T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KRİZLERİN TURİZM ARZINA ETKİSİ: COVID-19 PANDEMİSİ VE SULTANAHMET ÖRNEĞİ

BARIŞ KIRCALI

TEZ DANIŞMANI

DOÇ.DR. GÜLSEL ÇİFTCİ

EDİRNE, 2022

Tezin Adı: Krizlerin Turizm Arzına Etkisi: COVID-19 Pandemisi ve Sultanahmet Örneği

Hazırlayan: Barış KIRCALI

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Dünya genelinde etkili olan ve insanların yaşam tarzlarını dahi değiştirmesini sağlayan COVID-19 pandemisinin turizm arzı faktörleri üzerinde yapmış olduğu değişimi tespit etmek ve bu durumu önemli bir turizm merkezi olan Sultanahmet'te (İstanbul) değerlendirmektir. Araştırmanın örneklemini, Sultanahmet'te bulunan turizm işletmelerinin çalışanları (yönetici, işletme sahibi, personel vb.) oluşturmuştur. 27 Mayıs- 7 Haziran 2021 tarihleri arasında araştırmaya katılma kriterlerini taşıyan ve gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul eden 26 katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Pandemi nedeniyle örneklem sayısının arttırılması mümkün olmamıştır. Araştırmada sosyo-demografik bilgi formu, ucu açık görüşme soruları kullanılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda COVID-19 pandemisi ve daha önceki krizlerin işletmeleri olumsuz yönde etkileyerek işletmelerin kapatılmasına neden olduğu ve turizm yatırım düşüncesini negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Genel olarak kriz kavramının turizmin duyarlı yapısı nedeni ile negatif bir etki yarattığı, ancak COVID-19 pandemisinin insan hayatını tehdit etmesinden dolayı daha yüksek bir duyarlılık oluşturarak turizmi büyük bir kriz dönemine soktuğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Koronavirüs (COVID-19), Turizm Arzı

Thesis Name: Impact of Crises on Tourism Supply: COVID-19 Pandemic and Sultanahmet Example

Author: Barış KIRCALI

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the change made on tourism supply factors by the COVID-19 pandemic, which is effective throughout the world and allows people to even change their lifestyles, and to evaluate this situation in Sultanahmet (Istanbul), an important tourism center. The sample of the research consisted of the employees (manager, business owner, personnel, etc.) of the tourism enterprises in Sultanahmet. Between May 27 and June 7, 2021, 26 participants who meet the criteria to participate in the research and voluntarily agree to participate in the research constitute the sample of the research. It was not possible to increase the number of samples due to the pandemic. Socio-demographic information form and open-ended interview questions were used in the study. As a result of the interviews, it was determined that the COVID-19 pandemic and previous crises had a negative impact on businesses, causing businesses to be closed and negatively affecting tourism investment thinking. In general, it has been concluded that the concept of crisis has a negative effect due to the sensitive nature of tourism, but because the COVID-19 pandemic threatens human life, it creates a higher sensitivity and puts tourism in a great crisis period.

Key Words: Crisis, Coronavirus (COVID-19), Tourism Supply

ÖN SÖZ

Tez çalışma sürecinde bana bilgi ve tecrübesi ile yol gösteren, endişeli olduğum zamanlarda beni cesaretlendirip başarabileceğime inandıran, kibar kişiliği ile bana her zaman anlayışlı yaklaşan, öğrencisi olmaktan büyük mutluluk duyduğum Sayın Doç. Dr. Gülsel ÇİFTCİ' ye sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Tezimde bana fikirleri ve tecrübesi ile yardımcı olan Sayın Arş. Gör. Başak ÖZYURT'a, tez jürimde yer alan, tecrübe ve fikirleri ile çalışmama çeşitli katkılarda bulunan, Sayın Dr. Öğr. Üyesi Duygu YETGİN AKGÜN ve Sayın Doç. Dr. Gülsevim YUMUK GÜNAY'a, ayrıca lisans ve yüksek lisans eğitim sürecimde bilgi ve birikimlerini bizlere aktaran her daim yanımızda olan, eğitimci olmak idealini bana aşılayan saygıdeğer Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi'ndeki tüm eğitimcilere verdikleri emekler için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak tüm eğitim sürecim boyunca maddi manevi desteklerini benden esirgemeyen, eğitimim konusunda beni cesaretlendiren sevgili annem Esma Kırcalı ve babam Bedri Kırcalı' ya sonsuz sevgi, saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Barış KIRCALI

Edirne, 2022

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

ÖN SÖZ ..... **iii**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **vii**

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **viii**

KISALTMALAR LİSTESİ ..... **ix**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM **2**

TURİZM ARZI **2**

1.1.Turizm Arzı Kavramı 2

1.2.Turizm Arzının Özellikleri 3

1.3.Turizm Arzını Etkileyen Faktörler 4

1.4.Turizm Arzı Çeşitleri 6

1.4.1.Turizmden Bağımsız Arz 6

1.4.2.Bağımlı Turizm Arzı 7

1.4.3. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Konaklama İşletmeleri 7

1.4.4. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Pazarlama ve Tanıtım İşletmeleri 8

1.4.5. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Yiyecek İçecek İşletmeleri 9

1.4.6. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Ulaştırma İşletmeleri 10

İKİNCİ BÖLÜM **12**

KRİZ YÖNETİMİ VE COVİD 19 PANDEMİSİ **12**

2.1.Kriz Kavramı ve Krizin Özellikleri 12

2.2.Kriz ile İlgili Temel Kavramlar ve Krize Neden Olan Etmenler 14

2.3. Kriz Süreci ve Sonuçları 16

2.4. Kriz Türleri 18

2.4.1. Siyasal Krizler 19
2.4.2. Ekonomik Krizler 20
2.4.3. Terörizm Kaynaklı Krizler 21
2.4.4. Biyolojik Krizler 22
2.4.5. Doğal Afetlere Dayalı Krizler 22
2.4.6. Ekolojik Krizler 23
2.4.7. Sosyal Krizler 23
2.5.Turizmde Kriz 24
2.6.Kriz Yönetimi ve Kriz Yönetimi Özellikleri 25
2.7.Kriz Yönetimi İlkeleri ve Yaklaşımları 27
2.8.Turizmde Kriz Yönetimi 28
2.9. Koronavirüs (COVID-19) Kavramı 29
2.9.1. Koronavirüs (COVID-19) Çıkışı ve Yapısı 32
2.9.2 Koronavirüs (COVID-19)'ün Turizme Etkisi 33
2.9.3. Koronavirüs (COVİD 19)'ün Dünya ve Türkiye'deki Durumu 36
2.10. Koronavirüs (COVID-19) Pandemisi Karşısındaki Önlem ve Destekler 39
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 43
KRİZLERİN TURİZM ARZINA ETKİSİ: COVID-19 PANDEMİSİ VE SULTANAHMET ÖRNEĞİ 43
3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi 43
3.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi 43
3.3. Araştırma Verilerinin Toplanması 45
3.4.Araştırmanın Sınırlılıkları 48
3.5.Bulgular 49
3.5.1. Koronavirüs Öncesi Yaşanan Krizlerin İşletmelere Etkileri 51
3.5.2. Koronavirüs'ün İşletmeye Etkileri 53

3.5.3. Koronavirüs ’ün Yatırım Düşüncelerine Etkileri 55

3.5.4. Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç 57

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER 59

KAYNAKÇA 63

EKLER 74

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Krizlerin Sonuçları 18
Tablo 2.Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı..... 36
Tablo 3. Demografik Bilgiler 50

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Turizm Piyasası 3
Şekil 2. Örgütsel Çevre, Kriz Etmenleri 15
Şekil 3. Krizin Aşamaları..... 17
Şekil 4. Avrupa'da 7 Mart ile 7 Nisan Hava Trafiği Durumu 35
Şekil 5. 2020 Yılı Koronavirüs Ölüm Sayısı 38
Şekil 6. 2021 Yılı Koronavirüs Ölüm Sayısı 38
Şekil 7. Eski Krizlerin İşletmelere Etkileri 52
Şekil 8. Koronavirüsün İşletme Ekonomilerine Etkileri..... 55
Şekil 9. Koronavirüsün Yatırım Düşüncelerine Etkisi 56
Şekil 10. Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç 58

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AİBÜ: Abant İzzet Baysal Üniversitesi

BBC: British Broadcasting Corporation

COMCEC: İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi

COVID-19: Coronavirus Disease

DEV-TURİZM-İŞ: Devrimci Turizm İşçileri Sendikası

DNA: Deoksiribo Nükleik Asit

DW: Deutsche Welle

GSYH: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

HES: Hayat Eve Sığar

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu

KDV: Katma Değer Vergisi

MERS: Orta Doğu Solunum Sendromu

RNA: Ribonükleik Asid

SADS: Domuz Akut İshal Sendromu

SARS: Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu

SARS-CoV-2: Yeni Koronavirüs

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

T.C.: Türkiye Cumhuriyeti

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Vb.: ve benzeri

Vd. : ve diğerleri

Vs.: Vesaire

WHO: Dünya Sağlık Örgütü

GİRİŞ

Tarih boyunca insanlar çeşitli nedenlerle bir yerden bir yere seyahat etme gereği duymuş ve bu seyahatler turizm olgusunun temelini oluşturmuştur. Turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önem arz eden bir sektör olmakla birlikte milli gelire katkı sağlaması, dış ticaret açığına olan pozitif etkisi ve istihdam yaratması bakımından ülke ekonomileri için büyük öneme sahiptir. Turizm sektörü hizmet ağırlıklı bir sektördür ve bu nedenle en önemli kaynağı insandır.

Koronavirüs pandemisi dünya tarihinin en büyük krizlerindendir, insanların yaşama şekillerini ve alışkanlıklarını değiştirmiş, bu krizden turizm de fazlasıyla nasibini almıştır. Turizm faaliyetleri bireylerin zorunlu ihtiyaçlarından, yani yaşamasını sürdürmesi için elzem olan ihtiyaçlardan olmadığından insanların temel insani haklarından mahrum kalmaları ihtimali doğduğunda (sağlıklarından veya yaşamlarından olma gibi) vazgeçmeleri mümkün olan eylemlerdir. Çin'in Wuhan kentinde çıkıp bütün dünyaya yayılan ve insan hayatını tehdit eden Koronavirüs esnek bir talebe sahip olan yani vazgeçilmesi mümkün olabilen turizm faaliyetlerini, dolayısıyla turizm arz unsurlarının da (otel, bar, kafe vb.) işleyişini derinden etkilemiştir.

Bu çalışmanın amacı ve en önemli olduğu nokta da literatürdeki boşluğu doldurma durumudur. Literatürde kullanılan kaynaklarda turizm ile kriz kavramları daha çok ekonomik boyutta (Durgun, 2011; Özen, 2015) bir araya gelmiştir.

Bu çalışma, üç ana bölümden oluşmaktadır: "Turizm Arzı", "Kriz Yönetimi ve COVID-19Pandemisi" ve "Krizlerin Turizm Arzına Etkisi: COVID-19Pandemisi ve Sultanahmet Örneği" bölümleridir. Birinci bölümde turizm arzından, turizm arz unsurlarından detaylıca bahsedilmiş ikinci bölümde COVID-19özelinde kriz, kriz yönetimi, turizmde kriz gibi konular ele alınmış, son bölümde ise araştırmanın amacı, önemi, evreni, yöntemi, sınırlılıkları ve bulguları ile sonuç ve öneriler ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM ARZI

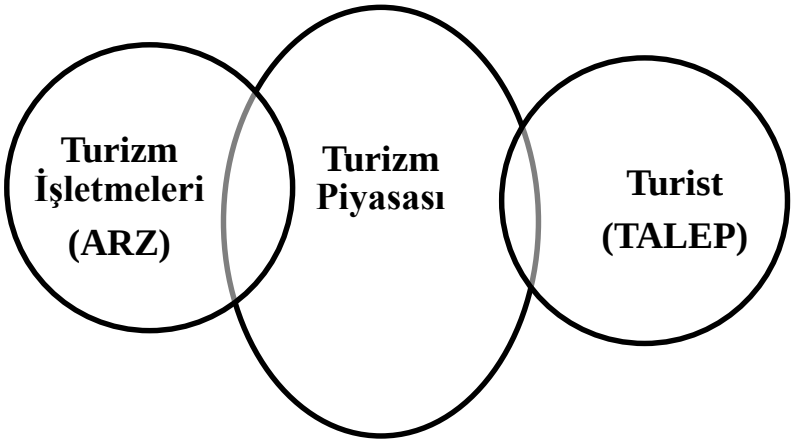
1.1.Turizm Arzı Kavramı

Arz, Arapça kökenli bir kelime olup Türk Dil Kurumu (TDK, 2021) sözlüğünde piyasaya mal sürülmesi, sunu, sunma şeklinde tanımlanmaktadır. Genel olarak arz, tüketicilere sunulan belirli bir mal veya hizmetin toplam miktarını tanımlayan bir ekonomi kavramıdır, ekonominin temel kavramları arasında olduğunu söylemek mümkündür (Investopedia, 2021). Başka bir kaynakta ise arz, bir mal veya hizmetin her bir fiyatta ne kadar talep gördüğü şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca arz kavramı kadar ekonomide önemli bir kavram olan talep kavramını tanımlamak gerekirse; insanların farklı fiyatlarla satın almaya istekli oldukları ve alabilecekleri bir mal veya hizmetin miktarı şeklinde tanımlanmaktadır (Whelan & Msefer, 1996, s. 9).

Turizm arzı kavramı ise genel anlamda, tüketicilere belirli bir pazarda belirli bir fiyatla veya ücrete tabi olmadan sunulan turistik zenginliklerin tümüdür. Bu tanıma göre turizm arzı, turizm ihtiyaçlarını karşılamak için gereken mal ve hizmetlerin tedariki de dahil olmak üzere turizm tüketiminde meydana gelen üretime dayalı faaliyetlerin tamamıdır (Sönmez, 2012, s. 4). Ayrıca turizmde talep kavramı da arz kavramı ile olan ilişkisi açısından önemlidir. Turizm talebi; finansal güç ve boş zamana sahip olup belirli bir zamanda, belli bir amaç doğrultusunda turistik mal ve hizmetlerden yararlanan veya faydalanmak isteyen turist ya da turist topluluğu olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2012, s. 75).

Şekil 1'de turizm arzı ve talebinin bir araya geldiği noktada turizm piyasası görülmektedir. Turistin yapmak istediği (talep ettiği) turizm faaliyeti ile ona bu turizm faaliyetini sağlayacak imkanları maddi bir karşılık ile sunacak turizm işletmelerinin (turizm arzının) bir araya geldiği yere turizm piyasası denmektedir (Sarı, 2019, s. 19)

Şekil 1. Turizm Piyasası



Kaynak: Sarı, Y. *Turizm Ekonomisi Ders Notu.* Eskişehir: Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi.,2019, s. 19.

1.2.Turizm Arzının Özellikleri

Yukarıda çeşitli şekillerde ve görsellerle desteklenerek tanımlamaları yapılmış olan, turizm arzının temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Bahar & Kozak, 2013, s. 64-65) (Sönmez, 2012, s. 5):

- Turizm arzının oluşabilmesi için yüksek maliyetli yatırım yapılması gereklidir. Yüksek maliyetli yatırım gerekliliğinin yanında, yapılan yatırımın tamamlanabilmesi için görece uzun sayılabilecek belirli bir süre geçmesi gerekmektedir.
- Turizm arzı, ürün bakımından sunulduğu bölge, turist profili vb. dış etmenlerin etkisi ile farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle farklılaşan turizm ürünü dış etmenlerin yapısına uygun şekilde sunumu gerçekleştirilmeli ve doğru şekilde pazarlanmalıdır.

- Turizm arzına konu olan, bireylere sunulan ürünlerin ve hizmetlerin üretildiği yerde ve zamanda tüketilmesi gerekmektedir. Çünkü turizm sektörünün yapısı (süreklilik içeren dinamik yapıda, yeniliklere açık vb.) gereği turizm ürünü soyuttur, depolanamaz ve el değiştiremez.
- Turizm arzının ikame edilebilmesi güçtür.
- Turizm arzı kısa dönemde arttırılamayacak katı bir yapıya sahiptir, turizm talebinde bir artış olsa dahi arz kısa sürede arttırılamaz, kısa sürede yükselen talebi arz karşılayamazsa turizm ürünü fiyatlarında yükselme olur.
- Turizm arzı karmaşık heterojen ve bütüncül bir yapısı vardır yani, turizm faaliyetini yapan bir birey açısından, bir yerde oluşan negatif bir deneyim, bireyin tatil konusundaki bütün izlenimlerini negatif şekilde etkileyebilir.
- Teknoloji gelişmesine rağmen turizm sektörü emek yoğun bir yapıya sahip olduğundan, turizmin yapısı, insansız teknolojinin turizmde kullanımını nerdeyse imkânsız hale getirmektedir.

1.3.Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzı yapısı gereği (kısa sürede artırılamayan ikamesi güç bir yapıda oluşu nedeni ile) dış etkilere açık bir kavramdır. Turizm arzını etkileyen faktörleri doğal kaynaklar, altyapı, ulaştırma, sosyo-kültürel varlıklar, üstyapı, konukseverlik başlıkları altında toplamak mümkündür (Bahar & Kozak, 2013, s. 66-69; Zengin, 1994, s. 38; Akyurt, 2008, s. 57-58):

- **Doğal kaynaklar:** Herhangi bir beşerî katkı olmadan kendiliğinden meydana gelmiş olan oluşumlara doğal kaynaklar veya bir başka değişle tabii varlıklar adı verilmektedir. Turizm arzı faktörlerinden en önemlisidir. Bireylerin turizm faaliyetlerine katılma kararı alıp, bir turistik bölgeye gitme kararlarında en etkili olabilecek, onlara en çok haz verebilecek faktördür. Doğal kaynaklar her destinasyonun kendine özgü coğrafi şekilleri (dağ, göl, nehir vb.), coğrafi konumu

(denize yakınlık vb.), iklimi (hava sıcaklığı, yağış miktarı ve şekli vb.), bitki örtüsü (orman vb.) örnek gösterilebilir.

- **Altyapı:** Bir turizm destinasyonunda tatil yapacak bireyin orda geçireceği zaman dilimi içerisinde hayatını kolaylaştıracak, su, kanalizasyon, haberleşme, sağlık, güvenlik vb. var olması gereken hizmetlerin tümüne altyapı denmektedir. Turistik bir destinasyonda var olan veya olacak altyapı hizmetlerinin hem bugünün şartlarını hem de gelecekte olacak şartlara uygun ve sürdürülebilir şekilde planlanmalı, hayata geçirilmelidir. Altyapısı uygun şekilde sağlanmamış (örneğin ulaşımı olmayan bir turistik işletme veya kanalizasyon sistemi sağlanmamış bir konaklama işletmesi) bir bölgeye turizm talebi olmayacaktır.

- **Ulaştırma:** Bir bireyin yapmak istediği tatil faaliyetine başlayabilmesi, tatil faaliyetine gidebilmesi açısından kullandığı gemi, uçak, otobüs vb. araçlara ulaştırma araçları denir. Turistik bir destinasyona rahat ulaşım turizm faaliyetlerinde bulunmak isteyen birey açısından önemli bir unsurdur, bundan dolayı turistik bir bölgenin oluşturulması ve pazarlanmasında ulaşım olanaklarının gereken düzeyde olması gereklidir. Ayrıca ulaştırma unsuru turizm olgusunun yükselmesi açısından çok önemlidir, örneğin bir ulaştırma aracı olan uçağın yaygınlaşması ile turizm, iç turizme yönelik olmaktan, daha uluslararası, ekonomik değeri daha yüksek, dış turizm eksenli hale gelmiş, bu durumda turizme yatırımın artması ve sektörün lineer şekilde büyümesine yol açmıştır.

- **Sosyo-kültürel varlıklar:** Önemli bir arz unsurudur. Turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek isteyen bireyler, bir destinasyona tarihi yerleri görmek ve deniz, kum, güneş vb. için seyahat etmelerinin yanında, o destinasyonda yaşayan insanları ve kültürlerini görmek ve tanımak isteği ile de seyahat etmektedirler. İnsan tarafından meydana getirilen, önemsenen eski veya modern olabilecek, ilgi ve turist çeken değerlerin tümü sosyo-kültürel varlıklar olarak adlandırılmaktadır. Her turistik destinasyonun kendine has değerleri bulunabilir (örneğin; festivaller, gelenekler, yiyecek-içecekler vb.).

- **Üstyapı:** Alt yapıyla birlikte turizm destinasyonlarına çekicilik katan ve destinasyonları tamamlayan, ayırt edicilik katan kavramlardandır. Üstyapı, turizmi oluşturan ve altyapı hizmetlerinden yardım alan konaklama (otel, motel vb.), yeme-içme (restoran, kafe vb.), ulaşım (terminaller) ve eğlence hizmetleri (müze, alış-veriş merkezleri vb.) vb. gibi turist ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayan önemli hizmetleri kapsamaktadır.

- **Konukseverlik:** Diğer arz faktörlerinden farklı olarak ekonomik bir yatırım vb. gerektirmekten çok maneviyat içeren bir kavramdır. Bir turizm destinasyonunda diğer arz faktörleri çok iyi bir şekilde sağlanmış olsa dahi, kötü bir konukseverlik tecrübesi (bölge halkının turistlere karşı istemez tavrı veya hizmet alınan bir işletmedeki çalışanın konuksever olmayan davranışı) destinasyon tanıtımı bakımından çok olumsuz bir durumdur. Ekonomik olarak tamamlanan diğer arz faktörlerinin boşa gitmemesi açısından önemli bir kavramdır.

1.4.Turizm Arzı Çeşitleri

Bir ekonomi içerisinde bulunabilecek temel girdiler toprak, emek, sermaye ve girişimcileri içerir. Bu girdiler, turizm endüstrisindeki arz kaynaklarını (oteller, restoranlar, müzeler, eğlence mekanları ve eğlence merkezleri gibi) oluşturmak için önemlidir. Değişken faktörler, hizmet üretmek ve sağlamak için gereken iş gücü, enerji ve hammadde vb. gibi girdilerdir (Denk, 2019, s. 49). Turizm arzını oluşturan unsurlar temelde "Turizmden Bağımsız Arz" ve "Bağımlı Turizm Arzı" olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür (AİBÜ, 2021).

1.4.1.Turizmden Bağımsız Arz

Turistik bir bölgenin sahip olduğu ancak yalnızca turizm için oluşturulmamış fakat turizme katkı sağlayan tüm doğal (deniz, dağ, iklim vb.), tarihi (eski yapılar, arkeolojik kalıntılar vb.), kültürel (bölgenin yemekleri vb.) vb. gibi faktörlerin oluşturduğu arz turizmden bağımsız arz olarak ifade edilebilir (Aydın & Gencür, 2015, s. 45).

1.4.2.Bağımlı Turizm Arzı

Turistik destinasyonlarda doğrudan turizm talebini karşılamaya yönelik yapılan, ulaştırma (terminaller, limanlar vb.), konaklama (oteller, pansiyonlar vb.), yiyecek içecek işletmeleri (restoranlar, kafeler vb.), pazarlama ve tanıtım kuruluşları (acentalar, tur operatörleri vb.), turizme yardımcı kuruluşlar (alışveriş merkezleri, bankalar vb.) ve ayrıca diğer altyapı-üstyapının tamamlanması ile oluşan turizm talebini arttıracak ve kolaylaştıracak hizmetlerin tümü bağımlı turizm arzını meydana getirmektedir (Denk, 2019, s. 49, Aydın & Gencür, 2015, s. 45).

1.4.3. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Konaklama İşletmeleri

Konaklama işletmeleri bağımlı turizm arzı faktörleri arasında, en önemli ve en çok kazancın elde edildiği faktördür. Turist açısındansa, turizm faaliyetine katılım tarafında, en çok düşünülen ve zor karar verilen kısımdır. Konaklama işletmeleri, turistlerin destinasyon tercihinde en etkili faktörlerdendir. Bu işletme grupları, temelde turistlerin barınma ve bazen beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için ayrıca bazı işletmeler kısmi olarak müşterilerin eğlence ihtiyaçlarını karşılamak için kurulmuştur. Turizm faaliyetlerinin durağan(hareketsiz) kısmını oluştururlar (Kozak, 2012, s. 57). Farklılaşan insan ihtiyaçlar için kurulmuş temel konaklama işletmeleri şunlardır (Resmi Gazete, 2005, s. 4525-4531):

- **Otel:** Asıl amaçları turizm faaliyetlerine iştirak eden bireylerin barınma ihtiyaçlarını karşılamak olan, aynı zamanda spor, eğlence, yeme-içme gibi alanlarda da yardımcı, tamamlayıcı birimleri içerisinde bulundurabilen ve genel anlamda hizmet vermek üzere tasarlanmış kâr amaçlı işletmelerdir. Oteller temelde; bir, iki, üç, dört ve beş yıldızlı oteller olarak sınıflandırılır.

- **Motel:** Yerleşim alanları dışında otoyol kenar ve çevrelerinde bulunan, motorlu araçlar ile seyahat eden bireylerin konaklama yeme-içme ve park ihtiyaçlarını karşılayan en az 10 odası bulunan tesislerdir.

- **Pansiyon:** Otellerin minik modelleri gibidirler, en az beş odadan oluşan işletmelerdir. Bu işletmeler bireylere yiyecek-içecek hizmeti verebilmelerinin yanı sıra onlara yemeklerini hazırlayabilmeleri için olanaklarda sunabilmektedirler.

- **Tatil Köyü:** Çoğu zaman deniz kenarında ve turistik merkezlerde yer alan fakat doğal güzelliklere de ev sahipliği yapabilen, bireylere barınmanın yanı sıra yiyecek-içecek, eğlence, alışveriş gibi birden fazla hizmeti sunabilen, en az 80 odalı, doğa ile bütünleşik ve korur yapıda kurulmuş tesislere tatil köyü denmektedir.

1.4.4. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Pazarlama ve Tanıtım İşletmeleri

Turizm talebinin karşılanmasında tanıtıcı ve yardımcı rol üstlenen bu işletme grubunda iki tür işletme bulunmaktadır:

- **Tur Operatörleri:** Çeşitli bağımlı turizm arzı kaynaklarının, sunduğu hizmetleri paket seyahat adı altında birleştirerek (ulaşım, aktarma, konaklama, animasyon ve rehberlik vb.) yeni ürünler yaratan, yarattığı ürünleri kendi pazarlama ofislerinde

veya seyahat acentaları vasıtası ile satışını gerçekleştiren işletmelerdir (Kozak, 2014, s. 56).

- **Seyahat acentaları:** Seyahat acentaları, kârlılık amacı ile turizm faaliyetinde bulunacak bireylerin, ulaştırma, konaklama, eğlence vb. gibi ihtiyaçlarını karşılayan turistlere destinasyonlar hakkında bilgi veren aracı işletmelerdir. Seyahat acentaları, "1618 Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" ile kendi arasında üç gruba ayrılmıştır, bu gruplar şunlardır (Resmi Gazete, 1972, s. 1):

  - **A grubu seyahat acentaları:** Bu grup işletmelerin sorumluluklarından bazıları döviz bozdurma, vize, pasaport, çeşitli ulaştırma işletmelerinin biletlerini satma, tur operatörleri tarafından organize edilen paket turları pazarlama, yurt içi ve yurt dışında çeşitli turlar organize etme.
  - **B grubu seyahat acentaları:** Genel anlamda bilet satışı yapma (a grubu acentaların düzenlediği turları ve ulaştırma işletmelerinin biletlerini satarlar) görevindedirler.
  - **C grubu seyahat acentaları:** Bu acentaların ise yalnızca yurtiçi turları düzenlemek sorumluluk alanlarındadır.

1.4.5. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Yiyecek İçecek İşletmeleri

Genelde konaklama işletmeleri içerisinde görev alan yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri haricinde bağımsız işletmeler olarak da hizmet vermektedir. Türkiye'deki konaklama tesislerinde üç yıldızdan itibaren konaklama tesisleri içerisinde yiyecek-içecek birimleri bulunması zorunludur ve bu birimler konaklama tesislerinin bünyesinde hizmet vermektedirler (Kozak, 2012, s. 62).

Genel olarak bakıldığında yiyecek içecek işletmelerini farklı kategorilere ayırmak mümkündür, bunlar (Taşdelen, 2020, s. 42):

- **Büyüklüklerine göre:** Küçük (50 kuver ve daha az), orta (50-100 kuver arası) büyük (100 kuver ve fazlası).
- **Hukuki durumlarına göre:** Belediye belgeli tesisler, Bakanlık belgeli tesisler,
- **Bulundukları yere göre:** Otel, bağımsız işletmeler,
- **Servis şekillerine göre:** Alakart, tabldot, açık büfe vb.

1.4.6. Bağımlı Turizm Arzı Bakımından Ulaştırma İşletmeleri

Bireylerin turizm destinasyonlarına hızlı ve güvenli bir şekilde ulaşımını sağlama amacıyla kurulmuş işletmelerdir. Ulaştırma işletmelerini şu şekilde gruplandırmak mümkündür (Şahin & Ünal, 2016, s. 102-105):

- **Demiryolları:** Turizm amaçlı toplu kullanılan ilk ulaşım yöntemidir. Sosyal turizmi geliştiren bir yöntemdir. Günümüzde diğer ulaşım araçları ile kıyaslandığında kullanımı geçmişe göre daha az talep görmektedir, diğer ulaşım araçları ile rekabette geride kalsa da ucuzluğu bu ulaşım yöntemini günümüzde hâlâ turizm faaliyetleri açısından tercih sebebi haline getirmektedir.

- **Denizyolları:** Anakaralar (farklı kıtalar) arası toplu ulaşım açısından önemli bir yöntemdir. En eski ulaştırma türüdür ve günümüzde yüzen otel niteliğindeki kurvaziyerler ile kitle turizmine katkıda bulunur hale gelmiştir. Eğlence olanakları ve diğer ulaşım yöntemlerinden daha emniyetli olması bu türde ulaşımın kullanımını arttırmaktadır.

- **Karayolları:** Hem münferit hem de toplu olarak tercih edilebilen en çok kullanılan ulaşım yöntemidir. Diğer ulaşım araçlarına nazaran münferit şekilde seyahat edebilme, seyahat ederken özgür olma vb. sağlaması tercih edilme nedenlerindendir. Genel olarak iç turizm ve ülke içinde hareket sağlamak isteyen turistler bakımından önemlidir ve tercih edilmektedir.

- **Havayolları:** Hız ve güvenlik açısından uzun mesafeli seyahatler için en uygun taşıma şekli olan havayolu taşımacılığı, günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte pahalı ve üst kesim insanlara hitap eden bir ulaşım şekli olmaktan çıkmıştır, uluslararası alanda en çok tercih edilen ulaşım yöntemidir. Genel iş ve turizm seyahatlerinin yanı sıra paket turlar açısından da tercih edilen bir ulaşım şeklidir.

İKİNCİ BÖLÜM

KRİZ YÖNETİMİ VE COVİD 19 PANDEMİSİ

2.1.Kriz Kavramı ve Krizin Özellikleri

Çince ’de kriz kelimesine karşılık gelen *“weiji”* kelimesi *“weixian (tehlike)”* ve *“jihui(fırsat)”* kelimelerinin ilk iki harfinin birleşiminden meydana gelmektedir. (Glaesser, 2003, s. 12). Kriz kelimesinin kökü Yunanca olup Türkçe’ ye, Fransızca’dan geçmiştir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde: “Bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran, çöküntü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kriz kelimesinin ilk kullanımı tıp alanındadır, tıpta kritik durumda seyreden hastalığın seyirdeki durum değişikliği anlamında kullanılmıştır (Patan, 2009, s. 4).

Kriz öngörülemeyen, beklenmeyen olayların etkisinin artması ya da uzun sürelerde devamı sonucunda, kontrolü güçleşen ve karmaşıklaşan bir durum şeklinde kendini gösteren bir kavramdır ve doğru şekilde yönetilemeyen bir krizde başlı başına kriz kavramını tetikleyebilecek ve hararetlendirebilecek bir durumdur (Karaağaç, 2013, s. 118-119). Krizler, tahmin edilemezlik ve sistemlerin temel işlevleri üzerindeki kontrolün kaybı ile karakterize edilen yoğun belirsizlik dönemleridir (COMCEC Koordinasyon Ofisi, 2017, s. 17).

Ayrıca krizler, işletmelerin uygulanabilirliğini tehdit eden neden, sonuç, çözüm yollarının belirsizliğinin yanı sıra kararların hızlı bir şekilde alınması gerektiği inancıyla karakterize edilen düşük olasılıklı, yüksek etkili olaylar örgüsüdür (Pearson & Clair, 1998, s. 60). Genel anlamda kriz kavramı organizasyonun iç veya dış çevresinde meydana gelebilen, beklenmedik değişimler sonucunda oluşan; organizasyonun faaliyetlerini, fiziksel ve mali koşullarını, geleceğini, çalışanlarının beden ve ruh sağlığını tehdit eden, acil önlemler ve kararların alınmasını mecbur kılan dönemlerdir (Okumuş, 2010, s. 204).

Bir organizasyon krizlere karşı savunmasızlığını ne kadar çok inkâr ederse, oluşabilecek krizlerden o kadar çok etkilenir ve yok olma durumunda kalabilir. Krizleri önlemek için, organizasyonların krizlerin erken uyarı sinyallerini okumayı ve bunlara daha etkili yanıt vermeyi öğrenmeleri gerekmektedir (Mitroff, Shrivastava, & Udwadia, 1987, s. 285).

Kriz beklenmedik bir durumdur, hazırlık yapılmadan karşılaşılan kriz durumu örgütler için her zaman kötü anlama gelmez, iyi değerlendirilen krizler bir fırsata dönüşüp örgütlerin zamana yenik düşmesini önleyebilmektedir. Yani örgütler değişen zamana uyum sağlayıp dönüşebilmek için olumsuz gözüken krizi silah olarak kullanabilmektedir ve ayrıca kriz şirketlerin ömrünü sona erdirebilecek bir kavramken, zamanında ve iyi yönetildiği durumda şirketleri, bulunduğu konumdan çok farklı yerlere getirebilecek bir sürece dönüşebilmektedir (Akdağ, 2005, s. 3).

Krizlerin literatürde yer alan temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Varoğlu, 2015):

- İşletmenin amaçlarını uygulamasına engel olur,
- Önseziyi yetersizleştirir,
- Acele müdahale gerektirir,
- Beklenmedik ve anidir,
- Stres ve korku yaratır,
- Kontrolü zordur,
- Kaynakları tehdit eder.

Krizlerin literatürde yer alan genel özelliklerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Göksu, 2016):

- Kriz tahmin edilemez bir durumdur,
- İşletmelerin kriz olgusunu önleme ve tahmin etme sistemleri krizler yetersiz kalabilir,
- İşletmelerin hayatını sonlandırma ihtimali yaratabilir,

- Hızlı müdahale gerektirir
- Özellikle üst kademe iş görenlerde gerginlik yaratır,
- İşletmelerin ekonomik kaynaklarını tehdit eder,
- Krizin durumu şiddetlendikçe işletmenin krize vereceği geri dönüşün nasıl olacağına dair belirsizlik artar,
- Fırsatların ve endişenin ehemmiyeti fazlalaştıkça kriz durumu daha fazla şiddetlenir,
- Kriz olgusunun önem derecesini ve önceliğini, krizin tehdit boyutu oluşturur,
- Kriz yönetimi kendisi ile yeniden düzenleme ve değişim getirir,
- Kriz döneminde yeterli ve gerekli kaynakların yoksunluğu ortamın karışıklığını ve gerginliğini artırır,
- Zamanında denetim altına alınmayan ve çözülmeyen problemler, tehditlerin etkilediği, tetiklediği sorunlar tepeden yuvarlanmış bir kartopu gibi büyür, zamanla durumun kontrolü ve iyileştirilmesi ihtimalini imkânsız hale getirir.

Krizin özelliklerine bakıldığında işletme açısından stresli, belirsiz ve karmaşık bir dönem olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca doğru yönetilememesi durumunda işletmeyi bir kaos içerisine düşürebilecek bir süreçtir.

2.2.Kriz ile İlgili Temel Kavramlar ve Krize Neden Olan Etmenler

Kriz ile ilgili kaos, stres, belirsizlik gibi kavramlar öne çıkmaktadır. Kaos kelimesi Fransızca'dan Türkçe'ye geçmiş bir kavram olup, uyumsuz karışık durum, kargaşa anlamlarına gelmektedir. Stres kelimesi İngilizce'den Türkçe'ye geçmiş olup, ruhsal gerilim anlamındadır. Belirsizlik ise bilinmeme, belirsiz olma durumudur (TDK, 2021).

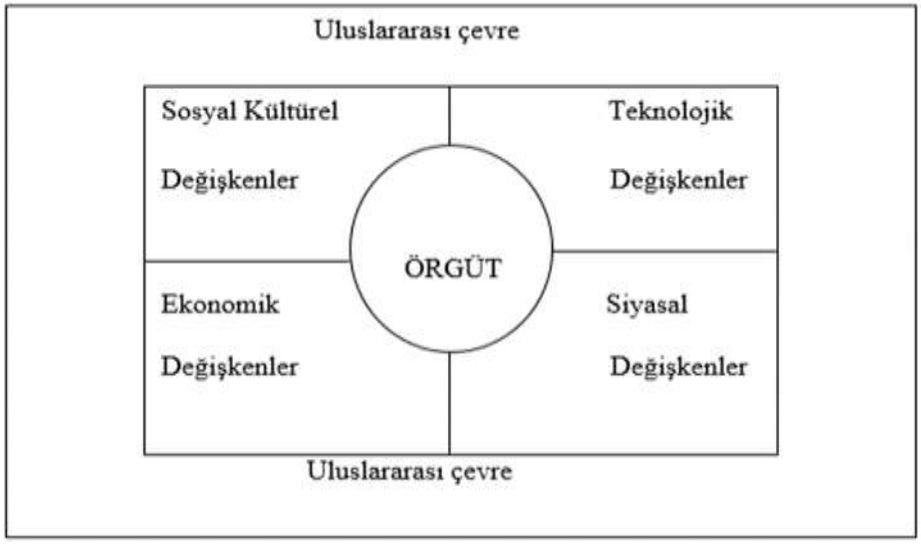
Krize neden olan faktörleri çevresel etmenler ve örgütsel etmenler olarak ikiye ayırmak mümkündür:

- **Çevresel Etmenler (Dış Faktörler):** İşletmenin karşılaşacağı belirsizlik

durumunu arttırabilen bir etmendir çünkü çevresel etmenler dinamik ve değişken olabilmektedir, bu durumda karar vericilerde baskı oluşturmakta, kararların doğruluk oranını düşürmekte ve budan dolayı da işletmenin krize doğru giden seyrinin hızını arttırmaktadır (Demirtaş, 2000, s. 359).Krize yol açabilecek çevresel etmenlerden bazılarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Tüz, 2013, s. 10-13):

- Ekonomik durum
- Teknolojideki gelişmeler
- Toplumsal ve kültürel etmenler
- Hukuki ve siyasi etmenler
- Uluslararası çevre etmenleri
- Rakip işletmelerin ve rekabetin artışı

Şekil 2. Örgütsel Çevre, Kriz Etmenleri



Kaynakça: Şen, F. *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Bir Örnek Olay Analizi.* Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi., 2011, s. 8

- **Örgütsel Etmenler (İç Faktörler):** Genel olarak örgütsel etmenleri, yönetim, yöneticiler, personel, bütçe ve teknik donanım vb. şeklinde sıralamak mümkündür. Organizasyonel yapıda bozulma, parasal yetersizlikler, yönetici ve personelin yetersizlikleri örgütsel yapıda kriz oluşmasının nedenleridir. Ayrıca içsel kriz etmenleri, organizasyonda boşluklar oluşturma amaçlanarak bilinçli yapılan hareketlerde olabilmektedir (Sezgin F. , 2003, s. 188).Örgütsel etmenler kendi içinde iki gruba ayrılmaktadır, bunlar Örgütsel yapı ve yönetim niteliğidir (Demirtaş, 2000, s. 360-361).

2.3. Kriz Süreci ve Sonuçları

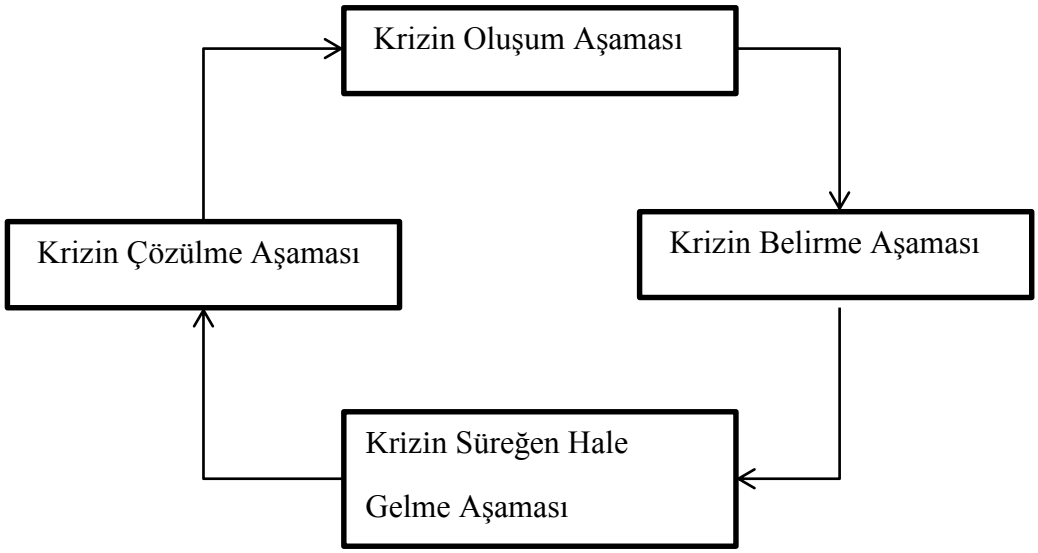
Kriz olgusunun aşamalı olarak gerçekleştiği düşünüldüğünde, bu aşamaları üç farklı grupta incelemek mümkündür (Demirtaş, 2000, s. 361-363):

- **Kriz başlangıcının algılanması ve hareketsizlik aşaması:** Kriz sinyallerini ilk ortaya çıktığı aşamadır, bu aşamada işletme içinde ve işletmenin dış çevre ilişkilerinde sorunlar kendini göstermeye başlamıştır. Ancak işletmenin gelişmeyen algılama sistemi krizi sinyallerini alamamakta ve yönetim kademesini bilgilendirememektedir. Bundan dolayı üst yönetim yaklaşmakta olan kriz için gerekli önlemleri alamamaktadır. Sorunlar işletmenin varlığını tehdit eder durumda olmadığı için yönetim eski deneyimleri ile ellerinde yeteri kadar bilgi olmadan karar almaya çalışmaktadır. Şiddeti artan ve belirginleşen kriz durumu üst yönetimde paniğe sebep olmaktadır. Bu aşamada bilgi seviyesi yetersiz olduğundan, alınan kararların doğruluk derecesi azdır.

- **Kriz dönemi:** Yaklaşmaya başlayan krizin sinyalleri doğru şekilde yorumlanıp, değerlendirilememişse ve doğru tepkiler verilememişse, işletmenin kriz dönemini yaşaması muhtemeldir.

- **Çözülme dönemi:** Kriz döneminde, krizi karşı başarılı çözümler üretilmez ise, krizin şiddetine bağlı olarak işletme yaşamı sona erer. İşletmenin dış çevre ilişkileri bozulur. İşletmenin içindeki stres ve panik ile artan işçi şikayetleri, işgücü devir hızı ve devamsızlığın artması ile örgütsel çözülme gerçekleşir.

Şekil 3. Krizin Aşamaları



Kaynak: Haşit, G. *İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Türkiye'nin Büyük Sanayi İşletmeleri Üzerinde Yapılan Araştırma Çalışmaları*. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi., 1999, s. 14.

Krizin bir işletme açısından olumsuz sonuçları olabileceği gibi olumlu sonuçları da olabilmekte, yani işletmeler krizleri, doğru yönetimler ile fırsata dönüştürebilmektedir. Krizin işletmeler üzerindeki olumlu ve olumsuz sonuçlarını aşağıda bulunan tablodaki gibi sıralamak mümkündür.

Tablo 1. Krizlerin Sonuçları

Olumlu Sonuçları	Olumsuz Sonuçları
İşletmelerin yaşamlarını olumsuz etkileyebilecek sorunların kriz vasıtası ile ortaya çıkarılması veya çıkması	İşletme içi merkezileşmenin artması
Değişiklilere karşı yitirilen uyum sağlama yeteneğinin yeniden kazanılması ve yeni stratejiler oluşturulması	İş görenler üzerindeki stres ve baskıyı arttırması
Konvansiyonel yönetim biçimlerinde hızlı bir değişim sağlaması	Plan ve kararları bozması
İş birliği duygusunun öneminin arttırması	İşletme amaçlarını daha karmaşık ve belirsiz bir duruma getirmesi
İktisadi çıkarlar ve rakiplere karşı avantaj elde edebilme ihtimali,	İşletmeyi ekonomik anlamda zor durumda bırakması
Liderlerin ve liderlik kavramının belirginleşmesi,	İşletme içi güven duygusunu zedelemesi
Erken uyarı sistemine olan ihtiyacı belirginleştirmesi	

Kaynak: Güney S. *Kriz Yönetiminde Halkla İlişkilerin Başarı Şartları*. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2002, s.65.

2.4. Kriz Türleri

Krizleri genel olarak iki ana başlıkta incelemek mümkündür (Cener, 2013, s. 1):

- **Olası krizler:** Bir işletmenin kendi doğasından veya yaptığı hizmet ya da ürettiği ürünün doğasından kaynaklanan krizlerdir. Bu tür krizlere; grevler, yangınlar, patlamalar, sızıntı sorunları, kirlilik sorunları, hammadde tedariki ile ilgili oluşabilecek sorunlar, oluşabilecek nakliye sorunlar, daha rekabetçi fiyatlar, daha iyi ürünler, ikame ürünler, hükümet kanunları, kısıtlamalar, artan maliyetler (hammadde gibi), gazete veya TV grevleri nedeniyle başarısız reklamlar, hükümet değişiklikleri, savaşlar, iç savaşlar, müşteri boykotları vb. örnek olarak verilebilir.

- **Öngörülemeyen krizler:** İşletme hariç diğer dış faktörlerden kaynaklanan tahmini zor krizlerdir. Bu tür krizlere; salgın, isyan, deprem, çarpıcı gazete ve TV haberleri, devlet soruşturmaları, şirket liderlerinin eylemlerinden kaynaklanan skandallar, üretim ürünlerinin beklenmedik yan etkileri, hizmet veren personelin işletme kültürüne uymayan davranışlarından meydana gelebilecek krizler ve terör olayları örnek olarak verilebilir.

Belirli bir nedenle yani, gerçekleşme nedenlerine bağlı olarak da krizleri:

- Siyasal Krizler
- Ekonomik Krizler
- Terörizm Kaynaklı Krizler
- Biyolojik Krizler
- Doğal Afetlere Dayalı Krizler
- Ekolojik Krizler
- Sosyal Krizler olarak sınıflandırmak mümkündür.

2.4.1. Siyasal Krizler

Siyaset turizm ve turizm arzı açısından büyük önem taşır, sürdürülebilir gelişimin sağlanması açısından karar verme ve kontrol unsurudur (Li & Dewar, 2003, s. 154).

Bir ülkenin kendisini içinde bulunduğu, sosyal düzenden uzaklaşılması, düzeni oluşturan veya koruyan ülke içi birimlerde oluşan aksaklık ve dengesiz duruma siyasal istikrarsızlık denir. Siyasal istikrarsızlık veya siyasi sürtüşmeler içinde bulunan ülkelerde yapılan turizm faaliyetlerine, bireylerin yani turistlerin gelerek turizm faaliyetlerine katılması zordur. Bireyler turizm faaliyetlerine katılma tercihini, siyasi istikrarsızlık olan bölgelerin dışında kalan bölgelere giderek kullanır (Kesimli, 2011, s. 26,27)

Siyasal krizlere dünyadan örnek vermek gerekirse: Mısırda 2013 yılında

yapılan darbe ve öncesindeki siyasi istikrarsızlıklar, ülkenin önemli gelir kaynaklarından olan (Mısırın GSYH' sının nerdeyse yarısını turizm ve Süveyş kanalı gelirleri oluşturmaktadır) turizmin faaliyetlerinin baltalanmasına neden olmuştur. 2010 yılında ülkeye giriş yapan turist sayısı 14 milyonu bulurken, 2011 yılında bu sayı yaklaşık %32 azalmış, 2013 yılında ise azalma oranı yaklaşık %39'u bulmuştur (Hacıoğlu & Saylan, 2014, s. 64,65).

Türkiye'den örnek vermek gerekirse de Türkiye ile Rusya arasında 2015 yılında meydana gelen siyasi sürtüşme (Türkiye'nin hava sahasını ihlal eden bir Rus savaş uçağını düşürmesi ile başlayan süreç) Rus turistlerin, Türkiye'ye seyahat etmemelerine neden olmuş ve bu durum Türkiye'nin turizm gelirlerini ve sektörünü negatif etkilemiştir. Bunun yanında bu kriz durumu turizm yatırımlarını da negatif yönde etkilemiş, dolaylı olarak inşaat vb. gibi sektörlerde bu krizden olumsuz etkilenmiştir (Erbaş, 2016, s. 4654,4655).

2.4.2. Ekonomik Krizler

Literatürde mal, hizmet, üretim faktörleri veya ülkede bulunan yabancı cinsten para miktarındaki veya fiyatındaki öngörülebilir değişim sınırlarını aşan miktarlarda şiddetli dalgalanmalar ekonomik krizler olarak tanımlanmaktadır (Ayaz, 2016, s. 1361).

Ekonomik krizleri ayrıca, ekonomik kararlar alan ev halkı, işletmeler veya devletin davranış, faaliyetlerinde iç ve dış durum nedeniyle oluşabilen ani, beklenmedik değişimler olarak da ifade edilebilir. Türkiye'de 1978, 1994, 2001 finansal krizleri görülmüştür. Krizlerin yaşandığı dönemde bütün sektörlerde olduğu gibi turizmde oldukça olumsuz etkilenmiştir (Paksoy & Çolakoğlu, 2010, s. 344-345). Ekonomik kriz dönemlerinde bireylerin öncelikle yaşamını idame ettirmeye gayret etmesi, turizmin yeme-içme, barınma vb. gibi temel ihtiyaçlardan olmaması yani zorunlu bir tüketiminin olmaması turizm faaliyetlerinin en büyük dezavantajıdır (Karaçor & Garda, 2015, s. 902).

2.4.3. Terörizm Kaynaklı Krizler

Terör veya terörizm kavramı en önemli gücü şiddet olan, belirli bir düşünceyi karşı tarafa şiddet, baskı yolu ile zorla kabul ettirme eylemidir şeklinde tanımlanabilir (Kaya, 2018, s. 2234-2235). Terörizm ve terör kavramları aynı çerçevede değerlendirilse de terörizm kavramının temelinde siyasal bir hedefe ulaşmak ve hedefe ulaşmak için kendine has stratejisinin olması gibi farklılıkları vardır (Öztürk & Çelik, 2006, s. 87).

Turizm kavramı önemli bir kavram olmanın yanında ayrıca hassas bir kavramdır, zira turizm faaliyetlerinde bulunmak isteyen bireyler kendi yaşamlarına tehdit oluşturabilecek (savaş, terör vb.) yerlere seyahat etmek istemezler. Bu nedenle turizm faaliyetleri bir ülkedeki siyasi, sosyal tüm olaylara hatta daha da tehlike arz edebilecek siyasi çatışmalar, terör olayları gibi olgulara en hızlı ve olumsuz tepki veren sektördür (Günçiçek, 2015, s. 69).

İnsanlar temel hak ve özgürlüklerinden olan yaşama hakkı ellerinden alınma gibi bir tehdit ile karşı karşıya kaldıklarında, turizm faaliyetlerini bir kenara atmakta ve terör olaylarına maruz kalan bir bölgeye seyahat etmemektedirler. Dünyadan örnek olarak 11 Eylül saldırılarını örnek göstermek mümkündür. Bu saldırılar neticesinde Avrupa-ABD hava seyahati trafiğinde %50 azalma meydana gelmiştir (Akbaş & Mutlu, 2016, s. 4,5).

Türkiye'den örnek vermek gerekirse, 2016 yılı içerisinde terör örgütleri tarafından yapılan birçok terörist eylem neticesinde, Türkiye'nin turizminde, turizm geliri ve turist sayısı açısından büyük bir gerileme yaşanmıştır. Bunlardan en önemlisi de İstanbul'un en çok turist çeken bölgesi olan Sultanahmet meydanında yaşanan 12 turistin yaşamını yitirdiği, 13 kişinin de yaralandığı canlı bomba saldırısıdır (Melek & Toker, 2016, s. 180).

2.4.4. Biyolojik Krizler

Bu krizlerin oluşmasında en önemli olgu salgınlardır. Salgın hastalıklar ile turizm faaliyetleri arasında olumsuz bir ilişki bulunmaktadır (İbiş, 2020, s. 88). Salgın, bulaşıcı hastalıkların kısa zamanda bir bölgede veya dünyada yayılmasıyla birçok kişinin hastalanmasına neden olan bir hastalıklardır. Salgın insandan insana bulaşabilmekte ve uluslararası yolculuklarla daha hızlı yayılmaktadır. Hastalığın bölgeler arası yayılmasını önlemek için çeşitli yaptırım kararları alınmakta ve bu durum turizm faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Aynı zamanda bir yaptırım hasıl olmasa dahi insanlar kendi sağlık ve hayatlarını tehdit altına sokmamak adına turizm faaliyetlerine dahil olmamaktadır. 1967-1968 ve 2001 yıllarında görülen ve insandan insana geçebilen Şap hastalığı neticesinde insanlar kırsaldan kentlere doğru turizm faaliyetlerine yönelmiştir. Yine 2003 yılında Tayland'da görülen SARS salgını Tayland'a gelen turist sayısında %18 azalmaya neden olmuştur ve en son dünya genelinde görülen COVID-19virüsü turizm sektörünü olumsuz şekilde etkilemiştir (Kılıçdere, 2017, s. 45-47).

2.4.5. Doğal Afetlere Dayalı Krizler

Doğal afet, dünyayı ve insan hayatını doğrudan tehdit eden ve tamamen doğal nedenlerle meydana gelen felaketlerin genel adıdır. Aynı zamanda insanın başrolde olduğu ihmal, çevre kirliliği gibi sebeplerle de doğal afetlere doğrudan sebep olabilmektedir (Milliyet, 2022).

Doğal afetler turizm açısından, bir ülkeye gelen turistlere veya turizm destinasyonlarına doğrudan zarar verebilmenin yanında, yaşanan doğal felaketle birlikte ülkenin içinde bulunduğu kriz durumu, turizm talebi açısından da negatif yönlü bir etki bırakmaktadır, yani turistler doğal afetlerin yaşandığı bölgeye seyahat etmekten çekinmektedirler. Aynı zamanda turizm arz kaynakları da (ulaşım, altyapı, üstyapı, turizm işletmeleri vb.) yaşanan doğal felaketten doğrudan etkilenmekte ve

kısa sürede geri döndürülemeyecek zararlar görebilmektedir (Emekli, 2001, s. 200-201).

2.4.6. Ekolojik Krizler

Kapitalizmin getirilerinden olan ekolojik kriz, bireylerin tek odak noktasına daha fazla üretim ve karlılığı alan düşünce tarzlarının sonucu olarak ortaya çıkmıştır, küresel ısınma, çölleşme, asit yağmurları vb. gibi olayların meydana gelerek tabiatı tehdit ettiği ve dolaylı olarak insanlığı zor durumda bıraktığı bir kriz durumudur (Altıok, 2014, s. 84-89).

Ekolojik krizler turizmi doğrudan etkilemekte yapısını değiştirmektedir. Doğanın sahip olduğu kaynakların insanlar tarafından sınırsızca ve plansız şekilde kullanımı ile ortaya çıkan ekolojik krizler ve bu krizlere negatif anlamda destek niteliğinde olan kitle turizmi yerine eko turizm vb. alternatifler oluşmaktadır, eko turizm kavramı da doğru planlanamaz ve istismar edilir ise bu turizm tür de ekolojiye zarar verebilme potansiyeli yüksektir (Özgen & Ege, 2018, s. 665-668).

2.4.7. Sosyal Krizler

Ekonomik, biyolojik, siyasal vb. krizlerin yanlış yönetimi, toplumlarda bir stres durumuna, sonrasında önü alınamayacak halk ayaklanmaları vb. gibi sosyal felaketlere yol açabilen krizler genel anlamda sosyal krizler olarak adlandırılmaktadır (Kırlı, 2021). Sosyal krizleri kendi başlarına bir neden olmadan, en çok kötü ekonomik durum veya ekonomik krizlerin etkisi ile yöneticilerin yanlış yönetimi sonucu oluşan toplum yapısını bozabilen (iç savaş vb. durumların ortaya çıkması) büyük sonuçları olan krizlerdir. Hiç şüphe yok ki turizm de sosyal krizlerden negatif etkilenmektedir. (Küçükaltan, Tükeltürk, & Çiftçi, 2015, s. 37-100)

2.5.Turizmde Kriz

Genel olarak turizm sektörünü etkileyen bir kriz, bir turizm işletmesinin veya tüm bölgenin pazar potansiyelini ve itibarını tehlikeye atan bir olay veya koşullar dizisi olarak kendini gösterir (COMCEC Koordinasyon Ofisi, 2017, s. 17).

Turizmde kriz, turizm işletmelerinin normal zamandaki etkinliklerini tehdit eden, faaliyette bulundukları destinasyonun güvenli olmadığı algısını yaratan, turistlerin bölgenin turistik cazibe ve konforu hususlarındaki düşüncelerini olumsuz etkileyerek destinasyona olan ilginin, talebin azalmasına ve destinasyonda bulunan turistik işletmelerin para kazanamayıp varlıklarını devam ettirememelerine neden olan olayların tümüne denmektedir. Hizmet sektörünün önemli alt sektörlerinden olan turizm de yurt içi ve yurt dışında oluşan kriz durumlarından yüksek oranda etkilenmektedir. Aynı zamanda turizm endüstrisi hassas yapısı gereği kendi faaliyet alanı veya kendi içinde oluşabilecek krizlerin yanı sıra kendi faaliyeti ile ilgili olmayan bir sektörde veya alanda oluşan krizden de etkilenmektedir (Durgun, 2011, s. 143).

Yine turizm sektörünün hassas ve dış etkilere açık yapısından kaynaklı turistik bölgelerde yaşanan kriz durumu turizm talebini olumsuz etkilemektedir. Nadir ve önemsiz görülen krizler talepte kısa vadeli daralmalara neden olurken, uzun süren kriz (salgın, savaş, terör, doğal afetler vb.) durumları turizm talebini bütünüyle etkisi altına alıp tamamen ortadan kaldırabilmektedir (Göçen, 2011, s. 498).

Turizm sektörü iç ve dış faktörlerin etkisi ile oluşan krizlerden doğrudan etkilenir. Ayrıca, birçok krizin öngörülemezliği nedeniyle devlet ve işletmeler zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Dünya çapında meydana gelmesi beklenen veya tahmin edilen kriz durumları karşısında turizm faaliyetlerinde bulunan işletmeler kriz önleyici bazı tedbirler alabilirler. Fakat turizm işletmeleri aniden ortaya çıkan kriz durumlarında büyük sorunlar yaşayabilmektedir (Mutlu, 2020, s. 46,47). Krizin etkilerinden kurtulmak veya etkilerini hafifletmek için dünyada uluslararası turizm faaliyetlerini yakından izlemek, turizm faaliyetlerinde etkisi bulunan etmenlere hâkim olarak, turizm endüstrisi için yeni planlar yapmak gerekmektedir (Korkmaz, 2009, s. 230).

Turizm endüstrisinin yapısından kaynaklı olarak, kriz kavramı turizmde farklı özellikler göstermektedir, bu özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Kılıçdere, 2017, s. 7):

- Turizmde meydana gelen kriz ulusal, bölgesel veya yerel olabilir,
- Endüstrinin paydaşları, krizleri tetikleyebilse de aynı zamanda sektör dışında yaşanan olaylar da krizlere neden olabilmektedir,
- Turizm endüstrisindeki krizlerin yeniden yaşanması ihtimali vardır (doğal afetler, terörist saldırılar, rekabet vb.),
- Turistik ürünün ikame edilemeyen karmaşık bir ürün olması, içerisindeki herhangi bir hattında veya destinasyonunda oluşabilecek olan krizden, farklı sektörlere göre daha çok etkilenmesine neden olmakta ve işletmelerin faaliyetlerini imkânsız hale getirmektedir.

2.6.Kriz Yönetimi ve Kriz Yönetimi Özellikleri

Kriz yönetimi temel olarak TDK'nın sözlüğüne göre "İşletmelerde hatalı üretim, ham madde sıkıntısı, kalite düşüklüğü, pazarlama vb. sebeplerle ortaya çıkan sorunlu dönemde işbaşına getirilen yöneticilerin yönetme biçimi." olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kriz yönetimi, organizasyon üyelerinin krizleri etkin şekilde önlemek veya meydana gelenleri doğru bir şekilde yönetmek için dış paydaşlarla beraber giriştiği sistematik bir girişimidir. Kriz yönetiminin etkinliği, potansiyel krizler önlendiğinde veya kilit paydaşlar, krizlerin kısa ve uzun vadeli etkilerinin savuşturulduğuna inandığında ortaya çıkmaktadır (Pearson & Clair, 1998, s. 61).

Kriz yönetimi kavramı, krizin büyük etkisini yönetebilmek için iyi bir liderlik, doğru karar alma, özverili iletişim ve yönetim işlevlerini içeren kapsamlı bir yönetim sürecidir. Yine ayrıca kriz durumunun sonrasında, örgütlerin sahip olduğu önemli kaynakların ve bu kaynakların kullanıldığı ana etkinliklerinin ihtiyaç olduğu seviyelerde getirilebilmesi için lüzumlu olan sistemin ve ortamın sağlanabilmesi öncelikle kriz yönetiminin doğru bir şekilde yapılmış olmasına bağlıdır, kriz yönetimi

bu işletmeler açısından hayati bir öneme sahiptir (Karaağaç, 2013, s. 119-120).

Etkili bir kriz yönetimi için işletmeler ilk olarak kriz yönetim süreci ile ilgili tüm aşamaların farkında olmalıdır. Ayrıca, kriz durumu organizasyonu daha karmaşık hale getirdiğinden, krizlerin aynı anda ortaya çıkmasına hazırlıklı olunmalıdır. Kriz durumlarından başarılı şekilde sıyrılmayı amaçlayan işletmeler, kriz yönetim birimleri veya kriz ekipleri bünyesinde bulundurarak, bu birimleri özel acil durumlara işletmeyi iyi hazırlamak ve krizlerle başa çıkmak için kullanmaktadırlar. Ayrıca işletme bünyesinde hizmet veren yöneticiler bakış açısını genişletmelidirler (Mitroff, Shrivastava, & Udwadia, 1987, s. 291). Günümüzde yöneticiler krizlerin işletmelerinin işleyişini etkileyip etkilemeyeceğini tahlil etmeli, krizi olgusunu ne zaman, nerede, nasıl, deneyimleyebileceklerini, işletmede hizmet veren bireylerden hangilerinin krizlerden ne şekilde etkilenebileceğini düşünmelidir (Tüz, 2013, s. 35).

Kriz yönetimi kavramının genel özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür (Akdağ, 2005, s. 4):

- Krizin yönetilmesi önemli, zor ve hatta karmaşık bir süreçtir. Bu yüzden krizler, hemen çözülebilecek olgular değildirler, uzun ve zorlu bir yol gibidirler.
- Kriz yönetimi devamlı yapılması gereken bir yönetim faaliyetidir. Olabilecek olan krizlere karşı oluşturulan planlar sürekli olarak denenmeli ve geliştirilmelidir.
- Krizi yönetecek üst kademe yöneticilerin krizi anlama ve yorumlama yetenekleri kriz yönetiminde önemli bir unsurdur. Krizi durumunun önlenmesinde başarılı olmak, yöneticilerin krizleri ne şekilde anlayıp yorumladıklarına bağlı olarak değişebilmektedir.
- Kriz yönetiminde başarının örgüt açısından büyük fırsatlar doğurmaktadır. Krizi başarıyla yöneten yöneticilerin kendilerine olan güvenlerini ve çalışmaya olan istekleri artmaktadır. Krizleri başarıyla atlatılması yöneticiler açısından kariyerlerini sağlam temeller oturtma ve kariyerlerinde yeni bir döneme girmeyi sağlamaktadır.
- Kriz yönetiminde, örgütün kriz reçetesini iletişim, maliyet, planlama, düzenleme

vb. gibi sistemlerin karmaşıklığı ve birbirine bağlılığı oluşturmaktadır. Kriz yönetimi, örgütün değer ve inançları doğrultusunda planlanmalıdır.

2.7.Kriz Yönetimi İlkeleri ve Yaklaşımları

Kriz yönetimi ilkelerini zamansal anlamda üç ayrı dönemde incelemek mümkündür bunlar (Göksu, 2016, s. 37,38):

Kısa dönem:

- Doğru anlama yorumlama ve teşhis yapılmalı,
- Krizin asıl kaynakları teşhis edilmeli,
- Kriz gerçekçi ve sakin şekilde karşılanmalı,
- Bilgi toplama sistemli ve planlı bir hale getirilmeli,
- Yönetim rolleri fırsat tanıyıcı şekilde dağıtılmalı,
- Zaman baskısının önüne geçilmeli,
- Merkezileşme engellenmeli,
- Karar alırken yardımcı elemanlarda kullanılmalı,
- Destekleyici liderlik yapılmalı ve asların desteği alınmalı.

Orta dönem:

- Örgüt kendine yeni değerler katmalı,
- Orta vadede bilgiyi doğru kullanma yeteneği geliştirilmeli,
- Orta kademe yöneticiler iyi şekilde geliştirilmeli.

Uzun dönem:

- Örgütün amaç ve değerleri yeniden gözden geçirilmeli,
- Esnek ve dinamik bir örgüt yapısı sağlanmalı,
- Bilgi toplama ve planlamanın dinamikleşmesi sağlanmalı,

- Durum analizleri sürekli hale getirilmeli.

Kriz yönetimi yaklaşımlar olgusunu ise, iki grupta incelemek mümkündür bunlar (Baran, 2005, s. 31-32):

- **Krizden Kaçma Yaklaşımı:** Kriz yönetiminde kaçma yaklaşımı, kriz durumlarını hafifletme veya kaçınma stratejileridir. Problemleri kolay tanımlayan ve verimli çözümler bulabilen bir örgüt yapısı bu yaklaşım için önemli bir şarttır. Krizden kaçmak için dış dünya sürekli takip edilip, gelecekte oluşabilecek kriz vb. durumları tahmin etme yöntemleri geliştirilmelidir. İç çevre içinde işletmenin ne durumda olduğunu ölçebilecek ölçekler geliştirilmeli.

- **Krizi Çözme Yaklaşımı:** En ideal kriz yönetimi krizi başarıya çevirmektir. Krizin başarıya çevrilmesi için ise aktif bir kriz yönetimi stratejisi uygulanmalıdır. Krizi çözme yaklaşımı, hem kriz öncesi durumu tahmin için hem de problemlerin çözümü için ideal zamanda harekete geçmeye bağlıdır. Kriz yönetimi asıl tanım karşılığı kriz çözme yaklaşımı ile açıklanmaktadır.

2.8.Turizmde Kriz Yönetimi

Turizmde kriz kavramını bir turistik destinasyon veya daha küçük turizm birimlerinde (işletme, departman vb.) insan kontrolü dışında (doğal afetler, sosyo-ekonomik değişimler, terör ve çatışmalar, salgınlar vb.) yada insan eliyle oluşabilecek (yanlış veya hatalı yönetim politikaları) ve bulunulan işletme, departman, veya destinasyonda turizm kavramını bitirecek kadar kötü sonuçlara neden olabilecek beklenmedik ve ani olaylar olarak tanımlamak mümkündür (Aymankuy, 2001, s. 105).

Bu nedenle turizm özelinde kriz yönetiminin amacı, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin veya turizmden önemli gelir elde eden destinasyonların, gerekli önlemleri alarak oluşabilecek çeşitli negatif, beklenmedik ve acil olaya hazırlıklı olmalarını sağlamaktır, turizmde kriz yönetiminin temel amacı ise koruma

ve önleme stratejilerini doğru şekilde uygulayarak krizlerin maliyetini en aza indirmek, kriz durumunda elde edilebilecek en yüksek kârla kriz durumunu atlatmaktır (Uçar, 2016, s. 6).

Kriz sonrası döneminde turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm işletmeler, kendi organizasyon yapıları ve özelliklerine göre aşağıdaki stratejileri izlemelidir (Seçilmiş & Sarı, 2010, s. 506-507):

- Kriz dönemi sonrasının doğru değerlendirilmesi ile kriz ekibinin iç geliştirme ekibi haline gelmesi sağlanabilir,
- Eğitim planı, bütün iş görenlerin eğitim gereksinimleri dikkate alınarak güncellenebilir ve daha sistemli bir eğitim süreci başlatılabilir,
- Turistik destinasyon veya işletme ile ilgili halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri yürütebilir,
- Üst kademe yöneticilerin gelişimini sağlamak açısından eğitim planında yöneticilere ayrı bir yer verilmeli ve gelişimleri sağlanmalıdır,
- İş görenlerin iş ortamı iyileştirilebilir ve iş gören başarıları ödüllendirilebilir,
- İş görenlerin yeni yetenekler edinmesi ve bu yeteneklerini işlerinde uygulamaları sağlanmalıdır,
- Sektörde önemli yeri olan imaj kavramı işletme açısından daha sağlıklı hale getirilebilir, yani işletme imajı geliştirilmelidir,
- İşletme açısından önemli olan güvenlik kavramı gözden geçirilmeli gereği halinde geliştirilmelidir,
- Uzun süreli verimlilik için vizyon ve misyon kavramları gözden geçirilmelidir.

2.9. Koronavirüs (COVID-19) Kavramı

Koronavirüs salgın bir hastalıktır, bu kavramı açıklamadan önce salgın kavramından bahsetmek ve bu kavramı tanımlamak gerekir. Salgın kavramı TDK sözlüğüne göre “Kısa zamanda çevredeki insan, hayvan veya bitkilerin büyük bir bölümüne bulaşan, müstevli.” Ya da “Bir hastalığın veya başka bir durumun yaygınlaşması ve birçok kimseye birden bulaşması, epidemi:” olarak

tanımlanmaktadır (TDK, 2021).

Salgınlar, belirli bir toplulukta, belirli bir dönem aralığında ve belirli bir bölgede bir hastalığın beklenilen ölçüden önemli şekilde daha yüksek ve daha sık görülmesi şeklinde tanımlanabilir. Salgın kavramı literatürde *"outbreak",* "*epidemi*", "*pandemi*" şeklinde de ifade edilmektedir. (Hacımustafaoğlu & Önürmen, 2018, s. 172):

- ***Outbreak:*** Daha küçük çaplı yerel bir alanda gelişen salgın olarak tanımlanır.
- ***Epidemi:*** Orta büyüklükte *"outbreak"* kavramından daha geniş bir alan veya ülke ölçeğinde yaşanan salgınlar olarak tanımlanır.
- ***Pandemi:*** En geniş çaplı salgın biçimidir, birden fazla ülke veya kıtayı kapsayabilir.

Çeşitli bakteri, virüs vb. gibi hastalığa sebep olan mikroorganizmalar bulaşıcı hastalıklara sebebiyet verebilmektedir. Bu hastalıklar doğrudan veya dolaylı bir şekilde insandan insana bulaşarak salgın hastalıklara neden olabilmektedir (Demireli, 2020, s. 6). Bir bulaşıcı hastalığın salgın olarak nitelendirilebilmesi için normal şartların üzerinde bir vaka sayısını bulması gerekmektedir. Bu sayı bulaşıcı hastalığın tipine veya rastlanıldığı bölgeye göre değişiklik gösterebilir (Hacımustafaoğlu & Önürmen, 2018, s. 172).

Dünyada önemli can kayıplarına neden olmuş ve dünya tarihini değiştirmiş salgın hastalıkları şöyle sıralamak mümkündür (Cumhuriyet, 2021):

- **İspanyol Gribi:** İnsanlık tarihinin en büyük salgınlarından biridir, 1918-1920 yılları arasında dünyada 50-100 milyon insanın ölümüne sebep olmuştur. İspanyol gribi adını almasının nedeni, dünyada sadece İspanyol medyası tarafından

sansürsüz bir şekilde grip haberlerini verebilmesindendir.

- **Kolera Salgını:** Tarihte yedi büyük kolera salgınına rastlanmaktadır, en ölümcül olanı 1852-1860 yılları arasında meydan gelen salgındır. İçme sularının kirlenmesi sonucu oluşmuştur.
- **Kara Veba:** "Kara Ölüm" olarak adlandırılmıştır. İnsanlık tarihinin en ölümcül salgınıdır.1346-1353 yılları arasında 75-200 milyon insanın bu hastalıktan öldüğü tahmin edilmektedir. Bu dönemde Avrupa nüfusunun %30-60 oranında azaldığı, Rönesans ve Reform hareketlerinin başlamasında en önemli ekten olduğu tahmin edilmektedir.
- **Jüstinyen Vebası:** Bilinen ilk salgınlardandır. Bizans İmparatorluğu'nun çöküş dönemine girmesine neden olmuştur. Salgın, askeri birliklerin getirdiği malzemelerde bulunan fareler yoluyla bulaşmıştır. Bu dönemde İstanbul'da günde 5.000 kişinin öldüğü, nüfusun %40 azaldığı hatta mezar yerleri dolunca ölülerin denize atıldığı bilinmektedir.

Yukarıda bahsedilen salgın hastalıkların günümüzde Koronavirüs (COVID-19) salgını eklenmiştir. Koronavirüs hastalığına neden olan SARS CoV 2 virüsü, *Coronaviridae* ailesinde yer alan, tek sarmallı ve zarflı bir RNA virüsüdür (Görür, 2021, s. 13).Bu yeni tür virüs ilk olarak, 2018 yılı aralık ayı sonlarında, Çin'in Wuhan eyaletinde solunum semptomları (ateş, öksürük, nefes darlığı) şikâyeti olan bir grup hasta üzerinde yapılan bir çalışmanın sonucunda 13 Ocak 2020 tarihinde ortaya çıkmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021). SARS CoV virüsü genellikle hayvan hastalıklarına neden olan bir çeşit virüstür. İnsanlarda gözlenen SARS CoV 2 virüsü ise muhtemelen vahşi doğadan yiyecek kaynağı olarak yakalanan yarasalardan, kazara insanlara geçtiği tahmin edilmektedir (Görür, 2021, s. 15).

2.9.1. Koronavirüs (COVID-19) Çıkışı ve Yapısı

Son 20 yılda Koronavirüs kaynaklı, hayvandan insana bulaşan (zoonotik) üç büyük salgın tespit edilmiştir. Bunlar:

- **SARS:** Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu
- **MERS:** Orta Doğu Solunum Sendromu
- **SADS:** Domuz Akut İshal Sendromu

Bu üç hastalığa da *Coronaviridae* ailesinde yer alan Koronavirüs'ün sebep olmasından başka, hastalıkların bazı ortak özellikleri de vardır, hepsi insanlar veya çiftlik hayvanları için oldukça patojeniktir, yarasalardan kaynaklanır ve ikisi de Çin kaynaklıdır (Fan, Zhao, Shi, & Zhou, 2019, s. 1). Asya kaynaklı olan Koronavirüs ilk olarak 17 Kasım 2019'da Çin'in Hubei eyaletinin, Wuhan kentindeki deniz ürünleri pazarında bulunan insanlarda görülmüştür. Daha sonra insandan insana, başta Wuhan olmak üzere Hubei eyaletindeki diğer şehirlere, Çin'deki diğer illere ve tüm dünyaya yayılmış durumdadır (Buluk & Eşitti, 2020, s. 287; Ünal, 2020, s. 3).

Türkiye'de Koronavirüs ile ilgili ilk çalışmalar 10 Ocak 2020 tarihinde başlamış ve T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu 22 Ocak 2020 tarihinde ilk toplantısı gerçekleştirmiştir, Türkiye'de ilk Koronavirüs vakası Avrupa (İlk olarak 31 Ocak 2020'de İtalya'da görülmüştür) ve İran gibi ülkelerden sonra 11 Mart 2020 tarihinde ortaya çıkmıştır (Ünal, 2020, s. 3-4).

İlk olarak Asya Kıtası'nda ortaya çıkmasına karşın kısa zamanda Avrupa, Afrika ve Amerika kıtalarına yayılan Koronavirüs salgını, aşının göreceli olarak geç çıkması ve tedariki konusunda her ülkenin başarılı olamamasından dolayı tam anlamı ile kontrol altına alınmış değildir (çalışmanın yapıldığı tarih aralığı içinde) (Buluk & Eşitti, 2020, s. 287). Koronavirüs ve bu tarz hayvan kaynaklı (yarasa vb.) virüslerin Asya kıtasındaki Çin'de ortaya çıkmasının birkaç sebebi vardır (Fan, Zhao, Shi, & Zhou, 2019, s. 3):

- Dünyanın en kalabalık ülkesi olması,
- Geniş coğrafyasından dolayı biyolojik çeşitliliğin yüksek olması,
- Koronavirüs'ün kaynağı olan yarasaların insanlara yakın yerlerde yaşaması,
- Geleneksel Çin kültüründe kesimleri canlı yapılmış hayvanların daha besleyici olduğuna inanılması ve bu kültürün viral yolla hastalık bulaşma ihtimalini arttırması.

Koronavirüs'ün yapısında, zarf adı verilen bir yağ tabakası bulunmaktadır. Bu basit yapıdaki virüsün kendi başına dış dünyada üreme gibi bir yeteneği yoktur. Koronavirüs'ün, üremesi için virüslerin tamamında olduğu gibi kendine özgü bir hücrede olması gerekmektedir. Yeni Koronavirüs üremek için kendine solunum yollarının mukoza zarını seçmiş ve damlacıklar yoluyla insandan insana bulaşmaktadır. Virüsün insan vücuduna girip (solunum yolu ile mukozadan) çoğalıp, insan vücuduna zararlı hale gelene kadar geçen evreye kuluçka evresi veya süresi denmektedir (Acıbadem, 2021).

2.9.2 Koronavirüs (COVID-19)'ün Turizme Etkisi

Turizm, döviz getirici yanı ve cari dengeye olumlu katkı yapması yanında, ilişkide olduğu iş alanları ile, Türkiye için düşünülürse, bir milyondan fazla kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır, ayrıca çarpan etkisi ile de diğer sektörlerin gelişimi açısından da önemlidir. Özetle turizm Türkiye için hem önemli bir istihdam sahsı hem de ekonomik getirileri açısından önemli bir hizmet sektörüdür (Sezgin, 2020, s. 2).

Turizm faaliyetlerine katılmak isteyen bireylerin, bir destinasyonu ziyaret etmeleri ve turizm faaliyetlerine dahil olmalarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin bazıları, turistik bölgenin doğal beşeri ve fiziksel koşulları tarafından belirlenirken, diğer kısmı ise gidilecek destinasyonun politik, sosyal ve ekonomik istikrarı tarafından belirlenmektedir. Bu durumdan dolayı bölgenin turizm faaliyetine katılacak turistler için güvenli bir alan olarak görülmemesi

turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyebilmektedir (Çetin & Göktepe, 2020, s. 88).

Ayrıca birçok ülke, ulusal sağlık sistemleri için Koronavirüs'ün yıkıcı sonuçlarından kaçınmaya ve kaybedilen ya da kaybedilebilecek insan hayatı sayısını en aza indirmeye çalışmaktadır. Bu amaçla ülkelerin uygulamaya başladıkları sosyal mesafe politikası, karantina tedbirleri, seyahat kısıtlamaları, okul kapanmaları ve hayatın diğer alanlarında getirilen sınırlandırmalar, ekonomi ve iş faaliyetleri açısından keskin bir düşüşe neden olmuş dolaylı olarak iş sayısı, toplam çalışma saatleri açısından istihdamda da ağır bir darbe vurmuştur. Yine kısıtlamalar neticesinde birçok işletme faaliyetlerini bütünüyle veya kısmen durdurmak durumunda kalmıştır. Faaliyetlerini kısmi ara veren işletmeler, uzaktan çalışma, kısa çalışma gibi normal işleyişlerinin dışında çalışma uygulamalarını tercih etmişlerdir (Aykaç & Murat, 2020, s. 95).

Bu durumda Koronavirüs'ün az çok tüm sektörleri etkilediği söylenebilir. Ancak emek yoğun bir sektör olan turizm, bu süreçten en çok etkilenen sektörlerden biri olarak kabul etmek mümkündür (Alaeddinoğlu & Rol, 2020, s. 236). Aralık 2019'da salgının patlak vermesinden bu yana dünya genelinde turizm faaliyetleri yavaş yavaş durdurulmuştur. Öncelikle, başlıca salgından etkilenen çeşitli ülkeler, seyahat faaliyetlerine kısıtlamalar getirse de salgının yayılması ile tüm seyahat faaliyetleri durdurulmuş ya da durma noktasına gelmiştir (TÜRSAB, 2020, s. 10).

Koronavirüs ile yaşanan kriz turizm işletmelerinin yanı sıra turizm işçilerini de olumsuz etkilemiştir. DEV-TURİZM-İŞ Sendikası'nın yayınladığı rapora göre 16 Mart 2020 tarihinden 2020 yılı Nisan ayının sonuna kadar turizmde faaliyet gösteren işletmelerin %80'inin kapandığını, Nisan 2020 itibari ile de kafe ve restoran gibi işletmelerin %40'ının iflas ettiğini ifade etmektedir. Ayrıca yayınlanan raporda turizm işçilerinin işsiz kaldığı veya ücretsiz izine çıkarıldığı ve sezonluk işçi mahiyetinde çalışan yaklaşık 1,5 milyon kişinin bu dönemde işsiz kaldığı belirtilmektedir (Ersöz & Öztürk, 2020).

Şekil 4. Avrupa'da 7 Mart ile 7 Nisan Hava Trafiği Durumu



Kaynak: Petchenik, I. *Then and Now: Visualizing COVİD 19's İmpact On Air Traffic.* flightradar24.com: https://www.flightradar24.com/blog/then-and-now-visualizing-COVID-19s-impact-on-air-traffic/ adresinden alındı, Erişim Tarihi: 07.04.2020.

Koronavirüs'ün tüm dünyayı etkisi altına aldığı 2020 yılı ortalarında dünya hava trafiği raporuna göre, Mart ile Nisan ayları arasında %30-35 oranında hava trafiğinde azalma meydana gelmiştir. Yukardaki görselde Avrupa'da 7 Mart- 7 Nisan 2020 tarihleri arasında 2.400 adet uçuşun iptal edildiği görülmektedir (Petchenik, 2020).

Tablo 2.Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı

Aylar	2019	2020	2021
Ocak	1.539.496	1.787.435	509.787
Şubat	1.670.238	1.733.112	537.976
Mart	2.232.358	718 097	905.323
Nisan	3.293.176	24.238	790.687
Mayıs	4.022.254	29.829	-
Haziran	5.318.984	214.768	-
Temmuz	6.617.380	932.927	-
Ağustos	6.307.508	1.814.701	-
Eylül	5.426.818	2.203.482	-
Ekim	4.291.574	1.742.303	-
Kasım	2.190.622	833.991	-
Aralık	2 147 878	699.330	-
4 Aylık Toplam	8.735.268	4.262.882	2.743.773
Toplam	45.058.286	12.734.213	2.743.773

Kaynak: TÜRSAB. *Son Verilerle Türkiye Turizm İstatistikleri Raporu.* TÜRSAB Stratejik Planlama Koordinasyon ve Planlama Grup Başkanlığı, AR-GE Birim, 2021

Tablo 2'de Türkiye turizminin Koronavirüs pandemisinden ne kadar etkilendiği görülmektedir. 2021 yılında Koronavirüs öncesi dönemdeki turist sayısına ulaşılamadığı görülmektedir (TÜRSAB, 2021).

2.9.3. Koronavirüs (COVİD 19)'ün Dünya ve Türkiye'deki Durumu

Koronavirüs pandemisinin başladığı günden itibaren ilk beş aydaki ilerleyişini kronolojik olarak aşağıdaki gibidir (Atlas Dergisi, 2020), (Aylaz & Yıldız, 2020, s. 17-20):

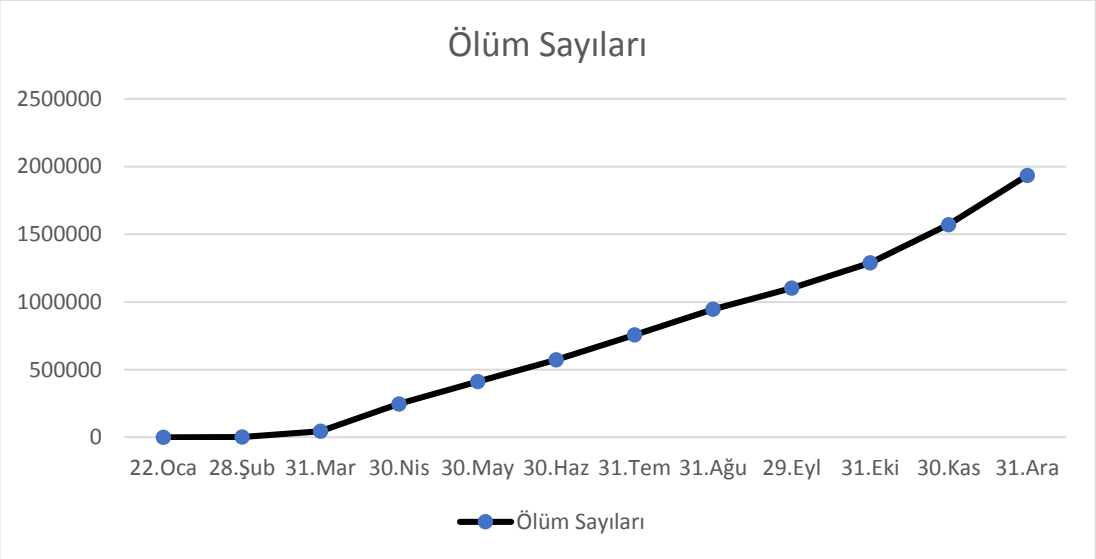
- 2019 yılının 18 Aralık ile 29 Aralık tarihleri arasında, Çin'in Wuhan kentinde akut

solunum sıkıntısı nedeniyle beş hasta hastaneye kaldırıldı ve bir hasta öldü,

- 31 Aralık 2019'da bu hastaların nedeni bilinmeyen zatürre olduğu açıklanmıştı, bu sebebi bilinmeyen hastalık Koronavirüs'tü,
- 7 Ocak 2020 tarihinde Çin hükümeti bu hastalığa Coronaviridae ailesinden bir virüsün sebep verdiğini saptadı ve bu hastalığa "2019 nCoV" adının verildiğini duyurdu,
- 11 Ocak 2020 tarihinde bu yeni tür hastalıktan ilk ölüm, Çin'de gerçekleşti (61 yaşındaki bir kadın),
- 21 Ocak 2020'de ABD'ye sıçrayan salgın,
- 25 Ocak 2020'de Avrupa'da görüldü (Fransa),
- 11 Mart 2020'de Türkiye'de görülen salgın Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak tanımlandı,
- 17 Mart 2020'de Türkiye'de Koronavirüs sebebi ile ilk ölüm gerçekleşti,
- 2 Nisan 2020'de dünyadaki vaka sayısı bir milyonu geçti fakat Nisan ayında salgının başlangıç noktası olan Çin'de vaka sayılarında azalma görülmeye başlandı,
- 3 Nisan 2020'de Türkiye'de topluma açık yerlerde maske zorunluluğu getirildi,
- 10 Nisan 2020'de Türkiye'de başlayan hafta sonu sokağı çıkma yasaklarının başlangıcı oldu,
- 26 Nisan 2020 tarihinde dünyada koronavirüs nedenli ölüm sayısı 200.000 üzerine çıktı.

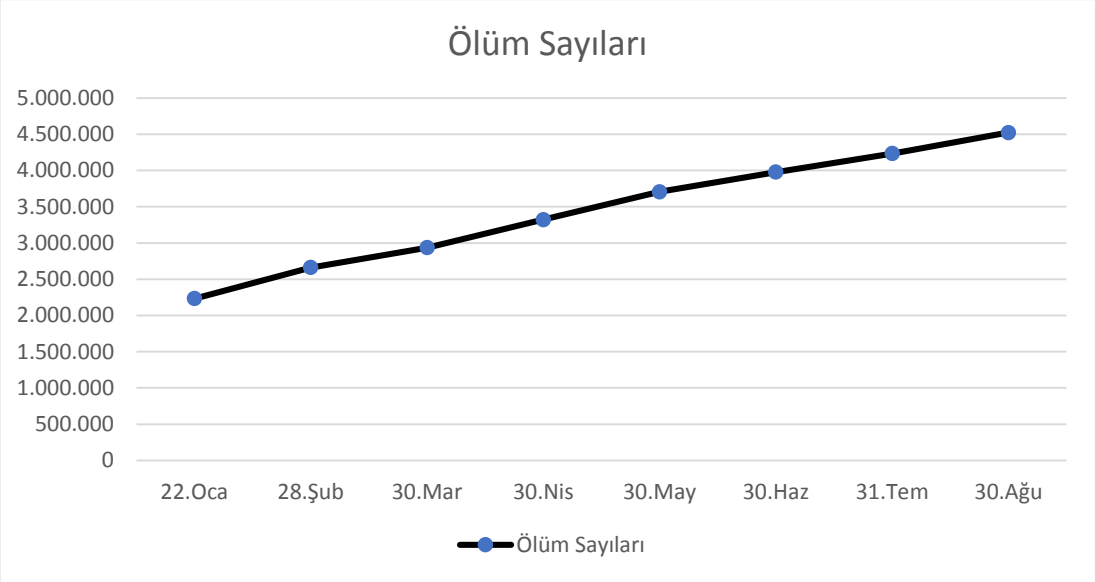
2020 yılının son çeyreğinde bir den fazla aşı üretilmesine karşı güncel veriler göre birinci doz aşı sayısı dünyada nüfusun %40 uygulanabilmiş, tüm aşılarının tamamlayanların oranı ise sadece %27 (31 Ağustos 2021 verileri) (Our World in Data, 2020). Bu durumda aşağıdaki grafiklerde yer alan verilere neden olmuş salgının hızı azalsa dahi, tam anlamıyla kesilememiştir.

Şekil 5. 2020 Yılı Koronavirüs Ölüm Sayısı



Kaynak: Worldometer. *Total Deaths*. worldometers.info: https://www.worldometers.info/coronavirus/worldwide-graphs/#total-deaths adresinden alındı, Erişim Tarihi:31.08.2021

Şekil 6. 2021 Yılı Koronavirüs Ölüm Sayısı



Kaynak: Worldometer. *Total Deaths.* worldometers.info: https://www.worldometers.info/coronavirus/worldwide-graphs/#total-deaths adresinden alındı, Erişim Tarihi:31.08.2021

Türkiye'de kayıtlara geçen ilk koronavirüs vakası 11 Mart 2019 tarihindedir, bir ay sonra 11 Nisan tarihideki vaka sayısı büyük bir yükselme göstererek 5138 çıkmıştır. Sonraki süreçte alınan önlemler neticesinde yaz aylarında gerileyen vaka sayısı kış aylarında yükselme göstererek 11 Aralık'ta 32.106 vaka ve 5607 hasta sayısına çıkmıştır. 2020 yılı için toplamda vaka sayısı 2.208.652 olarak gerçekleşirken ölüm sayısı 20.881 olarak kayıtlara geçmiştir. 2021 yılında ise 11 Ocak tarihinde 10.220 olan vaka sayısı ilk sekiz aylık periyod için dalgalanarak devam etmiştir, 11 Nisan'da 50.678 seviyelerine çıkan vaka sayısı 11 Ağustos'ta 27.356 seviyelerindedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

2.10. Koronavirüs (COVID-19) Pandemisi Karşısındaki Önlem ve Destekler

Koronavirüs salgını süreci başlangıç yılı olan 2020 yılının ilk altı ayında (önlemler kademeli olarak zaman zaman kaldırıldı ve yeniden uygulandı) Türkiye Cumhuriyeti Devleti aşağıdaki önlemleri almıştır (Güngör, 2020, s. 830-836):

- Türkiye'de Koronavirüs salgınının görüldüğü ilk tarih 11 Mart 2020 ancak devlet salgın ülkede görülmeden evvel bazı önlemler alarak virüsün ülkede görülmesini engellemeye çalıştı fakat engel olunamadı,
- Ocak ayında "Koronavirüs Bilim Kurulu ve Operasyon Merkezi" Sağlık Bakanlığı bünyesinde kuruldu ve bu ay içinde "Koronavirüs Rehberi" hazırlandı,
- Şubat ayında Çin, İtalya vb. gibi virüsün olduğu ülkelerden, ülkeye girişler durduruldu,
- Mart ayında bütün bu önlem çabalarına karşı ilk vaka görüldü, yine bu ay eğitim kurumlarına verilen aranın başlangıç zamanıdır (ilk ve orta dereceli okullara bir hafta, üniversitelere üç hafta ara verilmesi planlandı ancak okula dönüş bu tarihlerde mümkün olmadı uzaktan eğitim vs. çözümler bulunmaya çalışıldı.), yine bu ayda eğlence işletmelerinin faaliyetlerine ara verildi, spor müsabakaları durduruldu, enfeksiyon, göğüs ve iç hastalıkları ve klinik mikrobiyoloji dallarından en az ikisinin bulunduğu hastaneler pandemi hastanesi olarak ilan

edildi, “Vefa Sosyal Destek Grupları” kuruldu, yiyecek içecek işletmeleri sadece paket servis vermeleri kararlaştırıldı,

- Nisan ayında 30 Büyükşehir ve Zonguldak şehrine giriş çıkış 15 günlük süre ile yasaklandı (15 günlük süre uzadı),20 yaş altına sokağı çıkma kısıtlaması getirildi (65 yaş üstü vatandaşlara mart ayının son günlerinde uygulanmaya başlamıştı), Zonguldak iline ve 30 Büyükşehir’e hafta sonu sokağı çıkma kısıtlaması getirildi (uzun süre devam edecek olan kısıtlamanın başladığı tarih),
- Mayıs ayında Cumhurbaşkanlığı, normalleşme takvimi açıkladı, yedi ile giriş çıkış yasağı kaldırıldı, Sağlık Bakanlığı sosyal yaşama kontrollü şekilde geri dönüş yapılacağını açıklamıştır (alışveriş merkezleri açıldı, 65 yaş üstü vatandaşlara dışarıya çıkabilmeleri için belirli saatler belirlendi, aynı şekilde 20 yaş altı vatandaşlarında belirli saatlerde dışarı çıkmasına izin verildi vs.),Haziran ayında yiyecek içecek işletmeleri belirli kurallar içerisinde açıldı, maskesiz sokağa çıkma kısıtlaması iller bazında arttırıldı.

T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından HES kodu uygulaması ve önlemi Koronavirüs döneminde başlatıldı. HES (Hayat Eve Sığar) kodu, kontrollü sosyal yaşam kapsamı içerisinde bireylerin ulaşım veya ziyaret gibi işlemlerde, COVID-19hastalığı ile ilgili herhangi bir risk taşıyıp taşımadığını kurum ve kişilerle paylaşılmasını sağlayan bir koddur. Bu kod ziyaret edilen veya gidilen herhangi bir tesiste, kalınan süre boyunca kontaminasyon (virüs bulaşma riski) riskini azaltma amacına hizmet etmektedir (Hayat Eve Sığar, 2021).

Türkiye Devleti tarafından Koronavirüs döneminde halkına, işletmelere çeşitli destekler sağlamıştır, bu destekler aşağıdaki gibidir:

- Türkiye salgının yarattığı zararı karşılamak için vatandaşına 100 milyar lira değerinde destek paketi yaratmış ve vermiştir, çeşitli sektörlerin KDV ve SGK pirim borçları altı ay süreyle ertelenmiştir. Nakit akışı bozulan firmaların ve bireylerin bankalara olan borçları üç ay ertelendi (bu dönemde haciz yasağı vs. getirildi), yine bu dönemde esnafa kira yardımı yapılmıştır, vatandaşlara ve

işletmelere faizsiz ertelemeli ödemeli kredi verilmiştir, pandemi sosyal destek parasal yardımları yapılmıştır,

- SGK tarafından işletmelere kısa çalışma ödeneği, ücretsiz izin desteği sağlanmıştır, normalleşme desteği, istihdama dönüş teşviki (prim desteği, geçici iş gücü desteği) vb. verilmiştir (İŞKUR, 2021;DW, 2020).
- Ayrıca T.C Sağlık Bakanlığı, vatandaşı bilinçlendirmek için, yol kenarındaki billboardlarda, devlet kurumlarının binalarında, ticari işletmelerde sergilenmek üzere bazı görseller hazırlayarak koronavirüs konusunda dikkat çekmeyi amaçlamıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

Diğer ülkelerde koronavirüs pandemisi için alınan önlemleri sıralamak gerekirse (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021; Çelikbilek, 2021;DW, 2020):

- Almanya, Fransa, İngiltere ve ABD gibi dünyanın önde gelen ülkelerinin bazılarında çeşitli dönemlerde sokağı çıkma yasakları, yiyecek içecek, eğlence vb. gibi işletmelerin kapatılması veya kısıtlanması (temizlik, hijyen malzemeleri satan yerler haricinde), eğitim kurumlarının kapatılması, ülkeye giriş çıkışın kısıtlanması vb. gibi önlemler öne çıkmaktadır,
- Yine Rusya, Almanya gibi ülkeler güvenli görmedikleri (Türkiye vb.) ülkelere belli dönemlerde seyahat yasağı getirmiştir (bu durum Türkiye turizmini olumsuz yönde etkilemiştir),
- Çin ise en keskin önlemleri alan ülkeler arasında, Çin'de salgının başladığı aralık ayından yalnızca 3-4 ay geçmesine karşı vaka sayısı virüsün başladığı Hubei Eyaleti sokağı çıkma ve seyahat kısıtlaması vb. önlemlerle sıfıra indirilmiştir.

Dünyadaki belli başlı ülkelerde Koronavirüs pandemisi için verilen destekleri sıralamak gerekirse (DW, 2020; Gülen, 2021; BBC News, 2021):

- **Almanya:**750 milyon Euroluk kredi destek paketi, 150 milyon Euroluk hibe destek paketi açıklanmıştır, işletmelere çeşitli kredi ve hibe fırsatları getirilmiştir (beş kişiye kadar çalışanı olana 9.000 Euro, 50'ye kadar işçisi olanlara 100.000 Euro, 50'den fazla işçi çalıştıran orta ölçekli işletmelere bir milyon Euro gibi hibe destekleri sağlandı), işletmelerin kira elektrik vb. gibi giderlerini belli bir dönem devlet karşılamıştır,
- **ABD:** 2021 Ocak ayında 1,9 trilyon dolarlık bir ekonomik teşvik paketi imzalamıştır, bu paranın yaklaşık bir trilyon Doları hibe olarak dağıtılırken, tüm Amerikalılara kişi başına 1400'er dolar verilmiştir,130 milyar Dolar ise sağlık hizmetlerini desteklemek amaçlı kullanılmıştır,
- **Rusya:** Rusya milli gelirinin %2,9' unu mali teşvikler için kullanmakta ve ekonomik teşvik planı kapsamında farklı uygulamalara yer vermektedir. Bu önlemler arasında işsizlik yardımlarının beş ay süreyle asgari ücret düzeyine indirilmesi, karantinaya alınan kişilere hastalık izni ve maddi yardım sağlanması, çocuklu ailelere bir defaya mahsus nakit hibe sağlanması, en çok etkilenen sektörlere devlet yardımı yapılması ve vergilerin ertelenmesi yer almaktadır. Son olarak, işsizlerin sosyal yardımları 8.000 rubleden (107 ABD doları) asgari ücret olan 12.130 rubleye (162 ABD doları) yükseltilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KRİZLERİN TURİZM ARZINA ETKİSİ: COVID-19 PANDEMİSİ VE SULTANAHMET ÖRNEĞİ

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, İstanbul ilinin Sultanahmet çevresinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin koronavirüs salgınından nasıl etkilendiğini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda turizm işletmelerinin krizlere yönelik yaklaşımları, işletme yöneticilerinin kriz yönetim stratejileri, krizlerin işletme ve personel üzerindeki etkileri, işletme yöneticilerinin koronavirüs kapsamında alınan tedbirler konusundaki düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde Sultanahmet çevresinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri ile ilgili böyle bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Bu bakımdan çalışmanın alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Akademik araştırmalarda evren, üzerinde çalışılacak temayı oluşturan tüm unsurları içinde barındıran bir yapıdadır. Örneklem, evrenin sahip olduğu öğelerden seçilen ve çeşitli tekniklerle üzerinde çalışılan topluluktur. Evrenden örnekleme gitme süreci (çeşitli evren elemanlarının tercih etme) çalışmanın alana katkı sağlaması ve başarılı bir çalışma olması açısından önemli bir süreçtir (Özen & Gül, 2010, s. 395-397). Nitel araştırmalarda geçerliliğin ve anlamlılığın önemi, örneklem büyüklüğünden çok, seçilen olguların içeriğine ve araştırmacının gözlemsel ve analitik becerilerine bağlıdır (Baltacı, 2018, s. 261).

Koronavirüs salgınının bağımlı turizm arzı faktörleri üzerinde yapmış olduğu etkiyi ortaya çıkarmayı amaçlayan bu araştırmanın evrenini, İstanbul'daki turizm işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmaya dahil edilen işletmeler Türkiye'nin en çok

turist çeken, dört mevsim turist ağırlayan destinasyonunda faaliyet göstermektedir. Zaman ve maliyet açısından evrenin tamamını araştırma kapsamına dâhil etmek mümkün olmadığından araştırmanın örneklemini, İstanbul'un Sultanahmet bölgesinde yer alan turizm işletmeleri oluşturmaktadır.

Örneklem olarak Sultanahmet bölgesindeki turizm işletmelerinin seçilmesinin temel nedeni, bu bölgenin tarihi yarımada da yer alması İstanbul'un en çok turist çeken kültürel açıdan en zengin bölgesi olmasındandır. İstanbul ilinin, Sultanahmet çevresinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin, koronavirüs salgınından nasıl etkilendiğini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada pandemi kısıtları nedeniyle evrenin tamamını araştırma kapsamına dâhil etmek mümkün olmamıştır. Bu nedenle, Sultanahmet bölgesinde faaliyet gösteren 26 adet turizm işletmesi ile görüşme yapılmıştır.

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğü ile ilgili herhangi bir kural yoktur. Örneklem büyüklüğü araştırmacının ne bilmek istediğine, araştırmanın amacına, neyin yararlı olacağına, neyin güvenilir olacağına ve mevcut zaman veya kaynaklarla nasıl bir çalışma yapılabilmesi durumuna bağlıdır. Özellikle vakalar bilgi açısından zenginse, az sayıda katılımcıdan gelen derinlemesine doğru bilgi araştırma açısından çok değerli olabilir (Patton, 1990, s. 184).

Araştırmada olasılıksız örnekleme yöntemlerinden kolayda ve amaçlı örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde amaç araştırmayı hızlı ve kolay hale getirmektir. Araştırmacı bunun için yakın, kolay erişilebilir bir olgu seçer ve örnekleme girecek kişi sayısı istenen örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar devam eder. Ulaşılması mümkün herkes örnekleme dahil edilebilir (Erişti vd., 2013, s. 83-84).

Amaçlı örnekleme ise, yapılan araştırmanın sorununa en uygun örneklemin belirlenmesi amacıyla araştırmacının evren içinden seçimi ile belirlenen grupların örnekleme dahil edildiği yöntemidir. Bu yöntemde araştırmacının yorumu büyük önem taşımaktadır. Ayrıca bu yöntemde mühim olan nokta, örnekleme dahil edilen katılımcıların yapılan çalışmanın amacı açısından çalışmaya hizmet edebilecek özellikte olmasıdır (Doğanay, 2018, s. 121). Bu araştırmada amaçlı örnekleme

yöntemlerinden biri olan rastgele amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Rastgele amaçlı örnekleme, sistemli şekilde fakat gelişigüzel seçilen vaka örneklerinin (katılımcıların) araştırmanın amacı doğrultusunda amaçlı bir şekilde çalışmaya dahil edilmesidir (Marshall & Rossman, 2014, s. 45). Rastgele amaçlı örnekleme kullanılmasının temel nedeni çalışmaya dair ön yargıyı azaltmak, güvenilirlik ve inanılırlığı attırmaktır (Patton, 1990, s. 179,183).

Bu kapsamda araştırmanın örneklemine, araştırmaya katılmaya gönüllü olan, İstanbul ili Sultanahmet bölgesinde hizmet sunan turizm işletmelerinin yöneticileri ve işletme sahipleri dâhil edilmiştir. Araştırmaya yöneticilerin ve işletme sahiplerinin dâhil edilmesinin nedeni, kriz sürecini işletmeleri yönetmeleridir. Araştırmada Sultanahmet Bölgesinde hizmet sunan 26 işletmenin yöneticisi ve sahipleri ile görüşülmüştür. Ancak dört kişiden yanıt alınamadığı için, 22 kişi ile yapılan görüşmeler çalışmaya dâhil edilmiştir.

3.3. Araştırma Verilerinin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanması; görüşme sorularının oluşturulması, veri toplama tekniği ile sürecinin belirlenmesi ve verilerin analizi olmak üzere toplam üç aşamadan oluşmaktadır.

Görüşme sorularının oluşturulması aşamasında çalışmanın amacı doğrultusunda, çalışılan konunun güncel bir konu olması neticesinde çalışmaya yardımcı olacak katılımcılardan doğru ve derinlemesine yanıt alabilmek için yarı yapılandırılmış görüşme sorularının kullanılması uygun bulunmuştur. Araştırmacı tarafından önceden yapılan literatür taraması sonucunda yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Çalışmanın kapsam geçerliliğinin sağlanması için görüşme soruları kriz yönetimi konusunda uzman iki akademisyenin uzman görüşleri alınmıştır.

Çalışmada katılımcılara yöneltilmiş olan görüşme soruları, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıyı (yaş, eğitim durumu vb.) ve işletmesini tanımak amacıyla (işletmenin türü, personel sayısı vb.) yedi soru yer almaktadır. İkinci

bölümde ise işletmelerin krizlerden etkilenip etkilenmediği, dış çevre krizlerinin işletme faaliyetlerini etkileyip etkilemediği, koronavirüsün etkilerine bağlı olarak işletmede kriz yaşanıp yaşanmadığı gibi konularda altı adet soru bulunmaktadır. Araştırmacı tarafından gerekli görüldüğü takdirde katılımcılara ek sorular da yöneltilmiştir. Soru formunun bir örneği, ekler bölümünde yer almaktadır.

Araştırma veri toplama tekniği ve sürecin belirlenmesi aşamasında görüş ve deneyimlerini olduğu gibi tanımlamayı amaçlayan nitel araştırma çerçevesinde sıklıkla kullanılan, bireylerin belirlenen konu çerçevesindeki görüşleri, davranışlar vb. gibi olguları saptama amacı güderek bire bir yapılan sözlü söyleşi türü olan, görüşme yöntemi tercih edilmiştir (Doğanay, 2018, s. 142). Görüşme tekniğinin kullanılmasının temel amacı daha derinlemesine ve detaylı bir bilgi akışı sağlamaktır.

Araştırmanın verileri 27.05.2021-07.06.2021 tarihleri arasındaki hafta içi ve resmî tatil olmayan günlerde (hafta içi ve resmî tatil günlerinde, koronavirüs önlemleri çerçevesinde kapanma yani sokağa çıkmanın sınırlanması durumu mevcuttu) yüz yüze İstanbul/Sultanahmet bölgesinde hizmet veren 26 turizm işletmesi temsilcisi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler işletmelerin izni ve katılımı doğrultusunda uygun gördükleri şekilde yapılmıştır ve ortalama 25 ile 45 dakika arası sürmüştür. Görüşmeler sırasında, görüşmeyi daha doğru ve anlaşılır hale getirmek amacı ile, sorular diyalog tarzında sorulmaya, sorulara odaklanmayı kolaylaştırmaya ve bunun yanında tarafsız olmaya yani verilen cevapları etkilememeye özen gösterilmiştir (Çoban, 2020, s. 73).

Nitel araştırmanın en zor aşamalarından biri toplanan verilerin analiz sürecidir. Bu güçlük temel olarak, nitel araştırmalarda elde edilecek verilerin farklılık gösterme ihtimali taşıması ve bununla birlikte sabit bir veri analiz süreci takibindeki güçlükten kaynaklanmaktadır (Topkaya, 2013, s. 116). Ayrıca araştırma verilerinin analizi aşamasında, elde edilen veriler araştırmacı tarafından alanında uzman bir akademisyenin görüşü ve fikirleri doğrultusunda dikkatlice incelenerek bilgisayar ortamında yazıya dökülmüş ve deşifre metinleri oluşturulmuştur. Deşifre metinleri oluşturulurken katılımcıların isimleri belirtmemiş, araştırmacı tarafından her bir katılımcıya K1, K2 şeklinde kodlar verilmiştir. Çalışma verilerinin çözümlenmesinde

alanında uzman bir akademisyenin katkısı ile araştırmacı tarafından, betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır.

Betimsel analizde amaç, elde edilen bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunulmasıdır. Bu kapsamda betimsel analiz yapılırken çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması aşamaları takip edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 224). İçerik analizi görüşme soruları neticesinde toplanan benzer verilerin belirli temalar veya kodlar çerçevesinde bir araya getirilmesi ve anlaşılır biçimde veriler oluşturulması sürecidir, tümevarımcı analiz şeklinde de adlandırılmaktadır (Doğanay, 2018, s. 185).

İçerik analizinin çözümlenmesinde Yıldırım ve Şimşek (2011) tarafından belirtilen verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ile bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamaları takip edilmiştir. Araştırmanın verilerinin kodlanması aşamasında ilk olarak araştırmacı alanında uzman bir akademisyenin de katkısı ile, elde ettiği bilgileri incelemiş, anlamlı bölümlere ayırmıştır sonra bu bölümler araştırmacı tarafından kodlanmıştır. İkinci aşamada, araştırmacı tarafından hazırlanan kodlardan, hareketle verileri genel terimlerle açıklayan ve kodları belirli çerçeve altında toplayan üst kodlar yani temalar bulunmuştur. Çalışmanın üçüncü aşamasında tematik kodlama sonucunda veriler elde etmiştir. Son aşamada ise ayrıntılı bir biçimde tanımlanan ve sunulan bulgular, yorumlanmış ve çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. İçerik analizi sonucunda dört tema elde edilmiştir.

Veri inandırıcılığı kavramı çalışmanın güvenilirliği ve geçerliliği ile ilgili bir kavramdır. Bilimsel araştırmanın değeri, kısmen, araştırmacıların bulgularının güvenilirliğini gösterme yeteneğine bağlıdır. Veri toplama ve analiz için kullanılan disiplin veya yöntemler ne olursa olsun, tüm bilimsel bilme yolları, özgün sonuçlar için çaba gösterir. Bilimsel sorgulamanın yapıldığı tüm alanlarda bulguların güvenirliği ve geçerliliği önemlidir. Deneysel ve anket çalışmalarındaki nicel karşılıklarına paralel nitel değerlerin kullanılması geçerliliğini arttıran geçerlilik perspektiflerindendir (LeCompte & Goetz, 1982, s. 31). Lincoln ve Guba (1985)'ya

göre ön kanıtlara daha uygun düşen alternatif terimlerin kullanılması geçerliliği arttıran unsurlardandır. Nitel çalışmalarda güvenilirlik doğru kodlama ve kodlayıcılar arası görüş birliği ile sağlanmaktadır (Creswell, 2013, s. 244,253).

Ayrıca Lincoln ve Guba, nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilikten çok, çalışmada inandırıcılık kavramına odaklanmak gerektiğini belirtmişlerdir. Lincoln ve Guba (1982) çalışmalarında inandırıcılık için belirli altın standartlar olduğundan bahsetmiştir. Bunlar çalışmanın inanılırlığının, güvenilebilirliğinin, onaylanabilirliğinin ve aktarılabilirliğinin olmasıdır (Başkale, 2016, s. 23,24).

Verilerin inandırıcılığı, hali hazırda pandeminin devam ettiği zaman içerisinde, işletmelerin bünyesinde birebir gidilerek pandemi şartları çerçevesinde sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcının ağzından çıkan her şey yorumsuz şekilde görüşme formuna aktarılmaya çalışılmıştır. Yapılan görüşmelerde tarafsız kalınarak, literatür taramasında elde edilen bilgiler katılımcılara aktarılmış, çalışmanın güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır.

3.4.Araştırmanın Sınırlılıkları

"Krizlerin Turizm Arzına Etkisi: COVID-19 Pandemisi ve Sultanahmet Örneği" adıyla yapılan bu çalışmanın sınırlılıkları şunlardır:

- Bu konudaki çalışmaların az sayıda olması önemli bir kısıtlılıktır.
- İstanbul/Sultanahmet bölgesi ile kısıtlı olan bu çalışma, bu konuda farklı evren ve örneklem ile çalışacak diğer araştırmacılara yardımcı ve yol gösterici olacaktır.
- Nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme yöntemi ile yapılan bu çalışmada, nitel araştırmanın dezavantajları olan görüşülen kişilerin deneyimlerini olduğu gibi yansıtamamaları ve önyargılı ifadeleri yeterli nitelikte veri toplanamamasına neden olmuştur.

- Araştırmanın yapıldığı bölgedeki işletmelerin salgın nedeniyle kapalı olması veya bulaşma riski nedeniyle görüşme yapmak istememeleri araştırmanın en önemli kısıtlılığını oluşturmaktadır.

3.5.Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Yapılan çalışmada, İstanbul'un önemli turistik destinasyonlarından olan, Sultanahmet bölgesinde faaliyetini sürdüren bağımlı turizm arzı faktörlerinin, (otel, seyahat acentası vb.) yaşanan koronavirüs krizinden nasıl etkilendiği, krizin işletme üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır.

Görüşme sorularını cevaplayan 22 katılımcıya ait demografik bilgiler aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcılar	Yaş	Eğitim Durumu	Turizm Alanında Eğitim	Turizm Sektöründe Tecrübe (Yıl)	Çalışılan Turizm İşletmesi	Çalışılan İşletmenin Hizmet Süresi (Yıl)	Çalışılan İşletmenin Personel Sayısı
K1	81	Lisans	Yok	30	Otel	30	5
K2	25	Lisans	Yok	2	Seyahat Acentası	10	3
K3	43	Lise	Var	27	Restoran Kafe	32	7
K4	51	İlköğretim	Var	28	Restoran Kafe	8	4
K5	23	Lise	Var	5	Otel	7	12
K6	44	Lisans	Var	14	Seyahat Acentası	10	18
K7	28	Lise	Var	11	Otel	11	5
K8	38	İlköğretim	Var	25	Otel	3	15
K9	54	İlköğretim	Yok	40	Diğer	6	10
K10	30	Lisans	Yok	2	Otel-Kafe	3	4
K11	27	Lisans	Var	10	Otel	17	25
K12	45	İlköğretim	Yok	25	Restoran	101	10
K13	40	İlköğretim	Yok	20	Seyahat Acentası	5	6
K14	40	Lise	Var	22	Diğer	12	1
K15	46	Lise	Var	27	Otel	41	7
K16	33	Lisans	Yok	2	Diğer	2	2
K17	35	Ön Lisans	Var	15	Otel	7	12
K18	32	İlköğretim	Yok	5	Otel	35	10
K19	40	Lise	Yok	17	Otel	30	5
K20	40	Lisans	Var	3	Otel	25	16
K21	55	Lise	Var	35	Diğer	15	10
K22	42	Lisans	Var	20	Otel	28	7

Tablo 3 incelendiğinde araştırma katılımcılarının 23 ile 81 yaş aralığı ile geniş bir yaş aralığında olduğu, katılımcıların %59,1'i 40 yaş ve altında olup, %40,9'unun 41 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ise, %27,3'ü "İlköğretim", %31,8'i "Lise", %4,5'i "Ön lisans" %36,4'ü "Lisans" düzeyinde eğitim aldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların %59,1'i turizm

alanında eğitime sahip iken, %40,9'u turizm alanında herhangi bir eğitime sahip değildir. Katılımcıların turizm sektöründeki tecrübeleri 2 ile 40 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların hizmet verdiği işletmelerin %54,4'nü "Oteller", %18,2'sini "Restoran-Kafeler", %18,2'sini "Diğer Turizm İşletmeleri", %13,6'sını "Seyahat Acentaları" oluşturmaktadır. İşletmelerin hizmet yılları 2 ile 101 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların işletmelerindeki personel sayısı 1 ile 25 kişi aralığında değişiklik göstermektedir. İşletmelerin %40,9'u 6 ve daha az personelle hizmet verirken, %59,1'i7 ve daha fazla personel hizmet vermektedir.

Araştırma kapsamında yapılan içerik analizi sonucunda dört tema elde edilmiştir. Bu temalar; *Koronavirüs Öncesi Yaşanan Krizlerin İşletmelere Etkileri, Koronavirüs'ün İşletmeye Etkileri, Koronavirüs'ün Yatırım Düşüncelerine Etkileri, Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç* şeklindedir.

3.5.1. Koronavirüs Öncesi Yaşanan Krizlerin İşletmelere Etkileri

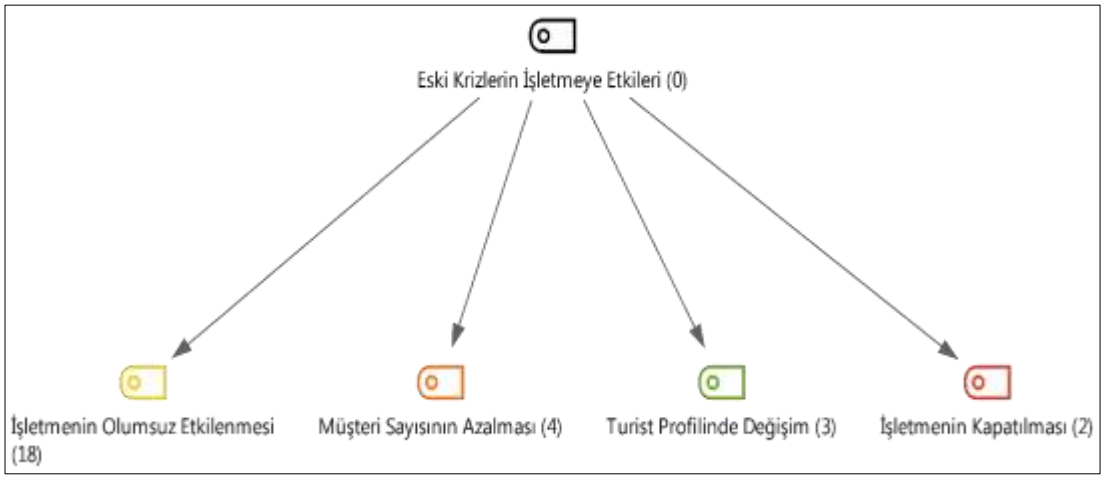
Koronavirüs öncesi yaşanan krizlerin işletmelere etkilerini tespit edebilmek amacıyla katılımcılara *"Geçmişten günümüze ülkede veya dünya çapında yaşanan krizler işletmenizi nasıl etkiledi? Yaşanan krizlere yönelik siz veya devletiniz (Kültür ve Turizm Bakanlığı veya yerel yönetim birimleri vb.) nasıl bir yaklaşım benimsediniz?"* sorusu yöneltildi. Katılımcılar bu soruya verdiği cevaplar gruplandırılarak dört adet alt kod oluşturuldu. Katılımcılar bu sorulara aşağıdaki kodlardan biri veya birkaçını ifade eden cevaplar verdi:

- İşletmenin kapatılması
- İşletmenin olumsuz etkilenmesi
- Turist profilinde değişim
- Müşteri sayısının azalması

Örneğin K2 *"Ben yeni geldiğim için eski kriz ortamını görmedim, ama duyduğum işletme olumsuz etkilenmiş özellikle Avrupa kökenli turistlerin gelişi ile ilgili sorunlar olmuş."* şeklinde cevap verip hem işletmenin olumsuz etkilendiğini hem de turist profilinin değiştiğini belirtmiştir.

Aynı şekilde K18 *"Müşteri sayısı açısından düşüş yaşandı, fiyat düşüşleri yaşandı, müşteri profilinde değişim yaşandı."* şeklinde cevap vererek turist profilinin değiştiğini, müşteri sayısının azaldığını ve dolaylı olarak işletmenin olumsuz etkilendiğini belirtmiştir.

Şekil 7. Eski Krizlerin İşletmelere Etkileri



Şekil 7'de daha önce yaşanan krizlerin işletmelere nasıl etkileri olduğu bilgisi verilmektedir. İşletmenin olumsuz etkilenmesi, müşteri sayısının azalması, turist profilinde değişim yaşanması ve işletmenin kapatılması gibi sonuçları olduğu görülmektedir.

3.5.2. Koronavirüs'ün İşletmeye Etkileri

İşletmelerin Koronavirüs'ten etkilenme düzeylerini tespit edebilmek için katılımcılara üç soru sorulmuştur. İlk olarak *"Koronavirüs (COVID-19) pandemisi nedeniyle çalıştığınız işletmede kriz yaşandı mı? Kriz yaşandıysa bu kriz karşısında devlet yetkilileri veya işletmeniz tarafından nasıl bir duruş sergilendi?"* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdiği cevaplar beş alt kod şeklinde incelenmiştir. Katılımcılar bu sorulara aşağıdaki kodlardan biri veya birkaçını ifade eden cevaplar vermiştir:

- En etkili kriz
- İşletme kapatıldı
- Pandemi yönetiminden memnun değil
- Kısa çalışma
- Kriz yaşadık

Örneğin K13; *"Uzun sürmesi, hayati tehlike yaratması vb. nedenlerden çok olumsuz etkilendik, devlet destek olmaya çalıştı fakat etkisiz kaldı ve kısmi kapanmaya gittik."* şeklinde yanıt vererek, pandemi yönetiminin yetersiz olduğunu, şimdiye kadar yaşanan en etkili kriz olduğunu ve olumsuz etkilendiklerini belirtmiştir. Fakat herhangi kriz önlemi aldıklarını belirtmemiştir. Bu durumda sorunun tam karşılığı olacak şekilde cevap alınamadığından istatistiksel bir veri sağlanmasını engellemiştir. Görüşme yapılan katılımcılardan hiçbiri nasıl bir yaklaşım benimsediklerini belirtmemiş ve kriz için kendi planları olmadığını ifade ederek, devletten bir önlem veya yardım beklediklerini belirtmiştir.

İkinci olarak *"Koronavirüs (COVID-19) pandemisi için işletmeniz adına bir önlem aldınız mı? Aldıysanız bu önlemler nelerdir? Alınan önlemleri uygulayabildiniz mi? Aldığınız önlemler işletmenizin işleyişinde değişikliklere neden oldu mu? Yaptıysa bu değişiklikler nelerdir?"* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar bu soruya verdiği cevaplar üç alt kod şeklinde çalışmamıza yansıtıldı. Katılımcılar bu sorulara aşağıdaki kodlardan biri veya birkaçını ifade eden cevaplar verdi;

- Sağlık Bakanlığı önlemleri

- İşleyişi değiştirdi
- Önlemlere uyduk, fakat işleyiş değişmedi (Müşteri sayısının az olması nedeniyle)

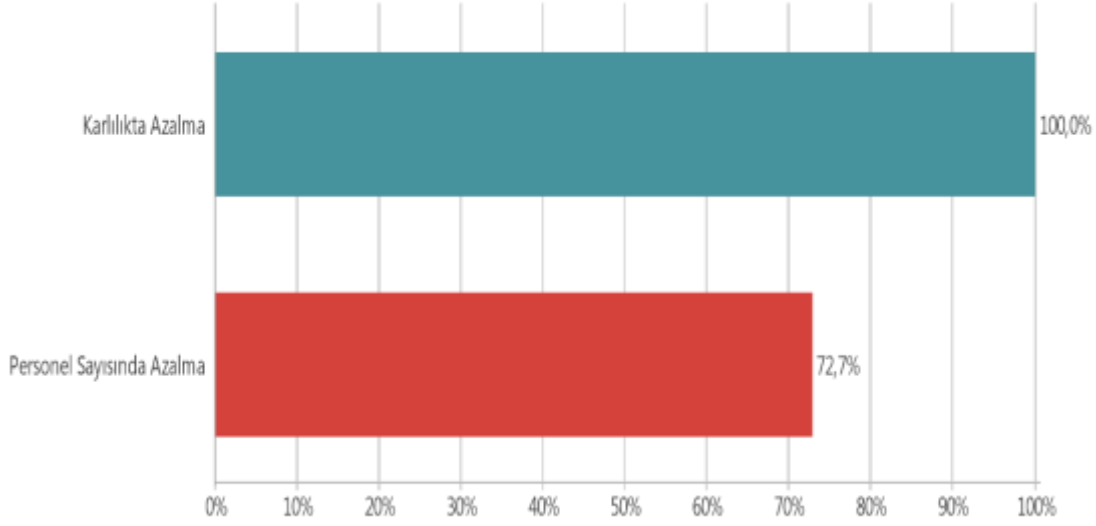
Örneğin K21; *"Sağlık bakanlığının 14 tedbirine uyduk fakat müşteri sayımız çok azaldığından, işleyişimiz çok olumsuz etkilenmedi."* Şeklinde cevap vermiştir bakanlığın önlemlerine uyuduklarını ama işleyişlerinin değişmediğini belirtmiştir. Yine katılımcılar bu soruya tam karşılığı olan bir cevap vermemişler/verememişlerdir. Bu durumun nedeni kendi önlemlerinin (planlarının) olmamasıdır. Katılımcıların ifadelerinden elde edilen istatistiksel bir veriye dönüştürülememiştir katılımcıların çoğunluğu sağlık bakanlığı önlemlerine uyduğunu belirtmiştir.

Üçüncü olarak ise *"Koronavirüs (COVID-19) pandemisinden kaynaklanan krizin işletmenize finansal açıdan (müşteri sayısında azalma ve/veya satış fiyatlarınızda düşüş vb.) veya işgücü açısından (işçilerin sağlıklarından endişe etmelerinden dolayı çalışmak istememeleri ve/veya finansal açıdan zorlandığınızdan dolayı işçi sayısında azalma) getirdiği olumsuzluklar nelerdir?"* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdiği cevaplar iki alt kod şeklinde incelenmiştir. Katılımcılar bu sorulara aşağıdaki kodlardan biri veya birkaçını ifade eden cevaplar vermiştir:

- Personel sayısında azalma
- Karlılıkta azalma

Örneğin K13; *"Finansal açıdan da işgücü açısından da (shuttle araçlarımızdan bazılarını kullanmıyoruz bu dönem için) olumsuz etkilendik."* şeklinde cevap vererek karlılıkta ve personel sayısında azalma yaşadıklarını belirtmiştir.

Şekil 8. Koronavirüs'ün İşletme Ekonomilerine Etkileri



Şekil 8'de işletme üzerindeki ekonomik etileri ilişkin bilgiler verilmektedir. İşletmelerin tamamı (%100) kar oranlarının azaldığını ve %72,7'si personel sayılarını azaltmak durumunda kaldıklarını belirtmiştir.

3.5.3. Koronavirüs 'ün Yatırım Düşüncelerine Etkileri

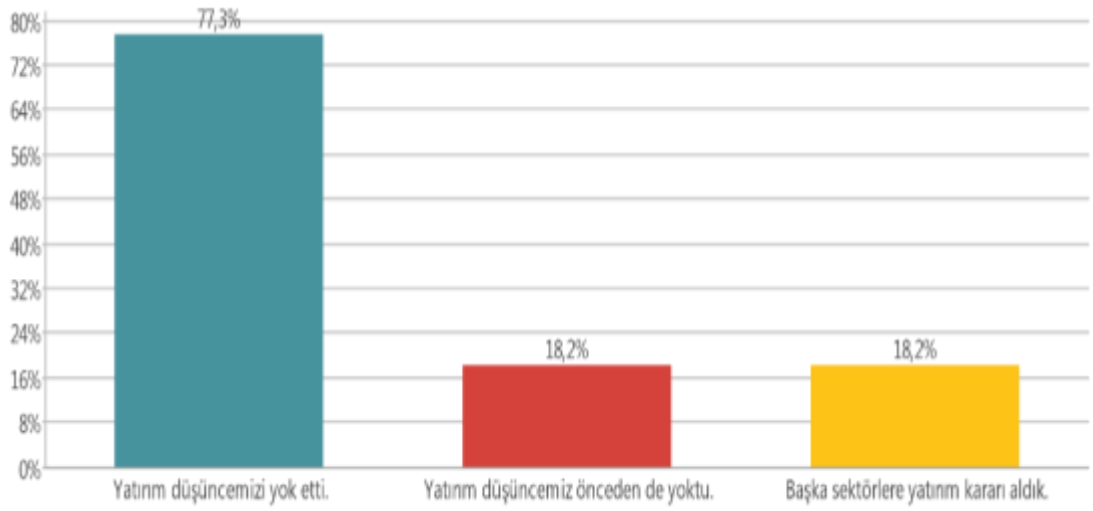
Koronavirüs'ün yatırım düşünceleri üzerindeki etkisini tespit etmek için katılımcılara *"Koronavirüs (COVID-19) salgını yapmış olduğunuz veya gelecekte yapmayı düşündüğünüz turizm yatırımlarını (işletme sahibi iseniz işletmeyi büyütme vb., çalışanı iseniz gelecekte yapabileceğiniz turizm girişimleri) ne şekilde etkiledi?"* sorusu yöneltildi. Katılımcılar bu soruya verdiği cevaplar üç alt kod altında incelenmiştir:

- Yatırım düşüncemiz önceden de yoktu
- Başka sektörlere yatırım kararı aldık
- Yatırım düşüncemizi yok etti

Örneğin K11; *"Turizmin kırılgan yapıda olduğunu en çok hissettiğimiz bu kriz dönemi yatırımlarımızı başka sektörlere kaydırmamıza neden oldu."* şeklinde cevap vererek, yatırımını başka sektöre yapma kararı aldığını belirtmiştir.

K7 ise*; "Koronavirüs'ün en çok etkilediği sektörlerin başında turizm gelmekte. Bu sebepten dolayı uzun vadeli düşünmemizin sıkıntı yaratabileceğini anladık."* şeklinde cevap vererek turizmin yapısından dolayı yatırım düşüncelerinin olumsuz etkilendiğini belirtmiştir.

Şekil 9. Koronavirüs'ün Yatırım Düşüncelerine Etkisi



Şekil 9'da Koronavirüs'ün işletmelerin yeni yatırım düşünceleri üzerindeki etkisi görülmektedir. Katılımcıların %77,3'ü yatırım düşünmediğini ifade ederken, %18,2'si daha önce de yatırım düşüncelerinin olmadığını ve %18,2'si başka sektörlere yatırım yapma kararı aldıklarını belirtmiştir.

3.5.4. Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç

Görüşmenin yapıldığı tarihten sonraki süreci anlayabilmek için katılımcılara *"Bundan sonraki süreçte işletmeniz için nasıl bir yol izlemeyi düşünüyorsunuz?"* sorusu Sorulmuştur. Katılımcılar bu soruya verdiği cevaplar altı kod şeklinde incelenmiştir. Katılımcılar bu sorulara aşağıdaki kodlardan biri veya birkaçını ifade eden cevaplar vermiştir:

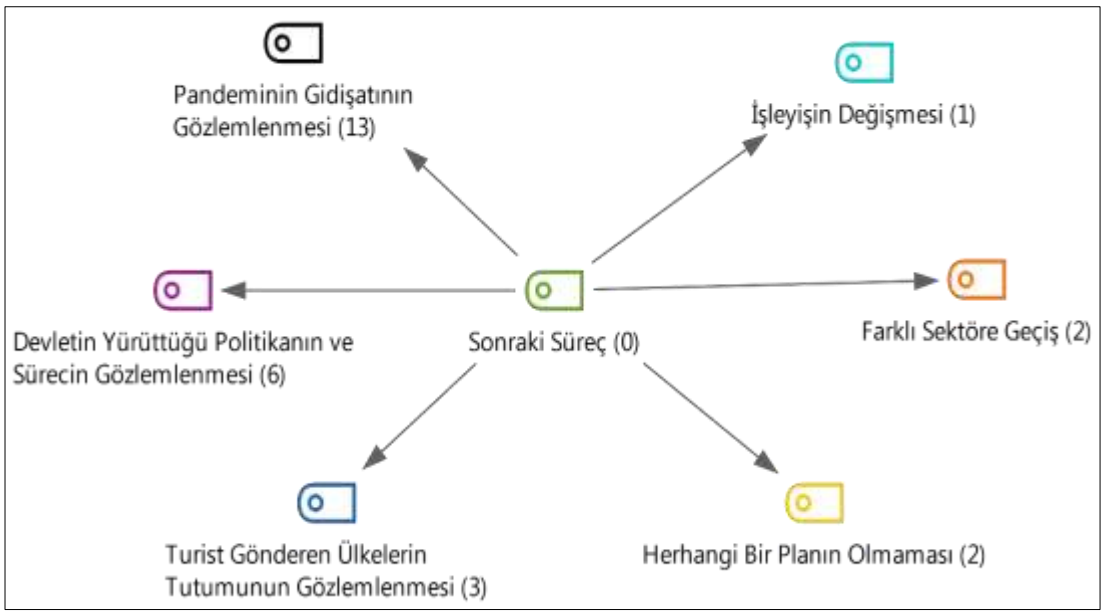
- Pandeminin gidişatının gözlemlenmesi
- Devletin yürüttüğü politikanın ve sürecin gözlemlenmesi
- Farklı sektöre geçiş
- Turist gönderen ülkelerin tutumunun gözlemlenmesi
- Herhangi bir planın olmaması
- İşleyişin değişmesi

Örneğin K21; *"Salgının durumuna göre işçi sayımızı düşürebilir veya işletmeyi geçici olarak kapatabiliriz."* şeklinde cevap vererek pandeminin gidişatına göre bir tavır alacağını belirtmiştir.

K17 ise; "*Devletimizin ve diğer ülkelerin tavrına bağlı olarak bir yol çizeceğiz."* şeklinde cevap vererek devletin ve turist gönderen ülkelerin tutumuna göre bir süreç izleyeceğini belirtmiştir.

Bunlardan farklı olarak K16; *"İşleyişi online (internetten satış) döndürdük."* cevabını vererek, işletmenin operasyon sürecini değiştirdiklerini belirtmiştir.

Şekil 10. Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç



Şekil 10'da işletmelerin görüşme yapıldığı dönemden sonraki süreçte nasıl bir yol izledikleri görülmektedir. Katılımcıların %61,9'u pandeminin gidişatını gözleyeceğini ifade ederken, %28,6'sı devletin yürüttüğü politikanın ve sürecin gözlemleyeceğini, %14,3'ü turist gönderen ülkelerin tutumunun gözlemleyeceğini belirtmiştir, katılımcıların, %9,5'i herhangi bir planının olmadığını, yine %9,5'i farklı sektörlere geçiş yapacağını, %4,5'i ise işleyişlerini değiştireceğini belirtmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın temel amacı, dünyada bu zamana kadar yaşanmış en önemli krizlerden olan Koronavirüs salgını özelinde genel olarak krizlerin bağımlı turizm arzı işletmelerinin, işleyişine, faaliyetlerine hatta varlığında yaptığı değişimleri saptamaktır.

Bu amaç doğrultusunda 26 katılımcı (22 kişinin cevapları çalışmaya dahil edildi) ile yapılan görüşmelerde çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Görüşmenin yapıldığı katılımcıların %72,7'si lise ve üst seviyede eğitime sahip, 33 yaş ve üzerindeki kişi sayısı da aynı oranda, bu durumda katılımcıların çoğunun görece iyi eğitime sahip ama genç olmadıklarını söylemek mümkün. Ayrıca %59,1'lik oranla turizm alanında eğitimli oldukları ve %72,7'lik oranla turizmde görece tecrübeli (6 yıl ve üzeri turizmde hizmet vermiş birey oranı) oldukları yorumunu yapmak mümkündür.

Katılımcıların işletmeleri bazında bakıldığına işletmelerin büyük çoğunluğunu %54,4'lük oranla otellerin oluşturduğunu söylemek mümkündür. Personel açısından bakıldığında da işletmeler görece az personel ile hizmet vermektedir, en çok personeli olan işletme, 25 çalışan ile K11'in hizmet verdiği otel işletmesidir. Ayrıca görüşmelerin yapıldığı katılımcıların geneli, küçük ve orta boyutta işletmeleri temsil etmektedir. KOSGEB'in yaptığı küçük ve orta ölçekli işletme tanımı (250 kişiden az eleman çalıştıran veya mali bilançosu 250 milyon lirayı aşmayan işletmeler) da bu veriyi doğrulamaktadır (KOSGEB, 2022).

Nitel araştırma ile elde edilen bulgulara ve literatür taraması ile elde edilen verilere bakıldığında turizmin krizlerden çok yüksek oranda etkilendiği ve hassas yapıda olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür. Eski krizlerin turizme etkileri bulgularına bakıldığında katılımcıların %81,8'i işletmelerinin olumsuz etkilendiğinden bahsetmiş geri kalan cevap seçeneklerine bakıldığında ise katılımcılar müşteri sayısında azalma, işletmenin kapatılması, turist profilinde değişim gibi olgularla kriz karşısında ne gibi olumsuzluklar yaşadığını belirtmişlerdir.

Durgun (2011) “2008 Küresel Krizinin Antalya Konaklama İşletmelerine Etkileri Üzerine Bir Analiz” adlı bilimsel makalesinde yer alan:, 2008 Küresel krizi konaklama işletmelerinin, oda fiyatlarının düşmesine, satışların azalmasına, turist profilinin değişmesine sebebiyet verdi gibi ifadeleri ile eski krizlerin turizm işletmelerini negatif etkilediği bulgusunu desteklemektedir. Ayrıca, Uçar (2016) “2008 Küresel Finans Krizinin Türk Turizm Sektörüne Etkisi: Bist’de İşlem Gören Turizm Şirketleri Üzerine Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinde: İnsanı etkileyen (terör, salgın, ve finansal krizlerin vb.) kriz durumlarının turizmde olumsuz sonuçlar doğurduğundan bahsetmiş, 2001 yılında gerçekleşen yerel ve 2008 yılında gerçeklerşen global ekonomik krizlerin turizm işletmelerinin karlılık oranlarında düşüşe neden olduğunu belirtmiştir.

Nitel araştırma ile elde edilen bulgular, literatür taraması ile elde edilen veriler ve nicel araştırma ile elde edilen istatistiklere (“Şekil 4”deki hava trafiği durumu, “Tablo 2” deki gelen turist sayısı gibi) göre Koronavirüs’ ün işletmeleri olumsuz etkilediği hatta en çok etkilendikleri kriz dönemi olduğunu belirtmek mümkündür. Koronavirüs krizi ile ilgili bulgulara bakıldığında, işletmelerin Koronavirüs’ten olumsuz etkilendiğini, katılımcıların %100’nün ekonomik olarak karlılklarının azaldığını belirtiği, %72,7’sinin personel sayısında azalma olduğunu belirttiği ve katılımcıların %77,3’lük kısmının turizme yatırım düşüncelerini yok ettiği (ki bu ifade Koronavirüs krizinin aynı zamanda turizmin gelişimi açısından da negatif bir etki yaratma ihtimali olduğunu söylemeyi mümkün kılmaktadır) bilgilerine ulaşmak mümkündür. Ayrıca “Görüşmenin Yapıldığı Tarihten Sonraki Süreç”, bulgusuna da bakıldığında işletmelerin ne yapacaklarını tam anlamıyla bilmediklerini ve birden fazla değişkene bağlı kaldıkları kararsız durumda oldukları sonucuna ulaşılabilir.

Bu çalışmanın bulguları daha önce Aykaç & Murat (2020) “COVID-19 tarafından yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Aykaç & Murat (2020) Koronavirüs emek yoğun üretimi olumsuz etkileyen bir sağlık krizi olduğunu belirterek, çalışma sürelerini azalttığını ve farklı çalışma modelleri ortaya çıkararak (kısa çalışma vb.) ve işsizliğin artmasına neden olduğu sonucuna ulaşmıştır.Ayrıca, Alaeddinoğlu & Rol (2020) Türkiye turizmi var olan salgında zor ve sancılı bir süreç

geçirecek ve salgın çoğunlukla küçük ölçekli işletmeleri etkileyecek ifadeleri ile görüşmenin yapıldığı ve hepsi küçük ölçekli olan işletmeleri olumsuz etkilendikleri bulgusunu desteklemektedir.

Toplanan veriler ve ulaşılan sonuçlar doğrultusunda geliştirilen önerileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Yapılan bu araştırma COVID-19pandemisi döneminde İstanbul'un turistik bölgelerinden, tarihi yarımada da yer alan Sultanahmet bölgesinde sınırlı olduğundan ileride yapılacak araştırma diğer bölgeler veya diğer iller dahil edilerek daha kapsamlı bir araştırma olması sağlanabilir.

- Bu araştırma 2020-2021 aralığını kapsamaktadır. İleride yapılacak olan çalışmalar daha geniş bir tarih aralığında değerlendirilebilir.

- Araştırma turizm işletmelerinin geneli üzerine yapılmıştır, tek bir işletme çeşidi (örneğin, konaklama işletmeleri) üzerine daha kapsamlı şekilde yapılabilir.

- COVID-19 pandemisi sebebi ile işletmeler kapalı olduklarından veya sağlık kaygısı ile görüşme sağlamak istememelerinden dolayı, daha müsait (aşılanma sayısının arttığı, salgın durumunun azaldığı) bir zaman diliminde daha kapsamlı ve rahat bir araştırma yapılabilir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular ışığında bağımlı turizm arzı faktörlerine sunulacak önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Öncelikle çalışmanın yapıldığı bölgede hizmet veren küçük ve orta boyuttaki turizm işletmeleri veya bu işletmelerle benzer yapı ve şartlarda yaşamını sürdüren işletmeler, Koronavirüs ve önceki krizlerde yaşanılan negatif olgulara bakıldığında, kriz yönetimi konusuna daha fazla önem vermeli ve kriz durumunda, belirli bir kriz yönetimi çerçevesinde hareket etmelidirler.

- Bu işletmeler kriz yönetimi konusunda deneyimli işini ehli yöneticiler ile çalışmayı kendine ilke edinmeli (işletmenin yöneticisi aynı zamanda sahibi ise en azından kriz yönetimi konusunda eğitim almalı), kriz planı hazırlayabilecek yöneticileri bünyesinde bulundurmalı.

- İşletmelerin kriz yönetimi konusundaki deneyim ve bilgisini arttırabilmesi için bağlı bulunduğu devlet kurumları (bakanlık veya belediye), gerekli maddi veya manevi desteği işletmelere sağlamalı, sağladığı maddi veya manevi desteğin doğru kanallar (kriz yönetimi konusuna) aktarıp aktarılmadığını da denetlemeli.

- İşletmelerin yerine getirmesi gereken sorumluluklar haricinde, işletmenin hali hazırda bağlı bulunduğu devlet kurumları, işletmenin kriz durumunda yerine getirmesi gereken sorumlulukları yerine getirebilmesi adına yol gösterici destekleyici ve denetleyici bir rol üstlenmeli.

- Koronavirüs pandemisi özelinde işletme ve devlet gerekli önlemleri almalı, turist ve çalışan sağlığı ilk planda olmalı, işletmelerin geleceği açısından pandemi döneminde önemli bir hizmet sektörü olan turizm devlet tarafından maddi açıdan daha fazla destek görmelidir.

- Araştırma güncel bir kriz olan COVID-19 pandemisi hakkındadır. Bu araştırma gelecekte yapılabilecek diğer kriz araştırmaları için yol gösterici niteliğindedir.

KAYNAKÇA

Acıbadem. (2021). *Corona Virüsü (Koronavirüs) Nedir, Belirtileri Nelerdir?* acibadem.com.tr: https://www.acibadem.com.tr/koronavirus/koronavirus-corona-virusu-nedir-belirtileri/ adresinden alındı

AİBÜ, Formasyon (turizmcii.wordpress.com). (2021). *TURİZM ARZI VE ÖZELLİKLERİ*. 02 20, 2021 tarihinde AİBÜ, Formasyon turizmcii.wordpress.com: https://turizmcii.wordpress.com/turizm/turizm-arzi-ve-ozellikleri/ adresinden alındı

Akbaş, Z., & Mutlu, Ç. (2016). 11 Eylül Saldırıları Üzerinden Uluslararası Terörün Turizme Etkisi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 1-14.

Akdağ, M. (2005). Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi. *Selçuk Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-20.

Akyurt, H. (2008). Turizm Bölgesine Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj ve Çeşme Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Alaeddinoğlu , F., & Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ,Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 233-258.

Altıok, M. (2014). Ekolojik Kriz, Kapitalist Birikimin Sürdürülebilirliği, Gelecek ve Ütopya. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 81-97.

Atlas Dergisi. (2020, 08 17). *Covid-19 Salgını Kronolojisi*. atlasdergisi.com: https://www.atlasdergisi.com/gundem/covid-19-salgini-kronolojisi.html adresinden alındı

Ayaz, N. (2016). Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Olan Etkileri Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59),1360-1371.

Aydın, A., & Gencür, A. S. (2015). Türkiye'nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 43-64.

Aykaç, M., & Murat, G. (2020). Covid-19 ve Emek Piyasaları: Etkiler ve Muhtemel Yönelişler. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 8(2),91-122.

Aylaz, R., & Yıldız, E. (2020). Yeni Koronavirüs Hastalığının Toplum Üzerine Etkileri Ve Hemşirelik Yaklaşımları. *İnönü Üniversitesi Yayınevi*.

Aymankuy, Ş. (2001). Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (6) ,105-118.

Bahar, O., & Kozak, M. (2013). *TURİZM EKONOMİSİ.* ESKİŞEHİR: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ.

Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.

Baran, H. (2005). İşletmelerde Kriz Yönetimi(2). İzmir Ticaret Odası Araştırma ve Meslekleri Geliştirme Müdürlüğü Ocak, 31-41.

Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.

BBC News. (2021, 04 28). *Tam Kapanma: Covid Salgınında Ülkeler Vatandaşlarına Nasıl ve Ne Kadar Ekonomik Yardımda Bulunuyor?* bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56907130 adresinden alındı

BirG. (2020, 05 04). *Koronavirüs Salgınıyla Mücadele Örneği: Çin Mucizesi Değil Sıkı Tedbir*. birgun.net: https://www.birgun.net/haber/koronavirus-salginiyla-mucadele-ornegi-cin-mucizesi-degil-siki-tedbir-343523 adresinden alındı

Buluk, B., & Eşitti, B. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Sürecinde Uzaktan Eğitimin Turizm Lisans Öğrencileri Tarafından Değerlendirilmesi. *Journal of Awareness*, 5 (3) , 285-298.

Cener, P. (2013). *KRİZ YÖNETİMİ-1*. 03 10, 2021 tarihinde danismend.com: http://danismend.com/kategori/altkategori/kriz-yonetimi-1/ adresinden alındı

COMCEC Koordinasyon Ofisi. (2017). *Risk and Crisis Management in Tourism Sector:Recovery From Crisis in the OIC Member Countries.* Ankara: COMCEC.

Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches Third Edition.* Sage Publications.

Cumhuriyet. (2021, 01 31). *Tarihe Yön Veren Büyük Salgınlar*. cumhuriyet.com.tr: https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/tarihe-yon-veren-buyuk-salginlar-1810115 adresinden alındı

Çelikbilek, Özde (birgun.net). (2021, 05 04). *Koronavirüs Salgınıyla Mücadele Örneği: Çin Mucizesi Değil Sıkı Tedbir*. birgun.net: https://www.birgun.net/haber/koronavirus-salginiyla-mucadele-ornegi-cin-mucizesi-degil-siki-tedbir-343523 adresinden alındı

Çetin, G., & Göktepe, S. (2020). Covıd-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi Yayınları*, 88-97.

Çoban, E. (2020). Eskişehir'deki Otel Yöneticilerinin Koronavirüs (Covid-19) Salgını Boyunca Uyguladıkları Kriz Yönetimi Stratejilerinin Belirlenmesi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Demireli, S. (2020). Hemşirelerde Koronavirüs Salgını Kaynaklı, Anksiyete, Obsesyon ve İlişkili Değişkenlerin İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Demirtaş, H. (2000). Kriz Yönetim. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi*, (23),353-373.

Denk, E. (2019). Genel Turizm Ders Notu. Atatürk Üniversitesi, Erzurum Meslek Yüksekokulu.

Doğanay, A. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Durgun, A. v. (2011). 2008 Küresel Krizinin Antalya Konaklama İşletmelerine Etkileri Üzerine Bir Analiz. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1), 139-159.

DW. (2020, 03 17). *Koronavirüs İle Mücadelede Ülkeler Hangi Önlemleri Aldı?* dw.com: https://www.dw.com/tr/koronavir%C3%BCs-ile-m%C3%BCcadelede-%C3%BClkeler-hangi-%C3%B6nlemleri-ald%C4%B1/a-52811940 adresinden alındı

DW. (2020, 03 25). *Koronavirüs Nedeniyle Hangi Ülke Ne Kadarlık Ekonomik Destek Paketi Hazırladı?* dw.com: https://www.dw.com/tr/koronavir%C3%BCs-nedeniyle-hangi-%C3%BClke-ne-kadarl%C4%B1k-ekonomik-destek-paketi-haz%C4%B1rlad%C4%B1/a-52916799 adresinden alındı

Emekli, G. (2001). Doğal Felaketler ve Turizm: İzmir Örneği. *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü 2. Ulusal Turizm Sempozyumu*, (s. 199-216). İzmir.

Erbaş, İ. (2016). Yapım ve Turizm Sektörlerinin Bakış Açısından Rusya Krizi. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4650-4662.

Erişti vd., S. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Ersöz, M., & Öztürk, F. (2020, 04 27). *BBC Türkçe Koronavirüs Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiliyor?* bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52445082 adresinden alındı

Fan, Y., Zhao, K., Shi, Z.-L., & Zhou, P. (2019). Bat Coronaviruses in China. *Viruses*, 11(3), 210.

Glaesser, D. (2003). *Crisis Management in the Tourism Industry.* Elsevier.

Göçen, S. (2011). Türkiye'de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 493-509.

Göksu, T. (2016, 03 17). *Prof.Dr.TURGUT GÖKSU*. 04 20, 2021 tarihinde turgutgoksu.com: http://turgutgoksu.com/?Syf=5&Id=35603 adresinden alındı

Görür, N. (2021). Koronavirüs (Covid-19) Pandemisinin Üniversite Öğrencileri ve Akademisyenlerin Yeme Alışkanlıkları ile Gıda Güvenliği Bilgi ve Uygulamalarına Etkisi. Muş Alparslan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Gülen, A. (2021, 05 19). *Almanya, Esnafın Elini Cebine Attırmadı*. sozcu.com.tr: https://www.sozcu.com.tr/2021/dunya/almanya-esnafin-elini-cebine-attirmadi-6438483/ adresinden alındı

Günçiçek, B. (2015). Terörün Ekonomik Etkileri. Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Güney, S. (2002). Kriz Yönetiminde Halkla İliskilerin Başarı Şartları. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 59-78.

Güngör, B. (2020). Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Süresince Alınan Önlemlerin Kriz Yönetimi Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* , 4(2020), 818-851.

Hacımustafaoğlu, M., & Önürmen, Ö. (2018). Enfeksiyon Hastalıkları Pratiğinde Salgın Tanımlanması. *Çocuk Enfeksiyon Dergisi*, 12(4), 172-173.

Hacıoğlu , N., & Saylan, U. (2014). Arap Baharı'nın Turizme Yansımaları: Arap Ülkeleri ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32), 55-80.

Haşit, G. (1999). İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Türkiye'nin Büyük Sanayi İşletmeleri Üzerinde Yapılan Araştırma Çalışmaları. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Hayat Eve Sığar. (2021). *HES Kodu Nedir? NasIl Alınır?* hayatevesigar.saglik.gov.tr: https://hayatevesigar.saglik.gov.tr/hes.html adresinden alındı

İbiş, S. (2020). Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1),85-98.

Investopedia. (2021). *Supply*. investopedia.com: https://www.investopedia.com/terms/s/supply.asp adresinden alındı

İŞKUR. (2021, 31 08). *Teşvikler*. iskur.gov.tr: https://www.iskur.gov.tr/isveren/tesvikler/ adresinden alındı

Karaağaç, T. (2013). Kriz Yönetimi ve İletişim. *İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 117-132.

Karaçor, S., & Garda, B. (2015). Ekonomik Kriz Döneminde Turizm Pazarlaması. *International Conference on Eurasian Economies*, 902-907.

Kaya, O. (2018). Turistlerin Terörist Saldırılara İlk Tepkileri: Atatürk Havalimanı Saldırısı Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* , 9(16), 2232-2257.

Kesimli, İ. (2011). Turizm Perspektifinden Politik Krizlerin Ekonomiye Yansımaları. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 1(1), 25-42.

Kılıçdere, S. (2017). Seyahat Acentalarında Kriz Yönetimi Kapsamında 2016 Turizm Sezonunun Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kırlı, U. (2021). *Toplumsal Kriz Dönemleri Psikiyatrik Bozuklukları Nasıl Etkiliyor? Sosyalizm Ne Yapacak?* Bilim ve Aydınlama Akademisi: https://bilimveaydinlanma.org/toplumsal-kriz-donemleri-psikiyatrik-bozukluklari-nasil-etkiliyor-sosyalizm-ne-yapacak/ adresinden alındı

Korkmaz, T. (2009). Küresel Ekonomik Krizin Turizm Sektörüne Etkisi: Panel Veri Analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 227-246.

KOSGEB. (2022, 03 18). *kosgeb.gov.tr*. KOSGEB: http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/8173/kobi-tanimi-guncellendi adresinden alındı

Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Kozak, N. v. (2014). *Genel Turizm: İlkeleri ve Kavramları.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Küçükaltan, D., Tükeltürk, Ş., & Çiftçi, G. (2015). *Otel İşletmelerinde Kriz Yönetimi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

LeCompte, M., & Goetz, J. (1982). Problems of Reliability and Validity in Ethnographic Research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60.

Li, W., & Dewar, K. (2003). Assessing Tourism Supply in Beihai, China. *Tourism Geographies*, 5(2), 151-167.

Marshall , C., & Rossman, G. (2014). *Designing Qualitative Research.* New York: Sage Publications.

Melek, G., & Toker, H. (2016). 2016 Sultanahmet Terör Eylemi: Yerelin Küreselleşmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(3), 178-203.

Milliyet. (2022). *milliyet.com.tr*. Doğal Afetler Nelerdir? Doğal Afetler Nasıl Ortaya Çıkıyor?: https://www.milliyet.com.tr/egitim/dogal-afetler-nelerdir-dogal-afetler-nasil-ortaya-cikiyor-6257174 adresinden alındı

Mitroff, I., Shrivastava, P., & Udwadia, F. (1987). Effective Crisis Management. *Academy of Management Perspectives*, 1(4), 283-292.

Mutlu, Ç. (2020). Terör ve Ekonomik Kriz Olgularının Yumuşak Güç Unsuru Olarak Turizme Etkileri: 11 Eylül Saldırıları ve 2008 Krizi Üzerinden Bir İnceleme . Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi .

Okumuş, F. (2010). İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Krizlerin İşletmeler Üzerine Olası Etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 203-212.

Our World in Data. (2020, 08 31). *Coronavirus (COVID-19) Vaccinations*. ourworldindata.org: https://ourworldindata.org/covid-vaccinations?country=OWID_WRL adresinden alındı

Özen, E. (2015). Mortgage Krizinin Turizm Sektöründeki İstihdama Etkisi: Muğla Örneği. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi .

Özen, Y., & Gül, A. (2010). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(15), 394-422.

Özgen, N., & Ege, S. (2018). Kapitalizmin Ekolojik Krizleri Üzerine Bir Okuma: Turizm Faaliyetleri Örneği. *II. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, (s. 661-685). Van.

Öztürk, S., & Çelik, K. (2006). Terörizmin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(2), 86-106.

Paksoy, P., & Çolakoğlu, N. (2010). Ekonomik Kriz Dönemlerinde Turizm ve Seyahat. *International Conference on Eurasian Economies*, 344-350.

Patan, G. (2009). İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Stratejisinin Önemi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods.* Beverly Hills: Sage Publications.

Pearson, C., & Clair, J. (1998). Reframing Crisis Management. *Academy Of Management Review*, 23(1), 59-76.

Petchenik, I. (2020, 04 07). *Then and Now: Visualizing COVID-19's İmpact On Air Traffic*. flightradar24.com: https://www.flightradar24.com/blog/then-and-now-visualizing-covid-19s-impact-on-air-traffic/ adresinden alındı

Resmi Gazete. (1972, 9 14). Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu. Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Resmi Gazete. (2005, 5 10). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine ilişkin Yönetmelik. Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Sarı, Y. (2019). Turizm Ekonomisi Ders Notu. Eskişehir: Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi.

Seçilmiş, C., & Sarı, Y. (2010). Kriz Dönemlerinde Konaklama İşletmelerinin Kriz Yönetimi Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1) , 501-520.

Sezgin, A. (2020). *Koronavirüs Salgını Sonrasında Turizm ve Bağlantılı Sektörlerde Beklenen Gelişmeler.* Türkiye İş Bankası, İktisadi Araştırmalar Bölümü.

Sezgin, F. (2003). Kriz yönetimi. *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 181-195.

Sönmez, B. (2012). Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri Türkiye Ekonomisine Etkileri. Pamukkale Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Şahin, S., & Ünal, A. (2016). Türkiye'de Turizm İşletmelerinin Hukuki Açıdan Sınıflandırılması. N. Hacıoğlu vd. içinde, *Genel Turizm.* Paradigma Akademi Yayıncılık.

Şen, F. (2011). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Bir Örnek Olay Analizi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi .

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2021). *COVID-19 Bilgilendirme Platformu Covid-19.* covid19.saglik.gov.tr: https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html adresinden alındı

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2021, 31 08). *COVID-19 Bilgilendirme Platformu Yayınlar.* covid19.saglik.gov.tr: https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66116/yayinlar.html adresinden alındı

T.C. Sağlık Bakanlığı. (2021). *COVID-19 Bilgilendirme Platformu, Genel Koronavirüs Tablosu*. covid19.saglik.gov.tr: https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66935/genel-koronavirus-tablosu.html adresinden alındı

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2021, 07 09). *Covid-19 Gelişmeleri, Covid-19 Salgını Nedeniyle Alınan Önlemler*. ticaret.gov.tr: https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/rusya-federasyonu/ulke-profili/covid-19-gelismeleri adresinden alındı

Taşdelen, A. v. (2020). *Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Genel Turizm 9 Ders Kitabı.* Milli Eğitim Bakanlığı.

TDK. (2021). https://sozluk.gov.tr/. adresinden alındı

Topkaya, E. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Güncelleştirilmiş 5. Baskı. *Eğitimde Kuram ve Uygulama Dergisi*, 2(2), 113-118.

TÜRSAB. (2020). *Korona Virüsü (COVID-19) Sonrası Nasıl Bir Dünya Bizi Bekliyor?* TÜRSAB.

TÜRSAB. (2021). *Son Verilerle Türkiye Turizm İstatistikleri Raporu.* TÜRSAB Stratejik Planlama Koordinasyon ve Planlama Grup Başkanlığı,AR-GE Birim.

Tüz, M. v. (2013). *Kriz İletişimi ve Yönetimi.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Uçar, İ. (2016). 2008 Küresel Finans Krizinin Türk Turizm Sektörüne Etkisi: Bist'de İşlem Gören Turizm Şirketleri Üzerine Bir Uygulama. Çukurova Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yüksek Lisans Tezi.

Ünal, H. (2020). Yeni Koronavirüs Hastalığı (Covid-19) Hakkında Aile Hekimliği Uzmanlık Öğrencilerinin Bilgi Düzeyi, Algı ve Davranışı. Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Prof. Dr Cemil Taşçıoğlu Şehir Hastanesi, Tıpta Uzmanlık Tezi.

Varoğlu, A. (2015). *KRİZ YÖNETİMİ KAVRAM VE ESASLAR. Prof.Dr. Abdülkadir Varoğlu Başkent Üniversitesi*. 4 25, 2021 tarihinde docplayer.biz.tr:

https://docplayer.biz.tr/9375849-Kriz-yonetimi-kavram-ve-esaslar-prof-dr-abdulkadir-varoglu-baskent-universitesi.html adresinden alındı

Whelan, J., & Msefer, K. (1996). *Economıc Supply & Demand.* MIT(Massachusetts Institute of Technology) OpenCourseWare.

Worldometer. (2021, 08 31). *Total Deaths*. worldometers.info: https://www.worldometers.info/coronavirus/worldwide-graphs/#total-deaths adresinden alındı

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zengin, B. (1994). Türkiye Turizm Coğrafyasının Turizm Talebine Etkileri. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

EKLER

EK-1: Görüşme Formu

1- Yaşınız?
2- Eğitim durumunuz?
3- Turizm alanında aldığınız eğitim(ler) ne(ler)dir?
4- Turizm sektöründe kaç yıllık bir tecrübeye sahipsiniz?
5- Çalıştığınız veya sahibi olduğunuz turizm işletmesi nedir?
6- Çalıştığınız veya sahibi olduğunuz işletme kaç yıldır hizmet vermektedir?
7- Söz konusu işletmede kaç personel hizmet vermektedir?

1- Geçmişten günümüze Türkiye'de veya dünya çapında yaşanan krizler işletmenizi nasıl etkiledi? Yaşanan krizlere yönelik siz veya devletiniz (Kültür ve Turizm Bakanlığı veya yerel yönetim birimleri vb.) nasıl bir yaklaşım benimsediniz?

2-Koronavirüs (COVID-19) salgını nedeniyle çalıştığınız işlemede kriz yaşandı mı? Kriz yaşandıysa, bu kriz karşısında devlet yetkilileri veya işletmeniz nasıl yaklaşımlar benimsediniz?

3-Koronavirüs (COVID-19) salgını yapmış olduğunuz veya gelecekte yapmayı düşünebileceğiniz turizm yatırımlarını (işletme sahibi iseniz işletmeyi büyütme vb., çalışanı iseniz gelecekte yapabileceğiniz turizm girişimleri) ne şekilde etkiledi?

4- Koronavirüs (COVID-19) salgını için işletmeniz adına bir önlem aldınız mı? Aldıysanız bu önlemler nelerdir? Aldığınız önlemler işletmenizin işleyişinde değişiklikler yaptı mı yaptıysa bunlar nelerdir? Alınan önlemleri uygulayabildiniz mi?

5- Koronavirüs (COVID-19) salgınından kaynaklanan krizin işletmenize finansal açıdan (müşteri sayısında azalma ve/veya satış fiyatlarınızda düşüş vb.) veya işgücü açısından (işçilerin sağlıklarından endişe etmelerinden dolayı çalışmak istememeleri ve/veya finansal açıdan zorlandığınızdan dolayı işçi sayısında azalma) getirdiği olumsuzluklar nelerdir?

6- Bundan sonraki süreçte işletmeniz için nasıl bir yol izlemeyi düşünüyorsunuz?

EK-2: Etik Kurul Formu

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU

Oturum Sayısı: 2021/05
KARAR NO: 2021.05.44 **Karar Tarihi: 26.05.2021**

Akademik Danışmanlığını Üniversitemiz Uygulamalı Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi Dr.Öğr.Üyesi Gülsel ÇİFTCİ'nin yaptığı, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Lisans Programı öğrencisi Barış KIRCALI tarafından, Trakya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nda değerlendirilmek üzere gönderilen "Krizlerin Turizm Arzına Etkisi: Koronavirüs Salgını ve Sultanahmet Örneği" başlıklı araştırma dosyası incelenmiştir. Araştırmanın; gerçekleştirilmesinde etik bilimsel standartlar açısından sakınca bulunmadığına mevcudun oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Ayhan GENÇLER
Başkan
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Prof. Dr. Rıdvan CANIM
Üye
Edebiyat Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Prof. Ahmet Hamdi ZAFER
Üye
Devlet Konservatuvarı
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Prof. Meliha TÜZÜN
Üye
Güzel Sanatlar Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Prof. Dr. Cem ÇUHADAR
Üye
Eğitim Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Doç. Dr. Ülkhan ILGAZ
Üye
Roman Dili ve Kültürü Arş.Enst.
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Doç. Dr. Ahmet Emre DAĞTAŞOĞLU
Üye
İlahiyat Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
Toplantı Katılım ☐evet ☐hayır

Doç. Dr. Esma MIHLAYANLAR
Üye
Mimarlık Fakültesi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Doç. Dr. Emre ATILGAN
Üye
Proje Koordinasyon Uyg.ve Arş.Merk.
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Doç. Dr. Hakkı Mevlüt ÖZCAN
Üye
Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır

Dr. Öğr. Üyesi Levent DOĞAN
Üye
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐ yok
Toplantı Katılım ☐evet ☒hayır

Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül KILIÇ
Üye
Balkan Araştırma Enstitüsü
Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır