



JOURNAL of SOCIAL and HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)

Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi

Received/Makale Geliş 19.12.2021
Published /Yayınlanma 28.02.2022
Article Type/Makale Türü Research Article

Citation/Alıntı: Akyurt, H. (2022). Pandemi ile Değişen Turist Tercihleri Sonucu Otellerin Yeniden Yapılanma Yöntemleri: Giresun Ramada By Wyndham Örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(80), 180-193. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2946>



Doç. Dr. Hakan AKYURT

<https://orcid.org/0000-0002-6522-684X>

Giresun Üniversitesi, Bulancak KK Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Giresun / TÜRKİYE

PANDEMİ İLE DEĞİŞEN TURİST TERCİHLERİ SONUCU OTELLERİN YENİDEN YAPILANMA YÖNTEMLERİ: GİRESUN RAMADA BY WYNDHAM ÖRNEĞİ

RECONSTRUCTION METHODS OF HOTELS AS A RESULT OF TOURIST PREFERENCES CHANGED BY THE PANDEMIC: THE EXAMPLE OF GİRESUN RAMADA BY WYNDHAM

ÖZET

Turizmde en büyük role sahip olan otellerin, Covid-19 pandemisi nedeniyle krizlerle karşı karşıya kaldığı görülmüştür. Turizm talebinin yeniden inşası, genellikle ulusal kalkınma yardımları ve otel yönetimlerinin yeniden yapılanması ile aşılmaya çalışılmaktadır. Çalışma, pandemi süreci ile ortaya çıkan turistik talep sorunlarının otel yönetimleri tarafından hangi yöntemlerle çözülmeye çalışıldığını ortaya koymayı ve talebe olan etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Turistik talebin sürdürülebilir bir yapıya kavuşması amacı ile otel yapılarındaki değişimler üzerinde durulmaya ve otel yöneticilerinin hangi unsurlara ağırlık verdiğini belirlemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Çalışma, Giresun ilinde faaliyet gösteren Ramada by Wyndham oteli genel müdürü ve diğer yöneticileri ile görüşme yapılarak elde edilen bilgiler doğrultusunda şekillendirilmiştir. Bu otelin seçilme nedeni, pandemi sürecinin başlangıcı itibarı ile hiç kapanmamış olması ve zincir bir işletme olmasıdır. Görüşmeler sonucunda otel yönetimlerinin pandemi süreci ile birlikte yapılarını değiştirmek zorunda kaldıkları, özellikle temizlik, hijyen, ürün ve hizmet sunumu bakımından köklü değişikliklere gittikleri ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, çalışma sonucunda otel yönetimlerinin azalan talep sonucunda nitelikli personeli elinde tutarak, maliyetleri azaltma yolu ile sürekli faaliyet gösterme çabası içinde oldukları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turist Tercihleri, Pandemi, Otel Yöneticiliği

ABSTRACT

It has been seen that hotels, which have the biggest role in tourism, are faced with crises due to the Covid-19 pandemic. The reconstruction of tourism demand is often overcome by national development aid and hotel management restructuring. The study aims to reveal the methods by which hotel managements try to solve the touristic demand problems that arise with the pandemic process and to investigate the effect on the demand. Research has been conducted to focus on the changes in hotel structures and to determine which elements the hotel managers focus on in order to ensure that the touristic demand has a sustainable structure. The study was shaped in line with the information obtained by interviewing the general manager and other managers of the Ramada by Wyndham hotel operating in Giresun. The reason for choosing this hotel is that it has never been closed since the beginning of the pandemic process and it is a chain business. As a result of the interviews, it is revealed that hotel management had to change their structures with the pandemic process, and they went through radical changes especially in terms of cleaning, hygiene, product and service delivery. However, as a result of the study, it is seen that hotel managements are in an effort to operate continuously by keeping qualified personnel as a result of decreasing demand and reducing costs.

Keywords: Tourism, Tourist Preferences, Pandemic, Hotel Management

Issue/Sayı: 80

Volume/Cilt: 9

jshsr.org

ISSN: 2459-1149

1. GİRİŞ

Turizm sektöründen elde edilen gelirler nedeni ile ekonomik anlamda önemli sektörlerin başında gelmesi, turizme olan ilginin ve yatırımların artması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. İstihdama olan katkısı ve kendisi dışında birçok farklı sektöre olan desteği ile turizm sektörünün önemli bir sektör olduğu görülmektedir. Turistik taleplerin sürdürülebilir bir yapıda olması, ülkelerin ekonomik olarak hem istihdamını hem de döviz getiren etkisini doğrudan ilgilendirmektedir. Ülke ekonomilerine katkısının son yıllarda giderek artmasına rağmen, pandemi süreci ile birlikte seyahatlerin kısıtlanması ve insanların turistik hareketlere kendi sağlıkları nedeni ile katılmamaları, aksi yönde bir durumun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sürecin, dünya geneline yayılmış olması, ilk zamanlarda otelleri olumsuz olarak yabancı turistik talepten mahrum kalmalarına yol açmış, yerli turistik talepleri de oldukça azaltmıştır.

Pandemi sürecinin ilerlemesi ile birlikte seyahatlerin belirli koşullar altında serbest bırakılması ile birlikte, otel yönetimlerinin bu sürece uymaktan başka bir çarelerinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, seyahat kısıtlamaları olmadıkça, insanların yeni yerler görme ve yaşadıkları yerlerden uzaklaşıp stres atma istekleri pandemi süreci nedeni ile daha da artmıştır. Ancak, insanların sağlıklarının ön plana çıkması, otel yönetimlerini de zorunlu olarak yeni yöntemler aramasına yol açmıştır. Turistik taleplerin azalması nedeni ile yeni yöntemler konusunda arayış içinde olan oteller, buldukları destinasyona göre farklı uygulamalarda bulunmakta, ancak genel olarak temizlik ve hijyen standartlarını iyileştirerek, turistlere sunmaktadır. Genel olarak benzer yöntemler çerçevesinde uygulamalar yapılırsa da-otel yönetimlerinin taleplerini artırma isteği neticesinde farklılaştırmalar görülmektedir.

Turizmde otel yönetimlerinin pandemi sürecinde karşılaştıkları zorluklar dolayısıyla, genel sağlık endişelerini giderici tedbirleri almaları ve bu tedbirleri turistlere aktarmaları zorunlu hale gelmiştir (Gössling, Scott ve Hall, 2020, 5). Bu tedbirlerin öncelikli olarak sosyal mesafe ve hijyen konusunda olduğu, bununla birlikte personelin sağlık durumu, yiyecek-ıçeceklerin sunumu ve personel istihdamına yönelik olduğu görülmektedir. Otel işletme yönetimleri sadece hijyen ve temizlik bakımından pandemi kurallarına uymakla kalmayıp, güvenli otel sertifikası almak gibi ulusal hükümet tarafından çıkarılan kurallara da uyum sağlamıştır. Bununla birlikte, sağlık ile ilgili standartların ve önlemlerin alındığı yönetim işlevleri dışında, otel maliyetlerinin artması ve gelirlerin azalması sonucunda da otel yönetimlerinin farklı yöntemler uygulamak zorunda kaldığı görülmektedir. Türkiye içerisinde turizm açısından otellerin elde ettiği gelirlerin farklılaşması, turizmden elde edilen gelirlerin dağılımının farklı olması, her otel yönetiminin bulunduğu destinasyona göre farklı yöntemler uygulaması durumunu doğurmaktadır. Otel işletmelerinin turizmdeki talebin belirlenmesinde ve yönetilmesinde önemli rolü olduğu düşünüldüğünde, hangi yöntemlerin uygulandığı ve turistik talebi arttırmak amaçlı faaliyetleri önem arz etmektedir.

Giresun ilinde yapılan çalışma, Ramada by Wyndham oteli yöneticilerinin hem istihdam hem temizlik ve hijyen hem de kurumsal açıdan hangi tedbirleri aldığını ortaya koymaktadır. Sağlık ve temizlik ile ilgili genel tedbir yöntemleri dışında, turistik talebin azalması, otel yönetimlerini farklı yönetsel tedbirler almaya da zorlamıştır. Gelirlerin azalması otelin temel personel istihdamı dışında personel istihdamına olanak vermemiş, istihdamda azalmalar olmuştur. Bununla birlikte, özel turistik talep çekme amaçlı olarak seyahat acentaları ya da ulusal işletmeler ile anlaşmalar yapılarak, otelin doluluk oranlarını yüksek tutmaya yönelik tedbirler alındığı görülmektedir. Çalışma, otel yönetimlerinin pandemi sürecinde ve sonrasında hangi tedbirlerin alındığını, turistik talebi sürdürülebilir yapmak amacı ile kullandıkları yöntemlerin ortaya konması açısından önemli bir veri kaynağıdır. Otel işletmelerinin halen devam etmekte olan ve gelecekte de devam edecek bu tür krizlere karşı nasıl tutum almaları gerektiğinin anlaşılması bakımından hem akademisyenlere hem de otel işletmelerine kaynak olacak bir çalışma olması hedeflenmektedir.

2. ULUSLARARASI TURİSTİK TALEP

Ekonomik olarak ülke kaynaklarının kullanılması bakımından en etkili sektörlerden biri olan turizm sektörü, yapısı gereği hem istihdam sağlayan hem de döviz getiren bir etkiye sahiptir. Turizmin diğer sektörlerle olan katkısı nedeni ile sadece tek bir sektör olarak değerlendirilmesi doğru olmayıp, birçok farklı sektöre ekonomik etki bakımından olumlu yansımalarının olduğu düşünülmek zorundadır. Bu çok yönlü yapısı nedeni ile turizmde talebin sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması ülke ekonomileri açısından oldukça önemlidir. Turizmin bu ekonomik değeri, birçok farklı etmen tarafından etkilenen yapısını gizleyememektedir. Dünya ve ülke genelinde oluşan olay ya da durumlardan doğrudan etkilenme potansiyeline sahip olan turizm sektörü, turistlerin beklenti, istek ve tercihlerine göre

şekillenmektedir. Bu kapsamda, dünya genelinde ortaya çıkan pandemi süreci turizm sektörü olumsuz olarak etkilemiş, sürecin devamlılığı sırasında otel yönetimleri tarafından yeni yöntemler uygulamaya geçirilmeye çalışılmıştır. Ülke ekonomilerinin desteklenmesi bakımından otel işletmelerinin taleplerinin sürdürülebilir bir şekilde artması gerektiğinden, pandemi süreci ile baş edebilecek ve turistik talebi arttırabilecek tedbirler alınması zorunlu hale gelmiştir. Bu kapsamda, konunun daha iyi anlaşılması açısından ilk olarak genel anlamı ile turizmde talep kavramının incelenmesi gerekliliği bulunmaktadır.

Turizm talebi, iş ve ikamet yerlerinden uzaktaki turistik tesisleri kullanmak için seyahat eden veya seyahat etmek isteyen kişilerin toplam sayısıdır. Turizm dinamik bir alan olması nedeniyle turistlerle ilgili faktörlerin sayısına göre değişmekte, varış ülkesi, turistlerin çıktığı pazar ve varış noktasının pazarı açısından ele alınmaktadır. Turizm yöneticileri ve araştırmacıları, turistlerin motivasyonları ve kültürleri, değişen davranışları, turizmi yönlendiren ve de etkileyen faktörler hakkında araştırmalar yapmaktadır. Ayrıca, sağladıkları kolaylıkları ve ilgi çekici yerleri veya turistleri çekmenin olası yollarını araştıran destinasyonları da incelemektedir. Turizm işletmeleri, çeşitli turist türlerini, davranışlarını belirleyerek belirli bir bölgedeki turizm talebini anlayabilmekte ve doğru pazar için doğru teklifler oluşturabilmektedir (Mathieson ve Wall, 1982, 11).

Turizm talebi, insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli satın alma gücü ve boş zamanı ile desteklenen turizm ürünlerini satın almayı planlayan kişi sayısı olarak tanımlanmaktadır. Turizm talebi, talep düzeyini yöneten faktörleri, talebin mekânsal özelliklerini, farklı talep türlerini ve bu taleplerin yapılma nedenlerini kapsayan geniş bir terimdir. Bir başka tanımla turizm talebi, “insanların belirli bir fiyattan belirli bir süre boyunca olası bir dizi olası fiyattan satın almaya istekli ve muktedir olduğu herhangi bir ürün veya hizmet miktarının bir çizelgesi” olarak ifade edilmektedir. Turist olarak adlandırılan bireyler turizm talebini oluşturmaktadır. Bu, turizm destinasyonu olarak adlandırılan belirli bir yerde gerçekleşmekte, talebin ölçeği ile büyüklüğü zamana ve bazen de mevsimlere göre değişmektedir. Turizm hizmetleri için zaman talebi ya ilerlemekte ya da değişmektedir. Bu tür değişiklikler, sözde yeni turistlerin ortaya çıkmasından kaynaklanabilmektedir. Bu turistler yeni bir şeyler deneyimlemek, yüksek kaliteli hizmet ve paralarının karşılığını almak istemektedir (Buhalis, Andreu ve Gnoth, 2020, 690).

Buhalis (2004), gerçek, bastırılmış ve gizli talep olmak üzere üç ana talep türü tanımlamaktadır. Etkin talep olarak da adlandırılan gerçek talep, gerçek turizm sürecine dahil olan turistlerden gelmektedir. İkinci talep türü, genellikle kontrolleri dışındaki koşullar nedeniyle seyahat edemeyen iki kategorideki insan tarafından yaratılan sözde bastırılmış taleptir. İlk grup, nüfusun turizm sürecine dahil olmak isteyen ancak farklı nedenle yapamayan kesimleri kapsamaktadır. Daha sonraki bir tarihte katılabilecekleri için durumlarına potansiyel talebi temsil eden turist tipidir. Ertelenmiş talep, arz ortamındaki sorunlar nedeniyle seyahatin ertelendiği, bastırılan talebin ikinci alt kategorisini tanımlamaktadır. Potansiyel ve ertelenmiş talepleri ölçmek zordur ve bu nedenle nadiren dikkate alınmaktadır. Üçüncü tip gizli taleptir. Belirli bir destinasyondaki turistik konaklama veya turist hizmeti içeren talebin mekânsal ve zamansal ifadesi ile ilgilidir (Buhalis, 2004, 807).

Turizm talebi, yazarın ekonomik, psikolojik, coğrafi ve politik bakış açısına bağlı olarak çeşitli şekillerde tanımlanabilmektedir. Coğrafi perspektif, turizm talebini, seyahat eden veya seyahat etmek isteyen ve iş veya ikamet yerlerinden uzaktaki yerlerde turistik tesis ve hizmetleri kullanan kişilerin toplam sayısı olarak ifade edilmektedir. Turizmle ilgili önemli konulardan biri de birçok resmi bildiri de belirtildiği gibi bireyin hakkıdır. 1980 yılında Manila Dünya Turizmi Bildirgesi, turizmin nihai amacının “yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve tüm insanlar için daha iyi yaşam koşullarının yaratılması” olduğunu belirtmiştir (Cooper, Fletcher ve Gilbert, 1993, 14).

Uluslararası turizmin talep özelliklerini analiz eden çok sayıda çalışma vardır. Turizm talebinin hacminin temel olarak gelir seviyelerine, turizm fiyatına, pazarlama harcamalarına ve ziyaretçilerin tercihleri ve söz konusu turizm ülkesinin popüleritesi gibi çeşitli sosyo-ekonomik faktörlere bağlı olduğu varsayılmaktadır. Bu değişkenlerin çoğunun ölçülmesinin zor veya gözlemlenemez olması gerçeğinin ortaya çıkardığı sorun, etkilerini temsil etmek için bilimsel yöntemlere dayalı bir eğilim kullanılarak çözümlenmektedir. Turizm sektörünü Yapısal Zaman Serileri Modelleri (STSM'ler) çerçevesinde analiz etmeyi amaçlayan araştırmacılar bulunmaktadır. Bu modeller, turizm fiyatları ve gelir gibi açıklayıcı değişkenlerle gözlemlenebilir olmayan tüm değişkenlerin etkilerini yakalayan mevsimsel bileşenleri içermektedir. Ek olarak, örnek boyunca her noktada trend ve mevsimsel bileşenlerin optimal bir tahmin edicisini sağlamak için bir yumuşatma algoritması kullanılabilir. Turizm sektörü analizinde karşılaşılan bir diğer sorun da güvenilir bir dış talep göstergesinin

seçilmesidir. Standart tanımlara göre turizm, herhangi bir turistin seyahat ederken tükettiği tüm mal ve hizmetleri kapsadığı ifade edilmektedir. Turizm talebi bir mal ve hizmet yığını olduğundan, değişken doğrudan gözlemlenemez ve bir vekil kullanılmalıdır. Uluslararası turizm talebinin göstergesi olarak turist harcamaları ve turist sayısı olmak üzere iki değişken dikkate alınmaktadır. Turist harcama davranışının analizine odaklanmak gerekmektedir. Turizm harcamalarının seviyesini etkileyen ana faktörleri incelemek ve ayrıca sektörün büyüme oranlarındaki düşüşe hangi faktörlerin ne ölçüde katkıda bulunduğunu tespit etmek için çalışmalar yapılmaktadır (Gonzalez ve Moral, 1995, 235).

Uluslararası turizm talebini etkileyen değişkenlerin bilgisi, özellikle ülke ekonomilerinde önemli olan turizm endüstrisi için büyüme stratejilerinin planlanmasında politika yapıcılara yardımcı olmaktadır. Uluslararası turizm talebinin ekonometri analizi, turizm pazarının nispi fiyatlardaki değişikliklere çok duyarlı olduğunu göstermektedir. Müşteri ülkeler ve rakip ülkeler için önerilen iki fiyat endeksi sunulmaktadır. Bu sonuç, satışların bir grup ülkeye yapıldığı, ancak rekabetin başka bir farklı ülke grubuyla en azından önemli ölçüde olduğu durumlarda, iki göreceli fiyatın gerekli olduğu anlamındadır. Tahmini iki fiyat esnekliği benzerdir. Turistler için ülkeler arasında önemli bir ikame esnekliği vardır, bu nedenle beklenenden daha yüksek fiyatlar, yurtdışına seyahat etmekten vazgeçme kararından ziyade destinasyon değişikliğine neden olmaktadır. Gelir etkisi turist ziyaretlerinin sayısını açıklamada ilgili bir faktör olmasına rağmen, toplam turist harcama miktarını etkilememektedir. Genel olarak, daha zengin ülkelerindeki gelir seviyesi, önde gelen destinasyonlara tatillerde yurtdışına seyahat etmeye karar verenlerin sayısını etkilemektedir. Ancak, uluslararası turizm pazarında lüks bir ürün olarak kabul edilmeyen turistik destinasyon ürünlerinin kendine has özellikleri, turizm talebi üzerinde etkili olmaktadır (Buhalis, Andreu ve Gnoth, 2020, 692).

Açıklayıcı değişkenlerin uluslararası turizm talebinin büyümesine katkısının analizi, 1980'lerde turizm sektörünün genişlemesinde trend bileşeninin belirleyici olduğunu göstermiştir. Büyük fiyat artışları, dış talebin gelişimini olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır. Sektördeki durgunluk, turizm destinasyonu imajının bozulması nedeniyle trendin büyüme hızına katkısının azalmaya başlamasına neden olmaktadır. Fiyatlar turizm sektörü tarafından kontrol edilemediğinden, genel ekonomik politikanın bir hedefi olduğundan, turizm endüstrisinin toparlanması sektörün modernizasyonu, yani mevcut altyapının iyileştirilmesi ve yeni turistlerin ardından turizm için yeni alternatiflerin yaratılması yoluyla gerçekleşmelidir. Uluslararası turizm talebinde mesafelerin etkisi de dikkate alınması gerekmektedir. Fiyatların az gelişmiş ülkelerde daha uygun olması, gelişmiş ülke ekonomilerinin diğer paralar üzerindeki etkisi ile doğru orantılıdır. Mesafe kendi içinde belirleyici bir değişken olmasa da yakındaki destinasyonlara seyahat etme isteğinde artışa ve buna paralel olarak uzun mesafeli destinasyonlara olan talepte azalmaya yol açabilecek bir dizi faktörün temsilcisi olarak devam eden etkisini göstermektedir (McKercher ve Mak, 2019, 345).

Uluslararası turizm talebinin ampirik çalışmaları büyük ölçüde gelişmiş ülkelere odaklanırken, gelişmekte olan veya yeni turizm destinasyonlarına sahip ülkeler ile az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda, ülkelerin yerel araştırmacıları ya da akademisyenleri tarafından yapılmaktadır. Bu durumu belirtmenin nedeni, turizm talebinin ülkelere, destinasyonlara ve hatta turistik ürünlere göre değişimler gösterebilmesidir. Günümüz turizm hareketlerinde uluslararası turizm talebinin belirlenmesi için birçok benzer faktörden yararlanılsa da destinasyonların özelliklerine ve sunduğu hizmet ya da ürünlere göre taleplerinde farklılıklar görülmektedir. Bu nedenle, uluslararası turizm talebinin önde gelen itici güçleri olarak hangi faktörlerin etkili olduğunu söylemek için birçok çalışmayı incelemek gerekmektedir. Bu durumun tespitinde en önemli bilgiler, yerel akademik çalışmalar ile araştırmacıların yaptıkları çalışmalardır. Literatürde bulunan uluslararası turizmin her itici gücünün tahmini talep esnekliği önemli ölçüde değiştiğinden, tahminlerin kesin olarak kabul edilemesi mümkün olmamaktadır.

Örneğin, ekonomik teoriler, uluslararası turizmin lüks bir ürün olarak kabul edilmesinden dolayı, gelirin turizm talebinin itici gücü olduğunu öne sürmektedir. Gelir, uluslararası turizm talebinin baskın bir itici gücü olarak gösterilmiş, turizm talebinin kişi başına reel tüketim ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Buna karşılık, kaynak ülkelerdeki gelirin az gelişmiş ülkelerdeki turizm talebi üzerinde çok az etkisi olduğu belirtilmektedir. Benzer şekilde, birçok çalışma uluslararası turizm akışlarını yönlendirmede döviz kurlarının önemini vurgulamaktadır. Birkaç ampirik çalışma, turistlerin döviz kurlarındaki değişimlere karşı gerçek fiyat değişimlerine karşı farklı hassasiyetler gösterebileceğini göstermektedir. Turistlerin seyahate çıkmadan önce hedef ülkedeki enflasyondan çok döviz kuru değişimlerinin farkında olma eğiliminde olduklarını iddia etmektedir. Uluslararası turizm talebinin literatürde tartışılan diğer potansiyel olarak önemli itici güçleri, alternatif destinasyonlardaki fiyatlar, göç eğilimleri değişikliklerdir. Turistlerin zevkleri ve mevsimsel farklılıklar, siyasi istikrarsızlık,

doğrudan yabancı yatırım, işsizlik oranları, gelir dağılımı seviyeleri, terörizm veya enfeksiyon korkuları ve seyahat tercihlerinde alışkanlık kalıcılığının gücünün bir göstergesi olarak bağımlı değişkenin kendisinin gecikmeli etkileri bulunmaktadır (Adeola, Boso ve Evans, 2018, 30).

Siyasi risk ve belirli olaylar, uluslararası turizm talebinin geniş çapta incelenen itici güçlerinden bazılarıdır. Örneğin, Asya mali krizinin ve orman yangınlarının salgınlarının Malezya'nın uluslararası turizmi üzerinde olumsuz etkileri olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, Asya mali krizinin ve Körfez Savaşı'nın Endonezya'daki uluslararası turizm üzerinde olumsuz etkileri olduğunu bulmuşlardır. Yüksek politik riskler, yüksek riskli destinasyonlara yapılan ziyaretleri caydırdığından, politik riskteki değişikliklerin de turizm talep şoklarına katkıda bulunduğuna inanılmaktadır. Risk endeksindeki bir puanlık azalmanın gelen turistleri %4 oranında artırdığını ve bu etkinin boyutunun hem yüksek hem de düşük gelirli destinasyonlar için eşit olduğunu bulmuşlardır. Bu, özellikle risk algılarının daha yüksek olduğu gelişmekte olan ülkeler açısından uluslararası turizm bağlamında önemlidir (Asrin, Faroughi ve Khalid, 2015, 481).

Turizm, istihdam yaratılması, altyapı sağlanması, gelir vergilerinin arttırılması, ihracatın hızlandırılması ve küresel barışın desteklenmesi üzerindeki etkileriyle bir ekonominin büyümesi için önemli bir bileşendir. Uluslararası turizm hızla büyüyerek dünyanın en hızlı büyüyen sektörleri arasında önemli haline getirmektedir. Turizm, birçok ülkenin gelirlerini ve ihracat tabanlarını geliştirmelerinin yanı sıra kültürel miraslarını sergilemelerinde önemli bir araç haline gelmektedir. Doğal ve kültürel kaynakları, uluslararası turizm talebi için baskın cazibe merkezleri olarak sunulmasını sağlamaktadır. Bir ülkedeki uluslararası turizm talebinin itici güçlerinin belirlenmesi ve araştırılması, geçmişte turizm talebindeki değişiklikleri anlamak, açıklamak ve gelecekteki turizm gelişiminin potansiyel yollarını tahmin etmek için her türlü çabanın anahtarıdır. Potansiyel turist sayısı, önceki tatil deneyimlerine ve misafirperverliğe bağlıdır. Ayrıca ülkeler için reel döviz kuru da uluslararası turizm ile olumsuz ilişkilidir. Altyapı aynı zamanda uluslararası turizmin önemli ve olumlu bir itici gücüdür. Altyapı olanaklarının ölçeği ne kadar yüksek olursa, o kadar hevesli turistler gelecek, talep olumlu olarak etkilenecektir. Siyasi istikrar ve şiddetin olmaması uluslararası turizm üzerinde de olumlu etkilere sahiptir. Ek olarak, kişi başına düşen gelirin daha yüksek olması, daha fazla turist gelişiyse tutarlıdır ve bu da turistlerin daha gelişmiş ülkelerin tercih edildiğini göstermektedir. Doğrudan yabancı yatırım ve ticari açıklık, uluslararası turizm talebinin önemli itici güçleridir. Ancak, yerel fiyatlar ve nakliye maliyetleri, seyahat etme kararında önemli etkenler olarak görülmemektedir (Peng, Song, Crouch ve Witt, 2015, 615).

Ülke yönetimleri açısından, turizmin potansiyellerinin ekonomik bir fırsat ve kalkınma katalizörü olarak görüldüğü ve bu nedenle stratejik planlar hazırlandığı bilinmektedir. Zengin kültürel ve doğal kaynaklarıyla bir ülke muazzam bir potansiyele sahip olsa da yine de çoğunlukla, seyahat ve turizm gelişiminin ilk aşamalarında. Destinasyonun zorlukları, bol kaynaklarıyla değil, ülkelerin karşı karşıya olduğu zayıf altyapı, düşük satın alma gücü, siyasi istikrar, şiddet ve güvenlik gibi daha geniş sorunlarla bağlantılı olmaktadır. Uluslararası turizm talebini arttırmak için seyahat ve turizm sektörlerini geliştirirken, altyapı geliştirme ve siyasi istikrarı ana temalar olarak önem göstermek gerekmektedir. Uluslararası pazarda zorlukların üstesinden gelerek ve rekabet avantajlarını geliştirerek, seyahat ve turizm potansiyellerine ulaşabilecek hedefler ortaya konulmalıdır. Ülkeler arası heterojenliğin bir sonucu olarak, uluslararası turizm talebinin itici güçleri ülkeye özgü olabilmekte ve bazı boyutlarda belirli bir ülke için tahmin yapmak güç bir işlem haline gelmektedir. Uluslararası talebin çok yönlü olması, sadece ülke içindeki faktörlerle değil, dünya genelindeki gelişmeler ile bağlantılı bir durumu ortaya çıkarmaktadır (McKercher ve Mak, 2019, 342).

Genel turistik talep unsurları ile birlikte, uluslararası turizm talebinin şekillendirilmesinde önemli ama çok ön planda olmayan faktörlerden biri de turizm eğitimidir (Akyurt ve Ültay, 2021, 165). Turizm alanında hem halkın hem de çalışanların eğitimi doğrudan olarak turistik talep üzerinde etkili olmaktadır. Halkın hem istihdam anlamında hem de seyahat ve tatil süreci bakımından eğitim alması, daha net kararlar verme bakımından tatil ve seyahat sürecini, istihdam ve üretim bakımından da ülkeye olan turizm talebini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, turizm alanında insanların bilinçlenmesini sağlamak ve eğitimler vermek, turistik talebin artmasına etki etmektedir. Ayrıca, eğitilmiş ve nitelikli personelin turistlerin seyahat ve tatil deneyimlerini olumlu olarak etkileyecekleri, tekrar satın alma ve seyahatlerin kararlarının alınmasında etkili olacakları kuşkusuzdur. Nitelikli personeller, turistik talepte doğrudan etkin olan bir unsur olarak göz ardı edilmemesi gereken bir rol üstlenmiş durumdadır. Turizm alanında donanımlı insanların çalışması, talebin sürdürülebilirliği açısından önemli etkenlerden birdir. Bununla birlikte, turistlerin tercihlerinin sürekli olarak değiştiği ve günün koşullarına uygun olarak bu tercihlerin

takip edilmesi gerektiği konusu önem arz etmektedir. Bu kapsamda, turistlerin tercihleri ile ilgili olarak hangi unsurların önemli olduğunun açıklanması uygun olacaktır.

2.1. Turist Tercihleri ve Talebe Etkisi

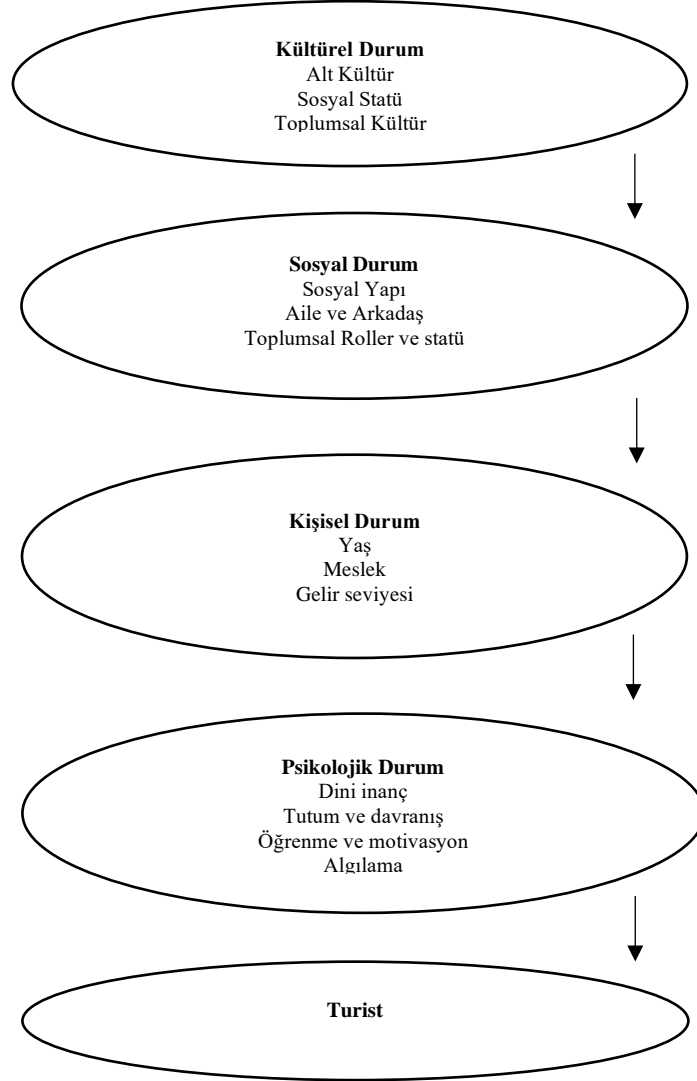
Talebin belirlenmesinde en etkili faktör, turistlerin satın alma tercihleridir. Hangi unsurlar dikkate alınarak satın alma tercihi yapıldığı, birçok araştırmanın konusu olarak ön plana çıkmaktadır. Turistlerin satın alma tercihlerine etki eden birçok faktör olmakla birlikte, literatür incelendiğinde demografik faktörler başta olmak üzere çok farklı unsurlardan oluşan bir tercih yapısından bahsetmek mümkündür. Destinasyon türüne, turistik ürün çeşidine ya da seyahat edilecek ülkelerin sundukları hizmetlere göre turistik tercihler değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle, turistik tercihleri etkileyen unsurların belirlenmesine yönelik olarak birçok çalışma bulmak mümkündür. Bununla birlikte, son yıllarda dünya genelinde ortaya çıkmış olan Covid-19 pandemisi nedeni ile turistik tercihlerde değişimler yaşanmaya başlanmıştır. Ülkelerin bu sürece dair aldıkları önlemler ile birlikte, destinasyonlardaki konaklama tesislerinin almış oldukları tedbirlerde turist tercihlerinde etken faktörler arasına girmiştir. Ancak, genel olarak turistlerin tercihlerinde bazı faktörlerin etkili olduğunu belirtmek yanlış bir ifade olmayacaktır. Pandemi ile birlikte değişen turist tercihlerinin yansımaları neticesinde otel yönetimlerinin aldıkları tedbirler ve yeni yöntemler bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, doğrudan turizm talebine etki eden bu unsurlar, turistik talebin sürdürülebilir olması ve artırılması açısından önem arz etmektedir. Turist tercihleri farklı araştırmacılar tarafından birçok defa ele alınan bir konudur. Turizm talebine olan etkisi ve turizm pazarlaması açısından değeri göz önüne alındığında, bu konunun gelecekte de sürekli olarak işleneceği muhakkaktır.

Destinasyonların özelliklerine ve durumuna göre etki eden kişisel faktörlerin diğer adı ile demografik faktörlerin etkisinin genel olduğu, büyük oranda turizm talebini şekillendirmede yeterli olmadığı ifade edilmektedir. Turizmde temel unsurların doğal çekicilikler ve turistik ürün çeşitliliği olarak belirtildiği, literatürde bu konuda araştırma yapan akademisyenlerin, turistik talepte demografik unsurların genel turistik ürünler üzerinde etkili olduğu iddia edilmektedir. Destinasyonlar tarafından sunulan ürünlerin çeşidine göre yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir seviyesi ile ilgili tercihlerin olduğu, genel anlamda turistik çekiciliğe sahip ve de yeterli turistik ürün çeşitliliğine sahip alanların turistik talep konusunda demografik unsurlardan etkilenmediği belirtilmektedir (Davras ve Uslu, 2019, 694).

Turistlerin tercihlerinin turizm talebinde etkisinde günümüz sosyal medyasının ve internetin ayrıca önemine değinmek gerekmektedir. Dünya üzerinde artık birçok insan internet aracılığı ile bilgi edinmekte, bilet almakta, konaklama rezervasyonlarını gerçekleştirmekte ve geçmiş tatil tecrübelerine ait yorumları okuyarak, satın alma kararlarını vermektedir. Durum böyle olunca, insanların internette edindikleri bilgiler doğrudan turizm talebini etkilemektedir. Bu nedenle hem ülke turizm yönetimlerinin hem de turizm işletmelerinin interneti etkin ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışı ile yönetmeleri gerekliliği ortaya çıkmaktadır. İnternet üzerinde etkili bir tanıtım ve pazarlama işlevi gerçekleştiremeyen ülke turizm destinasyonları ve turizm işletmeleri, rekabet açısından oldukça geri kalmaktadır. Dünya genelinde belirli ve isim yapmış turizm destinasyonları internet konusunda etkilenmemekte, ancak yeni turizm destinasyonları ve turistik talebini arttırmak isteyen turizm işletmelerinin, internette kendilerini tanıtmaları ve de bu durumu sürdürülebilir bir müşteri hizmetleri anlayışı ile yapmaları gerekmektedir. Günümüzde benzer turizm destinasyonlarının sayısının artması, ulaşım imkanlarının kolaylaşması ve turistlerin satın alma kararlarını etkileyecek internet bilgilerine erişiminin rahat şekilde edinilmesi, turizm talebinin değişiminde en önemli etken faktörler arasına internetin olmasına yol açmaktadır. Özellikle akıllı telefonlar vasıtasıyla internete ulaşmanın kolaylaşması ile birlikte, turistlerin sadece satın alma karar aşamasında değil, tatilleri veya seyahatleri sırasında bile kolaylıkla karar değişikliğine gidebildiği görülmektedir. İnternetin bu gücünün ülke turizm yönetimleri ve turizm işletme yöneticileri tarafından etkin bir şekilde yönetilmesi zorunlu bir hale gelmektedir. Turistik destinasyonlar, seyahat biçimleri ve konaklama tesisleri ile bilgilerin, gün geçtikçe internetin daha da artan kullanımı ile internet üzerinden şekilleneceği, turistik talep değişimlerinin internet vasıtasıyla doğrudan belirleneceğini ifade etmek mümkündür.

Bazı araştırmacılar turistik talebi destinasyon açısından değerlendirmekte ve genel olarak mikro ve de makro değişkenler altında incelemektedir. Mikro destinasyonlar coğrafi açıdan daha dar kapsamlı destinasyonları ifade etmektedir. Makro destinasyonlar ise dünya genelinde olan destinasyonları kapsamaktadır. Bu destinasyonlarda turistlerin tercihleri coğrafi unsurlar ve imkanlar, üstyapı ve altyapı unsurları, ulaşım durumu, tarihsel ve kültürel alanlar, mimari özellikleri, gastronomi ürünleri, doğal alanlar, alışveriş imkanları, bitki ve hayvan çeşitliliği gibi birçok alt faktörden etkilenmektedir. Hizmet

kalitesi ve hizmetle bağlantılı diğer unsurlarda bu destinasyonlar açısından turist tercihlerinde ekili unsurlar arasında dahil edilmektedir (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010, 80). Bununla birlikte, bazı araştırmacılar turistlerin tercihlerinde itici ve çekici unsurların etkili olduğunu ifade etmektedir. Çekici faktörlerin turistlerin destinasyon tercihlerinde etkili olan doğal alanlar, oteller, turistik faaliyetler, kültürel ve tarihsel alanlar gibi unsurlardan oluştuğu belirtilmektedir. İtici faktörlerin ise seyahat isteğinin harekete geçmesinde etkili olan dinlenme, sağlık, macera ve prestij edinme gibi unsurlar olduğu ifade edilmektedir (Çakıcı ve Aksu, 2007, 186).



Şekil 1. Turist Davranışını Etkileyen Faktörler, **Kaynak:** Kotler, Bowen & James, 2003.

Turizm destinasyonlarında turist tercihlerinin öneminin turistik talep açısından değerli olması, bu tercihlerin sadece destinasyon açısından değil, diğer faktörler üzerinden de değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Şekil-1’de görüleceği üzere, turist davranışları üzerinde sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel durumların etkili olduğu ifade edilmektedir. Yukarıda belirtilmiş olan unsurların tüketici satın alma davranışında etkili temel faktörler olmasına rağmen, günün getirdiği moda, tercihler ve sosyal ortam durumları neticesinde turizm talebinin her an değişeceği gerçeği bulunmaktadır. Turizm sektörünün birçok faktörden etkileniyor olması, turistik talebin sadece turistlerin tercihlerine bağlı olarak değişmesine engel olmaktadır. Turistik destinasyon içindeki siyasi ve politik karmaşıklıklar, terör olayları, doğal afetler gibi kontrol altında tutulması zor olan birçok etmen tarafından etkilenmekte olan turistik talep, sürekli olarak pazarlama stratejilerine ve dünyadaki gelişmelerin takip edilmesi ile az da olsa kontrol altında tutulabilecektir. Bu nedenle, turizm talebinin sadece turistlerin tercihlerine göre şekillenmediğinin bilinmesi önem arz etmektedir.

Turistlerin tercihlerinde bir başka önemli faktör ise son yıllarda dünya geneline yayılan covid-19 virüsü etkileridir. Turistlerin konaklama ve seyahat alışkanlıklarını köklü bir biçimde değiştirmeye zorlayan

bu süreç, seyahat ve konaklama kararlarında pandemiye göre değişimlere yol açmaktadır. Özellikle, kapalı alanlarda kalmak konusunda endişesi olan turistlerin sayısının arttığı ve seyahatlerini ya kısa destinasyonlara ya da uzun destinasyonlara birkaç destinasyon üzerinden seyahat ettikleri görülmektedir. Ayrıca, konaklama tesislerinin virüs tedbirleri, ülkedeki virüs oranı ve insanların yoğun olmadığı destinasyonlar gibi unsurlara önem verdikleri görülmektedir (Demirdağ, 2021, 19). Bununla birlikte, ülke yönetimlerinin turistlerin satın alma tercihlerinde etkili olması amacı ile kendi ülkeleri içerisinde bazı standartlar getirdiği, turizm işletmelerine virüsten korunma ile ilgili olarak kurallar koyduğu bilinmektedir. Örneğin, Türkiye’de “Güvenli Otel Sertifikası” adı altında otellerin virüse karşı tedbirler aldığı ifade edildiği bir standart getirilmiş, tercihe göre oteller bu kurallara uyduğu takdirde, belgeye sahip olabilmektedir. Belgenin geçerliliğinin sürekli olmadığı, kamu denetçileri tarafından bazı zaman süreçlerinde tekrar kontroller yapılarak virüse karşı uygulanan tedbirlerin denetlendiği bilinmektedir. Bu gibi önlemler, yurt içinde seyahat ve tatil yapan yerli turistler açısından virüse karşı bir tedbir göstergesi olsa da yurt dışından seyahat eden turistler açısından ne kadar önemli olduğu ve dikkate alındığı ise muamma olarak kalmaya devam etmektedir. Ancak, bu şekilde alınan tedbirlerin ve önlemlerin turistlerin tercihlerinde etkisinin olmadığını ifade etmek mümkün olamaz. Günümüzdeki pandemi sürecinin uzaması ve daha da uzayacağı endişesi nedeni ile turizm işletmelerinin ve ülke turizm yönetimlerinin pandemi ile ilgili olarak sürdürülebilir bir tedbir sistemi getirmesi, turistik talebin daha az etkilenmesi açısından zorunlu bir hale gelmiştir. Her ne kadar boş zamanlarını değerlendirmek ve pandemi sürecinde kısıtlı kalmak nedeni ile insanlar turizme yönelse de virüs ile ilgili endişeler tatil kararlarında bundan sonraki yıllarda da önemli bir etken olarak karşımıza çıkacaktır. Covid-19 pandemi süreci atlatılsa bile farklı krizlere veya salgınlara karşı turizm yöneticilerinin sürekli olarak tetikte olması gerekmektedir.

2.2. Turizmde Covid-19 Pandemi Etkisi

Turizmde covid-19 pandemisi ile birlikte özellikle 2020 yılı ile birlikte önemli oranda turizm talebi azalması yaşanmıştır. Ülkelerin sınırlarını kapatmaları, sokağa çıkma yasakları ve seyahat kısıtlamaları nedeni ile turizm faaliyetleri çok büyük ölçüde olumsuz olarak etkilenmiştir. 2021 yılı ile birlikte, ülke yönetimlerinin ve turizm işletmelerinin bu sürece uyum sağlamaya başlamaları, aşıların bulunması ve insanlara enjekte edilmesi, turizm faaliyetlerinin eskisi gibi olmasa da hareketlenmeye başlamasına neden olmuştur. Ülke yönetimleri turizmden elde edilen gelirlerini arttırmaya ve eski rakamları yakalamaya çalışsa da halen günümüzde bu rakamlara ulaşamamıştır. Dünya genelinde virüsün mutasyona uğrayarak, varlığını devam ettirmesi, alınan tüm önlemlere rağmen turizme katılanların sayılarını da olumsuz olarak etkilemektedir. İnsanların kısıtlamalardan ve yasaklardan sonra tatil yapma isteğinin daha da arttığı bu dönemlerde, halen virüsün etkileri ile mücadele etmek zorunda olan bir sektörün varlığı söz konusudur.

Turizmin nasıl etkilendiğinin anlaşılması bakımından Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerinin incelenmesi yeterli olmaktadır. Dünya Turizm örgütünün 2020 ve 2021 yılları için sunduğu verilerde de görüleceği üzere, turizme katılan insan sayısında ve dolayısıyla turistik talepte dünya genelinde ciddi anlamda azalma söz konusudur. Duruma ilişkin veriler aşağıda Tablo-1’de verilmektedir.

Tablo-1: Dünya Turizmine Covid-19 Etkisi (2020)

Destinasyonlar	2020
Afrika	- % 68,7
Amerika	- % 68,1
Asya ve Pasifik	- % 83,5
Avrupa	- % 69,4
Ortadoğu	- % 73,6
Toplam	- % 72,9

Kaynak: UNWTO. International Tourism and Covid-19.

Yukarıdaki Tablo-1’de görüleceği üzere 2019 yılına göre 2020 yılında turizm rakamlarında çok ciddi anlamda azalma bulunmaktadır. İnsanların covid-19 endişesi ve dünya genelindeki yasak ve de kısıtlamalar nedeni ile turizm aktiviteleri önemli oranda azalmıştır. Bu durum, 2021 yılında da benzer durum gösterse de Dünya Turizm Örgütü verilerinde Ekim 2021’e kadar dünya genelinde turizm hareketleri %76 oranında azalmıştır (World Tourism Organization, 2022). Durumun eski haline dönmesinin zaman alacağı, gerekli tedavi yöntemlerinin bulunması ile ancak düzeleceği gerçeği tüm turizm sektörü tarafından kabul edilen bir durumdur. Bu nedenle, turizme katılacak kişi sayısını arttırmak için birincil öncelikli tedbir, virüse bulaşma ihtimalini en aza indirecek seyahat ve tatil seçeneklerini geliştirmektir. Elbette turizm talebini arttırmak sadece bir ülke veya turizm işletmesinin

yapabileceği bir durum değildir. Dünya genelinde sorun oluşturan sağlık engeli, tüm dünya ülkelerinin birlikte çabası ve tedavi yöntemlerinin işe yaraması ile mümkün olacaktır. Bu kapsamda, otel işletmelerinin ve ülke turizm yöneticilerinin hiçbir şey yapmadan beklemesi mümkün olmadığından, her ülke kendi çapında önlemler almaya çalışmakta ve turizm işletmeleri de turistleri seyahate yönlendirecek yöntemler üzerinde çalışmaktadır. Dünya genelinde oluşmuş olan bir salgının turizm başta olmak üzere diğer birçok sektörü de etkilediği kuşkusuzdur. Turizm sektörü ile bağlantı olan seyahat acentelerinin seyahat kısıtlamaları ve yasaklar ile en zor durumda kalan diğer turizm işletmeleri olduğunu da ifade etmek gerekmektedir. Turizm talebinin yaratılmasında önemli rolü olan acentelerin, covid-19 sürecinde farklı uygulamalar ile sürdürülebilir bir yapı kurmaya çalıştıkları da bilinmektedir. Ancak, her ne kadar yavaş yavaş bu sürece uyum sağlamaya çalışılsa da eski turizm rakamlarına ulaşılmasının zaman alacağı bir gerçektir.

Son yıllarda, talep krizleri ve turizm arasındaki bağlantı, halkı küresel terör tehditleri, salgın veya ekonomik kriz konusunda daha bilinçli hale getiren önemli bir ivme kazanmıştır. Bu tür krizler meydana geldiğinde, sonuçta çıkış ve varış bölgeleri arasındaki turist akışlarının değeri ve hacmi üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olunmaktadır. Ayrıca, krizler belirli bir destinasyon için talepte önemli değişikliklere neden olabilmekte, turistler bağlamı göz önüne alındığında, algılanan risk, turistlerin davranışlarını ve destinasyon seçimlerini etkileyebilmektedir. Salgın hastalıklar gibi sağlık krizleri, olumsuz grafik görüntülere yol açmakta ve medyada yer almakta, bu durumda turizm endüstrisinin yönetilmesini özellikle zorlaştırmaktadır. Covid-19'un şu anda dünya çapında 188'den fazla ülkede bildirilen vakalarla küresel bir salgın hale gelmiş olması, turizm yöneticilerinin işini daha da güç hale getirmektedir. Pandemi ile ilgili olarak etkili tedavi yöntemleri bulunmadıkça olumsuz etkiler yoğunlaşacak ve bu da ekonomik iyileşmede önemli bir gecikmeye neden olacaktır. Ayrıca, pandeminin hala artış eğiliminde olması ve doğrudan etkisi, dünya ekonomisinde sorunlar yol açmaya devam edecektir (Polyzos, Samitas ve Spyridou, 2021, 177).

Covid-19 süreci ile birlikte, 2020'de turizm gelirinin toplam 270 milyar \$'dan 124 milyar \$'lık bir kayıpla yaklaşık %50 azaldığı belirtilmektedir. 10 otel odasından 8'inin boş olduğu, 2020'nin otel doluluk oranı açısından en kötü yıl olduğu ifade edilmektedir. Dünya genelinde turizm çalışanlarının %70'inin işten çıkarıldığı, işsizlik rakamlarına turizm sektörünün negatif anlamda önemli bir katkıda bulunduğu görülmektedir. Covid-19 pandemisi sadece bir sağlık krizine değil, aynı zamanda küresel bir ekonomik krize de neden olmaktadır. Yaygın etki, ekonomiyi yeni normal koşullarda değişikliklere götürmekte, sağlık ekonomisi, kamu ekonomisi, kamu maliyesi, kurumsal ekonomi, uluslararası ticaret, çevre ekonomisi, kalkınma ekonomisi, davranışsal ekonomi ve diğer birçok alanda karar vericilere referans sağlamak için birçok önemli araştırma konusunu gündeme getirmektedir. Bu tür çalışmalar sadece turizm sektörünün pandemi ve ekonomik krizin neden olduğu kısa vadeli şoklardan toparlanmasını hızlandırmakla kalmamakta, aynı zamanda ülke ekonomisinin de toparlanmasına yardımcı olmaya çalışmaktadır (Haryanto, 2020, 3).

Covid-19 döneminde turizmin geleceği şu anda bilinmemekte, ancak yeni normal haline gelen bir süreçte turizm endüstrinin nasıl toparlanıp hayatta kalabileceğini değerlendirmek için önemli tahmine dayalı araştırmalar gerekmektedir. İç ve dış turizmin, seyahatin ve misafirperverliğin iyileşmesini sağlamak için toplumu ve ekonomiyi açmak gereklidir. Dünya çapında turizm ve seyahat gelirlerindeki dramatik düşüşler göz önüne alındığında, kaybedilen geliri telafi etme beklentileri konusunda aşırı iyimserlik bir yaklaşım bulunmaktadır. Ancak, Covid-19 pandemisi, nüfustaki tüm cinsiyet, yaş, ırk, etnik ve tıbbi, fiziksel, zihinsel, psikolojik, ekonomik ve de finansal olarak dezavantajlı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Tüm dünyada işsizlikteki üzücü artışları iyileştirmek için uluslararası ve iç turizmin yeniden canlandırılması gerekmektedir. Ekonomik olarak turistik talebin azalması sadece turizm sektörüne değil, turizm sektörü ile çalışmakta olan birçok sektörün iş kapasitesini azaltmış durumdadır. Böylelikle, turizm sektörü ile birlikte diğer sektörlerde de ekonomik anlamda gelir kayıpları ortaya çıkmıştır. Bu durumun azaltılması için turistik taleplerin artması gerekmektedir. İstihdam oranlarının artması ile ekonomik anlamda tüm dünyada ekonomik canlanma meydana gelecektir. Turizmin covid sürecindeki talep azalışının dünya genelinde etkisinin çok çarpıcı bir biçimde kendini gösterdiği görülmektedir (Chang, McAleer ve Ramos, 2020, 3).

Seyahatlerde ulaşım araçlarında kapasitelerin düşürülmesi, seyahat edenlere yönelik kısıtlamalar ve uzun yolculuklara ilişkin endişeler nedeni ile turizme katılanların sayısı bu süreçte oldukça azalmıştır. Dolayısıyla hem turizm sektöründe hem de turizm ile bağlantılı diğer sektörlerde önemli oranda gelir kayıpları ve işsizlik oranları ortaya çıkmıştır. Covid-19 sürecinin turizm işletmeleri açısından sadece temizlik ve hijyen unsurlarına karşı aldıkları tedbirler, turistik talebi arttırma amaçlı olmaktadır. Ancak,

turizm işletmelerinin sürdürülebilirliği ve bu süreçte azalan gelirlerini tekrar canlandırmak için yeterli olmamaktadır. Talebin artırılması çabaları ve yeni yöntemlerle birlikte işletme içinde istihdama ve de maliyet azaltmaya yönelik olarak farklı stratejiler belirlemesi gerekmektedir. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki konuda Giresun Ramada by Wyndham otel yöneticilerinin ortaya koydukları yöntemler sunulmaktadır.

2.3. Giresun Ramada by Wyndham Yönetimsel Süreci

Otellerin bir destinasyonda pandemi sürecinde faaliyet göstermelerinde en etkili unsurlardan biri ülke turizm yönetiminin politikalarının etkinliği olmuştur. Bu süreçte turizm politikalarının yeterliliği ve sürece uygun yönetilmesi, otellerin sürdürülebilirliği açısından belirleyici niteliktedir (Mercan, 2021, 69). Otel işletmelerinin pandemi süreci başlangıcından bugüne kadar kendi iç yapılarına ve buldukları destinasyonlara göre farklı tedbir yöntemleri kullandıkları görülmektedir. Pandemi sürecinin turizm sektörünü ciddi bir şekilde olumsuz olarak etkilemesi, seyahatlerin kısılması ve turistik talebin azalması sonucu ortaya çıkmaktadır. Otel yönetimlerinin gelir seviyelerini yükseltmek ya da en azından sürdürülebilir bir yapı sağlamak amacı ile yönetimsel tedbirler alması kaçınılmaz bir durumdur. Ülke yönetimlerinin pandemi sürecinde vergi ve farklı şekillerde vermeye çalıştığı destekler otel işletmeleri açısından yeterli olmamaktadır. Türkiye’de otel işletmelerinin açık kalması ve pandemi süreci ile baş edebilmeleri amacı ile çeşitli vergi destekleri ve de teşvikler sağlanmaya çalışıldığı görülmüştür. Ancak, oteline müşteri bulamayan ve vergilerin ertelenmesi ile gelecek dönemlerde yine o vergilerle baş başa kalan otel işletmeleri için bu destekler kısmi olarak fayda sağlamıştır. Bu nedenle, otel işletmelerinin kendi iç yapılarını ve turistik talep profillerini değerlendirerek, farklı şekilde tedbirler ve yönetimsel tedbirler aldığı görülmektedir. Bu kapsamda, çalışmada ele alınan Giresun Ramada by Wyndham, Giresun ilindeki önemli zincir otellerin başında gelmektedir. Çalışmada, otelin genel müdür ve diğer yöneticileri ile görüşmeler yapılmış ve pandemi sürecine ilişkin aldıkları yönetimsel tedbirler ortaya konmuştur.

Giresun Ramada by Wyndham otelinin pandemi sürecinde aldıkları önlemleri iki başlık altında değerlendirmek gerekmektedir. Hijyen ve mali konularda olmak üzere iki ana başlık altında bu tedbirler ortaya konmaktadır. İlk olarak, temizlik ve hijyene ilişkin genel önlemler aşağıda maddelerde belirtilmektedir.

- Otel genelinde sosyal mesafeye ilişkin bilgilendirici tabelalar ve yazılar,
- Otel girişinde ve belirli bölgelerde dezenfektan sunumu,
- Resepsiyonda ateş ölçümü,
- Resepsiyonda ve restoranda ek maske temini,
- Restoran kısmında masaların sosyal mesafeye uygun düzenlenmesi,
- Restoranda içeceklerin tek kullanımlık ürünlerle sunulması,
- Açık büfe kahvaltı yerine tek kişilik kahvaltı sunumu,
- Restoranda masalarda dezenfektan konulması,
- Dışarıdan temin edilen tüm ürünlerin temizlenerek kullanılması,
- Otel lobisinde oturma alanlarının sosyal mesafeye uygun düzenlenmesi,
- Odalarda bilgilendirici yazıların konulması,
- Odaların ve genel alanları sürekli havalandırılması,
- Temizlik hizmetlerinin daha sık süre ile yapılması,
- Toplantı salonlarının sosyal mesafe kurallarına göre düzenlenmesi,
- Personelin sürekli olarak belirli sürelerde covid testi yaptırılması,
- Personelin covid süreci ile ilgili olarak bilgilendirici eğitimler verilmesi,
- Müşterilerden otele geldikten sonra sorun yaşayanlar için karantina işlemleri,
- Covid ile ilgili bir durumda ilgili kamu temsilcileri ile iletişim ve tedbirler alınması,
- Güvenli otel sertifikası koşullarına uyularak, belgenin alınması.

Otelin genel olarak temizlik ve hijyen ile ilgili aldığı tedbirler, her alanda görülmekte, ancak daha küçük detaylar bu çalışmada yer almamaktadır. Otelin zincir ve marka bir otel olması nedeni ile genel merkezin covid ile ilgili kamu kurumların koymuş olduğu kurallar dışında, kendi standartlarını oluşturduğu görülmektedir. Müşterilerin sağlıkları ile ilgili olarak hassas bir şekilde kurallara uyulması için çaba harcadığı, virüsün hem müşterileri hem de personelin çalışmasını engellemesine müsaade edilmeyecek bir biçimde sistem kurulduğu tespit edilmiştir. Otelde konaklama ya da toplantı amacı ile bulunan tüm müşterilerin yasa gereği sağlık bilgileri alınmakta ve ilgili kamu kurumları ile anında paylaşılmaktadır. Otel yöneticileri, virüs konusunda duyarlı olmak zorunda olduklarını aksi takdirde taleplerini doğrudan etkilediğini belirtmektedir.

Temizlik ve hijyen ile ilgili tedbirler pandemi sürecinin başlaması ile kendi göstermiş, bu sürecin sürekli hale gelmesi, seyahat kısıtlamaları ve yasaklar sonucunda otelin talebinde azalma yaşanmıştır. Bu kapsamda, otel yönetiminin hijyen dışında yönetsel tedbirler alması kaçınılmaz olmuştur. Elektrik, su, ısınma ve vergi oranlarında görülen artış nedeni ile farklı yönetsel tedbirler alınmıştır. Gelir seviyesini en azından aynı düzeye çıkarmak için bazı tedbirler alınması zorunlu hale gelmiştir. Ayrıca, pazarlama açısından daha fazla talep yaratmak önemli bir hale gelmiştir. Bu yönetim tedbirleri aşağıda ifade edilmektedir.

- Kullanılmayan ya da az kullanılan alanlarda enerji tasarrufu amaçlı kaloriferlerin kapatılması gibi önlemler,
- Personel maliyetlerini azaltmak amaçlı stajyer temini,
- Tüm departmanlarda maliyetleri düşürmek amaçlı eğitim toplantıları,
- Tüm departmanlarda otel maliyetlerinin azaltılması için yeni fikirlerin bulunması amaçlı olarak çalışmalar yapılması,
- Çalışan personelin otel yoğunluk dönemlerine göre istihdamının düzenlenmesi,
- Farklı seyahat acentaları ile iletişim sağlanarak, yeni müşteri temini,
- İnternet sitesinden otelin pandemi koşullarına uyduğunu ifade eden bilgiler, görseller ve videolar ile tanıtımların artırılması,
- Yerel toplantıların otele çekilmesi için yerel yöneticiler ile iletişimin kuvvetlendirilmesi,
- İş amaçlı seyahat edenlere yönelik kampanya ve indirim düzenlenmesi,
- Farklı iş kollarındaki işletmeler ile görüşmeler yapılarak, odaların sürekli olarak satılmasına yönelik çabalar,
- Havalimanı ve otopark gibi alanlarda tanıtımların virüs tedbirlerini belirtilerek tekrar düzenlenmesi,
- Spor faaliyetlerine katılan ve bölgeye gelen takımların konaklamalarını otele çekmek için çalışmalar yapılması,
- Yerel kamu ve özel eğitim kurumları ile protokol imzalanarak, stajyer çalıştırma konusunda işbirliği sağlamak,
- Tanıtım ve reklam faaliyetlerine özellikle internet üzerinden ağırlık verilerek, pandemiye uygunluğu da ön plana çıkaran faaliyetlerde bulunmak.

Otel işletmesinin yukarıda belirtilen hususlar dışında farklı uygulamaları da olduğu bilinmektedir. Yukarıda otel yönetiminin yaptığı hem hijyen hem de yönetsel tedbirlere ilişkin bazı maddeler sıralanmış olsa da otel yönetimlerinin günün getirdiği şartlara uygun anında tedbirler alması ve de uygulamalar yapması gerekmektedir (Peters ve Buhalis, 2004, 407). Günümüz şartlarında otel yönetimleri talebin sürdürülebilir bir şekilde devam etmesi açısından sürekli olarak çalışmaktadır. Bu kapsamda, Giresun Ramada by Wyndham oteli yönetim biçimi Doğu Karadeniz Bölgesine uygun olarak çeşitli tedbirler almakta ve uygulamalar yapmaktadır. Her destinasyonun kendine özgü özellikleri, kendi iç yapısı ve müşteri portföyü farklı uygulamaları beraberinde getirmektedir. Otelin havalimanına yakın olması, uluslararası bir yol olan Gürcistan ana yolu üzerinde olması, marka ve zincir bir işletme yapısı gibi faktörler nedeni ile yapacağı uygulamalar farklı olmaktadır. Ancak, otel yönetimlerinin genel maliyetler konusundaki endişeleri nedeni ile bu konuda hassas bir tavır sergilemesi tüm ülke genelinde

görülen bir durumdur. Pandemi süreci ile talebin azalması ve gelirlerin düşmesi nedeni ile özellikle istihdamın azalması sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda, otelin milli eğitim ve üniversitelerle protokoller yaparak, sürekli stajyer çalıştırma amaçlı çalışmalar yaptığı görülmektedir. Maliyetler, tüm işletmelerde olduğu gibi otel işletmeleri açısından da en büyük sorun haline gelmiştir. İnsana hizmet eden ve birçok farklı iş kolunu içinde barındıran otel işletmeleri, ürün çeşitliliği nedeni ile hemen hemen birçok alanda maliyet artışları ile baş etmek zorunda kalmaktadır. Bu nedenle, pandemi sürecindeki turistik talep azalması ve gelirlerin düşmesi, otel yönetimlerinin yukarıdaki gibi bazı yönetsel tedbirler almasını zorunlu hale getirmiştir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm sektörü pandemi sürecinin başlaması ile önemli ölçüde zarar görmüş sektörlerin başında gelmektedir. Özellikle otel işletmeleri ve seyahat acentelerinin gelir seviyelerinde azalmalar yaşanmış, turizmdeki istihdam oranları da düşmüştür. Bu sürecin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamak amacı ile ülke yönetimleri ve turizm işletmeleri yöneticileri tarafından çeşitli önlemler alındığı görülmektedir. Halen günümüzde bile tam olarak pandemi öncesi turizm rakamlarına ulaşılmamış olması nedeni ile sürekli olarak turizmi dünya genelinde canlandırmak için çabalar devam etmektedir. Ancak, her ne kadar bu çabalar devam etse de pandeminin insan psikoloji üzerindeki etkilerinin yaygın bir şekilde devam etmesi nedeni ile istenen turizm rakamlarına ulaşmanın zaman alacağı bir gerçektir. Dünya genelinde covid-19 ve türevlerine ilişkin tedavi yöntemlerinin tam olarak gerçekleşeceği zamana kadar turizm sektörünün bu durumdan olumsuz olarak etkileneceği bir gerçektir. Bu kapsamda, turizm talebinin en çok sağlandığı sektör temsilcisi olan otel işletmelerinin bu süreçle ilgili olarak etkilerin azaltılması amaçlı olarak sürekli bir çaba harcadığı da bilinmektedir. Otellerin yönetim süreçlerinde hangi unsurları ön plana çıkarması gerektiği ve sağlık ile ilgili bir sorun nedeni ile nasıl tedbirler almaları konusu, sektörün yeniden canlanması açısından önem arz etmektedir.

Çalışmada, otel yönetimlerinin hangi unsurları ön plana çıkararak, pandemi, süreci ile baş etmeye çalıştıkları ortaya konmaktadır. Temel olarak insan sağlığını doğrudan ilgilendiren bir konu olması nedeni ile otel yönetimlerinin hijyen ve temizlik ile ilgili çok ciddi tedbirler aldığı, dolayısıyla bu tedbirlerin maliyetlerde artışa neden olduğu görülmektedir. Bu maliyet artışları ile birlikte, otel genelinde ve çalışanlar için her konuda covid-19 ile ilgili tedbirlere başvurulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, otellerin insan sağlığına ilişkin bu tedbirlerden oluşan maliyetlere ek olarak, taleplerde oluşan azalma nedeni ile gelirlerinin azalması, otellerin sınırlı personel çalıştırma, maliyetlerini düşürme, belirli sürelerde kapalı kalma, farklı turist profillerine yönelik talep oluşturma gibi yönetsel çabalar içine girdiğini göstermektedir. Tüm bu çabalar destinasyonların ve otel yapılarının kendi özelliklerine göre farklılıklar ile değişimler ortaya koymaktadır. Otel yönetimlerinin pandemi sürecinde bu tedbirleri sürekli olarak korumaya çalıştığı ve sürecin uzamasını da düşünerek, kalıcı yönetsel yaklaşımlar benimsediği tespit edilmiştir. Çalışmada, otel yönetimlerinin pandemi süreci ile baş etmelerinde temel yönetsel hedeflerinin maliyetleri olabildiği kadar azaltmak, turistik talebi arttırmak için yeni müşteri bulmaya yönelik çalışmalar yapmak, temizlik ve hijyen standartlarını kalıcı bir şekilde uygulamak ve de yerel yönetimler ve eğitim kurumları ile daha sıkı bir şekilde işbirliği kurmak şeklinde sonuçlar elde edilmiştir.

Çalışma sonucunda, turizm talebinin pandemi sürecinden en az etkilenecek şekilde gerçekleştirilmesi gereken yönetim faaliyetlerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, bu sürecin etkin bir şekilde yönetilmesi amacı ile yukarıda belirtilmiş olan tedbir ve yönetsel süreçlere ek olarak aşağıdaki öneriler sunulmaktadır.

- Yerel kamu yöneticileri ile işbirliği sağlanarak, otel maliyetlerini azaltacak yöntemlerin bulunması,
- Eğitim kurumları ile stajyer çalıştırma konusunda protokollerin sürekli olarak sağlanması,
- Genel maliyetlerin azaltılması için hem personelin bilgilendirilmesi hem de otel içinde yeni uygulamaların yapılması,
- Destinasyona gelen turist profili dışındaki diğer potansiyel turistlere ulaşabilecek tanıtımların özellikle sosyal medyayı etkin bir şekilde yöneterek yapılması,
- Personel maliyetlerini azaltmak amacı ile nitelikli personelin iş yükünü hafifletecek, part-time çalışanların istihdam edilmesi,

- Bulunulan destinasyona sürekli olarak iş amaçlı seyahat eden işletmelere kampanyalar ve indirimler uygulanarak, oda doluluk oranların arttırılmaya çalışılması,
- Ülke içinde veya yurt dışında farklı seyahat acentaları ile görüşmeler sağlanarak, otellin pazarlanmasını sağlamak,
- Kapsamlı bir pazar araştırması yaparak, bölgeye gelecek turistlerin tatil veya seyahat kararlarını almadan önce covid tedbirleri hakkında bilgilendirilmesi.

Çalışma ile görüşme yapılmış olan Giresun Ramada by Wyndham otel yöneticilerinin fikir ve görüşleri neticesinde otel yönetimlerinin genel olarak hangi unsurlara dikkat ettiği belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın diğer otel yöneticilerine ve bu konuda çalışma yapacak olan akademisyenlere yol gösterecek bir kaynak olması hedeflenmektedir. Böylelikle, turizm sektöründe olan turizm talebi azalmasına karşı tedbirlerin nasıl alındığı, neler yapılması gerektiği ve belirtilen konular dışında farklı fikirlerin ortaya çıkması sağlanmış olacaktır. Çalışmanın pandemi sürecinin en başından günümüze kadar sürekli açık olan ve marka bir otel üzerinde yapılması, tüm süreç içerisinde hangi tedbirlerin nasıl bir şekilde yönetildiğini ortaya koymak bakımından, önemli bir bilgi kaynağı niteliği taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- Adeola, O., Boso, N. ve Evans, O. (2018). Drivers of international tourism demand in Africa. *Business Economics*, 53, 25-36.
- Akyurt, H. ve Ültay, E. (2021). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminin Mevcut Durumu ve Turizm Sektörü Beklentileri. Ed: Ayşe Çatalcalı Ceylan, Ferhat Özbay, Zafer Özomay, Mustafa Batuhan Kurt, *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler Cilt-2*, (ss. 160-187), Ankara: Gece Kitaplığı.
- Asrin, K., Faroughi, P. ve Khalid, A. (2015). Modeling and Forecasting of International Tourism Demand in ASEAN Countries. *American Journal of Applied Sciences*, 12 (7), 479-486.
- Buhalis, D. (2004). eAirlines: Strategic and tactical use of ICTS in the Airline Industry. *Information & Management*, 41(7), 805-825.
- Buhalis, D., Andreu L. ve Gnoth, J. (2020). The dark side of the sharing economy: Balancing value co-creation and value co-destruction. *Psychology and Marketing*, 37(5), 689-704.
- Chang, C.L., M. McAleer ve V, Ramos (2020). A charter for sustainable tourism after COVID-19, *Sustainability*, 12(9), 1-4.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.
- Çakıcı, A. C. ve Aksu, M. (2007). Çekim Yeri Seçiminde Grup Etkisi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 183-194.
- Davras, Ö. ve Uslu, A. (2019). Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 679-696.
- Demirdağ, Ş. A. (2021). Alienation from Work and Organization in the Covid- 19 Pandemic Process: Possible Predictions for Hotel Establishments, Editör: Yazıcıoğlu, İrfan; Yayla, Özgür; Işın, Alper, *Dynamics of International Tourism: Contemporary Issues and Problems*, (ss. 17-32), Oxford: Peter Lang.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 74-89.
- Gonzalez, P. ve Moral, P. (1995). An analysis of the international tourism demand in Spain. *International Journal of Forecasting*, 11, 233-251.
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2020). Pendemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29, 1-20.
- Haryanto, T., (2020). Editorial: Covid-19 Pandemic and International Tourism Demand. *JDE (Journal of Developing Economies)*, 5(1), 1-4.

- Kotler, P., Bowen, J. ve James, M. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Third Edition, New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Mathieson, A., ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman.
- McKercher, B. ve Mak, B. (2019). The impact of distance on international tourism demand. *Tourism Management Perspectives*, 31, 340-347.
- Mercan, Ş. O. (2021). Destinasyon Yönetiminde Turizm Politikalarının Önemi ve Etkisi, Editör: İlban, M. Oğuzhan, *Her Yönüyle Turizmde Destinasyon Yönetimi*, (ss.67-77), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Peng, B., Song, H, Crouch, G. ve Witt, S.F. (2015). A meta-analysis of international tourism demand elasticities. *Journal of Travel Research*. 54(5), 611-633.
- Peters, M. ve Buhalis, D. (2004). Small family hotel businesses: The need for education and training, *Journal of Education and Training*, 46(8/9), 406-416.
- Polyzos, S., Samitas, A. ve Spyridou, A.E. (2021). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach, *Tourism Recreation Research*, 46(2), 175-187.
- World Tourism Organisation [UNWTO]. *International Tourism and Covid-19*. (Erişim:18.01.2022). <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.