğunluğunun fazla olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

2.1.4. Ödemelere İlişkin Sorunlar

Koronavirüsün neden olduğu küresel krizden en fazla etkilenen turizm endüstrisi, içerisindeki tur operatörleri, seyahat acenteleri ve havacılık işletmeleri paydaşları ile birlikte bu krizin etkilerini yaşamaktadırlar. Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla ülkelere seyahat kısıtlamalarının yapılması ve uluslararası uçak seferlerinin iptal edilmesi turizm hareketliliğinde ciddi bir düşüş yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum seyahat acenteleri için ağır bir darbe olarak algılanmaktadır. McKinsey tarafından yapılan 2020 yılı Nisan ayında dünyadaki 1200 tur operatörünün rezervasyonlarının incelenmesi çalışmasında 2019 yılına göre rezervasyonların %85 oranında azaldığı ve 2020 yılının sonuna dek bu kaybın %73 oranında olabileceği tahmin edilmektedir (TÜRSAB, 2020: 12). Karakan ve Çolak (2021: 170) tarafından yapılan koronavirüs sürecinde şehir otellerinin incelenmesi çalışmasında pandeminin ilk dönemlerinden itibaren başlayan rezervasyon iptalleri doğrultusunda turistlerin verdikleri kaparoların iade edildiği, seyahat acentesi aracılığıyla paket tur satın alan turistlerin rezervasyon iptallerinde herhangi bir kesinti olmadan ücret iadesi yapıldığı ve işletmelerin bu süreçte %70-80 oranında gelir kaybı yaşadığı görülmektedir.

Tur operatörleri ve seyahat acenteleri, 2019 yılı sonunda sezon planlaması yaparken sattıkları paket turlar kapsamında otel ve uçak bedellerinin ödemelerini yapmaktadırlar. Özellikle sezon başlamadan erken rezervasyonla yapılan satışların neredeyse tamamının ileri bir tarihe ertelenmesi veya tamamen iptal edilmesi turizm endüstrisi paydaşlarının zarar görmesine ve likitide problemleri yaşamalarına neden olmaktadır.

Özellikle Mart ayında 68 ülkeye seyahat yasaklarının başlamasıyla birlikte uçuşların durdurulması ve yurt içinde yapılacak seyahatlerde kısıtlamaya gidilmesi paket tur satın alınan pek çok turistin rezervasyon iptali yapmasına neden olmaktadır. Yapılan bu rezervasyon iptalleri mart ayının sonunda yurt dışı rezervasyonlarında %90'lara, yurt içi rezervasyonlarında ise %50'lere ulaşmıştır. Bu durum seyahat

acentelerinde, tur operatörlerinde, havayolu şirketlerinde ve konaklama işletmelerinde ciddi bir geri ödeme ve likitide problemine yol açmıştır (Sezgin, 2020).

Turistlerin özellikle seyahat kısıtlamalarından, uçak seferlerinin durdurulmasından ve güvenlik gerekçelerinden dolayı rezervasyon iptali yapmak istediklerinde ücret iadesinin yapılamaması, rezervasyon iptal edilememesi, beklentilerin karşılanamaması, hatalı rezervasyon yapılması, seyahat acentelerinin ilgisizliği/kabalığı veya muhatap olmamaları, zorunlu rezervasyona yönlendirmeleri, tur koşullarında değişiklik olması ve satış sonrası ilgisiz kalınması gibi problemlerle karşılaştıkları görülmektedir (Kütük, 2021: 417). Turistlerin seyahat acenteleri, konaklama işletmeleri ve havayolu şirketleri ile yaşadıkları bu problemlerin giderilebilmesi için Ticaret Bakanlığının 6502 sayılı Kanun ve Paket Tur Sözleşmeleri Yönetmeliği koronavirüsü mücbir sebep olarak görmüş ve yapılan paket tur sözleşmelerinin feshedilebileceği ve firmaların tüketicinin talep etmesi doğrultusunda ücret iadesi yapması gerektiği belirtilmiştir (Yavuz, 2020: 280).

Seyahat acenteleri aracılığıyla tatil paketi satın alan turistlerin seyahat kısıtlamaları nedeniyle tatillerini iptal etmelerinden dolayı yaptıkları ödemeleri tur operatörlerinden veya seyahat acentelerinden geri almak istemeleri tur operatörlerinin veya seyahat acentelerinin kriz yaşamasına neden olmaktadır. Turizm endüstrisinin en önemli dinamiklerinden olan seyahat acentelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri için hükümetin destek paketlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Nitekim dünya turizmin önemli ülkeleri arasında olan İspanya, Fransa, Almanya ve Rusya gibi ülke hükümetleri seyahat acenteleri için destek paketleri uyguladıklarını belirtmişlerdir (Cebeci, 2021: 18).

Yapılan ücret iadelerinden dolayı seyahat acentelerinin, konaklama işletmelerinin ve tur operatörlerinin ciddi zarar görmeleri ve bazılarının varlıklarını sonlandırmalarından dolayı Ticaret Bakanlığı bu zararın önlenmesi için 6502 sayılı Kanun ve Paket Tur Sözleşmeleri Yönetmeliği'ne geçici bir madde ekleyerek paket tur kapsamında yapılan sözleşmenin feshedilmesi durumunda tüketiciye ödenecek iade bedelinin fesih bildiriminin seyahat acentesine, tur düzenleyicisine veya aracısına ulaştıktan sonraki 14 gün içerisinde yapılması esas olsa da koronavirüsten dolayı 05.02.2020 tarihinden itibaren yapılan havayolu ulaşımını içeren paket turların iade bedellerinin seyahat acentesi, tur düzenleyicisi veya aracısı tarafından ödenen uçuş

bedellerinin uçuş yasağı kalktıktan sonraki altmış günü izleyen 14 gün içerisinde iade edileceği hükmüne bağlanmıştır (T.C. Resmi Gazete, 2021).

2.1.5. Otelere İlişkin Sorunlar

Turizm endüstrisinde hizmet sağlayan işletmeler arasında koronavirüsten en fazla etkilenen işletmelerden bir diğeri de konaklama işletmeleridir. Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla uygulanan seyahat kısıtlamalarının, uçak biletlerinin iptalinin veya ertelenmesinin, tüketicilerin sosyal mesafe ve temizlik, hijyen ve güvenlik konularındaki korku ve kaygılarından dolayı tatil yapma eğilimi göstermemeleri pek çok konaklama işletmesinin doluluk oranının azalmasına ve beraberinde işletmelerin varlıklarını sürdürememelerinden dolayı geçici veya kalıcı olarak faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmalarına neden olmaktadır. McKinsey tarafından yapılan 2020 yılı Nisan ayında dünyadaki 1200 tur operatörünün rezervasyonlarının incelenmesi çalışmasında koronavirüsten etkilenen konaklama işletmelerinin eski doluluk oranına ulaşması ve ülke ekonomisine yeniden önemli katkılar sağlayabilmeleri 2024 yılını bulabileceği öngörülmektedir (TÜRSAB, 2020: 11).

Nazneen, Hong ve Du (2020: 5) tarafından yapılan çalışmada da koronavirüsün bireyler üzerinde oluşturduğu kaygı ve endişeden dolayı turistlerin seyahat davranışlarının değiştiği, önümüzde bir yıllık süreçte tatil yapma eğilimi göstermedikleri, tatil yapacakların ise temizlik ve hijyen kuralları ile güvenliklerine dikkat edebilecekleri, kalabalıktan uzak, izole ve bağımsız seyahat etme eğilimi gösterdikleri ve kitle turizmi destinasyonlarından uzak durdukları görülmektedir. Aynı şekilde Demir ve Türkmen (2020: 2456) tarafından yapılan çalışmada da koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla uygulanan seyahat kısıtlamalarının ortadan kalkmasıyla birlikte turistlerin bir kısmının Temmuz-Ekim dönemi arasındaki sezonda tatil yapma eğilimi gösterdikleri ancak bu tatillerin kitle turizmi destinasyonundan uzak, butik ve temizlik ve hijyen kurallarına uygun olacağı belirtilmektedir. Bu durum butik konaklama tesisleri için önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Konaklama işletmelerinde turistlerin sosyal mesafe kurallarına ve temizlik, hijyen ve güvenlik kurallarına uygun şekilde tatil yapabilmeleri için akıllı uygulamaları tercih etmeleri gerektiği düşünülmektedir. Otellerin de öncelikle

turistlerin rezervasyon yapabilmeleri ve satış alabilmeleri için işlemlerini akıllı uygulamalara uyarlamaları gerekmektedir. Turistlerin otele giriş yaptıkları andan odalarına ulaşana dek geçen süreçte akıllı uygulamalar üzerinde temassız işlem sağlamaları güvenli bir tatil yapmalarını sağlamaktadır. Turistlerin kullanabilecekleri akıllı uygulamalar ile otele giriş ve kayıt yapabilecekleri, turistlerin cep telefonuna iletilen karekod uygulaması ile asansörler, kapı kilitleri, elektrik ve oda içindeki diğer teknolojik aletler kullanılabilir. Aynı şekilde otelin restoranında da online menüler üzerinden sipariş verilerek online ödeme yapılabilecektir (Atay, 2020: 171).

Konaklama işletmelerinde ortaya çıkan sezona hazırlıksız bir şekilde başlama, müşteriye eksik hizmet sunma, ortak kullanım alanlarının hijyen ve temizlik kurallarına uygun şekilde hazırlanmaması, personel sayısının eksik olması, mevcut personelin eğitimsiz ve bilgisiz olması ve bu yüzden de müşterinin tüm isteklerinin karşılanamaması gibi sorunlar turistlerin yaşadıkları çeşitli tüketici sorunları olarak görülmektedir (Demir ve Türkmen, 2020: 2460). Turistlerin yaşadıkları tüm olumsuz tecrübelerden dolayı para iadesinin ve otelden erken ayrılmanın istenmesi beklenmektedir Buna rağmen konaklama işletmenlerinin para iadesi konusunda olumsuz tutum sergilemesi ve para iadesi yapmamak adına çeşitli yol ve yöntemler denemesi turistlerin tüketici memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışlarını olumsuz etkilemektedir (Avcı ve Bardakoğlu, 2021: 2269).

2.1.6. Yiyecek-İçecek Hizmetlerine İlişkin Sorunlar

Koronavirüsün turizm endüstrisinin içerisinde bulunan konaklama, havayolu, seyahat acentesi, tur operatörlüğü gibi pek çok bileşenleri üzerinde olumsuz etkilere neden olduğu gibi yiyecek-içecek hizmetleri endüstrisinde de olumsuz etkilere neden olmaktadır. Bir başka deyişle yiyecek içecek hizmetleri yaşanan pandemiden en fazla etkilenen endüstriler arasında yer almaktadır (Sandıkçı ve Çoban, 2021: 1742).

Yiyecek içecek hizmetleri sağlayan işletmelerin alışveriş yaptıkları tedarik zincirlerinde kesintilerin olması, gıda stoklarında azalmaların yaşanması, pandemi koşullarının neden olduğu sağlık endişelerinden dolayı restoranlara yönelik güvenin azalması gibi nedenlerle birlikte turistlerin yeme içme işletmelerine ilişkin tüketici tercihlerinin değiştiği ve genellikle yiyecek-içecek tüketiminin ev ortamında karşılandığı görülmektedir (Deloitte, 2022). Aynı şekilde İç İşleri Bakanlığının

yayınlanmış olduğu sokağa çıkma kısıtlamaları ile seyahat yasakları, karantina uygulamaları ve kafe ve restoranlardaki yiyecek içecek faaliyetlerine geçici süreliğine ara verilmesi kararı alınmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2022).

Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla alınan seyahat kısıtlamaları, sokağa çıkma yasakları, karantina uygulamaları ve yiyecek içecek hizmetlerinin geçici süreliğine paket servisle sağlanması kararlarının vaka sayılarının ve ölüm oranlarının azalmasında etkili olduğunun anlaşılması zerine 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren uygulanmak üzere turizm endüstrisi işletmelerine yönelik kontrollü normalleşme genelgesi yayınlanmıştır. Yayınlanan bu genelge ile sokağa çıkma kısıtlamalarında, şehirlerarası seyahat kısılmalarında, iş yerlerinin aılmasında, eğitim ğretim faaliyetlerinde, kamu kurum ve kuruluşlarındaki mesai saatlerinde, ertelenen faaliyet ve törenlerde, toplu ulaşım tedbirlerinde ve konaklama tesislerine ilişkin tedbirlerde düzenlemeler yapılmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2022).

İçişleri Bakanlığı tarafından yayınlanan kontrollü normalleşme genelgesi içerisinde yiyecek içecek hizmetlerine ilişkin işletmeleri de bulunmaktadır. Alınan yeni tedbirlerle birlikte yiyecek içecek hizmeti sağlayan işletmelerin resmi kurumlar tarafından belirlenen zaman dilimi içerisinde paket servis, gel-al veya sosyal mesafeye uygun şekilde servis hizmeti sunulması kararlaştırılmıştır. Vaka sayılarındaki artış ve azalış alınan bu tedbirlerin gevşetilmesini veya sıkılaştırılmasını belirlemektedir. Bir diğer ifadeyle alınan tedbirler sürekli değil vaka sayıları doğrultusunda belirlenmektedir.

Kontrollü normalleşme genelgesinin yanı sıra turizme bağlı kararları ilgilendiren Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlığı tarafından güvenli turizm sertifikasyon programı oluşturulmuştur. Bu program ile turizm endstrisinin ve paydaşlarını ilgilendiren tüm işletmelere ilişkin kriterler hazırlanmıştır (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2022).

Güvenli turizm sertifikası programı içerisinde yiyecek içecek hizmeti sağlayan işletmeler için de çeşitli kriterler bulunmaktadır. Öyle ki zorunlu uygulamalar, standartların belirlenmesi, protokollerin oluşturulması ve süreç yönetimine ilişkin kriterler, vale hizmeti kriterleri, misafirlerin işletmeye kabulüne ilişkin kriterler, personellerin uygulamalarına yönelik kriterler, genel alanlara yönelik kriterler, güvenlik hizmetlerine yönelik kriterler, işletme taşıtlarına yönelik kriterler,

personel lojmanlarına ilişkin kriterler, atık yönetimi kriterleri, böcek ve haşerelerle mücadeleye yönelik kriterler ve sertifika, logo ve tabelaya yönelik kriterler güvenli turizm sertifikası kapsamında yiyecek içecek hizmeti sağlayan işletmeler için gerekli olan kriterlerdir. Günümüzde varlıklarını sürdüren pek çok kafe ve restoran da güvenli turizm sertifikasını alarak yiyecek içecek işletmelerini belgelendirmiştir (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2022).

2.2. COVID-19 Sürecinde Turist Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemeler

Turist kavramı 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanununun mülga 1975 tarihli uygulama yönetmeliğinde para kazanma amacı gütmeksizin dinlenmek ve eğlenme için, kültürel, idari, sportif, diplomatik, bilimsel, dinsel ve diğer nedenlerde ikamet ettiği yerin dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak bir süreliğine seyahat ederek ikamet ettiği yere geri dönen kimse olarak tanımlanmaktadır. Aynı şekilde mülga 1996 tarihli Seyahat Acenteleri Yönetmeliğinin üçüncü maddesi gereğince de turist kavramı seyahat acentesi tüketicisi olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde halen yürürlükte olan 5 Ekim 2007 tarihli Seyahat Acenteleri Yönetmeliğinin dördüncü maddesi gereğince ise turist kavramı seyahat acentesinin sattığı üründen doğrudan yararlanan kimse olarak tanımlanmaktadır (Çapacı ve Temizkan, 2020: 1135). Turist kavramı hem yürürlükten kalkan hem de halen yürürlükte olan yönetmeliklerde tüketici olarak ifade edilmektedir.

1962 tarihinde ABD eski Başkanı Kennedy tarafından ortaya atılan tüketicinin korunması kavramı temelde tüketicilerin güvenlik, bilgi edinme, seçme ve seçilme gibi haklarını oluştururken Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) Konseyi tarafından 14 Nisan 1975 tarihinde Evrensel Tüketici Hakları olarak tüm dünyaya duyurulmuştur (Tanrıverdi ve Oktay, 2002: 124).

Evrensel Tüketici Hakları'nın tüm dünyaya ilan edilmesinden sonra Avrupa Topluluğu Konseyi tarafından 19 Mayıs 1981 tarihinde İkinci Tüketici Koruma Programı ve 23 Haziran 1986 tarihinde Tüketiciyi Koruma Politikasına Yeni Hız Kazandırma Programı açıklanarak tüketici haklarını günümüzde kabul gören ve Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü tarafından belirtilen sekiz hakka dönüştürülmüştür.

Bu haklar şunlardır (Çiçek ve Özgen, 2001: 140):

- Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı,
- Güvenlik ve güven duyma hakkı,
- Mal ve hizmetlerin serbestçe seçilmesi hakkı,
- Bilgi edinme hakkı,
- Eğitilme hakkı,
- Tazmin edilme hakkı,
- Temsil edilme hakkı,
- Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkıdır

Evrensel Tüketici Hakları, başta ABD olmak üzere Avrupa Birliği ülkeleri gibi sanayileşmiş Batı ülkelerinde sağlıksız, güvensiz, kalitesiz ve pahalı mal ve hizmetlere karşı verilen mücadeleler sonucunda 9 Nisan 1985 tarihinde Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü'nün teklifi ve girişimi doğrultusunda Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda "Tüketici Hakları Evrensel Beyannamesi" adı ile kabul edilmiştir. ABD eski Başkanı olan Kennedy tarafından ilan edilen ve dört temel hakkı da içeren sekiz tüketici hakkı, "Tüketici Hakları Evrensel Beyannamesi" haline gelmiştir. Birleşmiş Milletlere üye olan ülkelerin, bu maddeler doğrultusunda uygun kanunlar çıkartmaları zorunlu kılınmıştır (Çapacı ve Temizkan, 2020: 1135).

Küresel anlamda tüketicilerin turizm endüstrisindeki korunması da Tüketici Hakları Evrensel Beyannamesi ile sağlanmaktadır. Öyle ki turistler bir turizm tüketici olduklarından tüketici haklarından ayrı düşünülememektedir. Bu hususta turizmde karşılaşılan tüketici sorunları da Tüketici Hakları Evrensel Beyannamesi ile koruma altındadır (Üçöz, 2012: 41).

Dünyada tüketicilerin aldıkları ürün veya hizmet doğrultusunda başladıkları seyahatlerinde benzer sorunlar yaşandığı görülmektedir. Türkiye'de ise seyahat acentelerinden satın alınan tüm paket turlar sigorta poliçesi ile güvence altına alınmış ve tüketicilerin satın aldıkları paket tur kapsamında eksik hizmetle karşılanması veya sunulan hizmeti ayıplı bulması durumunda tazminat talepleri de koruma altındadır (Üçöz, 2012: 42).

Tüm dünyada etkileri hızla yayılan koronavirüsün toplumsal hayatı ve sağlık sistemini olumsuz etkilemesinin yanı sıra üretim hizmeti sunan işletmelerin

yavaşlamasına, ürün tedarik zincirinde bozulmaların yaşanmasına, iş yaşamında hem ulusal hem de uluslararası kayıpların görülmesine, ekonomideki nakit akışının kötüleşmesine ve gelir artışının yavaşlamasına neden olması pek çok endüstri dalını olumsuz etkilemektedir. En fazla etkilenen endüstri ise şüphesiz turizm endüstrisidir (Haleem, Javaid ve Vaishya, 2020: 1).

Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla alınan tedbirlerin ülkeler arası seyahat yasağının getirilmesi, uçuşların iptal edilmesi, ülke içerisinde seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, şehirlere giriş çıkışların engellenmesi, seyahat öncesi ve seyahat sonrası 14 gün karantinada kalmak koşuluyla seyahat izin belgesi verilerek istisnai yolculukların yapılması ve hafta sonu sokağa çıkma kısıtlamaları olması turizm endüstrisinde hizmet veren seyahat acentelerini, turizm işletmelerini ve organizasyon şirketlerini durma noktasına getirmektedir (Özçoban, 2020: 857).

Aynı şekilde alınan tedbirlerle birlikte konaklama işletmelerinin ve yiyecek-içecek işletmelerinin kapatılması, yapılan seyahat kısıtlamaları doğrultusunda otobüs ve uçak seferlerinin durdurulması, otellere yapılan rezervasyonların iptal edilmesi veya ertelenmesi ve otellerin boş kalması turizm endüstrisi için önemli bir zarar olarak görülmektedir. Aynı şekilde seyahat acenteleri, konaklama işletmeleri ve tur operatörleri de bu zarardan etkilenmektedirler (Kıvılcım, 2020: 21).

Koronavirüs ile birlikte turizm endüstrisinde yaşanan tüm olumsuzluklar doğrultusunda turizm endüstrisinde hizmet sağlayan bazı işletmelerin varlıklarını sona erdirmek üzere lduğu belirtilmektedir. Endüstrinin yeniden canlanması, hem işletmelerin hem de tüketicilerin desteklenmesi ile mümkün olmaktadır. Bu hususta dünyada ve ülkemizde koronavirüsün neden olduğu olumsuz etkilerin turizm endüstrisinde azaltılması ve endüstrinin toparlanmasının kolaylaştırılması adına çeşitli yasal düzenlemeler yapılmaktadır (Erol, 2020: 43).

2.2.1. Dünyadaki Yasal Düzenlemeler

Koronavirüsün en fazla zarar verdiği endüstrilerin başında gelen turizm endüstrisine ilişkin Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020 yılında yayınlamış olduğu raporda koronavirüsün turizm endüstrisine etkisini 300-450 milyar dolarlık bir turizm gelirinde ekonomik kayıp, 0,5 trilyon dolarlık turizm ihracat gelirinde ekonomik kayıp ve 300-440 milyon turistin turizm hareketliliğine katılamaması olarak öngörmektedir.

Ülkeler özelinde incelendiğinde ise koronavirüsün en yoğun olduğu 2020 yılında İtalya'da bir önceki yıla göre %49 oranında bir azalma ile yaklaşık 31 milyon turist kaybı, Fransa'da bir önceki yıla göre %40 oranında bir azalma ile yaklaşık 38 milyon turist kaybı, İspanya için bir önceki yıla göre %42 oranında bir azalma ile 34 milyon turist kaybı, Almanya için bir önceki yıla %39 oranında bir azalma ile 15 milyon turist kaybı ve Yunanistan için bir önceki yıla %36 oranında bir azalma ile 11 milyon turist kaybı yaşanabileceği öngörülmektedir (Bahar, 2022).

Dünyada uygulanan koronavirüs önlemlerine ek olarak ülkeler, çeşitli endüstrilerde koronavirüsün yayılmasının engellemesi amacıyla uyulması gereken kuralları ve önlemleri açıklamaktadırlar. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), turizm endüstrisinde yaşanan tüm olumsuz senaryolardan hareketle turizm endüstrisinde yaşanabilecek tüm olumsuzlukların ortadan kaldırılması veya etkilerinin azaltılması amacıyla ülkelerin hükümetlerinin uygulamaları gereken bazı adımları açıklamıştır. Buna göre koronavirüs süresince ve sonrasında ülkeler arasında vizesiz ziyaret edilebilme, seyahat vergisi talep etmeme ve turistlerin yeniden turizm hareketliliğine katılabilmeleri için teşvik etmeleri gerektiği belirtilmiştir. Bunun yanı sıra koronavirüs ile ilgili alınan önlemler doğrultusunda salgının kontrol edilmeye başlanmasıyla birlikte turistlerin seyahat acentelerinden satın aldıkları paket turların iptal edilmemesi veya ertelenmemesine yönelik teşvik edici uygulamaların devreye sokulması gerektiği vurgulanmıştır. Buna rağmen turistlerin bu süreçte mağdur olmamaları için de çeşitli yardımların ve desteklerin sağlanması gerektiği belirtilmiştir (Eşitti, 2021: 263).

2.2.1.1. İtalya

Koronavirüsün ülke geneline hızla yayıldığı 2020 şubat ayında toplamda 260 milyon doları bulan rezervasyon iptali yaşanmış ve MidMarch bölgesine kadar İtalya'daki tüm otellerin doluluk oranı hemen hem sıfıra inmiştir. Koronavirüsün yayılmasının önlenmesi amacıyla da daha sonra tüm otel ve restoranlara kısıtlamalar getirilmiştir (ILO, 2022a: 3). Seyahat acentelerinden paket tur alan tüketicilerin de ücretlerinin tamamı geri ödenmiştir (TÜRSAB, 2020: 15).

Turizm endüstrisinde tüketici konumunda bulunan turistlerin de koronavirüs öncesi yaptıkları uçuş rezervasyonları ve aldıkları paket turların seyahat

kısıtlamalarından dolayı gerçekleşmemesi çeşitli hak kayıpları yaşamalarına neden olmaktadır. Özellikle seyahat acentelerinin ve hava yolu işletmelerinin hizmet sağlayamaması yapılan rezervasyonların iptal edilmesine ve beraberinde turistlerin ücret iadesi talep etmelerine neden olmaktadır. İtalya Hükümeti turistlerin yaşadıkları hak kayıplarını önleyebilmek adına iptal edilen seyahat turlarına devlet garantili kupon sağlayarak turistlerin hak kaybı yaşamalarını önlemeye çalışmıştır. Aynı şekilde ücret iadesi talep eden turistlerin de ücret iadelerinin yapılması konusunda acenteler için bir destek paketi hazırlamıştır. İç turizmi destekleyebilmek için düşük gelirli ailelere tatil desteği sağlanmıştır (Çakır ve Barakazı, 2020: 324).

2.2.1.2. Fransa

Turizm endüstrisinin en önemli paydaşı konumundaki turistlerin koronavirüsün etkisiyle birlikte satın aldıkları veya rezervasyon yaptıkları uçuş seferlerinin ve paket turların seyahat kısıtlamalarından dolayı gerçekleşmemesi çeşitli hak kayıplarının yaşanmasına neden olmaktadır. Bu hususta Fransa Hükümeti, turistlerin karşılaşabilecekleri hak kayıplarını önleyebilmek adına yapılan rezervasyonların iade edilmesinden ziyade devlet garantili kupon uygulamasına geçilmesini sağlamıştır. Özellikle turizm paydaşları olan havayolu şirketleri, seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin karşılaşabilecekleri zararları engelleyebilmek adına kupon uygulaması oldukça etkili olmuştur (Çakır ve Barakazı, 2020: 324).

Salgının Fransa’da başladığı 25 Mart tarihiyle birlikte kafe ve restoranların yanı sıra konser salonlarının, gece kulüplerinin, eğlence merkezlerinin ve müzelerin kapatılmasıyla birlikte turistlerin ziyaret edebilecekleri alanlar sınırlandırılmıştır. Beraberinde seyahat rezervasyonu yapan turistlerin de rezervasyon iptallerinde problem yaşamamaları ve para iadeleri alabilmeleri için hükümet tarafından kanun hükmünde kararname çıkarılarak işletmelerin para iadesi yapmak yerine sağlayacakları hizmeti erteleyebilmelerinin önü açılmıştır (OECD, 2022).

2.2.1.3. Avusturya

Avusturya dünya kayak turizmi açısından önemli merkezlerden birisidir. Özellikle ülkenin önemli gelir kaynaklarından birisi olan turizm endüstrisinde koronavirüsün ciddi zararı olmuştur. Ancak Avusturya Hükümeti, turizm

endüstrisinde yaşanabilecek olumsuzlukları bilmesine rağmen koronavirüs ile ilgili tedbirleri uygulamada gecikmiştir. Avusturya'nın Tirol eyaletinde 3 Mart tarihinde koronavirüse yakalanan bir İzlandalı turist grubunun ülkelerine gittikten hemen sonra İzlanda'nın, Avusturya'nın Tirol kentini koronavirüs tehlikesi taşıyan bölge ilan etmesine rağmen İzlanda'nın bu kenti karantinaya alması Mart ayının ortalarını bulması, o bölgede tatil yapan pek çok İskandinav turistin de virüsü ülkelerine götürmesine ve virüsün İskandinav ülkelerinde yayılmasına neden olmuştur (SETAV, 2022b).

Koronavirüsle mücadele kapsamında seyahat kısıtlamalarının ve uluslararası uçak seferlerinin iptal edilmesiyle birlikte rezervasyonunu yapan ve önceden paket tur satın alan turistlerin hak kaybı yaşamaları olası görülmektedir. Avusturya Hükümeti de hem işletmelerin hem tüketicilerin bu süreçte mağduriyet yaşamamaları için işletmelere Avusturya Otel ve Turizm Bankası üzerinde kredi desteği sağlarken tüketicilerin de yaptıkları rezervasyon iptallerinde ödemelerin ileri bir tarihe ertelenmesi hususunda devlet garantisi sağlamıştır. Böylece hem turistlerin kaybı yaşamaları önlenmiş hem de endüstrinin koronavirüsten etkilenme düzeyi azalmıştır (TURSAB, 2020: 15).

2.2.1.4. Almanya

Turizm endüstrisi içerisinde en önemli pazarlardan birisi de Almanya'dır. Koronavirüs öncesi dönemde yıllık 28,4 milyon turist ziyaret ettiği bir ülke olan Almanya'da koronavirüs ile birlikte 2020 yılında %39 oranında bir azalma ile 15 milyon turist kaybı yaşanmıştır (Bahar, 2022).

Koronavirüs ile birlikte sınırların kapatılması, havayolu firmalarının uçak seferlerini durdurması ve ortak kullanım alanlarının kullanımında kısıtlama getirilmesi turistlerin seyahat planlarında değişiklik yapmalarına neden olmaktadır. Özellikle seyahat acentelerinden ve tur operatörlerinden paket tur satın alan tüketicilerin zorunlu olarak seyahat iptali yapmalarından dolayı para iadesi talep etmeleri seyahat acentelerinde nakit sıkıntısına yol açtığından Almanya Hükümeti, devlet garantili kupon uygulamasına geçmiştir. Tüketicilerin paket turlar için ödedikleri paranın devlet garantisine alınması tüketiciler için yaşanabilecek bir hak kaybının önüne geçmiştir.

Buna rağmen kupon almak istemeyip para iadesi talep tüketicilere de para iadeleri yapılmıştır (TURSAB, 2020: 14).

2.2.1.5. İspanya

Avrupa'nın en popüler turistik ülkelerinden birisi de İspanya'dır. 31 Ocak 2020 tarihinde görülen ilk koronavirüs vakasının kısa bir sürede tüm ülkeye yayılmasıyla birlikte 17 Haziran 2020 tarihinde toplam 291 bin pozitif vaka ve 27 bin ölüm sayısının olduğu kaydedilmiştir (Erol, 2020: 44).

Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla uygulanan ulusal tedbirlerin yanı sıra İspanya Hükümetinin de 14 Mart tarihinde tüm gezi yasaklaması, mayıs ayına dek turizm ve seyahat endüstrisinde, restoranlarda ve temel ihtiyaçların karşılanmadığı dükkanlarda yaşanan kapatılma ve sosyal mesafe kurallarının uygulanmasıyla üretim faaliyetleri sınırlandırılmıştır. Toplam gelirinin yaklaşık %18'ini turizm endüstrisinden sağlayan İspanya için bu durum oldukça daha da önem arz etmektedir. Özellikle İspanya'nın Mallorca Adası, her yıl Paskalya ile birlikte binlerce turiste ev sahipliği yaptığından önemli bir turizm geliri elde etmesini sağlamaktadır. Ancak koronavirüs ile birlikte turizm endüstrisinin sekteye uğraması Paskalya için yapılan rezervasyonların da iptal edilmesine neden olmaktadır. Aynı şekilde yaz tatili için Barselona, İbiza ve Kanarya Adaları gibi önemli tatil bölgelerinde tatil rezervasyonu yapan tüketicilerin de rezervasyonlarını iptal ettikleri görülmektedir. Yaşanan bu rezervasyon iptalleri doğrultusunda 2019 yılı ile 2020 yılı arasında %60'luk bir rezervasyon düşüşü oluşmuştur (SETAVa, 2022). Bu da yaklaşık 62.4 milyar Euro'luk bir kayıp anlamına gelmektedir (Statista, 2022b). Yaşanan rezervasyon iptallerinde turistlerin ve işletmelerin mağduriyet yaşamamaları için devlet garantili kredi uygulaması yürürlüğe girmiştir (Fuente, 2021: 96). Aynı şekilde turistlerin yapılan bir etkinlik için rezervasyon yapması, bilet satın alması vb. tüm maliyetlerinin de garanti altına alınması için seyahat garanti fonları hazırlanarak turistler finansal araçlarla desteklenmiştir (Ay, 2021: 50).

Turistlerin ziyaret ettikleri en önemli noktalardan birisi olan Başkent Madrid'de turizmin yeniden canlanması, yaşanan krizin etkilerinin azaltılması ve Madrid'in marka değerinin arttırılması amacıyla kampanyalar düzenlenmiş ve

turistlerin önemli avantajlara ve indirimlere sahip olabilecekleri “Yeni Turist Kartı” uygulaması kullanıma geçirilmiştir (Plenary of the Madrid City Council, 2022).

2.2.2. Türkiye’deki Yasal Düzenlemeler

Tüketici olarak turistin hak ve yükümlülükleri Türk Hukukunda da değişik kanun ve yönetmelikler ile düzenlenmiştir (Çapacı ve Temizkan, 2020: 1136). Türkiye’de turistin hak ve yükümlülükleri yedi farklı kanun ve yönetmelikle düzenlenmektedir. Bunlar (Üçöz, 2012: 43).

- 6052 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
- Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- 1618 Sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu
- Seyahat Acenteleri Yönetmeliği
- Turizmi Teşvik Kanunu
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik
- Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022c) Türkiye’de konaklama işletmelerinde, yiyecek içecek hizmeti sağlayan restoranlarda ve turist rehberliği işlemlerinde uygulamak üzere koronavirüsün önlenmesi ve yayılmasının engellenmesiyle ilgili genelge yayınlamıştır. Alınan önlem ve kuralların genelge olarak yayınlamasıyla birlikte konaklama işletmeleri, yiyecek içecek hizmeti sağlayan restoranlar, seyahat işletmeleri ve havayolu işletmeleri yeniden faaliyet göstermeye başlamışlardır.

Koronavirüsün yayılmasının engellenmesi amacıyla alınan tedbirlerin ülkeler arası seyahat yasağının getirilmesi, uçuşların iptal edilmesi, ülke içerisinde seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, şehirlere giriş çıkışların engellenmesi, seyahat öncesi ve seyahat sonrası 14 gün karantinada kalmak koşuluyla seyahat izin belgesi verilerek istisnai yolculukların yapılması ve hafta sonu sokağa çıkma kısıtlamaları olması turizm endüstrisinde hizmet veren seyahat acentelerini, turizm işletmelerini ve organizasyon şirketlerini durma noktasına getirmektedir (Özçoban, 2020: 857). Aynı

şekilde alınan tedbirlerle birlikte konaklama işletmelerinin ve yiyecek-içecek işletmelerinin kapatılması, yapılan seyahat kısıtlamaları doğrultusunda otobüs ve uçak seferlerinin durdurulması, otellere yapılan rezervasyonların iptal edilmesi veya ertelenmesi ve otellerin boş kalması turizm endüstrisi için önemli bir zarar olarak görülmektedir. Aynı şekilde seyahat acenteleri, konaklama işletmeleri ve tur operatörleri de bu zarardan etkilenmektedirler (Kıvılcım, 2020: 21). Öztan'a (2022) göre koronavirüs sürecinde Türkiye'de turizmde tüketicileri korumak amacıyla yapılan bazı girişimler ve gelişmeler kronolojik olarak Tablo 6'da belirtilmiştir.

Tablo 6. Koronavirüs sürecinde turizmde tüketiciyi korumaya yönelik girişimler

Tarih	Gelişme
11 Mart 2020	Koronavirüs, Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir.
3 Şubat 2020	Çin'e yapılan uçak seferleri iptal edilmiştir.
23 Şubat 2020	İran'a yapılan uçak seferleri iptal edilmiştir.
29 Şubat 2020	Güney Kore ve İtalya'ya yapılan uçak seferleri iptal edilmiştir.
6 Mart 2020	Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan tarafından "Uçuşları durdurulan ve hakkında resmi olarak seyahat uyarısı yapılan ülkeleri içeren paket tur sözleşmeleri kapsamında bir mücbir sebep hali olduğu değerlendirilmektedir." şeklinde tüketicileri ilgilendiren ilk açıklama yapılmıştır.
14 Mart 2020	Ziyareti sık yapılan Avrupa ülkelerine uçak seferleri iptal edilmiştir.
26 Mart 2020	Kültür ve Turizm Bakanlığı Basın ve halkla ilişkiler Müşavirliği tarafından gerek "konaklama tesislerinin sezon açılışını ertelemeleri veya işletme faaliyetlerine ara vermeleri, gerekse ülkelerin salgının yavaşlatılmasına yönelik seyahat uyarıları, uçuş yasakları, belli ülke vatandaşlarının girişlerinin sınırlandırılması gibi etkenler" mücbir sebep olarak değerlendirilmiş bu nedenle "tur operatörleri/seyahat acenteleri tarafından konaklama tesislerine yapılan ön ödemelerin iadesi taleplerinin yerine getirilmesinde konaklama tesislerine finansman desteği sağlanması" adımları atılmıştır.
5 Nisan 2020	Cumhurbaşkanlığı tarafından yapılan açıklamalar "normalleşme sürecinin başlangıcı" olarak yazılı ve sosyal medyada yer edinmiş ancak tüketicilerin paket tur iptal ve diğer iade haklarıyla ilgili net bir açıklama yapılmamış süreç belirsizliğini korumaya devam etmiştir.

Koronavirüsün neden olduğu krizin etkilerini azaltmak ve turizm endüstrisinde hizmet sağlayan işletmeleri ve çalışanları desteklemek amacıyla yapılan yasal düzenlemelerin yanı sıra çeşitli önlemler de alınmıştır. Erol'a (2020: 45) göre turizm endüstrisinde alınan önlemler arasında turistleri koruma amacıyla yapılan erken rezervasyonlarda avans ödemelerinin yapılabilmesi için işletmelere banka kredileri sağlanması gösterilmektedir.

Koronavirüsün neden olduğu küresel krizden en fazla etkilenen turizm endüstrisi ile ilgili ülkeler çeşitli mali tedbirler almışlardır. Ülkelerin ekonomik olarak krizin etkilerini azaltmak amacıyla aldıkları tedbirler çözüm gibi görülse de turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından olan turistlerin bu süreçte çeşitli mağduriyetler yaşadıkları ve ülkelerin ek tedbirlerle turistlerin bu mağduriyetlerini gidermeye çalıştıkları görülmektedir.

Turistlerin koronavirüs sürecinde yaşadıkları sorunlar genel olarak değerlendirildiğinde genellikle sorunların yapılan rezervasyon iptallerinde karşılaştıkları ödeme sorunları, rezervasyon iptallerinin sağlanmaması, konaklama işletmelerinin gerekli tedbirleri yeterli düzeyde almaması, personellerin yetersiz olması ve personel tutum ve davranışlarının olumsuz olmasından kaynaklandığı görülmektedir. Dünya genelinde en önemli gelir kaynakları arasında görülen turizm endüstrisinde turistlerin yaşadıkları bu mağduriyetlerin giderilmesi ve yaşadıkları hak kayıplarının önlenmesi amacıyla ülkelerin aldıkları çeşitli tedbirler bulunmaktadır. Özellikle yaşanan rezervasyon iptallerinde turistlere ücretlerinin geri ödemeleri Almanya, İtalya, Fransa, Avusturya, İspanya gibi ülkelerde devlet garantisi altına alınmış, kupon uygulaması ile ileri bir tarihe erteleme yapılmış ve yaşanabilecek maddi bir hak kaybının önüne geçilmiştir.

3. BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Yöntem

3.1.1. Araştırma Deseni, Türü, Modeli ve Hipotezler

Bu araştırmada Covid-19 salgını sürecinde müşterilerin konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve ulaştırma araçları ile yaşadıkları sorunlar ve ilgili mercilere yaptıkları şikayetler incelenmektedir. Ayrıca bu araştırmada dünyada ve Türkiye’de Covid-19 sürecinde turist hakları çerçevesinde getirilen düzenlemelere de yer verilmektedir. Araştırma modeli (veya seçimi) araştırma için gerekli bilgi ve verilerin toplanmasında kullanılacak yöntem ve süreçlerin belirlenmesidir (Kurtuluş, 2008: 130). Bu tanımdan anlaşılacağı gibi araştırma modeli, bilgi ve verilerin hangi yöntem ve araçlarla toplanacağını, başka bir deyişle araştırmanın tüm işlemsel yapısının ne olduğunu belirlenmesidir (Kurtuluş, 2008: 130). Bu araştırmada nicel bir araştırma deseni kullanılmıştır. Araştırma modeli olarak ise tarama modeli kullanılmıştır. Çalışma çoktan seçmeli sorular ile değişkenlerin özelliklerini ortaya çıkartması ve incelemesi nedeniyle betimsel bir özellik göstermektedir. Betimsel istatistik, bir grubun özelliklerini betimlemek amacıyla kullanılan frekans, yüzde, merkezi eğilim ölçüleri, değişkenlik ölçüleri ve korelasyon kat sayısı gibi teknikleri içerir (Büyüköztürk, 2010: 5). Problemin durumuna göre betimsel araştırmalarda anket, görüşme, gözlem, soruşturma, çoktan seçmeli, açık uçlu, doldurmalı sorulardan vb. oluşan ölçme araçları kullanılabilir. Bu ölçme araçlar güvenilir ve geçerli olmalıdır (Sönmez ve Alacapınar, 2013: 49).

Bu araştırmanın hipotezleri aşağıda tablolar halinde verilmektedir:

Tablo 7: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Konaklama İşletmelerinde karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- Birinci Anket formu-

H1: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
H2: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.
H3: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Medeni Duruma göre farklılık göstermektedir.
H4: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir
H5: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Meslek göre farklılık göstermektedir.
H6: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Aylık Ortalama Gelire göre farklılık göstermektedir.
H7: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Konaklama Tesis Türüne göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 3. Sorusu)
H8: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamaları Tatil Türüne göre farklılık göstermektedir (Anketin 1. Bölüm 5. Sorusu)
H9: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunların ortalamalarının Kalınan Gece sayısına göre farklılık göstermektedir (Anketin 1. Bölüm 2. Sorusu)
H10: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek Hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar cinsiyete göre farklılık göstermektedir..
H11: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar yaşa göre farklılık göstermektedir.
H12: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Medeni Duruma göre farklılık göstermektedir.
H13: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
H14: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Mesleğe göre farklılık göstermektedir.
H15: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Aylık Ortala Gelire göre farklılık göstermektedir
H16: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Konaklama Tesis Türüne göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 3. Sorusu)
H17: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Tatil Türüne göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 5. Sorusu)
H18: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Yiyecek-İçecek hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Kalınan Gece sayısına göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 2. Sorusu)
H19: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
H20: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar yaşa göre farklılık göstermektedir.
H21: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar Medeni Duruma göre farklılık göstermektedir.
H22: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar Eğitime göre farklılık göstermektedir.
H23: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar Mesleğe göre farklılık göstermektedir.
H24: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla ilgili karşılaştıkları sorunlar Aylık Ortala Gelire göre farklılık göstermektedir
H25: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Konaklama Tesis Türüne göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 3. Sorusu)
H26: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Tatil Türüne göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 5. Sorusu)
H27: Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların Otelin Diğer hizmetleriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar Kalınan Gece sayısına göre farklılık göstermektedir. (Anketin 1. Bölüm 2. Sorusu)

Tablo 8: Covid-19 sürecinde Seyahat Acentalarından Rezervasyon yaptırmış ancak tatile gidememiş kişilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- İkinci Anket Formu-

H ₂₈ : Covid-19 sürecinde seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar müşterilerin Cinsiyetine göre farklılaşmaktadır.
H ₂₉ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar müşterilerin Cinsiyetine göre farklılaşmaktadır.
H ₃₀ : Covid-19 sürecinde seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar Yaşa göre farklılaşmaktadır.
H ₃₁ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar Yaşa göre farklılaşmaktadır.
H ₃₂ : Covid-19 sürecinde seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar Medeni Duruma göre farklılaşmaktadır.
H ₃₃ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar Medeni Duruma göre farklılaşmaktadır.
H ₃₄ : Covid-19 sürecinde seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar Eğitim seviyesine göre farklılaşmaktadır.
H ₃₅ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar Eğitim seviyesine göre farklılaşmaktadır
H ₃₆ : Covid-19 sürecinde seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar Mesleğe göre farklılaşmaktadır.
H ₃₇ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar Mesleğe göre farklılaşmaktadır.
H ₃₈ : Covid-19 sürecinde Seyahat acenteleri ile ilgili sorunlar Aylık Ortalama Gelire göre farklılaşmaktadır.
H ₃₉ : Covid-19 sürecinde Ulaşım ile ilgili sorunlar Aylık Ortalama Gelire göre farklılaşmaktadır.

Tablo 9: Covid-19 sürecinde Otel İşletmelerinden Rezervasyon yaptırmış ancak tatile gidememiş kişilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin kurulan hipotezler- Üçüncü Anket Formu-

H ₄₀ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.
H ₄₁ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları yaşa göre farklılaşmaktadır.
H ₄₂ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları Medeni Duruma göre farklılık göstermektedir.
H ₄₃ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları Eğitime göre farklılık göstermektedir.
H ₄₄ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları Mesleğe göre farklılık göstermektedir.
H ₄₅ : Covid-19 sürecinde otellerden rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmeleri ile ilgili sorunlarının ortalamaları Aylık Ortalama Gelire göre farklılık göstermektedir.

3.1.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evreni şu şekilde belirlenmiştir:

- Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) tatile gidenler,
- Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) acenteden tatil rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler
- Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) doğrudan otelden tatil rezervasyonu yaptırıp gidemeyenlerdir.

Bu üç ayrı hedef popülasyon için farklı örneklem seçilmiştir. Toplam örneklem sayısının evrenin 100.000 den fazla olması durumunda %95 güvenirlilik düzeyinde en az 384 kişi olması gerektiği bilinmektedir (Sekeran, 1992; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014). 100.000 ve üzeri ana kütle için alınacak örnekler hacminin 400 kişi olması gerektiğini ifade eden yazarlar da vardır (Israel, 1992). Bu kapsamda her bir örneklem için 384 sayısına ulaşmak hedeflenmiştir. Ancak Covid-19 pandemisi şartları nedeniyle bu sayılara ulaşamamış ve her bir örneklem grubu ortalama 100 kişiden oluşmuştur. Örneklem gruplarının özellikleriyle ilgili detaylı bilgi aşağıda bulgular bölümünde sunulmuştur.

3.1.3. Veri Toplama Aracı ve Özellikleri

Bu araştırmanın verileri anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) tatile gidenler, Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) acenteden tatil rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler ve Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde (Mart-Eylül 2020) doğrudan otelden tatil rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler olmak üzere üç ayrı türde örnekleme bulunduğu ve bu örneklem gruplarının yaşadıkları mağduriyetler ve sorunlar farklı olduğundan her bir örneklem grubu için ayrı anket formları oluşturulmuştur. Anketler hazırlanırken ilgili alan yazın detaylı ve dikkatli bir şekilde incelenmiştir. Tatile giden, hatta rezervasyon yaptırdığı halde gidemeyen kişilerle yapılan telefon görüşmelerinde elde edilen bazı ifadelerden soru kökleri oluşturulmuştur. Araştırmacının bizzat kendisi hem lisans düzeyinde turizm işletmeciliği mezunu olup, yıllarca otellerde satış ve pazarlama departman müdürü olarak görev yapmıştır. Dolayısıyla kişisel deneyimler de anket formlarının

hazırlanmasında etkili olmuştur. Ayrıca, şikayetvar.com internet sitesine, il ve ilçe hakem heyetlerine ve TÜRSAB'a yapılan şikayetler de incelenmiş ve bu incelemelerden elde edilen bilgiler anket formunun hazırlanmasında kullanılmıştır. Oluşturulan taslak anket formu üç akademisyene kontrol ettirildikten sonra son hali verilmiştir. Asıl araştırmadan önce 25 katılımcıdan bir pilot çalışma ile anketlerde sorulan soruların herkes tarafından aynı şekilde anlaşılıp-anlaşılmadığı kontrol edilmiştir.

Anket 1: Soru içerikleri: (Covid 19 sürecinde-ilk 6 ay içinde TATİLE GİDENLER için (Mart-Eylül 2020):

Bu anketin İlk bölümü turizm-tatil kültürünü ölçen 8 adet çoktan seçmeli ve kategorik ölçekte geliştirilen soru tipinden oluşmaktadır. İkinci bölümde covid-19 sürecinde konaklama işletmeleriyle ilgili yaşanan sorunlara ilişkin Oda ve Kat hizmetlerine yönelik 8 adet; Yiyecek-içecek hizmetlerine yönelik 10 adet; otelin diğer hizmet alanlarıyla ilgili sorunlara (teknik hizmetler-plaj-havuz-animasyon) yönelik 8 adet olmak üzere toplam 26 adet çoktan seçmeli ve yine kategorik ölçekli soru sorulmuştur. İlk iki bölümde genelde kesikli değişkenler kullanılmıştır. Bu anketin son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin 6 adet çoktan seçmeli soru sorulmuştur. (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim, meslek ve aylık ortalama gelir). Bu bölümde nominal ve sıralama ölçeği kullanılmıştır. Bu bölümde kesikli ve sürekli değişkenlerden yararlanılmıştır.

Anket 2: Soru içerikleri: (Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde ACENTEDEN Tatil Rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler için (Mart-Eylül 2020)

Bu anketin ilk bölümü seyahat acenteleri ile ilgili sorunlara ilişkin 3 adet çoktan seçmeli ve 12 adet 2 seçenekli toplam 15 kategorik ölçekte geliştirilen soru tipinden oluşmaktadır. İkinci bölüm ulaştırma hizmetleri ile ilgili sorunlara yönelik 2 seçenekli 4 adet sorudan oluşmaktadır. Son bölüm ise demografik özelliklere ilişkin aynı tip 6 adet sorudan oluşmaktadır.

Anket 3: Soru içerikleri: (Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde Direkt OTELDEN Tatil Rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler için (Mart-Eylül 2020)

Bu anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü konaklama işletmeleri ile ilgili sorunlara ilişkin 2 adet çoktan seçmeli ve 6 adet 2 seçenekli toplam 8 kategorik

ölçekte geliştirilen soru tipinden oluşmaktadır. Son bölüm ise demografik özelliklere ilişkin aynı tip 6 adet sorudan oluşmaktadır.

Anketler EK 1’de verilmektedir. Hazırlanan anket formları Google formlar olarak düzenlenmiş ve whatsapp ve e-posta bağlantıları üzerinden anket formunun çevrimiçi linkleri paylaşılmıştır. Çevrimiçi paylaşımı yapılan anket formları yine çevrimiçi olarak toplanmıştır.

3.1.4. Veri Çözümleme

Bu çalışmada ilgili literatür Belge tarama yöntemi ile hazırlanmıştır. Sikayetvar.com internet sitesi ile birlikte pek çok tez, makale, kitap ve genelgeler üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Ankete dayalı nicel verilerin istatistiksel analizleri IBM SPSS 26 programı üzerinde yapılmıştır. Çalışmanın hedeflediği veriler kategorik verilerdir ve betimsel analiz için uygun olduklarından istatistiki analiz betimsel yöntemlerle yapılmıştır. Betimsel istatistik, bir grubun özelliklerini betimlemek amacıyla kullanılan frekans, yüzde, merkezi eğilim ölçüleri ve değişkenlik ölçüleri gibi teknikleri içermektedir (Büyüköztürk, 2010: s.5). Bu doğrultuda anketlerden elde edilen veriler frekans ve yüzdeler kullanılarak analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın en önemli kısmı Covid-19 döneminde tatillerinden vazgeçmeyen, yani bizzat tatile giden turistlerden elde edilen veriler ve ortaya çıkan sonuçlardır. Bu bakımdan tatile giden turistlerin otel işletmelerinin oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve otelin diğer hizmet birimlerine ilişkin karşılaştıkları sorunlar bu çalışma açısından oldukça önemli görülmüştür. Dolayısıyla veri çözümlemede en çok birinci anket formunda yer alan sorular ve ölçekler temel alınarak analizler yapılmıştır. Bu çalışmada Covid-19 salgını sürecinde turistlerin konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve ulaştırma işletmeleriyle yaşadıkları sorunlar tespit edilmektedir. Bu çerçevede covid-19 sürecinde tatile giden turistlerin oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve otelin diğer hizmet alanlarına ilişkin yaşadığı sorunların demografik özelliklere göre grup ortalaması arasında bir farklılık gösterip-göstermediği t testi ve ANOVA analizi yapılarak incelenmektedir. Ayrıca bu çalışmada yine covid-19 sürecinde seyahat acentaları ve otel işletmelerinden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen

kişilerin karşılaştığı sorunların demografik özelliklere göre grup ortalamaları arasında bir farklılık gösterip-göstermediği de incelenmektedir.

3.1.5. Geçerlilik, Güvenilirlik ve Normal Dağılım

Çalışma çoktan seçmeli sorularla kategorik değişkenlerin özelliklerini belirlemesi sebebi ile betimsel bir özellik göstermektedir. Betimsel araştırmalarda sorunsalın durumuna göre gözlem, görüşme, anket, soruşturma, çoktan seçmeli, açık uçlu, doldurulmalı sorulardan vb. oluşan ölçme araçları kullanılabilir. Kullanılan ölçme araçların güvenilir ve geçerliği test edilmiş olmalıdır (Sönmez ve Alacapınar, 2013: s.49).

Anket formuna geçerlik ve güvenilirlik kazandırmak için form hazırlanırken ilgili alanyazın detaylı ve dikkatli bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, şikayetvar.com internet sitesine, il ve ilçe hakem heyetlerine ve TÜRSAB'a yapılan şikayetlerde incelenmiş ve bu incelemelerden elde edilen bilgiler anket formunun hazırlanmasında kullanılmıştır. Anket formunda yer alan sorular üç akademisyen uzmanın görüşüne sunulmuştur. Anket uygulamasına geçmeden önce 25 katılımcıdan oluşan bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmada anlaşılmayan ya da cevaplanmak istenmeyen toplam 3 adet soru kaldırılmış bazı kelimeler değiştirilmiştir. Ayrıca pilot çalışma araştırmanın amacına uygun verilerin toplanabileceğine ilişkin ciddi ipuçları vermiştir.

Güvenilirlik Analizleri: Bu çalışmada Covid-19 Sürecinde sadece özellikle tatile giden tatilcilere ait birinci anket formunda yer alan soruların birbiri ile tutarlılığı ile yapılan ölçeklendirmelerin araştırma amacına uygun olup-olmadığına bakılmıştır. Dolayısı ile ilgili güvenilirlik analiz sonuçları Tablo 10'da verilmektedir.

Tablo 10: Tatile Gidenlerin Konaklama İşletmeleriyle İlgili Yaşadığı Sorunlara İlişkin Oluşturulan Ölçeklerin Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha
Oda ve Kat Hizmetleriyle İlgili Yaşanan Sorunlara İlişkin Ölçek	8	0,703
Yiyecek-İçecek Hizmetleriyle İlgili Yaşanan Sorunlara İlişkin Ölçek	10	0,778
Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla (Teknik Hizmetler-Plaj-Havuz-Animasyon) İlgili Sorunlara İlişkin Ölçek	8	0,500
Genel Ölçek	8+10+8=26	0,756

Tablo 10'daki Alfa katsayısına göre ölçeğin güvenirliliği şu şekilde yorumlanmaktadır (Kalaycı vd.,2005: 405):

$0,00 \leq \alpha \leq 0,40$ ise ölçek güvenilir değil,

$0,40 \leq \alpha \leq 0,60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük,

$0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir,

$0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Bu durumda ölçeğin geneline bakıldığında Cronbach Alpha değerinin $\alpha=0,756$ olduğu dolayısıyla ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmektedir.

Normal Dağılım Testi: Bu çalışmada sadece tatile giden tatilcilere uygulanan anketlerden sağlanan verilerin ortalaması üzerinden normal dağılım analizi yapılmıştır. Başka bir deyişle tatilcilerin oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ile otelin diğer hizmet alanlarıyla ilgili sorunlarını belirlemeye yönelik toplam 26 adet sorudan elde edilen verilerin normal dağılım gösterip-göstermediği incelenmiştir.

Tablo 11: Tatilcilere yapılan anketten elde edilen verilerin Normallik Testi Sonuçları

Normallik testi						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Ser.der.	Önem düzeyi (p)	Statistic	Ser.der.	Önem düzeyi (p)
ORT	,113	184	,000	,959	184	,000
Tanımlayıcı Değerler						
			İstatistik	Stn. hata		
ORT	Ortalama		1,8012	,01905		
	Ortalama için %95 güven aralığı	Alt sınır	1,7636			
		Üst sınır	1,8388			
	%5 Ayıklanmış ortalama (aykırı değerlerin etkisini yok etmek için kullanılan bir tahmin)		1,7892			
	Ortanca değer		1,7692			
	Varyans		,067			
	Std.sapma		,25842			
	Minimum		1,27			
	Maximum		2,54			
	Range		1,27			
	Çeyrekler aralığı		,35			
	Çarpıklık		,712	,179		
	Basıklık		,374	,356		

Tablo 11'e göre veriler normal dağılım göstermemektedir. Ancak sosyal bilimcilerin analiz edilen verilerin neredeyse **normal dağılım gösterdiğini** varsaydığı belirtilmektedir (Bryman ve Cramer, 2005: 115). Diğer taraftan Altaş (2013: 30) N hacimlik bir ana kütlede çekilen n hacimlik örneklem için hesaplanan istatistiğin dağılımının $n \geq 30$ koşuluyla **normal dağılıma** yaklaştığını ifade etmektedir.

Diğer taraftan normal dağılıma bakılırken bazı yazarlara göre basıklık ve çarpıklık değerleri de incelenmektedir. Örneğin +1.5'in altında ve -1,5'in üzerindeki değerler çarpıklık-eğrilik veya basıklık için kabul edilebilir aralıktır (Tabachnick & Fidell, 2013). Normal tek değişkenli dağılımı kanıtlamak için -2 ile +2 arasındaki çarpıklık ve basıklık değerleri de kabul edilebilirdir (Field, 2009; George ve Mallery, 2010; Gravetter ve Wallnau, 2014) Tablo ...'ye göre tatile giden tatilcilerden elde edilen verilere ait tanımlayıcı değerler arasında çarpıklık değerinin 0,712 ve basıklık değerinin de 0,374 olduğu görülmektedir. Bu durumda dağılımın normale yaklaştığı söylenebilir.

3.2. Bulgular

3.2.1. Covid-19 Sürecinde Tatil Yapan Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular

Aşağıda Tablo 12'de Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcılara ait demografik bulgular sunulmuştur.

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler: Tablo 12'deki bulgulara göre katılımcıların %61,2'si erkek, %61,2'si 30 yaş ve altındadır. %38.8 oranında katılımcı 31-40 yaş arasındadır. Katılımcıların çoğunluğu bekar (%58.3) ve lisans mezunudur (%58.3). Katılımcıların önemli bir kısmı (%56,3) özel sektör çalışanı olup; %31.1'i 5000 TL ve altında, %23,3'ünün ise 5001-7000 TL arasında bir aylık ortalama gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 12. Tatil yapan katılımcılara ait demografik bilgiler

Değişken	Gruplar	f	%	Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	63	61,2	Meslek	Çalışmıyor	15	14,6
	Kadın	40	38,8		Emekli	2	1,9
	Toplam	103	100,0		Memur	15	14,6
Yaş	30 yaş ve altı	63	61,2		İşçi	4	3,9
	31 yaş ve üstü	40	38,8		Özel sektör	58	56,3
	Toplam	103	100,0		Serbest meslek	7	6,8
Medeni durum	Evli	39	37,9		Esnaf	1	1,0
	Bekar	60	58,3		Çiftçi	1	1,0
	Boşanmış/dul	4	3,9		Toplam	103	100,0
	Toplam	103	100,0		5000 TL ve altı	32	31,1
Eğitim durumu	Lise ve altı	15	14,6		Aylık Ortalama Gelir düzeyi	5001-7000 TL	24
	Ön lisans	15	14,6	7001-9000 TL		19	18,4
	Lisans	60	58,3	9001-11000 TL		6	5,8
	Yüksek Lisans	11	10,7	11001-13000 TL		6	5,8
	Dotora	2	1,9	13001-15000 TL		6	5,8
	Toplam	103	100,0	15001 TL ve üstü		10	9,7
				Toplam		103	100,0

Tatil Yeri ve Türü ile İlgili Bulgular: Aşağıda Tablo 13'te Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil yerleri ilgili bulguları sunulmuştur. Tablo 13'deki bulgulara göre katılımcıların çoğunlukla %94,2'si tatil için yurtiçini tercih etmektedir. Tatil için en sık tercih edilen tatil süresi 4 gecedir (%35,9).

Tablo 13. Tatil yapan katılımcıların tatil yeri ile ilgili bulgular

Değişkenler	Gruplar	f	%
Tatil yeri	Yurtiçi	97	94,2
	Yurtdışı	6	5,8
	Toplam	103	100,3
Konaklanan gece sayısı	3 ve daha az	31	30,1
	4 gece	37	35,9
	5 gece	13	12,6
	6 gece	5	4,9
	7 gece ve daha çok	17	16,5
	Toplam	103	100,3
Tesis türü	Şehir oteli	24	23,3
	Resort otel	40	38,8
	Butik otel	17	16,5
	Kamp veya çadır	5	4,9
	Bungalov	5	4,9
	Apart	2	1,9
	Tatil köyü	4	3,9
	Pansiyon	5	4,9
	Yat seyahati	1	1,0
	Toplam	103	100,0

Tablo 13'e göre konaklama için en sık tercih edilen tesis türü resort otellerdir (%38,8). Tesis türünü sırasıyla şehir otelleri (%23,3) ve butik oteller (%16,5) izlemektedir.

Aşağıda Tablo 14'te Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil türleri ilgili bulguları sunulmuştur. Tablo 14'deki bulgulara göre en sık tercih edilen tatil türü deniz, kum ve güneş tatilidir (%73,8). Katılımcılar en sık aileleriyle (%48,5) ve arkadaşlarıyla (%41,7) tatil yapmakta ve tatile en sık özel araçla (%78,6) gitmektedirler. Tatilcilerin bir kısmı tatil ücretinin tamamını önceden ödemekte (%45,6) diğer bir kısmı ise tatil ücretinin sadece belli bir kısmını önceden ödemektedirler (%41,7). Katılımcıların çoğunlukla %52,4'ünün tatillerinden memnun oldukları, %32'sinin ise tatillerinden kısmen memnun oldukları bulunmuştur.

Tablo 14. Tatil yapan katılımcıların tatil türü ile ilgili bulgular

Değişkenler	Gruplar	f	%
Tatil türü	Deniz, kum ve güneş	76	73,8
	Kış tatili	8	7,8
	Yat tatili	6	5,8
	Kültür turizmi	11	10,7
	Termal tatil	1	1,0
	Eko turizm	1	1,0
	Toplam	103	100,0
	Tatile kiminle gidildiği	Aile	50
Arkadaş		43	41,7
Yalnız		10	9,7
Toplam		103	100,0
Tatile nasıl gidildiği	Özel araç	81	78,6
	Uçak	17	16,5
	Otobüs	5	4,9
	Toplam	103	100,0
Ödeme şekli	Tamamı önceden ödendi	47	45,6
	Bir kısmı önceden ödendi	41	39,8
	Sadece kapora ödendi	15	14,6
	Toplam	103	100,0
Tatilden memnuniyet düzeyi	Memnunum	54	52,4
	Memnun değilim	16	15,5
	Kısmen memnunum	33	32
	Toplam	103	100,0

Oteldeki Oda ve Kat Hizmetlerine İlişkin Yaşanan Sorunlara Ait Bulgular: Aşağıda Tablo 15'te Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil yaptıkları otellerdeki odalarla ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur.

Tablo 15. Tatil yapan katılımcıların otelde Odalarla ilgili yaşadığı sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Odalara giriş (check-in) sorunu	Yaşandı	30	29,1
	Yaşanmadı	66	64,1
	Kısmen yaşandı	7	6,8
Klima sorunu	Yaşandı	16	15,5
	Yaşanmadı	80	77,7
	Kısmen yaşandı	7	6,8
Yatak, yastık, çarşaf vb. Sorunu	Yaşandı	13	12,6
	Yaşanmadı	78	75,7
	Kısmen yaşandı	12	11,7
Tek kullanımlık malzemeler sorunu	Yaşandı	30	29,1
	Yaşanmadı	65	63,1
	Kısmen yaşandı	8	7,8
Oda servisi sorunu	Yaşandı	35	34,0
	Yaşanmadı	62	60,2
	Kısmen yaşandı	6	5,8
Banyo, sabun, şampuan vb. Sorunu	Yaşandı	16	15,5
	Yaşanmadı	68	66,0
	Kısmen yaşandı	19	18,4
Elektrik ve aydınlatma sorunu	Yaşandı	12	11,7
	Yaşanmadı	83	80,6
	Kısmen yaşandı	8	7,8
Pencere, balkon, dolap vb. Sorunu	Yaşandı	12	11,7
	Yaşanmadı	80	77,7
	Kısmen yaşandı	11	10,7

Tablo 15’deki bulgulara göre katılımcıların çoğunlukla %64,1’i otellerde odalara girişle (check-in) ilgili sorun yaşamamışlardır. %29,1 oranında katılımcı odalara giriş sorunu yaşamışlardır. %6,8 oranında katılımcı ise odalara girişte kısmen sorun yaşamışlardır. Katılımcıların %77,7’si odalarda klima sorunu yaşamamış; %75,7’si odalarda yatak, yastık, çarşaf vb. sorunu yaşamamış; %63,1’i ise Tek kullanımlık malzeme sorunu yaşamamışlardır. Katılımcıların oda servisi sorunu yaşamayanların oranı %60,2 iken yaşayanların oranı %34’tür. Odalarda banyo, sabun, şampuan sorunu yaşamayanların oranı %66; elektrik ve aydınlatma sorunu yaşamayan katılımcıların oranı %80,6; pencere, balkon, dolap vb. sorunu yaşamayanların oranı ise %77,7’dir.

Tablo 15’deki bulgulara göre katılımcıların tatil yaptıkları otellerin Oda ve Kat hizmetleriyle ilgili az da olsa sorun yaşadıkları görülmektedir. Katılımcıların en sık rastladıkları sorunların oda servisi sorunu, odalara giriş sorunu ve tek kullanımlık malzemelerle ilgili olduğu görülmektedir.

Oteldeki Yiyecek-İçecek Hizmetleriyle İlgili Yaşanan Sorunlara Ait

Bulgular: Aşağıda Tablo 16’da Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil yaptıkları otellerde yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur. Buna göre katılımcılardan otellerde kahvaltı açık büfelerinin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %43,3 ve kısmen yeterli olduğunu düşünenlerin oranı da %10,6’dır. Tersine katılımcılardan otellerde kahvaltı açık büfelerinin olmadığını ifade edenlerin oranı %32,7 iken açık büfenin zayıf olduğunu ifade edenlerin oranı ise %12,5’tir.

Tablo 16. Tatil yapan katılımcıların oteldeki yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili yaşanan sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Kahvaltıda açık büfe	Yoktu	34	33,0
	Zayıftı	13	12,6
	Yeterliydi	45	43,7
	Kısmen yeterliydi	11	10,7
Kahvaltıda yiyecek ve İçecekler	Yeterliydi	45	43,7
	Yetersizdi	39	37,9
	Kısmen yeterliydi	19	18,4
Sıcak yemek çeşidi	Yeterliydi	46	44,7
	Yetersizdi	40	38,8
	Kısmen yeterliydi	17	16,5
Soğuk yemek çeşidi	Yeterliydi	47	45,6
	Yetersizdi	35	34
	Kısmen yeterliydi	21	20,4
Salata-garnitür çeşidi	Yeterliydi	44	42,7
	Yetersizdi	36	35
	Kısmen yeterliydi	23	22,3
Tatlı çeşidi	Yeterliydi	48	46,6
	Yetersizdi	37	35,9
	Kısmen yeterliydi	18	17,5
Mevsimlik meyve çeşidi	Yeterliydi	47	45,6
	Yetersizdi	35	34,0
	Kısmen yeterliydi	21	20,4
Tek kullanımlık ürünler	Yeterliydi	51	49,5
	Yetersizdi	38	36,9
	Kısmen yeterliydi	14	13,6
Oturma planlarında alınan tedbirler	Yeterliydi	53	51,5
	Yetersizdi	40	38,8
	Kısmen yeterliydi	10	9,7
Odalardaki minibarlar	Kaldırılmıştı	31	30,1
	Yeterliydi	53	51,5
	Kısmen yeterliydi	19	18,4

Kahvaltıda yiyecek-içeceklerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %43,7 iken kısmen yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %10,7'dir. Kahvaltıda yiyecek-içeceklerin yetersiz olduğunu düşünen katılımcıların oranı ise %37,9 olarak bulunmuştur. Otellerde sıcak yemek çeşidinin yeterli olduğunu ifade eden katılımcıların oranı %44,7, Yetersizdi diyenlerin oranı %38,8 ve kısmen yeterli olduğunu ifade eden katılımcıların oranı da %16,5'dir. Otellerde soğuk yemek çeşidinin yeterli olduğunu ifade eden katılımcıların oranı %45,6 ve kısmen yeterli olduğunu ifade eden katılımcıların oranı da % 20,4'tür. Otellerde soğuk yemek çeşidinin yetersiz olduğunu ifade eden katılımcıların oranı ise %34,0'dır. Katılımcılardan otellerde salata-garnitür çeşitlerinin yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı %42,7 ve kısmen yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %22,3'tür. Katılımcılardan otellerde salata-garnitür çeşitlerinin yetersiz olduğunu ifade edenlerin oranı da %35'dir. Katılımcılardan otellerde tatlı çeşitlerinin yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı %46,6 ve kısmen yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %17,5'dir. Katılımcılardan otellerde tatlı çeşitlerinin yetersiz olduğunu ifade edenlerin oranı da %35,9 dur. Katılımcılardan otellerde mevsimlik meyve çeşitlerinin yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı %45,6 ve kısmen yeterli olduğunu ifade edenlerin oranı ise %20,4'dür. Katılımcılardan otellerde mevsimlik meyve çeşitlerinin yetersiz olduğunu ifade edenlerin oranı da %34'dür. Otellerde tek kullanımlık ürünlerin yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı %49,5 ve kısmen yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı da %13,6'dir. Otellerde tek kullanımlık ürünlerin yetersiz olduğunu düşünen katılımcıların oranı ise %36,9'dır. Otellerde oturma planlarında alınan tedbirlerin yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı %51,5 ve kısmen yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı da %9,7'dir. Otellerde oturma planlarında alınan tedbirlerin yetersiz olduğunu düşünen katılımcıların oranı ise %38,8'tir. Otel odalarındaki mini barların yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı %51,5 ve kısmen yeterli olduğunu düşünen katılımcıların oranı da %18,4'tür. Otel odalarındaki minibarların kaldırılmış olduğunu belirten katılımcıların oranı ise %30,1'dir. Bu bulgulara göre otellerdeki yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili öne çıkan sorunların oturma planlarında alınan tedbirlerle, kahvaltıda yiyecek ve içeceklerle ve sıcak yemek çeşitleriyle ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Otelde Diğer Hizmet Alanlarıyla İlgili Yaşanan Sorunlara Ait Bulgular:

Aşağıda Tablo 17’de Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil yaptıkları otellerde diğer hizmet alanlarıyla ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur.

Tablo 17. Tatil yapan katılımcıların otelin diğer hizmet alanlarıyla ilgili yaşanan sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Hizmete kapatılmış havuz	Vardı	59	57,3
	Yoktu	37	35,9
	Kısmen vardı	7	6,8
Hamam sauna kullanımında sorunlar	Vardı	59	57,3
	Yoktu	44	42,7
	Kısmen vardı	0	0
Spor salonlarında sorunlar	Vardı	54	52,4
	Yoktu	41	39,8
	Kısmen vardı	8	7,8
Bazı rekreasyon alanlarında sorunlar	Vardı	56	54,4
	Yoktu	36	35,0
	Kısmen vardı	11	10,7
Animasyon gösterileri	Yeterliydi	36	35,0
	Yetersizdi	36	35,0
	Kısmen yeterliydi	31	30,1
Teknik bakım hizmetleri	Yeterliydi	59	57,3
	Yetersizdi	19	18,4
	Kısmen yeterliydi	25	24,3
Plajların temizliği	Yeterliydi	53	51,5
	Yetersizdi	19	18,4
	Kısmen yeterliydi	31	30,1
Plajlarda şemsiye-şezlong hizmetleri	Yeterliydi	50	48,5
	Yetersizdi	24	23,3
	Kısmen yeterliydi	29	28,2

Tablo 17’deki bulgulara göre Katılımcıların tatil yaptıkları otellerin %57,3’ünde hizmeti kapatılmış havuz bulunmaktadır. Katılımcıların %57,3’ü otellerde hamam ve sauna kullanımı ile sorun yaşarlarken %42,7 oranında katılımcı ise bu alanlarda sorun yaşamamıştır. Katılımcıların %52,4’ü spor salonlarının kullanımı ile ilgili sorunlar yaşamıştır. Diğer taraftan spor salonlarının kullanımıyla ilgili olarak %39,8 oranında katılımcı ise sorun yaşamamışlardır. %54,4 oranında katılımcı bazı rekreasyon alanlarıyla ilgili sorun yaşadıklarını ifade ederken %35 oranında katılımcı ise rekreasyon alanlarıyla ilgili sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %35’i tatil yaptıkları otellerdeki animasyon gösterilerinin yeterli olduğunu, diğer %35’lik bir kesim ise yetersiz olduğunu düşünmektedir. %30’luk bir kesim ise animasyon gösterilerinin kısmen yeterli olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların %57,3'ü teknik hizmetlerin yeterli olduğunu, %51,5'i plajların temiz olduğunu ve %48,5'i ise plajlarda şezlong ve şemsiye hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedirler. Bu bulgulara dayanılarak Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların tatil yaptıkları otellerde diğer hizmet alanlarıyla ilgili en sık yaşadıkları sorunların hizmete kapatılmış havuzların bulunması, bazı rekreasyon alanları ile spor salonlarıyla ilgili sorunlar olduğu söylenebilir.

3.2.2. Covid-19 Sürecinde Acentelerden Tatil Rezervasyonu Yapan Ancak Tatile Gidemeyen Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler: Aşağıda Tablo 18'de tatil acentelerinden rezervasyon yaptıran ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bulgular sunulmuştur. Buna göre katılımcıların %62,6'sı erkek ve %37,4'ü ise kadındır. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%74,8) 30 ve daha altı bir yaş grubundandır.

Tablo 18. Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bilgiler

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	67	62,6
	Kadın	40	37,4
Yaş	30 yaş ve altı	80	74,8
	31 ve üstü	27	25,2
Medeni durum	Evli	34	31,8
	Bekar	73	68,2
Eğitim durumu	Lise ve altı	34	31,8
	Ön lisans	29	27,1
	Lisans	34	31,8
	Yüksek lisans	10	9,3
Meslek	Çalışmıyor	18	16,8
	Emekli	8	7,5
	Memur	39	36,4
	İşçi	35	32,7
	Esnaf	5	4,7
	Çiftçi	2	1,9
Aylık Ortalama Gelir düzeyi	5000 TL ve altı	40	37,4
	5001-7000 TL	27	25,2
	7001-9000 TL	20	18,7
	9001-11000 TL	11	10,3
	11001-13000 TL	2	1,9
	13001-15000 TL ve üzeri	4	3,7
	15000 TL ve üstü	3	2,8

Katılımcıların %68,2'si bekarken %31,8 oranında katılımcı ise evlidir. %31,8 oranında katılımcı lisans mezunu, %31,8 oranında katılımcı lise ve daha altı bir okul

mezunu, %27,1 oranında katılımcı ön lisans mezunudur. Katılımcıların ağırlıklı olarak memur (%36,4) ve işçi (%32,7) olduğu, %16,8 oranında katılımcının da herhangi bir işte çalışmadığı görülmektedir. Aylık gelirle ilgili olarak katılımcıların %37,4'ünün aylık gelirinin 5000 TL'nin altında olduğu, %25,2 oranında katılımcının aylık gelirinin ise 5001-7000 TL arasında olduğu, %18,7 oranında katılımcının aylık gelirinin 7001-9001 TL arasında olduğu bulunmuştur.

Seyahat Acenteleriyle İlgili Yaşanan Sorunlar: Aşağıda Tablo 19'da tatil acentelerinden rezervasyon yaptıran ancak tatile gidemeyen katılımcıların seyahat acenteleriyle ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur.

Tablo 19. Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin seyahat acenteleriyle ilgili yaşadığı sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Ödeme şekli	Tamamı önceden ödendi	43	40,2
	Bir kısmı önceden ödendi	32	29,9
	Sadece kapora ödendi	32	29,9
Tatil iptal edilmek istendiğinde	Paranın tamamı geri alındı	41	38,3
	Paranın bir kısmı geri alındı	33	30,8
	Sadece kaparo geri alındı	33	30,8
İstenildiğinde tatil değişikliği	Yapılabildi	54	50,5
	Yapılamadı	53	49,5
Tatil planı değişikliği istendiğinde açık tarihe bilet	Kesildi	60	56,1
	Kesilmedi	47	43,9
Tatil planı değişikliği istendiğinde rota değişikliği	Yapıldı	57	53,3
	Yapılmadı	50	46,7
Ulaşım tarihi istenilen tarihe	Ertelenebildi	56	52,3
	Ertelenemedi	51	47,7
	Ucuzdu	15	14,0
Ulaştırma biletleri	Normaldi	37	34,6
	Kısmen pahalıydı	19	17,8
	Çok pahalıydı	36	33,6
Sigortalı olunmasına rağmen ödeme	Yapıldı	66	61,7
	Yapılmadı	41	38,3
Oyalama - erteleme	Yaşandı	57	53,3
	Yaşanmadı	50	46,7
Rezervasyon değişikliği	Yapıldı	57	53,3
	Yapılmadı	50	46,7
İade hakkında belirsizlik	Yaşandı	54	50,5
	Yaşanmadı	53	49,5
Transfer ücreti iadesi	Yapıldı	56	52,3
	Yapılmadı	51	47,7
Yeni tarihe daha fazla ücret	Çıkarıldı	77	72,0
	Çıkarılmadı	30	28,0
Habersiz rezervasyon iptali	Yapıldı	39	36,4
	Yapılmadı	68	63,6
Parası alındığı halde rezervasyon	Yapıldı	82	76,6
	Yapılmadı	25	23,4

Tablo 19'daki bulgulara göre katılımcıların %40,2'si tatil acentelerinden rezervasyon yaptırdıkları tatiller için paranın tamamını ödemişlerdir. %29,9 oranında katılımcı ise tatil paralarının bir kısmını ödemişlerdir. %29,9 oranında katılımcı ise sadece kaparo ödemiştir. Rezervasyon yapılan tatiller iptal edilmek istendiğinde %38,3 oranında katılımcı ödedikleri paraların tamamını geri alabilmişlerdir. %30,8 oranında katılımcı ödedikleri paraların bir kısmını geri alabilmişlerdir. %30,8 oranında katılımcı ise sadece kaporayı geri alabilmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%50,5) rezervasyon yaptırdıkları tatillerle ilgili istediklerinde değişiklik yapabilmışken katılımcıların kalan yarısı (%49,5) istediklerinde tatil değişikliği yapamamışlardır. Katılımcılar tatil planlarını değiştirmek istediklerinde katılımcıların %56,1'ine açık tarihe bilet kesilirken %43,9'ına açık tarihe bilet kesilmemiştir. Katılımcılar tatil planlarını değiştirmek istediklerinde katılımcıların %53,3'üne rota değişikliği yapılırken %46,7'sine rota değişikliği yapılmamıştır. Katılımcılar tatil planlarını değiştirmek istediklerinde katılımcıların %52,3'üne ulaşım tarihi istenilen tarihe ertelenirken %47,7'sine istenilen tarihe ertelenmemiştir. Katılımcıların %14'ü tarafından yeni ulaştırma biletleri ucuz bulunmuştur. %34,6 oranında katılımcı tarafından yeni ulaştırma biletleri normal bulunmuştur. %17,8 oranında katılımcı tarafından yeni ulaştırma biletleri pahalı bulunurken %33,6 oranında katılımcı tarafından ise ulaştırma biletleri çok pahalı bulunmuştur. Katılımcıların %61,7'si için sigortalı olunmasından dolayı gerekli ödeme yapılırken %38,3'ü için sigortalı olunmasına rağmen gerekli ödeme yapılmamıştır. Katılımcıların %53,3'ü erteleme ve iptal işlemleri sırasında oyalama veya erteleme yaşarlarken %46,7 oranında katılımcı oyalama veya erteleme yaşamamışlardır. Katılımcılar talep ettiklerinde %53,3'ü için rezervasyon değişikliği yapılırken %46,7'si için rezervasyon değişikliği yapılmamıştır. Katılımcıların yarısı (%50,5) iadeler konusunda belirsizlik yaşarlarken diğer yarısı (%49,5) iadeler konusunda belirsizlik yaşamamışlardır. Katılımcıların %52,3'üne transfer ücretleri iade edilirken %47,7'sine transfer ücretleri iade edilmemiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğuna (%72,0) yeni tarih için daha yüksek fiyat çıkartılırken, %28,0 oranında katılımcıya yeni tarih için daha yüksek fiyat çıkartılmamıştır. Katılımcıların %36,4'ünün rezervasyonları habersiz iptal edilirken %63,6 oranında katılımcının rezervasyon iptalleri haberli yapılmıştır.

Katılımcıların %76,6'sinin paraları alınmış ve rezervasyonları yapılmıştır. Ancak %23,4 oranında katılımcının paraları alındığı halde rezervasyonları yapılmamıştır. Bu bulgulara dayanılarak katılımcıların acentelerle ilgili en sık yaşadıkları sorunların ödenen paranın tamamını geri alamama, yeni tarihli tatil için daha yüksek fiyatlar istenmesi, oyalama ve erteleme yaşanması ve iadelerle ilgili belirsizlik yaşanmasıdır.

Aşağıda Tablo 20'de seyahat acenteleriyle ilgili yaşanan sorunların katılımcıların yaşıyla ilgili ilişki analizlerine ilişkin bulgular sunulmuştur.

Ulaştırma Hizmetleri İlgili Yaşanan Sorunlar: Aşağıda Tablo 20'de tatil acentelerinden rezervasyon yaptıran ancak tatile gidemeyen katılımcıların ulaştırma hizmetleriyle ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur.

Tablo 20. Seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin Ulaştırma Hizmetleriyle ilgili yaşadığı sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Habersiz uçak bileti ertelenmesi	Yapıldı	36	33,6
	Yapılmadı	71	66,4
Uçuş için hizmet ve transfer bedeli	Kesildi	47	43,9
	Kesilmedi	60	56,1
İleriki uçuş tarihi için fiyat farkı	Uygulandı	78	72,9
	Uygulanmadı	29	27,1
İki koltuk ücretinin müşteriden tahsilatı	Yapıldı	61	57,0
	Yapılmadı	46	43,0

Tablo 20'teki bulgulara göre katılımcıların %33,6'sının uçak biletleri habersiz olarak ertelenmiş geriye kalan %66,4'ünün ise uçak biletleri habersiz ertelenmemiştir. Katılımcıların %43,9'undan uçuş için hizmet ve transfer bedeli kesilirken katılımcıların %56,1'inden uçuş için hizmet ve transfer bedeli kesilmemiştir. Katılımcıların %72,9'una ileri tarih için fiyat farkı uygulanırken %27,1'ine uygulanmamıştır. Katılımcıların %57'si için iki koltuk ücreti müşteriden tahsil edilirken katılımcıların %43,0'ü için iki koltuk ücreti müşteriden tahsil edilmemiştir. Bu bulgulara göre katılımcıların ulaştırma hizmetleriyle ilgili en sık rastladıkları sorun ileriki bir uçuş tarihi için fiyat farkı uygulanmasıdır.

3.2.3. Covid-19 Sürecinde Otellerden Tatil Rezervasyonu Yapan Ancak Tatile Gidemeyen Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler: Aşağıda Tablo 21’de Covid-19 sürecinde otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bulgular sunulmuştur.

Tablo 21. Otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcılara ait demografik bilgiler

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	71	68,3
	Kadın	33	31,7
Yaş	30 yaş ve altı	67	64,4
	31-40	37	35,6
Medeni durum	Evli	36	34,6
	Bekar	62	59,6
Eğitim durumu	Boşanmış veya Dul	6	5,8
	Lise ve altı	22	21,2
	Ön lisans	25	24,0
	Lisans	50	48,1
Meslek	Yüksek lisans	7	6,7
	Çalışmıyor	18	17,3
	Emekli	2	1,9
	memur	17	16,3
	İşçi	8	7,7
	Özel sektör	48	46,2
	Serbest meslek	7	6,7
	Esnaf	7	1,9
Gelir düzeyi	çiftçi	7	1,9
	5000 TL ve altı	38	36,5
	5001-7000 TL	24	23,1
	7001-9000 TL	18	17,3
	9001-1100 TL	13	12,5
	11001-13000 TL	7	6,7
	13001-15000 TL	2	1,9
15001 TL ve üzeri	2	1,9	

Tablo 21’deki bulgulara göre katılımcıların %68,3’ü erkek ve %31,7’si kadındır. Katılımcıların %64,4’ünün yaşı 30 yaş ve altındadır. Katılımcıların %59,6’sı bekarken %34,6’sı evlidir. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%48,1) lisans mezunu olup; çoğunluğu özel sektör çalışanıdır (%46,2). Katılımcıların yarıdan fazlasının aylık ortalama geliri 7000 TL ve altındadır.

Konaklama İşletmeleriyle İlgili Yaşanan Sorunlar: Aşağıda Tablo 22’de Covid-19 sürecinde otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcıların konaklama işletmeleriyle ilgili yaşadıkları sorunlara ait bulgular sunulmuştur.

Tablo 22. Otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyenlerin Konaklama İşletmeleriyle ilgili yaşadığı sorunlar

Değişkenler	Gruplar	f	%
Tatil iptal edilmek istendiğinde	Paranın tamamı geri alındı	40	38,5
	Paranın bir kısmı geri alındı	17	16,3
	Sadece kaparo geri alındı	47	45,2
Habersiz konaklama iptali	Yapıldı	29	27,9
	Yapılmadı	75	72,1
Para iadesi konusunda belirsizlik	Yaşandı	66	63,5
	Yaşanmadı	38	36,5
Talep üzerine rezervasyon değişikliği	Yapıldı	82	78,8
	Yapılmadı	22	21,2
İleriki bir tarihi için fiyat farkı	Uygulandı	64	61,5
	Uygulanmadı	40	38,5
Rezervasyon değişikliği talep edildiğinde oyalama/erteleme	Yaşandı	70	67,3
	Yaşanmadı	34	32,7
Otel kapandı ancak bilgi verilmedi	Evet	13	12,5
	Hayır	91	87,5
Transfer ücreti iadesi	Yapıldı	36	34,6
	Yapılmadı	14	13,5
	Söz konusu değildi	54	51,9

Tablo 22’deki bulgulara göre katılımcıların %38,5’i tatillerini iptal etmek istediklerinde paralarının tamamını geri almışlardır ve %16,3’ü ise paralarının bir kısmını geri almışlardır. %45,2 oranında katılımcı sadece kaporalarını geri almışlardır. Katılımcıların %27,9’unun konaklamaları kendi bilgileri dışında habersiz şekilde iptal edilmiştir. Katılımcıların %63,5’nin paralarının iadesi konusunda belirsizlik yaşanırken %35,5’inin paralarının iadeleri konusunda belirsizlik yaşanmamıştır. Katılımcıların %78,8’inin talepleri üzerine rezervasyonlarında değişiklik yapılmıştır. Katılımcıların %61,5’ine ileri bir tarih için yaptırdığı rezervasyon için fiyat farkı uygulanırken %38,5 oranında katılımcıya ileri tarihli yaptırdığı rezervasyon için fiyat farkı uygulanmamıştır. Katılımcıların rezervasyon değişikliği talep etmesi üzerine %67,3 oranında katılımcı bir oyalama ve erteleme yaşamıştır. Katılımcıların %12,5’i otelin kapınmış olmasına rağmen kendilerine haber verilmediğini ifade ederken, katılımcıların %87,5’i ise kendilerine haber verildiğini ifade etmişlerdir. Son olarak,

katılımcıların %34,6'sına transfer ücreti iadesi yapılırken %13,5'ine transfer ücreti iadesi yapılmamıştır. %51,9'i için ise transfer ücretinin iadesi söz konusu bile olmamıştır. Araştırmanın bu bulguları değerlendirildiğinde otellerden rezervasyon yaptıran ancak tatil yapamayan katılımcıların en sık karşılaştıkları sorunlar ödenen paranın tamamını geri alamama, rezervasyon değişikliği talep edildiğinde oyalama veya erteleme yaşanması, transfer ücretinin iade edilmemesi, para iadesi konusunda belirsizlik yaşanması ve ileriki tarih için fiyat farkı uygulanmasıdır.

3.2.4. Şikâyet Mercilerine Yapılan Şikâyetlere İlişkin Bulgular

Bu kısımda Covid-19 sürecinde müşterilerin oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında farklı kaynaklara yaptıkları şikâyetlerin analizlerinden elde edilen bulgular sunulmuştur. Aşağıda Tablo 23'de Covid-19 sürecinde müşterilerin oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında yaptıkları şikâyetlerin kaynakları ve her bir kaynağa yapılan şikâyet sayıları hakkındaki bulgular sunulmuştur. Buna göre Covid-19 sürecinde müşteriler oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında 4 farklı kaynağa toplam 1104 şikâyette bulunmuşlardır. Müşteriler en fazla şikâyetvar.com internet portalına şikâyette bulunmuşlardır (%85). Müşteriler daha sonra sırasıyla en fazla İlçe Hakem Heyetine (%7,2), İl Hakem Heyetine (%6,1) ve TÜRSAB'a (%1,4) şikâyette bulunmuşlardır.

Tablo 23. Şikâyet mercilerine yapılan şikâyet sayıları

Şikâyetin Kaynağı	f	%
Şikâyetvar.com	943	85,4
İl Hakem Heyeti	67	6,1
İlçe Hakem Heyeti	79	7,2
TÜRSAB	15	1,4
TOPLAM	1104	100

Aşağıda Tablo 24'te Covid-19 sürecinde müşterilerin oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, seyahat acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında yaptıkları şikâyetlerin türleri ve konusu hakkındaki bulgular sunulmuştur. Tablo 24'deki bulgulara göre Covid-19 sürecinde müşterilerin 4 farklı merciyeye yaptıkları

1104 şikâyetin oteller, tatil köyleri, pansiyonlar; seyahat acenteleri ve uçak ve otobüs ulaştırma araçları gibi 3 farklı konuda ve 25 farklı türde olduğu bulunmuştur.

Tablo 24. Şikâyet mercilerine yapılan şikâyetin türü ve konusu

Şikâyetin Türü	Şikâyetin Konusu			Toplam	
	Otel/Tatil Köyü/Pansiyon	Seyahat Acentesi	Uçak/Otobüs	f	%
Para iade edilmemesi	210	266	10	486	44,0
Muhatap bulamama	26	55	4	85	7,7
Kaporanın iade edilmemesi	53	30	0	83	7,6
Zorunlu iptal	2	50	1	53	4,8
Ayıplı hizmet	26	20	3	49	4,4
Planlanan otelde kalamama	10	22	0	32	2,9
İptal yapılmaması	8	22	0	30	2,7
Sigortalı olunmasına rağmen ödeme yapılmaması	0	28	0	28	2,5
Oyalama / erteleme	1	26	0	27	2,5
Rezervasyon değişikliği yapılmaması	0	24	1	25	2,3
Az personel kötü hizmet	24	0	0	24	2,2
İlgisizlik	8	16	0	24	2,2
İade hakkında belirsizlik	0	16	1	17	1,5
Zorla tarih değişikliği	4	11	2	17	1,5
Zorla seyahat rotası değişikliği	0	16	0	16	1,5
Vize randevu verilmemesi	0	12	0	12	1,1
Acentenin oteli bahane etmesi	0	11	0	11	1,0
Eksik bilgilendirme	0	11	0	11	1,0
Fiyat dengesizliği	0	11	0	11	1,0
Para alıp bilet verilmemesi	0	11	0	11	1,0
Yeni tarihe fiyat farkı çıkartılması	0	11	0	11	1,0
Atanamayan randevu talebi	10	0	0	10	0,9
Para alıp rezervasyon yapmama	0	10	0	10	0,9
İptal ile ilgili belirsizlik	0	8	0	8	0,7
Diğer	0	9	4	13	1,2
Toplam	382	696	26	1104	100

Müşterilerin yaptığı 1104 şikâyetin yarısından fazlası (696) seyahat acenteleri konuludur. 382 şikâyet oteller, tatil köyler, pansiyonlar konulu iken 26 şikâyet uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları konuludur. Müşterilerin yaptığı 1104 şikâyetin türlerine bakıldığında şikâyetlerin yarısına yakınının (%44,0) para iadesi yapılmaması hakkında olduğu görülmektedir. Daha sonra müşterilerin en fazla muhatap bulamama (%7,7), kaporanın iade edilmemesi (%7,6), zorunlu iptaller (%4,8), ayıplı hizmet (%4,4), planlanan otelde kalamama (%2,9), iptal yapılmaması (%2,7), sigortalı olunmasına rağmen ödeme yapılmaması (%2,5), oyalama/erteleme (%2,5), rezervasyon değişikliği yapılmaması (%2,3), az personel ve kötü hizmet (%2,2) ve ilgisizlik (%2,2) türlerinde şikâyette buldukları bulunmuştur.

3.3. Hipotez Testleri ve Sonuçları

A- Covid-19 sürecinde TATİLE GİDEN turistlerin konaklama işletmelerinde karşılaştıkları sorunlara (Oda ve Kat Hizmetleri-OKHS, Yiyecek-İçecek Hizmetleri-YIHS, Otelin Diğer Hizmet Alanları Sorunlar-ODHAS) ilişkin kurulan hipotezler ve ilgili test istatistikleri aşağıda açıklanmaktadır.

Turistlerin yaşadığı sorunların Demografik Özelliklere göre grup ortalamaları arasında farklılık gösterip-göstermediği ikili gruplarda t testi iki ve daha fazla gruplarda ANOVA yapılarak test edilmiştir.

1. Cinsiyete Göre Farklılık

Tablo A1: Cinsiyet t-testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
OKHS PUAN	Erkek	63	1,89	0,29	-0,32	0,75
	Kadın	40	1,90	0,31		
YIHS PUAN	Erkek	63	1,79	0,47	0,67	0,51
	Kadın	40	1,79	0,39		
ODHAS PUAN	Erkek	63	1,64	0,37	-0,30	0,77
	Kadın	40	1,70	0,29		

Tablo A1'e göre, oda ve kat hizmetlerinde karşılaşılan sorunların (OKHS) ($p=0.75>0.05$), yiyecek içecek hizmetlerinde karşılaşılan sorunların (YIHS) ($p=0.51>0.05$) ve otelin diğer hizmet alanları ile ilgili karşılaşılan sorunların (ODHAS) ($p=0.77>0.05$) ortalamalarının müşterilerin cinsiyetlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir ($p>=0.05$). Dolayısıyla H_1 , H_{10} ve H_{19} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

2. Yaşa Göre Farklılık

Tablo A2: Yaş değişkenine göre t testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
OKHS_Puan	30 yaş ve alt	63	1,91	0,28	1050,00	0,30
	31-40	40	1,87	0,32		
YIHS_Puan	30 yaş ve alt	63	1,79	0,46	0,27	0,79
	31-40	40	1,79	0,40		
DHAS_Puan	30 yaş ve alt	63	1,67	0,39	0,62	0,54
	31-40	40	1,65	0,25		

Araştırmada yaş değişkeni 30 yaş ve alt ile 31-40 yaş olmak üzere ikili kategori olarak ele almıştır. Bu doğrultuda Tablo A2'ye göre, oda ve kat hizmetlerinde karşılaşılan sorunların (OKHS) ($p=0.30>0.05$), yiyecek içecek hizmetlerinde karşılaşılan sorunların (YIHS) ($p=0.79>0.05$) ve otelin diğer hizmet alanları ile ilgili karşılaşılan sorunların (ODHAS) ($p=0.54>0.05$) ortalamalarının müşterilerin yaşlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_2 , H_{11} ve H_{20} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

3. Medeni Duruma Göre Farklılık

Tablo A3: Medeni Duruma Göre ANOVA sonuçları

	MEDENİ DURUM	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	Evli	39	1,87	0,33	1875,00	0,16
	Bekar	60	1,92	0,28		
	Boşanmış/Dul	4	1,78	0,12		
	Toplam	103	1,90	0,30		
YIHS_PUAN	Evli	39	1,75	0,47	1103,00	0,33
	Bekar	60	1,82	0,44		
	Boşanmış/Dul	4	1,70	0,18		
	Toplam	103	1,79	0,44		
DHAS_PUAN	Evli	39	1,69	0,29	0,11	0,90
	Bekar	60	1,64	0,38		
	Boşanmış/Dul	4	1,63	0,14		
	Toplam	103	1,66	0,34		

Tablo A3 incelendiğinde OKHS ($p=0.16>0.05$), YIHS ($p=0.33>0.05$) ve ODHAS ($p=0.90>0.05$) ortalamalarının müşterilerin medeni durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_3 , H_{12} ve H_{21} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

4. Eğitime göre farklılık

Tablo A4 incelendiğinde OKHS ($p=0.40>0.05$) ve ODHAS ($p=0.07>0.05$) ortalamalarının müşterilerin eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. YIHS ($p=0.02<0.05$) ortalamalarının ise müşterilerin eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo A4: Eğitim- ANOVA sonuçları

	EĞİTİM	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	Lise ve altı	15	1,85	.23701	1011,00	0.40
	Önlisans	15	1,84	.31857		
	Lisans	60	1,91	.32576		
	Yüksek lisans	11	1,92	.23896		
	Doktora	2	2,00	.00000		
	Toplam	103	1,90	0,30		
YIHS_PUAN	Lise ve altı	15	1,58	0,34	2881,00	0,02*
	Önlisans	15	1,78	0,30		
	Lisans	60	1,86	0,44		
	Yüksek lisans	11	1,77	0,64		
	Doktora	2	1,35	0,21		
	Toplam	103	1,79	0,44		
DHAS_PUAN	Lise ve altı	15	1,62	0,29	2198,00	0,07
	Önlisans	15	1,61	0,43		
	Lisans	60	1,68	0,34		
	Yüksek lisans	11	1,74	0,26		
	Doktora	2	1,25	0,35		
	Toplam	103	1,66	0,34		

*P<0.05

Elde edilen sonuçlara göre H_4 ve H_{22} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilirken H_{13} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (YIHS Levene Statistics: 5.259; $p=0.000<0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tamhane's T2 testi seçilmiştir.

Yiyecek içecek hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların eğitim durumuna göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tamhane T2 post hoc testi sonucunda (Tablo A4₁), Lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olan katılımcılar ($\bar{X}=1,86$) ile lise ve altı düzeyde eğitim durumuna sahip katılımcılar ($\bar{X}=1,58$) arasında lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.31; $p=0.01<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani lisans düzeyindeki katılımcıların sorunlara ilişkin ortalamaları daha yüksek olduğu için yiyecek-içecek hizmetleriyle alakalı olarak diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır. Diğer eğitim durumlarının arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo A4₁: Post Hoc- Eğitim

	(I) Eğitim	(J) Eğitim	Ort fark (I-J)	Std, Hata	Anlamlılık (p)
YIHS_PUAN	Lise ve Altı	Önlisans	-0,25	0,10	0,15
		Lisans	-,31*	0,08	0,01
		Yüksek lisans	-0,28	0,15	0,49
	Önlisans	Doktora	0,25	0,12	0,68
		Lise ve altı	0,25	0,10	0,15
		Lisans	-0,06	0,08	1,00
	Lisans	Yüksek lisans	-0,04	0,15	1000,00
		Doktora	0,49	0,12	0,13
		Lise ve altı	,31*	0,08	0,01
	Yüksek Lisans	Önlisans	0,06	0,08	1,00
		Yüksek lisans	0,03	0,14	1000,00
		Doktora	0,56	0,11	0,15
	Doktora	Lise ve altı	0,28	0,15	0,49
		Önlisans	0,04	0,15	1000,00
		Lisans	-0,03	0,14	1000,00
	Lise ve Altı	Doktora	0,53	0,16	0,07
Lise ve altı		-0,25	0,12	0,68	
Önlisans		-0,49	0,12	0,13	
Lise ve Altı	Lisans	-0,56	0,11	0,15	
	Yüksek lisans	-0,53	0,16	0,07	

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir.

5. Mesleğe Göre Farklılık

Tablo A5 incelendiğinde OKHS ($p=0.32>0.05$) ve YIHS ($p=0.81>0.05$) ortalamalarının müşterilerin mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. ODHAS ($p=0.02<0.05$) ortalamalarının ise müşterilerin mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_5 ve H_{14} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilirken H_{23} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu sonucuna varılmıştır (ODHAS Levene Statistics: 1.129; $p=0.347>0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo A5: Meslek-ANOVA sonuçları

	MESLEK	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	Çalışmıyor	15	1,95	0,22	1171,00	0,32
	Emekli	2	1,75	0,18		
	Memur	15	1,78	0,40		
	İşçi	4	1,72	0,19		
	Özsektör	58	1,92	0,31		
	Serbest meslek	7	1,95	0,19		
	Esnaf	1	2,00			
	Çiftçi	1	1,88			
	Toplam	103	1,90	0,30		
	YIHS_PUAN	Çalışmıyor	15	1,72		
Emekli		2	1,65	0,07		
Memur		15	1,85	0,47		
İşçi		4	1,73	0,35		
Özsektör		58	1,82	0,41		
Serbest meslek		7	1,66	0,45		
Esnaf		1	1,80			
Çiftçi		1	1,50			
Toplam		103	1,79	0,44		
ODHAS_PUAN		Çalışmıyor	15	1,46	0,39	2406,00
	Emekli	2	1,69	0,27		
	Memur	15	1,71	0,29		
	İşçi	4	1,97	0,21		
	Özsektör	58	1,67	0,34		
	Serbest meslek	7	1,79	0,34		
	Esnaf	1	1,75			
	Çiftçi	1	1,50			
	Toplam	103	1,66	0,34		

Otelin diğer hizmet alanlar ile ilgili yaşanan sorunların (ODHAS) müşterilerin mesleklerine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo A5₁), çalışmayan katılımcılar ($X= 1,46$) ile işçi olarak çalışan katılımcılar ($X= 1,97$) arasında işçi olarak çalışan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.55; $p=0.02<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani işçilerin Otelin diğer hizmet alanları ile ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları daha yüksek olduğu için diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır. Diğer meslekler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo A51: Post Hoc-Meslek

(I) Meslek	(J) Meslek	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık (p)	
ODHAS_PUAN	Emekli	-0,21	0,25	0,99	
	Memur	-0,22	0,09	0,24	
	İşçi	-,55*	0,16	0,02	
	Çalışmıyor	Özel Sektör	-0,20	0,07	0,12
		Serbest Mes.	-0,31	0,11	0,11
		Esnaf	-0,27	0,25	0,96
		Çiftçi	-0,02	0,25	1000,00
		Çalışmıyor	0,21	0,25	0,99
	Emekli	Memur	-0,01	0,25	1000,00
		İşçi	-0,34	0,28	0,93
		Özel Sektör	0,01	0,24	1000,00
		Serbest Mes.	-0,10	0,26	1000,00
		Esnaf	-0,06	0,34	1000,00
		Çiftçi	0,19	0,34	1,00
	Memur	Çalışmıyor	0,22	0,09	0,24
		Emekli	0,01	0,25	1000,00
		İşçi	-0,33	0,16	0,50
		Özel Sektör	0,02	0,07	1000,00
		Serbest Mes.	-0,09	0,11	0,99
Esnaf		-0,05	0,25	1000,00	
Çiftçi		0,20	0,25	0,99	
Çalışmıyor		,55*	0,16	0,02	
İşçi	Emekli	0,34	0,28	0,93	
	Memur	0,33	0,16	0,50	
	Özel Sektör	0,35	0,15	0,33	
	Serbest Mes.	0,24	0,18	0,88	
	Esnaf	0,28	0,28	0,98	
	Çiftçi	0,53	0,28	0,58	
	Çalışmıyor	0,20	0,07	0,12	
	Emekli	-0,01	0,24	1000,00	
Özel sektör	Memur	-0,02	0,07	1000,00	
	İşçi	-0,35	0,15	0,33	
	Serbest Mes.	-0,11	0,10	0,95	
	Esnaf	-0,07	0,24	1000,00	
	Çiftçi	0,18	0,24	1,00	
	Çalışmıyor	0,31	0,11	0,11	
Serbest meslek	Emekli	0,10	0,26	1000,00	
	Memur	0,09	0,11	0,99	
	İşçi	-0,24	0,18	0,88	
	Özel Sektör	0,11	0,10	0,95	
	Esnaf	0,04	0,26	1000,00	
	Çiftçi	0,29	0,26	0,95	
Esnaf	Çalışmıyor	0,27	0,25	0,96	
	Emekli	0,06	0,34	1000,00	
	Memur	0,05	0,25	1000,00	
	İşçi	-0,28	0,28	0,98	
	Özel Sektör	0,07	0,24	1000,00	
	Serbest Mes.	-0,04	0,26	1000,00	
	Çiftçi	0,25	0,34	1,00	
	Çalışmıyor	0,02	0,25	1000,00	
Çiftçi	Emekli	-0,19	0,34	1,00	
	Memur	-0,20	0,25	0,99	
	İşçi	-0,53	0,28	0,58	
	Özel Sektör	-0,18	0,24	1,00	
	Serbest Mes.	-0,29	0,26	0,95	
	Esnaf	-0,25	0,34	1,00	

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir.

6. Aylık Ortalama Gelire Göre Farklılık

Tablo A6: Aylık gelir ANOVA sonuçları

	AYLIK GELİR	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	5000 TL ve altı	32	1,95	0,28	2954,00	0,01
	5001-7000 TL	24	1,89	0,34		
	7001-9000 TL	19	1,90	0,30		
	9001-11000 TL	6	1,68	0,36		
	11001-13000 TL	6	1,94	0,11		
	13001-15000 TL	6	1,65	0,37		
	15001 TL ve üzeri	10	2,00	0,17		
	Total	103	1,90	0,30		
YIHS_PUAN	5000 TL ve altı	32	1,70	0,42	5014,00	<,001
	5001-7000 TL	24	1,84	0,39		
	7001-9000 TL	19	1,97	0,47		
	9001-11000 TL	6	1,76	0,39		
	11001-13000 TL	6	1,93	0,73		
	13001-15000 TL	6	1,93	0,12		
	15001 TL ve üzeri	10	1,44	0,31		
	Total	103	1,79	0,44		
DHAS_PUAN	5000 TL ve altı	32	1,59	0,39	1603,00	0,15
	5001-7000 TL	24	1,79	0,30		
	7001-9000 TL	19	1,72	0,32		
	9001-11000 TL	6	1,63	0,25		
	11001-13000 TL	6	1,58	0,31		
	13001-15000 TL	6	1,66	0,26		
	1500 TL ve üzeri	10	1,54	0,40		
	Total	103	1,66	0,34		

Tablo A6 incelendiğinde OKHS ($p=0.01<0.05$) ve YIHS ($p=0.001<0.05$) ortalamalarının müşterilerin aylık gelirlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri tespit edilmiştir. Diğer taraftan ODHAS ($p=0.15>0.05$) ortalamalarının ise müşterilerin aylık ortalama gelirlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermediği gözlenmiştir. Dolayısıyla H_6 ve H_{15} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilirken H_{24} hipotezi reddedilmiştir. Hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu sonucuna varılmıştır (OKHS Levene Statistics: 1.596; $p=0.151>0.05$, YIHS Levene Statistics: 1.527; $p=0.172>0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo A61: Post Hoc- Aylık Gelir

	(I) Aylık Ortalama Gelir	(J) Aylık Ortalama Gelir	Ort fark (I-J)	Std, Hata	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	5000 TL ve altı	5001-7000 TL	0,08	0,06	0,78
		7001-9000 TL	-0,01	0,06	1000,00
		9001-1100 TL	0,25	0,10	0,18
		1101-1300 TL	0,06	0,09	1,00
		1301-1500 TL	,29*	0,09	0,04
	5001-7000 TL	1501 TL ve üzeri	-0,02	0,07	1000,00
		5000 TL ve altı	-0,08	0,06	0,78
		7001-9000 TL	-0,09	0,06	0,75
		9001-11000 TL	0,17	0,10	0,64
		11001-13000 TL	-0,02	0,09	1000,00
	7001-9000 TL	13001-1500 TL	0,21	0,10	0,31
		15001 TL ve üzeri	-0,10	0,07	0,82
		5000 TL ve altı	0,01	0,06	1000,00
		5001-7000 TL	0,09	0,06	0,75
		9001-11000 TL	0,27	0,11	0,17
	9001-11000 TL	11001-13000 TL	0,07	0,09	0,99
		13001-15000 TL	,30*	0,10	0,04
		15001 TL ve üzeri	-0,01	0,08	1000,00
		5000 TL ve altı	-0,25	0,10	0,18
		5001-7000 TL	-0,17	0,10	0,64
11001-13000 TL	7001-9000 TL	-0,27	0,11	0,17	
	11001-13000 TL	-0,20	0,13	0,71	
	13001-15000 TL	0,03	0,13	1000,00	
	15001 TL ve üzeri	-0,27	0,11	0,20	
	5000 TL ve altı	-0,06	0,09	1,00	
1301-15000 TL	5001-7000 TL	0,02	0,09	1000,00	
	7001-9000 TL	-0,07	0,09	0,99	
	9001-11000 TL	0,20	0,13	0,71	
	13001-15000 TL	0,23	0,12	0,45	
	15001 TL ve üzeri	-0,07	0,10	0,99	
15001 TL ve üzeri	5000 TL ve altı	-,29*	0,09	0,04	
	5001-7000tl	-0,21	0,10	0,31	
	7001-9000tl	-,30*	0,10	0,04	
	9001-11000 TL	-0,03	0,13	1000,00	
	11001-13000tl TL	-0,23	0,12	0,45	
YIHS_PUAN	15001 TL ve üzeri	-0,31	0,10	0,06	
	5000 TL ve altı	0,02	0,07	1000,00	
	5001-7000 TL	0,10	0,07	0,82	
	7001-9000 TL	0,01	0,08	1000,00	
	9001-11000 TL TL	0,27	0,11	0,20	
5000 TL ve altı	11001-13000 TL	0,07	0,10	0,99	
	13001-15000	0,31	0,10	0,06	
	5001-7000tl	-0,10	0,09	0,92	
	7001-9000tl	-,33*	0,10	0,01	
	9001-11000 TL	0,05	0,17	1000,00	
5001-7000 TL	11001-13000 TL	-0,16	0,15	0,93	
	13001-15000 TL	-0,20	0,15	0,83	
	15001 TL ve üzeri	0,30	0,11	0,12	
	5000 TL ve altı	0,10	0,09	0,92	
	7001-9000 TL	-0,23	0,10	0,27	
	9001-11000 TL	0,15	0,17	0,98	

	11001-13000 TL	-0,06	0,15	1000,00
	13001-15000 TL	-0,10	0,16	1,00
	15001 TL ve üzeri	,40*	0,12	0,02
	5000 TL ve altı	,3*	0,10	0,01
7001-9000 TL	5001-7000 TL	0,23	0,10	0,27
	9001-11000 TL	0,38	0,17	0,32
	11001-13000 TL	0,17	0,15	0,92
	13001-15000 TL	0,13	0,16	0,98
	15001 TL ve üzeri	,63*	0,12	<,001
9001-11000 TL	5000 TL ve altı	-0,05	0,17	1000,00
	5001-7000 TL	-0,15	0,17	0,98
	7001-9000 TL	-0,38	0,17	0,32
	11001-13000 TL	-0,21	0,21	0,95
	13001-15000 TL	-0,25	0,21	0,90
	15001 TL ve üzeri	0,25	0,18	0,81
11001-13000 TL	5000 TL ve altı	0,16	0,15	0,93
	5001-7000 TL	0,06	0,15	1000,00
	7001-9000 TL	-0,17	0,15	0,92
	9001-11000 TL	0,21	0,21	0,95
	1301-15000 TL	-0,04	0,19	1000,00
	15001 TL ve üzeri	0,46	0,17	0,08
13001-15000 TL	5000 TL ve altı	0,20	0,15	0,83
	5001-7000 TL	0,10	0,16	1,00
	7001-9000 TL	-0,13	0,16	0,98
	9001-11000 TL	0,25	0,21	0,90
	11001-13000 TL	0,04	0,19	1000,00
	15001 TL ve üzeri	0,50	0,17	0,05
15001 TL ve üzeri	5000 TL ve altı	-0,30	0,11	0,12
	5001-7000 TL	-,40*	0,12	0,02
	7001-9000 TL	-,63*	0,12	<,001
	9001-11000 TL	-0,25	0,18	0,81
	11001-13000 TL	-0,46	0,17	0,08
	13001-15000 TL	-0,50	0,17	0,05

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir.

Oda ve kat hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların müşterilerin aylık ortalama gelirlerine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo A6₁), 5000 TL ve altı aylık ortalama geliri olan katılımcılar ($\bar{X}=1,95$) ile 13001-15000 TL aylık geliri olan katılımcılar ($\bar{x}=1,65$) arasında 5000 TL ve altı geliri olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.29; $p=0.04<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 5000 TL ve altı aylık ortalama geliri olan katılımcıların oda ve kat hizmetleri ile ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları daha yüksek olduğu için diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır.

Diğer taraftan 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcılar ($\bar{x} = 1,90$) ile aylık ortalama geliri 13001-15000 TL olan katılımcılar ($\bar{x} = 1,65$) arasında, 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark=0.30; $p=0.04 < 0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcılar oda ve kat hizmetleri ile ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları daha yüksek olduğu için diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır. Yani gelir seviyesi daha düşük olan katılımcılar oda ve kat hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır.

Yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların (YIHS) müşterilerin aylık ortalama gelirlerine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda 5000 TL ve altı aylık ortalama geliri olan katılımcılar ($\bar{X}=1,70$) ile 7001-9000 TL aylık geliri olan katılımcılar ($\bar{x} = 1,97$) arasında 7001-9000 TL geliri olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark=0.33; $p=0.01 < 0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcıların Yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları daha fazla olduğu için diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır. Yani gelir seviyesi daha fazla olan katılımcılar Yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır.

7. Tesis Türüne Göre Farklılık

Tablo A7 incelendiğinde YIHS ($p=0.062 > 0.05$) ve ODHAS ($p=0.261 > 0.05$) ortalamalarının konaklama tesisi türüne göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. OKHS ($p=0.043 < 0.05$) ortalamalarının ise müşterilerin konakladıkları tesislerin türüne göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_{16} ve H_{25} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilirken H_7 hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olduğu belirlenmiştir (OKHS Levene Statistics: 1.102; $p=0.364 > 0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo A7: Tesis türü ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	Şehir oteli	24	1,92	.272	2.050	.043
	Resort otel	40	1,90	.291		
	Butik otel	17	1,81	.407		
	Kamp veya çadır	5	2,07	.243		
	Bungalov	5	1,97	.285		
	Apart	2	1,92	.106		
	Tatil köyü	4	1,90	.119		
	Pansiyon	5	1,68	.272		
	Yat seyahati	1	2,00	.		
	Toplam	103	1,90	.299		
YIHS_PUAN	Şehir oteli	24	1,70	.404	1.904	.062
	Resort otel	40	1,75	.471		
	Butik otel	17	1,93	.405		
	Kamp veya çadır	5	1,64	.568		
	Bungalov	5	1,97	.188		
	Apart	2	1,94	.193		
	Tatil köyü	4	1,95	.580		
	Pansiyon	5	1,92	.414		
	Yat seyahati	1	1,2	.		
	Toplam	103	1,79	.439		
DHAS_PUAN	Şehir oteli	24	1,55	.340	1.271	.261
	Resort otel	40	1,69	.344		
	Butik otel	17	1,66	.335		
	Kamp veya çadır	5	1,57	.359		
	Bungalov	5	1,72	.162		
	Apart	2	1,56	.265		
	Tatil köyü	4	1,90	.437		
	Pansiyon	5	1,85	.409		
	Yat seyahati	1	1,50	.		
	Toplam	103	1,66	.341		

Oda ve kat hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların müşterilerin kaldığı tesis türüne göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo A7₁) şehir otelinde kalanların ($\bar{x}=1,92$) ile pansiyonda kalan müşterilerin ($\bar{x} =1,68$) arasında şehir otelinde kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.36065; $p=0.036<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani şehir otelinde kalanların oda ve kat hizmetlerine ilişkin yaşadığı sorunların ortalamaları pansiyonda kalanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla şehir otelinde kalanlar söz konusu sorunları daha çok yaşamışlardır.

Tablo A71: Post-Hoc-Tesis Türü

	(I) Hangi konaklama tesisinde kaldınız?	(J) Tesisi türü	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık (p)
OKHS _PUAN	Şehir oteli	Resort otel	-.01952	.05226	1.000
		Butik otel	.07107	.06495	.974
		Kamp veya çadır	-.12943	.09959	.930
		Bungalov	-.00721	.09535	1.000
		Apart	.01804	.16264	1.000
		Tatil köyü	.03922	.11082	1.000
		Pansiyon	.36065*	.11082	.036
		Yat seyahati	-.03221	.19710	1.000
		Resort otel	Şehir oteli	.01952	.05226
	Butik otel	.09060	.06036	.854	
	Kamp veya çadır	-.10990	.09666	.968	
	Bungalov	.01232	.09229	1.000	
	Apart	.03756	.16086	1.000	
	Tatil köyü	.05875	.10819	1.000	
	Pansiyon	.38018*	.10819	.016	
	Yat seyahati	-.01268	.19564	1.000	
	Butik otel	Şehir oteli	-.07107	.06495	.974
	Resort otel	-.09060	.06036	.854	
	Kamp veya çadır	-.20050	.10407	.596	
	Bungalov	-.07828	.10002	.997	
	Apart	-.05303	.16542	1.000	
	Tatil köyü	-.03185	.11486	1.000	
	Pansiyon	.28958	.11486	.229	
	Yat seyahati	-.10328	.19940	1.000	
	Kamp veya çadır	Şehir oteli	.12943	.09959	.930
	Resort otel	.10990	.09666	.968	
	Butik otel	.20050	.10407	.596	
	Bungalov	.12222	.12532	.988	
	Apart	.14747	.18183	.996	
	Tatil köyü	.16865	.13745	.949	
	Pansiyon	.49008*	.13745	.014	
	Yat seyahati	.09722	.21322	1.000	
	Bungalov	Şehir oteli	.00721	.09535	1.000
	Resort otel	-.01232	.09229	1.000	
	Butik otel	.07828	.10002	.997	
	Kamp veya çadır	-.12222	.12532	.988	
	Apart	.02525	.17954	1.000	
	Tatil köyü	.04643	.13441	1.000	
	Pansiyon	.36786	.13441	.143	
	Yat seyahati	-.02500	.21127	1.000	
	Apart	Şehir oteli	-.01804	.16264	1.000
	Resort otel	-.03756	.16086	1.000	
	Butik otel	.05303	.16542	1.000	
	Kamp veya çadır	-.14747	.18183	.996	
	Bungalov	-.02525	.17954	1.000	
	Tatil köyü	.02118	.18821	1.000	
	Pansiyon	.34261	.18821	.669	
Yat seyahati	-.05025	.24898	1.000		
Tatil köyü	Şehir oteli	-.03922	.11082	1.000	
Resort otel	-.05875	.10819	1.000		
Butik otel	.03185	.11486	1.000		

		Kamp veya çadır	-.16865	.13745	.949
		Bungalov	-.04643	.13441	1.000
		Apart	-.02118	.18821	1.000
		Pansiyon	.32143	.14579	.407
		Yat seyahati	-.07143	.21868	1.000
	Pansiyon	Şehir oteli	-.36065*	.11082	.036
	Pansiyon	Resort otel	-.38018*	.10819	.016
	Pansiyon	Butik otel	-.28958	.11486	.229
	Pansiyon	Kamp veya çadır	-.49008*	.13745	.014
	Pansiyon	Bungalov	-.36786	.13441	.143
	Pansiyon	Apart	-.34261	.18821	.669
	Pansiyon	Tatil köyü	-.32143	.14579	.407
	Pansiyon	Yat seyahati	-.39286	.21868	.684
	Yat seyahati	Şehir oteli	.03221	.19710	1.000
	Yat seyahati	Resort otel	.01268	.19564	1.000
	Yat seyahati	Butik otel	.10328	.19940	1.000
	Yat seyahati	Kamp veya çadır	-.09722	.21322	1.000
	Yat seyahati	Bungalov	.02500	.21127	1.000
	Yat seyahati	Apart	.05025	.24898	1.000
	Yat seyahati	Tatil köyü	.07143	.21868	1.000
	Yat seyahati	Pansiyon	.39286	.21868	.684
*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir.					

Aynı şekilde resort otelde kalanlar ($\bar{x}=1,90$) ile pansiyonda kalan müşterilerin ($X=1,68$) arasında şehir otelinde kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.38018; $p=0.016<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani resort otelde kalanların oda ve kat hizmetlerine ilişkin yaşadığı sorunların ortalamaları pansiyonda kalanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla resort otelde kalanlar söz konusu sorunları daha çok yaşamışlardır. Aynı şekilde kamp ve çadırda kalanlar ($\bar{x}=2,07$) ile pansiyonda kalan müşteriler ($\bar{x}=1,68$) arasında kamp ve çadırda kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.49008; $p=0.014<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda kamp ve çadırları tercih edenler pansiyonda kalanlara göre bu tür hizmetlerden daha fazla yoksun kalmışlardır.

8. Tatil Türüne Göre Farklılık

Tablo A8 incelendiğinde OKHS ($p=0.099>0.05$), YIHS ($p=0.053>0.05$) ve ODHAS ($p=0.108>0.05$) ortalamalarının tatil türüne durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_8 , H_{17} ve H_{26} hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

Tablo A8: Tatil Türü-ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	Deniz kum	76	18.619	.31902	1.887	.099
	Kış tatili	8	19.375	.13363		
	Yat tatili	6	19.792	.25516		
	Kültür turizmi	11	20.568	.25226		
	Termal tatil	1	18.750	.		
	Eko turizm	1	20.000	.		
	Toplam	103	18.969	.29966		
YIHS_PUAN	Deniz kum	76	17.619	.42014	2.235	.053
	Kış tatili	8	16.954	.28128		
	Yat tatili	6	20.000	.81240		
	Kültür turizmi	11	19.427	.42811		
	Termal tatil	1	19.000	.		
	Eko turizm	1	14.000	.		
	Toplam	103	17.878	.43994		
DHAS_PUAN	Deniz kum	76	16.782	.33747	1.837	.108
	Kış tatili	8	14.844	.22597		
	Yat tatili	6	15.208	.48358		
	Kültür turizmi	11	17.681	.35780		
	Termal tatil	1	15.000	.		
	Eko turizm	1	16.250	.		
	Toplam	103	16.613	.34144		

9. Geceleme Sayısına Göre Farklılık

Tablo A9: Geceleme Sayısı ANOVA sonuçları

		N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OKHS_PUAN	3 ve daha az	31	19.685	.30054	2.965	.021
	4 gece	37	18.677	.25125		
	5 gece	13	18.462	.43944		
	6 gece	5	17.250	.24044		
	7 gece ve daha çok	17	19.191	.27930		
	Total	103	18.969	.29966		
YIHS_PUAN	3 ve daha az	31	18.848	.49484	7.112	.001
	4 gece	37	18.516	.35584		
	5 gece	13	16.568	.54568		
	6 gece	5	19.400	.08944		
	7 gece ve daha çok	17	15.273	.37887		
	Total	103	17.878	.43994		
ODHAS_PUAN	3 gece ve daha az	31	16.041	.29260	2.523	.043
	4 gece	37	17.568	.35471		
	5 gece	13	15.397	.33161		
	6 gece	5	17.500	.19764		
	7 gece ve daha çok	17	16.250	.40505		
	Total	103	16.613	.34144		

Tablo A9 incelendiğinde OKHS ($p=0.021<0.05$), YIHS ($p=0.001<0.05$) ve ODHAS ($p=0.043<0.05$) ortalamalarının konaklama yapılan gün sayısına göre

istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H₉, H₁₈ ve H₂₇ hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre OKHS ve ODHAS'ın varyansların eşit olduğu sonucuna varılmıştır (OKHS Levene Statistics: 1.308; p=0.269>0.05, DHAS Levene Statistics: 1.539; p=0.193>0.05). YIHS için ise varyansların eşit olmadığı sonucuna varılmıştır (YIHS Levene Statistics: 3.460; p=0.009<0.05). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken OKHS için Tukey testi, DHAS için LSD testi (Tukey testi yapıldığında ODHAS için farklılıklar tam olarak tespit edilemediği için DHAS için daha hassas ölçüm yapan LSD testi kullanılmıştır) ve YIHS için Tamhane's T2 testi seçilmiştir.

Tablo A9₁: Post-Hoc-Geceleme Sayısı

		(I) Kaç gece konakladınız?	(J) Kaç gece konakladınız?	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Sig.
OKHS_PUAN	Tukey HSD	3 gece ve daha az	4 gece	.13749*	.04988	.050
			5 gece	.06525	.06714	.868
			6 gece	.30347	.11704	.076
			7 gece ve daha çok	.07170	.05997	.754
		4 gece	3 ve daha az	-.13749*	.04988	.050
			5 gece	-.07224	.06683	.816
			6 gece	.16598	.11686	.615
			7 gece ve daha çok	-.06579	.05962	.805
		5 gece	3 ve daha az	-.06525	.06714	.868
			4 gece	.07224	.06683	.816
			6 gece	.23822	.12521	.320
			7 gece ve daha çok	.00645	.07467	1.000
		6 gece	3 ve daha az	-.30347	.11704	.076
			4 gece	-.16598	.11686	.615
			5 gece	-.23822	.12521	.320
			7 gece ve daha çok	-.23177	.12151	.317
		7 gece ve daha çok	3 ve daha az	-.07170	.05997	.754
			4 gece	.06579	.05962	.805
			5 gece	-.00645	.07467	1.000
			6 gece	.23177	.12151	.317
		YIHS_PUAN	Tamhane	3 gece ve daha az	4 gece	.08996
5 gece	.35187				.13375	.117
6 gece	-.01144				.07828	1.000
7 gece ve daha çok	.45439*				.09270	<.001
4 gece	3 ve daha az			-.08996	.08195	.960
	5 gece			.26191	.12611	.379
	6 gece			-.10140	.06437	.747
	7 gece ve daha çok			.36443*	.08129	<.001
5 gece	3 ve daha az			-.35187	.13375	.117
	4 gece			-.26191	.12611	.379
	6 gece			-.36331	.12376	.066
	7 gece ve daha çok			.10252	.13334	.997
6 gece	3 ve daha az			.01144	.07828	1.000
	4 gece			.10140	.06437	.747
	5 gece			.36331	.12376	.066
	7 gece ve daha çok			.46583*	.07759	<.001
7 gece ve daha çok	3 ve daha az			-.45439*	.09270	<.001
	4 gece			-.36443*	.08129	<.001
	5 gece			-.10252	.13334	.997
	6 gece			-.46583*	.07759	<.001

ODHAS_ PUAN	LSD					
	3 gece ve daha az	4 gece	-.13674*	.06236	.030	
		5 gece	.08888	.08395	.291	
		6 gece	-.09542	.14634	.515	
		7 gece ve daha çok	.02047	.07497	.785	
	4 gece	3 ve daha az	.13674*	.06236	.030	
		5 gece	.22563*	.08356	.008	
		6 gece	.04133	.14611	.778	
	5 gece	7 gece ve daha çok	.15721*	.07454	.036	
		3 ve daha az	-.08888	.08395	.291	
		4 gece	-.22563*	.08356	.008	
	6 gece	6 gece	-.18430	.15655	.241	
		7 gece ve daha çok	-.06842	.09335	.465	
3 ve daha az		.09542	.14634	.515		
4 gece		-.04133	.14611	.778		
7 gece ve daha çok	5 gece	.18430	.15655	.241		
	7 gece ve daha çok	.11589	.15193	.447		
	3 ve daha az	-.02047	.07497	.785		
	4 gece	-.15721*	.07454	.036		
		5 gece	.06842	.09335	.465	
		6 gece	-.11589	.15193	.447	

* The mean difference is significant at the 0.05 level.

Oda ve kat hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların müşterilerin geceleme sayısına göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo A9₁) 3 gece ve daha az otelde kalanlar ($\bar{x} = 1,96$) ile 4 gece kalan müşteriler ($\bar{x} = 1,86$) arasında 3 gece ve daha az kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.13749; $p=0.050 < 0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 3 gece ve daha az otelde kalanların oda ve kat hizmetlerine ilişkin yaşadığı sorunların ortalamaları pansiyonda kalanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla 3 gece ve daha az otelde kalanlar söz konusu sorunları daha çok yaşamışlardır.

Yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili yaşanan sorunların müşterilerin geceleme sayısına göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tamhane post hoc testi sonucunda 3 gece ve daha az geceleleyen müşteriler ($\bar{x} = 1,88$) ile 7 gece ve daha fazla kalan müşteriler ($\bar{x} = 1,52$) arasında 3 gece ve daha az kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.45439; $p=0.050 < 0.001$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 3 gece ve daha az otelde kalanların yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin yaşadığı sorunların ortalamaları 7 gece ve daha fazla kalanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla 3 gece ve daha az otelde kalanlar söz konusu sorunları daha çok yaşamışlardır. Tamhane testine dikkatle bakıldığında 4 gece konaklayanların 7 gece ve daha fazla konaklayanlara göre de aynı şekilde yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha fazla sorun yaşadığı görülmektedir.

Otelin diğer hizmet alanlarıyla alakalı yaşanan sorunların müşterilerin geceleme sayısına göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan LSD post hoc testi sonucunda 3 gece ve daha az otelde kalanlar ($\bar{x} = 1,60$) ile 4 gece kalan müşteriler ($\bar{x} = 1,75$) arasında 4 gece kalanların lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.13674; $p=0.030 < 0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani 4 gece otelde kalanların otelin diğer hizmet alanlarına ilişkin yaşadığı sorunların ortalamaları 3 gece ve daha az kalanların ortalamalarından daha yüksektir. Dolayısıyla 4 gece otelde kalanlar 3 gece ve daha az konaklayan müşterilere göre söz konusu sorunları daha çok yaşamışlardır.



B- Covid-19 sürecinde SEYAHAT ACENTELERİNDEN rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin seyahat acenteleri ve uçak hizmetleriyle alakalı karşılaştığı sorunlara ilişkin kurulan hipotezler ve ilgili test istatistikleri aşağıda açıklanmaktadır.

Seyahat acentasından rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyenlerin acente ve uçak hizmetlerine ilişkin yaşadığı sorunların Demografik Özelliklere göre grup ortalamaları arasında farklılık gösterip-göstermediği ikili gruplarda t testi iki ve daha fazla gruplarda ANOVA yapılarak test edilmiştir.

1. Cinsiyete göre farklılık

Tablo B1: Cinsiyete göre t-testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	Erkek	67	1,42	0,20	-0,82	0,42
	Kadın	40	1,45	0,15		
UHS_Puan	Erkek	67	1,45	0,41	-1,27	0,21
	Kadın	40	1,54	0,34		

Tablo B1 incelendiğinde Seyahat acenteleri ile ilgili sorunların (SAIS) ($p=0.42>0.05$) ve ulaştırma hizmeti ile ilgili sorunların (UHS) ($p=0.21>0.05$) cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız t-testi ile test edilmiştir. Test sonuçları incelendiğinde H_{28} ve H_{29} hipotezleri reddedilmiştir.

2. Yaşa göre farklılık

Tablo B2: Yaşa göre t-testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	30 yaş ve alt	80	1,44	0,18	0,19	0,85
	31 ve üzeri	27	1,43	0,18		
UHS_Puan	30 yaş ve alt	80	1,45	0,40	-1,43	0,16
	31 ve üzeri	27	1,57	0,35		

Tablo B2 incelendiğinde 0.05 anlamlılık seviyesinde ne SAIS ($p=0.85>0.05$) ne de UHS ($p=0.16>0.05$) istatistiki olarak herhangi bir farklılığın olmadığı gözlenmiş ve H_{30} ile H_{31} hipotezleri reddedilmiştir.

3. Medeni duruma göre farklılık

Tablo B3: Medeni durum-t-teti sonuçları

	Medeni Durum	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	Evli	34	1,43	0,17	-0,25	0,81
	Bekar	73	1,44	0,18		
UHS_Puan	Evli	34	1,51	0,37	0,45	0,33
	Bekar	73	1,47	0,40		

Tablo B3 incelendiğinde 0.05 anlamlılık seviyesinde ne SAIS ($p=0.81>0.05$) ne de UHS ($p=0.33>0.05$) istatistiki olarak herhangi bir farklılığın olmadığı gözlenmiştir ve H_{32} ve H_{33} hipotezleri reddedilmiştir.

4. Eğitime göre farklılık

Tablo B4: Eğitim-ANOVA sonuçları

	EĞİTİM	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	lise ve altı	34	1,39	0,19	2,18	0,10
	önlisans	29	1,49	0,17		
	lisans	34	1,42	0,18		
	yüksek lisans	10	1,49	0,11		
	Toplam	107	1,43	0,18		
UHS_Puan	lise ve altı	34	1,28	0,40	5,46	0,00
	önlisans	29	1,57	0,39		
	lisans	34	1,57	0,31		
	yüksek lisans	10	1,65	0,34		
	Toplam	107	1,48	0,39		

Tablo B4 incelendiğinde SAIS ($p=0.10>0.05$) ortalamalarının müşterilerin eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. UHS ($p=0.00<0.05$) ortalamasının ise müşterilerin eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_{34} hipotezi 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilirken H_{35} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (UHS Levene Statistics: 0.966; $p=0.412>0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo B4₁: Post Hoc- Eğitim

	(I) eğitim	(J) eğitim	Ort fark (I-J)	Std, Hata	Anlamlılık (p)
UHS_Puan	lise ve altı	önlisans	-,29*	0,09	0,01
		lisans	-,29*	0,09	0,01
		yüksek lisans	-,37*	0,13	0,03
Önlisans	lise ve altı	önlisans	,29*	0,09	0,01
		lisans	0,00	0,09	1,00
		yüksek lisans	-0,08	0,13	0,93
Lisans	lise ve altı	önlisans	,29*	0,09	0,01
		önlisans	0,00	0,09	1,00
		yüksek lisans	-0,08	0,13	0,92
Yüksek Lisans	lise ve altı	önlisans	,37*	0,13	0,03
		önlisans	0,08	0,13	0,93
		lisans	0,08	0,13	0,92

* Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir

Uçak Hizmetleriyle İlgili Sorunların (UHS) müşterilerin eğitimine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo B4₁); Lise ve daha alt düzey mezun olanlar ($\bar{x}=1,28$) ön lisans ($\bar{x}=1,57$), lisans ($\bar{x}=1,57$) ve yüksek lisans ($\bar{x}=1,65$) arasında mezuniyet seviyesi artışı istikametinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.29; $p=0.01<0.05$), (Ort. Fark = 0.29; $p=0.01<0.05$), (Ort. Fark = 0.37; $p=0.03<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani eğitim seviyesi daha yüksek olanlar uçak hizmetleriyle ilgili sorunları daha çok yaşamışlardır.

5. Mesleğe göre farklılık

Tablo B5: Meslek- ANOVA Sonuçları

	MESLEK	N	X	ss	F	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	Çalışmıyor	18	1,41	0,15	3,28	0,01
	Emekli	8	1,50	0,21		
	Memur	39	1,36	0,15		
	İşçi	35	1,51	0,18		
	Esnaf	5	1,48	0,21		
	Çiftçi	2	1,50	0,18		
	Toplam	107	1,43	0,18		
	UHS_Puan	Çalışmıyor	18	1,69		
Emekli		8	1,38	0,33		
Memur		39	1,36	0,35		
İşçi		35	1,51	0,40		
Esnaf		5	1,70	0,45		
Çiftçi		2	1,50	0,71		
Toplam		107	1,48	0,39		

Tablo B5 incelendiğinde SAIS ($p=0.01>0.05$) ve UHIS ($p=0.033<0.05$) ortalamasının müşterilerin mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_{36} ve H_{37} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (SAIS Levene Statistics: 0.642; $p=0.688>0.05$ ve UHIS Levene Statistics: 0.681; $p=0.638>0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo B51: Post hoc Meslek

	(I) meslek	(J) meslek	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	Çalışmıyor	Emekli	-0,09	0,07	0,84
		Memur	0,06	0,05	0,86
		İşçi	-0,09	0,05	0,41
		Esnaf	-0,06	0,09	0,98
		Çiftçi	-0,09	0,13	0,98
	Emekli	Çalışmıyor	0,09	0,07	0,84
		Memur	0,14	0,07	0,27
		İşçi	-0,01	0,07	1,00
		Esnaf	0,03	0,10	1,00
		Çiftçi	0,00	0,14	1,00
	Memur	Çalışmıyor	-0,06	0,05	0,86
		Emekli	-0,14	0,07	0,27
		İşçi	-,15*	0,04	0,00
		Esnaf	-0,12	0,08	0,70
		Çiftçi	-0,14	0,12	0,86
	İşçi	Çalışmıyor	0,09	0,05	0,41
		Emekli	0,01	0,07	1,00
		Memur	,15*	0,04	0,00
		Esnaf	0,03	0,08	1,00
		Çiftçi	0,01	0,12	1,00
	Esnaf	Çalışmıyor	0,06	0,09	0,98
		Emekli	-0,03	0,10	1,00
		Memur	0,12	0,08	0,70
		İşçi	-0,03	0,08	1,00
Çiftçi		-0,03	0,14	1,00	
Çiftçi	Çalışmıyor	0,09	0,13	0,98	
	Emekli	0,00	0,14	1,00	
	Memur	0,14	0,12	0,86	
	İşçi	-0,01	0,12	1,00	
	Esnaf	0,03	0,14	1,00	
UHIS_Puan	Çalışmıyor	Emekli	0,32	0,16	0,35
		Memur	,34*	0,11	0,02
		İşçi	0,19	0,11	0,52
		Esnaf	-0,01	0,19	1,00
		Çiftçi	0,19	0,28	0,98
	Emekli	Çalışmıyor	-0,32	0,16	0,35
		Memur	0,02	0,15	1,00
		İşçi	-0,13	0,15	0,95
		Esnaf	-0,33	0,21	0,65
		Çiftçi	-0,13	0,30	1,00
	Memur	Çalışmıyor	-,34*	0,11	0,02
		Emekli	-0,02	0,15	1,00
		İşçi	-0,15	0,09	0,51
		Esnaf	-0,34	0,18	0,39
		Çiftçi	-0,14	0,27	1,00
	İşçi	Çalışmıyor	-0,19	0,11	0,52
		Emekli	0,13	0,15	0,95

	Memur	0,15	0,09	0,51
	Esnaf	-0,19	0,18	0,89
	Çiftçi	0,01	0,27	1,00
Esnaf	Çalışmıyor	0,01	0,19	1,00
	Emekli	0,33	0,21	0,65
	Memur	0,34	0,18	0,39
	İşçi	0,19	0,18	0,89
Çiftçi	Çiftçi	0,20	0,31	0,99
	Çalışmıyor	-0,19	0,28	0,98
	Emekli	0,13	0,30	1,00
	Memur	0,14	0,27	1,00
	İşçi	-0,01	0,27	1,00
	Esnaf	-0,20	0,31	0,99

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir

Seyahat acenteciliği ile İlgili Sorunların (SAİS) müşterilerin Mesleğine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo B5₁); memur olanlar ($\bar{x}=1,36$) ve işçiler ($\bar{x}=1,51$) arasında işçiler lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.15; $p=0.00<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani işçilerin bu sorunlarla ilgili ortalamaları daha yüksek. Dolayısıyla işçiler memurlardan daha fazla seyahat acenteciliği ile alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Diğer taraftan Uçak Hizmetleriyle İlgili Sorunların (UHİS) müşterilerin Mesleğine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda çalışmayanlar ($\bar{x}=1,69$) ve memurlar ($\bar{x}=1,36$) arasında çalışmayanlar lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.34; $p=0.02<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani çalışmayan kişilerin uçak hizmetleri sorunlarıyla ilgili ortalamaları daha yüksek. Dolayısıyla çalışmayanlar memurlardan daha fazla uçak hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar.

6. Aylık gelire göre farklılık

Tablo B6 incelendiğinde SAİS ($p=0.02>0.05$) ve UHİS ($p=0.02<0.05$) ortalamasının müşterilerin mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo B6: Aylık Gelir-ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	5000 TL ve altı	40	1,48	0,19	2,78	0,02
	5001-7000 TL	27	1,46	0,20		
	7001-9000 TL	20	1,33	0,11		
	9001-11000 TL	11	1,35	0,16		
	11001-13000 TL	2	1,31	0,09		
	13001-15000 TL	4	1,56	0,15		
	15001 TL ve üzeri	3	1,50	0,13		
	Toplam	107	1,43	0,18		
UHS_Puan	5000 TL ve altı	40	1,64	0,35	2,75	0,02
	5001-7000 TL	27	1,39	0,39		
	7001-9000 TL	20	1,34	0,37		
	9001-11000 TL	11	1,31	0,38		
	11001-13000 TL	2	1,38	0,18		
	13001-15000 TL	4	1,69	0,47		
	15001 TL ve üzeri	3	1,58	0,38		
	Toplam	107	1,48	0,39		

Elde edilen sonuçlara göre H_{38} ve H_{39} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (SAIS Levene Statistics: 2.040; $p=0.067>0.05$ ve UHS Levene Statistics: 0.814; $p=0.562>0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tukey testi seçilmiştir.

Tablo B61: Post hoc-Aylık gelir

	(I) aylıkgelir	(J) aylıkgelir	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık (p)
SAIS_Puan	5000 TL ve altı	5001-7000 TL	0,02	0,04	1,00
		7001-9000 TL	,15*	0,05	0,03
		9001-11000 TL	0,13	0,06	0,32
		11001-13000 TL	0,17	0,12	0,83
		13001-15000TL	-0,08	0,09	0,97
		15001 TL ve üzeri	-0,02	0,10	1,00
		5001-7000 TL	5001-7000 TL	-0,02	0,04
	7001-9000 TL	0,13	0,05	0,15	
	9001-11000 TL	0,11	0,06	0,56	
	11001-13000 TL	0,15	0,13	0,90	
	13001-15000TL	-0,10	0,09	0,94	
	15001 TL ve üzeri	-0,04	0,10	1,00	
7001-9000 TL	7001-9000 TL	5001-7000 TL	-,15*	0,05	0,03
		7001-9000 TL	-0,13	0,05	0,15
		9001-11000 TL	-0,02	0,06	1,00
		11001-13000 TL	0,02	0,13	1,00
		13001-15000TL	-0,23	0,09	0,20
		15001 TL ve üzeri	-0,17	0,11	0,69
		9001-11000 TL	5001-7000 TL	-0,13	0,06
	7001-9000 TL	-0,11	0,06	0,56	
	9001-11000 TL	0,02	0,06	1,00	
	11001-13000 TL	0,04	0,13	1,00	
	13001-15000TL	-0,21	0,10	0,38	
	15001 TL ve üzeri	-0,15	0,11	0,84	
11001-13000 TL	5001-7000 TL	-0,17	0,12	0,83	

		7001-9000 TL	-0,15	0,13	0,90
		9001-11000 TL	-0,02	0,13	1,00
		11001-13000 TL	-0,04	0,13	1,00
		13001-15000TL	-0,25	0,15	0,65
		15001 TL ve üzeri	-0,19	0,16	0,89
	13001-15000 TL	5001-7000 TL	0,08	0,09	0,97
		7001-9000 TL	0,10	0,09	0,94
		9001-11000 TL	0,23	0,09	0,20
		11001-13000 TL	0,21	0,10	0,38
		13001-15000TL	0,25	0,15	0,65
		15001 TL ve üzeri	0,06	0,13	1,00
	15001 TL ve üzeri	5001-7000 TL	0,02	0,10	1,00
		7001-9000 TL	0,04	0,10	1,00
		9001-11000 TL	0,17	0,11	0,69
		11001-13000 TL	0,15	0,11	0,84
		13001-15000TL	0,19	0,16	0,89
		15001 TL ve üzeri	-0,06	0,13	1,00
	5000 TL ve altı	5001-7000 TL	0,25	0,09	0,09
UHS_Puan		7001-9000 TL	,31*	0,10	0,05
		9001-11000 TL	0,34	0,13	0,11
		11001-13000 TL	0,27	0,27	0,95
		13001-15000TL	-0,04	0,19	1,00
		15001 TL ve üzeri	0,06	0,22	1,00
	5001-7000 TL	5001-7000 TL	-0,25	0,09	0,09
		7001-9000 TL	0,05	0,11	1,00
		9001-11000 TL	0,08	0,13	1,00
		11001-13000 TL	0,01	0,27	1,00
		13001-15000TL	-0,30	0,20	0,74
		15001 TL ve üzeri	-0,19	0,23	0,98
	7001-9000 TL	5001-7000 TL	-,31*	0,10	0,05
		7001-9000 TL	-0,05	0,11	1,00
		9001-11000 TL	0,03	0,14	1,00
		11001-13000 TL	-0,04	0,27	1,00
		13001-15000TL	-0,35	0,20	0,60
		15001 TL ve üzeri	-0,25	0,23	0,94
	9001-11000 TL	5001-7000 TL	-0,34	0,13	0,11
		7001-9000 TL	-0,08	0,13	1,00
		9001-11000 TL	-0,03	0,14	1,00
		11001-13000 TL	-0,07	0,28	1,00
		13001-15000TL	-0,38	0,22	0,57
		15001 TL ve üzeri	-0,28	0,24	0,91
	11001-13000 TL	5001-7000 TL	-0,27	0,27	0,95
		7001-9000 TL	-0,01	0,27	1,00
		9001-11000 TL	0,04	0,27	1,00
		11001-13000 TL	0,07	0,28	1,00
		13001-15000TL	-0,31	0,32	0,96
		15001 TL ve üzeri	-0,21	0,34	1,00
	13001-15000 TL	5001-7000 TL	0,04	0,19	1,00
		7001-9000 TL	0,30	0,20	0,74
		9001-11000 TL	0,35	0,20	0,60
		11001-13000 TL	0,38	0,22	0,57
		13001-15000TL	0,31	0,32	0,96
		15001 TL ve üzeri	0,10	0,28	1,00
	15001 TL ve üzeri	5001-7000 TL	-0,06	0,22	1,00
		7001-9000 TL	0,19	0,23	0,98
		9001-11000 TL	0,25	0,23	0,94
		11001-13000 TL	0,28	0,24	0,91
		13001-15000TL	0,21	0,34	1,00
		15001 TL ve üzeri	-0,10	0,28	1,00

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir

Seyahat acenteciliği ile İlgili Sorunların (SAİS) müşterilerin Aylık ortalama gelir düzeyine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan

Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo B6₁), aylık geliri 5000 TL ve altında olanlar ($\bar{x}=1,48$) ve aylık geliri 7001-9000 TL olanlar ($\bar{x}=1,33$) arasında 5000 TL olanlar lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.15; $p=0.03<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani aylık geliri 5000 TL ve daha az olanların bu sorunları aylık geliri 7001-9000 TL olanlara göre ortalamaları daha yüksek. Dolayısıyla 5000 TL ve daha az aylık ortalama gelire sahip kişiler daha fazla SAİS sorunları yaşamaktadırlar. Diğer taraftan Uçak Hizmetleriyle İlgili Sorunların (UHİS) aylık ortalama gelir düzeyine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda, aylık geliri 5000 TL ve altında olanlar ($\bar{x}=1,64$) ve aylık geliri 7001-9000 TL olanlar ($\bar{x}=1,34$) arasında 5000 TL olanlar lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.31; $p=0.05<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani aylık geliri 5000 TL ve daha az olanların UHİS sorunları aylık geliri 7001-9000 TL olanlara göre ortalamaları daha yüksek. Dolayısıyla 5000 TL ve daha az aylık ortalama gelire sahip kişiler daha fazla uçak hizmetleriyle ilgili sorunlar yaşamaktadırlar.

C- Covid-19 sürecinde OTELLERDEN rezervasyon yaptırıp da tatile gidemeyenlerin Otel İşletmelerine İlişkin Sorunlarla (OIİS) alakalı kurulan hipotezler ve ilgili test istatistikleri aşağıda açıklanmaktadır.

Otellerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile **gidemeyenlerin** otellere ilişkin yaşadığı sorunların Demografik Özelliklere göre grup ortalamaları arasında farklılık gösterip-göstermediği ikili gruplarda t testi iki ve daha fazla gruplarda ANOVA yapılarak test edilmiştir.

1. Cinsiyete göre farklılık

Tablo C1'e göre, Otel İşletmeleri ile ilgili yaşadığı sorunların (OIİS) ($p=0.74>0.05$), ortalamalarının müşterilerin cinsiyetlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir ($p>=0.05$). Dolayısıyla H_{40} hipotezi 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

Tablo C1: Cinsiyet-t-testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
OIİS_Puan	Erkek	71	1,64	0,21	-0,34	0,74
	Kadın	33	1,65	0,25		

2. Yaşa göre farklılık

Tablo C2: Yaş t-testi sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	t	Anlamlılık (p)
OIİS_Puan	30 yaş ve alt	67	1,60	0,23	-2,89	0,01
	31 yaş ve üzeri	37	1,72	0,19		

Tablo C2'ye göre, Otel İşletmeleri ile ilgili yaşanan sorunların (OIİS) ($p=0.01<0.05$), ortalamalarının müşterilerin yaşlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_{41} hipotezi 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Ortalama farklılıkları incelendiğinde 31 yaş ve üzeri katılımcıların OIİS ortalamalarının (1,72) 30 yaş ve altındaki katılımcıların OIİS ortalamalarına (1,60) göre daha fazla sorun yaşadıkları tespit edilmiştir.

3. Medeni duruma göre farklılık

Tablo C3: Medeni durum-ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OIIS_Puan	Evli	36	1,66	0,25	0,84	0,44
	Bekar	62	1,62	0,21		
	Boşanmış/dul	6	1,73	0,22		
	Totlam	104	1,64	0,22		

Tablo C3 incelendiğinde OIIS ($p=0.44>0.05$) ortalamalarının müşterilerin medeni durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_{42} hipotezi 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir.

4. Eğitime göre farklılık

Tablo C4: Eğitim-ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OIIS_Puan	Lise ve altı	22	1,49	0,26	4,94	0,00
	Önlisans	25	1,64	0,24		
	Lisans	50	1,69	0,18		
	Yüksek lisans	7	1,73	0,20		
	Toplam	104	1,64	0,22		

Tablo C4 incelendiğinde OIIH ($p=0.003<0.05$) ortalamalarının müşterilerin eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. H_{43} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (UHS Levene Statistics: 2.750; $p=0.047<0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tamhane's T2 testi seçilmiştir.

Otel İşletmeleri ile İlgili Sorunların (OIİS) müşterilerin Eğitimlerine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo C4₁); Lise ve daha alt düzeyde mezuniyete sahip olanlar ($\bar{x}=1,49$) ile Lisans mezunu olanlar ($\bar{x}=1,69$) arasında Lisans mezunları lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.20; $p=0.02<0.05$) olduğu tespit edilmiştir.

Yani otellerden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen Lisans mezunları diğer gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır.

Tablo C4₁: Post-hoc-Eğitim

	(I) eğitim	(J) eğitim	Ort fark (I-J)	Std, Hata	Anlamlılık (p)
Tamhane	Lise ve altı	Önlisans	-0,15	0,07	0,27
		Lisans	-,20*	0,06	0,02
		Yüksek lisans	-0,24	0,09	0,13
	Önlisans	Lise ve altı	0,15	0,07	0,27
		Lisans	-0,05	0,05	0,91
		Yüksek lisans	-0,09	0,09	0,90
	Lisans	Lise ve altı	,20*	0,06	0,02
		Önlisans	0,05	0,05	0,91
		Yüksek lisans	-0,04	0,08	1,00
Yüksek lisans	Lise ve altı	0,24	0,09	0,13	
	Önlisans	0,09	0,09	0,90	
	Lisans	0,04	0,08	1,00	

* The mean difference is significant at the 0,05 level,

5. Mesleğe göre farklılık

Tablo C5: Meslek-ANOVA sonuçları

Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)	
OIIS_Puan	Çalışmıyor	18	1,48	0,26	3,24	0,00
	Emekli	2	1,68	0,44		
	Memur	17	1,56	0,22		
	İşçi	8	1,56	0,26		
	Özelsektör	48	1,71	0,17		
	Serbest meslek	7	1,75	0,18		
	Esnaf	2	1,75	0,18		
	Çiftçi	2	1,75	0,00		
	Toplam	104	1,64	0,22		

Tablo C5 incelendiğinde Otel İşletmelerine İlişkin Sorunların (OIIS) ($p=0.00<0.05$) ortalamalarının müşterilerin mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. H_{44} hipotezi kabul edilmiş ve hangi gruplar arasında farklılık olduğunun tespit edilmesi için Post Hoc testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucuna göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir (UHS Levene Statistics: 2.851; $p=0.010<0.05$). Dolayısıyla post hoc testi seçilirken Tamhane's T2 testi seçilmiştir.

Tablo C51: Post Hoc-Meslek

(I) meslek	(J) meslek	Ort fark (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık (p)	
Tamhane	Çalışmıyor	Emekli	-0,20	0,32	1,00
		Memur	-0,07	0,08	1,00
	İşçi	İşçi	-0,08	0,11	1,00
		Özel sektör	-0,23	0,07	0,06
	Serbest mes.	Serbest mes.	-0,26	0,09	0,25
		Esnaf	-0,26	0,14	1,00
	Çiftçi	Çiftçi	-,26*	0,06	0,01
		Çalışmıyor	0,20	0,32	1,00
	Emekli	Memur	0,13	0,32	1,00
		İşçi	0,13	0,33	1,00
Memur	Çalışmıyor	Emekli	-0,03	0,31	1,00
		Serbest mes.	-0,06	0,32	1,00
	İşçi	Esnaf	-0,06	0,34	1,00
		Çiftçi	-0,06	0,31	1,00
	Emekli	Çalışmıyor	0,07	0,08	1,00
		Emekli	-0,13	0,32	1,00
	İşçi	İşçi	0,00	0,11	1,00
		Özel sektör	-0,15	0,06	0,32
	Serbest mes.	Serbest mes.	-0,19	0,09	0,70
		Esnaf	-0,19	0,14	1,00
İşçi	Çiftçi	Çiftçi	-0,19	0,05	0,06
		Çalışmıyor	0,08	0,11	1,00
	Emekli	Emekli	-0,13	0,33	1,00
		Memur	0,00	0,11	1,00
	Özel sektör	Özel sektör	-0,15	0,09	0,99
		Serbest mes.	-0,19	0,11	0,98
	Esnaf	Esnaf	-0,19	0,15	1,00
		Çiftçi	-0,19	0,09	0,90
	Özel sektör	Çalışmıyor	0,23	0,07	0,06
		Emekli	0,03	0,31	1,00
Serbest meslek	Memur	Memur	0,15	0,06	0,32
		İşçi	0,15	0,09	0,99
	Serbest mes.	Serbest mes.	-0,04	0,07	1,00
		Esnaf	-0,04	0,13	1,00
	Çiftçi	Çiftçi	-0,04	0,02	0,99
		Çalışmıyor	0,26	0,09	0,25
	Emekli	Emekli	0,06	0,32	1,00
		Memur	0,19	0,09	0,70
	İşçi	İşçi	0,19	0,11	0,98
		Özel sektör	0,04	0,07	1,00
Esnaf	Esnaf	0,00	0,14	1,00	
	Çiftçi	0,00	0,07	1,00	
Esnaf	Çalışmıyor	Emekli	0,26	0,14	1,00
		Emekli	0,06	0,34	1,00
	Memur	Memur	0,19	0,14	1,00
		İşçi	0,19	0,15	1,00
	Özel sektör	Özel sektör	0,04	0,13	1,00
		Serbest mes.	0,00	0,14	1,00
	Çiftçi	Çiftçi	0,00	0,13	1,00
		Çalışmıyor	,26*	0,06	0,01
	Emekli	Emekli	0,06	0,31	1,00
		Memur	0,19	0,05	0,06
İşçi	İşçi	0,19	0,09	0,90	
	Özel sektör	0,04	0,02	0,99	
Serbest mes	Serbest mes	0,00	0,07	1,00	
	Esnaf	0,00	0,13	1,00	

*Ortalama farkı 0,05 anlamlılık düzeyinde önemlidir

Otel İşletmelerine İlişkin Sorunların müşterilerin Mesleğine göre hangi alt gruplar arasında farklılık gösterdiğine ilişkin yapılan Tukey post hoc testi sonucunda (Tablo C5₁); çalışmayanlar ($\bar{x}=1,48$) ve çiftçiler ($\bar{x}=1,75$) arasında çiftçiler lehinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın (Ort. Fark = 0.26; $p=0.01<0.05$) olduğu tespit edilmiştir. Yani Çiftçi kişilerin bu sorunlarla ilgili ortalamaları daha yüksek. Dolayısıyla çiftçiler otellerle ilgili çalışmayan kesime göre daha çok sorun yaşamışlardır.

6. Aylık Ortalama gelire göre farklılık

Tablo C6: Aylık Ortalama gelir-ANOVA sonuçları

	Gruplar	N	\bar{X}	ss	F	Anlamlılık (p)
OIS_Puan	5000 TL ve altı	38	1,61	0,25	0,67	0,67
	5001-7000 TL	24	1,64	0,20		
	7001-9000 TL	18	1,69	0,21		
	9001-1100 TL	13	1,63	0,24		
	1101-1300 TL	7	1,61	0,23		
	1301-1500 TL	2	1,81	0,09		
	1501 TL ve üzeri	2	1,81	0,09		
	Toplam	104	1,64	0,22		

Tablo incelendiğinde OIS ($p=0.67<0.05$) ortalamalarının müşterilerin aylık ortalama gelirlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir. H_{45} hipotezi reddedilmiştir.

3.4. TARTIŞMA

Covid-19 salgınının tüm dünyada sağlık, sosyal ve ekonomik alanlarda etkileri yaygın olarak görülmektedir. Salgının etkilerinin en yoğun görüldüğü alanlardan biri de turizm ve seyahat endüstrisidir. Pek çok bilimsel araştırma salgının turizm alanındaki farklı ve olumsuz etkilerini rapor etmiştir. Bununla birlikte Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini turist şikayetleri, turistlerin karşılaştığı sorunlar ve hak kayıplarına ilişkin getirilen önlem ve girişimler bakımından inceleyen araştırmaların yeterince yapılmadığı görülmektedir. Covid-19 sürecinde turistlerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin yurt dışında yapılan çalışmalarda şikâyet konuları; güvenlik, temizlik ve hijyen, rezervasyon işlemlerinde yavaşlama, personelin ilgisizliği şeklinde sıralanmaktadır. Bu süreçte Türkiye’de yapılan akademik çalışmalarda rezervasyon iptal ve ücret iade sorunlarının, fiyat farkı talep edilmesi, önbüro hizmetleri ve personel davranışları, oda ve kat hizmetleri ile yiyecek-içecek çeşitlerinin azlığından yana şikayetlerin arttığı belirtilmektedir.

Bu araştırmada Covid-19 salgını sürecinde turistlerin konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve ulaştırma işletmeleriyle yaşadıkları sorunlar tespit edilmektedir. Bu çerçevede covid-19 sürecinde tatile giden turistlerin oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve otelin diğer hizmet alanlarına ilişkin yaşadığı sorunların demografik özelliklere göre grup ortalaması arasında bir farklılık gösterip-göstermediği t testi ve ANOVA analizi yapılarak incelenmektedir. Ayrıca Bu araştırmada yine covid-19 sürecinde alınan önlemler nedeniyle tatile gidemeyen seyahat acentaları ve otel işletmelerinden rezervasyon yaptırdığı halde tatile gidemeyen kişilerin karşılaştığı sorunların demografik özelliklere göre grup ortalamaları arasında bir farklılık gösterip-göstermediği de incelenmektedir.

Farklı ülkelerin bu süreçte turist hakları çerçevesinde değerlendirilebilecek ne tür önlemlere yer verdikleri de araştırma kapsamında ele alınmıştır. Ayrıca bu çalışmada Türkiye’de Covid-19 sürecinde turistlerin şikayetvar.com, İl ve İlçe hakem heyetleri ile TÜRSAB gibi şikâyet mercilerine yaptıkları şikayetler de inceleme konusu yapılmıştır. Literatürdeki bu boşluğun giderilmesine katkı sağlamak,

uygulayıcılara farklı bakış açısı kazandırmak amacıyla da yapılan bu çalışmada bazı önemli hususların aşağıdaki gibi belirtilmesi oldukça önemli görülmektedir:

Alanyazında yeterince araştırılmamış bir konuyu incelemenin yanında bu çalışmada araştırmanın amacı doğrultusunda 4 farklı araştırma gerçekleştirilmiş olması da önemlidir. Bu 4 farklı araştırmanın bulguları daha kapsayıcı ve geçerli sonuçlar elde etmeye katkı sağlayacaktır. Birinci çalışmada anket yöntemiyle Covid-19 sürecinde tatil yapmış olan 103 müşteriden tatil tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. İkinci çalışmada anket yöntemiyle seyahat acentelerinden tatil rezervasyonu yaptırmış olan ancak Covid-19 nedeniyle tatile gidemeyen 107 müşteriden seyahat acenteleri tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. Üçüncü çalışmada anket yöntemiyle otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak Covid-19 nedeniyle tatile gidemeyen 104 müşteriden tecrübeleri ve yaşadıkları sorunlar hakkında veriler toplanmıştır. Dördüncü çalışmada Covid-19 sürecinde şikayetvar.com, il ve ilçe hakem heyetleri ve TÜRSAB'a oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında yapılan şikayetler hakkında veriler toplanmıştır. Araştırmanın verileri betimsel istatistikler kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmanın bulguları müşterilerin Covid-19 sürecinde şikayetvar.com, il ve ilçe hakem heyetleri ve TÜRSAB'a oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında yaptıkları şikayetler çoğunlukla seyahat acenteleri konulu olduğunu göstermiştir. Bulgular bu mercilere yapılan şikayetlerin yaklaşık yarısının ödenen paraların iadesi edilmemesiyle ilgili olduğunu göstermiştir. Bu şikayetler arasında muhatap bulamama, raporun iade edilmemesi, zorunlu iptaller ve aylık hizmet gibi konular da vardır.

Ankete dayalı araştırmanın bulguları arasında çarpıcı olanlar şu şekildedir: **Covid-19 sürecinde tatil yapmış olanların** çoğunlukla yurtiçi tatilleri tercih etmeleri ve tatillerini 3-4 günle sınırlandırmaları salgının etkileri olarak yorumlanabilir. Müşterilerin ulaşım aracı olarak çoğunlukla özel araçlarını tercih etmeleri de salgın nedeniyle olabilir. Diğer taraftan, müşterilerden daha izole ortamlar olan bungalov, çadır, apartlar ve yat seyahati gibi tatilleri tercih edenlerin oranı %15 gibi azımsanmayacak bir orandır. Bununla birlikte müşterilerin çoğunun resort otelleri

ve şehir otellerini tatil için tercih etmesi Covid-19 salgınının tatil alışkanlıklarını köklü şekilde değiştirmedeği şeklinde yorumlanabilir. Bununla paralel olarak müşterilerin çoğunluğu deniz ve kum tatilini tercih etmişlerdir. Müşterilerin tatil alışkanlıklarını köklü şekilde değiştirmemelerinin muhtemelen nedenleri önceden yapılan rezervasyonlar, farklı tatil için yeterli maddi imkanının olmaması, alışkanlıklardan kolay vazgeçememe olabilir. Gelecekteki araştırmalar bu konuyu incelemelidir. Alan yazındaki çalışmaların bu araştırmaların bulgularıyla kısmen uyumludur. Wachyuni ve Kusumaningrum (2020) turistlerin salgın nedeniyle yurtiçi ve kendilerine daha yakın yerleri tercih edeceklerini belirtmiştir. Alaeddinoğlu ve Rol (2020) da turistlerin kısa süreli tatil planları yaptıklarını rapor etmiştir. Aydın ve Doğan (2020) müşterilerin algıladıkları sağlık tehdidi ve korkusu sonrası tüketici davranışlarında değişiklikler olduğunu ve turistik tüketici davranışlarında yeni alışkanlıkların ön plana çıktığını belirtmektedirler. Kabadayı ve Kardeş (2020) de turistlerin koronavirüs sonrası dönemde doğa ve açık alan turizmine daha fazla ilgi duyduklarını belirtmiştir ancak bu araştırmanın bulguları bu bulguyu tamamen doğrulamamaktadır. Ayrıca Covid-19 sürecinde sağlık riskleri ve seyahat kısıtlamalarından dolayı kitle turizminden bireysel turizme yönelim sağlandığı, kalabalık destinasyonlardan güvenli ve izole destinasyonlara doğru geçildiği ve geleneksel turizm anlayışından alternatif turizm anlayışına doğru talep artışının yaşandığı belirtilmiştir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020; Özdemir Altınay, 2020; Nazneen vd., 2020). Buna rağmen bu araştırmanın bulguları bunu doğrulamamıştır.

Covid-19 sürecinde tatil yapan müşterilerin büyük çoğunluğunun tatillerinin tamamen veya kısmen memnun oldukları, memnun olmayanların oranının ise %15 civarında olduğu bulunmuştur. Covid-19 sürecinde otellerde tatil yapmış olan müşterilerin otel hizmetleriyle ilgili **en sık yaşadıkları sorunların** oturma planlarında alınan tedbirler, hizmete kapatılmış havuzların bulunması, bazı rekreasyon alanlarındaki sorunlar, spor salonlarıyla ilgili sorunlar ve kahvaltıdaki yiyecek/içecekler ve sıcak yemek çeşitleriyle ilgili olduğu bulunmuştur. Bu sorunların ilk üçünün Covid-19 nedeniyle alınan tedbirlerle ilgili olduğu açıktır. Bu bulgu Covid-19 sürecinde tatil yapan müşterilerin Covid-19 hassasiyetlerinin oluştuğunu ve ayrıca bu süreçte alınan tedbirler nedeniyle tatillerinin olumsuz etkilenmesinden de rahatsız olduklarını işaret etmektedir. Bu bulgular alan yazındaki çalışmalarla uyumludur.

Wachyuni ve Kusumaningrum (2020) turistlerin tatil yapma davranışlarını etkileyen en önemli unsurların %73 ile güvenlik ve sağlık, %64 ile temizlik olduğunu belirtmiştir. Benzer olarak Mehta, Kumar ve Rankumar (2021: 2) tarafından yapılan çalışmada farklı turizm destinasyonlarında hizmet sağlayan konaklama işletmelerindeki tüketicilerin e-şikayetleri incelendiğinde tüketicilerin COVID-19 sonrası dönemde en fazla dikkat ettiği konular olan temizlik ve mesafe konuları konusundan beklentilerinin karşılanmadığı ayrıca personelin ilgisi, odanın temizliği ve sağlanan hizmet konusunda da sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Shin ve Kang (2020: s.2) tarafından yapılan konaklama işletmelerinin COVID-19 döneminde müşterilerinin temizlik ve mesafe beklentilerinin belirlenmesi çalışmasında müşterilerin temizlik ve sosyal mesafeye yönelik beklentilerini karşılayabilmek için teknoloji kullanımının önemli olduğunu ancak teknolojik uygulamaları kullanmayan konaklama işletmelerinden hizmet alan tüketicilerin temizlik ve sosyal mesafe konusunda problem yaşadıkları ve yeniden satın alma davranışlarının azaldığı görülmektedir. Kabadayı ve Kardeş (2020) de turistlerin koronavirüs sonrası dönemde temizlik, hijyen ve güvenlik duyarlılıklarının arttığını bulmuşlardır. Chebli ve Ben Said (2020) ve Kourgiantakis vd., (2020) de benzer bulguları rapor etmektedirler.

Seyahat acentalarından rezervasyon yaptırdığı halde Covid-19 sürecinde alınan önlemler nedeniyle tatile gidemeyen **müşterilerin seyahat acenteleriyle en sık yaşadıkları sorunlar**; ödediği paranın tamamını geri alamama (% 62), yeni tarihli tatil için daha yüksek fiyatlar istenmesi, oyalama ve erteleme yaşanması, iadelerle ilgili belirsizlik, istedikleri zamana rezervasyon değişikliği yapamama, rota değişikliği yapamama, transfer ücretinin iade edilmemesi, uçuş değişikliği için fiyat farkı uygulanması ve ulaşım araçlarında Covid-19 tedbirleri gereği boş bırakılan koltukların ücretinin müşteriden tahsil edilmesi şeklinde belirtilebilir. Cebeci (2021: 18) tarafından yapılan COVID-19 salgını sonrası turizm algısının belirlenmesi çalışmasında da seyahat acenteleri aracılığıyla tatil paketi satın alan turistlerin seyahat kısıtlamaları nedeniyle tatillerinin iptal olmalarından dolayı yaptıkları ödemelerin geri alınmaları ile ilgili tereddüt yaşadıkları ancak seyahat acentelerinin gerekli yasal düzenlemelerden dolayı para iadesi yaptıkları görülmektedir. Yurt dışında yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde Gössling, Scott ve Hall'e (2020: 4) göre COVID-19'un aniden ortaya çıkmasından dolayı turizm işletmelerinin hazırlıksız yakalanması

beraberinde hem tüketicilerin hem de konaklama, ulaşım ve seyahat işletmelerinin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Özellikle seyahat kısıtlamalarının, yurt dışı uçak seferlerinin iptali ve karantina uygulamalarından dolayı turistlerin yaptıkları rezervasyonları iptal ettikleri ancak acentelerin ve konaklama işletmelerinin ücret iadesinden ziyade rezervasyonu ileri bir tarihe erteleme eğilimi gösterdikleri görülmektedir.

Otellerden rezervasyon yapmış olan ancak Covid-19 tedbirleri nedeniyle tatile gidemeyen müşterilerin yaşadıkları sorunlar; ödenen paranın tamamını geri alamama (% 63), rezervasyon değişikliği talep edildiğinde oyalama veya erteleme yaşanması, transfer ücretinin iade edilmemesi, para iadesi konusunda belirsizlik yaşanması ve ileriki tarih için fiyat farkı uygulanması şeklinde belirtilebilir.

Araştırma bulguları seyahat acenteleri, rezervasyon yapılan oteller ve farklı şikâyet mercilerinden elde edilen bulguların birbiriyle uyumlu olduğunu ve birbirini desteklediğini göstermektedir. **Ortak bulgular şu şekildedir:** Covid-19 sürecinde tatil yapmak niyetinde olan ve bu amaçla seyahat acentelerinden ve otellerden işlem yapmış müşterilerin öncelikli problemi zorunlu iptaller veya değişiklikler olması, ödedikleri parayı kısmen veya tamamen geri alamamak, para iadesi konusunda belirsizlik yaşanması, oyalama ve erteleme yaşanması, muhatap bulamama ve ilgisizlik ve yeni işlemler için fiyat farkı uygulanmasıdır. Alan yazındaki araştırmalar bu araştırmanın bulgularıyla uyumludur. Covid-19 sürecinde turizm endüstrisindeki en önemli sorunlardan birisinin geri ödeme sorunu olduğu belirtilmektedir (Sezgin, 2020; İbiş, 2020). Doğançılı (2020) da turistlerin seyahat acentelerinden satın aldıkları paket turların Covid-19 nedeniyle iptal olmasından dolayı seyahat acentelerinin para iadesinde zorlandığını rapor etmiştir. Avcı ve Bardakoğlu (2021) da konaklama işletmelerinin para iadesi konusunda olumsuz tutum sergilemesinin ve para iadesi yapmamak adına çeşitli yol ve yöntemler denemesinin turistlerin tüketici memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışlarını olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Karakan ve Çolak (2021) ise şehir otellerinin pandemiyin ilk dönemlerinden itibaren başlayan rezervasyon iptalleri doğrultusunda turistlerin verdikleri kaparoların iade ettiklerini, seyahat acentesi aracılığıyla paket tur satın alan turistlere rezervasyon iptallerinde herhangi bir kesinti olmadan ücret iadesi yapıldığını ve işletmelerin bu süreçte %70-

80 oranında gelir kaybı yaşadığını bulmuştur. Benzer şekilde Zenker ve Kock (2020: 105) tarafından yapılan çalışmada da COVID-19'dan dolayı turizm acentelerinin sattıkları paket turların iptal olduğu ve turistlerin ücret iadesi almak istedikleri görülmüştür. Buna göre acentelerinin varlığını sürdürebilmek amacıyla ücret iadesinden ziyade ileri tarihli erteleme veya yeni paket tur ile değiştirme önerdikleri ancak turistlerin bu öneriyi kabul etmedikleri görülmektedir. Bu durum seyahat acentelerinin çok güç bir durumda kalmasına neden olmaktadır. Yine bu çalışmaların bulgularıyla uyumlu olarak Avcı ve Bardakoğlu (2021) normal koşullarda ekstra ücrete tabi olmayan hizmetlerin ücretli hale gelmesinin ve fiyatlarının oldukça yüksek olmasının, ayrıca personelin azarlayıcı tavrının ve yapılan şikayetlerin dikkate alınmamasının tüketicilerin karşılaştıkları sorunlar olduğunu bulmuştur. Yine bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak Demir vd. (2020) işletmelerin Covid-19 tedbirlerine uyum sağlamak için rezervasyonlarını ertelediğini ve koşulların uygun hale getirilememesi durumunda ise iptal işlemi gerçekleştirmek durumunda kaldıklarını vurgulamışlardır. Sezgin (2020) de salgın dönemindeki kısıtlamalar nedeniyle rezervasyon iptalleri yapıldığını, rezervasyon iptallerinin yurt dışı rezervasyonlarında %90'lara, yurt içi rezervasyonlarında ise %50'lere ulaştığını, bu nedenle seyahat acentelerinin, tur operatörlerinin, havayolu şirketlerinin ve konaklama işletmelerinin ciddi bir geri ödeme ve likidite problemi yaşadığını tespit etmiştir. Bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak Kütük (2021) turistlerin şikayetlerin para iadesi sorunu üzerinde yoğunlaştığını, rezervasyon iptal edilememesinin, beklentilerin karşılanamamasının, hatalı rezervasyon yapılmasının, seyahat acentelerinin ilgisizliği/kabalığı veya muhatap olmamalarının, zorunlu rezervasyona yönlendirmelerinin, tur koşullarında değişiklik olması ve satış sonrası ilgisiz kalınmasının karşılaşılan diğer problemler olduğunu bulmuştur. Yine bu araştırmanın bulgularıyla uyumlu olarak Nazlı (2020) fiyat farkı çıkartılmasının ve ekstra ücret talep edilmesinin öncelikli şikayetler olduğunu, Zengin ve Haliloğlu (2020) hizmet kalitesinin düşüklüğünün ve ilgisizliğin öncelikli şikayetler olduğunu, Efendi (2021) temizlik sorununun, eski ve yıpranmış eşyaların ve yiyecek içecek çeşitlerinin az olmasının öncelikli şikayetler olduğunu, Güllü ve Akçay (2021) ve benzer olarak Keskin vd. (2021) yiyecek içecek sunumunun ve hizmet kalitesi düşüklüğünün öncelikli şikayetler olduğunu bulmuşlardır. Demir ve Türkmen (2020) de müşteriye

eksik hizmet sunma, ortak kullanım alanlarının hijyen ve temizlik kurallarına uygun şekilde hazırlanmaması, personel sayısının eksik olması, mevcut personelin eğitimsiz ve bilgisiz olması ve bu yüzden de müşterinin tüm isteklerinin karşılanamaması gibi sorunlar turistlerin yaşadıkları öncelikli sorunlar olduğunu tespit etmişlerdir.

Avcı ve Bardakoğlu (2021: 2267) tarafından yapılan konaklama işletmelerinde koronavirüs sürecinde hizmet alan tüketici görüşlerinin incelenmesi çalışmasında da tüketicilerin COVID-19 döneminde aldıkları hizmetin oldukça pahalı olduğu, normal koşullarda ekstra ücrete tabi olmayan hizmetlerin ücretli hale gelmesi ve fiyatlarının oldukça yükseltilmesi, personelin azarlayıcı tavrı ve tutumu ve yapılan şikayetlerin dikkate alınmaması tüketicilerin karşılaştıkları diğer olumsuz durumlar arasında yer almaktadır.

Koronavirüs sürecinde turistlerin karşılaştıkları bir diğer tüketici sorunu da **ulaştırma hizmetlerinde** yaşanmıştır. Kütük (2021: 416) tarafından yapılan dijital seyahat araçlarındaki e-şikayetlerin belirlenmesi çalışmasında turistlerin koronavirüs sürecinde en fazla şikâyet ettiği konulardan birisi olarak ulaşımın eski araçlarla sağlanması olduğu görülmüştür. Özellikle havaalanında konaklama işletmesine transfer sağlayan araçların yeni ve lüks araçlarla değil de eski araçlarla sağlanması tüketicilere vaat edilen durumun karşılanmamasından dolayı şikâyet edilmiştir. Avcı ve Bardakoğlu'na (2021: 2266) göre de havaalanından konaklama işletmesine hizmet sağlayan ulaşım araçlarının sayıca yetersiz olmasından dolayı sosyal mesafe kuralları dikkate alınmadan çok sayıda müşterinin aynı araçla transfer edilmek zorunda kalması tüketicilerin şikâyet etmesine neden olmaktadır.

Turistlerin Covid-19 sürecinde turistlerin yaşadığı sorunlara ilişkin kurulan hipotezlerle alakalı yapılan çıkarımlar konusunda şunlar söylenebilir:

Tatile giden turistlerin karşılaştıkları sorunlar demografik özelliklere göre şu şekilde farklılaşmaktadır: Lisans düzeyindeki katılımcıların yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları lise ve daha alt düzeyde eğitim seviyesine sahip olan turistlere göre daha yüksek olduğu için yiyecek-içecek hizmetleriyle alakalı olarak daha çok sorun yaşamışlardır.

5000 TL ve altı aylık ortalama geliri olan katılımcılar 13001-15000 TL olan gruba göre oda ve kat hizmetleriyle alakalı daha çok sorun yaşamışlardır. Diğer yandan 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcılar 13001-15000 TL olan gruba göre oda ve kat hizmetleriyle alakalı daha çok sorun yaşamışlardır. Başka bir deyişle düşük gelir seviyesine sahip olanların daha fazla oda ve kat hizmetleri sorunları yaşadığı belirtilebilir. Buna karşın 7001-9000 TL aylık ortalama geliri olan katılımcıların Yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili sorunlara ilişkin ortalamaları daha fazla olduğu için 5000 TL ve daha az olan gruba göre daha çok sorun yaşamışlardır. Yani gelir seviyesi daha fazla olan katılımcılar Yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır.

Şehir otelinde ve resort otelde kalanlar pansiyonda kalan müşterilere göre daha fazla oda ve kat hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Kamp ve çadırda kalan müşterilerde pansiyonda kalan müşterilere göre doğal olarak daha fazla bu tür sorunlarla karşılaşmışlardır. 3 gece ve daha az otelde kalanlar 4 gece kalanlara göre oda ve kat hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. 3 gece ve daha az otelde kalanlar ile 4 gece konaklayanlar 7 gece kalanlara göre yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. Başka bir deyişle yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin sorunlar yaşayanlar daha çok otelde daha az geceleme yapan turistlerdir. Ayrıca 4 gece otelde kalanlar 3 gece ve daha az konaklayan müşterilere göre otelin diğer hizmet alanlarına ilişkin daha fazla sorunlarla karşılaşmışlardır.

Seyahat acentalarından rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişilerin karşılaştıkları sorunlarla ilgili kurulan hipotezlerden ise şu çıkarımlar sağlanmıştır: Eğitim seviyesi daha yüksek olanlar uçak hizmetleriyle ilgili sorunları daha çok yaşamışlardır. İşçiler memurlardan daha fazla seyahat acenteciliği ile alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Çalışmayanlar memurlardan daha fazla uçak hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Aylık geliri 5000 TL ve daha az olanlar aylık geliri 7000-9001 TL olan gruplara göre daha fazla hem acentecilik hem de uçak hizmetleriyle ilgili sorunlar yaşamaktadırlar.

Otellerden rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişilerin karşılaştıkları sorunlarla ilgili kurulan hipotezlerden ise şu çıkarımlar sağlanmıştır: 31 yaş ve üzeri katılımcılar 30 yaş ve altındaki katılımcılara göre otel işletmelerine ilişkin

daha fazla sorun yaşamışlardır. Lisans mezunları, lise ve daha alt düzey mezuniyete sahip müşterilere göre Otel İşletmelerinden daha çok sorun yaşamışlardır. Çiftçiler çalışmayan kesime göre otellerle ilgili daha çok sorun yaşamışlardır.

Dünyada ve Türkiye’de Covid-19 salgını sürecinde turizm endüstrisine yönelik olarak özellikle tüketicilerin korunması noktasında alınan önlemler ve/veya girişimler şu şekilde özetlenebilir: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) koronavirüs sürecinde turistlerin zarara uğratılmaması için çeşitli yardım ve desteklerin sağlanması gerektiği belirterek ülkelerin tedbirler alması gerektiğine işaret etmektedir. İtalya’da, Fransa’da paket tur satın alan tüketicilerin paralarının tamamı geri ödenmiş, devlet garantili kuponlar sağlanmıştır. Acentelere destek paketleri sağlanmıştır. Düşük gelirli ailelere iç turizme katılabilmeleri için destekler sağlanmaktadır. Avusturya’da iptal edilen rezervasyonlarda ödemelerin ileri bir tarihte ödenmesini garanti eden kredi destekleri sağlanmıştır. Almanya ve İspanya’da yine tüketicilerin hak kayıplarını önlemek için devlet garantili kupon uygulaması devreye sokulmuştur. Turistlerin finansal araçlarla desteklenmesi için seyahat garanti fonları hazırlanmıştır. Türkiye’de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm işletmelerinin pandemi sürecinde uygulamak zorunda oldukları bir genelge yayımlamıştır. Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı Basın ve halkla ilişkiler Müşavirliği tarafından tur operatörleri/seyahat acenteleri tarafından konaklama tesislerine yapılan ön ödemelerin iadesi taleplerinin yerine getirilmesinde konaklama tesislerine finansman desteği sağlanması” konusunda adımların atıldığı belirtilmektedir.

Özetle bu çalışmada yukarıda yapılan açıklamalar neticesinde sikayetvar.com ve diğer şikayet mercilerine yapılan şikayetlerin incelenmesiyle elde edilen bulgular ile anket formları ile sağlanan bulguların yerli ve yabancı akademik çalışmalarda belirtilen bulgularla örtüştüğü görülmektedir. Bu araştırma Covid-19 sürecindeki zor şartlar altında gerçekleştirilmiştir. Sokağa çıkmanın yasaklandığı, ulaşım imkanlarının kısıtlandığı ve işletmelerin kapalı olduğu bu dönemde araştırma için gerekli kaynaklara ulaşmak, bilgilere erişmek ve araştırmayı ilerletmek zorlaşmıştır. Yeterli örnekleme oluşturmak, örnekleme ulaşmak ve örneklemeden verileri elde etmek aynı derece sıkıntılı ve zor olmuştur.

Bu araştırmada alan yazında yeterince incelenmemiş bir konu ele alınarak 4 farklı araştırma gerçekleştirilerek önemli bulgular elde edilmiştir. Bununla birlikte araştırmanın bulguları değerlendirilirken araştırmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurulmalıdır. Bu araştırmada Covid-19 salgını süreci nedeniyle yeterli örneklem sayısına ulaşılamamıştır. Araştırmalar ortalama 100 kişilik örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı anketleri dağıtma ve toplama yöntemiyle alakalıdır. Yine salgın Őartlarında anketler evrimii olarak dağıtılmış ve toplanmıştır. Çevrimiçi veri anketler katılımcıların odaklanma sorunu yaşadığı bilinmektedir. Diğer bir sınırlılık anketlerde kullanılan ölçeklerle ilişkilidir. Bu lekler yeni bir ölçektir. Geçerlik ve güvenirlik açısından başka araştırmalar tarafından sınınamamıştır.

Gelecekteki araştırmalar Covid-19 salgını sürecinde müşterilerin konaklama tesisleri, seyahat acenteleri ve ulaşım imkanlarıyla ilgili Şikayetlerini daha sık ve kapsamlı Şekilde araştırmalıdırlar. Gelecekteki araştırmalar daha geniş ve temsil edici örneklem gruplarıyla bu araştırmalarını gerçekleştirmelidirler. Covid-19 salgını sürecinde getirilen tedbirler kaldırıldığından yeterli ve temsil edici örneklem sayısını ulaşmak daha kolay olacaktır. Gelecekteki araştırmalar bu araştırmada kullanılan ölçekleri de test etmelidirler. Ölçeklerin daha geçerli ve güvenilir hale gelmesi için revize etmelidirler. Bu araştırmada Covid-19 salgını sürecinde tatil yapanların ağırlıklı olarak deniz ve kum tatilini Őetięi ve konaklama için ise resort otelleri tercih ettiği bulunmuştur. Daha izole yerleri tercih etmesi beklenen tatilcilerin bu beklenmedik davranışın nedenleri sonraki çalışmalarda incelenmelidir. Bu alışma nicel bir çalışma olarak gerçekleştirilmiştir. Gelecekteki alışmalar Covid-19 salgını sürecinde müşterilerin konaklama tesisleri, seyahat acenteleri ve ulaşım imkanlarıyla ilgili Şikayetlerini derinlemesine incelemek için nitel araştırmalar da gerçekleştirmelidirler. Gelecekteki araştırmaların bir misyonu da Covid-19 salgını sürecinde müşterilerin konaklama tesisleri, seyahat acenteleri ve ulaşım imkanlarıyla ilgili Şikayetlerine karşılık işletmelerin bakış açısını yansıtan araştırmalar gerçekleştirmek olmalıdır. Bu araştırmalar müşteri tutum ve algılarını ve işletmelerdeki sorunları daha iyi anlamaya yardımcı olacaktır.

SONUÇ

Covid-19 sürecinde turizm ve seyahat endüstrisinde tüketicilerin yaşadığı sorunlar, yapılan şikayetler, getirilen önlemler ve korumacı yaklaşımların incelendiği bu çalışmada elde edilen bulgulara paralel olarak ortaya çıkan sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Covid-19 sürecinde konaklama işletmelerinde tatil yapan katılımcıların çoğunluğu erkek, 40 yaş ve altında, bekar, lisans mezunu, özel sektör çalışanı olup; 7000 TL ve daha altında aylık ortalama gelire sahiptir. Katılımcılar çoğunlukla yurtiçinde resort otellerde ve şehir otellerinde genelde 4 gece kalmaktadırlar. Covid-19 sürecinde tatil yapan katılımcıların en sık tercih ettikleri tatil türü deniz, kum ve güneş tatilidir. Katılımcılar en sık aileleriyle ve arkadaşlarıyla tatil yapmakta ve tatile en sık özel araçla gitmektedirler. Tatilcilerin çoğunluğu tatil ücretinin tamamını önceden ödemekte; diğer bir kısmı ise tatil ücretinin sadece belli bir kısmını önceden ödemektedirler. Tatile giden katılımcılar her ne kadar az da olsa servisi sorunu, odalara giriş sorunu ve tek kullanımlık malzemelerle, oturma planlarında alınan tedbirlerle, kahvaltıdaki yiyecek ve içeceklerle ve sıcak yemek çeşitleriyle, kapatılmış havuzların bulunması, bazı rekreasyon alanları ile spor salonlarıyla ilgili sorunlar yaşamış olsalar da genelde otellerinden memnundurlar.

Covid-19 sürecinde Seyahat Acentelerinden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcıların çoğunluğu bekar, lisans mezunu ve lise ve daha altı bir okul mezunudur. Bu katılımcılar ağırlıklı olarak memur ve işçi olup; yarıdan fazlasının aylık ortalama geliri 7000 TL ve daha altındadır. Bu katılımcıların acentelerle ilgili en sık yaşadıkları sorunlar ödenen paranın tamamını geri alamama, yeni tarihli tatil için daha yüksek fiyatlar istenmesi, oyalama ve erteleme yaşanması ve iadelerle ilgili belirsizlik yaşanmasıdır. Katılımcıların ulaştırma hizmetleriyle ilgili en sık yaşadıkları sorun ise ileriki bir uçuş tarihi için fiyat farkı uygulanmasıdır.

Covid-19 sürecinde otellerden tatil rezervasyonu yapan ancak tatile gidemeyen katılımcıların çoğunluğu erkek, bekar, lisans mezunu, 30 yaş ve altında olup, özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır. Katılımcıların yarıdan fazlasının aylık

ortalama geliri ise 7000 TL ve altındadır. Bu katılımcıların en sık karşılaştıkları sorunlar ise ödenen paranın tamamını geri alamama, rezervasyon değişikliği talep edildiğinde oyalama veya erteleme yaşanması, transfer ücretinin iade edilmemesi, para iadesi konusunda belirsizlik yaşanması ve ileriki tarih için fiyat farkı uygulanmasıdır.

Turistlerin Covid-19 sürecinde yaşadığı sorunla ilişkin kurulan hipotezle alakalı yapılan çıkarımlar aşağıdaki gibidir:

Covid-19 sürecinde tatile giden lisans düzeyindeki katılımcılar lise ve daha alt düzeyde eğitim seviyesine sahip olan turistlere göre yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili daha çok sorun yaşamışlardır. Düşük gelir seviyesine sahip olanlar daha fazla oda ve kat hizmetleri sorunları yaşamıştır. Buna karşın gelir seviyesi daha fazla olan katılımcılar yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır. Şehir otelinde ve resort otelde kalanlar ile kamp ve çadırda kalanlar pansiyonda kalan müşterilere göre daha fazla oda ve kat hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Daha az geceleleyenler oda ve kat hizmetleri, yiyecek-içecek ve otelin diğer hizmet alanlarıyla alakalı hizmetlere ilişkin daha çok sorun yaşamışlardır.

Covid-19 sürecinde seyahat acentalarından rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişiler arasında eğitim seviyesi daha yüksek olanlar uçak hizmetleriyle ilgili sorunları daha çok yaşamışlardır. İşçiler memurlardan daha fazla seyahat acenteciliği ile alakalı sorunlar yaşamış; çalışmayanlar memurlardan daha fazla uçak hizmetleriyle alakalı sorunlar yaşamaktadırlar. Aylık geliri 5000 TL ve daha az olanlar aylık geliri 7000-9001 TL olan gruplara göre daha fazla hem acentecilik hem de uçak hizmetleriyle ilgili sorunlar yaşamışlardır

Covid-19 sürecinde Otellerden rezervasyon yaptırıp ancak tatile gidemeyen kişiler arasında; 31 yaş ve üzeri katılımcılar 30 yaş ve altındaki katılımcılara göre, lisans mezunları, lise ve daha alt düzey mezuniyete sahip müşterilere göre son olarak da çiftçiler çalışmayan kesime göre otellerle ilgili daha çok sorun yaşamışlardır.

Türkiye’de müşterilerin Covid-19 sürecinde şikayetvar.com, il ve ilçe hakem heyetleri ve TÜRSAB’a yaptıkları şikayetlerin çoğunlukla oteller, tatil köyleri, pansiyonlar, turizm acenteleri, uçak ve otobüs gibi ulaştırma araçları hakkında olduğu görülmüştür. Bu mercilere yapılan şikayetlerin yaklaşık yarısı ödenen paraların iadesi edilmemesiyle ilgilidir. Bu şikayetler arasında muhatap bulamama, kaporanın iade edilmemesi, zorunlu iptaller ve ayıplı hizmet gibi konular da vardır.

Dünya koronavirüs sürecinde turistlerin hak kaybına uğramaması için ülkeler çeşitli yardım ve destekler sağlanmaktadır. Örneğin tüketicilerin paralarının tamamının geri ödenmesi için otellere ve acentelere finansal destekler sağlanmış, seyahat garanti fonları ve devlet garantili kuponlar devreye sokulmuştur. Türkiye’de turizm işletmelerine ilişkin pandemi sürecinde uygulamak zorunda oldukları bir genelge yayımlanmıştır. Türkiye’de paket turlara ilişkin yapılan ön ödemelerin iadesi taleplerinin yerine getirilmesinde konaklama tesislerine finansman desteği sağlanması konusunda adımların atıldığı belirtilmiştir.

ÖNERİLER

Bu araştırmadan elde edilen bulgulara dayanılarak uygulayıcılar için şu önerilerde bulunulabilir:

Müşterilerin şikayetlerini etkili ve verimli bir şekilde çözüme ulaştırmaları, ürünün veya hizmetin de iyileştirilmesini sağlayacağından, müşteri memnuniyetini arttıracığından ve müşterinin sonraki satın alma davranışı etkileyeceğinden müşterinin şikayetleri dikkate alınmalı ve şikayetlerinin nedeninin anlaşılıp çözüme ulaştırılması için özen gösterilmelidir.

Turizm işletmeleri müşteri şikayetlerini ele alan ilgili birimlerinde çalışan personeli daha kapsamlı ve yoğun şekilde eğitmeli ve müşterinin ilgisizlik ve oyalama/erteleme algısına kapılmasına müsaade edilmemelidir. Covid-19 pandemisi sürecinde turizm işletmelerinde müşterilerin şikayetlerine konu olan yaşanan sorunların önemli bir kısmı turizm işletmelerinin Covid-19 pandemisi benzeri bir krize hazırlıksız olmalarıyla ilgilidir. Yaşanan bu süreçten tüm işletmelerin ders çıkartıp benzer krizlere karşı işletmelerini güçlendirmeleri ve gerekli tedbirleri almaları önerilebilir.

Covid-19 pandemisi süreci müşterilerin beklentilerini ve taleplerini farklılaştırmış olabilir. Özellikle otel işletmeleri ve seyahat acenteleri müşterilerin beklentilerini ve taleplerini takip ederek bunlara uygun ürün ve hizmet sunmaya gayret etmelidirler. Covid-19 pandemisi süreci müşterilerin sağlık ve hijyen konusundaki hassasiyetini artırdığından turizm işletmeleri bu alanlarda yeni düzenlemeler yapmalı, işletmelerinde temizliğe ve hijyene önem verildiğini görünür hale getirmeli ve personeli bu alanda eğitmelidir.

Covid-19 pandemisi sürecindeki iptaller ve değişiklikler kaynaklı para iadeleri nedeniyle işletmelerin zorlanmaması için devlet bankalarından düşük faizli kredilerin sağlanması düşünülmelidir. Covid-19 pandemisi sürecindeki iptaller ve değişiklikler kaynaklı para iadeleriyle ilgili yaşanan soruna karşı kupon uygulamasının kullanılması düşünülmelidir. Kupon uygulamasının devlet garantili olması daha yararlı olabilir.

KAYNAKÇA

- Alabay, M. N. (2008). *CRM-Rekabet Stratejisi Olarak Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Ankara: İlke Yayınevi.
- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 137-157.
- Alaeddinoğlu, F. ve Rol, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı)*, 233-258.
- Altaş, D. (2013), İstatistiksel Analiz, İstanbul, Beta Yayınevi.
- Anzolin, E., Mason, J. ve Nikolaeva, M. (2022). Canceled bookings, empty rooms: Coronavirus takes toll on tourism. Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-healthcoronavirus-travel/canceled-bookings-empty-rooms-coronavirustakes-toll-on-tourismidUSKBN20R2NX> Erişim Tarihi: 02.02.2022
- Aşkun, B. O. (2008). Şikâyet iletilerinin örgütsel öğrenme üzerine etkisi, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 221-243.
- Atay, L. (2020). KOVID-19 salgını ve turizme etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 168-172.
- Attallah, N. F. (2015). Evaluation of perceived service quality provided by tourism establishments in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 149-160.
- Avcı, E. ve Bardakoğlu, Ö. (2021). Konaklama işletmelerinde tüketici deneyiminin çevrimiçi yorumlara yansımaları: COVID-19 pandemi süreci ve deneyimin olumsuz sonuçlanması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2254-2273.
- Ay, M. (2021). Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkileri. A. İğdeli ve C. Demirtaş (Eds.). *Covid-19'un etkilerinin sektörel açıdan değerlendirilmesi* içinde (ss. 35-55). Bursa: Ekin Basım Yayım.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Aydın, S. & Özer, G. (2005). National customer satisfaction indices: An implementation in the Turkish mobile telephone market. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(5), 486-504.
- Ayyıldız Y. A. (2020). Covid-19 salgın döneminde otellerin pazarlama stratejileri: Kuşadası örneği, *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 3328-3358.
- Bağcı, S. (2018). Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatinin hizmet hatası ve müşteri şikayeti kapsamında incelenmesi. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bahar, O. ve Hilal, N. Ç. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) turizm endüstrisi üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Bahar, M. (2021) Korona virüs için otellerde alınması gereken tedbirler, <https://turizmdays.com/tr/makale/korona-virus-icin-otellerde-alinmasi-gerekentedbirler-388.html> Erişim Tarihi: 30.12.2021
- Bahar, O. (2022). Kurtuluş iç turizm pazarında olabilir, <https://www.turizmajansi.com/haber/kurtulus-ic-turizm-pazarinda-olabilir-1-h37500> Erişim Tarihi: 19.03.2022.
- Barış, G. (2008). *Kusursuz müşteri memnuniyeti için şikayet yönetimi*. İstanbul, Mediacat.
- Barlow, J. ve Moller C. (2008). *A complaint is a gift: Recovering customer loyalty when things go wrong*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishing.
- Bedir, B. (2021). COVID-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi: Türkiye analizi. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gaziantep, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Burucuoğlu, M. (2011). Müşteri memnuniyeti ve sadakatini arttırmada müşteri şikayetleri yönetiminin etkinliği: Bir örnek olay incelemesi. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karaman, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 11.Baskı, Ankara: Pagem Akademi.
- Bryman A. ve Cramer, D. (2005), *Quantitative Data Analysis with SPSS 12 and 13 A Guide for Social Scientists*, 1 st. edition Routledge, Taylor & Francis Group London.
- Cebeci, H. (2021). Covid-19 salgını sonrası güncellenen turizm algısının glamping turizmüne etkisi üzerine bir araştırma: Giresun örneği. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Giresun, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Channappanavar, R. ve Perlman, S. (2017). Pathogenic human coronavirus infections: causes and consequences of cytokine storm and immunopathology, *Semin Immunopathol*, 39, 529-539.
- Chebli, A. ve Said, F. B. (2020). The impact of covid-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. *Journal Of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.
- Covid-19, Dashboard, (2022). <https://covid19.who.int/table> , 30.06.2022
- Cui, J., Li, F. ve Shi, Z. L. (2019). Origin and evolution of pathogenic coronaviruses, *Nature Reviews Microbiology*, 17(3), 181-192.
- Çakır, P. ve Barakazı, M. (2020). Koronavirüs sürecinin turizm endüstrisine etkisi ve salgına karşı alınan tedbirler, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 313-332.

- Çapacı, R. ve Temizkan, R. (2020). Yerli turistlerin tur kalitesi algısı ve tüketici hakları açısından belgeli rehber ve belgesiz turist rehberi karşılaştırılması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1132-1147.
- Çetin, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çılgınoğlu, H. ve Aytuğar, S. (2021). Termal turizm işletmelerinde sağlık beklentileri ve müşteri memnuniyeti: Bolu örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1088-1102.
- Çiçek, O. ve Özgen, I. (2001). Avrupa Birliği'nde turist hakları ve adaylık sürecinde Türkiye'deki uygulamalar, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 139-153.
- Çoban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232.
- Dağ, K., Çavuşoğlu, S. ve Demirağ, Ü. B. (2021). The impact of COVID-19 on consumer behavior: A study on domestic tourists. *Visionary E-Journal*, 1160-1175.
- Darlık, J., Lund, T., Daniel, A. C. ve Eluri, K. C. (2022). Airlines suspend flights due to coronavirus outbreak. Reuters. Erişim Adresi: <https://www.reuters.com/article/us-china-health-airlines-factbox/factbox-airlines-suspend-flights-due-to-coronavirusoutbreak-idUSKBN20Q2XA> Erişim Tarihi: 02.02.2022.
- Davidow, M. ve Dacin, P. A. (1997) Understanding and influencing consumer complaint behavior: improving organizational complaint management, *Advances in Consumer Research*, 24(1) 450-456.
- Deloitte (2020). Re-supply chain after COVID-19. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consulting/C OVID-19-sonrasi-yeniden-tedarik-zinciri.pdf> Erişim tarihi: 06.02.2022.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Demir, B. ve Türkmen, S. (2020). Covid-19 salgının oluşturduğu sağlık riski sonrasında Türk turistlerin tatil beklentilerinin belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2456-2471.
- Doğancılı, O. S. (2020). Covid-19 salgını sonrası turizm destekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2808-2820.
- Donoghue, S. ve De Klerk, H. M. (2006). Dissatisfied consumers' complaint behaviour concerning product failure of major electrical house hold appliances- a conceptual framework. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 34, 41-55

- Du, Z., Xu, X., Wu, Y., Wang, L., Cowling, B. J. ve Meyers, L. A. (2020). Serial interval of COVID-19 among publicly reported confirmed cases, *Emerging Infectious Diseases*, 26(6), 1341-1343.
- Efendi, M. (2021). Çeşme’de bulunan küçük ölçekli konaklama tesisleri: Covid-19 süreci ve e-şikayetlerin incelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 103-118.
- Erdoğan, E. ve Genç, K. G. (2020). Avrupa Birliği ülkelerinde kupon çalışma, *Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Seçme Yazılar*, 4, 53-77
- Erol, S. I. (2020). Covid-19’un turizm endüstrisinde istihdama etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye örnekleri, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 38-49.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye’de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip koronavirüs (Covid-19) bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 15-27.
- Eşitti, B. B. (2021). Koronavirüs (Covid-19) sürecinde iç turizmin talepleri ve turizm işletmeleri yöneticilerinin iç turizme yönelik bakış açılarının incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 260-280.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: SAGE.
- Flott, L. W. (2002). Customer satisfaction. *Metal Finishing*, 100(1), 58-63.
- Garding, S ve Bruns A. (2015) *Moving towards successful complaint management in Complaint Management and Channel Choice: An analysis of customer perceptions*. New York: Springer.
- Gastronometro (2021). Oteller için açılış kılavuzu & Covid-19 ile mücadele ve hijyen önlemleri.
https://www.gastronometro.com.tr/public/site/files/otel_c19_onlemleri_v2.pdf
Erişim Tarihi: 30.12.2021
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson.
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Gravetter, F., & Wallnau, L. (2014). *Essentials of statistics for the behavioral sciences* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Güllü, K. ve Akçay, S. (2021). COVID-19 pandemisi sürecinde konaklama endüstrisinde e-şikayetlerin analizi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(4), 1640-1655.
- Gürkan, A. (2021). COVID-19 sonrası oteller için bir eylem planı
<https://www.gmdergi.com/guncel/adil-gurkan-covid-19-sonrasi-oteller-icin-bir-eylem-plani/>
Erişim Tarihi: 30.12.2021

- Gürsoy, D., Ekiz, H.E. ve Chi, C.G. (2007) Impacts of organizational responses on complainants' justice perceptions and post-purchase behaviors. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 8(1) 1-25.
- Güzel, F. Ö. (2014). Marka itibarını korumada şikâyet takibi: Çevrimiçi seyahat 2.0 bilgi kanallarında bir uygulama. *Journal of Internet Applications and Management*, 5(1), 5-19.
- Haleem, A., Javaid, M. ve Vaishy, R. (2020). Artificial Intelligence (AI) applications for COVID-19 pandemic. *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(4), 337-339.
- Hoffman, D. L. ve Bateson, J. (2001) *Essentials of services marketing: Concepts, strategies, and cases*. Mason, South-Western.
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., Zhang, L., Fan, G., Xu, J., Gu, X., Cheng, Z., Yu, T., Xia, J., Wei, Y., Wu, W., Xie, X., Yin, W., Li, H., Liu, M., Xiao, Y., Gao, H., Guo, L., Xie, J., Wang, G., Jiang, R., Gao, Z., Jin, Q., Wang, J. ve Cao, B. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China, *Lancet*, 395, 497-506.
- ILO (2020a). COVID-19 and the tourism sector. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_dialogue/sector/documents/briefingnote/wcms_741468.pdf Erişim tarihi: 10.02.2022.
- International Labour Organization (ILO, 2022). Covid-19 and tourism sector. ILO sectoral brief. https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_741468/lang-en/index.htm#:~:text=Tourism%20is%20a%20major%20driver,being%20young%20women%2C%20is%20unprecedented. Erişim tarihi: 28.01.2022.
- Irvine, W. ve Anderson, A. R. (2004). Small tourist firms in rural areas: agility, vulnerability and survival in the face of crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10(4), 229-246.
- Israel, G.D. (1992) Determining Sample Size. University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agriculture Sciences, EDIS, Florida
- İbiş, S. (2020). COVID-19 salgınının seyahat acenteleri üzerine etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Kabadayı, M. ve Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) yerli turist davranışı ve seyahat eğilimlerine etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3703-3719.
- Kalaycı, Ş. (2005), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Keskin, G., Bilgiç, M. Y. ve Ayyıldız, A. Y. (2021). Covid-19 sürecinde otel işletmelerine yönelik e-şikayetlerin incelenmesi, *Pazarlama Kongresi*, 1-12.
- Khalili, M., Karamouzian, M., Nasiri, N., Javadi, S., Mirzazadeh, A. ve Sharifi, H. (2020). Epidemiological characteristics of COVID-19: A systematic review and meta-analysis. *Epidemiology & Infection*, 148, 1-17.

- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikayetleri ve şikayetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 7(25), 4189-4202.
- Kılıç, B., Aslan, H. ve Gövce, M. (2020). Covid-19 sonrası turistik tüketim tutumu, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 554-570.
- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (yeni koronavirüs) salgınının turizm endüstrisine muhtemel etkileri, *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1) , 17-27.
- Kim, J. ve Boo, S. (2011) Influencing factors on customer's intention to complain in a franchise restaurant. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2) 217- 237.
- Kock, F., Josiassen, A. ve Assaf, A. G. (2019). The xenophobic tourist, *Annals of Tourism Research*, 74, 155-166.
- Komunda, M. B. ve Oserankhoe, A. (2012). Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty. *Business Process Management Journal*, 18(1), 82-103.
- Kourgiantakis, M.; Apostolakis, A. and Dimou, I. (2021) COVID-19 and holiday intentions: the case of Crete, Greece ANATOLIA 32 (1), 148-151, <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1781221>
- Kozak, M. (2007). Turizm endüstrisinde tüketicilerin şikâyetlerini bildirme eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 1-17.
- Kurtuluş, K. (2008), Pazarlama Araştırmaları, Genişletilmiş 9. Baskı, Filiz Kitapevi
- Kütük, A. (2021). Dijital seyahat araçlarında e-müşteri tatmini ve e-şikayetlere yönelik bir içerik analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 407-421.
- Lapre, M. A. ve Tsiriktsis, N. (2006). Organizational learning curves for customer dissatisfaction: Heterogeneity across airlines. *Management Science*, 52(3), 352-366.
- Larivet, S. ve Brouard, F. (2010). Complaints are a firm's best friend. *Journal of Strategic Marketing*, 18(7), 537-551.
- Lee, C. C. ve Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421-1422.
- Mao, C., Ding, C. ve Lee, H. (2010). Post-SARS tourist arrival recovery patterns: An analysis based on a catastrophe theory, *Tourism Management*, 31(6), 855-861.
- Mehta, M. P., Kumar, G. ve Ramkumar, M. (2021). Customer expectations in the hotel industry during the COVID-19 pandemic: A global perspective using sentiment analysis. *Tourism Recreation Research*, 1-18.
- Meninno, R. ve Wolff, G. (2020). As coronavirus spreads, can the EU afford to close its borders? R. Baldwin ve B. W. di Mario (Eds.). *Economics in the Time of*

- COVID-19* içinde (pp. 87-93). London: Centre for Economic Policy Research Press.
- Nazlı, M. (2020). Tourists'e-complaints about online travel agencies. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 99-111.
- Nazneen, S., Hong, X. ve Ud D. N. (2020). COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions, *SSRN Electronic Journal*, 1-8.
- Neuburger, L. ve 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*, 1-14.
- OECD (2020). OECD policy responses to coronavirus (COVID-19): Tourism policy responses to the coronavirus (COVID-19). <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20> Erişim tarihi: 10.02.2022.
- Özçoban, E. (2020). Koronavirüs'ün (Covid-19) turizm endüstrisi üzerindeki etkileri ve Türkiye'nin kırsal turizm potansiyeli üzerine bir analiz, *Turkish Studies*, 15(4), 853-866.
- Özdemir A. M. (2020). Covid-19 salgını sonrası alınan önlemlerle turizm: Muhtemel senaryolar. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 222- 238.
- Özdipçiner, N. S. (2016). Turizm endüstrisinde müşteri şikayet eğilimlerinin farklılıkları: Pamukkale yöresine yönelik bir uygulama, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 235-250.
- Özer, M. (2016). Müşteri şikayetlerinin veri madenciliği algoritmalarıyla incelenmesi ve üretim yapan bir kamu kuruluşunda uygulama. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztan, A. A. (2022). Covid-19 salgını tur iptalleri, normalleşme süreci ve tüketici hakları <https://www.turizmgunlugu.com/2020/05/06/covid-19-salgini-tur-iptalleri-normallesme-sureci-ve-tuketici-haklari/> Erişim tarihi: 11.02.2022
- Perlman, S. (2020). Another decade, another coronavirus, *New England Journal of Medicine*, 382(8), 760-762.
- Pine, R. ve McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139-143.
- Plenary of the Madrid City Council. (2022). 'Madrid City Council, COVID-19, City Council Agreements'. https://covidnews.euocities.eu/wpcontent/uploads/2020/07/Madrid_City_Council_Agreements_COVID-19.pdf Erişim Tarihi: 10.04.2022
- Robinson, L. ve Jarvie, J. (2008). Post-disaster community tourism recovery: The tsunami and Arugam Bay, Sri Lanka, *Disasters*, 32(4), 631-645.
- Sandıkçı, M. (2008). Termal turizm işletmelerinde sağlık beklentileri ve müşteri memnuniyeti. *Basılmamış Doktora Tezi*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Sandıkçı, M. ve Çoban, E. (2021). Koronavirüs (Covid-19) salgınının menülerde meydana getirdiği değişikliklerin incelenmesi: Afyonkarahisar İli örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1741-1757.
- Sarı, F. Ö., Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2013). E-complaining: analysis of lodging customers'e-complaints from a Turkish internet website. In *International Conference on Information, Business and Education Technology (ICIBIT)* (pp. 561-565). Beijing, China.
- Schoefer, K. ve Ennew, C. (2004). Customer evaluations of tour operators' responses to their complaints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(1), 83-92.
- Sekeran, U. (1992). *Research methods for business: A skill-building approach*. 2nd Edition. New York: John Wiley.
- SETAV (2022a). İspanya'nın koronavirüs ile mücadelesi. <https://www.setav.org/5-soru-ıspanyanin-koronavirus-ile-mucadelesi/> Erişim Tarihi: 20.03.2022.
- SETAV (2022b). Avusturya koronavirüs ile nasıl mücadele ediyor? <https://www.setav.org/5-soru-avusturya-koronavirus-ile-nasil-mucadele-ediyor/> Erişim Tarihi: 20.03.2022
- Sezgin, A. Ş. (2020). *Koronavirüs salgını sonrasında turizm ve bağlantılı sektörlerde beklenen gelişmeler*. İstanbul: T.C. İş Bankası Yayınları.
- Shin, H. ve Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 1-14
- Şirin, H. ve Özkan, S. (2020). Dünyada ve Türkiye'de COVID-19 epidemiyolojisi, *Kulak Burun Boğaz ve Baş Boyun Cerrahisi Dergisi*, 28, 6-13.
- Sönmez, V., & Alacapınar, F. G. (2013). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, . Ankara: Anı Yayıncılık.
- Stafford, G., Yu, L. Ve Armoo, A. K. (2002). Crisis management and recovery: How Washington, D.C., Hotels responded to terrorism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(5), 27-40.
- Statista (2022a). Coronavirus (COVID-19) in Italy - statistics & facts. https://www.statista.com/topics/6061/coronavirus-covid-19-initaly/#dossierSummary__chapter4 Erişim tarihi: 10.02.2022
- Statista (2022b). Estimated revenue loss in the Spanish tourism sector due to coronavirus 2020. <https://www.statista.com/statistics/1110954/estimated-revenue-loss-in-the-spanish-tourismsector-due-to-coronavirus> Erişim tarihi: 10.02.2022
- Tabachnick, B.G. ve Fidell L.S. (2013), *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.) Pearson, Boston
- Tanrıverdi, H. ve Oktay, K. (2002). Turizmde tüketici sorunları ve tüketici haklarının korunması üzerine bir araştırma, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 123-134.

- Tarakçı, E. İ. ve Göktaş, B. (2020). Turizm işletmelerinde hizmet hataları ve hizmet telafisi yöntemlerinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Bir uygulama, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 259-278.
- T.C. İçişleri Bakanlığı (2022). Sokağa çıkma kısıtlamaları <https://www.icisleri.gov.tr/sokaga-cikma-kisitlamasi> Erişim tarihi: 07.02.2022
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022c). Covid-19 salgını kapsamındaki genelgeler. <https://www.ktb.gov.tr/TR-97181/duyurular.html> Erişim tarihi: 06.01.2022
- T.C. Resmi Gazete (2021). 331128 sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/05/20200515-8.htm> Erişim Tarihi: 30.11.2021.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü (2021). Konaklama tesisleri için korunma ve kontrol önerileri
- Timur M. N. ve Sarıyer, N. (2004). Kayseri'deki otomobil bayilerinde müşteri tatmin aracı olarak şikâyet toplama yöntemlerine ilişkin bir uygulama. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 9-32.
- Tronvoll, B. (2012). A dynamic model of customer complaint behaviour from the perspective of service dominant logic. *European Journal of Marketing*, 46(1-2), 284-305.
- Türker, G. Ö. ve Ertürk, N. (2020). COVID-19'un konaklama işletmelerine etkileri: yöneticiler perspektifinden bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 89-101.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA, 2022). <https://www.tga.gov.tr/guvenli-turizmprogrami-belgelendirme-kriterleri> Erişim tarihi: 07.02.2022.
- TÜRSAB (2020). *COVID-19 sürecinde Türkiye ve dünya turizmi değerlendirmesi*. İstanbul: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği.
- Unur, K., Çakıcı, C. ve Taştan, H. (2010) Paket turlardaki müşteri şikayetleri ve seyahat acentalarının bu şikayetlerle karşılaşma sıklıkları üzerine bir araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 391-408.
- UNWTO (2020). UNWTO world tourism barometer and statistical annex, *eLibrary*, 18(1), 1-48.
- UNWTO (2020). Covid-19 and tourism-2020. <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> Erişim tarihi: 03.02.2022.
- Üçöz, E. (2012). Paket turlarda tüketici hakları ve turist rehberlerine yönelik şikayetlerin incelenmesi. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Veil, S. R., Buehner, T. ve Palenchar, M. J. (2011). A work-in-process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110-122.

- Wachyuni, S. S. ve 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, M., Jin, Z., Fan, S., Ju, X. ve Xiao, X. (2020). Chinese residents' preferences and consuming intentions for hotels after Covid-19 pandemic: A theory of planned behaviour approach. *Anatolia*, 1-4.
- Wen, Z., Huimin, G. ve Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38.
- Wen, J. ve Huang, S. (2019). Chinese tourists visiting volatile destinations: Integrating cultural values into motivation-based segmentation, *Journal of China Tourism Research*, 15(4), 520-540.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S. ve Liu, F. (2020) COVID-19: Potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 1-19.
- WHO (2022), <https://covid19.who.int/table>, 30.06.2022
- WHO (2021). Coronavirus disease (COVID-19): Situation Report – 118 https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200517-covid-19-sitrep-118.pdf?sfvrsn=21c0dafa_10 Erişim tarihi: 14.12.2021.
- Witt, S.F. ve Moutinho, L. (1994). *Tourism marketing and management handbook*. New York: Prentice Hall.
- Yavuz, M. (2020). Covid-19 salgını kapsamında tüketicilerin korunmasına ilişkin alınan tedbirler, *Mali Çözüm Dergisi*, 30, 277-285.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid 19 pandemisinin Türkiye iç turizmine yansımaları: Değişen talep üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 355-368.
- Zeithaml, V. A. ve Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zengin, B. ve Haliloğlu, S. (2020). Konaklama işletmelerine yönelik e-şikayetlerin incelenmesi: Sakarya örneği, *Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 68-84.
- Zenker, S. ve Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic: A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104-164.
- Zorlu, Ö., Çeken, H. ve Kara, A. M. (2013) Otel işletmelerinde restoran şikâyetlerinin şikâyet davranışlarına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3) 529-554.

EK-1

ANKET FORMU -1-

(Covid 19 sürecinde-ilk 6 ay içinde tatile gidenler için (Mart-Eylül 2020)

Sayın katılımcı;

Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında Tezli Yüksek Lisans yapmakta olup; “COVID-19 Sürecinde Turizmde Yaşanan Tüketici Sorunları” adlı Yüksek Lisans tezi hazırlıyorum. Bu amaçla bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket yaklaşık 15 dk. sürmektedir. Vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmanın amacına ciddi katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. **Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz** biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Lütfen her soru için sadece bir seçeneği işaretleyiniz. Anket formuna isim yazılmayacak, imza atılmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız vakit için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Adı ve Soyadı: Bihter PEKÖZ TNKÜ. SBE. İşletme Yüksek Lisans Programı.

1.Bölüm: Turizm-Tatil Kültürü

Soru 1 : Tatilinizi nerede geçirdiniz? () Yurtiçi () Yurtdışı

Soru 2 : Kaç gece konakladınız?

() 3 gece daha az () 4 gece () 5 gece () 6 gece () 7 gece ve daha çok () Diğer.....

Soru 3 : Hangi konaklama tesisinde kaldınız?

() Şehir Oteli () Resort Otel () Butik Otel () Kamp/Çadır () Bungalov () Apart
() Tatil Köyü () Pansiyon () yat seyahati () Diğer..... belirtiniz

Soru 4 : Tatilinizi kiminle geçirdiniz?

() Aile () Arkadaş () Yalnız () Diğer..... belirtiniz

Soru 5 : Ne tür tatil yaptınız?

() Deniz-kum-güneş () Kış Tatili () Yat Tatili () Kültür Turizmi
() Termal Ürün () Golf () Eko Turizm () Diğer.....belirtiniz

Soru 6 : Tatile hangi vasıta ile gittiniz?

() Özel araç () Uçakla () Otobüsle () Diğer..... belirtiniz

Soru 7 : Tatil ödemenizi nasıl yaptınız?

() Tatilin tamamını önceden ödedim
() Tatilin bir kısmını önceden ödedim.
() Sadece kaparo ödedim.
() Diğer..... belirtiniz

Soru 8: Covid-19 sürecinde geçirdiğiniz tatilinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?

() memnunum () memnun değilim () kısmen memnunum

2. Bölüm: Covid-19 Sürecinde Konaklama İşletmeleriyle İlgili Yaşanan Sorunlar

I- Oda ve Kat Hizmetleriyle İlgili Yaşanan Sorunlar

1. Otele giriş (Check-in) işlemleri konusunda sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
2. Odalardaki klimalarla ilgili sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
3. Yatak-çarşaf-yastık vb değişimi ile alakalı sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
4. Tek kullanımlık malzemelerle ilgili sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
5. Oda servisi ile alakalı sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
6. Banyo-sabun-şampuan-terlik-havlu ile ilgili sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
7. Elektrik tesisatı ve aydınlatma ile alakalı sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım
8. Pencere-balkon-masa sandalye-dolap- askılık vb sorun yaşadım yaşamadım kısmen yaşadım

II- Yiyecek-İçecek Hizmetleriyle İlgili Yaşanan Sorunlar

1. Kahvaltıda açık büfe yoktu zayıftı yeterliydi sınırlıydı-kısmen yeterliydi
2. Kahvaltıda yiyecek-ve içeceklerin zenginliği-çeşitliliği yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
3. Sıcak Yemek çeşidi yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
4. Soğuk Yemek çeşidi yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
5. Salata-garnitür çeşidi yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
6. Tatlı çeşidi yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
7. Mevsimlik meyve çeşidi yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
8. Tek Kullanımlık Ürünler yeterliydi yetersizdi kısmen yeterliydi
9. Oturma Planlarında alınan tedbirler yeterliydi yeterli değildi kısmen yeterliydi
10. Odalardaki minibar tüketimi kaldırılmıştı yeterliydi kısmen yeterliydi

III-Otelin Diğer Hizmet Alanlarıyla İlgili Sorunlar (teknik hizmetler-plaj-havuz-animasyon)

1. Hizmete kapatılmış havuz vardı yoktu kısmen vardı
- 2.Hamam & Sauna kullanımında sıkıntılar vardı yoktu
- 3.Spor salonlarından yararlanmada sıkıntılar vardı yoktu kısmen vardı

4. Bazı Rekreasyon alanlarından yararlanmada kısıtlamalar () vardı () yoktu () kısmen vardı
5. Animasyon gösterileri/hizmetleri () yeterliydi () yetersizdi () kısmen yeterliydi
6. Teknik-bakım hizmetleri () yeterliydi () yetersizdi () kısmen yeterliydi
7. Plajların temizliği () yeterliydi () yetersizdi () kısmen yeterliydi
8. Plajlardaki şemsiye, şezlong hizmetleri () yeterliydi () yetersizdi () kısmen yeterliydi

3.Bölüm: Demografik Özellikler

1. **Cinsiyet:** () Kadın () Erkek
2. **Yaş:** () 30 ve altı () 31-40 () 41-50 () 51 ve üstü
3. **Medeni Durum:** () Evli () Bekâr () Boşanmış/Ayrı/ Dul
4. **Eğitim:** () Lise ve daha az () Önlisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora
5. **Meslek :** () çalışmıyor () emekli () Memur () İşçi () Özel Sektör () Serbest meslek
() Esnaf () Çiftçi () Diğer
6. **Aylık Ortalama Gelir :** () 5000 TL ve daha az () 5001-7000 TL () 7001-9000 TL
() 9001-11000 TL () 11001-13000 TL () 13001-15000 TL () 15001 TL ve üzeri

ANKET FORMU-2-

(Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde ACENTEDEN Tatil Rezervasyonu yaptırap gidemeyenler için (Mart-Eylül 2020))

Sayın katılımcı;

Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında Tezli Yüksek Lisans yapmakta olup; "COVID-19 Sürecinde Turizmde Yaşanan Tüketici Sorunları" adlı Yüksek Lisans tezi hazırlıyorum. Bu amaçla bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket yaklaşık 15 dk. sürmektedir. Vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmanın amacına ciddi katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. **Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz** biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Lütfen her soru için sadece bir seçeneği işaretleyiniz. Anket formuna isim yazılmayacak, imza atılmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız vakit için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Adı ve Soyadı: Bihter PEKÖZ TNKÜ. SBE. İşletme Yüksek Lisans Programı.

1. Bölüm: Seyahat Acenteleri İle İlgili Sorunlar

1. Tatil ödemenizi nasıl yaptınız?

- Tatilin tamamını önceden ödedim
 Tatilin bir kısmını önceden ödedim.
 Sadece kapora ödedim.
 Diğer..... belirtiniz

2. Tatilimi iptal etmek istediğimde

- Paramın tamamını geri aldım.
 Paramın bir kısmını geri aldım.
 Sadece kaporayı geri aldım.

3. Tatil planımı değişikliği

- yapabildim yapamadım

4. Tatil planımı değiştirmek istediğimde açık uçlu tarihe bilet kesildi evet hayır

5. Tatil planımı değiştirmek istediğimde Rota değişikliği yapıldı evet hayır

6. Ulaşım tarihini istediğim tarihe erteleyebildim erteleyemedim

7. Ulaştırma biletleri

- ucuzdu normaldi fahiş fiyat artışı vardı kısmen pahalıydı

8. Sigortalı olunmasına rağmen ödeme yaptım yapmadım

9.Oyalama / Erteleme yaşandı yaşanmadı

10. Rezervasyon değişikliği yapıldı yapılmadı

11. İade Hakkında Belirsizlik yaşandı yaşandı yaşanmadı

12. Transfer hizmeti ücretimiz iade edildi edilmedi

13. Yeni tarihe daha fazla fiyat çıkarttı evet hayır

14.Habersiz Otel rezervasyon iptali oldu olmadı

15.Paramız alındığı halde rezervasyonumuz yapıldı yapılmadı

2. Bölüm: Ulaştırma Hizmetleri İle İlgili Sorunlar

1. Uçak biletim haberim olmadan ertelendi () evet () hayır
2. Hizmet almadığım uçuş için hizmet ve transfer bedeli kesildi () evet () hayır
3. İleriki bir tarih için fiyat farkı uygulandı () evet () hayır
4. İki koltuk ücreti müşteriden tahsil edildi () evet () hayır

3.Bölüm: Demografik Özellikler

1. **Cinsiyet:** () Kadın () Erkek
2. **Yaş:** () 30 ve altı () 31-40 () 41-50 () 51 ve üstü
3. **Medeni Durum:** () Evli () Bekâr () Boşanmış/Ayrı/ Dul
4. **Eğitim:** () Lise ve daha az () Önlisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora
5. **Meslek :** () çalışmıyor () emekli () Memur () İşçi () Özel Sektör () Serbest meslek () Esnaf () Çiftçi () Diğer
6. **Aylık Ortalama Gelir :** () 5000 TL ve daha az () 5001-7000 TL () 7001-9000 TL () 9001-11000 TL () 11001-13000 TL () 13001-15000 TL () 15001 TL ve üzeri

(Covid 19 sürecinde ilk 6 ay içinde Direkt OTELDEN Tatil Rezervasyonu yaptırıp gidemeyenler için (Mart-Eylül 2020))

Sayın katılımcı;

Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında Tezli Yüksek Lisans yapmakta olup; “COVID-19 Sürecinde Turizmde Yaşanan Tüketici Sorunları” adlı Yüksek Lisans tezi hazırlıyorum. Bu amaçla bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket yaklaşık 15 dk. sürmektedir. Vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmanın amacına ciddi katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. **Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz** biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır. Lütfen her soru için sadece bir seçeneği işaretleyiniz. Anket formuna isim yazılmayacak, imza atılmayacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız vakit için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Adı ve Soyadı: Bihter PEKÖZ TNKÜ. SBE. İşletme Yüksek Lisans Programı.

1. Bölüm: Otel İşletmeleri İle İlgili Sorunlar

1. Tatilimi iptal etmek istediğimde
() Paramın tamamını geri aldım. () Paramın bir kısmını geri aldım. () Sadece kaporayı geri aldım.
2. Haberimiz olmadan konaklamamız iptal oldu. () evet () hayır
3. Para İadesi konusunda belirsizlik () yaşandı () yaşanmadı
4. Rezervasyon değişikliği istediğimde () yapıldı () yapılmadı
5. İleriki bir tarih için fiyat farkı uygulandı. () evet () hayır
6. Rezervasyonumu iptal etmek ya da değişiklik yapmak istediğimde Oyalama / Erteleme
() yaşandı () yaşanmadı
7. Otel kapandı, bilgi verilmedi. () evet () hayır
8. Transfer ücreti () iade edildi () iade edilmedi. () söz konusu değildi

2. Bölüm: Demografik Özellikler

1. **Cinsiyet:** () Kadın () Erkek
2. **Yaş:** () 30 ve altı () 31-40 () 41-50 () 51 ve üstü
3. **Medeni Durum:** () Evli () Bekâr () Boşanmış/Ayrı/ Dul
4. **Eğitim:** () Lise ve daha az () Önlisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora
5. **Meslek :** () çalışmıyor () emekli () Memur () İşçi () Özel Sektör () Serbest meslek
() Esnaf () Çiftçi () Diğer
6. **Aylık Ortalama Gelir :** () 5000 TL ve daha az () 5001-7000 TL () 7001-9000 TL
() 9001-11000 TL () 11001-13000 TL () 13001-15000 TL () 15001 TL ve üzeri