



Araştırma Makalesi (Research Article)

KORONAVİRÜS SALGINININ OTEL İŞLETMELERİNE ETKİSİ: ÇEVİRİMİÇİ HABERLERİN ANALİZİ (THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS ON HOTELS: AN ONLINE NEWS ANALYSIS)*

Eda USTA^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-3092-432X)

Murat BAYRAM² (orcid.org/ 0000-0002-2774-7513)

¹Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, Türkiye

²Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli, Türkiye

Özet

Eşi benzeri görülmemiş olan salgın bütün sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de etkisi altına almıştır. Turizm sektörü içerisinde de en çok etkilenen unsurlardan biri otel işletmeleri olmuştur. Bu araştırmanın amacı; salgın döneminde otel işletmelerinin salgına yönelik yaklaşımlarını değerlendirmektir. Bu amaca yönelik olarak, bu çalışmada dünyada önde gelen seyahat haber sitelerinden biri olan skift.com da yer alan haberler incelenmiştir. Dünya genelinde koronavirüs ve turizm ile ilgili haberlerin günlük olarak yayınlandığı bölümlerde yer alan Mart 2020 ile Aralık 2020 tarihleri arasında, otel işletmeleri ile ilgili olan haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucu olarak, içerik analizi neticesinde ortaya çıkan temalara göre salgın döneminde sırasıyla seyahat kısıtlaması, koronavirüs yardım paketi, dijital pazarlama, hijyen protokolü, güvenli seyahat, yurt içi seyahatler, kısa vadeli kiralama, temassız teknoloji, yeni otel tasarımları, dijital sağlık hizmeti, kongre turizmi, güvenlik önlemleri, karavan ve kamp turizmi, otel sadakat programları gibi kavramların uluslararası basında yer aldığı görülmüştür. Araştırmanın bir diğer sonucu olarak ilgili sektörel haberler incelendiğinde özellikle koronavirüs sırasında ve sonrasında ülkelerin almış oldukları tedbirler ve geliştirdikleri yöntemler hakkında bilgiler de elde edilmiştir. Buna göre dünyadaki ülkeler sosyal mesafe, sağlık hijyeni, güvenlik stratejileri kurallarını uygulayarak enfeksiyonu önlemeye ve alanında uzmanlaşmış onaylayıcı kuruluşlarla çalışarak iş birliği stratejilerini geliştirmiştir. Aynı zamanda otel işletmelerini kira erteleme, sübvansiyon, vergi erteleme gibi önlemlerle desteklemiştir. Bu kapsamda salgın, hizmet otomasyonu ve gelir çeşitlendirmesini de hızlandırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Otel İşletmeciliği, Kriz Yönetimi, Turizm

Abstract

The unprecedented epidemic has affected all sectors as well as the tourism sector. One of the most affected factors in the tourism sector has been hotel businesses. The purpose of this research; To evaluate the approaches of hotel businesses to the epidemic during the epidemic period. For this purpose, in this study, the news on skift.com, one of the leading travel news sites in the world, has been examined. Between March 2020 and December 2020, in the sections where news about coronavirus and tourism are published daily around the world, news about hotel businesses were analyzed by content analysis method. As a result of the research, according to the themes emerged as a result of the content analysis, travel restriction, coronavirus aid package, digital marketing, hygiene protocol, safe travel, domestic travels, short-term rental, contactless technology, new hotel designs, digital health service, congress, respectively during the epidemic period. It has been seen that concepts such as tourism, security measures, caravan and camping tourism, hotel loyalty programs take place in the international press. As another result of the research, when the related sectoral news is examined, information about the measures taken by the countries and the methods they developed especially during and after the coronavirus was obtained. Accordingly, countries around the world have developed cooperation strategies to prevent infection by applying the rules of social distance, health hygiene, safety strategies, and by working with certifying organizations specialized in their fields. At the same time, it supported hotel businesses with measures such as rent deferral, subsidy and tax deferral. In this context, the epidemic accelerated service automation and income diversification.

Key Words: Covid-19, Hotel Management, Crisis Management, Tourism

**Bu makale, 2022 yılı haziran ayında Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

* Sorumlu yazar: edausta61@hotmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2022.218

Giriş

Covid-19 dünyada ilk kez 2019 yılının aralık ayında Çin’de bir solunum enfeksiyonu olarak ortaya çıktı. 2020 yılına gelindiğinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO), bu salgını uluslararası düzeyde yayılım göstermesinden dolayı acil durum olarak beyan etti ve 2020 yılının mart ayında pandemi ilan edildi. Böylelikle salgın, tüm dünya ülkelerini etkisi altına almış bulundu. Bununla beraber küreselleşen bir dünya düzeni, ülkeler arasında salgın hastalıkların yayılmasını kolaylaştırdı (who.int, 2019). Ortaya çıkan yeni koronavirüs salgını sadece insan yaşamına değil, küresel ekonomiye de öngörülemez belirsizlikler getirdi. Dünyadaki her ülke sosyal mesafe, sağlık hijyeni stratejilerini uygulayarak enfeksiyonu önlemeye çalıştı (Manawadu ve Wijeratne, 2020). Bu nedenle turizm sektörü, koronavirüs salgınının yayılmasıyla beklenmedik bir düşüş yaşadı. Bunun sonucu olarak da tur operatörleri, seyahat acenteleri, taşıyıcılar, konaklama işletmeleri ve diğer katılımcılar turizm hizmetleri pazarında ciddi kayıplara uğradı. Böylece koronavirüs ile ilişkili bu durum, turizm sektörüne yeni bir yaklaşım getirmeyi zorunlu hale getirdi (Mugauina ve diğerleri, 2020).

Tüm sektörlerin içerisinde konaklama sektörü, yaşanan rezervasyon iptalleri ve seyahat kısıtlamalarından dolayı büyük oranda zarara uğradı. Bunu göz önünde bulunduran otel işletmeleri, müşterilerini geri kazanmak için itibar yönetimi sürecine hız verdi (Schürhoff, 2021). Salgın kısıtlamaları yönetsel süreçte, farklı iletişim becerilerinin gelişmesine ve farklı müşteri türlerinin ortaya çıkmasına neden oldu. Böylece yaşanan bu durumun, otel işletmelerine her açıdan olumsuz yansıyan bir süreç olduğu görüldü (Akpınar ve Selçuk, 2021). Bununla beraber turizm işletmeleri salgın sürecinde, özellikle kriz yönetiminde pazarlamaya yönelik farklı alternatifler sundu. Bunlara indirimli fiyat uygulamaları örnek olarak gösterilebilir. Bu nedenle müşteri sadakati ve bağlılığı kriz dönemlerinde turizm işletmelerini koruyan en önemli unsurlardan biri olarak ortaya çıktı (Acuner ve Ergin, 2022).

Kriz yönetimi bağlamında, elde edilen sonuçlara göre krizi proaktif bir yaklaşımla engellemeye çalışan ülkelerin, salgın krizini daha iyi yönettiği ortaya çıktı. Yine bu süreçte reaktif kriz yönetimi yaklaşımını tercih eden ülkelerin ise pandemi ile baş etme noktasında daha büyük krizlerle karşı karşıya kaldıkları tespit edildi (Akar, 2021). Ayrıca salgının turizm sektörü üzerindeki en büyük etkilerinin yüksek gelir ve istihdam kaybı olacağı belirlendi. Otel işletmelerinin devletten, vergi indirimi ile kısa çalışma ödeneği gibi destekler bekledikleri saptandı. Otel yöneticileri tarafından en sık yapılan önerilerin ise güvenli ülke imajına yönelik pazarlama çalışmalarının yapılması ve nitelikli işgücünün korunması olduğu tespit edildi (Karadeniz, Beyaz, Ünlübulduk ve Kayhan, 2020).

Koronavirüsün sebep olduğu gecikmeler nedeniyle işletmeleri kurtarmak için ek finansal kaynağa ihtiyaç duyulduğu ve otellerin %34ünün finans kuruluşlarına başvurduğu tespit edildi. Devletler, küçük ve orta ölçekli işletmeleri; kira erteleme, sübvansiyon, vergi erteleme gibi önlemlerle desteklemeye çalıştı (Khasaia ve Kvirtia, 2021). Beklendiği gibi oteller ve diğer konaklama sağlayıcıları, koronavirüs salgınına kontrol altına almak ve yönetmek için acil önlemler alması gerektiği (Belal, 2021). Koronavirüs sonrası dönemde, yalnızca teknolojik yeteneklere sahip oteller bu krizi atlattığı hayatta kalabileceklerini anladı (Victor ve Andy, 2020).

Salgın süreci, tüketici alışkanlıklarını ve tercihlerini etkileyerek farklı turizm türlerini öne çıkardı. İnsanların kalabalık yerlerden uzak durma eğilimi doğa turizmine ilgiyi artırdı. Kendi araçlarıyla daha yakın bölgeleri, doğayla baş başa kalacakları yerleri, konaklama açısından da küçük ve butik otelleri tercih edenlerin oranı arttı. Bu dönemde büyük otellerden ziyade butik oteller, ev turizmi, villa kiralamalar, küçük gruplarla yat turları ve karavan gibi konaklama türleri de yoğun ilgi gördü (Sigala, 2020).

Dünya çapında pek çok ekonomik kriz yaşanmasına rağmen bu denli bir kriz ilk defa yaşanmaktadır. 60 yaş üzerindeki bireylerin daha çok tehlikede olduğu bildirilse de genç/yaşlı demeden herkes hem fizyolojik hem biyolojik olarak risk altındadır (oecd.org, 2021). Salgın, hayatın her alanına etkisini göstermiş bulunmakla birlikte sosyal hayat, ekonomik hayat, ticari hayat ve toplumsal yaşam sektöre uğramıştır. Bu sayede hem toplumsal alışkanlıklarımız hem de kişisel alışkanlıklarımız değişime uğramış ve eğlence anlayışından tüketim anlayışına, eğitim hayatından spor alışkanlıklarına kadar her şey değişmiştir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı salgının otel işletmelerine yönelik etkisini analiz etmektir.

Kavramsal Çerçeve

Avrupa’da, seyahat ve turizm sektöründe, kamu ve özel kuruluşları kapsayan Avrupa Turizm Manifestosu İttifakı, salgından dolayı acil önlemlerin uygulanmasını istedi. Bunlar arasında ulusal hükümetlerden, turizm ve seyahat sektörü için geçici devlet yardımının yanı sıra Avrupa Birliği tarafından Korona Müdahale Yatırım Girişimi aracılığıyla sağlanan fonlar da vardır. Ayrıca mali kaynaklar ile likidite sıkıntısının üstesinden gelmek için kısa ve orta vadeli kredilere hızlı ve kolay erişim de yer almaktadır. Avrupa Turizm Manifestosu İttifakı

bu kapsamda Avrupa İşsizlik Reasürans Planının başlatılması için de çağrıda bulundu (Nicola ve diğerleri, 2020).

Koronavirüs salgınının başlamasının ardından Çin özel yönetim bölgesi olan Macao “korona otelleri” kurdu. Hükümetin talebi üzerine Macao'nun otel odası envanterinin %10undan fazlası karantina otelleri olarak tahsis edildi. Aynı zamanda Makao turizm kısıtlamasını yürürlüğe koyan ilk şehir oldu (Keegan, 2020). Dünyanın en yoğun nüfuslu bölgelerinden biri olan kumarhane şehri Macao'nun siyasi-idari devleti tarafından büyük ekonomik kayıplara uğraması, Macao'nun turizm politikasında marjinal değişikliklere neden oldu. Çünkü koronavirüsü kontrol etmek için hükümetler küresel olarak önlemler aldı. Bunlar sınırların ve eğlence tesislerinin kapatılması, etkinliklerin ve gösterilerin iptal edilmesi, karantina önlemleri gibi hususları içerdi. Ayrıca Makao hükümeti, her gün cep telefonu aracılığıyla “Kişisel Sağlık Beyannamesi Sertifikası” uygulaması başlattı. Bu sertifika kişisel seyahat ve sağlık verilerini içermektedir. Sertifika sayesinde kamu binaları, parklar, spor salonları, oteller ve kumarhane gibi yeniden açılan çeşitli kuruluşlara güvenli giriş sağlandı (Mccartney, 2020).

Çin’de özellikle 2020 yılının başlarında grup konaklamalarının azaldığı görüldü. Mart ve haziran ayları arasında ise grup konaklama sayıları aylık bazda arttı. Ancak bu rakamların gelire dönüşmediği göz önüne alındığında, istatistiklerin erken dönem gruplarını gösterdiği anlaşılmaktadır. Durumun tehlikeli yanını ortaya çıkaran bir diğer önemli faktör ise bireysel gecelemeledir. Salgının etkilerinin küresel olarak hissedildiği şubat ayı itibarıyla bireysel satış ve rezervasyonlar Şubat 2020'den sonra her ay bir önceki yıla göre önemli ölçüde azaldı. Bu düşüş hem geceleme sayısında hem de toplam oda gelirlerinde dikkat çekici niteliktedir (Wen ve diğerleri, 2020).

Koronavirüsün kısa vadede kriz yönetimi bağlamında işletmeleri etkilediği görülmektedir. Bu etkiler planlama, strateji ve piyasa konularını da etkilemektedir. Dolayısıyla koronavirüsün hem ulusların turizm talebinde hem de ekonomik anlamda daralmaya neden olacağı açıktır. Bu etkilerin yoğunluğu bölgesel olarak değişebilir. Çünkü salgının yoğunluğu bölgelere ve zamana göre değişkenlik gösterir (Şengel ve diğerleri, 2020).

Endonezya’da ise çalışanlar izne ayrılmaya zorlanmış ve bazılarının maaşı ödenmemiştir. Bunu önlemek için hükümet “İstihdam Kartı” programını yürürlüğe koydu. Böylece işten çıkarılan işçiler için bir tür koruma olabileceği öngörüldü. Birçok otel promosyonlar ve kampanyalar geliştirerek hayatta kalmaya çalıştı. Örneğin, Endonezya Kuzey Kuta'daki Hotel Cangu Bali, bunlardan biridir. Otel, konaklama promosyonları sunmaktadır. Ayrıca Bali, Jimbaran'da uzun süreli konaklama sağlayan Ayana Resort and Spa'da fiyatlar, 14 gün için 1.500 ABD dolarından ve bir ay için 2.500 ABD dolarından başlamak üzere sabitlenmiştir. Bu çabalar birçok otel tarafından denenmektedir (Olivia, Gibson ve Nasrudin, 2020).

İspanya hükümeti kütüphane, spor salonu gibi yerlere yeni yoğun bakım yatakları kurmuştur. Aynı zamanda doktorlar tarafından işletilen ve triyajla ilgilenen bir askeri sahra hastanesi de kurulmuştur. Sadece pnömonisi olan ve durumu ciddi olan hastalar kabul edilmektedir. Covid-19 olan pozitif hastaların çoğu, pratisyen hekimleri tarafından tedavi edilmek üzere evlerine veya hastaneye dönüştürülmüş otellere gönderildi (Arango, 2020).

Mısır'daki otel işletmelerinde, otel yöneticileri maliyetleri azaltmak için koronavirüs krizi sırasında birçok yol aradı. İlk yol olarak reklam ve promosyon yatırımlarını azaltmak üzerinde duruldu. Bu durum kriz zamanı, hükümetin mali desteği için lobcilik adımını da garanti etmektedir. Koronavirüs ile mücadele için oteller gerekli sterilizasyonları bünyesinde bulundurdu. Oteller, virüsleri tespit etmek için gereken ücretsiz cihaz ve ekipmanı, korunmak için ise eldivenler ve maskeler dahil olmak üzere ücretsiz koruyucu ekipmanı sağladı. Otel içi iş sağlığı ve güvenliği önlemleri alındı. Mısır otellerinde çalışanlar için otel tarafından sağlık sigortası takip sistemi geliştirildi (Atallah ve Mourad, 2020).

Otellerin çalışanlarına zaman ve esneklik sağlaması açısından; çalışma saatlerinin azaltılması, yarı zamanlı çalışma gibi hafta içi üç gün ve evden çalışma şeklinde düzenlendi. Bunun yanında, çalışanlara salgın önleme konusunda eğitim ve öğretim kursları düzenlendi. Bunun sonucu olarak, sürdürülebilir bir stratejinin temel alındığı görüldü. Turizm ve Otelcilik Bakanlığı için ihtiyaç performansı izlendi. Böylece çevrimiçi rezervasyon yaptırmanın, geleneksel bir otel odası rezervasyonu yönteminden daha iyi olduğu sonucuna ulaşıldı (Kozmal ve Abuzied, 2021).

Avrupa ülkelerinde ve Çin’de "şimdi öde, sonra kutla" sloganı ile indirim kuponları/fırsatları yoluyla yapılan satış promosyonları giderek daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (Mulvihill ve Beaumont, 2020). Ayrıca salgın, hizmet otomasyonu ve gelir çeşitlendirmesini de hızlandırmıştır. Özellikle temassız check-in / check-

out, dijital menüler, çevrimiçi hizmet siparişi, mobil danışma uygulamaları ve akıllı oda kontrolü gibi yeni otomatik hizmetler, hızlandırılmış bir oranda benimsenmiştir. Küçük ve orta ölçekli otellerin bir kısmının kaynakları tükenecek ve böylece daha büyük otel zincirlerinin devralması için fırsatlar sağlayacaktır. Birleşme ve satın almanın bu nedenle yakın gelecekte otel sektörünü yeniden şekillendirmesi beklenmektedir (Jiang ve Wen, 2020).

Akıllı karantina ve izleme yöntemleri, birçok ülkede virüsün yayılmasını kontrol altına almak için kullanılmıştır. Çin'de, popüler ödeme uygulamaları olarak Alipay ve WeChatPay kullanılmaktadır. Hong Kong ise karantina için izleme bileziğini faaliyete geçirmiştir. Bu izleme bileziği, tüm yeni gelen yolculara uygulanmıştır. Bir akıllı telefon uygulamasıyla eşleştirildiğinde, karantinaya alınan kişinin yerini tespit etmekle beraber ihalleri yetkililere bildirir. Sonuç olarak, sağlıklı ve risksiz yolcuları belirlemek için akıllı mobil uygulamalarından faydalanılmıştır (Strielkowski, 2020).

Salgından dolayı otellerin var olan mevcut iş uygulamalarını yeniden değerlendirmesi hem konukların hem de çalışanların sağlığını ve güvenliğini koruyan yenilikçi stratejiler geliştirmesi için somut bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. Birçok otel salgına yanıt olarak (Shin ve Kang, 2020) artan hijyen standartlarından ve sosyal mesafeyi sağlayan prosedürlerden, rezervasyon ve iptal politikalarındaki düzenlemelere kadar vb. bir dizi yeniliği uygulamaya koymuştur. Oteller, sırayla tam otomatik check-in sistemleri (mobil anahtarlar) gibi aşamalı bir şekilde güvenli ve temiz hizmet sunumu için yeni teknoloji sistemlerini benimsemiştir. Ayrıca birçok büyük otel markası zinciri (Marriott International, Hilton ve Hyatt) gelişmiş dezenfeksiyon için yeni teknolojiler kullanmaktadır veya var olan mevcut teknolojileri (temizlik robotları, elektrostatik püskürtücüler vb.) geliştirmektedir (Garcia, 2020).

Otellerin temas etkileşimlerini azaltmak ve temizlik seviyesini iyileştirmek için artan yeniliklerin, salgın zamanlarında otel rezervasyonu yaptırma üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bunlara ek olarak salgın, otellerin yeni tür olarak ortaya çıkan gelişmeleri benimsemesine neden olmuştur. Bunlar özellikle salgın sırasında otel firmaları tarafından benimsenen artan maliyet verimliliği ve insan kaynakları yönetimi ile ilgili uygulamalardır. Örneğin, bir dizi otel zinciri likiditeyi korumak için işten çıkarmalar, düşük maaşlar, izinler ve azaltılmış çalışma saatleri dahil olmak üzere maliyet azaltma önlemleri uygulamıştır. Bununla beraber oteller tarafından benimsenen stratejilerden bazıları pazarlama yenilikleri olarak tanımlanır. Bunlar otellerin marka üyelik programlarıyla ilgili uygulamaları içerir. Örneğin, Hyatt otelleri Şubat 2020'de sadık üyelerine sadakat programı çerçevesinde avantajlar sunacaklarını duyurmuştur. Bu durum oteller tarafından uygulanan yeniliklerin etkili olarak algılandığını ve otellerin güvenli bir ortam yaratma yeteneğine olan güveni artırmasının beklendiğini göstermektedir (Sharma ve diğerleri, 2021).

İnsanların fiziksel etkileşimden kaçınması gerektiğinden, hizmet robotları salgın sırasında sosyal mesafe sağlamak için yararlı bir araç olabilmektedir. Hizmet robotları turistler ve çalışanlar arasında, fiziksel ve duygusal mesafeyi artıran teknolojik bir kalkan oluşturmuştur. Turizm ve konaklama şirketlerinin sosyal bağlantı sağlamak ve fiziksel mesafenin olumsuz sonuçlarını dengelemek için robotları diğer teknolojilerle tamamlaması gerekmektedir. Oda servisi ve temizlik robotları, yiyecek/koli dağıtım robotları, otonom araçlar, teslimat droneleri ve diğer robotlar, turistler ve çalışanlar arasındaki fiziksel teması ve enfeksiyon tehdidini ortadan kaldırır. Bu nedenle turizm ve konaklama işletmeleri, turistler ve çalışanlar arasında fiziksel bir mesafe sağlamanın yollarından biri olarak robotik teknolojilere yatırım yapabilir (Seyitoğlu ve Ivanov, 2020).

Salgın, otellerin yüksek standartlarda sanitasyon, hijyen ve sosyal mesafenin korunması yoluyla konukların otele/markaya olan güvenini korumak için özellikle kat hizmetleri olmak üzere, standart çalışma prosedürlerini yeniden değerlendirmelerini gerekli kılmıştır. Önemli yeni süreçler olarak, otel odasını ayrıldıktan sonra birkaç saat boş tutmak, yüksek temas noktalarının temizlenmesi, çarşaf ve atık yönetimi, dolu odaların temizliğinin belirli sıklıkta yapılması olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum kat görevlilerinin yeni standart işletim prosedürlerine değer verdiğini ve konukları güvende tutmak için "klinik olarak temizliğin" gerekli olduğunu ortaya koymaktadır (Sharma ve Kaushik, 2021).

İsviçre otelleri de koronavirüs salgınından dolayı Mart ile Haziran 2020 arasında seyahat ve otel konaklamalarını durdurmuştur. Kriz önleme stratejilerine bakıldığında, İsviçre otellerinin resmî web sitelerinde ve Facebook sayfalarında konuklara tekrar İsviçre'de oda rezervasyonu yapmanın güvenli olduğuna dair güvence vermeye başlamıştır. Oteller, odalarının yeniden açılmasıyla ilgili olumlu mesajlar yayınlamıştır. Resmî otel web siteleri ve Facebook sayfalarında fırsatlar ve teklifler üzerinde durulurken "tekrar hoş geldiniz" sloganı ile müşterilerin ilgisi çekmeye çalışılmıştır. Buradaki temel amaç, otel mesajlarının etkili olup olmadığını ölçmektir. Otel web sitelerinde en çok bahsedilen kelimeler sırası ile "misafir" (126 kez), "otel" (81 kez), "çalışanlar" (58 kez), "güvenlik" (53 kez), "önlemler" (52 kez), "hijyen" (40 kez) ve "mesafe" (34

kez) olarak sıralanmıştır. Ayrıca İsviçre yurt dışı seyahatleri yerine yurt içi destinasyonları önermektedir. Bu da İsviçre'deki otelcilerin koronavirüs kapsamında çevrimiçi iletişimde uluslararası olmadığını göstermiştir (Zizka, Chen, Zhang ve Favre, 2021).

Koronavirüs salgınının neden olduğu ekonomik kriz karşısında, İspanya'da faaliyet gösteren oteller ve otel zincirleri hem uluslararası hem de ulusal düzeyde çok çeşitli girişimler de bulunmuştur. Genel olarak güvenlik ve sağlık güvenliği alanında uzmanlaşmış onaylayıcı kuruluşlarla iş birliği stratejileri geliştirmişlerdir. İspanyol otel grupları, müşterilerin ve çalışanlarının sağlığını korumak, tesislerde ve süreçlerde katı hijyen standartlarını uygulamak, sosyal mesafeyi teşvik etmek ve mümkün olduğunca doğrudan temastan kaçınmak gibi ortak bir hedef belirlemiştir. Dijitalleşmeyi güçlendirerek hem müşterileri hem de çalışanları Covid-19'a karşı bu önleme tedbirlerinin benimsenmesi ve bunlara uyulması için iletişim ve farkındalık programlarını üstlenmişlerdir. Madrid Otel İşletmecileri Derneği, Madrid hükümetine salgının en zorlu aşamasında bazı otelleri tıp merkezi haline getirme imkânı sunmuştur. Bu kampanyalar turistlere olan güveni yeniden kazanmayı amaçlamaktadır. Ancak bu önlemler ve kampanyalar hükümet ve otel sektörü arasında yakın iş birliği var ise başarılı olacaktır (Anton ve Almeida, 2020).

Koronavirüs salgını, otel sektörünün işletmelerini gözden geçirmesini, yenilemesini ve dönüştürmesini gerektiren uzun süreli etkilere sahiptir. Otel sektörünün salgın sırasında ve sonrasında daha dayanıklı hale gelmesine yardımcı olabilecek temel iki strateji ortaya konmuştur. Bunlardan birincisi tasarruf stratejisidir. Krize hazırlıklı olmada kullanılan en yaygın otel uygulaması yoludur. Bir salgının başlangıcında, otel grupları (Meksika'daki Posadas), yatırım riskini azaltmak için yeni projelere yatırımlarını askıya alır (Finance, 2020). İkincisi, acil durum stratejisidir. Hükümet düzenlemeleri ile (seyahat tavsiyesi ve seyahat yasağı, sınırların kapatılması, sağlık ve güvenlik yönergeleri) otellerde hem talep hem de günlük prosedürler belirlenir (Dhungana ve Magar, 2020).

Mısır'daki 5 yıldızlı otellerin salgın sırasında uyguladığı prosedürlere bakıldığında, gerçeklik ve beklenti arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre, otellere sağlık sertifikası verilmesine onay verilmiş, hükümet tarafından her otelin yapması gereken bir zorunluluk olarak ilan edilmiştir. Ayrıca, ilgili düzenlemelerle otellerde faaliyet gösteren restoranlar gözden geçirilmiş, büfe servisi tamamen yasaklanmış onun yerine önceden belirlenmiş menülere dayanarak yemekler hazırlanmış ve yemek masaları arasında sosyal mesafeye uyum gösterilmiştir (Rady ve Atia, 2020).

Orta ve küçük ölçekli işletmeler, sağlık önlemleri üzerinde doğrudan kontrole sahipken, büyük otel zincirleri daha sistematik ve standartlaştırılmış sağlık kontrolüne sahiptir. Bu nedenle, orta ve küçük ölçekli konaklama işletmeleri, tüketicilerin güvenini kazanmak için standartlaştırılmış önlemleri benimsemelidir. Tayland Turizm Otoritesi ve Turizm ve Spor Bakanlığı hem Taylandlı hem de yabancı turistlerin güvenini kazanmak için turizmde halk sağlığı standardını yüksek hizmet kalitesiyle birleştirmiştir. Ayrıca tedbirlere ilişkin teknolojik benimseme gibi enfeksiyonun kontrol altına alınması ve sağlık güvenliği kontrolünün etkinliğinin artırılması için uygulamalar başlatmıştır. Bu önlemler nedeniyle, tüm orta ve küçük otel ve tatil köyü girişimcileri, sağlık güvenliği standardizasyonundaki tüm yeni teknolojik gelişmelere uyum sağlamalıdır (Anant, 2021).

Tayland ekonomisi, yabancı turistlerin yıldan yıla artmasıyla büyük ölçüde turizm sektörüne bağımlıdır. Koronavirüs ile ilgili yapılan çalışmanın sonuçları doğrultusunda, yönetici algısının iyi eğitilmiş personel, strateji ve krizle mücadele planlamasının, kriz yönetiminde önemli bir rol oynadığını göstermiştir (Pandey, Phasook, Swangsak ve Rodhirun, 2021). Covid-19'un hemen hemen her sektör üzerinde bir yayılma etkisi vardır. İyileşme için kriz yönetimi stratejisi restorasyonla ilgilidir. Bu nedenle turizm sektörünün paydaşları etkin turizm planlamasına odaklanmak, uluslararası araçlarla ağ kurmak, varış noktasında emniyet ve güvenliğin sağlanması, uygun medya yönetimi konuları üzerinde durmalıdır (Costa, 2020).

Koronavirüs salgını, birçok otel şirketini çevrimiçi seyahat acentesi komisyonları olmadan rezervasyonlar yapmak için daha istekli hale getirmiştir. Fiyat karşılaştırma web siteleri, bu tür rezervasyonların önemli bir kaynağıdır ve küçük otel işletmecilerinin arama markalarında reklam satın alımlarını artırmalarını kolaylaştırmıştır. Arama sırasında reklam vermek, büyük otel grupları için uzun süredir devam eden en iyi uygulamadır. Bu reklamlar genellikle çevrimiçi seyahat acentelerine komisyon ödemekten daha az maliyetlidir. En iyi ve bilinen arama markaları arasında GoogleTravel, Tripadvisor, Kayak, Skyscanner, Trivago, Wego ve Qunar bulunur (Neill, 2020).

Seyahat ve turizm sektörü, salgından önemli ölçüde etkilenmiş olsa da dünya çapında yurt içi seyahatlerde son derece etkili olmuştur. Seyahat kısıtlamaları ve sosyal mesafe döneminde gezginler, kalabalık şehir merkezlerinin dışında daha uzak yerler aradıklarından daha küçük destinasyonlar göreceli olarak ön plana

çıkıştır. Airbnb uygulamasındaki uzun süreli konaklamalara bakıldığında en az 28 gecelik konaklamalar olduğu saptanmıştır. Airbnb şirketi, salgın sürecinde “yerel gibi yaşama” ideolojisini ve ruhunu kaybetmeden yeni gelir akışlarına açılmıştır. Ayrıca şirket Airbnb'nin yalnızca bir ev paylaşım sitesi olmayacağı şeklinde yaşam tarzını benimseme ilkesinden yola çıktıklarını belirtmektedir. Böylece kısa vadeli ev kiralama Airbnb'nin ana gelir kaynağı olmaya devam etmektedir. Örneğin, yemek pişirme dersleri gibi deneyimsel rezervasyonlar, yerel halkın yanı sıra dünyanın diğer tarafındaki farklı bir kültürü keşfetmek isteyenler arasında tercih sebebi olmuştur. Özellikle Y kuşağı gezginleri bu tür tatil konaklama teklifine daha fazla rağbet göstermiştir (Leslie, 2020).

Yöntem

Koronavirüs salgınının ortaya çıkması ve dünyada hızla yayılması, gezginlerin tatile çıkmadan önce konaklayacakları yerler hakkında güncel ve güvenilir bilgilere ihtiyaç duymalarını gerekli kılmıştır. Bu durum sektördeki belirsizliği arttırmıştır (unwto.org, 2020). Koronavirüs sonrası değişmesi öngörülen konaklama sektöründeki hizmet anlayışı ve seyahat alışkanlıkları yeniden tasarlanacaktır (cepal.org, 2020). Covid-19'un turizm sektöründe ulusal sisteme olası etkileri ve pandemi sonrası dönemde tüm dünyada otel işletmelerinde “yeni normal” zamana uyum sağlayabilmesi adına salgına yönelik yaklaşımların değerlendirilmesini içermektedir.

Koronavirüs salgınının otel işletmelerine etkisini belirlemek için nitel araştırma desenlerinden durum deseni yaklaşımı benimsenmiştir. Çünkü durum çalışması, sistemin nasıl işlediği ve çalıştığı hakkında sistematik bilgi toplamak için çoklu veri toplama kullanılarak o sistemin derinlemesine incelenmesini içeren metodolojik bir yaklaşımı içermektedir (Chmiliar, 2010). Nitel durum çalışmasının en temel özelliği bir ya da birkaç durumun derinliğine araştırılmasıdır. Diğer bir ifadeyle bir duruma ilişkin etkenler (ortam, bireyler, olaylar, süreçler, vb.) bütüncül bir yaklaşımla araştırılır ve ilgili durumu nasıl etkiledikleri ve ilgili durumdan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesi kullanılmıştır. Çünkü doküman incelemesi, belli bir amaca dönük olarak kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemlerini kapsamaktadır (Karasar, 2005). Diğer bir deyişle, araştırma konusu hakkında diğer kişi ya da yaratılmış çeşitli yazı, belge, yapım veya kalıntının toplanması ve incelenmesi doküman analizi olarak kabul edilmektedir (Seyitoğlu, 2016). Verilerin analizinde ise içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda kodlamanın yapılması, ortak kategorilerin ortaya çıkarılması, verilerin ana kategori ve alt kategori olarak ayrılması, verilerin yorumlanması ve son olarak verilerin değerlendirilmesi olarak 5 aşamadan oluşmuştur.

İnsanlık, tarih boyunca birçok salgın hastalıklarla karşı karşıya kalmıştır. Milyonların ölümüne neden olan bu salgın hastalıklar, insanlık tarihinin en zor koşulları altında gerçekleşmiştir. Salgının yarattığı kaygı, korku, bunalım gerek bireyleri gerek sektörleri ve işletmeleri tedirgin ederek psikolojik, sosyolojik ve ekonomik etkileri gün geçtikçe daha fazla hissedilir hale gelmiştir. Özellikle bireysel ve toplumsal düzeyde yaşanan sosyolojik ve psikolojik sorunlarla işletmelerin karşılaştığı ekonomik sıkıntılar ve bunun insanlara yansımaları salgının etkilerini arttırmıştır (Barua, 2020). Salgın artık her ülke için tehdit unsuru oluşturmaya başlamıştır.

Araştırmanın amacı salgının otel işletmelerine etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda basında yer alan haberler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Bu çalışma ile salgının ilk evreleri sayılabilecek dönemde (Mart-Aralık 2020) otel işletmelerinin salgına yönelik aldığı kararlar, salgından hangi konularda etkilendikleri ve salgının otel işletmelerinin iş yapış biçimlerine etkisi gibi konuların ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Bu amaca bağlı olarak çalışmanın araştırma soruları ise şunlardır;

- Salgın dönemi otel işletmelerini en çok etkileyen unsurlar nelerdir?
- Salgın dönemi otel işletmeleri pazarlama yaklaşımları neler olmuştur?
- Salgın dönemi otel işletmelerine yönelik hangi konularda destek olunmuştur?

Bu çalışmada kullanılan veriler skift.com/coronavirüs adresindeki seyahat haber sektörüne ait verilerdir. Skift, Ocak 2020 tarihinden itibaren turizm sektörünü ilgilendiren salgın odaklı haberleri günlük olarak yayınlamaya başlamıştır. Bu çalışmada ise 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi ilan edilmesine bağlı olarak mart ayından itibaren yayımlanan haberler kapsama dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan veriler neticesinde temalar oluşturulmuştur. Ayrıca makale çalışması sürecinde bireylerden herhangi bir veri toplama işlemi gerçekleştirilmediği için etik kurul raporu eklenmemiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamına dahil edilen uluslararası haberler incelendiğinde yayınların bazı kategorilerde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kapsamda içerik analizi neticesinde oluşturulan temalara göre dağılımlarına Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Haberlerin İçeriklerine İlişkin Temalar

Temalar	f	%
Seyahat kısıtlaması	48	21,71
Koronavirüs yardım paketi	29	13,12
Dijital pazarlama	24	10,85
Hijyen protokolü	20	9,04
Güvenli seyahat	19	8,59
Yurt içi seyahatler	17	7,69
Kısa vadeli kiralama	12	5,42
Temassız teknoloji	12	5,42
Yeni otel tasarımları	11	4,97
Dijital sağlık hizmeti	9	4,07
Kongre turizmi	6	2,71
Güvenlik önlemleri	5	2,26
Karavan ve kamp turizmi	5	2,26
Otel sadakat programları	5	2,26
Toplam	222	100,45

Tablo 1’e göre, haber sektörüne ait oluşturulan içeriklerin sırasıyla seyahat kısıtlaması, koronavirüs yardım paketi, dijital pazarlama, hijyen protokolü, güvenli seyahat teması altında yer aldığı görülmektedir. En az oluşturulan içeriklerin ise güvenlik önlemleri, karavan ve kamp turizmi, otel sadakat programları, kongre turizmi temalarından oluştuğu ortaya çıkmaktadır.

Seyahat Kısıtlaması

Salgın döneminde turizmi engelleyen en önemli etmenlerden birisi seyahat kısıtlaması olmuştur. Salgın döneminde ulusal ve uluslararası tüm ülkeler seyahat kısıtlamaları getirmiştir. Örneğin, “Hyatt otelleri CEO’su ikinci virüs dalgasının otel sektörünün devam eden iyileşmesini engelleyeceğini söyledi” başlıklı haberde, Avrupa’da vaka artışından kaynaklanan yeni bir seyahat kısıtlamaları dalgasının geleceğini belirtmiştir (Sean, 2020).

Salgın döneminde belirsizlik yasayan seyahat talebi sonucunda, insanlar tatil planlarını askıya almak zorunda kalmışlardır. “Asya, artan vaka sayısı karşısında yeni koronavirüs seyahat kısıtlamalarını uyguladı” başlıklı haberde Hong Kong Disneyland’ın tema parkı geçici olarak kapatılmıştır (Packham ve Tajitsu, 2020). Bu durum parklar ve tatil köyleri kategorisinde düşüş yaşandığına işaret etmektedir.

Bir başka seyahat kısıtlaması önlemi olarak, Avustralya hükümeti gece mekanlarını kısıtlamıştır (Murphy, 2020). Florida’da kısıtlamalara uyulması için polis kontrolü gibi güvenlik tedbirleri aldığı haberlere yansımıştır. “Hyatt otel raporlarının ikinci çeyrek 2020 sonuçları: Salgın durumunda olursa da Çin iyileşmeye öncülük etmeye devam ediyor” başlıklı haberde karantina önlemleri, seyahat kısıtlamaları ve alınan önlemlerden bahsedilmiştir (Hyatt, 2020). Yine bir başka önlem olarak “İrlanda, incelemeler sonucunda yabancı yolculara karantina uygulamasını değerlendiriyor” başlıklı haberde havayolları ve feribot operatörlerinden veri toplayan elektronik bir sisteme geçildiği vurgulanmıştır (Halpin, 2020).

“New York’un otel sorunları ve koronavirüs” başlıklı haberde New York pazarının 2019 performans seviyelerine dönmesinin 2024 yılına kadar süreceği belirtilmiştir (Cameron, 2020). Bir diğer “ABD aylarca yabancı ziyaretçileri kabul etmeyebilir” başlıklı haberde ABD hükümetinin, mart ayında uluslararası seyahati durdurduğu ve yurt dışındaki çoğu ABD konsolosluğundaki rutin vize hizmetlerinin de bu süreçte askıya alındığı belirtilmiştir (Hesson, Holland ve Shepardson, 2020).

Koronavirüs Yardım Paketi

Salgının konaklama işletmelerine verdiği zararı en aza indirmek için hükümetler kendi ülkelerine yönelik çeşitli koronavirüs yardım paketleri hazırlamışlardır. Örneğin, “2 trilyon dolarlık ABD teşvik paketinin

seyahat işletmeleri için anlamı” başlıklı haberde, her türlü işletme için hak talebinde bulunma imkânı tanındığı ifade edilmiştir (Sumers, 2020). “ABD’de havayolları ve oteller yeni 900 milyar dolarlık yardım paketi alacak” başlıklı haberde ise işsizliği önlemek için Maaş Çeki Koruma Programının başlatıldığı belirtilmiştir (Sperance ve Russell, 2020). Yine benzer haberlerde çalışan tutma vergi kredisi, teşvik politikaları, ipotek borcu taşıyan otel sahiplerinin borçlarına yardımcı olmak için alınacak önlemler ve Koronavirüs Yardım, Kurtarma ve Ekonomik Güvenlik Yasası (CARES) türünde yardım paketleri hazırlanmıştır (Pollard, 2020). “ABD otelleri kongreden sektöre özgü yardım fonu için bekliyor” başlıklı haberde oteller için mali yardım gerektiğinden bahsedilmiştir (Lowry, 2020). Bunlar için çeşitli önlemler alınmıştır. Örneğin, “Las Vegas sözleşmelerin olmadığı bir yıl dayanabilecek mi?” başlıklı haberde sadece otellere değil eğlence sektörüne de yardım yapılacağından bahsedilmiştir (Yu, 2020). Bu kapsamda Las Vegas'da çıkmazın içinde görünen kumarhaneler için de yardım paketi başlatılmıştır.

“ABD otel grubu Washington DC’yi yaz sonrası konusunda uyardı” başlıklı haberde ise ABD’de %40 oranında işsizliğin arttığı belirtilmiştir (Sean, 2020). Bununla beraber seyahat sektöründe iyileşme için federal yardım gereksinimi ortaya çıkmıştır. Benzer bir haberde ise “Fransa turizm sektörüne 19 milyar dolarlık kurtarma paketi başlattı” başlıklı haberde Fransa turizm sektörünü desteklemek için 18 milyar Euro (19 milyar dolar) değerinde önlemler açıklamıştır (Rose, 2020). Bununla beraber hükümetin önceliğinin iflasları, işten çıkarmaları önlemek olduğunu ve turizm otelcilik, lokanta sektöründe hibe almak için yıl sonuna kadar bir dayanışma fonundan yararlanılabileceği belirtilmiştir.

Koronavirüs yardım paketi kapsamında “Hotelbeds uygulamasında kriz sonrası dünyada neler olacak” başlıklı haberinde de Hotelbeds yaklaşık 435 milyon dolar (400 milyon Euro) kredi desteği almak zorunda kalmıştır (Borko, 2020).

Dijital Pazarlama

Ürün veya hizmetlerin elektronik ortamda tanıtılmasını sağlayan pazarlama bileşenidir. Salgın sırasında en çok tercih edilen pazarlama türlerinden biri dijital pazarlama olmuştur. Çünkü insanların eve hapsedikleri bir süreçte sosyal medya aracılığıyla dışarıya çıktıkları görülmüştür. Bu durumda teknolojinin ilerlemesinden kaynaklı olarak insanlar dijital dünyaya ilgi duymaya başlamıştır. Birçok otel web sitesini değiştirmiş veya birtakım yenilikler eklemiştir. Örneğin, “Lüks bir Avustralyalı otel grubu her şeyi yeniden tasarlamak için krizi nasıl kullandı?” başlıklı haberde “Hotel View Sydney’in” web sitesini ve e-posta pazarlama sistemini gözden geçirmesini ve otelin ön büro personellerinin konuk e-postalarını isteme alışkanlığı kazanmasını vurgulamıştır (Sperance ve Neills, 2020). Bu bağlamda otel işletmelerinin salgın döneminde dijital pazarlama olanaklarını daha çok dikkate aldıkları ve doğrudan pazarlamaya yönelik girişimleri artırmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.

“İsrail, kriz sırasında otellere çevrim içi rezervasyonlarda nasıl yardımcı olmak istiyor?” başlıklı haberde ise “Splitty” adında dijital pazarlamaya yön veren bir mobil uygulama geliştirildiği ve bu uygulama ile çevrimiçi seyahat hizmetlerinde etkileşim oranının arttığı ifade edilmiştir (Dawes, 2020). Benzer şekilde “Canlı yayınlar Avrupa’yı Çin’in gelecekte ki gezginlerine bağlıyor” başlıklı haberde ise “Fliggy” isminde Çinli mobil uygulama geliştirildiği ve bu kapsamda salgın sürecinde dijital seyahatin önem kazandığı belirtilmiştir (Whiddington, 2020). Böylelikle salgın sürecinde dijital seyahat önem kazanmış ve insanlarda salgın döneminde çevrim içi yeni yerler keşfetme isteği artmıştır.

“Sanal gerçeklik uygulaması, Asya’ya kriz sırasında eğitim desteği veriyor” başlıklı haberde de sanal gerçeklik uygulamalarıyla personellerin eğitim sürecine katkı sağlanmış ve salgın döneminde alınacak tedbirler için hızlı adımlar atılmasına yardımcı olmuştur (Pholsena, 2020).

Hijyen Protokolü

Otel işletmeleri müşterilerin güvenini kazanmak için hijyen ile ilgili birçok yeni prosedür geliştirmiştir. Örneğin, “Etkili olan sağlık protokollerinden birisi hijyen” başlıklı haberde, Hilton otellerinin artırılmış bir sağlık ve temizlik protokolünü bünyelerine ekledikleri görülmüştür (Barrie, 2020). Bu kapsamda, odalar temizlendikten sonra her misafir odası kapısına hijyen etiketi yapıştırılmıştır. Bir başka hijyen protokolüne örnek ise “Singapur’da hostellerin sonu mu?” başlıklı haber de hostellerin geleceğinden bahsedilmiştir (Hamdi, 2020). Singapur hükümeti pansiyonlara, ranzaları değiştirmelerini zorunlu kılmak gibi katı önlemler getirmiştir. Ayrıca Singapur da ki otellerde hijyen için "SG Clean" damgası geliştirilmiştir.

Ev paylaşım sitelerinde de benzer uygulamalar dikkat çekmiştir. Örneğin, “Airbnb, konaklamalarına 72 saat beklemeyi dahil edecek ve ev sahipleri için temizlik planını başlatacak” başlıklı haberde 72 saat sonra

başlanacak oda temizliğinden söz edilmiştir (Schaal, 2020). Bir diğer ifadeyle odanın havalandırılması için 72 saat sonra temizlik yapılacaktır.

Güvenli Seyahat

Salgın tehdidinin yaşandığı bir dünyada tüm turistler seyahat edecekleri yerlerin güvenli olmasına dikkat eder. Örneğin, “Birleşik Arap Emirlikleri ziyaretçileri çekmeye devam ediyor. Son Skift toparlanma endeksi” başlıklı haberde BAE’nin birçok ülke tarafından güvenli seyahat listesine eklenmesiyle, BAE’de uluslararası turizmde artış görülmüştür (Geerts, 2020).

Salgın sürecinde güvenli seyahat adına birçok adım atılmıştır. Örneğin, “Las Vegas, vakalar artarken yeni koronavirüs kısıtlamalarına giriyor” başlıklı seyahat haberinde sosyal mesafe %50’den %25’e düşürülmüştür (Gorman, 2020). Özel toplantılar 10 kişi ile sınırlandırılmıştır. Bir başka haberde “Seyahat sektörünün koronavirüs ile mücadelesinde havalandırma konusuna dikkat çekilmeli” başlığında ise salgın sürecinde havalandırmanın öneminden bahsedilmiştir (Rosie, 2020). Hava filtreleme sistemlerinin iyileştirilmesi bu dönemde dikkat edilmesi gereken unsurların başında gelmiştir.

Güvenli seyahat tedbirleri yaz aylarına da birtakım yenilikler getirilmesine neden olmuştur. Örneğin, “İtalya’nın plajları, elektronik etiketleme ile yeniden açılacak” başlıklı haberde, İtalya’da plajlarda şemsiyeler birbirinden uzak olacak ve elektronik etiketleme sistemi kullanılacaktır (Antonio, Piovaccari ve Jewkes, 2020). Benzer şekilde bu uygulamalar tüm plajlarda uygulanmıştır.

Yurt İçi Seyahatler

Salgın sürecinde seyahat kısıtlamalarının yaşanması insanları yurt içi seyahatlere yöneltmiştir. Örneğin, “Arabayla seyahat etmek, otel seçimleri için kar sağlıyor” başlıklı haberde arabayla ulaşım ve eğlence yerlerine yakın olan otellere, açık hava odaklı destinasyonlara talep arttığı görülmüştür (Rafat, 2020). “En iyi oteller, yakın oturan gezginlerden gelir artışı görüyor” başlıklı haberde ise otoyol çıkışına yakın yerler tercih sebebi olmuştur (Sophie, 2020). Bir diğer ifadeyle arabayla gidilebilecek destinasyonlarda artış görülmüştür.

“Asya-Pasifik otel işletmelerinin iyileştirilmesi” başlıklı haberde Asya-Pasifik otel işletmesinin iyileştirilmesi kapsamında ülke içi seyahati teşvik etmiştir (Salonu, 2020). “Tayland güven temalı turizm pazarlama kampanyası başlatacak” başlıklı haberde hükümet, temmuzdan ekime kadar iç turizmi teşvik etmek için bir teşvik paketi hazırlamıştır (Setboonsarng, 2020). Bir diğer haberde “Küresel anlamda otelcilerin Çin’deki otel iyileştirme programından öğrenmesi gerekenler var” başlıklı haberde ABD ve Çin, koronavirüs kapanmalarının ardından benzer otel kurtarma yollarını izlediği görülmüştür (Bhutia, 2020). Bu kapsamda yapılan kampanyalarla yurt içi seyahat teşvik edilmiştir.

“Booking Holdings, salgının yol açtığı değişen yolcu davranışının ilk tepkilerini görüyor” başlıklı haber içeriğinde yurt içi rezervasyonlarda artış olduğu görülmüştür (Seth, 2020). Salgın sürecinde yurt dışında yaşanan belirsizlik insanları kendi yörelerinde seyahat etmeye yöneltmiştir.

Kısa Vadeli Kiralama

Salgın sırasında insanların uzun süreli seyahatten kaçınma arzuları kısa vadeli kiralama fırsatı sunan uygulamalara yöneltti. Öyle ki birçok otel markası kısa vadeli kiralama sunan pazarlara açıldı. Örneğin, “Marriott’un CEO’su, ev paylaşımı konusuna odaklanılmalı” başlıklı haberde lüks evler sunan paylaşım sitelerinden ve kaliteli ev kiralama hizmetinden bahsedilmiştir (Jordan, 2020). Diğer bir deyişle salgın döneminde ev paylaşım sitelerine olan talep artmıştır.

Bir başka “Airbnb halka arz ve başarıya rağmen ruhunu kaybetmeyecek” başlıklı haberde yeni nesil ev otelciliği olan Airbnb’nin alternatif konaklama platformu olarak karşımıza çıktığından bahsedilmiştir (Gover, 2020). Özellikle Airbnb kullanımı Y kuşağı gezginleri arasında daha fazladır. Çünkü Y kuşağı olarak adlandırılan gezginler bilinen tatil yapmanın dışında deneysel alternatifleri tercih etmeyi severler.

Salgın döneminde Airbnb platformu konuklarının yanında olmuştur. Örneğin, “Airbnb, koronavirüs iptallerinin maliyetini kısmen karşılamak için ev sahiplerine 250 milyon dolar ödeyecek” başlıklı haberinde, Airbnb 14 Mart-31 Mayıs 2020 tarihleri arasında iptal politikaları aracılığıyla alacaklarının dörtte birini ödemiştir (Shankman, 2020). Bu hareket ev kiralama hizmeti sunan platformlara olan güveni artırmıştır.

Yine bir başka “Yurt içi seyahat ve uzun süreli kalmalar pandemi döneminde Airbnb’yi nasıl kurtardı?” başlıklı haberde salgın döneminde yurtiçi seyahatlerde Airbnb de artış görülmüştür (Ali, 2020). Ayrıca küçük destinasyonlar kalabalık yerlerden daha fazla talep almıştır.

“Kısa vadeli kiralama platformu RedAwning yeniden yapılandırılıyor ve böylece rezervasyonlar yükseliyor” başlıklı haberde kısa vadeli kiralama platformu RedAwning için sadece kısa süreli kiralama değil aynı zamanda fiyat optimizasyonu, web sitesi oluşturma gibi hizmetler içinde bilgi vermektedir (Demony, 2020).

Temassız Teknoloji

Teknolojinin gelişmesiyle hayatımızın her alanına temassız teknoloji girmiştir. Salgın döneminde otelcilikte temassız teknoloji kullanımı artırılmıştır. Örneğin, “Yeni rapor: 2021 için beş temassız otel teknolojisi trendi” başlıklı haberde salgın sonrasında temassız teknolojiye sahip otellerin insanlar tarafından tercih edileceğini ortaya koymuştur (Zingle, 2020). Çünkü yapay zekâ ve mobil uygulamaların gelişmiş olması koronavirüsün var olduğu bir dünyada tercih edilme sebebi olmuştur. Örneğin, “Four Seasons otellerinde pandemi” başlıklı haberde, Four Seasons grubunun temassız check/in ve check/out özelliklerine geçtiğinden söz edilmiştir (Thornell, 2020).

“Salgının ardından teknoloji odaklı yeniden buluş için Las Vegas olgunlaşması: MGM Exec” başlıklı haberde ise dijitalleşme ve hibrit modellerin kullanılacağından bahsedilmiştir (Spinks, 2020). Bir diğer ifadeyle, dijital oda anahtar teknolojisi, Nest Hub teknolojisi gibi temassız otelcilik işlemleri işlevsellik kazanacaktır. Bir başka örnekte, “Temassız teknoloji, seyahat sırasında gelecek vaat ediyor” başlıklı haberde de yüz tanıma gibi biyometrik teknolojiyi hayatımıza kazandıracaklardır (Nordic, 2020). Ayrıca QR kodu kullanarak görülebilen menülerden yararlanılacaktır.

“Hilton CEO'su otellerin geri dönüşü temassız teknik özelliklerin ne kadar hızlı sunulduğuna bağlı olacak” başlıklı haberinde, Hilton Honors mobil uygulamasından yararlanılacağını dile getirmiştir (Doma, 2020). Benzer “Büyüyen sosyal uzaklaşma normları sayesinde Asya otelleri otomasyona alınıyor” başlıklı haberde de robotlar kullanılacaktır (Liang, 2020). Check-in kiosku otomatik olarak çevrimiçi rezervasyon kanallarına bağlanacaktır.

Yeni Otel Tasarımları

Yeni inşa edilecek oteller, yeni otel tasarımlarından faydalanacaktır. Koronavirüs döneminde birçok yeni otel tasarımları sunulmuştur. Örneğin, “Covid-19 sonrası güvenli konukseverlik için 3 yeni tasarım konsepti” başlıklı haberde yeni otel tasarımları için hibrit yapı tasarımı / modüler yapı tasarımı ve endüstriyel otel tasarımı önerilmiştir (Nagy, 2020).

“IHG ABD'de lüks Voco marka genişlemesiyle önde” başlıklı haberde lüks yaşam tarzına hitap eden oteller tanıtılmıştır (Cohen, 2020). Benzer “Asya'daki oteller yenileme tasarımlarını Covid-19 sonrası dünyaya uygun şekilde yapıyor” başlıklı haberde izolasyon tekniği ve daha geniş mekânsal düzenler önerilmiştir (Tagaris, 2020).

Dijital Sağlık Hizmeti

Hastaların tanı ve tedavisinde, hasta olmayan bireylerin sağlık ve risk durumlarını takip etmede, toplum sağlığını denetlemede ve iyileştirilmesinde bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasıdır. Salgın döneminde dijital sağlık hizmetleri bilinirlik kazanmıştır. Örneğin, “Oprah destekli sağlık hizmetleri şirketi, otel endüstrisinin güvenlik standardı olma yolunda” başlıklı haberde otel işletmeleri için dijital sağlık hizmetine geçildiğinin sinyalini vermiştir (Freifeld, 2020). Buradaki amaç sağlıklı yaşam platformu oluşturarak müşterilerin güvenini kazanmaktır.

Sağlıklı yaşam platformu oluşturulurken farklı turizm türleri de öne çıkmıştır. Örneğin, “Seyahat ve ağırlamada en büyük yenilikçiler: Covid-19 sürümü” başlıklı seyahat haberinde, Four Seasons zincir otellerinin, sağlıklı yaşam için program içerikleri ürettikleri görülmüştür (Nagy, 2020). Bu da detoks turizmi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine bir başka örnekte “Salgının ardından sağlık turizminde yeni modellerin ortaya çıktığını göreceğiz” başlıklı haberde detoks kamplarının ön plana çıkmasıyla birlikte spor, beslenme ve farkındalığa daha fazla önem verilmiştir (Matthew, 2020).

Dijital sağlık hizmetleri kapsamında insanlar yeşil seyahatlere de yönelmiştir. Örneğin, “Salgında, seyahat endüstrisi yeşil çabalardan sorumlu tutuluyor” başlıklı haberde insanların yeşil sertifikaya sahip olan otelleri tercih ettikleri gözlenmiştir (Parsons, 2020). İnsanlar salgın döneminde çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğe önem veren sorumlu seyahat uygulamalarına dikkat etmişlerdir.

Salgın sürecinde otel işletmeleri yiyecek ve içecek bölümlerine de ayrı özen göstermiştir. Örneğin, “Tayland'ın sosyal girişimleri, kriz altındaki küçük turizm işletmelerine yardımcı oluyor” başlıklı haberinde kapanan otellerin iş yapmaması durumunun önüne geçilmesi için atıştırmalıklardan pirince kadar ürünler satılması ve

yemek dağıtım hizmetlerini uzun vadeli iş planlarının bir parçası haline gelmesi sağlanmıştır (Wongsamuth, 2020).

Kongre Turizmi

Salgın dönemi en çok azalan turizm çeşidi olmuştur. Salgın sürecinde grup iş toplantılarını canlandırmak ve misafir güvenini kazanmak için önlemler alınmıştır. Örneğin, “Omni, salgındaki düşüşe rağmen konvansiyonel otellere bağlı kaldı” başlıklı haberinde ofis ayak izini azaltmak için iş seyahatlerine ağırlık vermiştir (Samantha, 2020).

Kongre seyahatleri sayesinde otelden çalışma fırsatı bulunması oteller için alternatif gelir kaynakları oluşturmuştur. Örneğin, “Las Vegas Resorts sözleşmelerin olmadığı 4. ayın ortasında yeni stratejilere adım atıyor” başlıklı haberde otelden çalışma isteğinin iş seyahatlerini artırmada yeni stratejilere odaklandığını ortaya koymuştur (Sperance, 2020).

Güvenlik Önlemleri

Güvenlik önlemleri çerçevesinde salgından dolayı yaşanan belirsizlik nedeniyle otel sahiplerinin yatırımlar yapmaması, otel yatırımlarının askıya alınmasına sebep olmuştur. Mevcut otellerde ise yeni güvenlik önlemleri geliştirilmiştir. Bunlar arasında örneğin, “MGM Resorts, Las Vegas için haziran başında yeniden açılma planları yapıyor” başlıklı haberinde misafirleri fazla yaklaşmamaları gereken yerlerden korumak için plastik cam bariyerler kurulmuştur (Bernstein, 2020).

Önlemler kapsamında otel işletmelerinde değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle restoran ve kafeler de masalar 1,5 metre aralıklı mesafelerle düzenlenmiştir. Bir başka örnekte, “Belçika sınır ötesi aile ziyaretlerini yeniden başlatıyor” başlıklı haberde karşımıza çıkmıştır (Abnett, 2020). Kafelerde her masa için bir müşteri iletişim bilgilerinin alınması istenmiştir.

Karavan ve Kamp Turizmi

Salgının verdiği tehdit ile karavan ve kamp turizminde artış görülmüştür. Örneğin, “Karavanlar ve açık yol, her yerden yeni bir çalışmaya ilham veriyor” başlıklı haberde karavan kullanımının salgın döneminde en çok tercih edilen turizm türlerinden biri olduğu gözlenmiştir (Parsons, 2020).

Sadece tatil için değil iş turizmi içinde karavan kullanımı önem kazanmıştır. Örneğin, “Yeni yaklaşımlarla uzaktan çalışanlar için izolasyonla mücadele” başlıklı haberde "kampüs" tarzı molalar şeklinde mobil ofisler yeni trend olarak piyasaya sürülmüştür (Serbest, 2020). Bu sayede insanlar belirli bir ofiste çalışmak yerine doğada veya kendilerinin istedikleri herhangi bir yerde çalışma fırsatı yakalamış olacaktır.

Salgın sürecinde Amerikalılar tarafından en çok ziyaret edilen yerler milli parklar olmuştur. Örneğin, “Amerikalılar yaz tatilleri için ulusal parklara akın etti” başlıklı haberde, insanlar kamp alanları ve karavanları tercih etmişlerdir (Wang, 2020). Bunun sonucunda lüks çadırı konaklama ortaya çıktı. Örneğin, “Butik otelci Hoxton çadır kamp alanı sunarak sosyal uzaklaşmayı sağladı” başlıklı haberde sosyal mesafenin öneminin insanları çadır ve kamp alanlarına yönelttiğini ortaya koymuştur (Carley, 2020).

Otel Sadakat Programı

Müşterileri alışveriş yapmaya, ürünlerini ve hizmetlerini kullanmaya teşvik etmek için markalar tarafından tercih edilen pazarlama stratejisidir. Salgın döneminde insanları konaklamaya teşvik etmek için otel sadakat programları yenilenmiş veya daha fazla geliştirilmiştir. Örneğin, “Marriott evden çalışma yerine ofiste çalışma seçenekleri sunuyor” başlıklı haberde Marriott’da ofis alternatifleri ön plana çıkmıştır (Hilaire, 2020). Bununla beraber Marriott grubu devamlı misafirleri için Bonvoy üyeliği avantajlarını artırmıştır.

Benzer “Marriott’un pandemi sonrası başucu kitabında neler olmalı?” başlıklı haberde Marriott grubunun, rezervasyonları artırmak için birkaç yeni sadakat teşviki sunacak olması değerlendirilmiştir (Kremins, 2020). Marriott, Bonvoy üyelerine yüksek olmayan fiyatlar sunacak ve her üye için Elite sadakat statüsü fırsatlarını artırmayı planlamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada koronavirüs salgınının otel işletmelerine olan etkileri değerlendirilmiştir. Otelcilik sektörü dinamik yapısı itibarıyla her zamankinden daha hızlı değişmektedir. Koronavirüs salgını döneminde otel işletmelerinin nasıl bir yol izledikleri araştırılmıştır. Bu kapsamda koronavirüsün dünyada, otel işletmelerine

olan etkilerini değerlendirmek için önde gelen seyahat sitelerinden biri olan skift.com da yer alan haberler değerlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre ilgili seyahat sektörleri hakkında bilgi veren haberler incelendiğinde özellikle koronavirüs sırasında ve sonrasında her bir ülkenin kendine özgü yapmış olduğu uygulamalar haricinde doğrudan tüm ülkelerin almış aldıkları tedbirler ve geliştirdikleri yöntemler hakkında oldukça az bilgi bulunduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle otel işletmeleri ile ilgili salgın sürecinde yaşanan durumların netlik kazanması açısından haberler bir araya getirilmiştir. İkinci olarak ülkelerin Mart – Aralık 2020 tarihleri arasında ki koronavirüsün en çok artış gösterdiği 10 ay içerik analizi neticesinde oluşturulan temalara göre değerlendirilmiştir. Ayrıca bu temaların otel işletmeleri hakkında verdiği bilgiler örneklerle açıklanmıştır.

Araştırmanın bir diğer önemli sonucuna göre sırasıyla en çok kullanılan temalara bakıldığında, seyahat kısıtlaması, koronavirüs yardım paketi, dijital pazarlama, hijyen protokolü, güvenli seyahat, yurt içi seyahatler, kısa vadeli kiralama, temassız teknoloji, yeni otel tasarımları, dijital sağlık hizmeti, kongre turizmi, güvenlik önlemleri, karavan ve kamp turizmi, otel sadakat programları olmuştur.

11 Mart 2022 tarihinde DSÖ tarafından pandemi olarak ilan edilen koronavirüs salgını neticesinde pek çok sektör gibi turizm sektörü de oldukça olumsuz etkilenmiştir. Dünyada seyahate dair yasakların kalkması, mesafe ve temizlik kuralı getirilmesi ve aşı denemelerinin başarılı olması sonucunda normalleşme süreci başlamıştır. Bu doğrultuda insanlar gereken önlemleri alarak seyahat etmeye tekrar başlamıştır. Salgından etkilenen ülkelerde dahi turistler plajları ve otelleri doldurmaya devam etmektedir. Özellikle turizm sezonunun açılması neticesinde insanların seyahat motivasyonları yükselmiş ve aşı olunması ile sağlık önlemlerinin alınması insanları rahatlatmıştır.

Turizmin geleceği kısa, orta ve uzun vadede göz önüne alındığında, insanların artık turizm tercihlerini çevre ve sağlık koşullarını ön plana alarak şekillendirecekleri öngörülmektedir. Yeryüzünde, küresel durgunluktan sağlık sorunlarına kadar turizm etkinliklerini bozan birtakım engellerle her zaman karşılaşmıştır. İnsanların doğuştan seyahat etme arzusu asla düşmeyecektir. Çünkü yerel topluluklar, dünya olaylarının etkisinden kurtulmak için turizmin desteğine ihtiyaç duyacaklardır.

Salgının etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi için pandemi sürecinin her aşamasında benzer çalışmalar yapmak literatür açısından faydalı olacaktır. Ayrıca benzeri çalışmaların turizmin başka paydaşları üzerinde gerçekleştirilmesi farklı bakış açılarına ulaşabilmeyi mümkün kılacaktır.

Atay (2020) yaz sezonu için iyimser olunamayacağı, turizm sektörü açısından 2020'nin kayıp yıl olacağını ifade etmiştir. Bu durumda otel işletmelerinin kısa vadede toparlanamayacağı görülmektedir. Diğer yandan Acar (2020) yaptığı çalışmada ortaya koyduğu izlenimleri Covid-19'un ülke ekonomilerinde etkilerinin uzun süre hissedilebilecek türden zararlar oluşturacağı ve turizm sektörünün de bu zararlardan doğrudan olumsuz bir şekilde etkileneceği yönündedir. Bu durumdan da anlaşılacağı üzere turizmin, kısa vadeli etkilerinin yanında tarihin en büyük ekonomik krizini de tetiklediği görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları ışığında, otel işletmelerinde karşılaşılan salgın hastalıklarla ilgili birtakım önerilerde bulunmanın yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu öneriler şöyle sıralanabilir:

- Covid-19 krizinin turizm endüstrisine etkilerini asgari seviyelerde tutmak için ortaya konulan destek paketlerinin, salgın kontrol altına alınıp normale dönene kadar artan bütçe açıklarının nasıl finanse edileceği ve kamu borcunun nasıl kontrol altına alınacağı tartışılmaya başlanabilir. Bu durumda bütçe açıklarını kapatmak için ülkeler vergi sistemlerinde reform hazırlıklar yapılabilir.
- Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak turizm sektöründe dijital kanal kullanımları ve sosyal medya kullanımları hızlı bir artış yaşayabilir. Kalabalık eğlence yerleri eskisi gibi tercih edilmeyebilir. Kitle turizmi önemini yitirebilir. Bu sebeple insanların tatil alışkanlıkları da değişebilir. Kapalı gruplar tercih edilmeyebilir. Bununla beraber otel işletmelerinin web konferansı, anında mesajlaşma veya e-posta gibi örgütsel çalışma teknolojilerini kullanmasıyla sosyal anlamda sanal çalışma biçiminin benimsenmesi artabilir. Otel işletmelerinin iş yapış biçimlerini geliştiren teknolojiler doğrultusunda sürekli geliştirmeleri faydalı olabilecektir.
- Yeni nesil marka otellerin kurulması hız kazanabilir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinden yararlanılabilir. Buna göre, rezervasyon yapmayı düşündüğünüz otel odalarını gezebilme, odanın rengini ayarlayabilme, otel içerisinde yön tarifi gibi işlemler gerçekleştirilebilir. Aynı zamanda mobil tabanlı çevrimiçi check/in veya check/out sistemi tesise ziyaretçiler gelmeden önce otelin web sitesinden yapılabilir. Bu web yazılımıyla misafirler yorucu bir yolculuktan sonra otellerine giriş yapmak için beklemeyeceklerdir. Oteller de giriş esnasında ihtiyaç duydukları bilgileri misafirler otele ulaşmadan almış olacaklardır. Bu sistemle ihtiyaç duyulan oda tipi yükseltme talebi, giriş ve çıkış tarihi, değişiklik talepleri,

transfer ve uçuş gibi bilgilerin otelin web sitesine entegre edilen bir modül aracılığıyla internet olan her yerden yapılabilecektir. Her mobil cihazdan misafirlerin kendi dillerinde doldurabilecekleri bir form ile tüm bilgiler alınabilir.

- Koronavirüs salgını, küresel iklim değişikliği gibi bütün canlıların hayatını derinden etkileme riski barındıran problemlere karşı bireylerin ve ülkelerin daha duyarlı hareket etmesini sağlayabilir. Bunun sonucunda yeşil sertifikalı otellere yönelim artabilir. Bu sebeple de insanlar spor, beslenme ve farkındalığa daha fazla önem vermeye başlayacaktır. Böylece detoks turizmi, deneyimsel seyahatler gibi sağlıklı yaşam platformu tercihlerinin ön plana çıkacağı düşünülebilir.

Kaynakça

- Abnett, K. (2020). Belgium Restarts Cross Border Family Visits. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/30/belgium-restarts-cross-border-family-visits/>
- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), 7-21.
- Acuner, E., ve Ergin, E. (2022). Covid-19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jss/issue/68239/978505>
- Akar, F. (2021). Kriz Yönetiminde Proaktif ve Reaktif Yaklaşım: Covid-19 Krizi Üzerine Bir Değerlendirme. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1647298>
- Akpınar, A., ve Selçuk, Ç. (2021). Koşul Bağımlılık Kuramı Bağlamında Covid-19 Krizi: Otel Yönetimleri Örneği. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/profile/Arif-Akpınar/publication/355983796_Kosul_Bagimlilik_Kurami_Baglaminda_COVID-19_Krizi_Otel_Yonetimleri_Ornegi/links/6188e35507be5f31b7586604/Kosul-Bagimlilik-Kurami-Baglaminda-COVID-19-Krizi-Otel-Yoenetimleri-Oernegi.pdf
- Ali, R. (2020). How Domestic Travel & Long-Term Stays Saved Airbnb in Pandemic Era. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/16/how-domestic-travel-long-term-stays-saved-airbnb-in-pandemic-era/>
- Anant, C. (2021). Guidelines for The Development of Sanitary Safety Standards Amidst The Coronavirus Outbreaks for Small and Medium Sized Hotels and Resorts in Thailand. Erişim Adresi: <https://rigeo.org/submit-a-manuscript/index.php/submission/article/view/3032/2496>
- Anton, J. ve Almedia, M. (2020). Covid-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. Erişim Adresi: [Erişim Adresi: https://www.mdpi.com/2071-1050/12/20/8599/htm](https://www.mdpi.com/2071-1050/12/20/8599/htm)
- Antonio, P., Piovaccari, G. ve Jewkes, S. (2020). Italy's Beaches to Reopen With Booking Apps and Electronic Tagging. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/15/italys-beaches-to-reopen-with-booking-apps-and-electronic-tagging/>
- Arango, C. (2020). Lessons Learned From the Coronavirus Health Crisis in Madrid, Spain: How Covid-19 Has Changed Our Lives in the Last 2 Weeks. Erişim Adresi: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7141703/>
- Atallah, M. ve Mourad, M. (2020). Egyptian Hotels Reopen Only to Domestic Travelers and With Strict Conditions. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/05/egyptian-hotels-reopen-only-to-domestic-travelers-and-with-strict-conditions/>
- Atay, Lütfi (2020). Covid-29 Salgını ve Turizme Etkileri, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 17(1).
- Barrie, L. (2020). Parsing Hotel "Hygiene Theater" From Truly Effective Health Protocols. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/17/parsing-hotel-hygiene-theater-from-truly-effective-health-protocols/>
- Barua, S. (2020). Understanding Coronanomics: The Economic Implications of the Coronavirus (Covid-19) Pandemic. Erişim Adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3566477
- Belal, A. (2021). Management of the Crisis during the Covid-19 Epidemic: Dead Sea Hotels in Jordan Case Study. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/354696164_Management_of_the_Crisis_during_the_COVID-19_Epidemic_Dead_Sea_Hotels_in_Jordan_-_Case_Study

- Bernstein, S. (2020). MGM Resorts Plans Early June Reopening for 4 Las Vegas Properties. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/27/mgm-resorts-plans-early-june-reopening-for-4-las-vegas-properties/>
- Bhutia, P. (2020). What Global Hoteliers Need to Learn From China's Hotel Recovery and Hiccup. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/29/what-global-hoteliers-need-to-learn-from-chinas-hotel-recovery-and-hiccup/>
- Borko, S. (2020). Hotelbeds Boss Isn't Worried About the Model of Nonrefundable Rates in a Post Crisis World. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/04/16/hotelbeds-ceo-isnt-worried-about-the-model-of-nonrefundable-rates-in-a-post-crisis-world/>
- Cameron, S. (2020). New York City's Hotel Woes Checked in Long Before Coronavirus. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/26/new-york-citys-hotel-woes-checked-in-long-before-coronavirus/>
- Carley, T. (2020). Boutique Hotelier Hoxton Seizes on Social Distancing by Offering Glamping Pop-Up. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/26/boutique-hotelier-hoxton-seizes-on-social-distancing-by-offering-glamping-pop-up/>
- Chmiliar, I. (2010). Multiple-case designs. In A. J. Mills, G. Euepas & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of case study research*. (pp 582-583). USA: SAGE Publications.
- Cohen, L. (2020). IHG Throttles Ahead With Upscale Voco Brand Expansion in the U.S. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/15/ihg-throttles-ahead-with-upscale-voco-brand-expansion-in-the-u-s/>
- Costa, C. (2020). Tourism planning: A perspective paper. *Tourism review*, 75(1), 198- 202. Erişim Adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-09-2019-0394/full/html>
- Dawes, J. (2020). How an Israeli Startup Wants to Help Hotels Up Their Online Booking Game During Crisis. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/10/how-an-israeli-startup-wants-to-help-hotels-up-their-online-booking-game-during-crisis/>
- Demony, C. (2020). Short-Term Rental Platform RedAwning Restructures and Bookings Surge. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/23/short-term-rental-platform-redawning-hits-reset-as-bookings-surge/>
- Dhungana, S., Magar, A. (2020). Investments made by several hotels are at risk now. *The Hymalyantimes* (2020). Erişim Adresi: <https://thehimalayantimes.com/business/investments-made-by-several-hotels-are-at-risk-now/>
- Doma, P. (2020). Hilton CEO Says Comeback Depends on How Quickly Contactless Tech Features Roll Out. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/19/hilton-ceo-says-comeback-depends-on-how-quickly-contactless-tech-features-roll-out/>
- Economic Commission for Latin Amerika and the Caribbean (2020). *The Impact of the Covid-19 Pandemic on the Tourism sector in Latin America and the Caribbean and Options for a Sustainable and Resilient Recovery*. Erişim Adresi: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46502/S2000751_en.pdf
- Finance, L. (2020). Posadas Endures another Downgrade. Erişim Adresi: <https://www.latinfinance.com/daily-briefs/2020/3/27/posadas-endures-another-downgrade>
- Freifeld, K. (2020). Oprah Backed Healthcare Company on Track to Be the Hotel Industry's Go-To Safety Standard. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/01/oprah-backed-healthcare-company-on-track-to-be-the-hotel-industrys-go-to-safety-standard/>
- Garcia, I. (2020). Hilton, Hyatt, and Marriott Will Introduce New Cleaning Protocols Retrieved from Erişim Adresi: <https://www.housebeautiful.com/lifestyle/a32367701/hilton-hyatt-and-marriott-new-cleaning-protocols-coronavirus/>
- Geerts, W. (2020). United Arab Emirates Pushes Ahead Attracting Visitors: Latest Skift Recovery Index. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/17/united-arab-emirates-pushes-ahead-attracting-visitors-latest-skift-recovery-index/>
- Gorman, S. (2020). Las Vegas Gets New Coronavirus Restrictions as Cases Grow. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/23/las-vegas-gets-new-coronavirus-restrictions-as-cases-grow/>

- Grover, R. (2020). Airbnb Will Not Lose Its Soul Despite IPO and Success, Promises Longtime Advisor. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/09/airbnb-will-not-lose-its-soul-despite-ipo-and-successes-promises-longtime-advisor/>
- Halpin, P. (2020). Ireland Considers Quarantine Crackdown on Foreign Travelers Amid Growing Scrutiny. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/13/ireland-considers-quarantine-crackdown-on-foreign-travelers-amid-growing-scrutiny/>
- Hamdi, R. (2020). Could This Be the End of Hostels in Singapore? Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/01/could-this-be-the-end-of-hostels-in-singapore/>
- Hesson, T., Holland, H. ve Shepardson, D. (2020). The U.S Might Not Welcome Foreign Visitors for Months. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/14/the-u-s-might-not-welcome-foreign-visitors-for-months/>
- Hilaire, C. (2020). Marriott Throws Hat Into the Work-From-Hotel Ring. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/10/28/marriott-throws-hat-into-the-work-from-hotel-ring/>
- Hyatt, Inc. (2020). Hyatt Reports Second-Quarter 2020 Results Adapting Operations to COVID-19 Pandemic Environment Greater China Continues to Lead Recovery. Erişim adresi: https://s2.q4cdn.com/278413729/files/doc_financials/2020/q2/Q2-2020-Earnings-Release-FINAL.pdf
- Jiang, Y., Wen, J. (2020). Effects of Covid-19 on hotel marketing and management: a perspective article. Erişim Adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2020-0237/full/pdf?title=effects-of-covid-19-on-hotel-marketing-and-management-a-perspective-article>
- Jorden, R. (2020). Marriott's CEO on Why the Company Maintains a Narrow, High-End Focus on Homesharing. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/01/marriotts-ceo-on-why-the-company-maintains-a-narrow-high-end-focus-on-homesharing/>
- Karadeniz, E., Beyaz, F. S., Ünlübulduk, S. N., ve Kayhan, E. (2021). Covid-19 Salgınının Turizm Sektörüne Etkilerinin ve Uygulanan Stratejilerin Değerlendirilmesi: Otel Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma. Erişim Adresi: <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/349>
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım.
- Keegan, M. (2020). Lessons from Macau, the densely populated region beating back Covid-19. Erişim Adresi: <https://www.usnews.com/news/cities/articles/2020-03-24/macau-how-a-densely-populated-chinese-territory-is-keeping-coronavirus-at-bay>
- Khasaia, I. ve Kvirtia, N. (2021). Impact of Pandemic on the Hotel Business in Imereti (Georgia). Erişim Adresi: <https://rsglobal.pl/index.php/ws/article/view/1876>
- Kozmal, H. ve Abuzied, A. (2021). The Importance of Crisis Management in Egyptian Hotels and Tourism in Dealing with the Emerging Coronavirus (Covid-19). Erişim Adresi: https://journals.ekb.eg/article_171152_cb11789c3b5ae35b6304d1a6bfa7a898.pdf
- Kremins, C. (2020). What To Make of Marriott's Post Pandemic Playbook. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/16/what-to-make-of-marriotts-post-pandemic-playbook/>
- Leslie, B. (2020). Airbnb Will Not Lose Its Soul Despite IPO and Success, Promises Longtime Advisor. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/09/airbnb-will-not-lose-its-soul-despite-ipo-and-successes-promises-longtime-advisor/>
- Liang, X. (2020). Asia Offer Discounted Gift Card Deals to Raise Cash Will It Work? Erişim adresi: <https://skift.com/2020/04/22/asias-hotels-warming-up-to-automation-thanks-to-growing-social-distancing-norms/>
- Lowry, T. (2020). U.S Hotels Push Hard for Industry Specific Relief Fund From Congress. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/21/u-s-hotels-push-hard-for-industry-specific-relief-fund-from-congress/>
- Manawadu, L. ve Wijeratne, V. (2020). Covid-19 Could Newcorona Virüs İnflict More Pain on Sri Lankan Economy. Erişim Adresi: <http://archive.cmb.ac.lk:8080/research/handle/70130/4847>
- Matthew, H. (2020). Wellness Hospitality Will See New Models Emerge in Wake of Pandemic. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/21/wellness-hospitality-will-see-new-models-emerge-in-wake-of-pandemic/>

- Mccartney, G. (2020). The impact of the coronavirus outbreak on Macao. From tourism lockdown to tourism recovery. Erişim Adresi: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2020.1762549>
- Mugauina, R., Yuryevna, I., Sabırova, R., Rakhisheva, A., Berstembayeva, R., Beketova, K. ve Zhansagimova, A. (2020). Development of Rural Tourism after the Coronavirus Pandemic. Erişim Adresi: <https://www.proquest.com/openview/d14239dd5c1f67e30dba67aa25aa9b27/1?pq-origsite=gscholar&cbl=466419>
- Mulvihill, T., Beaumont, E. (2020). From Ayurvedic Video Consultations to Pro Bed-making Tips: How Hotels Can Help You Survive the Lockdown. Erişim Adresi: <https://www.telegraph.co.uk/travel/hotels/articles/pillow-talk-latest-hotel-news-trends-and-openings/>
- Murphy, F. (2020). Austria to Lift Coronavirus Travel Restrictions With Its Neighbors Expect Italy. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/03/austria-to-lift-coronavirus-travel-restrictions-with-its-neighbors-except-italy/>
- Nagy, C. (2020). 3 New Design Concept For Hospitality That Make Even More Sense Post-Covid. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/03/3-new-design-concepts-for-hospitality-that-make-even-more-sense-post-covid/>
- Nagy, C. (2020). The Biggest Innovators in Travel and Hospitality: Covid Edition. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/31/the-biggest-innovators-in-travel-and-hospitality-covid-edition/>
- Neill, S. (2020). Pandemic Prompts Indie Hotels to Buy Ads in Price Comparison Searches. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/16/smaller-hotels-companies-find-new-reasons-to-buy-ads-in-price-comparison-search-google-hotel-ads-independent-hotels/>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Aljabir, A., Losidifis, C., Agha, M. ve Agha, R. (2020). Erişim Adresi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1743919120303162>
- Nordic, C. (2020). Contactless Tech Promises to Be Travel's Next Big Thing: What's Real and What's Hype? Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/04/contactless-tech-promises-to-be-travels-next-big-thing-whats-real-and-whats-hype/>
- Olivia, S., Gibson, J., Nasrudin, R. (2020). Indonesia in the Time of Covid-19. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1798581>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2021). The Territorial Impact of Covid-19: Managing the Crisis and Recovery Across Levels of Government. Erişim Adresi: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-and-recovery-across-levels-of-government-a2c6abaf/>
- Packham, C. ve Tajitsu, N. (2020). Asia Enacts New Round of Coronavirus Travel Restrictions Amid Rising Case Count. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/14/asia-enacts-new-round-of-coronavirus-travel-restrictions-amid-rising-case-count/>
- Pandey, J., Phassok, J., Sawangsak, S. ve Rodhirun, C. (2021). Crisis management and Covid-19: the case of budget hotels in Muang Chiangmai District. Erişim Adresi: <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJSS.2021.115870>
- Parsons, M. (2020). RVS and the Open Road Inspire a New Work-From-Anywhere Generation. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/10/rvs-and-the-open-road-inspire-a-new-work-from-anywhere-generation/>
- Parsons, M. (2020). Travel Industry Still Being Held Accountable on Green Efforts Even in This Pandemic. Erişim Adresi: <https://skift.com/2020/10/15/travel-industry-still-being-held-accountable-on-green-efforts-even-in-this-pandemic/>
- Pholsena, X. (2020). Virtual Reality Gives Training Boost to Asia's Displaced Hotel Workers During Crisis Downtime. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/04/03/virtual-reality-gives-training-boost-to-asias-displaced-hotel-workers-during-crisis-downtime/>
- Pollard, M. (2020). Best Western CEO Says U.S. Hotels Need 6-Month Lifeline From D.C. to Survive, Not Just to Recover. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/04/best-western-ceo-says-u-s-hotels-need-6-month-lifeline-from-d-c-to-survive-not-just-to-recover/>

- Rady, A. ve Atia, A. (2020). Procedures Applied by Egyptian 5-star Hotels during the Coronavirus (Covid-19) Pandemic (Reality and Prospect. Erişim Adresi: https://journals.ekb.eg/article_156875_fc5130638f22b0240d492f745f222e57.pdf
- Rafat, A. (2020). Drive- To Travel Helps Choice Hotels Return To Profits. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/05/drive-to-travel-helps-choice-hotels-return-to-profits/>
- Rose, M. (2020). France Launches \$19 Billion Bailout for Ravaget Tourism Sector. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/14/france-launches-19-billion-bailout-for-ravaged-tourism-sector/>
- Rosie, S. (2020). The Travel Industry Needs to Talk About Ventilation in Coronavirüs Fight. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/17/the-travel-industry-needs-to-talk-about-ventilation-in-coronavirus-fight/>
- Salonu, C. (2020). Navigating the Patchwork Recovery of the Asia Pacific Hotel Business. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/07/17/navigating-the-patchwork-recovery-of-the-asia-pacific-hotel-business/>
- Samantha, S. (2020). Omni Remains Committed to Convention Hotels Despite Pandemic Downturn. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/02/omni-remains-committed-to-convention-hotels-despite-pandemic-downturn/>
- Schaal, D. (2020). Airbnb to Roll Out Sanitization Pkan for Hosts That Would Include 72 Hour Wait Between Stays. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/04/27/airbnb-to-roll-out-sanitization-plan-for-hosts-that-would-include-72-hour-wait-between-stays/>
- Schürhoff, F. (2021). What Matters Most: Customers Perceptions of A&O Hotels and Hostels During Covid-19: A Quantitative Case Study. Erişim Adresi: <http://essay.utwente.nl/88351/>
- Sean, N. (2020). U.S Hotel Trade Group Warns D.C. of Further Industry Calamity After Dismal Summer. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/31/u-s-hotel-trade-group-warns-d-c-of-further-industry-calamity-after-dismal-summer/>
- Sean, O. (2020). Las Vegas Resorts Scramble for New Strategies Amid 4th Straight Month of No Conventions. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/22/las-vegas-resorts-scramble-for-new-strategies-amid-4th-straight-month-of-no-conventions/>
- Serbest, J. (2020). Battling Isolation for Remote Workers With New Approaches to Bring Teams Together. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/10/09/batting-isolation-for-remote-workers-with-new-approaches-to-bring-teams-together/>
- Setboonsarng, C. (2020). Thailand to Launch Tourism Marketing Campaign With a Theme of Trust. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/06/thailand-to-launch-tourism-marketing-campaign-with-a-theme-of-trust/>
- Seth, B. (2020). Booking Holdings Sees First Signs of Changing Traveler Behavior Brought on by Pandemic. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/07/booking-holdings-sees-first-signs-of-changing-traveler-behavior-brought-on-by-pandemic/>
- Seyitoğlu, F., Ivanov, S. (2020). Service robots as a tool for physical distancing in tourism. ErişimAdresi: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2020.1774518?scroll=top&needAccess=true>
- Seyitoğlu, H. (2016). Bilimsel Araştırma ve Yazma Ek Kitabı. Güzem Can Yayınları.
- Shankman, S. (2020). Airbnb CEO Apologizes to Hosts With a \$260 Million Relief Package. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/03/30/airbnb-ceo-apologizes-to-hosts-with-a-260-million-relief-package/>
- Sharma, A., Shin, H., Santa, M. ve Nicolau, J. (2021). Hotels Covid-19 innovation and performance. Erişim Adresi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321000426#!>
- Sharma, S. ve Kaushik, T. (2021). Aesthetically clean to clinically clean – A study on new housekeeping practices in Delhi hotels beyond COVID-19 pandemic. Erişim Adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-05-2021-0069/full/html>
- Shin, H., ve Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the Covid-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91 (2020), p. 102664. Erişim Adresi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302164>

- Sigala, M. (2020). Tourism and Covid-19: Impacts and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. Erişim Adresi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303908?via%3Dihub>
- Sophie, Y. (2020). Choice Hotels Sees Revenue Surge From Guests Who Live Within 25 Miles of Its Hotels. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/06/choice-hotels-sees-revenue-surge-from-guests-who-live-within-25-miles-of-its-hotels/>
- Sperance, C. (2020). Hyatt CEO Says Second Wave of Virüs Will Curtail Hotel Industry's Ongoing Recovery. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/05/hyatt-ceo-says-second-wave-of-virus-will-curtail-hotel-industrys-ongoing-recovery/>
- Sperance, C. ve Neills, S. (2020). How One Upscale Australian Hotel Group Used the Crisis to Rethink Everything. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/07/how-one-upscale-australian-hotel-group-used-the-crisis-to-rethink-everything/>
- Sperance, C. ve Russell, E. (2020). U.S Airlines and Hotels to Receive Long – Awaited Relief as Part of New \$900 Billion Aid Package. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/12/20/u-s-airlines-and-hotels-to-receive-long-awaited-relief-as-part-of-new-900-billion-aid-package/>
- Spinks, R. (2020). Las Vegas Ripe for Tech-Driven Reinvention in Wake of Pandemic: MGM Exec. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/23/las-vegas-ripe-for-tech-driven-reinvention-in-wake-of-pandemic-mgm-exec/>
- Strielkowski, W. (2020). International Tourism and Covid-19: Recovery Strategies for Tourism Organisations. Erişim Adresi: https://www.academia.edu/42654534/International_Tourism_and_COVID_19_Recovery_Strategies_for_Tourism_Organisations
- Sumers, B. (2020). What the \$2 Trillion U.S. Stimulus Package Means for Travel Businesses. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/03/30/what-the-2-trillion-u-s-stimulus-package-means-for-travel-businesses/>
- Şengel, Ü., Çevrimkaya, M., Işkın, M., Zengin, B. ve Saruşık, M. (2020). The Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Hospitality Industry: A Case Study. Erişim Adresi: https://www.jotags.org/2020/vol8_issue3_article3.pdf
- Tagaris, R. (2020). Hotels in Asia Revise Renovation Designs to Suit Post-Covid World. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/05/05/hotels-in-asia-revise-renovation-designs-to-suit-post-covid-world/>
- The United Nations World Tourism Organization (2020). International Tourism and Covid-19. Erişim Adresi: <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>
- Thornell, C. (2020). Four Seasons 20 Year Old Private Homes Business as Integral Part of Pandemic Strategy. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/11/02/four-seasons-sees-20-year-old-private-homes-business-as-integral-part-of-pandemic-strategy/>
- Victor, A ve Andy, M. (2020). Technological Capability and Organizational Survival of Hotels in Port Harcourt, Rivers State, Nigeria. Erişim Adresi: <https://cirdjournal.com/index.php/ajcr/article/view/343>
- Wang, H. (2020). Americans Flocked to National Parks for Summer Vacations: New Skift Travel Tracker Survey. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/09/16/americans-flocked-to-national-parks-for-summer-vacations-new-skift-travel-tracker-survey/>
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). Covid-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 1-14. Erişim Adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-03-2020-0110/full/html>
- Whiddington, R. (2020). Live Streams Connect Europe to China's Future Travelers. Erişim adresi: <https://jingculturecommerce.com/alibaba-fliggy-live-streams-europe-chinese-travelers/>
- Wongsamuth, N. (2020). Thailand's Social Enterprises Help Small Tourism Businesses Hit by Crisis. Erişim adresi: <https://skift.com/2020/06/23/thailands-social-enterprises-help-small-tourism-businesses-hit-by-crisis/>

- World Health Organization (2019). Coronavirus Disease Pandemic. Erişim Adresi: https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=EAIaIQobChMIiffFt9TK9wIVYxoGAB3e8A6EEAAAYiAAEgJ8LvD_BwE
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin: Ankara.
- Yu, S. (2020). Will Las Vegas Resorts Survive a Year of No Conventions? Erişim adresi: <https://skift.com/2020/08/17/will-las-vegas-resorts-survive-a-year-of-no-conventions/>
- Zingle, M. (2020). New Report: Five Contactless Hotel Technology Trends for 2021. Erişim Adresi: <https://skift.com/2020/12/21/five-contactless-hotel-technology-trends-2021/>
- Zizka, L., Chen, M., Zhang, E. ve Favre, A. (2021). Hear No Virus, See No Virus, Speak No Virus: Swiss Hotels' Online Communication Regarding Coronavirus. Erişim Adresi: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-65785-7_43.pdf