**KISITLAMALAR SONRASI HAYATIMIZ**

**2022’de DEĞİŞECEK!**

**Pandeminin bir yılı aşkın bir süredir devam etmesi artık endişelerimizi hastalığın kendisinden çok, sosyal hayat yönünde etkiliyor. İnsanlar hastalıktan ziyade, kısıtlamalar ve özgürlük alanları konusunda endişe ediyor. Ancak, aşılanmanın başlaması, kısıtlamaların kalkması ile pandeminin yaşamımız üzerindeki etkilerinin hafiflediğine inanıyoruz. Araştırma şirketi Twentify’ın yaptığı araştırmaya göre pandeminin etkisinin 2022’de değişeceğini ve biteceğini düşünüyoruz.**

Küresel bir etki oluşturan pandemi salgını sonrasında gerek kişisel ilişkilerimizde gerek alışveriş, seyahat, tatil gibi çeşitli alışkanlıklarımızda duygu durumlarımız ve davranış şekillerimiz çok değişti. Artık tüm bu alışkanlıklarımızı sürdürürken önce önlemlerin alındığına inanmak ve başkalarının da bu önlemlere uyduğunu görmek, tedbirli olduğuna inanmak istiyoruz. Bildiğimiz yerlerde, bildiğimiz insanlarla etkileşim içerisinde olmayı tercih ediyoruz.

**Araştırma şirketi Twentify, aşılamanın gerçekleşmesi ve kısıtlamaların kalkması ile başlayan süreçte toplumsal açıdan değişen alışveriş, seyahat, tatil ve harcama alışkanlıklarını anlamak, temelde en çok hangi endişeleri taşıdığımızı saptamak için bir araştırma gerçekleştirdi. Türkiye’de 1.010 katılımcı ile temmuz ayında yapılan araştırma sonucunda, endişe durumumuz ve değişen alışkanlıklarımız hakkında bir rapor yayınladı.**



ENDİŞE DURUMUMUZ

Vaka sayısının artışa geçmesi ve yeni bir dalganın başlaması en büyük endişemiz.

Artık endişelerimiz hastalığın kendisinden çok toplumsal hayata yönelik olduğundan, vakaların artması, insanların önlemleri azaltması, ekonomik durgunluk endişelerimizin en başında geliyor.

ALIŞKANLIKLARIMIZ NASIL ŞEKİLLENİYOR?

Dışarıda yemek

Dışarıda yemeğe ılımlı bakıyoruz. Önlemlerin doğru şekilde alındığı, güvenilir, açık alanı olan kafe/restoranları daha çok tercih ediyoruz. Dolayısıyla, yiyecek içecek sektöründe önlemlerin alındığının gösterilmesi önemli.

Toplumun kafe, restoran gibi yerlerde yemek yeme konusundaki düşüncesi; %17’si tüm kafe ve restoranlara gidebileceğini söylerken, %9’u kesinlikle gitmeyi düşünmediğini belirtiyor. Sadece açık alanları olan mekanları gitmeyi tercih edenler %22 ‘lik bir kısmı oluşturuyor. Araştırmanın %36’lık kısmının bir kısmı ise dışarıda yemek konusunda emin değil veya mekanların önlemleri iyi bir şekilde aldığından emin olmak ön koşulları.

AVM’de alışveriş ve tuvalet kullanımı

AVM’lerde alışveriş konusunda çekimser değiliz, ancak çoğumuz da kararsızız.

AVM’de alışverişe %20 kesinlikle evet diyor. %9 ise kesinlikle gitmem tercihinde bulunurken, %35’lik kısım AVM’ye gitmeyi düşünmediğini belirtiyor. %35’lik kısmın içerisinden %13’lük bir bölüm ise alınan önlemlere bakarak girebileceğini ifade ediyor.

AVM tuvaletini kullanmak konusunda ise çoğunlukla bir sakınca görmüyoruz. 45 yaş üstü sıkı önlemler konusuna çok önem veriyor. Kadınlar ise AVM’de tuvaleti kullanmak konusunda daha çekimser kalıyor.

Seyahat

Zorunlu olmadıkça seyahat etmeyi tercih etmiyoruz. Yolların güvenli olduğuna inanmamız çok önemli.

Şehirlerarası yolculuğa daha çok özel aracımızla çıkmayı tercih ediyoruz. Güvenli olduğunu bildiğimiz yollar arıyoruz.

Katılımcıların büyük bölümü şehirlerarası seyahat konusuna sıcak bakıyorlar. %31 oranında “güvenli olduğunu bildiği yollarda seyahat edebilerim” diyen katılımcılara ek olarak, %15 katılımcı ise tercih belirtmeksizin seyahat konusunda bir sakınca görmediğini, %7 ise kesinlikle seyahat etmeyeceğini belirtiyor.

**Seyahatlerde kullanılan ara tercihlerinde de özel araç %76 ‘lık oran ile baş sırayı alıyor. Ardından, %38 ile otobüs ve uçak gelirken, %16 ile tren, %11 ile deniz ulaşımı tercih ediliyor.**

Tatil

Çoğunluk olarak tatile gitmeyi planlıyoruz, ancak gitmemeyi düşünenlerin oranı da hiç de az değil!

Tatile gitmeyi düşünenlerin tercihini yazlık ev ya da butik, kalabalık olmayan küçük otellerden yana kullandığını görüyoruz.

**%24’lük bir kısım kesinlikle tatil planlarını çoktan yapmış durumda. Plan yapmayıp, hala güvenliğinden emin olmayan kısım ise %20. Asla tatile gitmem diyenler %8. Araştırmada en büyük yüzde ise tatile gitmek istese bile salgın nedeniyle ekonomik durumu en vermeyen %28’lik kısma ait.**

Yüz Yüze Görüşmeler

İnsanlarla yüz yüze görüşmekten çekinmiyoruz, ama tabii bildiğimiz/güvendiğimiz kişiler olması en büyük tercihimiz. Yüz yüze görüşmek istediğimiz kişilerin başında %53 oranında 1. derece akrabalarımız (Anne,Baba, Kardeş) ve %36 oranında yakın arkadaşlarımız geliyor, ancak önlemler konusunda titiz davrandığını bildiğimiz kişilerden de çekinmiyoruz.

Yüz yüze görüşmelerde yakın temastan kaçınıyor, sosyal mesafe ve maskeye önem veriyoruz.

NE ZAMAN BİTER?

Çoğumuz, Covid-19’un yaşamımızdaki etkilerinin 2022’den sonra değişeceğini düşünüyoruz.

Aşılama ve kısıtlamaların kaldırılması ile özgürlüğümüz artıyor. Ancak, etkilerinin ancak 2022’den sonra yaşamımızdan çıkacağına inanıyoruz. Covid-19'un yaşam şekli ve düzeni üzerindeki etkilerini sorduğumuz katılımcıların; %7’si hiçbir zaman etkilenmediğini söylüyor. %11’i ise 2021 Haziran’dan beri etkilenmediğini (aşılamanın başlaması) belirtiyor.

**%44 kesinlikle 2022’den sonra her şeyin biteceğine inanıyor. %13 ise Ağustos-Aralık 2021’de etkisinin biteceğini düşünüyor.**

Bildiğimiz ve güvendiğimiz yerlere gitmek, gerekli önlemlerin alındığına yeterince ikna olmak, mümkün olduğunca kendi aracımızı kullanmak, yazlığımızda ya da küçük otellerde tatil yapmak kısıtlamalar sonrası hayatımızı şekillendiriyor.

**Bilgi İçin:**

**Tuğçe Oral / Müşteri Grup Direktörü –** [tugce.oral@goodworks.com.tr](mailto:tugce.oral@goodworks.com.tr) – 0532 413 12 24

**Nilay Aydoğan / Müşteri Direktörü** – [nilay.aydogan@goodworks.com.tr](mailto:nilay.aydogan@goodworks.com.tr) - 0536 229 16 08

**Twentify Hakkında**

2014 yılında kurulan Twentify, geliştirdiği teknolojilerle tüketicilere kendi ortamlarında ulaşarak, markalarla olan etkileşim anlarını çözümleyen ve markalara içgörü temelli büyüme fırsatları yaratan bir tüketici araştırma şirketidir. Kitle kaynaklı mobil araştırma paneli Bounty ile dünya çapında 1.3 milyondan fazla tüketiciye saatler içerisinde erişebilmektedir.