

**T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**COVID-19'UN TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİSİ:  
TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

**ŞEVKET KODAŞ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN:**

**Dr. Öğr. Üyesi ÜMRAN MÜNİRE KAHRAMAN**

**KONYA - 2022**





**Bilimsel Etik Sayfası**

Öğrencinin	Adı Soyadı	Şevket Kodaş		
	Numarası	18811101010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İşletme		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	COVID-19'UN TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİSİ : TÜRKİYE ÖRNEĞİ			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Şevket KODAŞ



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	ŞEVKET KODAŞ		
	Numarası	18811101010		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İŞLETME		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	DR. ÖĞR. ÜYESİ ÜMRAN MÜNİRE KAHRAMAN		
Tezin Adı	COVID-19'UN TURİZM FAALİYETLERİNE <u>ETKİSİ - TÜRKİYE ÖRNEĞİ</u>			

ÖZET

İnsanlık tarihi boyunca pek çok salgın hastalık ortaya çıkmış ve bu salgınlardan bazıları bölgesel olarak etkili olup etkileri geçici iken bazıları ise pandemi halinde tüm dünyayı etkileyerek insanlık tarihinde pek çok sonuç doğurmuştur. Bu salgın hastalıklardan en son yaşanan COVID-19 salgınıdır. COVID-19 kısa süre içinde dünyanın hemen hemen her yerinde görülmüş ve başta turizm sektörü olmak üzere her sektörü etkilemiştir. Bu çalışma salgından en çok etkilenen sektörlerden olan turizm sektörü üzerinde COVID-19'un etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır. BIST 100 endeksinde işlem gören ve Turizm sektöründe faaliyet gösteren 8 şirketin incelendiği çalışmada 2008-2021 yılları arasında şirketlerin yayınladığı finansal tablolardan yararlanarak bazı finansal göstergeler elde edilmiş ve panel veri regresyon analizi yapılmıştır. Bağımlı değişken olan faaliyet karlılığı üzerinde bağımsız değişkenlerin etkisi incelenmiş ve işletmelerin finansal yapısının güçlü olmasının önemi ortaya çıkmıştır. 21. yüzyılda artan salgın hastalıklara yenisinin eklenme olasılığı, büyük savaşların yaşanma ihtimalleri, doğal afetlerin her zaman yaşanma riski turizm sektörünün ihtiyatlı olma ihtiyacını artırmakla birlikte işletmelerin finansal yapılarının güçlü olması olası şoklara karşı işletmeleri daha dirençli yapmaktadır.

**Anahtar Kelimeler :** COVID-19, Turizm, Pandemi, Ekonomi



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü



ABSTRACT

ABSTRACT

Author's	Name and Surname	ŞEVKET KODAŞ		
	Student Number	18811101010		
	Department	BUSINESS		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Dr. Öğr. Üyesi ÜMRAN MÜNİRE KAHRAMAN		
Title of the Thesis/Dissertation	IMPACT OF COVID 19 ON TOURISM ACTIVITIES: THE CASE OF TÜRKİYE			

ABSTRACT

Many epidemics have been seen throughout the history of humanity, and some of these epidemics are regionally effective and their effects are temporary, while others have affected the whole world as a pandemic and have had many consequences in the history of humanity. The most recent of these epidemics is the coronavirus epidemic. The coronavirus was seen in almost all parts of the world in a short time and affected every sector, especially the tourism sector. This study was carried out to investigate the effect of coronavirus on the tourism sector, which is one of the sectors most affected by the epidemic. BIST 100 In the study, in which 8 companies operating in the tourism sector were examined, some financial indicators were obtained by using the financial statements published by the companies between the years 2008-2021 and panel data regression analysis was performed. The effect of the independent variables on the operating profitability, which is the dependent variable, was examined and the importance of the strong financial structure of the enterprises was revealed. The possibility of adding new epidemics to the increasing epidemics in the 21st century, the possibility of major wars, the risk of natural disasters to occur all the time, increase the need for the tourism sector to be cautious, and the strong financial structures of the enterprises make the enterprises more resistant to possible shocks.

**Keywords : Coronavirus, Tourism, Pandemic, Economy**

## İÇİNDEKİLER

Tablolar Listesi.....	v
Şekiller Listesi.....	vi
Giriş.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Literatür Taraması.....	4
1.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Sorusu.....	5
1.3. COVID-19 Salgını.....	6
1.3.1 COVID-19'un Turizm Sektörüne Etkileri.....	11
1.3.2 COVID-19'un Ekonomiye Etkileri.....	23
1.3.2.1 COVID-19'un Enflasyon Üzerindeki Etkileri.....	24
1.3.2.2 COVID-19'un İşsizlik Üzerindeki Etkileri.....	27
1.3.2.3 COVID-19'un Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri.....	31
1.3.2.4 COVID-19'un Döviz Kurları Üzerindeki Etkileri.....	33
1.3.2.5 COVID-19'un Borsa İstanbul Üzerindeki Etkileri.....	35
1.3.3 COVID-19'un Sosyo-Kültürel Etkileri.....	37
1.3.4 COVID-19'un Psikolojik Etkileri.....	39

### İKİNCİ BÖLÜM VERİ ve YÖNTEM

2.1. Verilerin Elde Edilmesi ve Örneklem.....	41
2.1.1 Kullanılan Finansal Göstergeler.....	44
2.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	41
2.3. Araştırmanın Yöntemi.....	46

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

3.1. Bulgular.....	50
Sonuç.....	57
Kaynakça.....	61

**TABLolar LİSTESİ**

<b>Tablo 1</b>	<b>Milliyetlere Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı.....</b>	<b>22</b>
<b>Tablo 2</b>	<b>Tanımlayıcı İstatistikler.....</b>	<b>50</b>
<b>Tablo 3</b>	<b>Korelasyon ve VIF değerleri.....</b>	<b>51</b>
<b>Tablo 4</b>	<b>Regresyon Analizi.....</b>	<b>53</b>



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Türkiye Aylara Göre COVID-19 Vaka Sayıları.....	9
Şekil 2. Türkiye Aylara Göre COVID-19 Ölüm Sayıları.....	10
Şekil 3. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı.....	18
Şekil 4. Türkiye Yıllara Göre Turizm Gelirleri.....	19
Şekil 5. Ziyaretçilerin Ortalama Harcaması \$.....	20
Şekil 6. Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı.....	21
Şekil 7. Ülke Gruplarına Göre Enflasyonda Yüzde Değişim.....	25
Şekil 8. Türkiye'de Yıllara Göre Enflasyon.....	26
Şekil 9. Gelişmiş Ekonomiler ve Dünya genelinde İşsizlik.....	28
Şekil 10. Yıllara Göre Türkiye'de İşsizlik .....	29
Şekil 11. Ülke Gruplarına Göre GSYİH Yüzde Değişim.....	32
Şekil 12. Yıllara Göre Türkiye GSYİH Yüzde Değişim.....	33
Şekil 13. Yıllara Göre Döviz Kurları .....	34
Şekil 14. BIST-100 İşlem Hacmi.....	37
Şekil 15. Normallik Testi.....	55
Şekil 16. Öngörü Değerlerine Karşı Artıkların Grafiği .....	56

**KISALTMALAR**

COVID-19 : Yeni Tip Koronavirüs

WHO : World Health Organization ( Dünya Sağlık Örgütü )

IMF : International Monetary Fund ( Uluslararası Para Fonu )

FKAR : Faaliyet Karı

CO : Cari Oran

ÇO : Çabuk Oran

SÇO : Sermaye Çarpanı Oranı

KALD : Kaldıraç Oranı

ÖZKAR : Öz kaynak Karlılığı Oranı

MDVK : Maddi Duran Varlık Karlılığı

PERG : Personel Gideri

BÜY : Büyüme

KUR : Dolar Kuru

BIST-100 : Borsa İstanbul 100 Endeksi

## ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimimi bölümümde uzmanlaşarak bitirmiş olmanın sevinci içerisindeyim. Önümde daha uzun ve daha zorlu bir süreç olduğunu bilerek; tez ve eğitim sürecimin başından bu yana tecrübelerini, alanındaki bilgisini bana aktardığı, rehberliği ile tez sürecimde doğru yolda ilerlememi sağladığı, tezimin danışmanlığını yürüttüğü için değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ümran Münire Kahraman'a teşekkürü bir borç bilirim.



## 1.GİRİŞ

COVID-19 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıktıktan sonra kısa süre içinde önce Çin'de daha sonra Asya ve Avrupa kıtalarında ve kısa süre içinde tüm dünyada etkili olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan etmiştir. WHO Hastalığın kısa sürede tüm dünyaya yayılması, özellikle yaşlılar ve kronik hastalığı olanlar için ölümcül olması ve hastalığın seyri konusunda kısıtlı bilgi olması insanları ve hükümetleri panik içinde bırakmıştır. Çin başta olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde hızlı ve katı kurallar uygulanmış ve pek çok ülke sınırlarını kapatmıştır. Sınırlarını kapatmanın yanı sıra ülke içinde de seyahat kısıtlamaları, toplantı, organizasyon iptalleri ve yasakları gibi pek çok katı kural getirilmiştir.

Yeni COVID-19 insandan insana geçebilen ve solunum yolu ile bulaşan bir hastalık türüdür. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından virüsün resmi adı SARS-CoV-2 (Şiddetli Akut Solunum Sendromu-Koronavirus-2) olarak belirlenmiştir. Dünya Sağlık Örgütü virüsün neden olduğu hastalığı tanımlamak için COVID-19 terimini kullanmaktadır. Koronavirüsler, elektron mikroskopuyla incelendiğinde yuvarlak ve üzerinde çıkıntıları olan bir taça benzetildiği için, Latince'de taç anlamına gelen "koronadan" kelimesiyle adlandırılmışlardır. Nefes darlığı, boğaz ağrısı, mide bulantısı gibi başlıca belirtileri olan Yeni Tip Koronavisür özellikle seyahatlerle tüm dünyaya hızlıca yayılma fırsatı bulmuştur.

Türkiye'de ilk COVID-19 vakası 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür ve vaka sayıları hızlı bir şekilde artmıştır. Vaka sayılarında görülen hızlı artışla birlikte bir takım önlemler alınmış ve yurtiçi ve yurtdışı seyahat yasakları başta olmak üzere pek çok önlem alınmıştır. Bu önlemler 2020 haziran ayında kısmen kaldırılıp 'yeni normal hayat' düzenine geçilse de 2020 Kasım ayı ile birlikte önlemler yeniden artırılmış ve COVID-19'a karşı aşı bulununcaya kadar devam etmiştir. COVID-19 aşısının bulunması ve vakaların daha hafif yaşanması ile birlikte pek çok kısıtlama da kaldırılmıştır.

Nüfusun aşılama oranları arttıkça hastalığın daha hafif seyretmesi insanları rahatlatmıştır ve daha rahat hareket etme imkanı sağlamıştır. Bununla birlikte aşılamanın yaygınlaşması sürecine kadar değişik varyantlarla COVID-19 hayatımızda kalmaya devam etse de mücadele yolunda pek çok adım atılmıştır. Bu süreçte eğitimden futbola, sağlıktan turizme kadar dünya üzerinde etkilenmeyen sektör kalmamıştır. Tedarik zincirlerinde kırılmalar yaşanmış ve işletmeler iş yapış şekillerinde yeni arayışlara girmişlerdir. Salgın hastalıktan en çok etkilenen sektörlerin başında gelen turizm sektörü oldukça zorlu süreçten geçmiş ve işletmeler maliyet artışı, gelir azalması gibi büyük sorunlarla karşı karşıya kalmıştır.

Çin'de ortaya çıkan salgın hastalık uluslararası seyahatlerle kısa sürede dünyanın farklı ülkelerine yayılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'nün talimatları ile ülkeler ulusal sınırlarında güvenliği artırmış ve hastalığın gelme riskinin olduğu bölgelere karşı tedbirlerini artırmıştır (Acar, 2020).

Yapılan çalışmalarda da görülüyor ki COVID-19 salgını ile birlikte ekonomik kriz, finansal kriz, medikal turizmi, turizm işletmelerinin yeni stratejileri, hükümet destekleri gibi konular sıkça konuşulmaya başlamıştır. Ulusal yayınlarda mali ve ekonomik krizlere oldukça fazla değinilirken; uluslararası yayınlarda turizm işletmeleri için yeni stratejiler daha çok yer almaktadır.

Turizm işletmelerinin COVID-19 ile birlikte geliştireceği yeni stratejilerde sosyal mesafeli turlar, sanal turlar, temassız işlemler gibi konulara ağırlık vererek meydana gelecek değişimlere uyum sağlaması gerekmektedir. Tüketicilerde meydana gelen seyahat korkusu için de bir takım stratejiler geliştirilmeli ve planlanan turizm etkinliklerinde seyahat korkusunu en aza indirecek uygulamalara yer verilmelidir (Yılmaz, Dalkılıç, 2021)

Salgın öncesi turizm sektöründe risk algısı daha farklıyken salgından sonra daha farklı risk algısı gündeme gelmiştir. Salgından sonra en önemli risk algısı haline gelen sağlık ihmal edilebilir bir konu değildir ve oldukça ciddidir. Seyahat tercihi üzerinde de kaygılar, risk ve güvenlik gibi unsurlar oldukça etkilidir. Dolayısıyla

seyahat tercihi taleplerinin salgın öncesi seviyelere gelmesi için sağlık riskinin ortadan kalkması ya da azalması gerekmektedir.

COVID-19 salgını sosyo-ekonomik pek çok konuda köklü değişikliklere sebep olmuş ve iş yapış şekillerini değiştirmiştir. Salgınla mücadele etmek ve salgın öncesi seviyelere dönmek için rekabet ortamından çok birlikte hareket etmeye ihtiyaç duyulmaktadır (Aydın, Doğan, 2020).

Salgın sonrası kalabalık turlar yerine yeni turizm konseptleri ortaya çıkması beklenmektedir. COVID-19 pandemisi süresince turizm işletmeleri gelirlerinde kayıplar yaşamaktadır, öte yandan COVID-19'un getirdiği zorunlu değişiklikler ve yeniliğe ayak uydurma çabaları da ek maliyetler getirmektedir. Meydana gelen gelir kaybını telafi etmek ve yeni maliyetleri karşılamak için işletmeler devlet desteklerine, ek kredilere ve yeni vergi düzenlemelerine ihtiyaç duymuşlardır (Kıvılcım, 2020).

# BİRİNCİ BÖLÜM

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1 LİTERATÜR TARAMASI

COVID-19 salgını ilk ortaya çıktığı günden bu yana 2 yıllık bir süreç geride kalmıştır. Bu süreçte COVID-19 üzerine bazı çalışmalar yapılmış olsa da henüz yeni bir konu olduğundan ve etkileri yeni yeni görülmeye başlandığından üzerine yapılan akademik çalışma sayısı azdır. Yapılan çalışmaların çoğu makale ya da bildiri şeklindedir. COVID-19 salgınının ilk ortaya çıktığı zamanlarda yapılan çalışmalar çoğunlukla tahmin şeklindedir ve COVID-19 salgınının olası sonuçları incelenmiştir. Daha sonra etkileri yavaş yavaş ortaya çıktıkça daha isabetli yayınlar da yapılmıştır ancak literatür için halen yeterli kaynak seviyesinde değildir.

Yılmaz, ve Dalkılıç, (2020), Ulusal ve uluslararası basın, yayın organlarını inceleyerek COVID-19'un etkilerini ve pandemi sürecinin olası sonuçlarını ortaya çıkarmışlardır.

Kaptanoğlu, Geçit, (2021), COVID-19'un alışveriş alışkanlıklarına ve dijital pazarlamaya olan etkisini araştırmıştır. Değişen tüketim alışkanlıkları ve pandemi ile birlikte dijital verilerin öneminin artması bu tür araştırmaları daha önemli hale getirmiştir. Her konuda olduğu gibi pazarlamada da köklü değişiklikler mevcuttur.

Altun, Dinçer, (2021), yaptığı çalışmada, COVID-19'un turizm sektörü üzerine olan etkilerinden paket tur yönetme sürecini incelemiş ve rehberlerin paket tur yönetmede karşılaştıkları zorlukları üzerinde durmuşlardır. Çalışma paket tura katılan katılımcılar ile nitel araştırma şeklinde yapılmıştır.

Çılğınoğlu, Çam, (2021), yaptığı çalışmada COVID-19 sürecinin basın-yayın organlarında hastalıkla ilgili bilgilerin nasıl aktarıldığı ve bu haberlerin turizm sektörünü nasıl etkilediği ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Düzgün (2021), COVID-19 salgını sonrası insanların tercihlerinde meydana gelen değişimleri incelemiş ve artık insanların daha dikkatli davranarak kalabalık otel ve tesislerden uzak kalacağını belirtmiştir. Bununla birlikte tatil için doğaya yönelecek olan insanların, özellikle yüksek gelir grubunda olanların lüks hayat ile doğa hayatını birleştiren glamping turizmine yöneleceğini belirtmiştir.

Zhang, Song, Wen, Liu (2021), Turistik seyahatlerin talep esnekliğinin ele alındığı çalışmada esneklik 1'den büyük bulunmuş ve turizm lüks mal olarak nitelendirilmiştir. Lüks mal olduğu için fiyat değişimlerinden kolayca etkilendiği ve uçak biletleri, konaklama tesislerinde fiyatlarda indirimler yapıldığı takdirde avantaj sağlanabileceği kaydedilmiştir.

Sigala (2020), Bu çalışmada turizm sektörünün etkilendiği bölgesel gelişmeler, salgın hastalıklar, terör saldırıları gibi durumlardan bahsedilmiştir. Değişen tüketici davranışları incelenerek insanların turizm tercihindeki faktörler incelenmiştir.

Qui, Park, Li, Song (2020), Bu çalışmada COVID-19 salgınının sosyal ve ekonomik maliyeti ele alınmıştır. Salgının insanlarda meydana getirdiği korku ve panik duygusu, ekonomik malların fiyatına etkisi gibi konular incelenmiştir.

Haywood (2020), Tüketici davranışlarının değişmesi ve turistik seyahat tercihlerinden bahsetmiş ve tüketicilerin artık turistik seyahat tercihlerinde daha seçici olduğunu belirtmiştir. COVID-19 salgınından sonraki süreçte değişen alışkanlıklara uyum sağlamak için gerekli fonlardan ve yapılması gerekenlerden bahsetmiştir.

Regev vd. (2013), Turizm sektörüne salgın hastalıkların, terör olaylarının, ekonomik krizlerin etkisini incelemişlerdir. Ekstrem durumlarda kriz ülkesine gitmekten vazgeçen turistlerin komşu ülkelere ya da yakın diğer bölgelere gittiklerini tespit etmişlerdir.

## **1.2 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ARAŞTIRMA SORUSU**

COVID-19 ortaya çıktığı ilk günlerden itibaren bireyler, işletmeler ve devletler üzerinde kaygı ve endişeye yol açmış, bilinmezlik ve karamsarlıkla organizasyonları paniğe sevk etmiştir. 2021 yılı itibariyle pandeminin sonuçları kısmen ortaya çıkmaya

başlamıştır. Aşının bulunması ve salgınla mücadele için yeni tedavi yöntemlerinin geliştirilmesi salgın hastalığa karşı kısmen üstünlük sağlasa da yeni varyantların ortaya çıkması ile halen bazı belirsizlikler söz konusudur.

Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü ve Dünya Sağlık Örgütü’nün pandemi ilan ettiği tarih olan 11 Mart 2020 tarihinden sonra Türkiye’de ve Dünyada bir takım kısıtlamalar ve tedbirler hayata geçirilmiştir. Bu kısıtlamalardan ve tedbirlerden en çok etkilenen sektörlerden biri turizm sektörü olmuştur. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve çalışanlar ise salgın hastalıktan en çok etkilenenlerden olmuşlardır. Bu çalışmanın amacı meydana gelen salgın hastalıktan Turizm sektörü ve faaliyet gösteren işletmelerin ne ölçüde etkilendiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda çalışmanın araştırma sorusu ise “COVID-19 pandemisinin Turizm sektörü ve BIST-100 Turizm şirketleri üzerindeki etkisi nelerdir ?” şeklinde belirlenmiştir.

### **1.3. COVID-19 SALGINI**

2019 yılı Aralık ayında Çin’in Hubei Eyaleti, Wuhan’da ilk COVID-19 vakası bildirildi. Virüsün Canlı deniz ürünleri satışı yapılan pazardan yayıldığı bilinmektedir. Salgının kısa sürede dünyanın pek çok ülkesine yayılması ve binlerce ölüm bildirilmesi ile birlikte Dünya Sağlık Örgütü 12 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan etti. Dünyanın pek çok ülkesinde ekonomik sıkıntılara, işsizliğin ve yoksulluğun artmasına sebep olan COVID-19 insanların bedeller ödemesine sebep oldu (Ciotti, vd. 2020). 4 Mayıs 2022 itibariyle toplam COVID-19 vakası 512.607.587 iken COVID-19’a bağlı toplam ölüm 6.243.038’dir. Dünya nüfusunun ise % 59.45’i aşılma durumdadır. Türkiye’de ise aynı tarihte toplam vaka sayısı 15.036.110 iken, toplam ölüm sayısı 98.801’dir. Nüfusun aşılma oranı ise % 63.77’dir (WHO, 2022).

Salgının başladığı ilk günlerden itibaren bütün dünyaya panik havası hakim olmuş, bireyler, işletmeler ve devletler panik ve korku içinde bir takım tedbirler uygulamıştır. Bu tedbirler en başta seyahat kısıtlamaları olmak üzere işletmelerin kapatılması hatta üretime ara verilmesine varana kadar genişlemiştir. Alınan tedbir ve kısıtlamalar kapsamında havayolu işletmeleri, turizm işletmeleri, sanayi tesisleri, eğitim öğretim kurumları ve diğer pek çok kurum ve kuruluş olumsuz etkilenmiştir.

Yazılı basın, sosyal medya ve internet ortamında da COVID-19 en çok konuşulan konu olmuştur ve üzerine bir çok haber yapılmıştır (Aylan, 2020).

İnsanlar turizm faaliyetlerine dini inançları gereği, bölgeye duyduğu yakınlıktan dolayı, merak duygusunu gidermek için ya da yapılan reklam, tanıtım hizmetleri ilgisini çektiği için katılabilmektedir. Ancak yaşanan terör olayları, siyasi gerilimler, doğal afetler, salgın hastalıklar insanların turistik seyahatlerden vazgeçmesinde ya da kararlarını değiştirmesinde etkilidir (Mestanoğlu, Yıldırım, 2021).

COVID-19 salgınının başlaması ile birlikte uzaktan eğitim çalışmaları hız kazanmış ve üniversitelerde uzaktan eğitime geçilmiştir. Uzaktan eğitimin başladığı sıralarda İnternet alt yapı yetersizlikleri, öğrenciler ile akademisyenler arasında uyumsuzluk ve iletişim problemleri, öğrencilerin yeterli donanıma sahip olamamaları gibi sorunlar yaşansa da devlet destekleri ve bir takım çalışmalarla bu sorunlar kısmen aşılmış ve pek çok üniversitede uzaktan eğitim tamamlanmıştır (Bulut, Eşitti, 2020).

COVID-19 salgınının başlangıç zamanlarında virüsün Çin'den yayılmasından dolayı 'Çin Virüsü' olarak adlandırılmış ve bu durum Çin'li öğrencileri, iş insanlarını ve gezginleri oldukça zorlu durumlarla karşı karşıya bırakmıştır ve Çin dışındaki Çinliler bir takım saldırgan tavırlarla bile karşılaşmıştır. Bazı devlet liderleri bile salgın hastalıktan 'Çin Virüsü' olarak bahsederken COVID-19'un bu şekilde adlandırılması bilimsel çalışmaların bile taraflı yapılma riskini doğurmuştur (Zheng, vd. 2020).

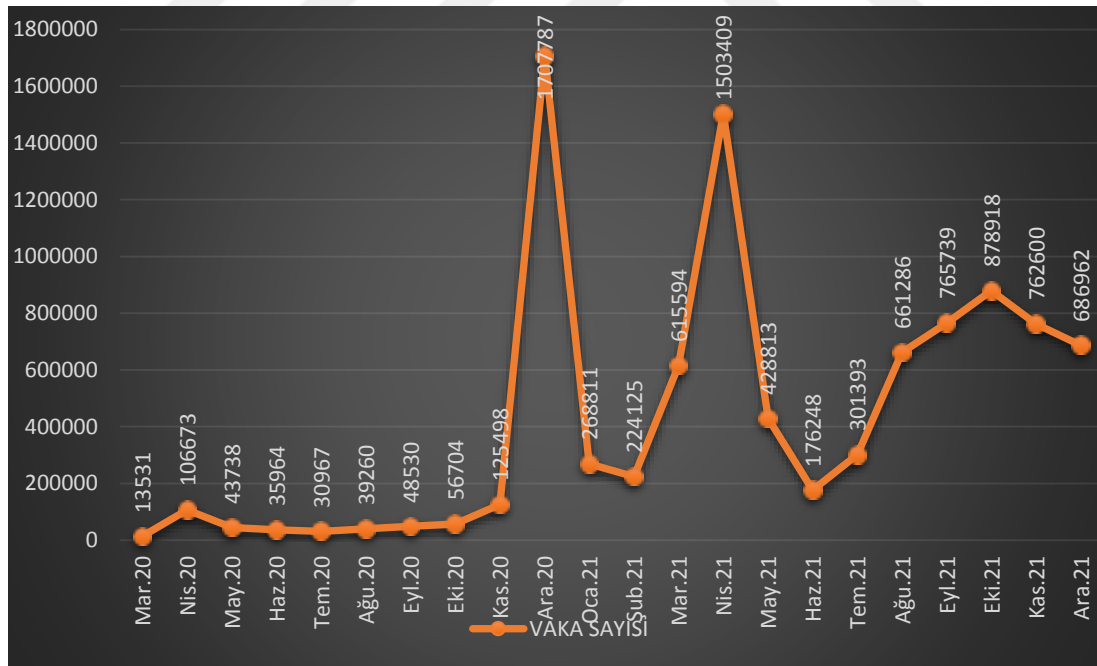
Salgın hastalıklar tarih boyunca insanlığı her yönüyle etkisi altına almıştır ve sadece sağlık yönüyle değil sosyal, kültürel, ekonomik pek çok yönden etkilemiştir. Çünkü salgın hastalıklarda sadece enfekte olan hastalar değil toplumun geneli etkilenmiştir. Tarih boyunca SARS, MERS, Sifiliz, Ebola, İspanyol Gribi, Veba, Kolera gibi endemik ve pandemik pek çok salgın hastalık görülmüştür. Pandemi, (eski Yunanca: pan: tüm + demos: insanlar), bir kıta, hatta tüm dünya yüzeyi gibi çok geniş bir alana yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalıkların genel ismi olarak karşımıza çıkar (Parıldar, 2020). En son pandemi de halen etkilerini yaşadığımız COVID-19 pandemisi olmuştur.

21. yüzyıl dünyası salgın hastalıklarla daha sık karşılaşılıyor olsa da COVID-19 diğer salgınlardan bazı yönleriyle ayrılmaktadır. Ebola gibi endemik kalmamakla birlikte kuş gribi ya da domuz gribi gibi insanlar üzerinde daha hafif etkiler de bırakmamaktadır. Böylesi bir salgınla son yıllarda ilk kez karşılaşılması salgın hastalığın başlangıcında insanları da şaşırtmıştır. Bazıları komplo teorileriyle durumu anlamaya çalışsa da bazıları durumu hafife almıştır ve pandemiyi hafife alan ülkeler ağır bedeller ödemişlerdir. Son yıllarda yayınlanan raporlarda salgın hastalıklarla daha sık karşılaşılacağı ifade edilse de gelinen teknolojik ve tıbbi gelişmişlik bu tür salgınlara daha sıkı ve daha çabuk mücadele edilebileceği şeklinde algı oluşturmuştur. Yaşanan bu rahatlık insanlar ve devletleri daha zor durumda bırakmıştır. Ekonomik, sosyal ve askeri yönden güçlü olan devletlerin salgın hastalık ile mücadelede zayıf kaldıkları görülmüştür. ABD, İtalya, İngiltere gibi güçlü ülkeler, gerek hazırlıksız yakalandıklarından yada hafife aldıklarından gerekse panik ortamından ve krizi doğru yönetememekten dolayı COVID-19 salgınının başlarında oldukça zorlu dönemler geçirmişlerdir (Budak, Korkmaz, 2020).

Enfeksiyon hastalıkları kısa sürede milyonlarca insanı enfekte ederek ölümlere yol açmaktadır. Tarihte bu gibi salgınlara örnekleri mevcuttur. Son olarak COVID-19 pandemisi kısa sürede milyonlarca insanın enfekte olmasına neden olmuştur ve ekonomik, sosyal, kültürel yönden kalıcı hasarlar bırakmaktadır. Kapanan iş yerleri, kapanan okullar salgının kısa süreli etkileridir. Uzun vadede daha kalıcı etkiler bırakması beklenmektedir (Özkoçak vd. 2020). Kısa vadede bir diğer etkisi ise emtia fiyatlarında olmuştur. Altının ons fiyatı 2012 yılı Aralık ayından sonra en yüksek seviyesini görerek 2020 yılı Mart ayında 1736 dolar seviyesine gelmiştir. Brent petrol ise 1999 yılı Ocak ayından sonra en düşük seviyesini görerek 2020 yılı Mart ayında 21 dolara kadar düşmüştür (Sarı, Kartal, 2020). İnsanları sosyal, kültürel, ekonomik yönlerden etkileyen COVID-19 salgını hem reel piyasalarda hem de finansal piyasalarda dalgalanmalara neden olmuştur. Bazı büyük şirketlerinde evden çalışma modelini benimsemesiyle iş hayatında da değişiklikler meydana gelmiştir (Karımıvand, 2021).

COVID-19 salgınının başlarında insanların izole hayat yaşamaları, yalnız kalmaları ve salgının ne yönde nasıl bir seyir izleyeceği belirsizliğini koruduğundan insanlar psikolojik yönden oldukça olumsuz etkilenmişlerdir (Turgut, P. 2021). Sağlık yönünden etkilerinin hafifletilmesi ya da ortadan kaldırılmasının yanı sıra psikolojik etkilerinin giderilmesi için de devletlere iş düşmektedir. Bu noktada oluşan ya da oluşması muhtemel sosyal ve psikolojik sorunlar tespit edilerek çözümü için gerekli adımlar atılmalıdır (Yıldırım, 2020).

COVID-19 salgını pek çok olumsuz sonucu getirmekle birlikte bazı olumlu neticeler de getirmiştir. Bazı bölgelerde silahlı çatışmalar durmuştur, karbon salınımı azaldığından atmosfer temizlenmiştir, doğa bir süreliğine de olsa kendini yenileme fırsatı yakalamış denizlerde gözle görülür değişiklikler meydana gelmiştir. Ekolojik denge bir süreliğine de olsa sağlanmıştır. Bu bağlamda COVID-19 toplum yapısını ve devletlerin işleyişini etkileyen önemli toplumsal olgulardan biri haline almıştır (Afacan, Avcı, 2020).



Şekil 1 : Türkiye Aylara Göre COVID-19 Vaka Sayıları (T. C. Sağlık Bakanlığı 2022)

11 Mart 2020 tarihinde Türkiye’de ilk COVID-19 vakasının görülmesi ile birlikte COVID-19 vaka sayıları her geçen gün artış göstermiş ve 2020 yılı Mart ayı

sonunda toplam vaka sayısı 13531 olmuştur. Takip eden nisan ayında toplam vaka sayısı 106673 olarak gerçekleşmiştir. Ardından alınan önlemlerin sonuç göstermesi ve yaz aylarında havaların ısınmasının etkisiyle vaka sayıları düşüş göstermiştir. Mayıs ve haziran aylarında vaka sayıları sırasıyla 43738 ve 35964 olarak gerçekleşmiştir. Temmuz ayında toplam vaka sayısı 30967 olurken, Ağustos ayında tekrar yükselişe geçmiş ve 39260 olmuştur. Eylül ve Ekim aylarında 48530 ve 56704 olarak gerçekleşen vaka sayıları Kasım ayı ile birlikte hızla artmış ve Kasım ayında 125498 olarak gerçekleşmiştir. Ardından gelen aralık ayında 1707787 olarak gerçekleşen aylık toplam vaka sayısı salgının başlangıcından bu yana en yüksek aylık vaka sayısıdır. Daha sonra vaka sayılarında görece düşüşler olsa da 2021 yılı Mart ve Nisan aylarında 615594 ve 1503409 olarak gerçekleşmiştir. COVID-19 aşısının bulunmasının etkisiyle hastaneye yatışlar 2021 yılı Nisan ayından sonra azalmış ve bireyler ve devletler üzerinde salgın hastalığın psikolojik yükü hafiflemiştir.



**Şekil 2 : Türkiye Aylara Göre COVID-19 Ölüm Sayıları (T. C. Sağlık Bakanlığı 2022)**

Türkiye’de 17 Mart 2020 tarihinde COVID-19’a bağlı ilk ölüm gerçekleştiğinden sonra ölüm sayıları da hızla artış göstermiş ve 2020 yılı Mart ayı sonunda toplam ölüm 214 olmuştur. Ardından Nisan ayında 2960 kişi COVID-19’a bağlı sebeplerden ölmüştür. Mayıs ayında ise 1366 olan ölüm sayısı haziran ayında vaka sayılarının da azalması ile 591 olarak gerçekleşmiştir. Kasım ayında vaka sayılarında hızlı artış ölüm

sayılarına da yansımış ve 2020 yılı Kasım ayında 3494 ölüm gerçekleşmiştir. Aralık ayında ise 7135 kişi COVID-19'a bağlı sebeplerden ölmüştür. Ölüm sayılarında rekor ay 8594 ölüm ile 2021 yılı Nisan ayında gerçekleşmiştir. Aşının bulunmasının da etkisiyle ardından gelen aylarda bir miktar azalma olsa da Eylül ve Ekim aylarında yeniden artış göstermiştir. 2021 yılı sonunda ise toplam ölüm 76842 olmuştur.

### 1.3.1 COVID-19'un Turizm Sektörüne Etkileri

Turizm sektörü yapısı itibariyle savaş, doğal afet, salgın hastalık gibi olgulardan çok çabuk etkilenmektedir. İnsanlar tehlikede hissettiklerinde içinde yaşadıkları bölgeyi terk etmek istemezler ve seyahatten kaçınırlar. Pandemi halini alan salgın hastalıklarda bu durum daha ön plana çıkmaktadır. Hava kirliliğindeki artış, sanayi bölgelerinin artması, ormanlık alanların yok edilmesi gibi durumların sonucunda 21. Yüzyılda dünya eskiye kıyasla daha fazla pandemi görmüştür. Uçak, tren gibi araçların kullanımının artmasıyla da seyahatler hızlı artış göstermiş ve salgın hastalıklar daha hızlı yayılma ortamı bulmuştur. Turizm sektörü salgın hastalıkların yayılmasını hızlandırmakla birlikte salgın hastalıklardan da en çok etkilenen sektörlerden olmuştur. COVID-19 salgının görülmesiyle birlikte karantina tedbirlerinin alınmaya başlanması, korku ve panik ortamı, seyahat kısıtlamaları turizm sektörünü oldukça etkilemiştir (Gürbüz, Zeydan, 2021). COVID-19'un turizm sektörüne etkisi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla ampirik çalışmaların yer aldığı görülmekle birlikte nitel araştırmalar daha sık yer almaktadır. Yeni tip COVID-19 salgınının en çok etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü geldiğinden yapılacak araştırmalar da giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Makalelerin konu dağılımları incelendiğinde "Covid-19'un turizm endüstrisine, turizm hareketlerine ve turizm çalışanlarına etkileri" üzerine yoğunlaştığı dikkat çekmiştir (Eker, vd. 2022).

Dünya tarihi savaşlar, doğal afetler, salgın hastalıklar gibi ekstrem süreçlerin örnekleri ile dolu olsa da COVID-19 pandemisi modern zamanlarda eşine rastlanmayacak şekilde hızlı ilerlediğinden hükümetleri, yerel yönetimleri ve işletmeleri karar almakta zorda bırakmıştır. Pek çok işletme çalışmasına ara vermiştir. Turizm işletmeleri de oldukça olumsuz etkilendiğinden turizm işletmelerine bağlı olan

turist rehberleri salgın sürecinde olumsuz durumlarla karşılaşmış, işsiz kalmış, yeni işlere yönelmiş ya da yeni fırsatlar kovalamıştır. Salgının başlangıcında butik turların artma ihtimali ile turist rehberler için yeni fırsatlar doğacağı tahmin edilse de bu fırsatlar çoğu rehber için kısmen gerçekleşmiştir. Pek çok turist rehberi de salgın sürecinde devlet desteği beklemiş ve kısmen ulaşmıştır (Karaca, Türker, 2020). Salgının başlangıcından sonra seyahatlerin önündeki engeller sadece işletme sahiplerini değil çalışanları da zor durumda bırakmıştır. Turizm sektörünü etkileyen mücbir sebep durumlarında turist rehberleri de oldukça zor durumlar yaşamakta ve gelir kaybı ile karşı karşıya kalmaktadır. Turizm rehberleri yaşadıkları gelir kaybı ve psikolojik yıpranmalar sonucu alternatif sektörlere yönelmektedir. Salgın hastalıklar durumunda güvensiz çalışma ortamı ile karşı karşıya kalan rehberler akademisyenlik gibi daha güvenli mesleklere yönelmektedirler (Kurt, vd. 2020).

COVID-19 salgını turizm sektörü işletmelerinin şoklara karşı dayanıksızlığını ortaya çıkarmıştır. Özellikle yerel hizmet veren ve perakende hizmet veren işletmeler olası baskılara karşı dayanıksızlığı ortaya çıkmıştır (Ntounis, 2021). COVID-19 salgınının başlaması ile birlikte turizm hareketlerinin yavaşlaması sonucu otel işletmeleri de büyük sorunlarla karşılaşmıştır. Borç ödemede, gelir sağlamada oldukça zorlanmışlardır. Özellikle oda sayısı az olan oteller 2020 yılını kayıp yıl olarak nitilemekte ve giderlerini bile karşılamakta zorlanmaktadır (Dülğaroğlu, 2022). Virüsün ortaya çıkması ve pandemi ilan edilmesinden sonra insanlar kaygı ve endişe ile psikolojik ve ekonomik bunalımlara girmiştir. Alınan tedbirler ve kısıtlamalarla birlikte ekonomik ve sosyal sorunlar artmış, işsiz, mutsuz gelecekte kaygılı insan sayısı artış göstermiştir. En çok da turizm sektörü zarar görmüş, geliri azalan kaygısı artan insanlar en başta turistik seyahatlerden vazgeçmiştir (Alaeddinoğlu, Rol, 2020). COVID-19'dan en çok etkilenen sektörlerden biri turizm sektörü olduğundan otel işletmecileri salgın sürecinde pek çok sorunla uğraşmıştır. Bu sorunlar yeni pazarlama stratejileri ihtiyacı doğurmuştur. Buna göre otellerin pazarlama stratejilerinde hijyen, robot teknolojileri, yapay zeka gibi kavramlar daha çok yer alacaktır. Öte yandan otel işletmecileri kişiselleştirme ve müşteriyle bireysel ilgi gibi konulara yönelmelidir. COVID-19 sonrası dünya eskisi gibi olmayacağından pazarlama stratejileri de önemli değişikliğe uğrayacaktır (Jiang, Wen, 2020). COVID-19 salgını pazarlama

stratejilerini yeniden gözden geçirme ihtiyacı duyurmuştur. Geleneksel olanı tamamen terk etmeden dijitalleşmeye önem vermek tüm işletmeler için önemlidir. Bireyler online alışverişe salgın sürecinde daha fazla adaptasyon sağlamış ve eğitimden giyime kadar her sektörde dijitalleşme artış göstermiştir (Kaptanoğlu, Geçit, 2021).

COVID-19 insanların iş, sosyal hayat, eğitim süreçlerini etkilemiştir. Belirsizlik ve sağlık riski insanların kendilerini korumaya almalarını zorunlu kılmıştır. Turizm harcamaları da kişilerin bütçelerinde kolay vazgeçecekleri harcama kalemleri olduğundan turizm seyahatlerine olan talep azalmıştır. Belirsizliğin azalması ve risklerin ortadan kalkmaya başlaması ile birlikte insanlar yeniden turistik seyahatlere yöneleceğinden riskin az olduğu doğa turizmi, kamp, glamping gibi turizm türleri talep görecektir. Koronavirüs salgını sonucunda kişiler en çok hijyen olgusuna dikkat etmektedir. Kişilerin otel, pansiyon, araç tercihlerinde hijyen vurgusu ön plandadır. Bu durum işletmelerin hijyen detayına daha fazla dikkat çekmesine sebep olacaktır. Her şey dahil sistem ve resort otel gibi sosyal mesafeyi korumanın mümkün olmadığı seyahatler yerine sosyal mesafeyi korumanın nispeten kolay olduğu butik oteller, devremülk gibi konaklama tercihleri artacaktır (Türker, 2020). Kadınların COVID-19 salgınından erkeklere göre iş ve sosyal hayatta daha fazla etkilendiği saptanmıştır. Eğitim seviyesi daha yüksek olan bireylerde de COVID-19'un olumsuz etkisi daha fazladır. COVID-19 salgını sonucunda turizmde ürün çeşitliliğinin artması, turizmin 12 aya yayılması, talebin tüm bölgelere dağıtılması beklenmektedir. Turistlerin seyahat tercihi daha çok yakın bölgelere olmaktadır ve hijyen konusuna oldukça dikkat etmektedirler. Turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde bu hususları önemle dikkate alması gerekmektedir (Kabadayı, Kardeş, 2020). Turizm işletmeleri bir taraftan alınan tedbirleri uygulamaya çalışırken diğer taraftan potansiyel müşterileri yeniden hizmet almaları için ikna etmeye uğraşmaktaydı. Zincir oteller çalışanlarına verdikleri eğitimlerle müşterilerinin sağlıkları konusunda gerekli hassasiyetleri sağlamaya çalışmışlardır. Otel işletmeleri internet sayfalarında COVID-19, sağlık, hijyen, rezervasyon ve iptal konularında müşterilerini bilgilendirerek, potansiyel müşterileri hizmet almak için ikna etmeye çalışmışlardır. Konaklama tesisleri müşterilerine doğru bilgiler aktararak önemli gelişmeleri müşterileri ile paylaşmalı, alınan tedbirlere uymalı, süreci yönetmeli ve müşterinin yanında olduğunu

hissettirmelidir (Eryılmaz, 2020). Salgın sürecinde ve sonrasında sürecin doğru yönetilmesi için iletişim kanalları doğru ve etkin kullanılmalıdır. Bilgiler parça parça ya da dağınık olarak değil bir bütün olarak etkin biçimde verilmelidir (Binbaşıoğlu, 2020).

Salgınla birlikte turizmde faaliyet gösteren pek çok işletme alınan tedbirlerden dolayı müşteri ve gelir kaybı yaşamıştır. COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerden olan turizm sektörü her yönüyle salgından zararlı çıkmıştır. Bununla birlikte krizi fırsata çevirebilen işletmelerde olmuştur. İnternette alışveriş imkanı sunan işkolları, paket servis yapan yiyecek içecek işletmeleri gibi işletmeler için yeni fırsatlar doğmuştur. Bazı işletmeler salgının getirdiği zorlukları rekabet avantajı olarak kullanmışlar ve müşterilerine güven sağlamışlardır. Bazı restoranlar hijyene önem vererek bir takım düzenlemeler yapmışlardır. Bu kapsamda restoranlar menülerin elden ele dolaşarak virüsü yayma riskine karşılık QR kodlu menüler hazırlamışlardır (Çoban, Sandıkçı, 2020).

COVID-19 sonrası turistlerin seyahat tercihleri vaka sayısının çok olduğu yerlerden ziyade vaka sayısının az olduğu yerlerde yoğunlaşmıştır. Turistler kalabalık ve kitlesel seyahatlere göre bireysel ya da çekirdek aile ile olan seyahatleri tercih etmektedir. Kalabalık mekanlara göre ise daha az kalabalık olan hatta doğa turizmi daha çok tercih edilmektedir. Turistler uluslararası seyahatler yerine bölgesel ve yaşadıkları bölgelere yakın turistik seyahat talebinde bulunmaktadır (Dereli, Kızılırmak, 2021). Bireysel turizm faaliyetleri ya da doğa turizmi ağırlık kazanmış olsa da paket turlar için yeni düzenlemeler getirilmiştir. “Turist Rehberliği Hizmetinde COVID-19 Pandemi Sürecinde Uyulması Gereken Kurallara İlişkin Genelge” de belirtildiği üzere %50 taşıma kapasiteyle paket tur düzenlemiştir. Paket turdan sorumlu rehberin, otobüs içi sosyal mesafe kurallarını gözeterek turistlerin yerlerini oturmalarını sağlayarak, sosyal mesafe konusunda dikkatli davrandığı saptanmıştır. “Rehberler, “Turist Rehberliği Hizmetinde COVID-19 Pandemi Sürecinde Uyulması Gereken Kurallara İlişkin Genelge” nin tur yönetme sürecinde kolaylık sağladığını ve turistleri kurallara uyma konusunda ikna edici bir rol üstlendiğini söylemişlerdir. Bu

nedence genelgenin rehberlerin yönetme sürecinde yardımcı bir rol üstlendiği saptanmıştır ” (Altun, Dinçer, 2021).

COVID-19 salgınının etkilerinin sosyal, psikolojik, ekonomik yönden değerlendirilmesi için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Salgının başladığı zamanlarda daha çok medya yönlendirmesi ile süreç yönetiliyordu daha sonra bilimsel çalışmalarla gelişmeler desteklenmiş olsa bile halen daha çok çalışmaya ihtiyaç var ve belirsizliklerin daha fazla azaltılması gerekmektedir. Pandeminin başlangıcından bu yana epey yol alınmış olsa bile sonuçları hakkında halen belirsizlikler ortadadır. Gelinen süreçte ekonomik milliyetçilik ne yönde nasıl ilerleyecek, durgunluk ve diğer belirsizlikler nasıl çözülecek gibi konular hala tartışılmaktadır (Sulkowski, 2020).

Ekonomisi turizme bağlı ülkeler için salgın çok olumsuz ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurmuştur. Dolaylı olarak turizme bağlı pek çok sektörün de var olduğu düşünüldüğünde salgının çarpan etkisi diğer sektörlerde de ağır şekilde hissedilmiştir (Atay, 2020). İşletme yöneticileri bakış açılarını değerıştirmeli ve artan rekabet ortamında daha fazla risk almalılar. COVID-19 ncesi rekabetin yüksek olduğu bir sektör olan turizm sektörü COVID-19 sonrası yeniliğe daha fazla ihtiyaç duyan bir sektör haline geldiğinden yöneticiler daha fazla risk almalıdır. Ayrıca müşteri ve personel ile iletişimini daha iyi hale getirmeli ve şoklara karşı daha hazır olmalıdır (Dias, vd. 2022).

Salgının başlaması ile birlikte toplumsal izolasyon artmış ve tüm sektörlerde üretim süreçleri yavaşlamış hatta durmuştur. Finansal yapılar ve nakit akışlarında bozulmalar yaşanmıştır. Bu süreçte işletmeleri ve vatandaşları desteklemek amacıyla devletler gelirlerinin bir kısmından vazgeçmişler ve bir takım sübvansiyonlarda bulunmuşlardır. Bu kapsamda pek çok ülkede vergi indirimleri, sübvansiyonlar, kredi genişlemesi, nakit destekleri gibi destekler yapılmıştır. Geçmişte yaşanan krizlere göre COVID-19 krizinin sonuçları daha ağır olduğundan devletler destek politikalarını biraz daha geniş tutmuştur ( Barakazi, akır, 2020 ).

Turizm işletmelerinin salgına ve doğabilecek tehlikelere karşı tedbir almaması işletmeleri salgının seyrine göre hareket etmek zorunda bıraktmıştır. Salgın hastalık

süresince sosyal mesafe kuralının uygulanması işletmelerin kapasitelerini azaltması ile mümkün olmuştur. Kapasitesini azaltan işletmeler maliyet artışı ile karşı karşıya kalmış ve maliyet artışını fiyatlara yansıtmak zorunda kalmıştır. Turizmde fiyatların yükselmesi turizm talebini yüksek gelirliyle sınırlı hale getirmiştir. COVID-19 salgını sonrası hızlı toparlanma için kamu kurumları ile turizm işletmelerinin uyumlu şekilde çalışması şarttır (Demir, vd. 2020).

Pandemi sürecinde insanlar alışveriş yapmak için dışarı çıkmaya da online alışverişe yönelmiş ve online alışveriş artış göstermiştir. Turizm sektörü için de bazı online uygulamalar geliştirilse de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin olumsuz etkilenmesinin önüne geçilememiştir. Kaldı ki kongrelerin online toplantı şeklinde yapılması gibi uygulamalar turizm işletmelerinin gelirlerini azaltmıştır. Pandemi sonrasında kalabalıklar halinde yapılan kitle turizminin çok rağbet görmeyeceği düşünülmektedir. Kalabalıklardan uzak, doğa turizmi, kamp turizmi daha ön plana çıkacaktır.

Turizm sektöründe rekabet yapısında da değişiklikler meydana gelecektir. İşletmeler daha fazla müşteri ya da ziyaretçi çekmek yerine niteliğe önem vermeli ve daha konforlu seyahat, kişiselleştirilmiş hizmetler sunmalıdır. Otellerin yenilenmesi gibi sermaye yatırımları önem kazanırken, işletmeler personel kalitesini artırmalı, müşteri kabulünü basitleştirmeli ve dijital teknolojiye önem vermelidir. Aile eğlencelerine önem verilmeli, çocuklar ve gençler için özel menüler ve eğlenceler hazırlanmalıdır. Turizm işletmeleri önümüzdeki süreçte nicelikten çok niteliğe önem vermelidir ( Abbas, vd. 2021).

Eğitim öğretim faaliyetlerine ara verilmesi ve yaşanan belirsizlik öğrencileri de etkilemiştir. Turizm rehberliği öğrencileri üzerine yapılan çalışmada öğrencilerin kaygılı ve karamsar olduğu ve kendini geliştirme konusunda ümitsiz davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Köksalanlar, Çözeli, 2021). Sadece COVID-19 süreci değil sonrası da düşünülmeli ve kalifiye personel yetişmesi için çalışmalar yapılmalıdır. COVID-19 salgını sonrası işletmelerde sürecin daha iyi yönetilebilmesi için turizm eğitimi alan öğrencilerin yeterliliklerinin artırılması gerekir (Saatcı, Aksu, 2020). Turizm sektörünün savunmasız kalması ve işsizliğin artması öğrencileri sektörden

uzaklaştırmakta ve sektörün kalifiye personel ihtiyacını artırmaktadır. Turizm okulları ve kurslar COVID-19 salgını sonrası yeniden yapılandırılmalıdır (Tiwari, vd. 2021).

Yeni normal denilen bu süreçte turizm işletmeleri müşterilerine güven konusunda daha fazla garanti vermeli, iade konusunda müşterilerine kolaylık sağlamalı, dezenfektan hizmeti, ek temizlik, müşteri sayısının sınırlandırılması gibi uygulamalara önem vermelidir. Salgın sürecinde dijitale olan talep ve adaptasyon artmıştır. Dolayısıyla turizm işletmelerinin dijitale daha fazla önem vermesi gerekmektedir (Heper, 2021 ). İşletmeler talep artırıcı uygulamalar geliştirmeli ve müşterileri kendilerine çekmelidir. Turizm sektöründe talebin fiyat esnekliği 1'dir. Yani birim esnektir. Fiyatta meydana gelen 1 birimlik artış ya da azalış talebi 1 birim artırmakta ya da azaltmaktadır (Abubakar, Rosbi, 2020). İşletmeler yeni stratejiler geliştirirken turizm talebinin kolay vazgeçilebilir olduğunu dikkate almalıdır.

COVID-19 salgını sürecinde turizm sektörü istihdam yönünden çokça etkilenmiştir ve turizm sektöründe çalışan sayısı % 10,2 azalmıştır. Çarpan etkisi yüksek olan turizm sektörü bu denli hızlı düşüşle diğer sektörleri de etkileyecektir. Salgının etkisinin geçmiş dönemlerde yaşanan salgın hastalıklara ve krizlere göre daha ağır olması sonucu tüketici davranışlarında da büyük değişimler söz konusudur. Salgın öncesinde turizm faaliyetleri tercihinde tüketiciler fiyat, destinasyon çekiciliği gibi unsurlara daha çok önem verirken salgın sonrasında hijyen, sağlık gibi unsurlara daha çok önem vermektedir (Akkaşoğlu, Akyol, 2022).

Turizm sektörünün yapısı itibariyle talep kırılığandır ve salgın hastalıklardan çok çabuk etkilenmektedir. COVID-19 salgınından önce tatil planı olan ya da tatile çıkma niyeti olan bireyler bu taleplerini değiştirmişler ve tatil planlarını ertelemişlerdir. Diğer yandan tatil yeri tercihini de değiştiren bireyler olmuştur. Bundan dolayı turizm işletmelerinin turist çekebilmek için güven ve hijyen sağlamaları şarttır (Şanlı, vd. 2020).

COVID-19 tüm dünyada ülke ekonomilerini olumsuz etkilemiştir. Turizm gelirlerine bağlı gelişme gösteren ülkeler hizmet kapasitesinin daralması sonucu artan işsizlik ve hanehalkının gelir kaybı ile ekonomik darboğaza girmiştir. Hükümetler

darboğazdan çıkış amacıyla kamu harcamalarını artırarak ekonomik aktivitelerin eski düzeyine gelmesi çabasında bulunmuştur. Artan kamu harcamaları ve azalan vergi gelirleri sonucu ülkeler borçlarını ödeyememe riski ile karşılaşmıştır. Seyahat sınırlamaları ile ekonomik aktivitelerin azalması ihracat gelirlerinde de azalmaya sebep olmuştur. COVID-19 vaka sayılarının artması sonucu enflasyonda düşüş görülürken döviz kurlarında artış yaşanmıştır (Yardımcı, 2021).

Meydana gelen salgın hastalıklar pek çok sektörü olumsuz etkilemekle birlikte medikal turizmini de oldukça olumsuz etkilemiştir. Henüz yeni gelişmekte olan medikal turizmi pandemi başlangıcı ile düşüşe geçmiştir (Çınar, Özkaya, 2020).

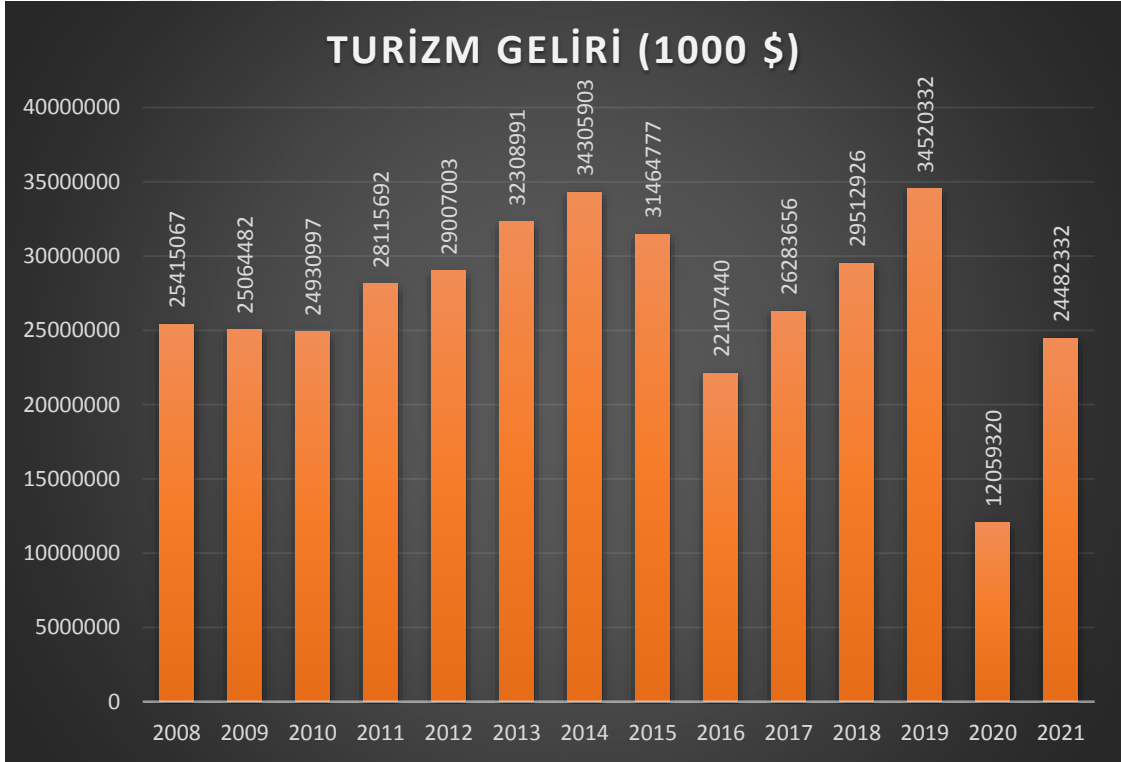
COVID-19 salgınının başlaması ile birlikte hızlıca alınan seyahat kısıtlamaları en çok havayolu şirketlerini olumsuz etkilemiştir. Bu süreçte zaman zaman seyahat kısıtlamaları gevşetirse de havayolu kullanımı salgın öncesi döneme göre daha azdır. Aşının bulunması ile salgının kontrol altına alınacağı düşünülse de dünyanın farklı yerlerinde görülen varyantlar seyahat tercihlerini halen etkilemektedir. Pandemi döneminde ortaya çıkan spekülasyonlar ve olumsuz haberler havayolu şirketlerinin hisse senedi fiyatlarının çakılmasına sebep olurken, olumlu gelişmelerin etkisinin aynı derecede olmadığı görülmektedir (Macit, Basar, 2022).



\* Yabancı Ziyaretçi + Yurtdışında ikamet eden Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşları

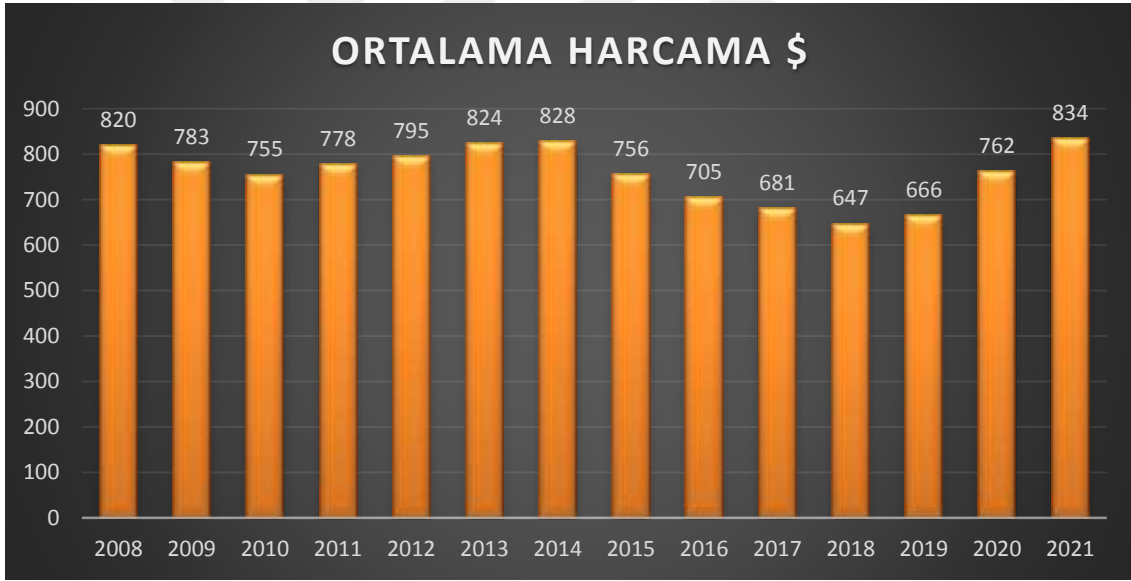
Şekil 3 : Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı ( T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, a 2022)

Pandemilerin etkileri gelişmekte olan ülkelerde daha büyük olmakla birlikte, turist varışlarında da kalıcı etkilere sebep olmaktadır (Aronica, vd. 2021). Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin sayısına baktığımızda 2008 ve 2009 yıllarında 30 milyonun üzerinde olan yabancı ziyaretçi sayısı, 2012 yılında 37.715.225 ve 2013 yılında 39.860.771 olarak gerçekleşmiştir. 2014 ve 2015 yıllarında 41 milyonun üzerinde olan ziyaretçi sayısı 2016 yılında terör olayları ve darbe girişiminin de etkisiyle 30.906.680 olarak gerçekleşmiştir. Ardından gelen yıllarda huzur ve sükunetin de sağlanmasıyla artış gösteren yabancı ziyaretçi sayısı 2019 yılında 51.747.199'u bulmuştur. 2020 yılında ise COVID-19 etkisiyle seyahat kısıtlamaları ve bireylerin çekincelerinin sonucu olarak 15.971.201 ziyaretçi Türkiye'ye gelmiştir. Bazı kısıtlamaların kaldırılması ya da hafifletilmesi söz konusu olsa da ziyaretçi sayısı hızlı bir şekilde düşüş yaşamıştır. 2021 yılında ise 30.038.961 olan ziyaretçi sayısı halen pandemi öncesi yılların ziyaretçi sayısının bile altındadır. 2021 yılında COVID-19'a karşı aşı geliştirilmesi söz konusu olsa da yaşanan diğer olumsuzluklar turizm faaliyetlerini etkilemeye devam etmektedir.



Şekil 4 : Türkiye Yıllara Göre Turizm Gelirleri ( T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, b 2022)

Turizm gelirlerine baktığımızda 2008 yılında 25415067 bin dolar olan yıllık turizm geliri 2009 global finansal krizin de etkisiyle 2010 yılında 24930997 bin dolara düşmüş ancak takip eden yıllarda artış göstererek 2014 yılında 34305903 bin dolara ulaşmıştır. 2015 ve 2016 yıllarında meydana gelen terör olayları ve darbe girişiminin etkisiyle ziyaretçi sayısının azalması sonucu turizm geliri de azalmış 2015 yılında 31464777 bin dolara düşen turizm geliri 2016 yılında 21107440 bin dolara kadar düşmüştür. Ardından tekrar yükselişe geçen turizm gelirleri 2019 yılında 34520332 bin dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2020 yılında ise kısıtlamalar, korku ve panik ortamının getirdiği çekimserlik ile turizm faaliyetlerinin düşüş göstermesi sonucu turizm geliri 12059320 bin dolara gerileyerek büyük bir düşüş göstermiştir. 2021 yılında bazı düzenlemeler ile turizm faaliyetlerinde artış yaşansa da turizm geliri 24482332 bin dolar ile 2008 ve 2009 yıllarının bile gerisinde kalmıştır.



**Şekil 5 : Ziyaretçilerin Ortalama Harcaması \$ ( T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, c 2022)**

2008 yılında 820 Dolar olarak gerçekleşen ortalama harcama, 2009 ve 2010 yıllarında düşmüştür. 2010 yılında 755 dolar olan ortalama harcama 2011 yılında 778 dolar 2012 yılında 795 dolar olmuştur. Darbe girişiminin yaşandığı 2016 yılında 705 dolar olan ortalama harcama izleyen yıllarda turist sayısının artmasına rağmen düşmüştür. 2017 yılında 681 dolar 2018 yılında 647 dolar olmuştur. 2019 yılında 666 dolara yükselen ortalama harcama COVID-19 salgınının başladığı yıl olan 2020

yılında 762 dolara yükselmiştir. Ardından 2021 yılında ise 834 dolar olan ortalama harcama salgın öncesi yılların bile üzerine çıkmıştır.



**Şekil 6 : Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, d 2022)**

Turizm gelirleri son yıllarda ülkeler için önemli bir alternatif gelir kaynağı sunarken Türkiye için de önemli bir gelir kaynağıdır. Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm sektörü ülke GSYİH içinde önemli bir paya sahiptir. Milyonlarca kişiye istihdam sağlarken, ekonomide döviz kaynağı da sağlamaktadır. Türkiye için 2008 yılından itibaren turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payına baktığımızda 2008 yılında 3.3 olan turizm geliri payı 2009 yılında 3.9'a yükselmiştir. 2010 yılından sonraki yıllarda da gelen ziyaretçi sayısının artmasına rağmen GSYİH içindeki payı çok fazla artmamıştır. 2016 yılına gelindiğinde ise yaşanan olumsuzlukların etkisiyle azalan ziyaretçi sayısı sonucu turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı % 2.6'ya düşmüştür. Ardından gelen yıllarda turizm gelirlerinin payı artarken 2019 yılında en yüksek seviyeye ulaşmış ve GSYİH içindeki payı % 4.6'ya yükselmiştir. 2020 yılında ise COVID-19 salgını ile birlikte alınan tedbirlerin sonucu olarak ziyaretçi sayısının hızlı şekilde azalması ile turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı % 1.7 seviyesine düşmüştür. 2021 yılında % 3.1'e yükselse de halen istenen getiri elde edilememektedir.

Meydana gelen krizler, siyasi olaylar ve diğer kaos ortamı en başta turizm sektörünü etkilemekte ve ziyaretçi sayılarında geri dönüşü zor azalmalara sebep

olmaktadır. Mevsimsellikten de etkilenmesi sebebiyle kırılğan bir yapıya sahip olan turizm firmaları, ortaya çıkan salgın hastalıkla birlikte daha fazla kırılğan hale gelmiştir. Bu sebeple turizm firmalarının mali yapılarını güçlendirmeye daha fazla ihtiyaçları vardır (Güngör, H. Y. Çemberlitaş, İ. 2022)

**Tablo 1 : Milliyetlere Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı e 2022)**

MİLLİYET	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Rusya Fed.	2.879.278	2.694.733	3.107.043	3.468.214	3.599.925	4.269.306	4.479.049	3.649.003
Bulgaristan	1.255.343	1.406.604	1.433.970	1.491.561	1.492.073	1.582.912	1.693.591	1.821.480
Almanya	4.415.525	4.488.350	4.385.263	4.826.315	5.028.745	5.041.323	5.250.036	5.580.792
Ukrayna	730.689	574.700	568.227	602.404	634.663	756.187	657.051	706.551
İngiltere	2.169.924	2.426.749	2.673.605	2.582.054	2.456.519	2.509.357	2.600.360	2.512.139
Gürcistan	830.184	995.381	1.112.193	1.152.661	1.404.882	1.769.447	1.755.289	1.911.832
İrak	250.130	285.229	280.328	369.033	533.149	730.639	857.246	1.094.144
İran	1.134.965	1.383.261	1.885.097	1.879.304	1.186.343	1.196.801	1.590.664	1.700.385
Fransa	885.006	932.809	928.376	1.140.459	1.032.565	1.046.010	1.037.152	847.259
Hollanda	1.141.580	1.127.150	1.073.064	1.222.823	1.273.593	1.312.466	1.303.730	1.232.487
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	TOPLAM	
Rusya Fed.	866.256	4.715.438	5.964.613	7.017.657	2.128.758	4.694.422	53.533.695	
Bulgaristan	1.690.766	1.852.867	2.386.885	2.713.464	1.242.961	1.402.795	23.467.272	
Almanya	3.890.074	3.584.653	4.512.360	5.027.472	1.118.932	3.085.215	60.235.055	
Ukrayna	1.045.043	1.284.735	1.386.934	1.547.996	997.652	2.060.008	13.552.840	
İngiltere	1.711.481	1.658.715	2.254.871	2.562.064	820.709	392.746	29.331.293	
Gürcistan	2.206.266	2.438.730	2.069.392	1.995.254	410.501	291.852	20.343.864	
İrak	420.831	896.876	1.172.896	1.374.896	387.587	836.624	9.489.608	
İran	1.665.160	2.501.948	2.001.744	2.102.890	385.762	1.153.092	21.767.416	
Fransa	555.151	578.524	731.379	875.957	311.708	621.493	11.523.848	
Hollanda	906.336	799.006	1.013.642	1.117.290	271.526	645.601	14.440.294	

Tablo 1’de 2008 yılından 2021 yılı sonuna kadar en çok ziyaretçinin geldiği 10 ülke yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde 2008 yılından 2021 yılı sonuna kadar en çok yabancı ziyaretçinin Almanya’dan geldiği görülmektedir. 60 milyon üzerinde ziyaretçinin geldiği Almanya’dan 2019 yılında 5027472 ziyaretçi gelmiştir. Bu sayı 2020 yılında 1118932’ye düşmüştür. Almanya’nın ardından Rusya Federasyonu son 14 yılda 53533695 ziyaretçi ile ikinci sıradadır. 2008 yılında 2879278 ziyaretçinin geldiği Rusya’dan ziyaretçi sayısı her geçen yıl artarken 2015 ve 2016 yıllarında yaşanan siyasi gerilimler ve darbe girişimi sonrası düşüş yaşamıştır. 2016 yılında 866256 ziyaretçinin geldiği Rusya Federasyonu 2017 yılında 4715438 ziyaretçi ile ilk sırada yer almıştır. Ardından gelen yıllarda ziyaretçi sayısının arttığı Rusya’dan 2020 yılında 2128758 ziyaretçi Türkiye’ye giriş yapmıştır. Son yıllarda Rus turizmi

istikrarlı bir gelişme göstermiş olsa da 2020 yılında pandemi etkisiyle felakete yakın bir sonuçla karşılaşmıştır. Turizm sektörü devlet desteği ve vergisel kolaylıklara muhtaçtır (Sheresheva, 2020). Ukrayna'dan gelen ziyaretçi sayısı 2020 yılında 997652 iken 2021 yılında 2 milyonun üzerine çıkmış ve pandemi öncesi seviyesini de aşmıştır. Bununla birlikte, İngiltere ve Gürcistan'dan gelen ziyaretçi sayıları 2020 yılında 2019 yılına göre azalırken, 2021 yılında da düşmeye devam etmiştir. İran, Fransa, Hollanda ve Bulgaristan'dan ise 2021 yılında 2020 yılına göre ziyaretçi sayılarında artış yaşanmasına rağmen halen pandemi öncesi seviyelerin altındadır.

Pandeminin başlangıcından sonra iki yıl geçti ancak halen beşinci ve altıncı dalgalar ile uğraşan, yeni varyantlar ile mücadele eden ve aşılama istenilen başarıyı elde edemeyen ülkeler var. Bazı destinasyonlar için seyahat kısıtlamaları devam etmekte ve turizm sektörü üçüncü belirsiz yıla girmektedir (Gössling, Schweiggart, 2022).

### **1.3.2 COVID-19'un Ekonomiye Etkileri**

COVID-19'un ortaya çıkmasıyla birlikte alınan tedbirler ekonomik faaliyetleri durma noktasına getirmiş ve ihracat-ithalat işlemleri başta olmak üzere ticari hayata derin bir engel koymuştur. Kapanan işletmeler, işsiz kalan vatandaşlar, ticari faaliyetlerin yavaşlaması ya da durması hükümetleri zor durumda bırakmıştır. Vergi ertelemeleri, kredi genişlemesi, doğrudan fonlama, garantili borçlar gibi önlemlerle geçici çözümler bulan hükümetler uzun dönemde bütçe dengesinin bozulması, enflasyon, ödemeler dengesi gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Arabacı, Yücel, 2020). COVID-19 finansal piyasalar, döviz kurları ve enerji fiyatları üzerinde de olumsuz etkiye sahiptir (Bakırtaş, Ozan, 2021). Döviz kurlarının artması, enerji fiyatlarının yükselmesi uzun vadede enflasyonu yükselterek dünyada ve Türkiye'de makroekonomik parametreler üzerinde olumsuz değişikliğe neden olacaktır.

Pandemi süresince finansal piyasaların sağlıklı işlemesi oldukça önemli hale gelmiştir. Bu kapsamda bankacılık sektörü de üzerine düşeni yapmaya çalışmış ve çalışma saatlerinden, banka şubeleri çalışan düzenine kadar bir takım önlemler alınmıştır. Kredi genişlemesi ve pek çok destek konusunda da bankacılık sektörü

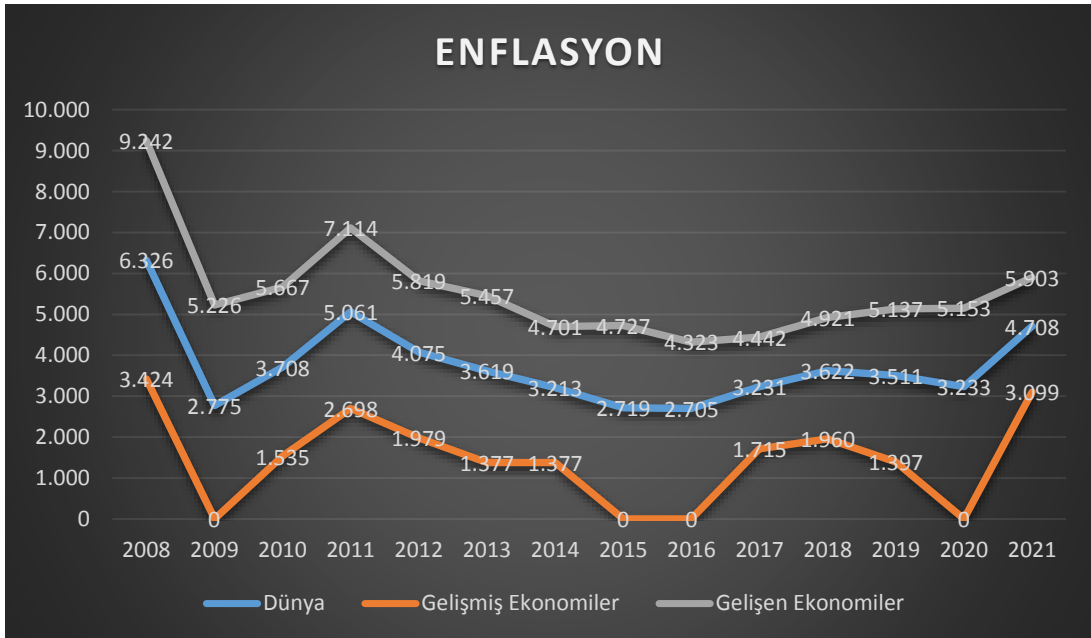
gerekli düzenlemelerle finansal piyasalar ve reel piyasalar için gerekli işlemleri gerçekleştirmiştir (Yetiz, 2021). Borsa İstanbul'da Salgının başlangıcında COVID-19'a bağlı olumsuz bir tablo görülse de uzun vadede tablonun daha olumlu olduğu görülmektedir (Contuk, 2021). Kredi genişlemesi ve fonlamalar ile birlikte vatandaşların da belirsizlik karşısında tasarruf eğiliminin artması Borsa İstanbul için pandemi sürecinde olumlu seyre yer açmıştır.

COVID-19 bir taraftan çalışanların işini kaybetmesine neden olurken diğer yandan yüksek gelirlilerin ya da servet sahiplerinin varlıklarını artırmasına olanak sağlayıp gelir dağılımını bozucu etkiye neden olmuştur. Bu durumda politikacılara iş düşmekte ve gelir dağılımı adaletini sağlayıcı kararlar almaları gerekmektedir (Aspachs, vd. 2021). Ancak diğer taraftan artan kamu borçlarını devletler Merkez Bankaları tarafından finanse etmekte ve geçici çözümlerle günü kurtarmaktadır. Geline nokta özel sektörün istihdam yaratan sürdürülebilir yatırım projeleri geliştirmesi gerekir ve özel sektörün bu projeleri gerçekleştirmesi için devletlerin finansman ihtiyacını sağlaması ve gerekli yapısal reformları yapması gerekir (Fernandes, vd. 2021).

### **1.3.2.1 COVID-19'un Enflasyon Üzerindeki Etkileri**

COVID-19 pandemisi ile birlikte insanlar bir takım davranış değişimleri sergilemiştir. Alıştıkları hayat düzeninden farklılık, yeni önlemler, kısıtlamalar ve belirsizlik tüketim alışkanlıklarında da bazı değişikliklere sebep olmuştur. Pandemi süresince kısıtlamalarla evde kalan insanlar daha fazla gıda tüketimi yapmış daha az seyahat etmiştir. Bu durumda bazı sektörlerde enflasyonun daha yüksek olmasına bazı sektörlerde daha az olmasına neden olmuştur. Hatta enflasyon sepetinin ağırlıklarının ve sepet kalemlerinin değişimlerinin gerçekleştiği olmuştur (Cavallo, 2020). COVID-19 pandemisi başlangıcından itibaren makroekonomik parametreleri de etkilemekle birlikte enflasyon üzerinde ne derece etki edeceğini hükümetlerin uygulayacağı maliye politikası ve Merkez Bankalarının uygulayacağı para politikası belirleyecektir (Brunnermeier, 2020).

Dünya ülkelerine bakıldığında pandemi öncesinde gelişmiş ülkelerde enflasyonun sıfıra yakın seyrettiği görülmektedir. Enflasyonun ve faizlerin bu kadar düşük oranlarda kalması gelişmiş ülkeler için daha geniş hareket kabiliyeti sunmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için ise durum daha farklıdır, genişletici maliye politikaları ya da emisyon yapmaları enflasyonist baskıyı daha fazla artırmakta ve yükselen enflasyon ulusal para biriminin döviz karşısında değer kaybetmesine neden olmaktadır. Enflasyonun yükselmesi ekonomideki belirsizlikleri artırmakta ve piyasalardaki var olan hasarı daha fazla artırmaktadır. Bütçe açığı veren, kamu finansman dengesi bozulan ülkeler enflasyonun yükseldiği ve ulusal para biriminin değer kaybettiği ortamda artan reel borçlar ile karşı karşıya kalmaktadır. Diğer yandan harcama artırıcı gelir azaltıcı maliye politikalarının maliyetlerini gelişmiş ülkeler mevcut ekonomik düzenlerinde üretim artışı ve yatırımlarla karşılarken, gelişmiş ülkelerin bütçelerinde çok fazla yük olmadan bu harcamalar karşılanmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler yatırım ve tasarruf yetersizlikleri ile birlikte uyguladıkları genişletici maliye politikaları sürdürülemez borç ve bütçe açıklarına neden olabilir (Kaya, 2020).



**Şekil 7 : Ülke Gruplarına Göre Enflasyonda Yüzde Değişim (IMF, World Economic Outlook Database, April 2022)**

COVID-19 pandemisi öncesi 2019 yılına bakıldığında Gelişmiş ülkeler için enflasyon % 1,3 iken gelişmekte olan ülkelerde enflasyon % 5,1'dir. Dünya genelinde ise % 3,5 olduğu görülmektedir. 2020 yılında gelişmiş ekonomilerde enflasyon 0,6'ya düşmüş, gelişmekte olan ekonomilerde ise 5,1 olarak kalmıştır. Dünya genelinde enflasyon % 3,2'ye düşmüştür. 2021 yılında ise gelişen ekonomilerde hızla yükselerek % 3 olmuştur. Gelişen ekonomilerde % 5,9, dünya genelinde ise % 4,7'ye ulaşmıştır. Gelişen ekonomiler için 2008 yılından bu yana en yüksek seviye görülürken, 2008 finansal krizinden sonra gelişen ekonomiler enflasyonunu en çok COVID-19 etkilemiştir. Gelişen ekonomiler enflasyonuna bakıldığında ise 2011 yılından sonra en yüksek seviye olan % 5,9 görülmüştür. COVID-19 dünya genelinde enflasyonist baskıları artırmıştır.



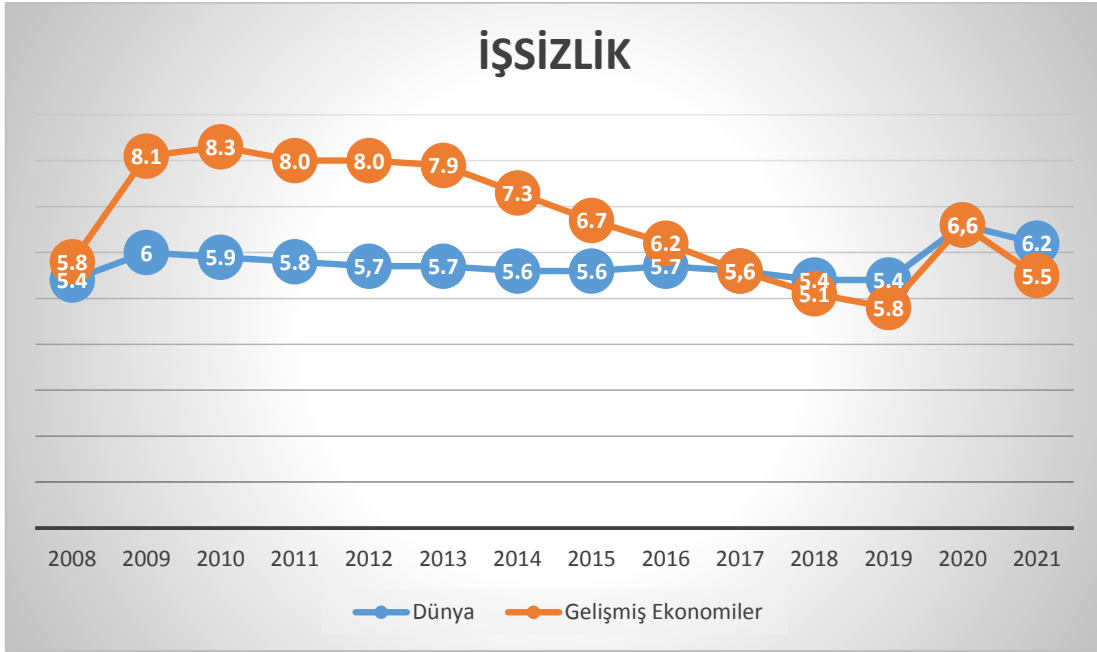
Şekil 8 : Türkiye’de Yıllara Göre Enflasyon (EVDS, 2022)

Türkiye’de enflasyon 2008 yılı sonunda % 10.06 olarak gerçekleşirken 2009 ve 2010 yıllarında % 7’nin altında kalmıştır. 2011 yılında % 10.45 olan enflasyon 2017 yılına kadar tekrar % 10’un üzerine çıkmamış, 2017 yılında % 11.92 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında döviz krizinin de etkisiyle % 20.3 olarak gerçekleşen enflasyon COVID-19 salgını öncesi 2019 yılında düşmüş ve % 11.84 olarak gerçekleşmiştir. COVID-19 salgını ile birlikte tekrar yükselişe geçmiş ve 2020 yılı sonunda % 14.6 iken 2021 yılı sonunda % 36.08 olarak gerçekleşmiştir.

### 1.3.2.2 COVID-19'un İşsizlik Üzerindeki Etkileri

Son yıllarda artan işsizlik ve kalifiye istihdam sorunlarının üzerine COVID-19 salgını ve buna bağlı işsizlik de eklenince işsizlik sorunu devletler için daha ağır hale gelmiştir. Salgın hastalığın başlaması ile birlikte tüm sektörlerde işini kaybeden vatandaşlar olmuştur. Başta turizm sektöründe çalışanlar, turist rehberleri, tur operatörleri işlerini kaybetmişlerdir. Devletler bir takım önlemlerle işsizliğin artmaması için çalışmalar yapmışlardır. İşçi çıkarma yasağı, vergi kolaylıkları, sigorta primi destekleri, garantili istihdam programları bu önlemlerden bazılarıdır (Eroğlu, E. Durmuş, M. 2020). Hükümet desteklerinin dışında ya da işçi çıkarma yasağının olmadığı durumlarda ise işverenler bazı çalışanlarının işine son verdi ya da zorunlu izne ayırdı. İşsiz nüfusun artması çalışmayanların yeni beceriler ve tecrübelerden uzak kalmalarına neden oldu. Becerilerini geliştiremeyen insanların sayısının artması ise ekonomiler için tehlike oluşturmaktadır (Tetlow, vd. 2020).

İşsizlik, insanlar için çözülmesi gereken en temel sorunlardan biridir. Ekonomiler de kalifiye birey yetişmemesi gibi sorunlar ciddi olumsuzluklara yol açarken diğer yandan sosyal hayatta da bireyleri zor durumda bırakmaktadır. İşsizliğe bağlı olarak pek çok suçta artışlar görülürken intihar vakalarında da % 20-30 artışlar görülmektedir (Kawohl, 2020). İş güvencesizliği, sağlık durumunun zayıflaması, depresyon ve kaygı benzer şekilde işsizliğin bireyler üzerindeki etkilerindendir (Hensher, 2020). Son yıllarda büyük iş kayıplarında artışlar görülmekteydi ve genç işsizlikte de artışlar vardı. Geline süreçte COVID-19 ile birlikte gençlerin iş hayatından daha fazla koptuğu görülmektedir. Dijitalleşmenin de artmasıyla gençlerin işgücü piyasasından bir süre ayrı kalacağı beklenebilir (Blustein, 2020). Ancak gençlerin işgücü piyasasından ayrı kalması hem toplumsal sorunları körükleyeceğinden hem de ekonomik sorunları büyüteceğinden hükümetlere gençlerin işgücüne kazandırılması konusunda da iş düşmektedir.



**Şekil 9 : Gelişmiş Ekonomiler ve Dünya genelinde İşsizlik (WorldBank, IMF 2022)**

2008 finansal krizinden sonra gelişmiş ekonomilerde dünya geneline göre daha yüksek seyreden işsizlik oranları 2019 yılına kadar düşüş eğilimindeydi. 2009 yılında % 8.1, 2010 yılında % 8.3 olan gelişmiş ülkelerdeki işsizlik oranları 2019 yılında % 4.8 ile dünya genelinde % 5.4 olan işsizlik oranından daha düşük seviyede gerçekleşmiştir. 2020 yılında COVID-19 pandemisi ile birlikte hem gelişmiş ülkelerde hem de dünya genelinde işsizlik hızla artarak % 6.6 seviyesine gelmiştir. Ardından 2021 yılında gelişmiş ülkelerde % 5.5, dünya genelinde ise % 6.2 seviyesine gelen işsizlik tüm ülkeler için başlıca sorunlardan olmaya devam etmektedir.

Pandemi başlangıcı ile birlikte işsiz kalma endişesi yaşayan ve işsiz kalan bireylerde tüketim harcamalarında değişiklik görülmüştür. ABD’de pandemide işini kaybeden bireyler arasında sosyal yardım almakta geç kalanların harcamalarında % 20 düşüş görülmüştür (Farrell, 2020) İşsiz kalan, dolayısıyla gelir kaybı yaşayan, gelecek kaygısı taşıyan bireyler harcamalarında daha tutumlu davranış sergilemektedir.



**Şekil 10 : Yıllara Göre Türkiye’de İşsizlik (EVDS, 2022)**

Türkiye’de 2014 yılında % 10.8 olan işsizlik oranı 2015 yılında % 10.9’a 2016 yılında ise % 12.8’e yükselmiştir. 2017 yılında % 10.3’düşen işsizlik oranı 2018 yılında % 13.3’e 2019 yılında ise % 13.6’ya yükselmiştir. COVID-19 salgınının başladığı 2020 yılında % 13’e düşen işsizlik gelişmiş ekonomiler ve dünya genelinin aksine Türkiye’de düşüş göstermiştir. Ardından 2021 yılı sonunda % 11.3’e düşerek 2017 yılından sonra en düşük seviye gerçekleşmiştir.

COVID-19 salgını ile birlikte Türkiye’de işsizliğe karşı mücadele gerçekleştirilmiş ve bazı önlemler alınmıştır. Bu önlemler işletmelerin borç ödeme yükümlülüklerini kolaylaştırıcı nitelikte dolayısıyla işsizliğin artmasını ve işten çıkarmaları azaltıcı niteliktedir. Alınan önlemler şu şekildedir. (Balcı, Çetin, 2020)

- Kamu bankaları işletmelerin 20,5 milyar TL’lik borcunu ötelemiştir.
- KOSGEB, COVID-19 pandemisi nedeniyle ödeme zorluğu yaşayan işletmelerin kredilerini ötelemiştir.
- 25 Mart 2020 tarihinde düzenlenen torba kanun ile finansmana erişimde teminat sıkıntısı yaşayan küçük büyük tüm işletmelerin toplam 450 Milyar TL’lik krediden yararlanması sağlanmıştır.
- İşten çıkarma yasağına yönelik olarak Çalışma ve Sosyal Hizmet Bakanlığı tarafından hazırlanan, kamuoyunda bilinen adıyla “torba yasa” taslağı

TBMM'de kabul edilerek, 7244 sayılı Kanun, yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile 4857 sayılı İş Kanunu'nda değişiklik yapılarak, işten çıkarma yasağı getirilmesi ve ücretsiz izin döneminde ödeme yapılması ile ilgili olarak 4688 sayılı Kamu Görevlileri Sendikaları ve Toplu Sözleşme Kanunu ile 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu'nda da değişiklikler yapılmıştır.

- 7244 sayılı Kanun kapsamında işçi çıkaramayan işverenler tarafından üç aylık ücretsiz izin verilebilecektir. Ücretsiz izne çıkarılan işçilere, İşsizlik Sigortası Fonu'ndan günlük 39,24 TL ödeme yapılacaktır; bu düzenleme ile ücretsiz izne çıkarılan bir çalışana 30 gün üzerinden ödeme yapılması durumunda aylık yaklaşık 1.177 TL ödeme yapılmış olacaktır. Bu Yasaya aykırı bir şekilde çalışanını işten çıkaran işveren veya işveren vekiline, işten çıkarılan her işçi için aylık brüt asgari ücret tutarında (2.943 TL) idari para cezası verilecektir. Nitekim, Dünya Sağlık Örgütü'nün COVID-19 salgınına pandemi olarak ilanından sonra ve Kanunun kabul edilmesinden önce, işten çıkartılanlar ve işsizlik maaşı alamayanlar için ise İşsizlik Sigortası Fonundan ödeme yapılacaktır.
- COVID-19 salgınına bağlı istihdam daralmalarına karşı önemli bir tedbir olarak Kısa Çalışma Ödeneği uygulaması başlamıştır. Uygulama kapsamında ekonomik açıdan zorlayıcı sebepler dâhilinde, işyerindeki haftalık çalışma sürelerinin geçici olarak en az üçte bir oranında azaltılması ya da süreklilik koşulu aranmaksızın, işyerlerindeki faaliyetin tamamen veya kısmen en az dört hafta süreyle durdurulması durumunda uygulanmaktadır.
- Bu kapsamda da işçilere kısa çalışma ödeneği ödenmekte ve sağlık sigortası primleri karşılanmaktadır. Bunların tamamı İşsizlik Sigortası Fonu'ndan ödenmektedir.
- TBMM Genel Kurulunda kabul edilen söz konusu Yasa ile kısa çalışma ödeneğinin şartları da kolaylaştırılmıştır. Ancak, işverenlerin ödenekten yararlanması için öncelikle mevcut istihdamı koruması ve bu dönemde işçi çıkarmaması gerekmektedir.
- Kısa Çalışma Ödeneği ile sigortalılar için üç ayı aşmamak ve çalışmadıkları dönemde geçerli olmak üzere gelir desteği sağlanmaktadır (İŞKUR, 2020). Düzenlemeye göre; Kısa Çalışma Ödeneği tutarı, sigortalının son 12 aylık

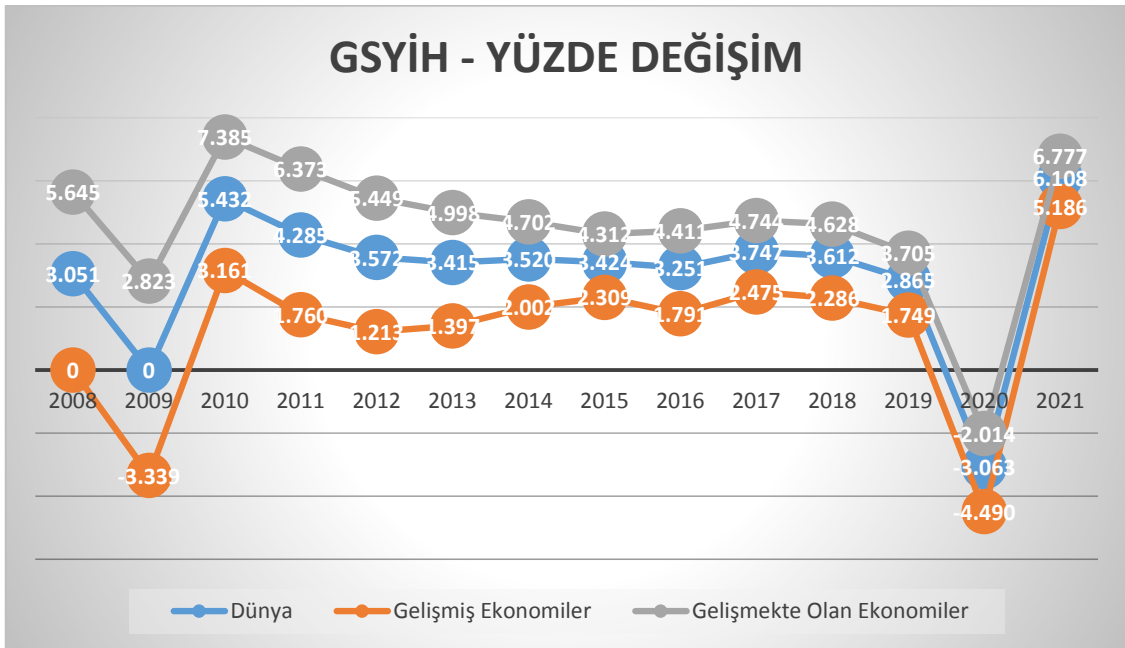
prime esas kazançları dikkate alınarak hesaplanan günlük ortalama brüt kazancının %60'ı olarak belirlenmekte olup, aylık asgari ücretin brüt tutarının %150'sini geçemez, tamamen faaliyetin durdurulması halinde yapılan ödemeler her halükârda üst sınır olan 4.380,99 TL'yi aşamaz

- Ayrıca, COVID-19 Salgını süresince Asgari Ücret Desteği şeklinde bir destek de uygulanmaktadır. Asgari Ücret Desteği uygulaması için, 7226 sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanununun 29. maddesi ile 5510 sayılı Kanuna eklenen Geçici 80. maddeye göre; işverenler belirli koşulları sağlamak kaydıyla çalıştırdıkları işçi başına günlük 2,5 TL ve aylık 75 TL tutarındaki asgari ücret desteğinden yararlanabilecektir.

### **1.3.2.3 COVID-19'un Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri**

COVID-19 salgınının başlangıcı ile birlikte alınan tedbirler sonucu ekonomik faaliyetler durma noktasına gelmiş ve hemen hemen tüm sektörlerde daralmalar yaşanmıştır. Sanayi sektörü, perakende ticaret ve hizmet sektörlerinin salgın hastalık gibi şoklara hızlı tepki vermesi Türkiye ekonomisi içinde risk teşkil etmektedir (Koyuncu, T. Meçik, O. 2020). Seyahat kısıtlamaları sonucu turizm faaliyetleri durmuş, eğitimde online eğitime geçilmiş, spor ve konser faaliyetlerine ara verilmiş olması sektörlerin küçülmesinin önünü açmıştır (Soylu, Ö. 2020). Turist sayısındaki azalışa paralel olarak turizm gelirlerinde düşüşler yaşanmıştır. Dünya ülkelerinin tamamında makroekonomik veriler negatif olarak görülmüş ve ciddi turizm geliri olan Türkiye'de de GSYİH 2020 yılı 1. Çeyreğinde % 11.07, 2021 yılı 1. Çeyreğinde % 8.75 azalmıştır. GSYİH'de yaşanan düşüşün % 40'ı turizm sektörü kaynaklıdır (Yavuz, 2021).

COVID-19 pandemisi genel olarak tüm dünyayı etkilemiştir ve tüm dünyada ekonomik gerilemeler yaşanmıştır. Devletler bu noktada finansal yapıyı sağlam tutmak için bankalara destek olmuş ve ekonomik düzeni yeniden sağlamak için ise işletmelere destek olmuştur. Kredi paketleri, fonlamalar, vergi kolaylıkları, işsizlik sigortası ile ekonomik düzenin ayakta kalması ve makroekonomik politikaların bozulmaması sağlanmaya çalışılmıştır (Ahmad, vd 2020).



Şekil 11 : Ülke Gruplarına Göre GSYİH Yüzde Değişim (IMF, 2022)

Dünya ülkeleri 2008 finansal krizinden sonra en büyük daralmayı yaşamıştır. 2008 global finansal krizin etkisiyle % 3.3 küçülen gelişmiş ekonomiler 2019 yılının ardından 2020 yılında COVID-19 pandemisi etkisiyle % 4.4 küçülmüştür. Gelişmekte olan ülkeler 2008 global finansal krizden daha az etkilenerken 2009 yılında % 2.8 büyümüştür. 2020 yılına gelindiğinde ise COVID-19 pandemisi etkisi sonucu % 2 küçülmüştür. Dünya geneline bakıldığında 2009 yılında dünya GSYİH değişmezken 2020 yılında COVID-19 pandemisi sonucu % 3 küçülmüştür.



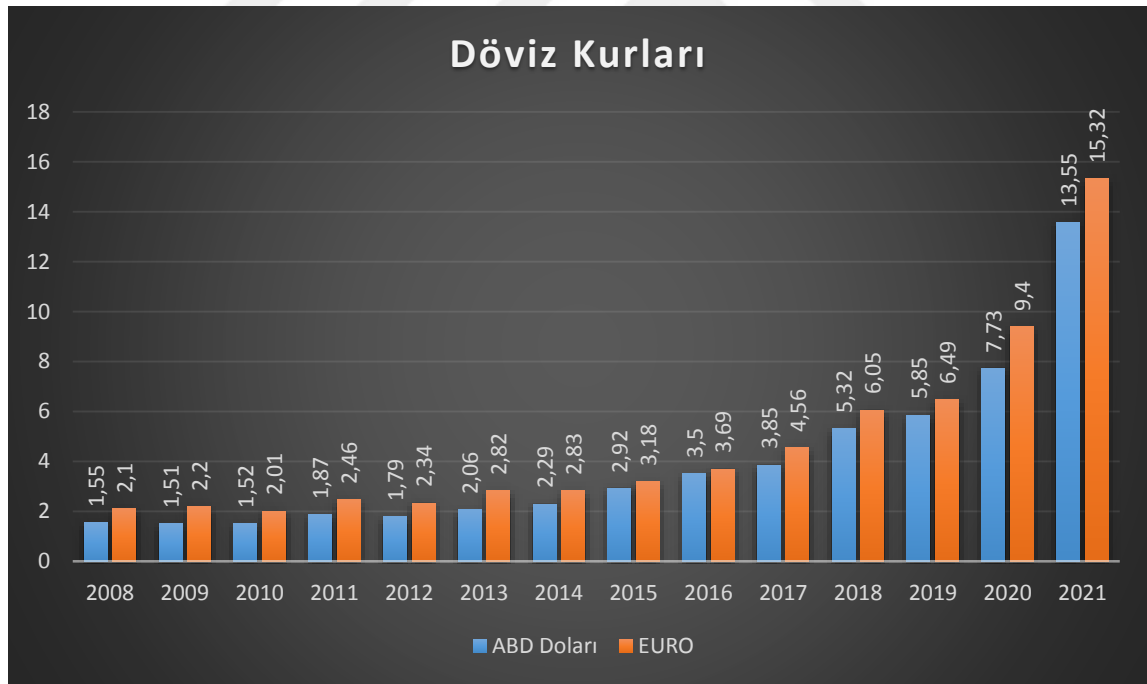
**Şekil 12 : Yıllara Göre Türkiye GSYİH Yüzde Değişim ( EVDS, 2022)**

Türkiye GSYİH'si yüzde değişimine bakıldığında 2008 global finansal krizinin ardından 2009 yılında % 4.82 küçülme yaşanırken, 2010 yılında % 8.43 büyüme gerçekleşmiştir. Ardından 2011 yılında % 11.2 büyürken, 2012 yılında % 4.79, 2013 yılında ise % 8.49 olarak gerçekleşmiştir. 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla % 4.94 ve % 6.08 büyüyen Türkiye GSYİH'si 2016 yılında darbe girişiminin de etkisiyle % 3.32 büyümüştür. 2017 yılında % 7.5 büyüyen Türkiye ekonomisi 2018 yılında kur krizinin etkisiyle % 2.98, 2019 yılında ise % 0.89 büyümüştür. COVID-19 pandemisi etkisiyle birlikte 2020 yılı ilk çeyreğinde % 11.07, 2020 yılı ikinci çeyreğinde % 3.13 küçülen Türkiye ekonomisi 2020 yılı genelinde % 1.79 büyümüştür. 2021 yılında ise GSYİH yüzde değişimi 10.99 olarak gerçekleşmiştir.

#### **1.3.2.4 COVID-19 Salgınının Döviz Kurları Üzerindeki Etkisi**

Döviz kurları ekonominin mevcut durumu hakkında yeterli bilgi vermese de yükselmesi ya da düşmesi ve izleyeceği yol genel ekonominin gidişatı hakkında bilgi vermesi yönünden önemlidir. ABD Doları, Euro, Sterlin, Yuan gibi güçlü para birimleri rezerv para olma ve dünya ticaretinde geçerli olması bakımından tüm dünya için önemlidir. Gelişmekte olan ülkelerde belirsizlik durumlarında yatırım yapmaktan kaçınan işletmeciler ve vatandaşlar döviz talebinde bulunarak nakitlerini koruma eğilimine girerler. Türkiye'yi tercih eden turistler için reel döviz kuru önemli bir

değişkendir. Türkiye'nin rekabet halinde olduğu Avrupa ülkelerine göre daha uygun turistik ürün fiyatları sunması rekabette avantaj sağlamaktadır (Oğuz, 2017). Türkiye'de de COVID-19 salgınının başladığı ilk günlerde döviz kurlarının yükseldiği görülmüştür (Kayral, Tandoğan, 2020). COVID-19 pandemisi ile birlikte korku ve panik içinde hareket eden bireyler her konuda güvenli liman aramışlar ve nakitlerinin değerini koruma güdüsüyle hareket etmişlerdir. Ünal, vd. (2020) yaptığı çalışmaya göre, salgının başlangıcında vaka sayılarının içinde ölüm oranının yükselmesi ile döviz kurlarında görülen yükseliş aynı döneme denk gelmektedir. 2020 yılı Mayıs ayında vefat sayılarının gerilemeye başlaması ile döviz kurlarında da düşüşler görülmüştür. 2020 Haziran ayı ile birlikte yeni normale geçilmesi ve yaz aylarında ekonomik aktivitenin artmasıyla döviz kurlarında da düşüşler olduğu ileri sürülebilmektedir. Lyke, (2020) tarafından yapılan çalışmada enfekte olan hasta sayısının artmasının döviz kurları üzerinde olumsuz etkiye sebep olduğu görülmüştür.



Şekil 13 : Yıllara Göre Döviz Kurları (EVDS 2022)

Şekil 13 incelendiğinde ABD Doları ve Euro'nun yıllar itibariyle Türk Lirası karşısında değer kazandığı görülmektedir. 2008 global finansal krizi, ABD Merkez

Bankası FED'in parasal sıkılaştırmaya gitmesi ve faiz artırımı kararı alması, iç karışıklıklar, terör saldırıları ve darbe girişimi, COVID-19 salgını gibi pek çok etkenden dolayı yıllar itibariyle Türk Lirası değer kaybetmiştir. 2018 yılında yaşanan kur krizinin ardından ABD doları 2018 yılı sonunda % 37.9, Euro ise % 32.64 değer kazanmıştır. 2019 yılında ABD Doları % 10.02, Euro ise % 7.32 değer kazanmıştır. 2020 yılında COVID-19 salgını ile birlikte dövizin değer kazanması artış ve 2020 yılı sonunda ABD Doları % 32.26, Euro ise % 44.8 değer kazanmıştır. Ardından 2021 yılında yükselmeye devam eden ABD Doları 2021 yılı sonundan % 75.22 değerlenmiştir. Euro ise % 62.93 değer kazanmıştır.

### **1.3.2.5 COVID-19'un Borsa İstanbul Üzerindeki Etkileri**

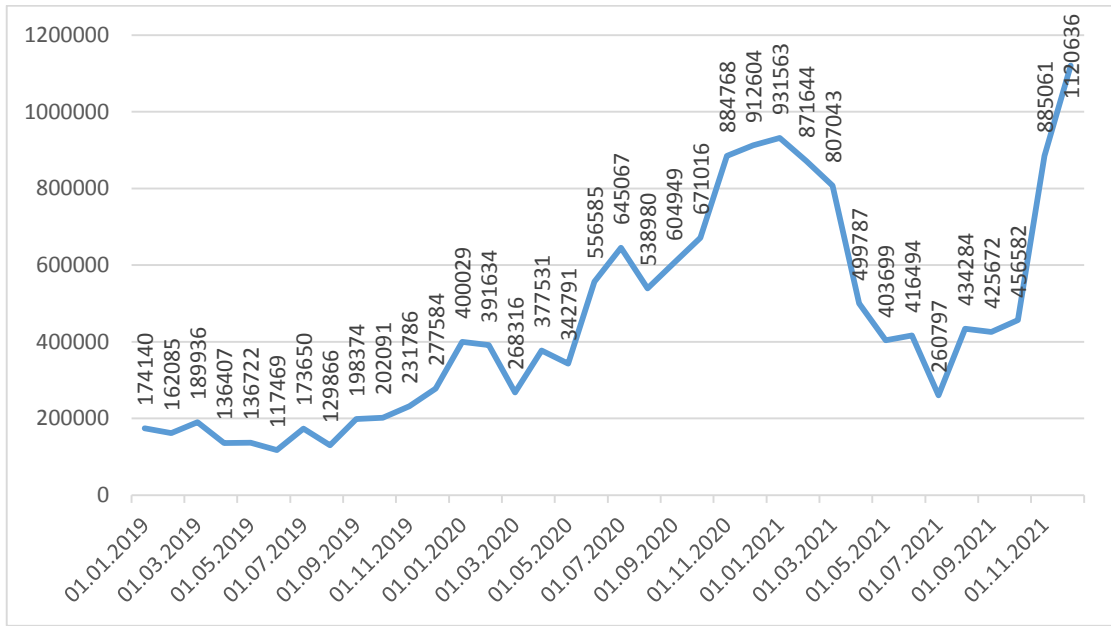
COVID-19 ekonomik ve sosyal hayatın tümünü etkilemekle birlikte finansal piyasaları da oldukça etkilemiştir. Salgının başlaması ile birlikte dünya üzerinde pek çok borsada % 10 ve üzerinde düşüşler görülmüştür. Borsa İstanbul salgın hastalığın başladığı ilk günlerde olumlu etkilenmiş ve Ocak ayında yükselişe geçmiştir. Ancak Ocak ve Şubat aylarında salgının Avrupa ülkeleri ve İran'a yayılması ve Türkiye'de de görülme endişesi üzerine Mart ayının ilk haftasında Borsa İstanbul indeksinde % 4.22'lik bir düşüş yaşanmıştır. Vaka sayısının arttığı ilk günlerde düşüş deva eden Borsa İstanbul'da Nisan ayı ile kısmen toparlanma görülmüştür (Yetgin, 2020). COVID-19 salgınının başladığı ilk günlerde BIST-100 Turizm endeksi de salgından olumsuz etkilenmiş ancak normalleşmenin başladığı Haziran ayı ile birlikte olumsuz etki sınırlı kalmıştır (Korkut, vd 2020). Bununla birlikte salgının pik yaptığı dönemlerde en çok etkilenen indeks BIST-100 Turizm endeksi olmuştur (Alsu, vd. 2021). Finansal piyasalarda da turizm sektörü salgından en ağır yara alan sektör olmuştur.

COVID-19 salgın hastalığı sonuçları henüz görülmeye başlamıştır ve finansal piyasalarda derinden etkilenmiştir. Borsa endekslerinde düşüşler yaşanmış ve panik satışları görülmüştür. Dünyada en çok turist varışı olan ülkelerin başında gelen Avrupa ülkelerinde panik satışları daha fazla görülmüş ve turizm endeksleri de olumsuz etkilenmiştir (Özçalık, Eren, 2022).

COVID-19 salgınının başlaması ile birlikte finansal piyasalarda da travmatik düşüşler yaşanmıştır. Dünyanın en büyük borsalarında dahi düşüşler % 10 seviyesini aşmıştır. Türkiye’de de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinden sonra Borsa İstanbul endekslerinde düşüşler görülmüştür. Seyahat yasakları ve ülkeler arası sınırların kapatılması ile birlikte en büyük düşüş turizm ve tekstil sektöründe görülmüştür. Bununla birlikte ticaret sektöründe pozitif getiriler görülmüştür. Ticaret sektöründe pozitif getiri görülmesinin sebebi yaşanan salgınla birlikte market ve gıda sektörüne talebin artış göstermesi olarak düşünülmektedir (Kılıç, 2020). Havayolu taşımacılığına getirilen kısıtlamalar, otellerin kapatılması ve diğer önlemler turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal yapısını ön plana çıkarmıştır. Nakit rezervi yüksek olan ve piyasa defter değeri yüksek olan işletmeler daha az negatif getiri ile karşılaşmıştır. Daha fazla kaldıraça sahip işletmeler ise daha fazla cezalandırılmıştır (Carter, vd. 2021).

COVID-19 salgını ile birlikte ortaya çıkan belirsizlik ve endişe durumu BIST-100 indeksini dolar indeksi, ham petrol fiyatları, Altın volatilité indeksi gibi göstergelere karşı daha kırılgan hale getirmiştir (İlgın, 2020). Genel olarak daha volatil hale gelen finansal piyasalarda getirilerde de negatif durum hakimdir (Ünlü, vd 2020). COVID-19 piyasaları oldukça derinden etkilemiştir. Bundan dolayı karar alıcılar ve yatırım yapanlar daha dikkatli davranmalıdırlar (Güven, Tuğlu, 2022).

Salgının başlangıcında finansal piyasalar için durum negatifken ilerleyen dönemde evde kalan bireyler tüketim ve yatırım alışkanlıkları üzerinde değişikliğe uğrarken borsalarda yeni yatırımcılar kazanmıştır. Korku ve belirsizlik hali insanları finansal piyasalarda birikimini değerlendirmeye iterken, Borsa İstanbul’a da pek çok küçük yatırımcı işlem yapmak amacıyla katılmıştır. COVID-19 salgını döneminde BIST-100 işlem hacminde üç katlık bir artış görülürken, 2020 yılında BIST-100’de yatırımcı sayısı 782 bin kişi artmıştır (Nas, Vural, 2021).



**Şekil 14 : BIST-100 İşlem Hacmi (Milyon TL) (BIST 2022)**

Şekil 14 incelendiğinde salgının başladığı 2020 yılı başında 200 milyar TL olan BIST-100 işlem hacmi 2020 yılı sonunda 600 Milyar TL'nin üzerine çıkmıştır. Salgının etkilerinin sürdüğü 2021 yılı ilk ayları ile birlikte işlem hacmi artışını sürdürmüştür. 2021 yılı ortalarında 260 Milyar TL olan işlem hacmi 2021 yılı sonu ile yeniden artmıştır.

### 1.3.3 COVID-19'un Sosyo-Kültürel Etkileri

COVID-19 ani bir şekilde ortaya çıkışı ve insanları korku ve paniikle sosyal yaşamdan uzaklaştırmasıyla sosyal bir varlık olan insanoğlunun doğasını değiştirmiştir. Salgın hastalık, işsizlik, kıtlık korkusu, belirsizlik gibi değişkenler insanlar üzerinde korku ve paniğe neden olmakta ve telafisi olmayan kalıcı hasarlar ve davranış değişikliklerine neden olmaktadır (Paksoy, H.M 2020). COVID-19'un ortaya çıkışındaki farklı görüşler, komplo teorileri, ortaya atılan iddialar ve hastalığın bilinmezliği toplumlar üzerinde inandırıcılık sorununa ve uygulanan tedbirler kapsamında kısmen uygulama zorluğuna neden olmuştur (Üstün, Özçiftçi, 2020). Hastalığın kesin bir tedavisinin olmaması ve aşının bulunmasına rağmen halen

gizemini koruması ve olası yeni varyantlar ortaya çıkma ihtimali toplumlari endişelendirmeye devam etmektedir.

Toplumların salgın hastalığa hazırlıksız yakalanması, hükümetlerin eksik ve yanlış bilgilerle halkı yanıltması, sağlık çalışanlarının gerginliği sosyo-kültürel yönden toplumlari zayıflatmıştır. Bazı ülkelerde hükümet karşıtlığına hatta gösterilere varan durumlar olmuş ve toplumsal eşitsizlik insanlari yıpratmıştır. Salgın hastalık gibi ekstrem durumlarda işsizliğin artması, enflasyonun artması gelir dağılımı adaletinin sağlanamaması gibi sorunlarla toplumda eşitsizlik arttığından fiziksel ve zihinsel olarak daha zayıf olan yaşlıların ve çocukların desteklenmesi daha büyük önem arz etmektedir (Jung vd. 2021). Salgın hastalığın ilk ortaya çıktığı dönemden itibaren insanlar sosyal mesafe ve sağlık kurallarına riayet etmiş ancak samimi kültürel geleneği olan toplumlarda sosyal mesafe kuralının göz ardı edildiği görülmüştür. Öte yandan iyi ilişkileri olan ailelerde ‘evde kal !’ uygulaması kapsamında aile samimiyetinin geliştiği ve iyi ilişkilerin ilerlediği görülmüştür ancak sorunlu ailelerde durum tam tersi kötü ilişkiler daha kötüye gitmiştir. Diğer yandan eğitimde çevrimiçi eğitim uygulaması yaygınlık kazanırken toplum açısından bazı dezavantajları olmuştur. Varlıklı aileler bilgisayar, tablet ya da internete ulaşımında sorun yaşamazken, dar gelirli yoksul aileler bilgisayar, tablet ve internet ulaşımında sorun yaşamıştır. Birden çok çocuklu ailelerde ders saatlerinin çakışması gibi sorunlarda yaşanırken öğrenciler arasında eşitsizliklere sebep olmuştur. Salgın sürecinde ev hanımlarının iş yükü de artmış yemek, bulaşık, temizlik için daha fazla vakit ve enerji harcamaları gerekmiştir. Diğer yandan çalışma hayatında bazı vatandaşlar işini kaybederken, sağlık çalışanı, güvenlik görevlisi, kolluk görevlisi, gıda çalışanları gibi çalışanlarda virüse yakalanma tehlikesini daha yakından hissetmiştir ve eşitsizliğe maruz kalmıştır. Evden çalışma uygulaması olan işyerlerinde evden çalışma yapan bazı çalışanlar rahat ederken evden çalışma uygulamasına geçmeyen iş yerlerinde çalışanlar daha riskle hareket etmişlerdir (Özbey, 2021).

Bazı ülkeler salgınla birlikte temizlik maddelerine, sağlık ekipmanlarına ulaşmakta zorluk yaşarken, bazı ülkeler nispeten temizlik malzemelerine ve sağlık teçhizatlarına kolay ulaşmışlardır. Maske, dezenfektan gibi temizlik ürünlerine

ulaşmakta zorluk yaşayan ülkelere diğer ülkelerin yardım etmesi toplumlar arasında bağ kurulmasına vesile olmuştur (Ratten, 2020).

İnsanların toplumsallıktan uzaklaştığı, içine kapandığı daha çok yalnız ya da aile bireyleriyle vakit geçirdiği pandemi dönemi hem bireysel olarak davranış değişikliklerine yol açmış hem de kültürel değişimlere zemin hazırlamış ya da kültürel değişimleri hızlandırmıştır. İnsanların satın alma davranışları üzerinde etkisi olan kültürel birikimlerin değişmesi işletmeler içinde pazarlama stratejilerini yeniden belirlerken fikir vermesi açısından önemlidir (Habel, vd. 2020).

### **1.3.4 COVID-19'un Psikolojik Etkileri**

COVID-19 salgını en başta getirdiği belirsizlik, ekonomik sorunlar, işsizlik gibi problemlerle birlikte korku ve paniğe neden olmuş insanları psikolojik yönden olumsuz etkilemiştir. Karantina uygulaması ile evde kalan bireyler aile içi iletişim için pozitif etkiler oluştururken, genç yaştakiler için aile içi iletişim problemine neden olmuştur. Salgın hastalığın ve alınan tedbirlerin her birey üzerinde farklı farklı etkisi olmuştur. İşini kaybetmeyen bireyler pandemi sürecini daha rahat geçirirken, işini kaybeden bireyler için daha zor geçmiştir. Aynı şekilde borcu olmayanlar daha rahat geçirirken borçlu olanlar için daha zor geçmiştir (Duran, Acar, 2020).

Yapılan araştırmalar göz önünde bulundurulduğunda COVID-19 salgınının kaygı, stres, korku, öfke gibi duyguları tetiklediği, kaygı bozuklukları, depresif bozukluklar, uykusuzluk ve intihar düşünceleri gibi psikolojik rahatsızlıklara yol açtığı belirtilebilir. Çocuk yaştakiler ve gençler içinde aynı şekilde kaygı bozuklukları, korku ve endişenin gün içinde daha fazla deneyimlendiği gözlemlenmiştir. Hastalıkla mücadele eden sağlık çalışanlarının ise travma sonrası stres bozukluğu, kaygı, endişe, uyku bozuklukları gibi sorunlara yatkın hale geldikleri ve problem çözme becerilerinin azaldığı saptanmıştır (Bekaroğlu, Yılmaz, 2020).

Sosyal hayatın baştan sona değişmesi insanların akraba ilişkilerini, arkadaş ilişkilerini ve yakın çevresi ile olan iletişimlerini değiştirmiştir. Günlük rutinin dışına çıkan ve belirsiz bir sürece giren insanlar kaygılı, öfkeli ve endişeli tavırlarda bulunmuştur ( Hatun, vd. 2020 ). Evde kalan bireylerin hobiler edinmeleri ve

Çalışanların bu dönemde eşit şartlarda çalışmalarının sağlanması bireyleri rahatlatmıştır ( Kara, 2021 ).

COVID-19 salgını farklı demografik özelliklere sahip kişilerde farklı etkiler ortaya çıkarmıştır. Hastalığın olumsuz sonuçları sağlık çalışanları ve yaşlılarda daha fazla ön plana çıkmıştır. Yapılan bir araştırmaya göre, ileri yaştaki kişilerde eşik üstü depresyon ve anksiyete belirtilerinin % 28 daha fazla çıktığı saptanmıştır (Yücens, Bber, 2022). Virüsün hızlı yayılması, ölümcül olması ve salgının ortaya çıktığı ilk aylarda belirsizliğin hakim olması öfke, stres ve yorgunluğa neden olmuştur ( Begic, vd. 2022). Yanlış bilgilerin yayılması insanlar üzerinde ekstra psikolojik sorunlara yol açabileceğinden sağlık çalışanlarına, medyaya ve hkmete COVID-19 salgınının yayılışında doğru bilgilendirme konusunda ekstra yk düşmüştür.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. VERİ, YÖNTEM VE BULGULAR

#### 2.1. Verilerin Elde Edilmesi ve Örneklem

Çalışmada BIST-100 Turizm sektöründe faaliyet gösteren 8 şirketin 2008 ile 2021 yılları arasında yayımlanan mali tablolarından faydalanılmıştır. Faaliyet gösteren şirketler uzun yıllardır sektörün içinde olan ve faaliyetini aralıksız sürdüren işletmelerdir. 2008-2021 yılları arasında elde edilen verilerden ilgili finansal göstergeler ve makroekonomik parametrelerden yararlanarak N=104 gözlem panel veri analizi için kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan şirketlerle ilgili genel bilgiler şu şekildedir.

#### **(K1) AVRASYA PETROL VE TURİSTİK TESİSLER YATIRIMLAR A.Ş.**

K1 Şirketi Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde 10 Temmuz 2006 tarihinde yatırım ortaklığı olarak kurulmuştur. Şirket'in faaliyet konusu Sermaye Piyasası Kurulu'nun 27 Ekim 2010 tarihli izni ile 19 Ocak 2011 tarihinde petrol tesisleri işletmesi ve turizm faaliyetleri olarak değiştirilmiştir. Şirket'in esas faaliyetleri; petrol tesisleri ve turistik tesisleri kurmak, işletmek, işletme hakkı vermek, işletme kurup satmak, kurulmuş işletmeleri devir almaktır. Şirket'in 31 Aralık 2021 tarihinde sona eren hesap dönemindeki ortalama personel sayısı 14'tür. Bu sayı 2020 yılında 21'dir. Şirket hisselerinin % 69,92'si (31 Aralık 2020: % 69,92) Borsa İstanbul'da işlem görmektedir. Ana Ortaklık Şirket'in sermayesi 31 Aralık 2021 tarihi itibarıyla 45.000.000 TL'dir.

#### **(K2) ALTIN YUNUS ÇEŞME TURİSTİK TESİSLER A. Ş.**

K2 Şirketinin fiili faaliyet konusu, İzmir, Çeşme'de turistik otel ve tesis işletmek, yerli ve yabancı misafirlere konaklama, kongre - seminer organizasyonları ile sağlık ve dinçleşme programları uygulamaktır. Otel satışlarının büyük kısmını yerli ve yabancı tur operatörleri ile gerçekleştirmektedir. Otel'in faaliyetleri turizm sezonuna bağlı olarak dönemsellik arz etmektedir.

Şirket hisseleri Borsa İstanbul (“BİST-100”)’de işlem görmektedir. 1 Ocak - 31 Aralık 2021 hesap döneminde Şirket’in bünyesinde istihdam edilen ortalama personel sayısı 152’dir. Bu sayı 2020 yılında 126’dır.

#### **(K3) MARMARİS ALTINYUNUS TURİSTİK TESİSLER A.Ş.**

K3 Şirketi 1986 yılında kurulmuş olup, Türkiye’de kayıtlıdır ve Türk Ticaret Kanunu altında faaliyet göstermektedir. Şirket’in fiili faaliyet konusu, Antalya’da turistik otel işletmek ve turizm hizmetleri sunmak, Marmaris’te kurulmuş olan turistik tesisi kiraya vermektir. Şirket, Sermaye Piyasası Kurulu (“SPK”)’na kayıtlıdır ve hisseleri BİST-100’de işlem görmektedir. Şirket’in bünyesinde istihdam edilen ortalama personel sayısı 1 Ocak - 31 Aralık 2021 döneminde 6 kişidir. Bu sayı 2020 yılında 7’dir.

#### **(K4) MARTI OTEL İŞLETMELERİ A. Ş**

Martı Otel İşletmeleri Anonim Şirketi 8 Mart 1967 tarihinde Türkiye’de kurulmuş olup faaliyet konusu, her türlü otel, motel, tatil köyü, marina, restoran ve buna benzer turistik tesisler kurmak, işletmek, işlettiirmek, kiraya vermek, kurulu veya kurulacak tesisler kiralamak, bu amaçla ortaklıklar kurmak ve her türlü işbirliği sözleşmeleri yapmaktır. Şirket, Sermaye Piyasası Kurulu’na (SPK) kayıtlı olup hisse senetlerinin tamamı kurul kaydına alınmıştır. Şirketin hisselerinin tamamına yakını BİST’de işlem görmektedir. 31 Mart 2021 tarihinde sona eren 12 aylık dönemde Grup’un ortalama personel sayısı 425’dir. Bu sayı 2020 yılında 699 kişidir.

#### **(K5) MERİT TURİZM YATIRIM VE İŞLETME A.Ş.**

K5 Şirketi, 07 Ekim 1988 tarihinde anonim şirket statüsünde; otel yönetimi ve işletmeciliği konusunda faaliyet göstermek amacıyla kurulmuştur. Şirket’in 31 Aralık 2021 tarihinde sona eren hesap dönemindeki ortalama personel sayısı 30 (01 Ocak - 31 Aralık 2020: 34)’dur. K5 Şirketi, Sermaye Piyasası Kurulu’na (SPK) kayıtlıdır ve hisseleri 10 Temmuz 2012 tarihinden itibaren Borsa İstanbul Anonim Şirketi’nin Piyasa Öncesi İşlem Platformu’nda (eski adıyla Serbest İşlem Platformu) işlem görmektedir. Şirket, 13 Temmuz 2021 tarihinde Piyasa Öncesi İşlem Platformu’ndan

Ana Pazar'a geçiş için BIST-100'e başvuruda bulunmuştur. 07 Ekim 2021 tarihi itibariyle Ana Pazar'da işlem görmeye başlamıştır.

**(K6) PETROKENT TURİZM A.Ő.**

K6 Şirketi, 01 Mart 1977 yılında kurulmuş olup faaliyet konusu Turizm Yatırımı ve İşletmeciliğidir. Şirket'in 31 Aralık 2021 tarihi itibariyle personel sayısı 223 kişidir. Bu sayı 2020 yılında 177 kişidir. Şirket'in çıkarılmış sermayesi 24.883.200,00 TL olup söz konusu çıkarılmış sermayesi muvazaadan ari Şekilde denmiştir.

**(K7) TEK-ART İNŐAAT TİCARET TURİZM SAN. VE YATIRIMLAR A.Ő.**

K7 Şirketi 1987 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Şirketin esas faaliyet konusu, yurt içinde ve yurt dışında oteller, tatil köyleri, golf tesisleri, lokanta, kafeterya, gazino ve eğlence yerleri, plajlar, lunaparklar, marinalar, yat ekrek yerleri, turistik eşya satış yerleri, tanzim okulları ve benzeri tesislerin yatırımını yapmak, bu tesisleri inşa etmek ve işletmek, seyahat acentalığı, turizm taşımacılığı ve kiralık araba işletmeciliği yapmak, limanlarda ve serbest bölgelerde mağazalar, teşhir yerleri ve depolar açmak ve bu yerleri işletmektir. Antalya ili Kemer ilçesi Beldibi Mevkii'nde bulunan Tesisleri 49 yıllığına devletten kiralanen ve kira süresi 21 Aralık 2067'de dolacak olan arsa üzerinde inşa edilmiştir. Maliye Bakanlığı ile imzalanan ve tapuya tescil edilen 49 yıl süreli İrtifak Hakkı Sözleşmesi'ne göre kira süresi sonunda kiralanen arsa üzerinde inşa edilmiş tüm tesisler bedelsiz olarak maliye idaresine bırakılacaktır. 1 Ocak – 31 Aralık 2021 hesap döneminde çalışan ortalama personel sayısı 148'dir. 52 kişi idari personel olup tüm personel sendikasızdır. 1 Ocak - 31 Aralık 2020 hesap döneminde çalışan ortalama personel sayısı 177'dir. 52 kişi idari personel olup tüm personel sendikasızdır.) Grup halka açık olup hisse senetleri BIST-100'de işlem görmektedir.

**(K8) ULAŐLAR TURİZM YATIRIMLARI VE DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI TİCARET PAZARLAMA A.Ő.**

K8 Şirketi 1985 yılında kurulmuştur. Şirketin ana faaliyet konusu yurtiçinde turistik konaklama tesisi ve turizm işletmeciliği yapmaktır. Şirket 2015 yılı sonunda

kadar faaliyetlerini kendisine ait 2 adet otel işletmesinde gerçekleştirmiştir.. Şirketin 31 Aralık 2021 itibariyle çalışan personel sayısı 5'tir. 2020 yılında ise çalışan sayısı 5'tir. Şirketin 31 Aralık 2021 tarihi itibariyle ödenmiş sermayesi 25.382.175 TL'dir.

### 2.1.1 Kullanılan Finansal Göstergeler

Şirketlerin mali tablolarından elde edilen bilgilerin yorumlanması ve analize tabi tutulması amacıyla bazı finansal göstergelerden faydalanılmıştır. Bu finansal göstergeler İşletmelerin Likidite durumlarını ( Cari Oran, Çabuk Oran, Faiz Karşılama Oranı), Mali Durumlarını (Kaldıraç Oranı), Bilanço kalemlerinin karlılık durumlarını (Maddi Duran Varlık Karlılığı Oranı) yansıttığından BIST-100 Turizm şirketlerinin COVID-19 salgını ve diğer olağanüstü durumlarda mali tablolarında meydana gelen değişikliği göstermesi açısından önemlidir.

#### ➤ **Cari Oran = Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar**

İşletmenin kısa vadeli borç ödeyebilme gücünü ölçer. Bir yıl içinde elde edilecek nakitlerin, bir yıl içinde ödenecek borçların kaç katı olduğunu gösterir. 1,5-2 olması yeterli kabul edilir (TCMB, 2022).

#### ➤ **Çabuk Oran = Ticari Alacak / Ticari Borç**

Bir yıl içerisinde tahsilatı yapılacak alacakları ticari borçları karşılayıp karşılamadığını gösteren orandır. Genel olarak 1 olması yeterli kabul edilir (TCMB, 2022).

#### ➤ **Sermaye Çarpanı Oranı = Toplam Aktifler / Ödenmiş Sermaye**

Toplam aktiflerin ne oranda öz kaynaklarla finanse edildiğini, bir başka ifade ile toplam aktiflerin öz kaynakların kaç katı kadar olduğunu gösterir. Bu oranın artması işletmenin borç ağırlıklı bir finansman modeline doğru kaydığını gösterir. Bu oranın düşük olması işletmenin finansman riskinin az olduğu şeklinde yorumlanabilir (TCMB, 2022).

➤ **Kaldıraç Oranı = Toplam Yabancı Kaynaklar / Pasif (Aktif) Toplamı**

İşletmenin borçlarının toplam kaynaklar içindeki oranını gösterir. Bu oran %50'den büyük olursa, öz kaynaklar %50'den küçük olur ve işletmenin mali yapısı zayıf olur (TCMB, 2022).

➤ **Öz kaynak (Sermaye) Karlılığı Oranı = Dönem Net Karı / Öz Kaynaklar**

İşletmenin finansmanında kullanılan öz kaynaklara göre ne ölçüde karlı olduğunu gösterir.

➤ **Maddi Duran Varlık Karlılığı Oranı = Dönem Net Karı / Maddi Duran Varlıklar**

Maddi duran varlıkların, yaklaşık olarak işletmenin üretim kapasitesini gösterdiğini kabul edersek; bu oran işletmenin kapasite yatırımlarına göre ne ölçüde karlı çalıştığını gösterir. Mümkün olduğunca, yapılan her kapasite yatırımı için elde edilecek karı artırmak veya yapılan birim kapasite yatırımına düşen karı artırmak istenilen bir durumdur (TCMB, 2022).

## 2.2 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada incelenecek hipotezler şu şekildedir.

H1 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin cari oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H2 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin çabuk oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H3 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin kaldıraç oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H4 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin sermaye çarpanı oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H5 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin öz kaynak karlılığı oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H6 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin maddi duran varlık karlılığı oranı faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H7 : BIST-100 Turizm Şirketlerinin personel giderlerinin artması faaliyet karlılığını negatif yönde etkiler.

H8 : Büyüme oranının artması faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

H9 : Kurun artması faaliyet karlılığını pozitif yönde etkiler.

### 2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı COVID-19 Salgınının Turizm sektörüne etkisini incelemek olduğundan ve turizm sektörü şok dalgalarına karşı kırılgan olduğundan araştırma için incelenecek veri seti 2008-2021 yıllarını kapsayacak şekilde seçilmiştir. Tek bir işletmenin incelenmesi yeterli sonuç sağlamayacağından BIST-100’de faaliyet gösteren Turizm sektöründen 8 işletmenin incelenmesi uygun görülmüştür. Veri hem zaman hem de yatay kesit birimleri içerdiğinden bir panel veri şeklindedir.

#### Panel Veri Regresyonu

Panel veri analizinde Zaman serisi ve yatay kesit verileri birleştirilmektedir. panel veri analizine ilk olarak; Hildreth (1950), Kuh (1959), Grunfeld ve Griliches (1960), Zellner (1962), Balestra ve Nerlove (1966), Swamy (1970) tarafından yapılan çalışmalarda değinilmiştir. Fakat gerçek anlamda uygulamalı çalışmalar, daha çok 1990’lı yıllardan itibaren başlamıştır.

Genel olarak panel veri modeli;

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + u_{it} \quad i=1, \dots, N ; t=1, \dots, T \quad (1)$$

şeklinde yazılabilmektedir. Bu eşitlikte, Y : bağımlı değişken, X : bağımsız değişkenler,  $\alpha$  sabit parametre,  $\beta$  eğim parametresi ve u hata terimidir. i alt indisi birimleri (birey, firma, şehir, ülke gibi), t alt indisi ise zamanı (gün, ay, yıl gibi) ifade etmektedir. Değişkenlerin, parametrelerin ve hata teriminin i ve t alt indisini taşıması,

panel veri setine sahip olduklarını göstermektedir. Bu modelde sabit ve eğim parametreleri hem birimlere hem de zamana göre değer almaktadır (Tatoğlu, 2018)

### En Küçük Kareler Tekniği

Çalışmada veri setine havuzlanmış en küçük kareler (EKK) uygulanarak katsayı tahminleri elde edilecektir. En küçük kareler tekniği sabit varyans varsayımının gerçekleştiği durumda uygulanması uygun olan bir tekniktir. Sabit varyans varsayımının gerçekleşmediği yani değişen varyans durumunda en küçük kareler yansız olmakta, varyans ve kovaryans tahminlerinin etkinliği sağlanmadığından istatistik hipotez testleri geçerliliğini kaybetmektedir (Albayrak, 2008).

Sabit varyans varsayımı En Küçük Kareler tekniğinin en önemli varsayımlarındandır. En Küçük Kareler tekniği, bağımsız değişkenlerin birim değerleri değişirken bağımlı değişkenin birim değerlerine ait varyansın sabit kalacağını varsaymaktadır. Sabit kalacağı varsayılan bu varyansa sabit varyans denilmektedir. Başka bir ifade ile bağımsız değişkenlerdeki değişimler hata terimi varyansını etkilememektedir. Sabit varyans varsayımı aşağıdaki gibi gösterilebilir.

$$E(\varepsilon_i^2) = \sigma^2 \quad i = 1, 2, \dots, N.$$

$$E(\varepsilon\varepsilon') = \sigma^2 \mathbf{1} = \sigma^2 \begin{pmatrix} 1 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & 1 & \dots & 0 \\ \vdots & \dots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & 1 \end{pmatrix}_{N \times N} = \begin{pmatrix} \sigma^2 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & \sigma^2 & \dots & 0 \\ \vdots & \dots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \dots & \sigma^2 \end{pmatrix}_{N \times N}$$

Hata teriminin varyansının farklı olması durumuna ise, değişen varyans adı verilmektedir. Bu durum regresyon analizinde istenmeyen durumu göstermektedir. Bu durumda regresyon modelinin hatalarının varyansı sabit kalmaz ve artan, azalan veya hem artan hem de azalan bir dağılım göstererek değişebilmektedir. Değişen varyans problemi matrisle eşitlikteki gibi gösterilebilir (Albayrak, 2008)

$$E(\varepsilon\varepsilon') = \delta^2 \Omega \quad \text{ve} \quad \Omega \neq \mathbf{1}$$

Burada  $\Omega$  matrisi, köşegen dışı elemanları sıfır fakat köşegen üzerindeki varyanslar birbirinden farklıdır.

(1) ile verilen çoklu lineer regresyon modeli verilmiş olsun. Burada  $y$ ,  $n \times 1$  tipinde yanıt değişkenlerin vektörü,  $X$   $n \times p$  stokastik olmayan açıklayıcı değişkenlerin gözlenen matrisi,  $\beta$ ,  $p \times 1$  tipinde bilinmeyen regresyon parametrelerinin vektörü  $\varepsilon$ ,  $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2 I)$  olan  $n \times 1$  tipinde rasgele hataların vektörüdür.  $\beta$ 'nin EKK tahmini edicisi

$$\hat{b} = (X'X)^{-1} X'y$$

olarak elde edilir. (Karapınar, Kaçıranlar 2018)

### **Çoklu Regresyon Analizi**

Bir bağımlı değişken ve birden çok bağımsız değişkenin yer aldığı regresyon analizidir. Bir bağımlı değişkene etki eden birden fazla bağımsız değişken analize dahil edilerek çoklu regresyon modeli uygulanabilir.

Modelin genel gösterimi şu şekildedir.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon_i \quad (2)$$

#### **Çoklu Regresyon Analizi Varsayımları**

**Doğrusallık:** Doğrusallık varsayımı sağlanmalı, bağımsız değişkenlerle bağımlı değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olmalı

**Normallik:** Hata terimleri arasında ilişki olmaması ve hata terimlerinin normal dağılması gerekir.

**Çoklu bağlantılılık:** Bağımsız değişkenler arasında ilişkinin yüksek olmasıdır.

Regresyon analizi için bağımlı değişken olarak Faaliyet Karı (FKAR) belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler ise, Cari Oran (CO), Çabuk Oran (ÇO), Sermaye

Çarpanı Oranı (SÇO), Kaldıraç Oranı (KALD), Özkaynak Karlılığı Oranı (ÖZKAR), Maddi Duran Varlık Karlılığı Oranı (MDVK), Personel Gideri (PERG), Büyüme (BÜY), Dolar Kuru (KUR) şeklinde belirlenmiştir. Faaliyet Karı ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren regresyon denklemi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

$$FAALK_{it} = \beta_0 + \beta_1 CARO_{it} + \beta_2 \text{ÇABO}_{it} + \beta_3 FAKO_{it} + \beta_4 KALD_{it} + \beta_5 \text{ÖZKARO}_{it} \\ + \beta_6 MADDVK_{it} + \beta_7 PERG_{it} + \beta_8 KUR_{it} + \beta_9 BÜY_{it} + u_{it}$$

$$i = 1, \dots, N, t = 1, \dots, T$$

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3.1 BULGULAR

Analizde bağımlı değişken olarak Faaliyet karlılığı belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler ise Cari oran, çabuk oran, kaldıraç oranı, sermaye çarpanı oranı, öz sermaye karlılığı oranı, maddi duran varlık karlılığı oranı, personel gideri, büyüme ve kur belirlenmiştir.

**Tablo 2 : Tanımlayıcı İstatistikler**

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	N
<b>FKAR</b>	-68.891.358	32.962.921	-1.185.936	10.943.210	104
<b>CO</b>	0.109	145.644	4.356	14.551	104
<b>ÇO</b>	0.003	166.684	6.644	19.902	104
<b>KALD</b>	0.007	0.949	0.311	0.245	104
<b>SÇO</b>	0.580	153.730	13.663	20.431	104
<b>ÖZKAR</b>	-1.831	0.731	-0.004	0.307	104
<b>MDVK</b>	-37.096	48.082	0.523	7.548	104
<b>PERG</b>	28.615	16.281.471	3.705.684	3.613.905	104
<b>BÜY</b>	-4.820	11.200	4.814	4.062	
<b>KUR</b>	1.300	8.900	3.411	2.296	

Çalışmada 8 farklı firma için 2008 ve 2021 yılları arasındaki yıllık veriler kullanılmıştır. 2 firma için 2012 yılı öncesi veriler söz konusu değildir. Böylece gözlem sayısı N= 104 olarak belirlenmiştir. Bir bağımlı değişken ve 10 bağımsız değişken ile çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bağımlı değişken olan faaliyet kârlılığı için Minimum değer -68891358, Maksimum değer 32962921, ortalama -1185936 olarak gerçekleşmiştir ve standart sapma 10.943 olarak elde edilmiştir. Diğer yandan bağımsız değişkenler incelendiğinde cari oran için ortalama 4.35'tir ve cari oranın 1.5 ile 2 arasında olması yeterli kabul edildiğinden BIST-100

Turizm şirketlerinin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünün yüksek olduğu ifade edilebilir. Çabuk oran için ortalama 6.64'tür, Ticari alacakların Ticari borçların 6 katı olduğunu gösterir. Kaldıraç oranına bakıldığında ise Ortalama 0.311 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Minimum 0.007, Maksimum 0.949 olarak gerçekleşmiştir. % 50'den küçük olması işletmelerin mali yapısının güçlü olduğunu göstermektedir. Sermaye Çarpanı Oranı Minimum değer 0.58, Maksimum değer ise 153.73, Ortalama değer ise 13.663'tür. Sermaye çarpanı oranının yüksek olması işletmelerin finansal riskinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanır. Özkaynak Karlılığı oranına baktığımızda Ortalama -0.004 çıkmıştır ve işletme finansmanında kullanılan özkaynaklara göre zararda olduğu görülmektedir. Maddi duran varlık karlılığının ortalama değeri 0.52 olması şirketlerin maddi duran varlık yatırımlarının % 52 kar getirdiğini göstermektedir. Personel giderleri ortalama 3705684 olarak gerçekleşmiştir. Personel giderleri işletmeler için en önemli faaliyet giderlerinden biridir ve karlılık üzerinde oldukça etkilidir. Büyüme için ortalama 4.814'tür. Büyüme için ortalama düşüren yıllar 2009 yılı ekonomik kriz, 2016 yılı darbe girişimi, 2020 yılı COVID-19 pandemisidir. Dolar kuru için ise ortalama 3.411'dir ve dolar kurunun da hem turizm gelirlerinde hem de turizm işletmeleri karlılığı üzerinde etkisi vardır.

**Tablo 3 : Korelasyon ve VIF Değerleri**

	FKAR	CO	ÇO	KALD	SÇO	ÖZKAR	MDVK	PERG	ENF	BÜY	KUR	VIF
FKAR	1,000											
CO	0,047	1,000										2,182
ÇO	0,145	-0,015	1,000									1,102
KALD	-0,361 **	-0,208 *	-0,190	1,000								4,122
SÇO	0,353 **	-0,064	0,032	0,235 *	1,000							1,443
ÖZKAR	0,191	0,055	0,169	-0,427 **	0,172	1,000						4,009
MDVK	0,044	-0,444 **	-0,001	0,004	-0,017	0,201 *	1,000					1,288
PERG	-0,326 **	-0,204 *	-0,144	0,399 **	-0,054	-0,514 **	-0,038	1,000				2,966
BÜY	0,072	0,090	0,097	-0,081	0,092	0,112	-0,038	0,020	0,309 **	1,000		2,412
KUR	-0,13	-0,046	0,145	0,068	0,333 **	0,115	0,202 *	0,118	0,847 **	0,108	1,000	2,056

\*\* % 1 Seviyesinde Anlamlı

\* % 5 Seviyesinde Anlamlı

Korelasyon tablosuna baktığımızda ise bağımlı değişken olan faaliyet karlılığı ile bağımsız değişkenler arasında güçlü korelasyon olmadığı görülmektedir. En

yüksek korelasyon değeri -0.361 ile kaldıraç oranı iledir ve orta düzey korelasyona sahiptir. Kaldıraç oranı ile faaliyet karlılığı arasında sig değeri 0,000 ( $p < 0,01$ )'dir ve % 1 seviyesinde anlamlıdır. Cari oran korelasyon değeri 0.047, çabuk oran korelasyon değeri 0.145, Sermaye çarpanı oranı korelasyon değeri 0.353'tür ve istatistiki anlamlılık seviyesi % 1'dir. Özkaynak karlılığı oranı korelasyon değeri 0.191, Maddi duran varlık karlılığı korelasyon değeri 0.044, personel gideri korelasyon değeri -0.326 ve anlamlılık seviyesi % 1'dir. Dolar kuru -0.13 korelasyon değerine sahiptir ve dolar kurunun % 1 artması faaliyet karlılığını % 13 azaltır anlamı taşımaktadır. Öte yandan büyüme 0.072 korelasyon değerine sahiptir ve büyüme oranının % 1 artması faaliyet karlılığını % 7.2 azaltmaktadır.

Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerleri incelendiğinde Cari oran ile Maddi duran varlıkları karşılama oranı, Kaldıraç oranı ile Öz kaynak karşılama oranı ve personel gideri, öz kaynak karşılama oranı ile personel gideri arasında % 1 seviyesinde anlamlı orta düzey korelasyon (0.3 – 0.7) ilişkisi vardır. Cari oran ile kaldıraç oranı ve personel gideri, Kaldıraç oranı ile sermaye çarpanı oranı, öz kaynak karlılığı ile maddi duran varlık karlılığı, Maddi duran varlık karlılığı ile döviz kuru arasında % 5 seviyesinde anlamlı zayıf korelasyon (0.01 – 0.29) vardır.

VIF değerleri incelendiğinde ise tüm değişkenlerde 10'un altındadır ve çoklu bağlantılık problemi yoktur.

Tablo 4 : Regresyon Analizi Tablosu

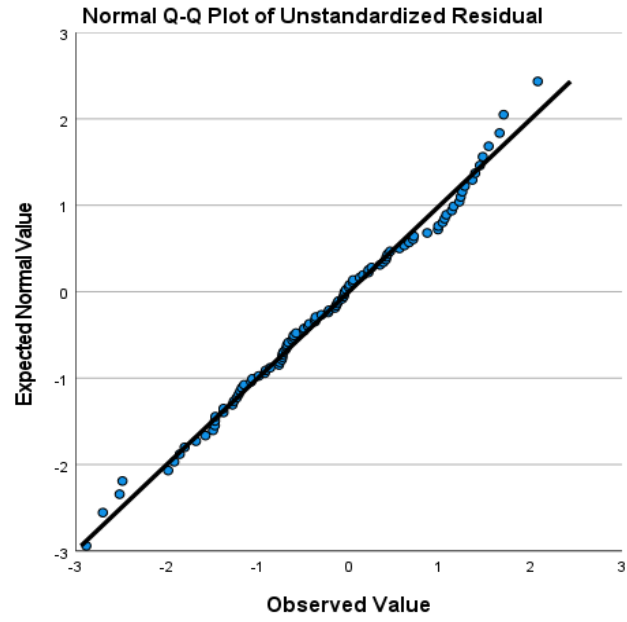
Standartlaştırılmış Katsayılar	
<b>SABİT</b>	
<b>CO</b>	0.137
<b>ÇO</b>	0.029
<b>KALD</b>	-0.547 *
<b>SÇO</b>	0.587 *
<b>ÖZKARO</b>	-0.246 **
<b>MADDVK</b>	0.176
<b>PERG</b>	-0.237 **
<b>BÜY</b>	0.013
<b>KUR</b>	-0.524 *
<b>R</b>	0.748
<b>Adjusted R Square</b>	0.559

\* : %5 Seviyesinde anlamlı \*\* : %10 Seviyesinde anlamlı

R değeri 0.748'dir ve bağımsız değişkenlerimiz bağımlı değişkenimiz olan faaliyet karlılığını 0.748 açıklamaktadır. Adjusted R Square 0.559 olarak gerçekleşmiştir. Bağımsız değişkenler faaliyet karlılığındaki değişimin % 55.9'sini açıklamaktadır.

Regresyon analizi tablosu (Tablo 4) incelendiğinde modele en çok katkı veren değişkenin 0.58 değeri ile Sermaye çarpanı oranı olduğu görülmektedir. Sermaye çarpanı oranı değişkeni % 5 seviyesinde anlamlıdır ve modeli en çok etkileyen değişkendir. Sermaye Çarpanı Oranı'nın Toplam aktiflerin özsermayeye oranı olduğu göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin sermaye yapılarının ve aktif büyüklüklerinin önemi ortaya çıkmaktadır. İşletmenin finansman yapısı faaliyet karlılığı üzerinde oldukça etkili bir konudur. Bağımlı değişken olan faaliyet karlılığı üzerinde en çok etkili olan ikinci değişken ise kaldıraç oranıdır. Kaldıraç oranı faaliyet karlılığını -0.547 etkilemektedir. Faaliyet karlılığını negative yönde % 54.7 etkileyen kaldıraç oranı % 5 seviyesinde anlamlıdır. Kaldıraç oranı da işletmelerin finansal yapısını değerlendirmek açısından önemli bir göstergedir. İşletmenin toplam

kaynakları arasında borçlarının oranını ifade eden kaldıraç oranının % 50'den büyük olması işletmeler için risk teşkil etmektedir. Bağımlı değişkeni en çok etkileyen üçüncü değişken ise -0.524 ile döviz kurudur. Döviz kurunun yükselmesi ya da düşmesi dövize bağımlı her gelişmekte olan ekonomileri etkilerken turizm üzerine çalışma yapan işletmeleri de doğrudan etkilemektedir. Döviz kuru da bağımlı değişken üzerinde negative yönde % 52.4 etkisi ile oldukça önemli bir değişkendir. Döviz kurundan sonra bağımlı değişken üzerinde en çok etkili olan değişken -0.246 ile Özkaynak oranıdır. Özkaynak oranı işletmelerin toplam kaynakları içinde özkaynaklarını göstermesi bakımından önemlidir ve % 50'den büyük olması işletmelerin mali yapısının güçlü olduğunu gösterir. Bağımlı değişkeni negatif yönde % 24.6 etkileyen özkaynak oranı % 10 seviyesinde anlamlıdır. Özkaynak oranının ardından bağımlı değişkeni en çok -0.237 katsayısı ile personel gideri etkilemektedir. Personel gideri işletmelerin faaliyeti ve karlılığı için önemli değişkenlerdendir. Faaliyet karlılığını da negative yönde % 23.7 etkilemektedir. Maddi duran varlık karlılığı oranı ise personel giderinden sonra 0.176 katsayısı ile bağımlı değişkeni en çok etkileyen değişkendir. Maddi duran varlık karlılığı işletmenin kapasite artırıcı uzun dönemli yatırımlarının ne ölçüde karlı olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Faaliyet karlılığını da % 17.6 etkilemektedir ancak istatistiksel olarak anlamlı seviyede değildir. Cari oranın katsayısı 0.137'dir. Faaliyet karlılığını % 13.7 etkilemekle birlikte istatistiksel olarak anlamlı seviyede değildir. Çabuk oran ticari alacakların ticari borçları ne ölçüde karşıladığını göstermesi bakımından önemlidir. Faaliyet karlılığını % 2.9 etkilemektedir ancak anlamlı seviyede değildir. Çabuk orandan sonra bağımlı değişken üzerinde etkili olan diğer değişken büyümedir. Büyümenin katsayısı 0.013'tür ve anlamlı seviyede değildir.

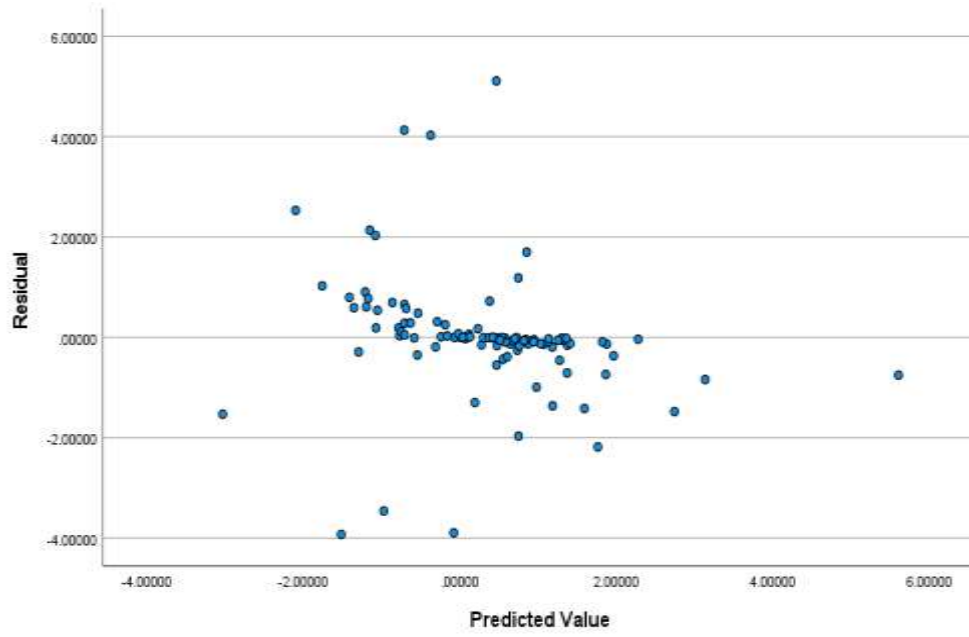


**Şekil 15 : Normallik Testi**

Normallik grafiğine bakıldığında doğru üzerinde değişkenlerin yer aldığı görülmektedir ve normallik varsayımının sağlandığı kabul edilmektedir.

Anova testi F değeri 12.962 dir ve P değeri 0,000'dır.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Testi Asymp Sig. Değeri 0,200 ile  $p > 0,05$ 'dir.



**Şekil 16 : Öngörü Değerlerine Karşı Artıkların Grafiği**

Öngörü değerlerine karşılık gelen artıkların grafiği incelendiğinde değişen varyanslılık sorununun ortadan kalktığı söylenebilir.

## SONUÇ

COVID-19 salgını ortaya çıktığı 2019 yılı Aralık ayından itibaren önce Çin'de daha sonra Avrupa ve tüm dünyaya yayılmış, dünya genelinde korku ve paniğe yol açmıştır. Vaka sayılarının artması ve vaka sayıları ile orantılı olarak vefat sayılarının artması sonucu alınan önlemler gereği insanlar evde kalmış, sosyal hayattan büyük oranda kopmuş ve izole bir hayata dönmüştür. Olağan insan yaşamına aykırı olan bu durum insanların sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamasının önünde engel olmuş ve insanları sosyal, psikolojik yönden oldukça etkilemiştir. Sosyal ve psikolojik yönden etkilenen insanlarda toplumsal ve bireysel yönden pek çok değişiklik görülmüştür. Diğer yandan alınan tedbir kararları gereği evde bir süre izole hayat süren toplumun geneli çalışma hayatından da kısmen uzaklaşmıştır. Tüm bu durumlar eğitimden sanayiye, spordan kültürel faaliyetlere kadar her sektörü, her alanı etkilemiştir.

Türkiye'de 11 Mart 2020 tarihinde ilk COVID-19 vakası görüldükten hemen sonra hükümet tedbir kararları almış ve uygulamıştır. Alınan tedbir kararları neticesinde eğitim, spor ve kültürel faaliyetlere ara verilmiştir. İlerleyen süreçte eğitime çevrimiçi devam edilirken çalışma hayatında da evden çalışma uygulaması yaygınlık kazanmıştır. Sokağa çıkma yasağı, seyahat yasağı gibi uygulamalar turizm sektörünü etkilerken, turizm işletmeleri üzerinde telafisi zor zararlara yol açmıştır. İşletmeler ve çalışanlar için yeni bir süreç başlamış turizmde iş yapma şekilleri, pazarlama faaliyetleri baştan sona yenilenmiştir. Bazı işletmeler için restorasyon süreci olan COVID-19 pandemisi bazı işletmeler için de fırsat olarak görülmüş ve yeni yatırımlar gerçekleşmiştir. Uzun dönemli maddi varlık yatırımı yapan işletmeler pandemi sonrası sürece kendini hazırlamıştır. COVID-19 salgınından sonra glamping gibi yeni turizm kavramları ortaya çıkmıştır. Kamp hayatı ile lüks hayatı bir arada sunan glamping turizmde yeni süreçte kişiselleştirmeye, doğa turizmine, kalabalık turlardan ziyade kişiye özel hizmetlere önem verilmesi gerektiğine önemli bir örnektir.

Turizm sektörünün aldığı ağır darbe turizm okuyan öğrencileri de korkutmuş ve yeni alanlara yönelmelerine neden olmuştur. Tur rehberleri gibi kalifiye çalışanlarında akademisyenlik gibi gelir açısından daha garantili görülen mesleklere

yöneldiği turizm sektörünü kalifiye çalışan sorunu beklemektedir. Bu nedenle turizmin geleceği için turizm okullarına daha fazla önem verilmeli ve kalifiye çalışan sorununa yol açacak durumlar ortadan kaldırılmalıdır.

Korku ve paniğe neden olan COVID-19 salgını ilk görüldüğü günlerde finansal piyasalar üzerinde de negatif etkiye neden olmuştur. Kayıplar veren dünya borsaları bir süre sonra kısmen kayıpları telafi etse de COVID-19 piyasaları oldukça etkilemiştir. Bu çalışmada Borsa İstanbul Turizm Sektöründe işlem gören 8 adet şirket incelenmiştir. 8 şirketin 2008-2021 yılları arasında yayınladığı finansal tablolardan elde edilen bilgiler doğrultusunda finansal göstergeler incelenmiş ve SPSS programı aracılığıyla panel veri regresyon analizi yapılmıştır. Analizde bir bağımlı değişken ve dokuz bağımsız değişkene yer verilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda bağımlı değişken olan faaliyet karlılığını en çok etkileyen değişken % 58 ile sermaye çarpanı oranı olmuştur. Sermaye çarpanı oranı % 5 anlamlılık seviyesinde bağımlı değişken üzerinde oldukça büyük etkiye sahiptir. Sermaye çarpanı oranının düşük olması işletmenin finansal riskinin az olduğu anlamı taşıdığından işletmelerin finansal yapısını güçlü tutmalarının karlılık üzerinde ne kadar etkili ve önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Faaliyet karlılığını anlamlı seviyede etkileyen diğer göstergeler ise kaldıraç oranı ve öz kaynak oranıdır. Kaldıraç oranının negatif yönde % 54.7 etkilemesi ve öz kaynak oranının negatif yönde % 24.6 etkilemesi işletmenin finansal yapısının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Her üç finansal oranda işletmenin mali yapısı ile ilgilidir ve işletmenin öz kaynak büyüklüğünü ya da öz kaynak yeterliliğini ölçmeye yöneliktir. Mali durum göstergelerinin faaliyet karlılığı üzerinde bu kadar etkili olması işletmelerin mali yapısını güçlü tutmasının önemini göstermektedir. Turizm sektörü doğal afet, terör, salgın hastalık gibi şoklardan en çabuk etkilenen sektör olduğundan işletmeler bu tür şoklara karşı hazırlıklı ve dirençli olmalıdır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler mali yapılarını güçlü tutmalı, öz kaynaklarına yönelmelidir.

Faaliyet karlılığını % 5 anlamlı seviyede etkileyen bir diğer değişken ise döviz kurudur. Döviz kuru negatif yönde % 52.4 faaliyet karlılığını etkilemektedir. Bu sonuçla döviz kurunun yükselmesi beklendiğinin aksine faaliyet karlılığını

artırmamakta tam tersine azaltmaktadır. Bununla birlikte işletmeler döviz kurunu tek başına yönlendiremez ancak döviz şoklarına karşı da hazırlıklı ve tedbirli olabilirler.

COVID-19 salgını enflasyon ile de işletmeleri ve bireyleri oldukça zorlu durumda bırakmıştır. Bireylerin değişen alışkanlıkları ve evde kalmaları sonucu gıda ürünlerine talepleri artmış, tedarik zincirindeki kırılmalar dayanıklı tüketim mallarının arzını azaltmış ve pandemi süresince faaliyetine ara veren hizmet sektörü kayıp kazançlarını telafi etmek için fiyatları yükseltmiştir. Tüm bu durumların sonucunda enflasyon yükselmiştir ve yükselmeye devam etmektedir. 2020 yılında etkisi görülmesine de 2021 yılı sonunda dünyada % 4.7 seviyesine yükselen enflasyon Türkiye’de de uzun yıllar sonra % 36’ya yükselmiştir.

Ekonomik faaliyetlere ara verilmesi sonucu işletmeler çalışanlarının işine son vermiş ve COVID-19 pandemisi ile birlikte işsizlikte yükselişe geçmiştir. Türkiye’de kısa çalışma ödeneği, işten çıkarma yasağı gibi uygulamalarla işsizlikte artışın önüne geçilmiş olsa da gelişmiş ekonomilerde ve dünya genelinde 2020 yılında % 6.6 seviyesine ulaşmıştır. Yüksek işsizlik oranları suç oranlarının artması bakımından ekonomiler ve sosyal hayat için büyük bir sorundur. Öte yandan çalışanların iş becerilerini kaybetmesi ekonomileri etkilemektedir. Bu nedenle işsizliğin optimal seviyelere düşürülmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

COVID-19 salgını her bir sektörü ayrı ayrı etkilemesi yönünden sarsıcı olsa da ekonomileri GSYİH büyüklükleri bakımından da olumsuz etkilemiştir. 2020 yılında dünya GSYİH’si % 3 küçülmüştür. Türkiye ise 2020 ilk çeyreğinde % 11.07 2020 yılı ikinci çeyreğinde % 3.13 küçülmüştür. 2020 yılı genelini % 1.79 büyüme ile kapatsa da mevcut büyüme potansiyelinin oldukça altında kalmıştır.

COVID-19 salgını hayatın her alanını etkilemiştir ve etkilemeye devam edecektir. Geçmiş yüzyıllara göre 21. Yüzyılda daha fazla salgın hastalık gören dünya bundan sonraki süreçte de salgın hastalık, terör, doğal afet, toplumsal sorunlara gebe dir. Bu durum bireyleri ve işletmeleri şoklara karşı her an hazır olmaya zorlamaktadır. Turizm gibi kırılğan bir sektörde faaliyet gösteren işletmeler bu tür şoklara daha fazla hazır olmalıdır. İşletmelerin pazarlama faaliyetleri, organizasyon

yapısı, personel kalifiyesi gibi durumlar bundan sonraki süreçte daha fazla önem kazanmıştır. Öte yandan işletmelerin finansal yapılarının güçlü olması şoklara karşı dirençli olması açısından önemlidir. Mali yapısı güçlü olmayan işletmelerin şoklara karşı ayakta kalması beklenemez. COVID-19 salgını gibi olası bir ekstrem durumda belli bir süre faaliyetine ara vermeyi ve sabit giderlerini karşılamayı her işletme hesaba katmalı, büyüme ve yatırım stratejilerini buna göre belirlemelidir. Her işletme dışarıdan gelecek şoklara karşı kendi içinde hazırlığını yapmalıdır.



## KAYNAKÇA

- ABBAS, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). "Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry." *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 100033.
- ACAR, Y. (2020). "Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi." *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. 4(1), 7-21.
- AHMAD, T., Haroon, M. B., & Hui, J. (2020). "Coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic and economic impact." *Pakistan journal of medical sciences*, 36(COVID19-S4), S73.
- AHMET, Ü. N. L. Ü., KABAK, S., & DUR, D. T. (2020). "Koronavirüs (Covid-19) Pandemisinin Türkiye'nin Bist Finansallar Sektör Endeksi Üzerindeki Etkisi." *Journal of Economics and Research*, 1(2), 26-41.
- AFACAN, E., & Nazmi, A. V. C. I. (2020). "Koronavirüs (Covid-19) Örneği Üzerinden Salgın Hastalıklara Sosyolojik Bir Bakış." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 1-14.
- AKKAŞOĞLU, S. (2022). "Salgın Hastalık Kaynaklı Krizlerin Turizm Endüstrisine Etkileri; Covid-19 Özelinde Bir Araştırma." *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23 (COVID-19 ÖZEL SAYISI), 121-134.
- ALAEDDİNOĞLU, F. & RoI, S. (2020). "Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri." *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 233-258
- ALBAYRAK, A. S. (2008). "Değişen Varyans Durumunda En Küçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Ağırlıklı Regresyon Analizi Ve Bir Uygulama." *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 111-134.
- ALSU, E., TAŞDEMİR, A., ALHENFESHE, A. A., & ÖZTÜRK, F. (2021). "Covid-19 Pik Noktaları Ve Borsa Getirileri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir Olay Çalışması." *Proceeding And Abstract Book*, 214.
- ALTUN, S. DİNÇER, M.Z (2021) "Yeni Koronavirüs Salgınının Turist Rehberlerinin Paket Tur Yönetme Sürecine Etkisi." 19. Geleneksel Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 195.

- ARABACI, H. & Yücel, D. (2020). "Pandeminin Türkiye Ekonomisine Etkileri Ve Türkiye Merkez Bankası Tarafından Finansal İstikrarı Sağlamak Amacıyla Alınan Önlemler." *Sosyal bilimler araştırma dergisi*, 9(2), 91-98.
- ARONICA, M., Pizzuto, P., & Sciortino, C. (2022). "COVID- 19 and tourism: What can we learn from the past?." *The World Economy*, 45(2), 430-444.
- ASPACHS, O., Durante, R., Graziano, A., Mestres, J., Reynal-Querol, M., & Montalvo, J. G. (2021). "Tracking the impact of COVID-19 on economic inequality at high frequency. *PloS one*," 16(3), e0249121.
- AYDIN, B. ve Doğan, M. (2020). "Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi, Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi," 6 (1), 93-115.
- AYLAN, S. (2020). "Covid-19 Pandemisinin Turizm Sektörüne Etkisi: Turizm Yazılı Basınında Çıkan Haberlere Yönelik Nitel Bir Araştırma." *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 164-177.
- BALCI, Y., & ÇETİN, G. (2020). "Covid-19 Pandemi Sürecinin Türkiye'de İstihdama Etkileri Ve Kamu Açısından Alınması Gereken Tedbirler." *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 40-58.
- BAKAR, N. A., & Rosbi, S. (2020). "Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*," 7(4), 189-193
- BAKIRTAŞ, İ., & Ozan, E. C. (2021). "COVID-19'un Ekonomik Etkileri Üzerine Genel Bir İnceleme. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*," 13(4), 59-74.
- BEGİC, P., Buchwald, P., & Greenglass, E. (2022). "Psychological Predictors of Coronavirus Threat and Psychological Distress During a Pandemic." *Journal of Stress, Trauma, Anxiety, and Resilience (J-STAR)*, 1(1).
- BEKAROĞLU, E., & Yılmaz, T. (2020). "COVID-19 ve psikolojik etkileri: Klinik psikoloji perspektifinden bir derleme." *Nesne*, 8(18), 573-584.
- BİNBAŞIOĞLU, H. (2020). "Yeni tip koronavirüs (covid-19) döneminde turizm okullarının resmi web sitelerinin bir iletişim aracı olarak incelenmesi." *Turizm Akademik Dergisi* , 7 (2), 73-88.

- BLUSTEİN, D. L., Duffy, R., Ferreira, J. A., Cohen-Scali, V., Cinamon, R. G., & Allan, B. A. (2020). "Unemployment in the time of COVID-19: A research agenda. *Journal of Vocational Behavior*," 119, 103436.
- BUDAK, F., & Korkmaz, Ş. (2020). "COVID-19 pandemi sürecine yönelik genel bir değerlendirme: Türkiye örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*", (1), 62-79.
- BULUK, B., & Eşitti, B. (2020). "Koronavirüs (COVID-19) sürecinde uzaktan eğitimin turizm lisans öğrencileri tarafından değerlendirilmesi. *Journal of Awareness*," 5(3), 285-298.
- BRUNNERMEIER, M., Merkel, S., Payne, J., & Sannikov, Y. (2020, September). "COVID-19: inflation and deflation pressures. In CESifo Area Conferences," mimeo.
- BIST, <https://borsaistanbul.com/tr/sayfa/480/pay-piyasasi-verileri>. Erişim Tarihi : 17.05.2022
- CARTER, D., Mazumder, S., Simkins, B., & Sisneros, E. (2022). "The stock price reaction of the COVID-19 pandemic on the airline, hotel, and tourism industries. *Finance Research Letters*", 44, 102047.
- CAVALLO, A. (2020). "Inflation with Covid consumption baskets" (No. w27352). National Bureau of Economic Research.
- CIOTTI, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W. C., Wang, C. B., & Bernardini, S. (2020). "The COVID-19 pandemic. Critical reviews in clinical laboratory sciences", 57(6), 365-388.
- ÇINAR, F., & Özkaya, B. (2020). "Koronavirüs (COVID-19) pandemisinin medikal turizm faaliyetlerine etkisi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*," 2(2), 35-50.
- ÇAKIR, P., & BARAKAZI, M. (2020). "Koronavirüs sürecinin turizm sektörüne etkisi ve salgına karşı alınan tedbirler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*", 20(3), 313-332.
- DERELİ, G. KIZILIRMAK, İ. (2021). "Covid-19 Sonrası Yerli Turistlerin Seyahat Davranışları Üzerine Bir Araştırma." 19. Geleneksel Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı
- DÍAS, Á. L., Cunha, I., Pereira, L., Costa, R. L., & Gonçalves, R. (2022). "Revisiting Small-and Medium-Sized Enterprises' Innovation and Resilience

during COVID-19: The Tourism Sector.” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 11.

DİLEK, G. Ö. Z. E. (2020). “Covid-19 Pandemisinin Küresel Ekonomideki İzleri: Kamu Finansal Dengesi, Ticaret Hacmi, Enflasyon, İşsizlik Ve Ekonomik Büyüme.” *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 221-237.

DEMİR, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). “Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncüllerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi.” *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

DURAN, M. S., & Mustafa, A. C. A. R. (2020). “Bir virüsün dünyaya ettikleri: Covid-19 pandemisinin makroekonomik etkileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*,” 10(1), 54-67.

DÜLGAROĞLU, O. (2022). “Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Çanakkale'deki Rekreasyon Etkinlikleri Ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri: Basında Çıkan Haberler Üzerine Bir Söylem Analizi.” *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(1), 30-47.

DÜZGÜN, E. (2021). “Pandemi sonrası yeni turist tercihi: glamping turizmi.” *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 145-158.

DÜZGÜN, E. & Kurt, A. (2020). “Covid-19 (koronavirüs) Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği .” *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi* , 12 (23) , 301-321 . DOI: 10.38155/ksbd.792821

ECHARTE FERNÁNDEZ, M. Á., “Náñez Alonso, S. L., Jorge-Vázquez, J., & Reier Forradellas, R. F. (2021). Central banks’ monetary policy in the face of the COVID-19 economic crisis: Monetary stimulus and the emergence of CBDCs. *Sustainability*,” 13(8), 4242.

EKER, N., DURDU, K. M., & BOZKURT, A. (2022). “Covid-19 ve Turizm İlişkisini Ele Alan ve Tr Dizin’de Yayımlanan Makalelerinin. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*”, 10(1), 335-357.

Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS),  
[https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/#collapse\\_4](https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/#collapse_4)  
 Erişim Tarihi : 04.04.2022

- ERYILMAZ, B. (2020). "Türkiye'de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip koronavirüs (Covid-19) bilgilendirmeleri." *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 15-27.
- GÖSSLING, S. ve Schweiggart, N. (2022). "İki yıllık COVID-19 ve turizm: öğrendiklerimiz ve öğrenmemiz gerekenler. *Sürdürülebilir Turizm Dergisi*", 1-17.
- GÜNGÖR, H. Y., & ÇEMBERLİTAŞ, İ. (2022). "Ekonomik, Siyasi Faktörler Ve Covid-19'un Turizm Firmalarının Finansal Performanslarına Etkisi." *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 122-143.
- GÜVEN, G. & Tuğlu, D. (2022). "COVID 19 ve BIST 100 Uzun Dönem Etkileşimi. *İşletme*, 3" (1), 1-13 . <https://dergipark.org.tr/en/pub/isletme/issue/65926/1010645> adresinden erişildi.
- HABEL, J., Jarotschkin, V., Schmitz, B., Eggert, A., & Plötner, O. (2020). "Industrial buying during the coronavirus pandemic: A cross-cultural study. *Industrial Marketing Management*", 88, 195-205.
- HATUN, O., Dicle, A. N., & Demirci, İ. (2020). "Koronavirüs Salgınının Psikolojik Yansımaları ve Salgınla Başa Çıkma. *Electronic Turkish Studies*", 15(4).
- HAYWOOD, KM (2020). "A post-COVID future: the tourism community has been redesigned and activated. *Tourism Geographies*", 1–11. doi: 10.1080 / 14616688.2020.1762120
- HENSHER, M. (2020). "Covid-19, unemployment, and health: time for deeper solutions?". *bmj*, 371
- HERPER, F. Ö. (2022). "Covid-19 Salgınının Dünya Turizm Hareketleri ve Turist Tercihlerinde Meydana Getirdiği Değişimlere Genel Bir Bakış." *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(1), 1-18.
- ILGIN, K. S. "Küresel Finansal Piyasa Göstergelerinin Borsa İstanbul'a Etkisi: Pandemi Öncesi Ve Pandemi Dönemi Karşılaştırmalı Analizi."
- IMF, <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2022/April/weo-report?a=1&c=001,110,163,119,123,998,200,505,511,903,205,400,603,&s=LUR,&sy=2008&ey=2021&ssm=0&scsm=1&sc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1>
- JİANG, Y. and Wen, J. (2020), "Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article", *International Journal of*

Contemporary Hospitality Management, Vol. 32 No. 8, pp. 2563-2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>

- KABADAYI, M. ve Kardeş, N. (2020). “Kovid-19’un (Koronavirüsün) Yerli Turist Davranışı ve Seyahat Eğilimlerine Etkileri”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4):3703-3719
- KAPTANOĞLU, K., & GEÇİT, B. B. “Covid-19 Sürecinin Dijital Pazarlamaya Etkileri.”
- KARA, A. M. (2021). “covid 19 pandemisi ve psikolojik etkileri. Turkey Health Literacy Journal,” 2(1), 26-30.
- KARAPINAR, D., & KAÇIRANLAR, S. “Lineer Regresyon Modelinde Ağırlıklı Tahmin Ediciler.” *Ç. Ü Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 2018
- KARİMİVAND, F. (2021). “Covid-19 Ve Sosyo-Ekonomik Sonuçları: Literatür İncelemesi”. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 47-61.
- KAYRAL, İ. E., & TANDOĞAN, N. Ş. (2020). “Covid-19 pandemisinin BİST100 endeksi, döviz kurları, altın getiri ve volatilitelerine etkisi.” *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 687-701.
- KAWOHL, W., & Nordt, C. (2020). “COVID-19, unemployment, and suicide. The Lancet Psychiatry,” 7(5), 389-390.
- KILIÇ, Y. (2020). “Borsa İstanbul’da COVID-19 (koronavirüs) etkisi. JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy,” 5(1), 66-77.
- KIVILCIM, B. (2020). “Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri.” *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi* , 4 (1) , 17-27 . DOI: 10.46452/baksoder.727208
- KORKUT, Y., Mert, E. K. E. R., Zeren, F., & Altunişik, R. (2020). “Covid-19 pandemisinin turizm üzerindeki etkileri: Borsa İstanbul turizm endeksi üzerine bir inceleme.” *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 71-86.
- KOYUNCU, T., & MEÇİK, O. (2020). “Covid-19 pandemisinin türkiye’de ekonomik büyümeye sektör-spesifik etkileri: Var analizi.” *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(4), 112-131.
- KÖKSALANLAR, A. A., & ÇÖZELİ, F. E. (2022). “İzmit Meslek Yüksekokulunda Öğrenim Gören Turist Rehberliği Öğrencilerinin Covid 19

Sonrasında Mesleğe ve Turizme Bakış Açılıarı.” Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21(1), 431-444.

- LÜTFİ, A. T. A. Y. (2020). “COVID-19 salgını ve turizme etkileri. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi,” 17(1), 168-172.
- MACİT, A. & Başar, M. (2022). “Korona Pandemisi Hakkındaki Spekülasyonlara Havayolu Hisse Senetlerinin Tepkisi: G7 Ülkelerinde ve Türkiye’de Faaliyet Gösteren Havayolu İşletmelerinden Kanıtlar.” JOEEP: Gelişmekte Olan Ekonomiler ve Politikalar Dergisi , 7 (1) , 86-94 . <https://dergipark.org.tr/en/pub/joeep/issue/66260/1018621> adresinden erişildi.
- MESTANOĞLU, M. & Yıldırım, H. H. (2021). “Döviz Kurlarındaki Değişimin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi; Türkiye Örneği.” Econdor International Academic Journal , 5 (2) , 119-144 . DOI: 10.35342/econdor.958254
- NJİNDAN İYKE, B. (2020). “The disease outbreak channel of exchange rate return predictability: Evidence from COVID-19.” Emerging Markets Finance and Trade, 56(10), 2277-2297.
- NTOUNİS, N., Parker, C., Skinner, H., Steadman, C., & Warnaby, G. (2022). “Tourism and Hospitality industry resilience during the Covid-19 pandemic: Evidence from England. Current Issues in Tourism,” 25(1), 46-59.
- OĞUZ, E.Y. (2017). “Reel Döviz Kurlarının Turizm Talebine Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Nedensellik Analizi.” Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir, 2017.
- OĞUZ, Ç. A. M., & ÇILGINOĞLU, H. (2020). “Basın-Yayın Organlarının Yeni Koronavirüs (Covid-19) Hastalığıyla İlgili Gelişmeleri Topluma Yansıtımları Ve Bu Salgın Hastalığın Etkilerinin Turizm Açısından İrdelenmesi: İstanbul İli Örneği.” Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), 130-150
- ÖZBEY, İ. B. (2021). “COVID-19 salgınının toplumsal yapı üzerindeki etkileri: Erzurum örneği.” Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23(3), 821-839.
- ÖZÇALIK, S. G., & EREN, B. S. (2022). “COVID-19 (Koronavirüs) Pandemisinin Turizm Endeksleri Üzerindeki Etkisi: Bir Olay Çalışması.” Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(1), 136-150.

- ÖZKOÇAK, V., Koç, F., & Gültekin, T. (2020). "Pandemilere Antropolojik Bakış: Koronavirüs (Covid-19) Örneği." *Elektronik Türkçe Çalışmaları*, 15 (2).
- PAKSOY, H. M. (2020). "Covid-19 Pandemisi İle Oluşan Korku Ve Davranışlara İnançın Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği." *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 135-155.
- PARILDAR, H. (2020). "Tarihte bulaşıcı hastalık salgınları. Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi," 30, 19-26.
- PARK, J. Qiu, RTR, Li, S., & Song, H. (2020). "Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Tourism Studies Annuals*," 102994. doi: 10.1016 / j.annals.2020.102994
- RATTEN, V. (2020). "Coronavirus (covid-19) and social value co-creation. *International Journal of Sociology and Social Policy*."
- REGEV, S. Shahrabani, S. Goziker, O (2013) "The Effect of Economic Crises, Epidemics and Terrorism on Tourism. *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*" Vol.1 No.1 January – June 2013
- SAATCI, G., & Murat, A. K. S. U. (2020). "Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Koronavirüs Algularını Metafor Yolu İle Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma." *Journal of Awareness*, 5(4), 617-630.
- SANDIKCI, M., & ÇOBAN, E. (2021). "Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Menülerde Meydana Getirdiği Değişikliklerin. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*," 9(3), 1741-1757.
- SARI, S. S., & Kartal, T. (2020). "Covid-19 Salgınının Altın Fiyatları, Petrol Fiyatları Ve Vix Endeksi İle Arasındaki İlişki." *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 93-109.
- SHERESHEVA, M. Y. (2020). "Coronavirus and tourism. *Population and Economics*," 4, 72.
- SİGALA, M. (2020). "Tourism and COVID-19: implications and implications to advance and reset industry and research. *Journal of Business Studies*." doi: 10.1016 / j.jbusres.2020.06.015

- SOYLU, Ö. B. (2020). "Türkiye ekonomisinde COVID-19'un sektörel etkileri." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6), 169-185.
- SUŁKOWSKI, Ł. (2020). "Covid-19 pandemic; recession, virtual revolution leading to de-globalization?". *Journal of Intercultural Management*, 12(1), 1-11.
- ŞANLI, S. C., Erdem, A., & Unur, K. (2020). "Koronavirüs Salgınının Tatile Çıkma Niyeti Üzerine Etkisi." *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1671-1688.
- TATOĞLU, F. (2018). "Panel Zaman Serileri Analizi Stata Uygulamalı." Beta Yayınları. 2. Baskı. İstanbul
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim Tarihi : 25.03.2022 a
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim Tarihi : 25.03.2022 b
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim Tarihi : 25.03.2022 c
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim Tarihi : 25.03.2022 d
- TCMB, [https://www3.tcmb.gov.tr/sektor/dosyalar/menu/ratios\\_tr.pdf](https://www3.tcmb.gov.tr/sektor/dosyalar/menu/ratios_tr.pdf) Erişim Tarihi : 07.01.2022
- TETLOW, G., Pope, T., & Dalton, G. (2020). "Coronavirus and unemployment."
- TİWARİ, P., Séraphin, H., & Chowdhary, N. R. (2021). "Impacts of COVID-19 on tourism education: Analysis and perspectives." *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 21(4), 313-338.
- TURGUT, P. (2021). "21. Yüzyıl'da Küresel Risk Toplumu: Covid-19 Örneği," İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- TÜRKER, A., Karaca, K. Ç., Atay, H., Okul, T., Şimşek, G., ÇAKMAK, T., ... & KURNAZ, H. (2020). "Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) Salgını Sonrası Turizm ve Turist Rehberliği." *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 1-19.

- TÜRKER, G.Ö. (2020). "Covid-19 turizm sektörü nasıl etkileniyor? Turizm akademisyenlerinden bir değerlendirme." *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Dergisi* , 6 (2), 207-224.
- ÜNAL, A. E., AYDIN, H. İ., & EREN, M. V. (2020). "Koronavirüs salgını ile döviz kuru arasındaki ilişkinin ampirik analizi: Türkiye örneği." *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 244-260.
- ÜSTÜN, Ç., & Özçiftçi, S. (2020). "COVID-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: Bir değerlendirme çalışması." *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25(Special Issue on COVID 19), 142-153.
- VURAL, G., & Serkan, N. A. S. (2021). "Covid-19 Küresel Salgınının Borsa İstanbul'un Çeşitlendirme Potansiyeline Etkisi: Bist 100 Ve Bist 30'daki Pay Senetleri Üzerine Bir Araştırma." *Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 1-16.
- YARDIMCI, M. C. (2021). "Covid-19 Salgınının Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkilerinin Kantil Regresyon Yöntemiyle İncelenmesi ." *Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 2 (3) , 292-300 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/biibfd/issue/69413/1103179>
- YAVUZ, İ. S. (2022). "Türkiye'de turizm sektörünün daralmasının makroekonomik etkileri: Covid-19 pandemisi üzerine bir değerlendirme." *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(1), 80-93.
- YETGİN, M. A. (2020). "Koronavirüs'ün Borsa İstanbul'a Etkisi Üzerine Bir Araştırma Ve Stratejik Pandemi Yönetimi." *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 324-335.
- YILDIRIM, S. (2020). "Salgınların Sosyal-Psikolojik Görünümü: Covid-19 (Koronavirüs) Pandemi Örneği." *Electronic Turkish Studies*, 15(4).
- YILMAZ, BK, & DALKILIÇ, OS (2021). "Covid-19 Pandemisinin Turizm Sektörüne Etkileri: Ulusal Ve Uluslararası Yazına Yönelik İçerik Analizi." *Uluslararası Çağdaş Turizm Araştırmaları Dergisi* , 5 (Prof. Dr. Özlem İPEKGİL DOĞAN'ı Anma Özel Sayısı), 55-72.
- Yİ ZHENG, Edmund Goh & Jun Wen (2020) "The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article," *Anatolia*," 31:2, 337-340, DOI: 10.1080/13032917.2020.1747208vv

- YU, Y. J., Park, Y. S., Keller, A., Noh, J. W., & Cha, J. (2021). "A mixed-methods systematic review of the impacts of coronavirus on society and culture. *International Journal of Environmental Research and Public Health*", 18(2), 491.
- YÜCENS, B., & Büber, A.(2022). "COVID-19 salgınının ileri yaştaki kişilerde psikolojik etkileri." *Pamukkale Tıp Dergisi*, 15(2), 15-15.
- ZHANG, H. Song, H. Wen, L. Liu, C. (2021). "Forecasting tourism recovery amid COVID-19", *Annals of Tourism Research* Volume 87, March 2021, 103149
- ZEYDAN, İ., & Gürbüz, A. (2020). "21. Yüzyıldaki Pandemiler ve Turizm Sektörüne Etkileri." In *Econder 2020 3rd. International Economics, Business and Social Sciences Congress* (p. 126).
- WORLDBANK, [https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.NE.ZS?end=2021&name\\_desc=false&start=1991&view=chart](https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.NE.ZS?end=2021&name_desc=false&start=1991&view=chart) Erişim Tarihi : 28.04.2022
- WHO, <https://covid19.who.int/table> Erişim Tarihi : 04.05.2022