



The Impacts of Covid-19 on Touristic Consumer Behaviour of Commercial Airlines Pilots

Covid-19'un Ticari Havayolu Pilotlarının Turistik Tüketim Davranışlarına Etkisi

Özlem KARAMAN¹ ,
Abdulgafur KARA² 

¹İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, İstanbul, Türkiye
²Bağımsız Araştırmacı, Dublin, İrlanda

Abstract

The Covid-19 epidemic, which emerged in the last quarter of 2019 and reached a global scale in a short time, had direct and indirect effects on individuals' lifestyles, purchasing power, needs priorities, attitudes and perceptions regarding consumption of goods and services. The aim of this study is to examine the impact of Covid-19 on the travel habits and the change in touristic consumption behaviors of commercial airline pilots who travel frequently due to their profession. Within the scope of the research, the opinions of 187 pilots were questioned by the online survey method. Exploratory factor analysis was used to interpret the variables, and T-Test and Anova test were used to determine the difference between data means. Research findings revealed that Covid-19, by affecting the private life and work of pilots, changed pilots travel attitudes and preferences and increased their hygiene and safety expectations during their touristic stays. In addition, it has been determined that the effects of Covid-19 on pilots do not differ in terms of demographic characteristics. As a result, the pilots will postpone their holiday decisions for a while during and after the Covid-19 process, and they will choose more skeptically and meticulously. They also will take into account the hygiene conditions in order to protect themselves and other family members from the virus when making a holiday decision.

Keywords: Covid-19, consumer behavior, tourism

Öz

2019 yılının son çeyreğinde ortaya çıkan ve kısa sürede küresel ölçekte etkiye ulaşan Covid-19 salgınının bireylerin yaşam tarzları, satın alma gücü, ihtiyaç öncelikleri, mal ve hizmet tüketimine dair tutum ve algıları üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri olmuştur. Bu çalışmanın amacı, Covid-19'un, mesleği gereği sık seyahat eden havayolu pilotlarının seyahat alışkanlıklarına etkisini ve turistik tüketim davranışlarında yarattığı değişimi farklı boyutlarıyla ele almaktır. Araştırma kapsamında, 192 ticari havayolu pilotuna online anket uygulanmıştır. Çalışmada, değişkenlerin yorumlanmasını sağlamak için açıklayıcı faktör analizi ve veri ortalamaları arasında farklılığı belirlemek amacıyla T-Testi ve Anova testi uygulanmıştır. Ayrıca, ölçek ifadelerine dair görüşleri betimlemeyi sağlayan aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri de hesaplanmış ve yorumlanmıştır. Analiz bulguları, Covid-19'un, pilotların özel hayatını ve işini etkileyerek, seyahat tutum ve tercihlerini değiştirdiğini ve turistik amaçlı konaklamaları sırasındaki hijyen ve güvenlik beklentilerini artırdığını ortaya koymuştur. Ayrıca, Covid-19'un pilotlar üzerindeki etkilerinin demografik özellikleri açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, Covid-19 sürecinde ve sonrasında pilotların da tatil kararlarını bir süre daha erteleyecekleri, tatil kararı alırken ise kendileri ve diğer aile fertlerini virüsten korumak için hijyen şartlarını dikkate alarak daha şüpheci ve titiz bir şekilde seçim yapacakları değerlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, tüketici davranışları, turizm

Cite this article as: Karaman, Ö., & Kara, A. (2021). The impacts of Covid-19 on touristic consumer behaviour of commercial airlines pilots. *Journal of Business Administration and Social Studies*, 5(2), 47-56.

Corresponding author: Özlem Karaman

E-mail: okaraman@iuc.edu.tr

Received: September 8, 2021

Accepted: December 8, 2021



Copyright@Author(s) - Available online at
www.j-ba-socstud.org
Content of this journal is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0
International License.

Giriş

Dünya, Covid-19'dan, Çin Halk Cumhuriyeti'nin, Vuhan kenti kaynaklı bir grup viral pnömoni vakasını Dünya Sağlık Örgütüne 31 Aralık 2019'da rapor etmesiyle haberdar olmuştur. İlk günlerde bölgesel etkileri konuşulan virüs, daha sonra kaynağını aşarak küresel çapta yayılmış ve nihayet Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), Covid-19'u, 11 Mart 2020 tarihinde pandemi (salgın) olarak resmen nitelendirmiş ve dünyaya ilan etmiştir. Vakaların büyük kısmı (yaklaşık %80) hastalığı, hastane yatış hizmetine gerek duymadan atlatılabilirken, bir kısım vakada ise solunum yetmezliği, kalp, karaciğer, böbrek hasarı ve çoklu organ yetmezliği gibi ölümle sonuçlanan ciddi yan etkiler yaratılmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).

Covid-19 salgını, tüm dünyada sağlık sorunları yaratması yanı sıra sosyal, siyasal ve ekonomik birçok alanı da olumsuz etkilemiştir. Yerel ve uluslararası sağlık otoritelerince, virüsün yayılmasını önlemek amacıyla, fiziksel mesafeyi korumak, maske takmak, kapalı ortamları sık sık havalandırmak, kalabalıklardan ve yakın temastan kaçınmak, el ve tüm beden temizliğine özen göstermek gibi öneriler sunulmuş ve bunların bir kısmı pek çok ülke tarafından yasal olarak zorunlu hale getirilmiştir. Öyle ki, toplum sağlığına yönelik küresel düzeyde alınan tedbirler bir yandan virüs kaynaklı hastalığın yayılımını önlemeyi hedeflerken, diğer yandan insanlarda önemli ölçüde korku, panik ve geleceğe dair belirsizlik duygusu yaratmıştır. Pandeminin, bireylerin yaşam tarzları, satın alma gücü, ihtiyaç öncelikleri, mal ve hizmet tüketimine dair tutum ve algıları üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri olmuştur. İnsanlar, pandeminin etkilerini farklı düzeyde yaşadıklarından, tüketim davranışları da farklı şekillerde gelişmiştir. Kriz, iki tür tüketici yaratmıştır; karamsarlaşan, temel ürünleri stoklayan ve çevrimiçi alışverişini tercih eden tüketiciler ve görece iyimser olan, fiziki veya sanal çeşitli kanallardan ürün mal ve hizmetleri satın almaya devam eden tüketiciler (Hesham ve ark., 2021). Eleştirel bir bakış açısıyla ise, bu süreç, tüketiciyi ihtiyacı olan her ürünü internetten arayarak buradan satın almak için daha fazla ödemeye razı hale getirmiştir.

Salgın, yalnızca ürün ticaretini değil hizmet sektörü üreticisi ve tüketicisini de değişime zorlamıştır. Bankacılıktan lojistiğe, telekomünikasyondan eğitime büyük ölçüde yüz yüze etkileşime dayanan endüstriler krize hızla yanıt vermiş, fiziksel mesafe, zorunlu olmayan işlerin azaltılması ve sınırlı temas kararlarıyla, benzeri görülmemiş şekilde dijital iş yapmaya adapte olmuştur. Genel olarak hizmet talebinde azalma yaşanmış ve tüketiciler yalnızca gündelik hayatın sürmesini sağlayan belirli hizmetleri satın almayı tercih etmiştir. Firmalar ise bu süreçte müşterilerinin taleplerini karşılamak yanında, çalışanlarının ve müşterilerinin güvenliğine ve sağlığına da odaklanmıştır.

Birçok ülkenin gayri safi millî hasılasına yüksek katkısı olan turizm ekonomisi de yaşanan gelişmelerden derinden etkilenmiştir. Salgının yayılmasını önlemek amacıyla ülkeler arası giriş-çıkışların ve turistik faaliyetlerin yasaklanması, sosyal izolasyon uyarıları, insanların toplu halde buldukları etkinliklerin iptal edilmesi, karantina uygulamaları, sokağa

çıkma yasakları gibi kararlar sektörü en fazla etkileyen önlemler olmuştur (Telek, 2020). Yeni önlemler güvenlik unsuruna karşı yüksek hassasiyete sahip turizm tüketicisinin kararlarını da etkilemiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2020 raporunda, pandemi sebebiyle küresel turizmin 30 yıl önceki seviyelere gerilediğini, turist hareketliliğinin %74 azaldığını, uluslararası turizm gelirlerindeki kaybın 1.3 trilyon dolar olduğunu ve turizme bağlı istihdam kaybının 100-120 milyon civarında olduğunu açıklamıştır (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, 2021).

Turizmde yaşanan gelişmeler, doğrudan bağlantılı olduğu havayolu taşımacılığında da değişimlere sebep olmuştur. Sektör, salgın sürecinde hastalığın ülkeler arasında hızlı yayılmasından sorumlu tutulduğundan, operasyonel anlamda, yerel ve küresel ölçekte bazı kural ve kısıtlamalar hayata geçirilmiştir. Dünya turizm ve seyahat endüstrisinde oluşan tablo, coğrafi konumu ve uluslararası çoklu işbirliği ilişkileri sebebiyle Türkiye'de de benzer biçimde şekillenmiştir. 28 Mart 2020 tarihinde Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu tavsiye kararları doğrultusunda, tüm dış hat uçuşları durdurulmuş, iç hatlarda ise bazı uçuşların özel izinle yapılması kararlaştırılmıştır. Türkiye'de sivil havacılık sektörünün düzenlenmesi, denetlenmesi ve geliştirilmesinden sorumlu kurum olan Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı "Açığa Çıkmamış İhtiyaç" yaklaşımı çerçevesinde almış olduğu ivedi kararlar, yolcu uçaklarında kargo taşınmasına imkân veren düzenlemeleri hayata geçirmiş, böylece yolcu taşıma hizmetlerinin yapılamadığı bu dönemde havayolu şirketleri uçuş programlarını kargo taşımacılığı ile tıbbi ilaç, sağlık malzemeleri ve temel malların sevkiyatı doğrultusunda yapmıştır (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2021). Bu kararlar birlikte, yer personeli kısmi çalışma konumuna geçmiş, uçuş personeli ise planlamalar doğrultusunda iş amaçlı seyahatlerine devam etmiştir. Böylece, uçuş personeli, salgının küresel etkilerini yalnızca izlememiş, bu etkilere bizzat maruz kalmıştır.

Covid-19 pandemisinin tüketici davranışlarında meydana getirdiği değişimleri incelemek ve yeni tüketici profilinin özelliklerini ortaya koymak, salgın sırası ve sonrasında uygulanabilecek pazarlama stratejilerinin etkinliği açısından önem arz etmektedir. Sürecin başından beri, salgının dünya ve yerel tüketim ekonomilerine ve tüketici gruplarının davranışlarına etkisini ele alan teorik analiz ve subjektif değerlendirmeler içeren birçok çalışma yayınlanmıştır. Yürütülen uygulamalı çalışmalar ise çoğunlukla genel tüketici gruplarını ele almaktadır. İnsanın evlere kapandığı bu dönemde, hareketliliği büyük ölçüde devam eden ve iş amaçlı seyahat eden uçuş personeli içinde özel bir grup olan pilotlar da birer turistik tüketicidir ve salgının seyahat tercihlerinde neden olduğu muhtemel değişim, diğer tüketici grupları açısından öngörü olanağı sağlayabilecektir. Araştırma sonuçları, sektör uygulayıcılarına ve karar alıcılara turist davranışlarını anlama konusunda katkı sağlayacaktır. Yapılan literatür taramasında da, bu kapsamda bir çalışma olmadığı görülmüştür.

Bu araştırma, Covid 19 salgınının, mesleği gereği sık seyahat eden pilotların pandemi sonrası tatil amaçlı seyahat alışkanlıklarına etki derecesini ve turistik tüketim davranışlarında yarattığı

değişimi ampirik verilerle ortaya koymasından önemlidir. Bu doğrultuda, ilk bölümde benzer araştırmalardan kısaca bahsedilecek, sonraki bölümlerde ise araştırma yöntemi ve bulgular paylaşılacaktır. Çalışma, sonuç ve öneriler kısmıyla sonlandırılacaktır.

Literatür Taraması

Kişisel ve ailevi ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri alan kişi olarak tanımlanabilen "tüketici" kavramı, pazarlama araştırmalarının odak noktasında yer almaktadır (Yükselen, 2010). "Tüketici davranışı" kavramı ise Koç (2016) tarafından, üreticiler tarafından sunulan mal ve hizmetlerin, topluluk veya kişilerce, tercih edilmesi, satın alınması, tüketilmesi ve değerlendirilmesini inceleyen bilimsel bir alan olarak açıklanmaktadır. Tüketicinin satın alma davranışları zamana göre değişkendir ve kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik pek çok faktörün etkisi altındadır. Bu etki coğrafi konuma göre de farklılık gösterebilmektedir. Tüketicinin davranışlarında değişikliklere sebep olan olaylar uzun süreli olduğu takdirde yaşam tarzında da farklıklar oluşturacaktır (Çakıroğlu ve ark., 2020). Çeşitli sebeplerle oluşan krizler de tüketici tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerdendir.

2019 yılında ortaya çıkarak küresel etkisini zamanla artıran Covid-19 salgını da kriz etkisi yaratarak ürün ve hizmet pazarlarını geri dönülemez biçimde yeniden şekillendirmiştir. Pandeminin turist tüketicilerin satın alma davranış ve yöntemlerinde değişim yaratma etkisine dair pek çok araştırma yapılmıştır. Literatür incelendiğinde, yayınlanmış olan ilk çalışmaların daha çok teorik ve sübjektif analizler içerdiği görülmektedir. İlerleyen süreçte ise uygulamalara dayanan ve birincil verileri kapsayan ampirik araştırmalar da üretilmiştir. Bu çalışmalara değinmek konuya dair bütüncül bir yorum yapmak açısından faydalı olacaktır. Bu doğrultuda, öncelikle pandemi öncesi turistik tüketici tutum ve davranışlarını inceleyen araştırma sonuçlarına değinmek, krizin etkisini geçmişle kıyaslamayı sağlayacaktır.

Çatı ve ark. (2010) tarafından 2010 yılında yürütülmüş olan, beş yıldızlı otellerin hizmet kalitesiyle ilgili turist beklentilerini ortaya koyan çalışmada, bir otelin modern görünüşünün, binaların ve odalarının hoş görünmesinin, çalışanların temiz ve düzgün görünmesinin ve son olarak otelin fiziksel olanaklarının en önemli konuk beklentileri olduğu tespit edilmiştir.

2018 yılında yayınlanan bir çalışmada ise, Bayram (2018), Tripadvisor web sitesi tarafından ilan edilen Türkiye'deki en iyi on otel işletmesine ait konuk yorumlarının inceleyerek, konukların memnuniyetini etkileyen otel ürün ve imkânlarını belirlemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, geleneksel memnuniyet araştırmalarında belirtilen oda ve çalışan gibi unsurlar yanında fark yaratan memnuniyet öğelerinin; tematik hizmetler, karşılama ve ikram olduğu görülmektedir. Buna göre, konuklar yorumlarda, otel imkânları olarak en çok, sırasıyla odalardan, çalışanlardan, tematik restoran ve ikramlardan bahsetmektedir. Bunlara ek olarak otellerin havuzu, karşılama süreçleri, işletmenin çevresel imkânları ve yöneticilere de yorumlarda vurgu yapılmıştır.

Yabancı turistlerin, çekici seyahat motivasyonlarının destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisini ortaya koydukları araştırmalarında Artuğer ve Kocatürk (2019), Muğla'nın Marmaris ilçesini ziyaret eden yabancı turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini etkileyen en önemli faktörün fiyat olduğunu, diğer etken unsurların ise sırasıyla; doğal güzellikler, sosyal aktiviteler ve hijyen ve güvenlik olduğunu tespit etmiştir.

Özetle; 2020 yılı öncesinde yayınlanmış akademik çalışmalar, tüketicilerin destinasyon ve otel tercihlerinde etken olan faktörlerin fiyat, fiziksel imkanlar, ikram ve çalışan kalitesi gibi unsurlar olduğunu göstermektedir. Covid-19'un etkisini ele alan, 2020 yılı sonrası yayınlanan çalışmalar ise keskin değişimlere işaret etmektedir. Pandeminin başlamasıyla birlikte yayınlanan öngörü niteliğindeki araştırmalar, bireylerin Covid-19 süreci ve sonrasında genel olarak tatil kararlarını askıya alacağını, aynı zamanda ülke içinde vakaların yoğunlaştığı bölgelere gitmekten kaçınacağını vurgulamaktadır.

Aydın ve Doğan (2020) tarafından yayınlanan çalışmada, turistlerin butik turlara yönelerek kalabalık gruplardan uzak durmayı tercih edeceğinden bahsedilmiştir. Araştırmacılar diğer yandan, riskin devam etmesinin turizmde yaşanan mevsimsellik sorununa olumlu yansiyarak belirli sezonlarda oluşan yoğunluklara çözüm olabileceğini vurgulamaktadır. Ayrıca çalışmada, Covid-19 süreci ve sonrasında kamp, karavan, konut kiralama ve yat kiralama gibi turistik tercihlerin artacağı ve bu yeni eğilimlerin uzun vadede tatil şekillerini ve sürelerini değiştireceği ve kırsal bölgelere talebi artıracığı belirtilmektedir.

Tüketici gruplarının görüşlerini belirlemek amacıyla yürütülen nicel araştırmalar ise, pandemi etkisindeki turistik tercihlerin hangi yönde değişeceğini dair daha net sonuçlar ortaya koymaktadır. Covid-19 sürecinde turistlerin seyahatlerine yönelik risk ve hijyen-güvenlik algılarının tespit edilmesi doğrultusunda, 1152 Türk vatandaşına uygulanan anket verilerinin analiz edildiği bir araştırma, turistlerin seyahat kararlarının Covid-19'dan etkilendiğini, seyahatlerin büyük oranda iptal edildiğini veya bireylerin grup organizasyonlarından kaçınarak tercihlerini yalnız yapılan seyahatlerden yana kullanmaya başladıklarını ortaya koymaktadır (Çetinkaya ve ark., 2020).

Kabadayı ve Kardeş (2020) tarafından yürütülen araştırmanın sonuçları, pandeminin, turistlerin hijyen konusundaki farkındalığını ve endişesini artırdığına, bu sebeple tüketicilerin otel, seyahat ve toplu ulaşım aracı seçimlerinde hijyen konusunun en önemli ölçüt haline geldiğine dikkat çekmektedir.

500 katılımcıyı kapsayan ve Covid-19 döneminde Amerikalı turistlerin güvenli bir otel imajına dair algılarını belirlemeyi amaçlayan diğer bir araştırmada, katılımcıların destinasyon seçimini belirleyen ana kriterin hijyen ve temizlik olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hilmi ve ark., 2021). Çevrimiçi bir anket aracılığıyla toplanan veriler, katılımcıların otel güvenliği algısına dair 4 alt boyut (tıbbi hazırlık, hijyen kontrolü, sağlık iletişimi ve self servis teknolojileri) içinde en önemli olanın hijyen kontrolü olduğunu göstermektedir.

Farklı demografik özelliklerde tüketici gruplarıyla yapılmış benzer konulara odaklanan diğer çalışmalar da, dünya ölçeğinde seyahat planlarının azaldığını ve seyahat eden bireylerin de gittikleri yerlerde sağlıkları için öncelikle hijyen ve güvenlik önlemlerini sorguladıklarını ortaya koymaktadır (Çetinkaya ve ark., 2020; Kabadayı & Kardeş, 2020; Öztürk & Tankuş, 2020).

Pandeminin etkileriyle ilgili izdüşümlerin yapılabilmesi amacıyla küresel ve ulusal meslek örgütleri de çeşitli araştırmalar yapmakta veya yaptırmaktadır. Turizm sektörünün nabzını tutup tüketicinin tercihlerini ortaya koyarak, paydaşlarının stratejik kararlarına ışık tutmayı ve politika reformları için öngörü sağlamayı hedefleyen bu araştırmaların sonuçları akademik alanyazını destekler niteliktedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (2021) salgın sebebiyle turist davranışlarında oluşan küresel bazı değişimleri ortaya koyduğu Ocak 2021 tarihli kısa raporuna göre;

- Covid-19 nedeniyle insanların daha yakın yerlere seyahat etme eğiliminde olması, birçok ülkede iç turizme talebi artmıştır.
- Sağlık - güvenlik önlemleri ve iptal politikaları, tüketicilerin seyahat konusunda temel endişeleridir.
- Seyahat kısıtlamaları, gezginleri açık hava deneyimlerine yöneltmiş, doğa ve kırsal turizm popüler seyahat seçenekleri haline gelmiştir.
- Pandeminin yarattığı belirsizlik, değişkenlik ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle son dakika rezervasyonlarında artış olmuştur.
- Belirsizliklerden en fazla etkilenen demografik grup, olgun ve emekli gezginler olmuşken, belirsizlikler gençlerin seyahat tutumlarını daha az etkilemiştir.
- Daha sorumlu, sürdürülebilir, özgün ve yerel odaklı seyahat anlayışı gelişmeye başlamıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği tarafından Genar Araştırma Şirketi'ne yaptırılmış olan araştırmanın sonuçlarının da yer aldığı Aralık 2020'de yayınlanmış olan rapor, Türkiye'deki seyahat eğilimlerindeki değişime dikkat çekmektedir (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2020);

- Tatil planlayanlar içinde, Covid-19 sonrası en yüksek tatil iptal etme oranı 55 yaş üstü bireylerde gerçekleşmiştir.
- Tüketicilerin tatile gitme isteği 2020 Mayıs ayında yüzde 30 iken, 2020 Haziran ayında yüzde 20'nin altına inmiştir.
- Normalleşme sonrasında, tüketicilerin yüzde 94'ü yurt içinde, yüzde 6'sı ise yurt dışında tatil yapmayı planlamaktadır.
- Seyahat planlayanların yüzde 65'i deniz tatili, yüzde 15'i memleket ziyareti, yüzde 5'i kültür turizmi, yüzde 5'i ise doğa turizmi tercih edecektir.
- Tatil için kendi aracı ile seyahat etme isteği yüzde 48 oranında artmıştır.
- Yurtiçinde tatil için tercih edilen bölgeler sırasıyla, yüzde 33 ile Ege Bölgesi, yüzde 30 ile Akdeniz Bölgesi, yüzde 20 Karadeniz Bölgesi, yüzde 15 ile Marmara Bölgesi, yüzde 6 ile İç Anadolu Bölgesi, yüzde 4 ile Doğu Anadolu Bölgesi ve yüzde 4 ile Güney Doğu Anadolu Bölgesi olmuştur.

- Tüketicilerin yüzde 22'si, seyahat kararında tatil yapmayı planladığı bölgedeki pandemi yaygınlığının etkili olacağını belirtmiştir.

Özetle, Covid-19'un turizme etkilerine dair yapılmış olan akademik ve sektörel araştırmalar, salgının, bireylerin sınırlarını daralttığını, tatil amaçlı seyahatlerini azalttığını, seyahat edenlerin ise güvenli destinasyonlara ve doğa turizmine yöneldiğini ve önceki yıllarda "uygun fiyat" olan birinci seyahat tercih nedeninin artık hijyen ve güvenlik olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada ise, genel tüketici grupları dışında özel bir tüketici grubu olarak ticari havayolu pilotları seçilmiş ve katılımcıların görüşleri anket yoluyla tespit edilerek Covid-19'un pilotların özel hayatını ve işini etkileyip etkilemediği, seyahat tutum ve tercihleri ile konaklama sırasındaki hijyen ve güvenlik beklentilerini değiştirip değiştirmediği analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Nicel araştırma özelliği taşıyan bu çalışmanın hipotezi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir;

H1: Covid-19, pilotların farklı demografik özellikleri açısından farklı etkilere neden olmuştur.

Evren ve Örneklem

TALPA (Türkiye Havayolu Pilotları Derneği) üyesi lisanslı ticari havayolu pilotları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Dernek yetkilileri, aktif olarak görev yapan üye sayısının 4257 olduğunu belirtmiştir. 30 ile 500 arasındaki örneklem büyüklüklerinin sosyal bilimler araştırmaları için yeterli olduğu kabul edildiğinden (Gürbüz & Şahin, 2015), araştırmanın örneklem sayısı 200 olarak belirlenmiştir. Örneklem seçiminde basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Dernek üyesi pilotlara mail olarak gönderildikten sonra online olarak cevaplanmış olan 192 adet anket içerisinde eksik ve hatalı olanlar araştırma dışı bırakılarak 187 anket analize dâhil edilmiştir. (Anket uygulamasından önce, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 31.05.2021 tarih ve 2021/130 sayılı belge ile izin alınmıştır.)

Ölçüm Araçları

Çalışmada kullanılan anketin ilk bölümünde, katılımcıların bazı demografik özelliklerini açıklayan 4 soru, ikinci bölümde ise Covid-19'un katılımcıların turistik tüketim davranışlarına etkisini ölçmeyi amaçlayan 22 kapalı uçlu ifade yer almaktadır. Anket formunun oluşturulmasında kullanılan ölçek, Wen ve ark. (2005) tarafından geliştirilmiş, Öztürk ve Tankuş (2020) tarafından kendi çalışmalarında kullanılmak üzere Türkçeye uyarlanmış (araştırmacılar tarafından ölçek kullanım izni alınmıştır). İlgili çalışmada 3 kuramsal boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar; genel etkiler, tutum/tercihler ve hijyen/güvenlidir. Araştırmada kullanılan ölçek 5'li Likert olup, Covid-19'un katılımcıların turistik tüketici davranışı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik ifadeler; 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

Veri Analizi

Araştırma verilerinin analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Analiz aşamasında öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine dair bulgular derlenmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığının belirlenmesi için basıklık ve çarpıklık değerlerinden ve Q-Q PLOT grafiklerinden yararlanılmıştır. Ölçek ifadelerine dair görüşleri betimlemeyi sağlayan aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Çalışmada ayrıca, değişkenlerin yorumlanmasını sağlamak için yapılmış olan açıklayıcı faktör analizi ve veri ortalamaları arasında farklılığı belirlemek amacıyla yapılmış olan T-Testi ve Anova testi sonuçları sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Bulgular

Demografik Bilgiler

Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan pilotların %7,5'inin kadın, %92,5'inin ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun erkeklerden oluşması, Türkiye'de pilotluk mesleğinin ağırlıklı olarak erkekler tarafından icra edildiğini göstermektedir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğu evli ve orta yaş grubundaki kişilerden oluşmaktadır (Tablo 1).

Faktör Analizi Bulguları

Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,839, Bartlett's Testi değeri ise 1700,977 ($p < ,05$) olarak tespit edilmiştir. KMO değeri 0,60'ın üstünde olduğundan örneklemden elde edilen verinin yeterli olduğu kabul edilebilir (Gürbüz & Şahin, 2015). Bartlett's testi sonucunun anlamlı ($p < ,05$) olması ölçek maddeleri arasındaki ilişkinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

Faktör analizi sonucuna göre; kullanılan ölçekteki 10 numaralı ifade (Turistik yerleri seçerken, Covid-19'dan etkilenen bölgelerden

Demografi	Değişkenler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	14	7,5
	Erkek	173	92,5
Yaş	25-35	43	23,0
	36-45	48	25,7
	46-55	71	38,0
	56 ve üzeri	25	13,3
Medeni Durum	Evli	161	86,1
	Bekâr	26	13,9
Çalışma Süresi	1-5	44	23,5
	6-10	56	29,9
	11-15	54	28,9
	16 ve üzeri	33	17,7

Tablo 2.
Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)		0,839
Bartlett's	χ^2	1700,977
	SD	153
	p	,000

kaçınacağım) herhangi bir faktör yüküne girmediği; 3, 11 ve 16 numaralı ifadelerin ("Tüm iş seyahatlerim Covid-19 döneminde iptal edildi.", "Covid-19 nedeniyle, açık hava etkinliklerine ve ekoturizme katılmaya olan ilgim artacaktır", "Covid-19'dan sonra, yazlık, villa, kamp ve apart gibi yerlerde kalmayı tercih ederim.") ise faktör yükleri düşük olduğu için analizden çıkarılmıştır. (Orijinal ölçekte Hijyen ve Güvenlik boyutundaki 12,17,18,19,20,21,22 no.lu ifadeler 3 no.lu tabloda 1,2,3,4,5,6,7 şeklinde; Seyahat Eğilimi boyutundaki 4,5,6,7,8,9,13 nolu ifadeler 8,9,10,11,12,13,14 şeklinde ve Genel Etkiler boyutundaki 1,2,14,15 no.lu ifadeler ise 15,16,17,18 şeklinde numaralandırılmıştır.) (Tablo 3).

Yapılan yeni analiz sonucunda, 18 soru 3 faktör altında toplanmıştır. Ortaya çıkan faktör boyutları; Genel Etkiler (4 madde), Seyahat Eğilimi (7 madde) ve Hijyen ve Güvenlik (7 madde) şeklinde olmuştur. %35,240'ını Hijyen ve Güvenlik, %12,348'ini Seyahat Eğilimi ve %9,148'ini Genel Etkiler faktörü olmak üzere üç faktör toplam varyansın %56,737'sini açıklamaktadır. 0,517 ile 0,853 aralığında değişen faktör yüklerinin yapı geçerliğini sağlamak için yeterli olduğu kabul edilebilir (Hair ve ark., 2014).

Ölçek güvenilirliğini sağlamak üzere yapılan analiz sonucunda, Hijyen ve Güvenlik boyutunun güvenilirlik katsayısı $\alpha = ,877$; Seyahat Eğilimi boyutunun güvenilirlik katsayısı $\alpha = ,855$ ve Genel Etkiler boyutunun güvenilirlik katsayısı $\alpha = 0,619$ olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın ölçeğinin genel güvenilirliğini belirlemek amacıyla uygulanan Cronbach Alfa testi sonucuna göre Alfa değerinin ($\alpha = ,875$) olduğu görülmektedir. Sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach alfa (α) katsayısının ,80 ve üzerinde olması ölçek güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (İslamoğlu & Alniaçık, 2014).

Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

Tablo 4'e göre; Hijyen ve Güvenlik boyutuna ilişkin ifadelerin aritmetik ortalaması 4,13, Genel Etkiler boyutunun ortalaması 3,89 ve Seyahat Eğilimi boyutunun ortalaması ise 3,26 olarak tespit edilmiştir. Hijyen ve Güvenlik alt boyutu incelendiğinde; pandemi sonrası, pilotların günlük yaşantılarında ve turistik seyahatlerinde hijyen ve güvenlik önlemi beklentilerinin arttığı görülmektedir. Ayrıca bulgulardan, pilotların Covid-19 etkisiyle, toplu taşıma araçlarının ve otellerin güvenlik ve hijyen uygulamalarına daha fazla önem vermeye başladıkları anlaşılmaktadır.

Genel Etkiler boyutunda yer alan ifadelerin ortalaması ise 3,89 olarak belirlenmiştir. Buna göre, Covid-19 pilotların iş ve özel hayatlarını büyük ölçüde etkilemiştir (Madde 1; $\bar{X} = 4,61$).

Tablo 3.
Ölçeğin Alt Boyutlarında Yer Alan Maddelere Ait Yük Değerleri

Maddeler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Varyans	Cronbach's Alpha
Hijyen ve Güvenlik		6,343	35,240	,877
1. Covid-19, gruplarla seyahat etme olasılığımı azaltmıştır.	,576			
2. Covid-19'dan sonra turistik yerlerin hijyeni ve güvenliği ile daha fazla ilgilenirim.	,810			
3. Covid-19'dan sonra halka açık rekreasyon (piknik ve eğlence) alanlarının hijyeni ve güvenliğini daha fazla önemserim.	,726			
4. Covid-19'dan sonra toplu taşıma araçlarının hijyen ve güvenliğini daha fazla önemserim.	,835			
5. Covid-19 sonrası katılacağım turlardaki grup üyelerinin sağlık durumlarına dikkat ederim.	,656			
6. Covid-19'dan sonra, otellerin hijyen ve güvenliğine daha fazla önem veririm.	,765			
7. Covid-19'dan sonra seyahat ederken günlük hijyen ve koruma gereksinimlerine daha fazla dikkat ederim.	,748			
Seyahat Eğilimi		2,223	12,348	,855
8. Covid-19 döneminde tüm tatil seyahatlerim iptal edildi.	,576			
9. Covid-19' dan dolayı seyahat etmek güvenli değildir.	,675			
10. Covid-19, önümüzdeki 12 ay için seyahat planlarımı büyük ölçüde kısıtlamıştır.	,543			
11. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde tatil amaçlı seyahat etmekten tamamen kaçınmayı düşünüyorum.	,853			
12. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde kalabalık büyük şehirlere seyahat etmekten kaçınacağım.	,754			
13. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde turizm amaçlı seyahat süresini kısaltmayı düşünüyorum.	,778			
14. Covid-19'dan sonra sadece ailemle ve akrabalarım ile seyahat etmeyi tercih ederim.	,623			
Genel Etkiler		1,647	9,148	,619
15. Covid-19 işimi ve hayatımı büyük ölçüde etkiledi.	,517			
16. Covid-19 hayata ve yaşam biçimime karşı tutumumu büyük ölçüde etkiledi.	,594			
17. Covid-19'dan sonra yüksek kaliteli otellerde kalmayı tercih ederim.	,795			
18. Covid-19'dan sonra kaliteli restoranlarda yemek yemeyi tercih ederim.	,664			

Bu alt boyut altında yer alan ölçek ifadeleri içinde 2. en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4,19$) sahip olan 2.maddeye göre, Covid-19, pilotların hayata ve yaşam biçimlerine karşı tutumlarını da büyük ölçüde değiştirmiştir.

Seyahat Eğilimi boyutunda yer alan ifadelerin ortalaması 3,26 olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılan pilotların büyük kısmı Covid-19 nedeniyle seyahat planlarını iptal ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu alt boyutta yer alan diğer ifadelerle ilgili sonuçlar da seyahat iptallerinin altında yatan en önemli nedenin, güven algısındaki düşüş olduğunu göstermektedir. Bulgulara göre; katılımcıların gelecek seyahat planlarını da aile ve akrabaları ile yapma eğiliminde olduğu değerlendirilebilir.

Hipotez Testi Bulguları

Araştırmaya uygun hipotez analizi yönteminin belirlemek amacıyla verilerin dağılım şeklini belirlemek için maddelere ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmış ve Q-Q Plot grafiklerinden yararlanılmıştır. Literatürde, -1 ile +1 arasında olması halinde verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edildiğinden (Gürbüz & Şahin, 2015) ve elde edilen değerler belirtilen aralığa uyduğundan parametrik testlerden T Testi ve Anova testi yapılmıştır (Tablo 5).

Ölçek alt boyut puanlarının, katılımcıların cinsiyet ve medeni durum değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p > ,05$) (Tablo 6).

Tablo 4.
Ölçek Maddeleri İle İlgili Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Maddeler	-X	S.S
Hijyen ve Güvenlik	4,13	,624
1. Covid-19, gruplarla seyahat etme olasılığımı azaltmıştır.	3,75	1,076
2. Covid-19'dan sonra turistik yerlerin hijyeni ve güvenliği ile daha fazla ilgilenirim.	4,09	,853
3. Covid-19'dan sonra halka açık rekreasyon(piknik ve eğlence) alanlarının hijyeni ve güvenliğini daha fazla önemserim.	3,93	,871
4. Covid-19'dan sonra toplu taşıma araçlarının hijyen ve güvenliğini daha fazla önemserim.	4,41	,661
5. Covid-19 sonrası katılacağım turlardaki grup üyelerinin sağlık durumlarına dikkat ederim.	4,12	,853
6. Covid-19'dan sonra, otellerin hijyen ve güvenliğine daha fazla önem veririm.	4,30	,677
7. Covid-19'dan sonra seyahat ederken günlük hijyen ve koruma gereksinimlerine daha fazla dikkat ederim.	4,36	,701
Seyahat Eğilimi	3,26	,841
8. Covid-19 döneminde tüm tatil seyahatlerim iptal edildi.	4,12	1,053
9. Covid-19' dan dolayı seyahat etmek güvenli değildir.	3,24	1,087
10. Covid-19, önümüzdeki 12 ay için seyahat planlarımı büyük ölçüde kısıtlamıştır.	3,85	,999
11. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde tatil amaçlı seyahat etmekten tamamen kaçınmayı düşünüyorum.	2,53	1,188
12. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde kalabalık büyük şehirlere seyahat etmekten kaçınacağım.	2,83	1,237
13. Covid-19'dan sonraki 12 ay içinde turizm amaçlı seyahat süresini kısaltmayı düşünüyorum.	2,88	1,269
14. Covid-19'dan sonra sadece ailemle ve akrabalarım ile seyahat etmeyi tercih ederim.	3,42	1,191
Genel Etkiler	3,89	,680
15. Covid-19 işimi ve hayatımı büyük ölçüde etkiledi.	4,61	,720
16. Covid-19 hayata ve yaşam biçimime karşı tutumumu büyük ölçüde etkiledi.	4,19	,936
17. Covid-19'dan sonra yüksek kaliteli otellerde kalmayı tercih ederim.	3,34	1,186
18. Covid-19'dan sonra kaliteli restoranlarda yemek yemeyi tercih ederim.	3,42	1,082

Ölçek alt boyut puanlarının, katılımcıların yaş ve çalışma süresi değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p > ,05$).

Analiz sonuçlarına göre;

"H1: Covid-19, pilotların farklı demografik özellikleri açısından farklı etkilere neden olmuştur." hipotezi reddedilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Covid-19 pandemisinin neden olduğu küresel panik yalnızca ürün ticaretini değil hizmet sunum ve talebini de etkilemiştir. Salgın sebebiyle derinden yara alan turizm sektörü, sorunla başa çıkabilmek ve düzeltici stratejiler geliştirebilmek için turizm tüketicisinin davranışlarını anlamak zorundadır. Bu doğrultuda, geniş çaplı bilimsel ve sektörel araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışmada ise, salgın başladığından beri dünyanın çeşitli ülkelerine seyahat etmeleri sebebiyle krizin küresel etkilerini en iyi biçimde gözlemleyen ve bu etkilere maruz kalan bir grup olan ticari havayolu pilotlarının turistik tüketim davranışları, seyahat tercih ve duyarlılıklarındaki

değişimi ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma, pandemi devam ederken bu alanda ve özel bir örneklem grubuyla yürütülen ve nicel verilere dayanan nadir araştırmalardan biri olması sebebiyle önemlidir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, Covid-19'un, pilotların özel hayatını ve işini etkilediğini ortaya koymuştur. Genel tüketici gruplarına odaklanarak yapılmış güncel ve benzer ampirik araştırmalar da pandeminin insanların günlük yaşam ve çalışma süreçlerini etkilediğini göstermektedir (Çetinkaya ve ark., 2020; Kabadayı & Kardeş, 2020; Öztürk & Tankuş, 2020). Çalışma kapsamında elde edilen diğer bir bulgu ise, salgının, pilotların seyahat tutum ve tercihlerini de değiştirmiş olmasıdır. Katılımcılar, genel olarak, salgın sürecinde seyahat etmeyi güvenli bulmadıklarından tatil planlarını iptal ettiklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda, yapılan analizler, katılımcıların gelecek seyahatlerini yabancı gruplarla değil aileleri ile yapacakları sonucunu ortaya çıkarmıştır. Literatürdeki diğer araştırma sonuçları da mevcut bulguları desteklemektedir (Çetinkaya ve ark., 2020; Kabadayı & Kardeş, 2020; Öztürk & Tankuş, 2020). Salgının yayılımını önlemek için

Tablo 5.
Ölçek Alt Boyutlarına İlişkin Cevapların Cinsiyete ve Medeni Duruma Göre Farklılığının T Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	N	-X	Ss	SD	t	p
Hijyen ve Güvenlik	Kadın	14	3,9796	,69953	185	-,978	,329
	Erkek	173	4,1495	,61884			
Seyahat Eğilimi	Kadın	14	3,0510	,77562	185	-1,001	,318
	Erkek	173	3,2849	,84593			
Genel Etkiler	Kadın	14	3,7679	,68965	185	-,699	,485
	Erkek	173	3,9003	,68132			
Hijyen ve Güvenlik	Evli	161	4,1429	,62188	185	,332	,740
	Bekâr	26	4,0989	,65374			
Seyahat Eğilimi	Evli	161	3,2902	,82891	185	,921	,358
	Bekâr	26	3,1264	,91814			
Genel Etkiler	Evli	161	3,9053	,67601	185	,744	,458
	Bekâr	26	3,7981	,71770			

alınan önlemler bireyleri yaşam alanlarını daraltmaya ve zaruri ihtiyaçlar dışında satın alma yapmamaya yöneltmiştir. Çalışma sonuçları, Covid-19'un, pilotların konaklama sırasındaki hijyen ve güvenlik beklentisini de değiştirdiğini de ortaya koymuştur. Benzer amaçlı çalışmalar da bireylerin turistik amaçlı seyahatlerinde hijyen ve güvenlik konusunda hassasiyetlerinin ve beklentilerinin yükseldiğini göstermektedir (Çetinkaya ve ark., 2020; Kabadayı & Kardeş, 2020; Öztürk & Tankuş, 2020).

Covid-19'un, pilotların turistik tüketim tutumlarının farklı demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, medeni durum ve çalışma süresi) açısından farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaçlı yapılan analizde, katılımcıların demografik özelliklerinin turistik tüketim algılarını değiştirmedeği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada elde edilen verilerden farklı olarak; Öztürk ve Tankuş (2020) tarafından yürütülen araştırma sonuçları, evli bireylerin bekârlara oranla genel turlara katılım konusunda daha fazla tedirginlik yaşadıklarını ortaya koymuştur. Yine aynı çalışmada, yüksek kaliteli otellerde kalma ve restoranlarda yemek yemeyi tercih etme konusunda yaşlara göre farklılık tespit edilmiştir. Kabadayı ve Kardeş (2020) tarafından yürütülen çalışmada ise, 18-30 yaş arası bireylerin pandemiden daha fazla etkilendikleri tespit edilmiştir. Bu bireyler, boş zaman seyahatlerini ve iş seyahatlerini 31-64 yaş arası bireylere oranla daha fazla iptal ettiklerini belirtmiştir. Aynı araştırma bulguları, kadınların; otel, halka açık rekreasyon alanları ve ulaşım araçlarının hijyenine erkeklerden daha çok önem verdiklerini ortaya koymuştur.

Araştırma sonuçlarıyla ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında, pilotların turistik tercih ve eğilimlerinin genel tüketicilerin eğilimleriyle benzer olduğunu söylemek mümkündür. Bulgular, Covid-19 sürecinde ve sonrasında genel olarak pilotların da tatil kararlarını bir süre daha erteleyeceklerini göstermektedir. Aynı zamanda tatil kararı alırken kendilerini ve diğer aile

Tablo 6.
Ölçek Alt Boyutlarına İlişkin Cevapların Yaş Durumu ve Çalışma Süresine Göre Anova Testi Sonuçları

Faktörler	Yaş	N	-X	Ss	SD	F	p
Hijyen ve Güvenlik	25-35	43	4,1030	,77893	3	,286	,836
	36-45	48	4,1458	,65132			
	46-55	71	4,1791	,46179			
	56 ve üzeri	25	4,0571	,70470			
Seyahat Eğilimi	25-35	43	3,0664	,92548	3	1,604	,190
	36-45	48	3,2500	1,00000			
	46-55	71	3,3159	,69438			
	56 ve üzeri	25	3,5086	,69262			
Genel Etkiler	25-35	43	3,8314	,66530	3	,635	,593
	36-45	48	4,0052	,66941			
	46-55	71	3,8521	,64997			
	56 ve üzeri	25	3,8800	,82006			
Faktörler	Çal. Süresi	N	-X	Ss	SD	F	p
Hijyen ve Güvenlik	1-5	44	4,2630	,58695	3	1,355	,258
	6-10	56	4,0459	,65951			
	11-15	54	4,1852	,56644			
	16 ve üzeri	33	4,0433	,69113			
Seyahat Eğilimi	1-5	44	3,3604	,97743	3	1,354	,258
	6-10	56	3,1071	,76386			
	11-15	54	3,3968	,81319			
	16 ve üzeri	33	3,2035	,80101			
Genel Etkiler	1-5	44	3,7614	,67762	3	2,959	,059
	6-10	56	4,0313	,62716			
	11-15	54	3,9861	,58159			
	16 ve üzeri	33	3,6667	,84702			

fertlerini virüsten korumak için daha şüpheli ve titiz bir şekilde seçim yapacakları değerlendirilebilir. Benzer çalışmalarla paralel olarak, pilotlar için de seyahat tercihlerinde en önemli unsurun hijyen olacağını söylemek mümkündür. Diğer yandan benzer çalışmalardan farklı olarak Covid-19'un pilotlar üzerinde etkisinin demografik özellikleri bakımından farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Söz konusu çalışma, tüketici araştırmaları kapsamında özel bir tüketici grubunu ele almakla birlikte bazı kısıtlar

da içermektedir. Araştırmanın yalnızca TALPA üyesi pilotları kapsamı bir sınırlılık olarak kabul edilebilir. Ayrıca çalışmanın planlandığı dönemdeki fiziki kısıtlama ve tedbirler sebebiyle yüz yüze görüşme olanağı bulunmadığından, TALPA veri tabanında yer alan katılımcılara ulaşabilmek için e-mail yoluyla online anket formları gönderilmiştir. Bu durum, daha geniş temsiliyet için ulaşılabilecek örneklem sayısına ve profiline (cinsiyet, yaş vb.) ulaşmayı engellemiştir.

Pandeminin küresel etkilerini erken dönemde gözlemlemiş özel bir örneklem grubu olan pilotlarla yapılmış olan bu çalışmanın, Covid-19 etkisi altında değişen tüketim davranışları çalışmalarına katkı yapacağı ve elde edilen sonuçların gelecek araştırmalara referans olacağı düşünülmekle birlikte, pilotların pandemi sürecinde görüşlerinin değişip değişmediğini tespit etmek üzere bu araştırmanın tekrarlanması mümkündür. Öyle ki, salgının farklı dönemlerinde ve bitmesi sonrası tüketici tutum ve davranışlarındaki değişimin kıyaslanmasını sağlayacak yeni ölçeklerin geliştirilmesi, genellenebilir çıkarımlar yapmayı mümkün kılacaktır. Ayrıca, gelecek araştırmaların, salgının durumu gözetilerek, yüz yüze görüşmeleri de içeren nicel ve nitel yöntemler bir arada kullanılarak, farklı örneklem gruplarıyla yapılması önerilebilir. Katılımcıların seyahat eğilimlerinde gerçekleşen değişime etki eden unsurların birebir görüşmelerle ortaya konması ampirik verileri de güçlendirecektir. Diğer yandan, gelecek çalışmalar, salgından en fazla etkilenen turizm destinasyonlarındaki turist algılarının ölçülmesine odaklanabilir. Ayrıca, salgının turizm sektöründe fiyatlandırma, pazarlama ve yatırımlar üzerindeki kısa ve uzun vadeli etkilerinin belirlenmesi elzemdir. Bu çalışma sonuçlarının, sektör uygulayıcı ve karar alıcılarına da yön göstermesi beklenmektedir. Elde edilen bulgular, turizm işletmelerinin, Covid-19 sonrası gelişen hijyen duyarlılığına cevap veren uygulamaları ön plana çıkarması gerekliliğini ortaya koymuştur. İzole konaklama talebine cevap veren yeni ve yaratıcı turizm trendleri yerli ve yabancı turistlerin gündemindedir. Yenilikçi adımlar yanında, sağlık, yat ve yayla turizmi değerini daha da artıran turizm çeşitleri olacaktır.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – Ö.K.; Design – Ö.K.; Materials – Ö.K.; Data Collection and/or Processing – Ö.K., A.K.; Analysis and/or Interpretation – A.K.; Literature Search – Ö.K.; Writing Manuscript – Ö.K.; Critical Review – Ö.K.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – Ö.K.; Tasarım – Ö.K.; Malzemeler – Ö.K.; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – Ö.K., A.K.; Analiz ve/veya Yorum – A.K.; Literatür Taraması – Ö.K.; Yazıyı Yazan – Ö.K.; Eleştirel İnceleme – Ö.K.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Kaynaklar

- Artuğer, S., & Kocatürk, E. (2019). Yabancı turistlerin çekici seyahat motivasyonlarının tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 147-159.
- Atadil, H. A., & Lu, Q. (2021). An investigation of underlying dimensions of customers' perceptions of a safe hotel in the COVID-19 era: Effects of those perceptions on hotel selection behavior. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 30(6), 655-672. [CrossRef]
- Aydın, B., & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin turistik tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Bayram, M. (2018). Otel konuk memnuniyetini etkileyen unsurlar. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), 352-369. [CrossRef]
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü. (2021). 2020: A year in review. Retrieved from <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-20>.
- Çakıroğlu, I., Pirtini, S., & Çengel, Ö. (2020). Covid-19 sürecinde ve post-pandemi döneminde yaşam tarzı açısından tüketici davranışlarının değişim eğilimi üzerine kavramsal bir çalışma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 81-103.
- Çatı, D., Koçoğlu, Ö., & Gelibolu, A. (2010). Müşteri Beklentileri ile müşteri Sadakati arasındaki ilişki: Beş Yıldızlı bir otel örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 429-446.
- Çetinkaya, Ö., Özer, Y., & Altunel, G. K. (2020). Covid-19 sürecinde turistik seyahat risk algısı ve hijyen-güvenlik algısının değerlendirilmesi. *Turizm ve Rekreasyon Dergisi*, 2(2), 78-83.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (8 baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2021). World Health Statistics 2020. Retrieved from <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/332070/9789240005105-eng.pdf?ua=1>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (2 baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Rolph, A. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed) (p. 136). Edinburg: Pearson Education Limited. Retrieved from <https://dokumen.pub/qdownload/multivariate-data-analysis-8th-edition-1473756693-9781473756694-1473756545-9781473756540.html>.
- Hesham, F., Riadh, H., & Sihem, N. K. (2021). What have we learned about the effects of the COVID-19 pandemic on consumer behavior? *Sustainability*, 13(8), 4304. [CrossRef]
- İslamoğlu, A. H., & Alnıaçık, Ü. B. (2014). *sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım.
- Kardeş, N., & Kabadayı, M. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) yerli turist davranışı ve seyahat eğilimlerine etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3703-3379. [CrossRef]
- Koç, E. (2016). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: Global ve yerel yaklaşım* (7 baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Macit, A., & Macit, D. (2020). Türk sivil havacılık sektöründe Covid-19 pandemisinin yönetimi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 100-116.
- Nazneen, S., Hong, X., & Ud Din, N. (2020). *COVID-19 crises and tourist travel risk perceptions*. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3592321>.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7b). Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Öztürk, İ., & Tankuş, E. (2020). Covid-19'un potansiyel turist profili oluşturan tüketici davranışı üzerindeki etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 103-121.

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2021). *Sivil havacılık genel müdürlüğü faaliyet raporu: 2020*. Retrieved from <http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/faaliyet/2020.pdf>.
- Telek, C. (2020). Covid-19 Salgınının Türkiye turizm sektörü üzerindeki muhtemel etkileri. *Social Sciences Studies Journal*, 6(65), 2757-2765. [CrossRef]
- Torun Kayabaşı, E. (2020). Covid-19'un piyasalara ve tüketici davranışlarına etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Covid-189 Özel Sayısı 2*, 15-25. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/54658/740424>.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020). *Türkiye ve dünya turizmi değerlendirilmesi*. Retrieved from <https://www.tursab.org.tr/e-de>
- rgi?Pdf=/assets/assets/uploads/arastirmalar/covid-19-surecin-de-turkiye-ve-dunya-turizmi.pdf.
- Wen, Z., Huimin, G., & Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38. [CrossRef]
- Yılmaz, A. (2020). Reklam Mecrası Instagram: TOGG ve GÜNSEL elektrikli otomobil Markaları üzerine ampirik bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 895-915. [CrossRef]
- Yükselen, C. (2010). *Pazarlama: İlkeler- yönetim- örnek olaylar* (8 baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.