ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

20. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

Şehir Turizmi

16-19 Ekim 2019

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYIN NO: 3935
TURİZM FAKÜLTESİ YAYIN NO: 14

20. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

"ŞEHİR TURİZMİ"

Kongre Web Sitesi: https://utk20.anadolu.edu.tr/

16-19 EKİM 2019

ESKİŞEHİR

20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi
Bildiriler Kitabı

16-19 Ekim 2019
Eskişehir

Editör
Prof. Dr. Oktay EMİR

Editör Yardımcıları
Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ
Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL

Yayına Hazırlayanlar

Arş. Gör. Dr. Arzu TOKER
Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN
Arş. Gör. Dr. Engin BAYRAKTAROĞLU
Öğr. Gör. Dr. Seher GÜLENÇ
Arş. Gör. Barış ÇIVAK
Arş. Gör. Burak DÜZ
Arş. Gör. Burcu KAYA SAYARI
Arş. Gör. Fuat ÇİFTÇİ
Arş. Gör. Gül Nur DEMİRAL
Arş. Gör. İbrahim Taner AKKOÇ
Arş. Gör. Merve KALYONCU
Arş. Gör. Merve ÖZGÜR GÖDE
Arş. Gör. Muhammed KAVAK
Arş. Gör. Orçun ATİLLA
Arş. Gör. Pınar ŞENEL
Arş. Gör. Selin KAMA
Arş. Gör. Sema EKİNCEK
Arş. Gör. Serhat AYDIN
Arş. Gör. Sezi AYDIN
Özge HAMAT
Batuhan SÖNMEZ
Fatma Zehra İLİK
Aysun ÖRÜNPAY
Kübra KURAN
Pelin CANDAR
Sezer YERSÜREN
Songül Çilem KAYA

Ulusal Turizm Kongresi (20.: 2019: Eskişehir)
20. Ulusal Turizm Kongresi: şehir turizmi.
1. Turizm - Türkiye - Kongreler. 2. Kültür turizmi - Kongreler I. Anadolu Üniversitesi
II.Anadolu Üniversitesi. Turizm Fakültesi yayınları; no. 14
G155 .A7 U48 2019

ISBN: 978-975-06-3632-5

Anadolu Üniversitesi Basımevi

Ekim 2019

Sponsorlar

Kültür ve Turizm Bakanlığı

Eskişehir Valiliği

Türkiye Vakıflar Bankası

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

Türk Hava Yolları

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Anemon Hotels

Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği

Eskişehir Ticaret Odası

Eskişehir Sanayi Odası

Detay Yayıncılık

Kongre Tarihçesi

KONGRE	TARİH	DÜZENLEYEN KURUM	YÜRÜTME KURULU BAŞKANI	KONGRE KONUSU/TEMASI
1. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	16-18 Kasım 1990	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN	–
2. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	21-23 Kasım 1991	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN	–
3. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	25-27 Kasım 1992	Dokuz Eylül Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Zafer DOĞAN	–
4. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	26-28 Kasım 1993	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa SAĞCAN	–
5. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	08-10 Kasım 1994	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Mustafa SAĞCAN	–
6. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	18-20 Kasım 1995	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Ahmet ULU	–
7. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	29 Kasım – 03 Aralık 1996	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Ahmet ULU	–
8. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	12-14 Aralık 1997	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Ahmet ULU	–
9. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	06-09 Kasım 1998	Adnan Menderes Üniversitesi	Prof. Dr. Ahmet ULU	–
10. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	21-24 Ekim 2009	Mersin Üniversitesi	Prof. Dr. Celil ÇAKICI	–
11. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	02-05 Aralık 2010	Adnan Menderes Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU	–
12. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	30 Kasım – 04 Aralık 2011	Düzce Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ	Türk Turizminde Sürdürülebilir Rekabet Avantajının Elde Edilmesi
13. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	06-09 Aralık 2012	Akdeniz Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK	Dünyada ve Türkiye'de Turizmde Yeni Döneme Doğru: Yeni Ürünler, Hizmetler, Stratejiler
14. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	05-08 Aralık 2013	Erciyes Üniversitesi	Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Turizmde Yenilik
15. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	13-16 Kasım 2014	Gazi Üniversitesi	Doç. Dr. Arzu KILIÇLAR	Engelsiz Turizm
16. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	12-15 Kasım 2015	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Prof. Dr. Abdullah KELKİT	Turizm ve Barış
17. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	20-23 Ekim 2016	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Prof. Dr. Ozan BAHAR	Akademi-Sektör Buluşması
18. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	18-22 Ekim 2017	Mardin Artuklu Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Lokman TOPRAK	Kültür Turizmi
19. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	18-21 Ekim 2018	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Prof. Dr. Şuayıp ÖZDEMİR	Sağlık Turizm
20. ULUSAL TURİZM KONGRESİ	16-19 EKİM 2019	Anadolu Üniversitesi	Prof. Dr. Oktay EMİR	Şehir Turizmi

20. Ulusal Turizm Kongresi Onur Kurulu

Mehmet Nuri ERSOY	T.C. Kültür ve Turizm Bakanı
Özdemir ÇAKACAK	Eskişehir Valisi
Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI	Anadolu Üniversitesi Rektörü

Danışma Kurulu*

Unvanı, Adı Soyadı	**Kurumu**
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ	Girne Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Osman E. ÇOLAKOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Azize TUNÇ HASSAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN (Kongre Dönem Başkanı)	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Alp TİMUR	Dokuz Eylül Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (TUADER Yönetim Kurulu Başkanı)

(*) Soyada göre alfabetik düzenlenmiştir.

20. Ulusal Turizm Kongresi Bilim Kurulu Listesi

Prof. Dr. Abdul Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah TANRISEVDİ, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY, Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Agustin Santana TALAVERA, Universidad de La Laguna, Spain
Prof. Dr. Ahmet Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ, Girne Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı AFŞAR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Bahar TANER, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. C. Gazi UÇKUN, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida Sarasota-Manatee(USFSM)
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, KTO Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Dimitrios BUHALIS, Bournemouth University, England
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University
Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan TUNCER, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Düriye BOZOK, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, Central Florida University, USA

Prof. Dr. Fisun YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Haktan Erdoğan EKİZ, King Abdul Aziz University
Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim BİRKAN, Turizm Yatırımcıları Derneği
Prof. Dr. İge PIRNAR, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. İsa SAĞBAŞ, Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. John T. BOWEN, University of Houston, USA
Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Kutay OKTAY, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University
Prof. Dr. Mahmut Demir, Isparta Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Manuel António Brites Salgado, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Maria DOLORES ALVAREZ, Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Medet YOLAL, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ, Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet SARIIŞIK, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL, University of Massachusetts, USA
Prof. Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer TETİK, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Nurten ÇEKAL, Pamukkale üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Oğuzhan İLBAN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Olimpia BAN, University of Oradea, Romania
Prof. Dr. Oktay EMİR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan AKOVA, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Osman ÇOLAKOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Osman M. KARATEPE, Eastern Mediterranean University
Prof. Dr. Osman N. ÖZDOĞAN, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA, İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Önder MET, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Özcan YAĞCI, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Pars ŞAHBAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Rıdvan YURTSEVEN, Ataşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Said KINGIR, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Selim BAŞAR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Selma Meydan UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Semra Günay AKTAŞ, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Stanislav IVANOV, Varna University of Management, Bulgaria
Prof. Dr. Şenol ÇAVUŞ, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, Nevada LasVegas University
Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tevfik Volkan YÜZER, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Tony L. HENTHORNE, University of Nevada, Las Vegas, USA
Prof. Dr. Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yasin BOYLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer ÖTER, Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi

(*) İsme göre alfabetik olarak düzenlenmiştir.

**20. Ulusal Turizm Kongresi'ne sözlü sunum için gönderilen bildiriler Bilim Kurulu (Hakem) denetiminden geçtikten sonra kabul veya ret edilmektedir.

Yürütme Kurulu

Unvanı, Adı Soyadı*	Görevi	İletişim (E-mail)
Prof. Dr. Oktay EMİR	Başkan	oktayemir@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Medet YOLAL	Üye	myolal@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Nazmi KOZAK	Üye	nkozak@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ	Üye	semragunay@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Cem IŞIK	Üye	cemisik@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL	Başkan Yardımcısı	chkayar@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Deniz KARAGÖZ	Üye	dkaragoz@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Dilek ACAR	Üye	dacar1@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ	Başkan Yardımcısı	ozana@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Erkan SEZGİN	Üye	esezgin@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK	Üye	gozer@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Hakan YILMAZ	Üye	hyilmaz5@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ	Üye	hryuncu@anadolu.edu.tr
Doç. Dr. Rıdvan KOZAK	Üye	rkozak@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Alev DÜNDAR ARIKAN	Üye	adundar@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi A. Sadık BAHÇE	Üye	asbahce@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ	Üye	ezencir@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Hakan SEZEREL	Üye	hakansezerel@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖNEY	Üye	honey@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi İnci Oya COŞKUN	Üye	ioyazicilar@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Mehtap YÜCEL GÜNGÖR	Üye	mehtapyg@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Pembe Gül ÇAKIR	Üye	pcakir@anadolu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Sibel ÖNÇEL	Üye	sguler@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Dr. Duygu YETGİN	Üye	dyetgin@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Dr. Dönüş ÇİÇEK	Üye	dcicek@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Dr. Osman GÜLDEMİR	Üye	osmanguldemir@anadolu.edu.tr
Dr. Gözde TÜRKTARHAN	Üye	gturktarhan@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Dr. Arzu TOKER	Üye	arzu_turan@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN	Üye	edogantan@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Dr. Engin BAYRAKTAROĞLU	Üye	enginbayraktaroglu@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Dr. Mune MOĞOL SEVER	Üye	mmogol@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Aysel YILMAZ	Üye	aysely@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Emrah YILDIZ	Üye	emrahyildiz34@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Seher GÜLENÇ	Üye	sehergeyik@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Serkan OLGAÇ	Üye	solgac@anadolu.edu.tr
Öğr. Gör. Şeyda YAYLA	Üye	seydayayla@anadolu.edu.tr

Öğr. Gör. Ufuk ÇEVİK	Üye	ufukcevik@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Barış ÇIVAK	Üye	bariscivak@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Burak DÜZ	Üye	bduz@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Burcu KAYA SAYARI	Üye	burcukaya142@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Fuat ÇİFTÇİ	Üye	fuatciftci@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Gül Nur DEMİRAL	Üye	gulnurdemiral@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. İbrahim Taner AKKOÇ	Üye	ibrahimtanerakkoc@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Merve KALYONCU	Üye	mervekalyoncu@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Merve ÖZGÜR GÖDE	Üye	merveozgurgode@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Muhammed KAVAK	Üye	muhammedkavak@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Orçun ATİLLA	Üye	orcunatilla@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Önder YAYLA	Üye	onderyayla@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Pınar ŞENEL	Üye	pinargoksu@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Seda SÖKMEN	Üye	sedabuldu@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Selin KAMA	Üye	selinkama@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Sema EKİNCEK	Üye	semaekincek@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Serhat AYDIN	Üye	serhataydin@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Sezi AYDIN	Üye	seziaydin@anadolu.edu.tr
Arş. Gör. Sibel ŞAHİN	Üye	sibelsahin@anadolu.edu.tr

*Unvanlar altında, isme göre alfabetik olarak düzenlenmiştir.

Sunuş

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin ev sahipliğinde bu sene yirmincisi düzenlenen Ulusal Turizm Kongresi, akademisyenlerden karar alıcılara, Türkiye'nin tüm turizm paydaşlarını bir araya getirerek gerek teorik gerekse sektörel konuların ele alındığı köklü ve çok önemli bir organizasyondur.

Bu seneki Ulusal Turizm Kongresi'nin 2023 Turizm Stratejisi'nin açıklandığı döneme denk gelmesi de ayrı bir önem taşımaktadır. Özellikle sürdürülebilir ve gelir odaklı büyüme modelinin ön plana çıktığı turizm stratejisinin uygulanması sonucunda, 2023 yılında Türkiye'nin 75 milyon turisti misafir etmesi ve 65 milyar dolarlık bir turizm gelirine ulaşması hedeflenmektedir. Ayrıca dünyanın en yüksek turizm gelirine sahip ülkelerinde yıllardır faaliyet gösteren ajans modellerinin bir benzeri olan Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı da çalışmalarına başlamıştır. Bu sayede Türkiye markasının tanıtımı, bütçeden mantaliteye, kullanılan mecralardan içeriğe kadar büyük bir değişim ve gelişme gösterecektir.

İnanıyorum ki Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın stratejileri, hedefleri ve çalışmalarıyla paralellik arz eden bu kongrenin ana temasının ve alan konularının, bu çerçevede hazırlanmış olan bilimsel çalışmaların, Türkiye'nin hedeflerine ulaşmasına çok değerli katkıları olacaktır.

20. Ulusal Turizm Kongresi'ne ev sahipliği yapan Anadolu Üniversitesinin, başta Rektör Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI olmak üzere tüm yönetimine teşekkür ediyorum. Kongrenin düzenlenmesine ve bilimsel değerlendirme aşamalarına katkıda bulunan bütün akademisyenlere ve bilim insanlarına şükranlarımı sunuyorum. Böylesi kapsamlı bir organizasyonun başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde büyük emekleri olan Kongre Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Oktay EMİR'i ve görev alan tüm akademik ve idari personeli tebrik ediyorum.

Mehmet Nuri ERSOY

Türkiye Cumhuriyeti

Kültür ve Turizm Bakanı

Sunuş

Eskişehir'in geçmişi Eski ve Orta Çağlara kadar uzanmaktadır. Eski kaynaklarda şehrimizden önemli yolların kavşak noktasında kaplıcaları ile ünlü, ticaret ile zenginliğe kavuşmuş bir Frigya şehri olarak bahsedilir.

12. yy. 'den itibaren Selçuklu egemenliğine giren Eskişehir, Osmanlı Devleti için de önemli bir konumda olmuştur. Osmanlı Devleti'nin ilk fethettiği kale olan Karacahisar Kalesi ile Osmanlı Devleti'nin kurucusu Osman Gazi adına ilk hutbenin okunduğu Karacaşehir, Eskişehir sınırları içerisindedir.

Şehrimiz; binlerce yıllık mazisi olan, kentin zengin geçmişinin en önemli tanığı Yazılıkaya Frig Vadisi, Sivrihisar Ulu Camii ve Odunpazarı Tarihi Kent Merkezi gibi üç önemli noktası ve UNESCO Geçici Dünya Mirası Listesi'nde yer alan eserleri ile görülmeye değerdir. İl sınırlarımız içerisindeki Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Eskişehir Modern Müze, Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Cumhuriyet Tarihi Müzesi, Kurtuluş Müzesi, Esminiatürk, Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Pessinus Antik Kenti, Han Yeraltı Şehri, Seyyid Battal Gazi Külliyesi, Tülomsaş Müzesi (Devrim Arabası) gibi birçok destinasyon merkezi yurtiçinden ve yurtdışından ziyaretçilerini beklemektedir.

Osmanlı'da ilk hutbenin okunması (Osman Bey Dönemi), İlk Temyiz Mahkemesi'nin açılması (1923), İlk Tarımsal Araştırma Enstitüsü'nün kurulması (1925), İlk Köy Enstitüsü'nün açılması (1940), İlk Türk otomobili Devrim'in üretimi (1961), İlk Türk lokomotifi Karakurt'un üretimi (1961), İlk Açıköğretim Fakültesi (1982), İlk Yüksek Hızlı Tren seferinin yapıldığı şehir (2009), İlk Türk Dünyası Kültür Başkenti (2013), İlk Somut Olmayan Kültürel Miras Başkenti (2013) ve İlk Millî Jet Motoru Üretimi (2019) gibi çeşitli ilklere imza atmış Eskişehir, iç turizm açısından en çok ziyaret edilen şehirler arasında yer almaktadır.

20. Ulusal Turizm Kongresi (UTK20) ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi (4th International Tourism Congress – ITC2019), 16 - 19 Ekim 2019 tarihlerinde Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin ev sahipliğinde ilk kez bir arada düzenlenmiştir. Kongre ana teması olarak "Şehir Turizmi" seçilmiştir. Sektör temsilcilerinin, önde gelen sivil toplum kuruluşlarının ve turizm akademisyenlerinin biraraya gelerek şehir turizmine ilişkin konuları değerlendirdiği 20. Ulusal Turizm Kongresi (UTK20) ile 4. Uluslararası Turizm Kongresi (4th International Tourism Congress – ITC2019)'nin ilimizin ve ülkemizin şehir turizmi adına önemli kazanımlar sağlayacağını umuyor; gerek bilim insanlarının gerek sektör temsilcilerinin gerekse turizm sektörü ile bağlantılı diğer tüm paydaşların katılımı ile gerçekleştirilen böylesine önemli kongrelere ev sahipliği yapmaktan duyduğumuz memnuniyeti belirtiyor, emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.

Özdemir ÇAKACAK

Eskişehir Valisi

Sunuş

Ülkemizin ve dünyanın önde gelen sektörlerinden biri olan turizm sektörü içinde "şehir turizmi" gerek çekiciliğiyle gerekse şehir ekonomisine sağladığı katkılarla büyük bir önem arz etmektedir. Bu açıdan, son dönemde şehir turizmi ile ön plana çıkan Eskişehir ilimizde 20. Ulusal Turizm Kongresi'nin ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nin "şehir turizmi" temasıyla düzenlenmesi, Eskişehir için büyük bir ayrıcalık olmuş hem sektör paydaşları hem de turizm akademisyenleri için önemli fırsatları beraberinde getirmiştir.

Anadolu Üniversitesi, her dönemde şehir turizmi ile ilgili çalışmaların ve araştırmaların destekçisi olmuştur. Bu kapsamda şehirde turizm sektörünün aktörleriyle yakın bir iş birliği halinde olunmuş, bu yönde projeler geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, Anadolu Üniversitesi, ulusal ve uluslararası alandan çok sayıda turizm akademisyeninin katıldığı 20. Ulusal Turizm Kongresi'nin ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nin ev sahipliğini yapan üniversite olmaktan büyük bir onur duymaktadır. Kongrelerin sonuçlarının, Eskişehir'de şehir turizminin geliştirilmesi, sorunlara çözüm önerilerinin getirilmesi, akademinin ve sektörün paydaşlarının bir araya getirilmesi ve konuyla ilgili yeni araştırmalara ışık tutulması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu vesileyle her iki kongreye bildirili olarak ya da dinleyici olarak katılan tüm bilim insanlarına katkılarından dolayı teşekkür ederim. Ayrıca kongrenin danışma kurulu, bilim kurulu ve yürütme kurulunda görev alan akademik ve idari tüm personele teşekkür ederim.

20. Ulusal Turizm Kongresi'nin ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nin bilim dünyası, Eskişehir ve ülkemiz için hayırlı olmasını diliyor, kongrelerin olumlu sonuçlarının en kısa zamanda görülebilmesini temenni ediyorum.

Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

Anadolu Üniversitesi Rektörü

Önsöz

20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongreleri Ailesinin Değerli Üyeleri,

Türk turizm bilim alanının gelişiminde ayrıcalıklı bir rol üstlenen Ulusal Turizm Kongresi'nin 20. sini geride bırakmış bulunmaktayız. Kongreye ev sahipliği yaparak alana gönül vermiş olan araştırmacıların bir araya gelmesini ve bilgi paylaşımında bulunmalarını sağlamaktan büyük onur ve mutluluk duymaktayız.

Kongremiz, geçtiğimiz 20 yıl boyunca pek çok bilim insanının entelektüel yolculuk sürecine ışık tutmuş olup, geleneği içerisinde genç akademisyenlerin yetişmesine katkı sağlama misyonunu da sürdürmektedir. Her iki kongre hakkında kısaca bilgi vermek gerekecek olursa; kongrelerde ulusal ve uluslararası olmak üzere 250'den fazla sözlü bildiri sunumunun yanında, ulusal ve uluslararası konuşmacıların panelleri ve doktora tez aşamasında olan yedi doktora adayının tezlerini sundukları kolokyum düzenlenmiştir. Bu sayılara bakıldığında 20. UTK ve 4. ITC kongrelerinde bilimsel seviye ve katılım çok yüksek olmuştur. Bu bağlamda Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak, 2019 yılında Eskişehir'de düzenlenen 20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nin ev sahipliğini üstlenmekten onur duyuyoruz.

Kongremizin yapılmasında maddi ve manevi önemli katkıları bulunan başta Kültür ve Turizm Bakanımız Mehmet Nuri ERSOY'a, ilimiz Valisi Sayın Özdemir ÇAKACAK'a, Anadolu Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI'ya ve Sivrihisar Belediye Başkanı Sayın Hamid YÜZÜGÜLLÜ'ye, teşekkür etmek istiyorum. Her zaman iş birliği içinde çalıştığımız İl Kültür ve Turizm Müdürümüz Şennur AZADE, kongre sürecinde yanımızda yer alarak, bakanlık adına iletişim kurarak, maddi ve manevi destek olarak katkı sağlamıştır. Kongremizin yapılmasında 2223-B program koduyla kongre etkinlik desteği sağlayan TÜBİTAK'a katkısı için teşekkür ediyorum. Kongre katılımcılarının ulaşımına destek veren Türk Hava Yolları'na ve THY Eskişehir Müdürü Süleyman ARSLAN'a, kongreye maddi destek sağlayan Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne, Eskişehir Sanayi Odası Başkanı Sayın Celalettin KESİKBAŞ'a, Eskişehir Ticaret Odası Başkanı Sayın Metin GÜLER'e, Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Başkanı Sayın Ekrem BİRSEN'e, Vakıfbank Anadolu Üniversitesi Şubesi Müdürü Sayın Meltem AYTEN'e, Detay Yayıncılık sahibi Sayın Hüseyin YILDIRIM'a, Anemon Oteller Grubu'na ve Eskişehir Anemon Oteli Müdürü Sayın Ozan BAYER'e kongrenin yapılması için sağladıkları katkılardan dolayı teşekkür etmek istiyorum. Kongremize maddi ve manevi destek sağlayan tüm sponsorlarımıza da teşekkür ediyorum.

Her iki kongreye sunulan bildirilerin hazırlanması, değerlendirilmesi ve sunulması aşamasında alan koordinatörleri ve hakemlik yapan değerli meslektaşlarıma özverili çalışmalarından dolayı teşekkür ediyorum. Kongrelerin yapılması sürecinde danışma kurulu adına fakültemiz ile sürekli iletişim halinde bulunarak kongremizin daha nitelikli olması için yüksek iş birliği gösteren Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN'a katkıları için teşekkür ediyorum.

Son olarak kongrenin yapılması sürecinde görev alarak, her türlü katkıda bulunan fakültemiz öğretim elemanlarına ve idari personeline yaptıkları özverili çalışmalardan dolayı teşekkür ediyorum. 20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nin alanımız için önemli katkılar sağlaması dileğiyle,

Saygı ve Selamlarımla,

Prof. Dr. Oktay EMİR

Kongre Yürütme Kurulu Başkanı

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı

İÇİNDEKİLER

Beyşehir Turizm Talebinin Göl Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Mete SEZGİN, Refika ATALAY, Abdullah KÖSEOĞLU 1

Türkiye'de Turist Ölümleri: Antalya İli Örneği

İsmail KERVANKIRAN, Murat ÇUHADAR, Utku ONGUN 11

Şehir Turizminde Sosyo-Demografik Özelliklerin Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme ve Tavsiye Etme Niyetleri Üzerine Etkisi

Sıla KARACAOĞLU, Ayşe Nevin SERT 16

Self Drive Turizm (Kendin Sür Kendin Gez Turizmi) Kastamonu İli Üzerine Bir Çalışma

İrfan MISIRLI, Sina AFŞARİ 24

Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetlerinin Gastrodiplomasi Kavramı Açısından İncelenmesi

Turgay BUCAK, Serkan YİĞİT, Çinuçen OKAT 28

Şehir Estetiğinin Gelişimi ve Türkiye

Gürkan ÇALIŞKAN, Hüseyin PAMUKÇU 36

Gastronomi Bloglarının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi

Alper KURNAZ, Hande AKYURT KURNAZ,Emrah YILDIZ 49

Özel Muğla Arıcılık Müzesi'nin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Özer ŞAHİN, Ayşe AYDIN 56

Kapadokya Bölgesinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Kriz Algıları

Reha KILIÇHAN, Emine CANER 63

Turizm Personelinin Psikolojik Dayanıklılığı: Antalya Örneği

Esin YÜCEL 73

Turizm Sektöründe Bir Sosyal Sorumluluk Projesi: Turuncu Bayrak

Dönüş ÇİÇEK, Ebru ZENCİR 80

Sosyal Mübadele Teorisi Kapsamında Sosyal Taşıma Kapasitesi

Asena ALBAYRAK, Selim KIROVA 87

Otel Mutfak Tasarımının Çalışanlar Tarafından Değerlendirilmesi

Şirvan ŞEN DEMİR, Mehmet Anıl KÜÇÜKYAMAN 94

Büyükşehir Belediyelerinin Web Sitelerinin Şehir Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Mehmet ERTAŞ, Sonay KAYGALAK ÇELEBİ, Burçin KIRLAR CAN 104

"Turizm ve Festival" Olgusunun Bibliyometrik Analizi

EBRU Z. BOYACIOĞLU, ÇİLEM ELMAS 111

Hizmet Odaklı Örgütsel Vatandaşlık Davranış Ölçeğinin Türkçe Güvenirlik ve Geçerliliği

Betül KODAŞ, Yaşar SARI 122

Yerli Ziyaretçilerin Gastronomi Deneyimlerini Belirlemeye Yönelik Nitel Bir Araştırma

Davut KODAŞ, Çağıl Hale ÖZEL 129

Kuşadası'nda Yapılan Festivallerin Konaklama İşletmesi Yöneticilerinin Gözünden Yöreye Etkileri

Mahmut EFENDİ, Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN 136

Eskişehir'de Seyahat Acentelerinin Erişilebilir Turizm Algılarına Yönelik Bir Araştırma

Efnan EZENEL, Cemile ECE, Elif ŞENEL 145

Şehir Turizminin Canlandırılmasında Gastronomi Müzeleri ve Afyonkarahisar'da Bir Gastronomi Müzesi Önerisi

Asuman PEKYAMAN, Hatice YILMAZ, Aysel ALİYEVA 150

Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Ağızdan Ağıza İletişime Etkisi

Fatma KORKMAZ, Didar BÜYÜKER İŞLER 159

Müze Turizmi, Kültür Perakendeciliğinin Kavramsallaştırılması ve Anadolu Kültürel Girişimcilik Örneği

Sabriye ÇELİK UĞUZ, Selin KAYALI, Yusuf AYMANKUY 166

Sosyal Medyada Destinasyon Markalaşması: Eskişehir Örneği

Berna ŞAD, Ahmet KARATAŞ, Seda ŞAHİN 176

Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçeriğin Veri Madenciliği Yöntemleri ile Analizi

Eniser ATABAY, Leyla ATABAY, Beykan ÇİZEL 187

Deneyimsel Pazarlama Kapsamında Tüketici Deneyimlerinin Değerlendirilmesi: Kars Destinasyonu ve Doğu Ekspresi Üzerine Nitel Bir Çalışma

Alpaslan YÜCE, Çağlar SAMSA 195

Doktora Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin Yağmacı Dergicilik Hakkında Bilgi ve Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Ezgi ERŞAHİN, Şehnaz DEMİRKOL 200

Akıllı Şehirlerde Artırılmış Gerçeklik (AR) Kullanımı Örnek Olay Çalışması

Sarp Tahsin KUMLU, Emrah ÖZKUL 205

Yerel Yönetimlerin Perspektifinden Turizmin Geliştirilmesi: Kırklareli Örneği

Kaplan UĞURLU 212

Gaziantep'te Göç ve Turizmin Değerlendirilmesi

Nalan IŞIK, Gamze EFE 218

Kırsal Turizmin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: Gönen-Güneykent Örneği

Olcay KILINÇ, Emre AKSU 224

Kripto Para Türü Olarak Bitcoin'in Bilinirliğinin İncelenmesi: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma

Reşat ARICA, Rıdvan KOZAK 232

Yurt Dışına Çıkma Niyeti Olan Türk Turistlerin Algıladıkları Risklerin Seyahat Motivasyonlarına Olan Etkisinin Belirlenmesi

M. Oğuzhan İLBAN, Ezgi TÜRKMEN 240

Muğla İlinin Şehir Turizmi Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Belma SUNA, Mehtap BAŞ, Eren YEŞİLDAĞ 250

Otellerde Gastronomi Etkinlikleri: Çeşme'de Hizmet Veren Oteller Üzerine Bir Araştırma

Samet Can CURKAN, Nilgün AVCI, Cemal Özgür ÖZDEMİR, Mert Can KISA 256

Metaforlarla İstanbul: Kültür mü? Karmaşa mı?

Funda ÖN ESEN, Burhan KILIÇ 263

Şehir Turizminde Y Kuşağı Turistleri İçin Günlük Yaşamın Önemi

Yeliz DEMİR 272

Turistlerin Kalabalık Algısının Alışveriş Davranışlarına Etkisi

Tahir ALBAYRAK, Özlem GÜZEL, Meltem CABER,
Özge KOCABULUT, Aslıhan DURSUN CENGİZCİ, Aylin GÜVEN 277

Çanakkale'deki Restoranların Farklı Beslenme Tercihlerine Yönelik Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma

Sedef Ece BATIBEKİ, Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Hacı Mehmet YILDIRIM 286

Sessizlik Rolünün Lider Etkinliği Açısından Önemine Kavramsal Bakış Açısı

Ülker ÇOLAKOĞLU, Arzu GÜRDOĞAN 295

Şehir Turizminde Kültürlerarası Duyarlılığın Arz Yönlü Değerlendirilmesi: Afyonkarahisar Uzun Çarşı Esnafı Örneği

Özge ÖZKAN, Özcan ZORLU, Ali AVAN 302

Turizm Eğitiminde Mobil Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Kullanılabilirliğinin Değerlendirilmesi

Duran CANKÜL, Batuhan SÖNMEZ 309

İstanbul'daki Şehir İçi Tur Operasyonlarında Karşılaşılan Zorluklar ve Çözüm Yolları

Abdülcelil ÇAKICI, Burhan ÇINAR, A. Vahap ALTÜRK 316

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yerel Kimliğin Korunması: Antakya Örneği

Belma SUNA, Evrim YALDIZ, Eren YEŞİLDAĞ 325

Odunpazarı'na Gerçekleştirilen Turların Katılımcılarının Tura Yönelik Algıları, Otantiklik Algıları ve Aidiyet Düzeyleri Arasındaki İlişki

O. Can YILMAZDOĞAN, Alkay ALTANLAR 332

Mardin İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Swot Analizi Örneği

İrem BOZKURT, Enes YILDIRIM, Tuğba DAĞ 339

Ihlara Vadisi Ziyaretçilerinin Şehir Turizmine Bakış Açıları

Neşe ÇULLU KAYGISIZ, Derman KÜÇÜKALTAN 347

Şehir Turizmi Kapsamında Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nin Instagram Paylaşımlarının İncelenmesi

Hulisi BİNBAŞIOĞLU 351

Instagram'da Aşırı Turizm (Overtourism) Etiketi ile Paylaşılan Fotoğrafların UNWTO Turizm Bölgelerine Göre Dağılımlarının İncelenmesi

Serkan AYLAN, Fatmanur Kübra AYLAN 357

Gastronomi Temalı Festivaller Üzerine Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Aylin AKTAŞ ALAN, Özlem ŞEN 363

Coğrafi İşaretli Yiyecek-İçecekler ve Gastronomi Turizmi: Şanlıurfa Örneği

Emrah YAŞARSOY 374

Airbnb Konaklama Sektöründe E-Şikâyetlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Derya DEMİRDELEN, Zaid ALRAWADİEH, Mithat Zeki DİNÇER, Füsun İSTANBULLU DİNÇER 380

Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Web Sitelerinin Pazarlama Karması (7p) Unsurları Açısından Değerlendirilmesi: Eskişehir İli Örneği

Büşra KİŞ, Demet TÜZÜNKAN, Selda UCA 386

Yavaş Şehirlerdeki (Cittaslow) Restoranlara Yapılan Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının Değerlendirilmesi: Gökçeada Örneği

Mehmet SARIOĞLAN, İsmail ERTOPCU 398

Eskişehir Kent Merkezindeki Müzeler Üzerine Bir Değerlendirme

Meryem AKOĞLAN KOZAK, Onur SELÇUK 408

Kapadokya Bölgesinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Kriz Algıları

Reha KILIÇHAN
Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi
rehakilichan@erciyes.edu.tr

Emine CANER
Erciyes Üniversitesi
eminecaner90@gmail.com

ÖZET

Krizler günümüzde sıklıkla yaşanmakta olup birçok farklı faktörden kaynaklanmaktadır. Bu ortam her işletmeyi fazlasıyla etkileyerek yaşanan veya yaşanabilecek her kriz için kendi bünyesinde erken uyarı sistemleri kurmasını zorunlu kılmaktadır. Yaşanan krizler her işletme için bir tehdit unsuru olmakla birlikte, oldukça hassas yapıda olan ve özellikle gelişmekte olan ülkeler için kalkınmanın önemli gelir kaynaklarından biri olan turizm sektörünü daha fazla etkisi altına almaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe önemli bir yeri olan konaklama işletmelerinde krizlerin en az zararla atlatılabilmesi ve krizlerin fırsata çevrilebilmesi için konaklama işletmeleri yöneticilerinin krizleri doğru algılamaları gerekmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında gerek alanyazına katkıda bulunmak gerekse konaklama işletmeleri yöneticilerine yol gösterici bir çalışma gerçekleştirmek amacıyla konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algıları değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmış olup, araştırmanın anketleri Kapadokya bölgesinde Nevşehir ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerine amaçlı ve kolayda örnekleme yöntemleri kullanılarak 11-25 Mayıs 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır. Elde edilen veriler uygun istatistiksel analiz programı ile analiz edilmiş ve bulgular başlığı altında irdelenmiştir. Bu bağlamda, çarpıcı bulgular arasında yöneticilerin krizlere ilişkin olarak "doluluk oranlarının düşmesi", "maliyetlerin artması", "kar oranının azalması" ve "işe alımların durdurulması" gibi endişeler taşıdıkları, buna karşın krizlerin "fırsatlar yarattığı", "gelecek krizlere hazırlanmayı sağladığı" ve "yeni yönetim tekniklerinin uygulamaya sokulabileceği", "krizlere ilişkin etkin stratejiler geliştirilebileceği" gibi olumlu bakış açılarına sahip oldukları yer almakta olup, sonuç bölümünde araştırmanın akademik ve uygulamaya dönük çıktıları ile gelecek araştırmalara yönelik öneriler ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Konaklama İşletmeleri, Kriz Algıları, Turizm*

GİRİŞ

Kriz kavramı, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "bunalım veya sonuçları tehlike oluşturabilecek durum" olarak açıklanmaktadır (TDK, 2019). Başka bir tanımda kriz, "tehdit oluşturan şartlara veya durumlara cevap vermede yetersiz kalma" olarak tanımlanmaktadır (Can, 1992, s. 300). Dinçer (2003, s. 407) ise krizi; "önceden fark edilemeyen veya tahmin edilemeyen, acil tepki gösterilmesi gereken oluşumun uyum ve müdahale sistemini yetersiz duruma getirerek, mevcut yapısına, amaçlarına ve hedeflerine tehdit oluşturan gerilimli durum" olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalardan hareketle kriz kavramı, önceden fark edilemeyen ve beklenmeyen, hızlı, doğru ve acil cevap verilmesi gereken, kurumun, işletmenin veya örgütün uyum mekanizmalarını ve çalışma şartlarını yetersiz bırakarak, mevcut varsayımlarını, birikimini, örgüt değerlerini, amaç ve hedeflerini tehdit eden zorlayıcı durumlar olarak tanımlanabilir.

Globalleşen dünyanın bir sonucu olarak günlük yaşamın her noktasında hissedilen krizlerin zararlarını hafifletmek veya tamamen yok etmek için kriz yönetimi, önemli bir yönetim anlayışı olarak kendini göstermektedir. Meydana gelen her bir kriz, içinde bulunduğu sistemi veya sistemin bileşenlerini tehdit eder niteliktedir. Bu durumun ekonomik kaynaklı, doğal afet merkezli veya terör faaliyetleri kapsamında gerçekleşmesi temelde güvensizlik yaratacak bir iklim oluşmasına neden olmaktadır. Bu duruma istinaden turizm sektöründe, krizler başlamadan turistik destinasyonların güvenlik zaaflarının belirlenmesi, gerekli önlemlerin alınması ve çıkabilecek sorunlara alternatif çözüm önerilerinin geliştirilmesi kriz yaşanma potansiyelinin engellenmesi açısından destinasyonlar için önem taşımaktadır (Çakmak, 2018, s. 44).

Ekonomiye olan katkıları düşünüldüğünde, gelir artırıcı etkisi sayesinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün büyük önem arz ettiği ve bu sebeple turizm sektöründe yaşanan herhangi bir krizin ülke ekonomisini de etkilediği söylenebilir. Ayrıca turizm sektörünün krizlere karşı çok hassas bir yapıda olduğu da söylenebilir. Çünkü turizm talebinin oluşabilmesi için insanların tüm gereksinimlerinin giderilmesi ve ekonomik anlamda yeterliliklerinin olması gerekmektedir. Turizm sektörünün önemli bir parçası olan konaklama işletmeleri toplumun pek çok dinamiğine karşı hassas yapıda olduğu gibi çevresindeki ekonomik ve teknolojik değişimlerden oldukça etkilenmekte, işletmeleri ve yöneticilerini karar verme ve uygulama süreçlerinde belirsizlik ve zorluklara düşürmektedir. Bu nedenlerle yaşanılan krizlerin daha kırılgan bir yapıda olması nedeniyle genelde turizm sektörünü ve özelde ise onun en önemli paydaşlarından biri olan konaklama işletmelerini diğer sektörlere oranla çok daha fazla etkilediği söylenebilir. Buradan hareketle, konaklama işletmeleri yöneticilerinin sürekli olarak planlı, aniden gelişebilecek durumlara karşı hazırlıklı ve stratejik olarak donanımlı olması gerekmektedir. Bu sebeple de yöneticilerin krizleri iyi algılamaları, krizlere karşı hazırlıklı olmaları, kriz yönetimini iyi bir şekilde gerçekleştirmeleri ve bu bağlamda stratejiler geliştirmeleri önem arz etmektedir. Öyle ki, kriz yönetiminde işletmenin varlığını tehdit eden faktörlerle kaşı karşıya gelinmesi durumunda, bu durumdan en az zararla kurtulmayı sağlayacak ve bu durumu fırsata çevirebilecek doğru planlama ve politikalar ile doğru stratejiler uygulanarak gerekli bütün önlemlerin alınması gerekmektedir.

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarının değerlendirildiği bu çalışmayla alanyazına katkı sağlamak ve uygulayıcılara mevcut durumu göstererek yol gösterici bir çalışma ortaya koymak amaçlanmıştır.

Kriz Yönetiminin Aşamaları

İşletmelerde yaşanan krizlerin sebepleri ve sonuçları çoğu zaman birbirleriyle benzer niteliktedir. Krizlerin meydana gelmesi ile işletmeler iyi veya kötü bir şekilde bu krizlerden etkilenmektedir. Bu durum işletmeler için bazen zararla sonuçlanırken bazen de ortaya çıkan yeni fırsatlarla işletmelerin lehine sonuçlanabilir. İşletmelerin krizlerden en az zararla çıkabilmesi veya krizleri fırsata çevirebilmesi, kriz yönetiminin aşamalar halinde uygulanmasının temel amaçlarındandır. Bu noktada önemli olan kısım krizin ne şekilde yönetildiğidir ki bu durumun olumlu şekilde sonuçlanması için kriz yönetiminin aşamalarından her birinin titizlikle uygulanması gerekmektedir (Topuz, 2009, s. 28-32). Bu aşamalar kısaca aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

a) *Uyarı Sinyallerinin Belirlenmesi:* İşletmelerde krizler yaşanmadan önce bazı işaretler ortaya çıkmaktadır (Haşit, 2000, s. 73). İşletmelerin, erken uyarı mekanizmaları sayesinde bu işaretleri doğru bir şekilde kullanarak, krizlere karşı tedbir alabileceği ve kriz yönetim planı hazırlayabileceği sistemler kurmaları gerekmektedir (Can, 1997, s. 317).

b) *Krize Hazırlık ve Korunmak:* Krize hazırlık ve korunma aşaması muhtemel bir krizden kaçınma durumu olarak görülebilir. Krizden kaçınmak için ise, iç ve özellikle dış çevrenin devamlı olarak takip ve analiz edilmesi gerekmektedir. Krizden kaçınmak için uygulanabilecek başka bir yöntem ise; işletmenin değişen ve gelişen çevre koşullarına uyum sağlaması ve istikrarlı bir biçimde denge politikasının sürdürülmesi olarak söylenebilir (Tutar, 2000, s. 92).

c) *Krizi Saptamak:* Kriz yönetim aşamalarının üçüncü ve en önemli aşaması ise krizi saptamaktır. Önceden tespit edilen kriz işaretleri, işletmelerde krize hazırlık ve krizi önleme mekanizmalarının zamanında devreye girmesini sağlar. Bir krize yönelik verilerin toparlanabilmesi için işletmede bulunan bütün personelin tecrübeleri, bilgi birikimleri ve fikirleri çok mühimdir. Krizi saptama aşamasında önemli bir nokta da hem işletme bünyesinde bulunan personelden, hem de işletme dışı bireylerden destek almanın gerekliliğidir (Patan, 2009, s. 46).

d) *Krizi Dondurmak***:** Krizden korunma mekanizmaları ile erken uyarı sistemlerinin uyumlu bir şekilde çalışarak elde edilen verilerin kullanılması ve elde edilen verilere uygun şekilde davranılması sonucunda, orta ve uzun vadede krizin denetim altına alınması ve kontrol altında tutulmasını ifade etmektedir (Şimşek, 2001, s. 320). Bu aşamada üst yönetim tarafından elde edilen bilgiler kullanılarak krize müdahale edilir. Bazı zamanlarda ve durumlarda, krizden korunma ve krizi önleme mekanizmaları ile erken uyarı sistemleri etkin olarak çalışmasına rağmen krizden kaçınmak mümkün olmamaktadır. Bu gibi durumlarda, üst yönetim tarafından ilk üç aşamada elde edilen verilerin kullanılarak, krizin takip ve kontrol edilmesi gerekir (Akat, Budak ve Budak, 1994, s. 353).

e) *Krizi Çözmek:* Krizi çözmenin en temel ve en önemli noktası krizin sebebinin tespit edilmesidir. Belirlenen bir kriz ekibi tarafından krize acil müdahale gerçekleştirilirken aynı zamanda işletmede ki rutin faaliyetlerin de devam ettirilmesi gerekir (Kaya, 2009, s. 39). İşletmenin krizi yaşamadan önceki konumuna hatta daha iyi bir duruma getirilebilmesi için radikal ve şaşırtıcı düzenlemelerin yapılması gerekebilir (Akıncı, 2010, s. 105).

Kriz yönetim sürecinin etkin ve verimli olabilmesi için, sürecin baştan sona incelenerek, faaliyetlerin değerlendirilmesi ve gelecekte oluşabilecek yeni krizlere karşı hazırlıklı olmak için dersler çıkarılması gerekmektedir. Ayrıca kriz sürecinde personelin çabası, yaklaşımı, tutum ve davranışları incelenerek başarılı olanların ödüllendirilmesi de gereklidir (Kaya, 2009, s. 39). Bu bağlamda, yöneticilerin kriz algılarının değerlendirilmesi önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir.

ALANYAZIN İNCELEMESİ

Krizlere ilişkin farklı alanlarda pek çok araştırma gerçekleştirilmiş olup, çalışma kapsamında konaklama işletmeleri özelinde krizlere ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar bu başlık altında detaylıca irdelenmektedir.

Blake ve Sinclair'in (2003), ABD'nin 11 Eylül 2001 saldırıları sonrası kriz yönetimini araştırmak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada 11 Eylül'de gerçekleşen terör saldırısının sonrasında, GSYİH'da ciddi bir azalma olduğu ve hizmet sektörünün de başında olduğu birçok sektörde istihdam açısından daralmaların oluştuğu meydana geldiği bildirilmiştir. Bununla birlikte, havayolundaki ve konaklama sektöründeki olumsuz etkilenmelerin de birçok sektörde kayıplara sebep olduğu belirtilmiştir. Israeli ve Reichel'in (2003), İsrail'de yaşanan kriz ve İsrail'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerini araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, 116 konaklama işletmesinden toplanan veriler ele alındığında, endüstri alanında vergilerin ödenmesi için vergi dönemlerinin esnetilmesi talebinin, özel teklifler yapılarak fiyatların düşürülmesi isteğinin, faaliyette bulunulan bölgenin özelliklerinin öne çıkarılarak iç turizmde pazarlama faaliyeti oluşturma isteğinin en çok uygulanan kriz uygulamaları olduğu bildirilmiştir. Okumuş ve Karamustafa'nın (2005), Türkiye'de yaşanan ekonomik krizin etkilerini, Bodrum ve Nevşehir bölgelerinde araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, Bodrum ve Nevşehir illerinden 106 adet anket toplanılmıştır. Analizler sonucunda; konaklama işletmelerinin iş kontratlarını inceledikleri, personellerini işten çıkardıkları, sabit maliyetleri ve değişken maliyetleri düşürmek için uğraştıkları, pazarlama alanındaki çalışmalara önem vererek bu çalışmaları arttırdıkları görülmektedir.

Okumuş, Altınay ve Araslı'nın (2005), 2001 yılında gerçekleşen ekonomik krizi Kuzey Kıbrıs çerçevesinde incelemek ve konaklama sektörü özelinde araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada; konaklama işletmelerinin sabit maliyetlerinin ve değişken maliyetlerinin gitgide çoğaldığı, turistik talepte ciddi düşüşler yaşandığı, yatırımlar ile ilgili planlamaların ertelenmek zorunda kalındığı, bankalardan kredi çekmekte sıkıntı yaşanıldığı ele alınmıştır. Diğer bir çalışmada, Anderson'ın (2006), Avustralya'da turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kriz yönetimi uygulamalarını araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, 29 işletmeden veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda; işletmelerin çevrelerine ve değişimlere hızlı bir şekilde uyum sağlamaya çalıştıkları, işten çıkarmalardan ziyade personele ücretsiz izinler verdikleri görülmektedir. Durgun ve Gövdere'nin (2011), 2008 küresel krizinin Antalya turizm sektörü üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışma kapsamında; Antalya bölgesinde yer alan toplam 440 adet birinci sınıf tatil köyü, beş yıldızlı ve dört yıldızlı konaklama işletmelerinden 270'ine ulaşılmış ve anketler yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda, Antalya'da yer alan konaklama işletmelerinin krizlerden; pazar payı, satış ve yatırımın azalması, oda fiyatı ve kâr payının azalması, borçlanmanın artması, istihdam edilen personel sayısının azaltılması gibi yönlerden etkilendiği gözlemlenmiştir. Ancak, krizin sektördeki hizmet kalitesini iyileştirerek, yönetim anlayışını profesyonelleştirmesi, tanıtımlara ve pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi, yeni ürünler geliştirerek yeni pazarlara ulaşma çabası açısından katkılar sağlaması yönünde olumlu sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Seçilmiş ve Sarı'nın (2010), kriz ve kriz yönetimine ilişkin teorileri açıklamak amacıyla gerçekleştirdiği çalışma kapsamında; 32 işletmeye anket uygulanmıştır. Ankete katılan yöneticilerin çoğunlukla yönetimle ilgili eğitimlerinin olduğu ve ağırlıklı olarak da turizm konusunda eğitim almış kişiler oldukları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, bahsedilen bu yöneticilerin kriz öncesi için kriz yönetim planı oluşturdukları, kriz öncesi planlama yaparken ve de kriz anlarında karar alma teknik-

lerinden faydalandıkları görülmektedir. Elaldı'nın (2011), konaklama işletmelerinde kriz ve kriz yönetim süreçlerini açıklamak amacıyla gerçekleştirdiği çalışma çerçevesinde; konaklama işletmelerinde meydana gelen olumsuz olayların erken teşhis edilmesinin kriz yönetiminin temel görevi olduğu belirtilmektedir. Bütün herkesin bildiği durumların yalnızca gerçekleştiklerinde gözlemlenmesiyle yetinilmemesi gerektiği, muhtemel gelişmelerin analiz edilerek sonuçları bağlamında değerlendirilmesi gerektiği ele alınmıştır.

Israeli, Asad ve Kumar'ın (2011), Hindistan'ın lüks otellerinde kriz yönetimi uygulamalarını araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışma; Hindistan'da faaliyette bulunan konaklama işletmelerinin bölgenin belli özellikleriyle, bölgenin güvenliğini öne çıkartarak pazarlama faaliyetlerinin yapıldığını, yeni ürünlerin ve hizmetlerin tutundurulma faaliyetleri ile pazarlanması için yeni pazarlar aranmasına önem verdiklerini göstermektedir. Bahar, Kaya ve Keklik'in (2011), konaklama işletmelerinin krizin etkilerini en aza indirmek için uyguladıkları krizle mücadele stratejilerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdiği çalışma; konaklama işletmelerinin özellikle ekonomik krizlerden olumsuz yönde etkilendiğini göstermektedir. Uygulanmaya çalışılan stratejilerle krizin etkileri en aza indirilmeye veya yumuşatılmaya çalışılmaktadır. Mevcut stratejilerin zaman içinde yenilenmesi ve yeni stratejilerin üretilmesi gerektiği bildirilmektedir. Göçen, Yirik, Yılmaz'ın (2011), kriz kavramını ve krizin turizm sektörüne olan etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışma neticesinde; dünyada yaşanılan krizlerin başarılı olarak yönetildiği zaman çok büyük fırsatlara dönüşebileceği gibi ön görülemediği veya kötü bir şekilde yönetildiği zaman ise çok büyük zararlara sebep olabileceği görülmüştür. Bunların yanında çalışmada, özellikle kriz habercileri olarak isim verilebilecek göstergeler incelenerek daha sonrada turizm sektöründe meydana gelen krizlerden etkilenme düzeyini en aza indirgeyebilecek tedbirler ele alınmıştır. Akıncı, Kayalar ve Demirel'in (2012), kriz, kriz yönetimi, krize neden olan faktörler ve etkileri konusunda bilgiler vermek isimli çalışmalarında ise; yöneticilerin krizler ve kriz yönetimi konusundaki yaklaşımlarını araştırmak amacıyla konaklama işletmeleri yöneticilerinin teorik açıdan kriz kavramı hakkında gereken bilgilere sahip oldukları ve kriz yönetiminin gerekliliğini bildikleri halde, işletmelerinde kriz yönetiminin uygulanması açısından gereken özeni göstermedikleri görülmüştür.

Niininen'in (2013), beş yıldızlı otel işletmelerinin kriz yönetimi uygulamalarını araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği çalışma kapsamında 5 yıldızlı oteller ile yapılan görüşmelerde otellerin (3 tane Hong Kong, 6 tane Londra ve 3 tane Helsinki); krizlere karşı tedbirli olmaya çalıştıkları, kriz süresince maliyetleri denetim altında tutmaya çalıştıkları, müşteriler ile olumlu bir iletişim sürdürdükleri ve otel güvenliğinin sağlanmasında etkili teknolojiler kullandıkları gibi faaliyetlere önem verdikleri görülmektedir. Dalgıç ve Bildir'in (2017), Türkiye'de meydana gelen krizden etkilenen konaklama işletmelerinin kriz yönetim uygulamalarının, kısa ve uzun vadeli olumlu ve olumsuz beklentilerinin araştırdıkları çalışma kapsamında Antalya ve Muğla'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmeleri ile gerçekleştirilen görüşmeler ve anketler neticesinde; konaklama işletmelerinin krizlerle baş edebilmek için en fazla pazarlama faaliyeti kapsamında çalışmalara önem verdikleri, kriz dönemlerinde indirime girdikleri ve krizler sebebiyle geleneksel pazarlarda oluşan daralmalardan kurtulmak amacıyla yeni pazar arayışları içine girdikleri bulgulanmıştır. Bulgan ve Aktel'in (2017), 2015-2016 yılları arasında Türk turizmine etki eden krizlerden konaklama işletmelerinin ne derecede etkilendiklerini, krizlerden kurtulma konusunda nasıl bir yöntem uyguladıklarını ve kriz dönemlerinde devletten beklentilerinin ne ölçüde olduğunu ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışma, Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmeleri yöneticileri ile yapılan görüşmeler sonucunda; konaklama işletmelerinin krizlerden kurtulabilmek amacıyla verimlilik açısından ve çalışanlar açısından tedbirler aldıkları bulgulanmış, devletin krizleri aşma konusunda aldığı tedbirleri yetersiz buldukları görülmüştür. Dinç'in (2018), kriz dönemlerinde otelcilik sektöründe yatırımlar, doluluk oranı, turist sayıları ve kalış süreleri, turizm gelirleri, odabaşı gelirleri, ortalama oda fiyatını incelemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışma kapsamında ise; krize müdahale yöntemleri ortaya konulmuştur. Değişim yolu ile müdahale, maliyetleri kısarak müdahale, çalışan düzeyinde, koçluk düzeyinde, lider düzeyinde, kurum düzeyinde ve halkla ilişkiler düzeyinde müdahaleler ele alınmıştır.

Alanyazında turizm alanında krizlere ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, pek çok çalışma yapıldığı tespit edilmiş ancak konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarına yönelik yeterli düzeyde güncel bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Ayrıca, önceki çalışmaların genellikle kıyı turizmine yönelik faaliyet gösteren işletmeler açısından ele alındığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın; Türk turizm sektöründe önemli bir yeri olan Kapadokya bölgesinde yer alan konaklama işletmeleri yöneticilerine yönelik olarak gerçekleştirilerek gerek alan yazındaki bilgi eksikliğine katkıda bulunması açısından gerekse uygulayıcılara yol gösterici bir çalışma olması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarının değerlendirilmesine yönelik olarak gerçekleştirilen, tanımlayıcı araştırma niteliği taşıyan ve nicel araştırma yöntemlerinden anket yönteminin kullanıldığı bu çalışmada araştırma yöntemi olarak tümdengelim yaklaşımı benimsenmiştir. Çalışma kapsamında araştırma evrenini Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre; 2019 yılında Kapadokya bölgesi içerisinde yer alan Nevşehir ilinde Turizm İşletme Belgeli 101, Turizm Yatırım Belgeli 14, Belediye İşletme Belgeli 228 tesisin bulunduğu ve toplamda 343 konaklama işletmesinin faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Bu işletmelerde görev yapan orta ve üst kademe yöneticilere yönelik olarak, amaçlı (yargısal) ve kolayda örnekleme yöntemleriyle, 11-25 Mayıs 2019 tarihleri arasında yüz yüze, bırak-topla ve elektronik posta uygulama yöntemleri kullanılarak toplam 202 adet kullanılabilir anket toplanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formunda demografik sorulara, işletmelere ilişkin sorulara ve krizlerin olumsuz ve olumlu yönlerine ilişkin algıları ölçmek üzere Sarı'nın (2010) çalışmasında kullandığı 26 ifadeden oluşan ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerini kapsadığı ve araştırma sonuçlarının bu kapsamda genellenebileceği söylenebilir. Bunun sebepleri arasında araştırmacıların zaman ve maddi anlamda sınırlarının olması gösterilebilir. Ayrıca araştırma kapsamında gerçekleştirilen veri toplama sürecinde konaklama işletmelerine olan ulaşım sıkıntıları, yöneticilerin anketleri doldurmaya zaman ayırmakta güçlük çekmeleri, güvenlik gerekçesiyle görüşmeleri kabul etmemeleri, işletme dışında veya şehir dışında olmaları ile bazı konaklama işletmelerinin gizlilik ilkesi nedeniyle görüşmeden kaçınmaları, bakım onarım çalışmaları nedeniyle kapalı olmaları yaşanılan diğer güçlükler ve sınırlılıklar olarak belirtilebilir.

BULGULAR

Bu başlık altında araştırmanın bulguları ve yorumlanmasına detaylıca yer verilmektedir.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine ve İşletmelerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yöneticilerin demografik özelliklerine ve çalıştıkları işletmelerin özelliklerine Tablo 1'de yer verilmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan 202 kişinin 67'sinin (%33,2) kadınlardan ve 135'inin (%66,8) erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların 71'i (%35,1) 30 yaş ve aşağısında, 99'u (%49) 31-40 yaş arasında, 32'si (%15,8) 41 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ise lise mezunu olanlar 55 (%27,2), üniversite mezunu olanlar 129 (%63,9) ve lisansüstü mezunu olanlar ise 18 (%8,9) kişidir. Bu bağlamda araştırmaya katılan erkeklerin sayısının kadınların sayısının iki katı olduğu, katılımcıların çoğunluğunun 31-40 yaş aralığında ve üniversite mezunu olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Çalıştıkları İşletmelerin Özellikleri

Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)	Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet			**Turizm Sektöründe Çalışma Süreniz**		
Kadın	67	33,2	10 Yıl ve Aşağısı	80	39,6
Erkek	135	66,8	11 Yıl ve Üzeri	122	60,4
Toplam	202	100	Toplam	202	100
Yaş			**İşletmenizin Türü**		
30 Yaş ve Aşağısı	71	35,1	Bağımsız	160	79,2
31-40 Yaş Arası	99	49	Uluslararası Zincire Bağlı	30	14,9
41 Yaş ve Üzeri	32	15,8	Ulusal Zincire Bağlı	12	5,9
Toplam	202	100	Toplam	202	100
Eğitim Düzeyi			**İşletmenizin Faaliyet Süresi**		
Lise	55	27,2	5 Yıl ve Aşağısı	61	30,2
Üniversite	129	63,9	6-10 Yıl Arası	53	26,2
Lisansüstü	18	8,9	11-15 Yıl Arası	50	24,8
Toplam	202	100	16 Yıl ve Üzeri	38	18,8
İşletmedeki Pozisyonunuz			Toplam	202	100
Genel Müdür	48	23,8	**İşletmenizin Toplam Personel Sayısı**		
Ön Büro Müdürü	44	21,8	50 Personel ve Aşağısı	110	54,5
Yiyecek İçecek Müdürü	28	13,9	51 Personel ve Üzeri	92	45,5
İşletme Sahibi	27	13,4	Toplam	202	100
Kat Hizmetleri Müdürü	19	9,4	**İşletmenizde herhangi bir kriz yaşandı mı?**		
Aşçıbaşı/Mutfak Şefi	15	7,4	Evet	80	39,6
Muhasebe ve Satın Alma Müdürü	14	6,9	Hayır	122	60,4
Diğer	7	3,5	Toplam	202	100
Toplam	202	100	**İşletmenizde olası krizler için hazırlanmış kriz yönetim planı/planları var mı?**		
İşletmedeki Çalışma Süreniz			Evet	105	52
5 Yıl ve Aşağısı	105	52	Hayır	97	48
6 Yıl ve Üzeri	97	48	Toplam	202	100
Toplam	202	100			

Katılımcıların 48'i (%23,8) genel müdür, 44'ü (%21,8) ön büro müdürü, 28'i (%13,9) yiyecek içecek müdürü, 27'si (%13,4) işletme sahibi, 19'u (%9,4) kat hizmetleri müdürü, 15'i (%7,4) aşçıbaşı/mutfak şefi, 14'ü (%6,9) muhasebe ve satın alma müdürü ve yedisi (%3,5) diğer yöneticilerden oluşmaktadır. Katılımcıların işletmedeki çalışma süreleri incelendiğinde, 105'inin (%52) beş yıl ve aşağısında, 97'sinin (%48) altı yıl ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların turizm sektöründe çalışma süreleri ise 80'inin (%39,6) 10 yıl ve aşağısında, 122'sinin (%60,4) 11 yıl ve üzerinde olduğu görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların çoğunluğunu genel müdürlerin ve ön büro müdürlerinin oluşturduğu, sektörde çalışma sürelerindeki dağılımlar ile işletmedeki çalışma sürelerindeki dağılımların birbirine yakın olduğu söylenebilir. İşletme türüne bakıldığında ise 160'ının (%79,2) bağımsız, 30'unun (%14,9) uluslararası zincire bağlı ve 12'sinin (%5,9) ulusal zincire bağlı işletmelerden oluştuğu görülmektedir. İşletme faaliyet süresine bakıldığında 61'i (%30,2) beş yıl ve aşağısında, 53'ü (%26,2) altı-10 yıl arasında, 50'si (%24,8) 11-15 yıl arasında ve 38'i (%18,8) ise 16 yıl ve üzerinde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin toplam personel sayısı incelendiğinde ise 110'unun (%54,5) 50 personel ve aşağısında, 92'sinin (%45,5) 51 personel ve üzerinde personele sahip olduğu görülmektedir. Buradan hareketle işletmelerin çoğunluğunu bağımsız çalışan işletmelerin oluşturduğu, işletme faaliyet sürelerinin yıllara oranla azaldığı ve katılımcıların çalıştıkları işletmelerdeki toplam personel sayısı oranlarının hemen hemen yarı yarıya olduğu söylenebilir. Katılımcıların "İşletmenizde herhangi bir kriz yaşandı mı?" sorusuna 80'inin (%39,6) evet, 122'sinin (%60,4) ise hayır cevabını verdikleri görülmektedir.

Yine katılımcıların "İşletmenizde olası krizler için hazırlanmış kriz yönetim planı/planları var mı?" sorusuna 105'inin (%52) evet, 97'sinin (%48) ise hayır cevabını verdikleri görülmektedir. Bu duruma istinaden işletmelerin çoğunluğunun herhangi bir kriz yaşamadıkları fakat olası krizler için hazırlanmış kriz yönetim planlarının bulunduğu sonucu çıkarılabilmektedir.

Katılımcıların Kriz Algılarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların krizlere ilişkin algılarına yönelik olarak toplanan verinin merkezi eğilim ölçütleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Krizlere İlişkin Algılarına Yönelik Olarak Toplanan Verinin Merkezi Eğilim Ölçütleri

İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Ortalama Sırası
1. Doluluk oranları düşer.	3,47	1,172	-,505	-,437	9
2. Maliyetler artar.	3,47	1,142	-,594	-,252	10
3. Örgüt içi gerilim ve çatışma artar.	3,51	1,094	-,406	-,339	8
4. Kar oranı azalır.	3,64	1,033	-,459	-,205	1
5. Personelin motivasyonu bozulur.	3,54	1,159	-,581	-,218	5
6. Kalite düşer.	3,06	1,254	-,061	-,950	20
7. Atıl kapasite artar.	3,21	1,096	-,192	-,438	16
8. Yenilenme yatırımları durdurulur.	3,52	1,080	-,376	-,417	7
9. İşletme imajı zedelenir.	2,93	1,265	,066	-,990	21
10. İşe alımlar durdurulur.	3,55	1,167	-,512	-,453	4
11. Küçülmeye gidilir.	3,22	1,148	-,187	-,657	14
12. Satış hacmi daralır.	3,41	1,103	-,230	-,602	11
13. Oda fiyatları düşer.	3,40	1,066	-,360	-,258	12
14. Araştırma geliştirme yatırımları artar.	2,80	1,226	,025	-,908	22
15. İşletme içi motivasyon artar.	2,60	1,251	,293	-,912	26
16. İşletme imajı güçlenir.	2,66	1,158	,192	-,745	25
17. Dış çevreyle iletişim artar.	3,17	1,189	-,312	-,678	18
18. Kalite artar.	2,70	1,160	,128	-,785	24
19. Satış hacmi genişler.	2,77	1,185	,152	-,807	23
20. Yeni pazar olanakları ortaya çıkar.	3,14	1,165	-,169	-,748	19
21. Devletin turizm sektörüne olan desteği artar.	3,18	1,154	-,275	-,492	17
22. Kriz çeşitli fırsatlar yaratır.	3,34	1,131	-,338	-,546	13
23. Gelecek krizlere karşı hazırlıklı duruma gelinir.	3,54	1,133	-,596	-,269	6
24. Yeni yönetim teknikleri uygulanmaya başlanır.	3,58	1,025	-,538	-,083	3
25. Krize karşı etkin stratejiler geliştirilebilir.	3,62	1,068	-,611	-,055	2
26. Rakiplere karşı avantajlı duruma geçilir.	3,21	1,136	-,170	-,600	15

Ölçek Değerleri: 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kısmen Katılıyorum Kısmen Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum.

Tablo 2 incelendiğinde, kriz yönetim algılarına yönelik ölçek maddeleri arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan 5 ifadenin; (1) "kar oranı azalır", (2) "krize karşı etkin stratejiler geliştirilebilir", (3) "yeni yönetim teknikleri uygulanmaya başlanır", (4) "işe alımlar durdurulur" ve (5) "personelin motivasyonu bozulur" maddelerinden oluştuğu görülmektedir. Bu anlamda aritmetik ortalamaya göre katılımcıların kar oranı, strateji geliştirme, yeni yönetim teknikleri, işe alımlar ve personel motivasyonu gibi durumlara önem verdikleri söylenebilir.

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin krizlerin olumlu ve olumsuz yönlerine yönelik algılarına ilişkin bulgulara Tablo 3'te yer verilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Krizlerin Olumlu ve Olumsuz Yönlerine İlişkin Katılım Düzeylerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kısmen Katılmıyorum Kısmen Katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Krizlerin Olumsuz Yönleri										
1. Doluluk oranları düşer.	17	8,4	20	9,9	59	29,2	64	31,7	42	20,8
2. Maliyetler artar.	17	8,4	18	8,9	57	28,2	73	36,1	37	18,3
3. Örgüt içi gerilim ve çatışma artar.	11	5,4	20	9,9	68	33,7	61	30,2	42	20,8
4. Kar oranı azalır.	7	3,5	17	8,4	64	31,7	68	33,7	46	22,8
5. Personelin motivasyonu bozulur.	17	8,4	12	5,9	65	32,2	61	30,2	47	23,3
6. Kalite düşer.	27	13,4	40	19,8	59	29,2	45	22,3	31	15,3
7. Atıl kapasite artar.	16	7,9	30	14,9	78	38,6	52	25,7	26	12,9
8. Yenilenme yatırımları durdurulur.	9	4,5	23	11,4	65	32,2	63	31,2	42	20,8
9. İşletme imajı zedelenir.	32	15,8	46	22,8	56	27,7	41	20,3	27	13,4
10. İşe alımlar durdurulur.	14	6,9	20	9,9	58	28,7	60	29,7	50	24,8
11. Küçülmeye gidilir.	17	8,4	34	16,8	68	33,7	53	26,2	30	14,9
12. Satış hacmi daralır.	10	5	30	14,9	68	33,7	56	27,7	38	18,8
13. Oda fiyatları düşer.	12	5,9	22	10,9	73	36,1	63	31,2	32	15,8
Krizlerin Olumlu Yönleri										
14. Araştırma geliştirme yatırımları artar.	40	19,8	37	18,3	66	32,7	41	20,3	18	8,9
15. İşletme içi motivasyon artar.	49	24,3	49	24,3	54	26,7	33	16,3	17	8,4
16. İşletme imajı güçlenir.	39	19,3	51	25,2	65	32,2	34	16,8	13	6,4
17. Dış çevreyle iletişim artar.	25	12,4	27	13,4	65	32,2	59	29,2	26	12,9
18. Kalite artar.	38	18,8	48	23,8	66	32,7	37	18,3	13	6,4
19. Satış hacmi genişler.	34	16,8	51	25,2	62	30,7	38	18,8	17	8,4
20. Yeni Pazar olanakları ortaya çıkar.	20	9,9	38	18,8	63	31,2	55	27,2	26	12,9
21. Devletin turizm sektörüne olan desteği artar.	23	11,4	23	11,4	78	38,6	51	25,2	27	13,4
22. Kriz çeşitli fırsatlar yaratır.	15	7,4	29	14,4	63	31,2	63	31,2	32	15,8
23. Gelecek krizlere karşı hazırlıklı duruma gelinir.	14	6,9	20	9,9	53	26,2	73	36,1	42	20,8
24. Yeni yönetim teknikleri uygulanmaya başlanır.	8	4	20	9,9	58	28,7	79	39,1	37	18,3
25. Krize karşı etkin stratejiler geliştirilebilir.	10	5	17	8,4	56	27,7	75	37,1	44	21,8
26. Rakiplere karşı avantajlı duruma geçilir.	17	8,4	33	16,3	72	35,6	51	25,2	29	14,4

Katılımcıların krizlerin olumsuz yönlerine ilişkin algıları, 1. ifadeden 13. ifadeye kadar verdiği cevaplara göre frekans ve yüzde dağılımları incelenerek ölçülmeye çalışılmıştır. "Doluluk oranları düşer" ifadesini işaretleyenlerin 64'ünün (%31,7), "maliyetler artar" ifadesini cevaplayanların 73'ünün (%36,1), "kar oranı azalır" ifadesini cevaplayanların 68'inin (%33,7) ve "işe alımlar durdurulur" ifadesini cevaplayanların 60'ının (%29,7) katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların kriz yönetim algıları değerlendirildiğinde, yukarıda yer verilen dört olumsuz ifadeye çoğunlukla katıldıkları da göz önünde bulundurularak krizleri genellikle olumsuz bir durum olarak algıladıkları söylenebilir. Kalan diğer olumsuz ifadeler konusunda kararsız kalanlar ise; "örgüt içi gerilim ve çatışma artar" ifadesi için 68 kişi (%33,7), "personelin motivasyonu bozulur" ifadesi için 65 kişi (%32,2), "kalite düşer" ifadesi için 59 kişi (%29,2), "atıl kapasite artar" ifadesi için 78 kişi (%38,6), "yenilenme yatırımları durdurulur" ifadesi için 65 kişi (%32,2), "işletme imajı zedelenir" ifadesi için 56 kişi (%27,7), "küçülmeye gidilir" ifadesi için 68 kişi (%33,7), "satış hacmi daralır" ifadesi için 68 kişi (%33,7) ve "oda fiyatları düşer" ifadesi için 73 kişi (%36,1) kısmen katılıyorum/kısmen katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Yalnız bu olumsuz ifadeler konusunda kararsız kalanların sayısı ile aynı ifadelere katılanların sayısının birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ankete katılan çoğu yöneticinin işletme bil-

gilerinin gizli kalmaması konusunda endişe ettikleri ve ifadelere tam anlamıyla doğru yanıt vermekten kaçındıkları bu nedenle de kısmen katılıyorum/kısmen katılmıyorum seçeneğini işaretledikleri söylenebilir.

Katılımcıların krizlerin olumlu yönlerine ilişkin algıları, 14. ifadeden 26. ifadeye kadar verdiği cevaplara göre frekans ve yüzde dağılımları incelenerek ölçülmeye çalışılmıştır. "Kriz çeşitli fırsatlar yaratır" ifadesini cevaplayanların 63'ünün (%31,2), "gelecek krizlere karşı hazırlıklı duruma gelinir" ifadesini cevaplayanların 73'ünün (%36,1), "yeni yönetim teknikleri uygulanmaya başlanır" ifadesini cevaplayanların 79'unun (%39,1) ve "krize karşı etkin stratejiler geliştirilebilir" ifadesini cevaplayanların 75'inin (%37,1) katılıyorum seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Bu anlamda katılımcıların yukarıda yer verilen krizlerin dört olumlu ifadesine katıldıkları ve krizlerin sonuçlarının meydana getirdiği olumlu durumları fırsat olarak algıladıkları söylenebilir. Kalan dokuz ifadeye ve "kriz çeşitli fırsatlar yaratır" ifadesine katılımcıların verdikleri cevaplar ise şu şekildedir. "Araştırma geliştirme yatırımları artar" ifadesini cevaplayanların 66'sı (%32,7), "işletme içi motivasyon artar" ifadesini cevaplayanların 54'ü (%26,7), "işletme imajı güçlenir" ifadesini cevaplayanların 65'i (%32,2), "dış çevreyle iletişim artar" ifadesini cevaplayanların 65'i (%32,2), "kalite artar" ifadesini cevaplayanların 66'sı (%32,7), "satış hacmi genişler" ifadesini cevaplayanların 62'si (%30,7), "yeni pazar olanakları ortaya çıkar" ifadesini cevaplayanların 63'ü (%31,2), "devletin turizm sektörüne olan desteği artar" ifadesini cevaplayanların 78'i (%38,6), "kriz çeşitli fırsatlar yaratır" ifadesini cevaplayanların 63'ü (%31,2), "rakiplere karşı avantajlı duruma geçilir" ifadesini cevaplayanların 72'si (%35,6) kısmen katılıyorum/kısmen katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Yukarıdaki açıklamalara dayanılarak ankete katılan çoğu yöneticinin krizlerin olumlu yönleri konusunda kararsız kaldığı ve krizlerin çoğunlukla olumsuz yönleri hakkında bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Bu duruma yüz yüze görüşülerek anketler toplanılırken de birebir şahit olunmuştur.

Krizlerin olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin veriler genel olarak incelendiğinde, frekans dağılımlarının çoğunlukla kısmen katılıyorum/kısmen katılmıyorum seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durumun nedenleri arasında; katılımcıların işletme bilgilerini paylaşmak istememeleri, krizler hakkında yeterli bilgiye sahip olmamaları, krizleri genellikle olumsuz bir durum olarak algılamaları ile katılımcıların dikkatli ve özenli bir şekilde anketi cevaplamamaları gibi sorunlar sayılabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarının değerlendirildiği bu çalışmanın sonuç bölümünde araştırmanın akademik çıktıları, uygulamaya dönük çıktıları ve gelecek araştırmalara yönelik öneriler ortaya konulmaktadır.

Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kriz algılarının değerlendirildiği bu çalışmada, yöneticilerin kriz algılarına ilişkin ifadelere verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları incelendiğinde, yöneticilerin "kar oranı", "strateji geliştirme", "yeni yönetim teknikleri", "işe alımlar" ve "personel motivasyonu" gibi hususlara önem verdikleri dikkat çekmektedir. Ayrıca yöneticilerin krizlerin olumsuz yönlerine ilişkin olarak "doluluk oranlarının düşmesi", "maliyetlerin artması", "kar oranının azalması" ve "işe alımların durdurulması" gibi endişeleri barındırdıkları görülmektedir. Bu sonucun Sarı (2010)'nın çalışmasının sonuçlarını destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, yöneticilerin krizlerin olumlu yönlerine ilişkin olarak krizlerin çeşitli "fırsatlar yarattığı", "gelecek krizlere hazırlanmayı sağladığı", "yeni yönetim tekniklerinin uygulamaya sokulabildiği" ve "krizlere ilişkin etkin stratejiler geliştirilebileceği" gibi olumlu bakış açılarına sahip oldukları görülmektedir. Başka bir deyişle, krizlerin sonuçlarının meydana getirdiği olumlu durumları fırsat olarak algıladıkları söylenebilir.

Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yöneticileri özelinde gerçekleştirilen bu çalışmanın uygulamaya yönelik bazı çıktıları da bulunmaktadır. Öncelikle araştırmanın hem konaklama işletmeleri yöneticilerine, hem turizm sektöründe yer alan diğer işletme yöneticilerine hem de turizmde kriz yönetiminin planlanması açısından kamu ve özel sektör yöneticilerine sağlıklı veriler sunduğu söylenebilir. Bu verilerin özellikle turizmde karar verici pozisyonda yer alan yetkililere olası krizlere karşı hazırlanmak adına katkılar sunması mümkündür. Öyle ki, çalışmada elde edilen veriler dikkate alınarak yöneticilerin olası krizlere ilişkin eğitim programlarına tabi tutulması önerilebilir ve bu sayede işletmelerin krizler için kriz yönetim planları oluşturulabilir ya da mevcutta var olan planlar geliştirilebilir.

Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarının değerlendirildiği bu çalışmadan hareketle gelecek araştırmalar için çeşitli öneriler sunulabilir. Öncelikle, araştırmada elde edilen sonuçların araştırmanın evren ve örneklemi dikkate alınarak genelleştirilmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca, zaman kısıtlılığı ve maddi kısıtlar sebebiyle bu çalışmanın Kapadokya bölgesi ile sınırlı tutulduğu belirtilmelidir. Bu bağlamda, Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz algılarının değerlendirilmesi ile sınırlı olan bu çalışma, başka destinasyonlarda faaliyet gösteren konaklama işletmeleri özelinde de gerçekleştirilerek alanyazına katkılar sağlanabilir. Son olarak, daha sonraki araştırmalarda kriz algısının yanı sıra kriz yönetim becerileri ve kriz yönetim stratejilerinin de ele alındığı çalışmalar gerek konaklama işletmeleri özelinde gerekse turizm sektörünün diğer paydaşları bağlamında gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Akat, İ., G., Budak & G. Budak. (1994). *İşletme yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Akıncı, Z. (2010). *Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi: Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinde kriz sürecinde karşılaşılan sorunların tespit ve çözümüne yönelik bir araştırma.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Akıncı, Z., M., Kayalar & O. N. Demirel. (2012). Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi: Yöneticilerin kriz yönetimi yaklaşımına yönelik bir uygulama. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 49 (572), 79-99.

Anderson, B. A. (2006). Crisis management in the Australian tourism industry: Preparedness, personnel and postscript. *Tourism Management*, 27 (6), 1290-1297.

Bahar, E., F. Kaya & F. Keklik. (2011). Konaklama sektöründe krizle mücadele stratejileri. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 3 (6), 83-100.

Blake, A. & M. T. Sinclair. (2003). Tourism crisis management: US response to september 11. *Annals of Tourism Research*, 30 (4), 813-832.

Bulgan, G. & M. Aktel. (2017). Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde kriz yönetimine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 18, 2, 205-232.

Can, H. (1992). *Yönetim ve organizasyon*. Ankara: Adım Yayınevi.

Can, H. (1997). *Organizasyon ve yönetim.* Ankara: Siyasal Kitapevi.

Çakmak, T. F. (2018). *Turizm endüstrisinde kriz yönetimi: turist rehberleri üzerine bir alan araştırması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Dalgıç, A. & Birdir, K. (2017). Konaklama işletmelerinin kriz yönetimi uygulamaları ve beklentileri: Beş yıldızlı oteller üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 216-235.

Dinç, H. (2018). Kriz dönemlerinde otelcilik. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science*. 1, 97-112.

Dinçer, Ö. (2003). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Durgun, A. & Gövdere B. (2011). 2008 küresel krizinin Antalya konaklama işletmelerine etkileri üzerine bir analiz. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30 (1), 143-144.

Elaldı, F. (2011). Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 1 (2), 1-17.

Göçen, S., Ş. Yirik & Y. Yılmaz. (2011). Türkiye'de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,16 (2), 493-509.

Haşit, G. (2000). İşletmelerde kriz yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Israeli, A. A., M. Asad & B. Kumar. (2011). Hospitality crisis management practices: The case of Indian luxury hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (2), 367-374.

Israeli, A. A. & A. Reichel. (2003). Hospitality crisis management practices: The Israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22 (4), 353-372.

Kaya, S. (2009). *Kriz yönetimi ve ekonomik krizlerin işletmeler üzerindeki etkileri.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Niininen, O. (2013). Five star crisis management--examples of best practice from the hotel industry. (https://www.intechopen.com/books/approaches-to-disaster-management-examining-the-implications-of-hazards-emergencies-and-disasters/five-star-crisis-management-examples-of-best-practice-from-the- hotel-industry// (Erişim tarihi: 15 Mart 2019).

Okumuş, F., M. Altınay & H. Araslı. (2005). The impact of Turkey's economic crisis of february 2001 on the tourism industry in northern Cyprus. *Tourism Management*, 26 (1), 95-104.

Okumuş, F. & K. Karamustafa. (2005). Impact of an economic crisis evidence from turkey. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 942-961.

Patan, G. N. (2009). İşletmelerde kriz yönetimi ve stratejisinin önemi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.

Sarı, D. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi: 2009 Küresel Ekonomik Krizine Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.

Seçilmiş, C. & Y. Sarı. (2010). Kriz dönemlerinde konaklama işletmelerinin kriz yönetimi uygulamaları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 15 (1), 501-520.

Şimşek, M. Ş. (2001). *Yönetim ve organizasyon.* Konya: Eğitim Yayınevi.

Topuz, Ç. (2009). *Kriz yönetimi ve turizm sektörüne etkileri (Belek bölgesindeki otel işletmelerine yönelik bir uygulama).* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi**.**

Tutar, H. (2000). *Kriz ve stres ortamında yönetim*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Türk Dil Kurumu (2019). http://www.tdk.gov.tr// (Erişim tarihi: 15 Ocak 2019).