



**RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**COVID-19 KÜRESEL SALGIN SÜRECİNDE TURİZM
İŞLETMELERİNİN KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI
İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİDE
İYİMSERLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ: TR90 BÖLGESİ
ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Emel ERGİN

**Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER
Danışman**

**RİZE
2021**

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında, Emel ERGİN tarafından hazırlanan “*COVID-19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları İle İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği*” başlıklı bu çalışma, 01/07/2021 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER

Kabul/Red

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Eren ERKILIÇ

Kabul/Red

Üye: Doç. Dr. Melike KURTARAN ÇELİK

Kabul/Red

— / — / —

Doç. Dr. Ahmet YANIK

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programından mezun olmak üzere teslim ettiğim "*COVID-19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği*" konulu tezimi, bilim ve araştırma etiği prensiplerine riayet edilerek tarafımdan yazılmıştır.

Eserimde, başka kaynaklardan aktarılan bütün bilgi ve alıntılar, Enstitünüz Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak açıkça gösterilmiştir. Kaynağı gösterilenler dışında kalan bütün bilgiler uygun araştırma yöntemi kullanılarak tarafımdan edinilmiş ve esere bu şekilde yansıtılmıştır. Şahsıma ait olmayan hiçbir bilgi, kasıt veya kusurlar, şahsıma aitmiş gibi gösterilmemiştir. İnternet kaynakları dâhil, sahibine / kaynağına atıf yapılmaksızın hiçbir bilgi kullanılmamıştır.

Aksinin ortaya çıkması halinde doğacak bütün hukuki, idari, akademik ve etik sorumluluk tarafıma ait olacaktır. Eserin tesliminden sonra herhangi bir zamanda, bilim etiğine aykırılık tespit edilmesi ve / veya eserimle ilgili intihal veya intihal şeklinde anlaşılabilecek bir durumun ortaya çıkması halinde; Üniversiteniz ve eğitim kadronuzun hiç bir şekilde sorumlu tutulmayacağını hür irademle kabul, beyan ve taahhüt ederim. 01 /07/2021

Emel ERGİN

ÖN SÖZ

Kısa sürede dünyayı etkisi altına alan, COVID-19 Küresel Salgın birçok önlemler alınmasına rağmen hızla yayılmaya devam etmektedir. Mücadelesi içerisinde olduğumuz, bu küresel salgından dolayı seyahatlerin kısıtlanması ve sonrasında ise çoğu sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de işletmelerin faaliyetlerine ara verilmesi veya durma noktasına gelmesi, çalışma kapsamında turizm ile ilişkilendirilmesinin en önemli nedenleri arasında yer almaktadır. Turizm işletmelerini kriz ortamına sürükleyen küresel salgının mücadele kapsamındaki kriz yönetiminde yol gösterici olacağı düşüncesiyle bu çalışma hazırlanmıştır.

Yüksek lisans ders döneminde ve tez konusunu seçerken isteklerimi dikkate alarak yardımcı olan ve bu tezin her aşamasında sabırla beni yönlendirerek bilgi ve tecrübeleri ile katkılarını sağlayan çok kıymetli hocam ve danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tezin her aşamasında bilgi ve tavsiyelerini esirgemeyip her daim destekleyen değerli hocam Doç. Dr. Serkan ACUNER'e, tezin analiz kısmında bilgi ve tavsiyelerini esirgemeyip destekleyen değerli hocam Öğr. Gör. Bilgen METE'ye ve bugüne kadar üzerimde emeği olan tüm hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmam boyunca fikir ve düşünceleri ile yanımda olan sevgili arkadaşım Ayşe YILMAZ'a, moral ve motivasyon destekleri ile yanımda olan sevgili arkadaşlarım Kader GÜLSEVER ve Ozan Güneş GÜNDOĞDU'ya içtenlikle teşekkür ederim. Anket aşamasında zamanını ayıran tüm katılımcılara da teşekkür ederim.

Son olarak, her zaman yanımda olan aileme ve bilhassa bu günlere gelmemi sağlayan ve eğitim hayatım boyunca hem maddi hem manevi desteklerini esirgemeyen sevgili annem Fatma ERGİN ve sevgili babam İhsan ERGİN'e de teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Emel ERGİN

Rize / 2021

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	2
ETİK BEYAN.....	3
ÖN SÖZ	4
İÇİNDEKİLER	5
ÖZET	8
ABSTRACT.....	10
KISALTMALAR.....	12
TABLolar LİSTESİ.....	14
ŞEKİLLER LİSTESİ	16
GİRİŞ	17

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.SALGIN HASTALIKLAR	24
1.1.1.Salgın Hastalık Kavramı.....	24
1.1.1.1.Tarihteki Salgın Hastalıklar	24
1.1.2. Dünyada ve Türkiye’de COVID-19 Küresel Salgını ve Gelişimi	26
1.1.3. Salgın Hastalıklar ile Turizm İlişkisi.....	26
1.1.3.1.COVID-19 Küresel Salgınının Turizm Sektörü Üzerine Etkileri...27	
1.1.4. Salgın Hastalıklar ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	30
1.2.KRİZ YÖNETİMİ.....	33
1.2.1.Kriz Yönetimi Tanımı ve Kapsamı	33
1.2.2.Kriz Yönetim Süreci.....	35
1.2.2.1.Kriz Öncesi Yönetim Süreci	35
1.2.2.2.Kriz Anı Yönetim Süreci	36
1.2.2.3.Kriz Sonrası Yönetim Süreci	37
1.2.3.İşletmelerde Krize Yol Açan Faktörler	38
1.2.3.1. Dış Faktörler	38
1.2.3.2. İç Faktörler.....	39
1.2.4.Turizm Sektöründe Krizler ve Etkileri	40
1.2.5.Kriz Yönetimi ile İlgili Yapılan Çalışmalar	42

1.3.İŞLETME PERFORMANSI.....	44
1.3.1.İşletme Performansı Kavramı.....	44
1.3.2.İşletme Performansı Boyutları.....	45
1.3.2.1. Tüketicilerle İlgili Boyut	46
1.3.2.2. Finansal Boyut	47
1.3.2.3. Örgütsel Boyut.....	48
1.3.2.4. Toplumsal Boyut.....	48
1.3.2.5. Çalışanlarla İlgili Boyut.....	49
1.3.3.İşletme Performansının Ölçümü.....	50
1.3.4. İşletme Performansı ile İlgili Yapılan Çalışmalar	52
1.4.OLUMLU YÖNELİM	53
1.4.1.Olumlu Yönelim Kavramı	53
1.4.2.Olumlu Yönelim Boyutları.....	54
1.4.2.1.Benlik Saygısı	55
1.4.2.2. Yaşam Memnuniyeti.....	56
1.4.2.3. İyimserlik	57
1.4.2.3.1.İyimserliğin Düzenleyici Rolü	59
1.4.3. Olumlu Yönelim ve İyimserlik ile İlgili Yapılan Çalışmalar	59

İKİNCİ BÖLÜM

KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI, İŞLETME PERFORMANSI VE İYİMSERLİK İLİŞKİSİ

2.1.Kriz Yönetim Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki.....	61
2.2.İyimserlik ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki	62
2.3.Kriz Yönetim Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasında İyimserliğin Düzenleyici İlişkisi.....	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

COVID-19 KÜRESEL SALGINI SÜRECİNDE TURİZM İŞLETMELERİNİN KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİDE İYİMSERLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	65
3.1.1. Araştırmanın Modeli	66
3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem.....	66
3.1.3.Verilerin Toplanması.....	68
3.1.3.1. Veri Toplama Araçları	68
3.1.4.Verilerin Analizi	68

3.1.4.1. Ölçeklerin Geçerlik, Keşfedici /Açımlayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi	69
3.1.4.1.1.Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği	69
3.1.4.1.2.İyimserlik Ölçeği	72
3.1.4.1.3.İşletmenin “Tüketicilerle” İlgili Performans Ölçeği	74
3.2. ARAŞTIRMA BULGULARI	75
3.2.1.Katılımcıların Demografik Özellikleri ve İşletme Bilgilerine İlişkin Dağılımları.....	75
3.2.2. Katılımcıların Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansına Yönelik Görüşlerinin Dağılımları	76
3.2.3. Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansı Ölçeklerinin Korelasyon Analizi	79
3.2.4. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi	81
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	90
KAYNAKÇA.....	98
EKLER.....	119
Ek- 1: Anket Formu	119

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı: : Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Tez Türü: : Yüksek Lisans Tezi
Danışmanı: : Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER
Hazırlayan: : Emel ERGİN
Yıl: : 2021
Sayfa Sayısı: : 122

ÖZET

**COVID-19 KÜRESEL SALGIN SÜRECİNDE TURİZM
İŞLETMELERİNİN KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI İLE İŞLETME
PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİDE İYİMSERLİĞİN
DÜZENLEYİCİ ROLÜ: TR90 BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan, kısa sürede dünyayı etkisi altına alan, COVID-19 Küresel Salgın şeklinde kısaltılarak ifade edilen, korona virüs salgın hastalığı, birçok önlem alınmasına rağmen hızla yayılmaya devam etmektedir. Çoğu sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemiş olan bu salgın hastalık, turist sayısı ve turizm geliri başta olmak üzere turizm endüstrisinde büyük kayıplara neden olmuştur. COVID-19 Küresel Salgın hastalığının bu çalışma kapsamında turizm ile ilişkilendirilmesinin en önemli nedenleri arasında; salgından dolayı seyahatlerin kısıtlanması ve sonrasında ise çoğu sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de işletmelerin faaliyetlerine ara verilmesi yahut durdurulmaya karar verilmesi yer almaktadır. Çalışmanın amacı, COVID-19 salgını ile meydana gelen küresel salgın mücadelesinde turizm işletmelerinin yöneticilerinin benimsediği kriz yönetim uygulamaları ve işletmelerin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olup olmadığının ortaya konulmasıdır. Çalışmanın teorik alt yapısı olumlu yönelim ve kaynakların korunması teorisine dayanmaktadır. Çalışmanın evrenini, TR90 Bölgesinde (Trabzon, Giresun, Rize, Ordu, Artvin, Gümüşhane) faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve

yiyecek-içecek işletmelerinde ki çalışan personeli kapsamaktadır. Çalışmanın verilerinde, İsraili ve Reichel (2003) tarafından geliştirilen, ifti (2015) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Kriz Yönetim Uygulamaları leği*”, Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen, Sürücü (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Olumlu Yönelim leğinin*” boyutlarından birisi olan “*İyimserlik leği*” ile Kuşluvan ve Eren (2008) tarafından geliştirilen “*İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans leği*” kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde; kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19 Küresel Salgın, Salgın Hastalık, Kriz Yönetimi, İşletme Performansı, İyimserlik, Olumlu Yönelim Teorisi, Kaynakların Korunması Teorisi.

Recep Tayyip Erdogan University Institute of Graduate Studies

Department : Tourism Management
Thesis Type : Master Thesis
Supervisor : Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER
Author : Emel ERGİN
Year : 2021
Pages : 122

ABSTRACT

THE REGULATORY ROLE OF OPTIMISM IN THE RELATIONSHIP BETWEEN THE CRISIS MANAGEMENT APPLICATIONS OF TOURISM ENTERPRISES AND THE BUSINESS PERFORMANCE IN THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS: AN EXAMPLE OF THE TR90 REGION

The corona virus epidemic, which emerged in Wuhan, China, affected the world in a short time, and was shortened as the COVID-19 Global Epidemic, continues to spread rapidly despite many measures. This epidemic, which has affected the tourism sector as well as many other sectors, caused great losses in the tourism industry, especially in the number of tourists and tourism income. The restriction of travel and the decision to stop or suspend the activities of the enterprises in the tourism sector, as in most sectors, are among the most important reasons for the COVID-19 Global Epidemic to be associated with tourism within the scope of this study. The aim of the study is to reveal whether optimism has a regulatory role in the relationship between the crisis management practices adopted by the managers of tourism enterprises and the performance of the enterprises in the fight against the global epidemic caused by the COVID-19 pandemic. The theoretical background of the study is based on positive orientation and conversation of resources theories. The population of the study consists of accommodation businesses, travel businesses, and food and beverage businesses

working staff operating in the TR90 Region (Trabzon, Giresun, Rize, Ordu, Artvin, Gümüşhane). The data of the study were collected by using the “Crisis Management Practices Scale” developed by İsraili and Reichel (2003), by Çiftçi (2015) adapted to Turkish, “Optimism Scale” which is one of the dimensions of the “Positive Orientation Scale” developed by Scheier and Carver (1985), by Sürücü (2016) adapted to Turkish and the “Business Performance Scale on Consumers” developed by Kuşluyan and Eren (2008). In line with the conclusions obtained from the study, it was concluded that optimism has a regulatory role in the relationship between crisis management practices and business performance in accommodation businesses, travel businesses and food and beverage businesses.

Key Words: COVID-19 Pandemic, Epidemic, Crisis Management, Business Performance, Optimism, Positive Orientation Theory, Conversation of Resources Theory.

KISALTMALAR

AIDS	: Acquired İmmun Deficiency Syndrome(Kazanılmış Başısklık Yetersizliğı Sendromu)
bk.	: Bakınız
BMDTÖ	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
CDC	: Centers for Disease Control and Prevention (Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezleri)
COR	: Conservation Of Resources (Kaynakların Korunması)
COVID-19	: Coronavirus Disease (Koronavirüs Hastalığı)
DOKA	: Doğı Karadeniz Kalkınma Ajansı
Dr.	: Doktor
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
ed.	: Editör
HIV	: Human Immunodeficiency Virus (İmmün yetmezlik virüsü)
H1N1	: Hemaglutinin Nörominidaz (İspanyol Gribi)
İKY	: İnsan Kaynakları Yönetimi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
MERS	: Middle East Respiratory Syndrome (Orta Doğı Solunum Yolu Sendromu)
M.Ö.	: Milattan Önce
Öğr.	: Öğretim
Prof.	: Profesör
s.	: Sayfa
SARS	: Severe Acute Respiratory Syndrome (Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu)
ss.	: Sayfadan sayfaya/sayfalar
T.C. SB	: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı

TGA	:	Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı
TÜBA	:	Türkiye Bilimler Akademisi
UNWTO	:	The United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)
vb.	:	Ve benzeri ve benzerleri ve bunun gibi
vd.	:	Ve devamı ve diğerleri
VIF	:	Variance Inflation Factor (Varyans Enflasyon Faktör)
WHO	:	World Health Organization (Dünya Sağlık Örgütü)



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1. Krize Karşı Hazırlıklı ve Hazırlıksız İşletmelerin Karşılaştırılması	34
Tablo 2. İşletme Performansı Boyutlarının İncelendiği Çalışmalar	46
Tablo 3. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi	70
Tablo 4. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi	70
Tablo 5. İyimserlik Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi	72
Tablo 6. İyimserlik Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi	73
Tablo 7. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi	74
Tablo 8. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi	74
Tablo 9. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Çalıştıkları İşletme Bilgilerine İlişkin Dağılımları (n: 400).....	75
Tablo 10. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları ..	76
Tablo 11. İyimserlik Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları	78
Tablo 12. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları.....	79
Tablo 13. Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansının Korelasyon Analizi Sonuçları	80
Tablo 14. Kriz Yönetim Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi	81
Tablo 15. Kriz Yönetim Uygulamaları Alt Boyutlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Hiyerarşik (Sıralı) Regresyon Analizi	82
Tablo 16. İyimserliğin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi	83
Tablo 17. İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Etkisi	84

Tablo 18. İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamalarının Alt Boyutları ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Etkisi	86
---	----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kriz Yönetim Süreci.....	35
Şekil 2. Performans Ölçme Süreci.....	51
Şekil 3. Araştırmanın Modeli.....	66
Şekil 4. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişki	85
Şekil 5. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan İnsan Kaynakları Yönetimi ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki	87
Şekil 6. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan Bakım Onarım ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki	88

GİRİŞ

Kriz, birtakım olumsuz etkileri beraberinde getiren beklenmedik anlar ve olaylar şeklinde tanımlanmaktadır (Çeti ve Ünlüöner, 2019: 110). İşletmelerde krize neden olan etmenler ise iç ve dış etmenler olarak ikiye ayrılmaktadır. İç etmenler, işletme içinde örgüt yapısı ve üst yönetimde yaşanan sorunlardan doğan etmenlerdir (Sumer ve Pernsteiner, 2009: 38'den aktaran: Aşık, 2016: 9). Dış etmenler ise; işletme dışında çevreye bağlı olarak meydana gelen ve genellikle kontrol edilmesi güç olan etmenler olarak ifade edilebilir (Aşık, 2016: 7). Krize neden olan dış etmenler; ekonomik etmenler, toplumsal ve kültürel etmenler, teknolojik etmenler, hukuki ve siyasi etmenler, doğal etmenler (deprem, sel, salgın hastalıklar, yangın ve benzeri) şeklinde sıralanabilir. Krize neden olan dış etmenlerden doğal etmenler içerisinde yer alan salgın hastalıklar bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

İlk olarak 2019 yılı Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinde görülen korona virüs salgını (Coronavirus Disease) COVID-19 adıyla anılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 11 Mart 2020 tarihinde COVID-19'u küresel salgın (pandemi) olarak ilan etmiştir. İlan edilen bu tarih aynı zamanda Türkiye'de de ilk korona virüs vakasının görüldüğü tarih olarak açıklanmıştır. Tüm dünyaya hızla yayılan korona virüs, dünya genelinde büyük tehditler oluşturmaktadır. Virüsün bulunduğu yerde uzun süre kalabilmesi, bir bölgeden başka bir bölgeye hızlı ve etkili bir şekilde yayılması salgına neden olmakta; bu durum ise bölgesel kalkınmayı tehdit etmekte ayrıca sosyal, kültürel ve ekonomik alanları olumsuz etkilemektedir. COVID-19 Küresel Salgını; etkisinin artması ile sınırların kapatılmasına, bölgesel, ulusal ve uluslararası seyahat yasaklarına ve daha sonra sokağa çıkma yasağına kadar uzanan önlemlerin alınmasına neden olmuştur. Alınan bu önlemlerin, çoğu sektörü olumsuz yönde etkilediği ve ilk akla gelecek olan sektörlerden birinin ise turizm sektörü olduğu görülmektedir. Çünkü böyle bir dönemde özellikle hizmet sektörünün daha fazla etkilendiği bilinmektedir. Dolayısıyla hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, salgınla birlikte

faaliyetlerine ara verme ya da faaliyetlerine kısmen ya da tamamen durdurma riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Dolayısıyla COVID-19 Küresel Salgını turizm sektörü için kriz doğuran bir etmen olmuştur.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) COVID-19 Küresel Salgına yönelik olarak 6 Mart 2020 tarihinde resmi internet sitesinden bir açıklama yapmıştır. Açıklama ile “*Turizm ve Koronavirüs Salgını*” başlıklı bir değerlendirmeye yer vermiştir. Bu değerlendirmede, turizm sektörünün sahip olduğu sosyal ve toplumsal etkileşimin özelliğinden dolayı, salgın sürecinde; ekonomik faaliyetlerinden en çok etkilenen sektör olduğu belirtilmiştir (World Tourism Organization [UNWTO], 2020). Turizm sektörünün ülkelere döviz girdisi sağlayan, ülke ekonomilerine katkısı olan ve istihdam olanakları sunan bir sektör olduğu bilinmektedir. Buradan yola çıkarak BMDTÖ açıklamalarıyla ülkesel ya da bölgesel destinasyonların ekonomik açıdan zarar görme ihtimallerine değinmiştir.

Salgına karşı alınan önlemler neticesinde turist sayısı ve turizm gelirlerinde kayıplar yaşanabilir. Çünkü bu dönemde artan kısıtlamalarla birlikte, turizm işletmelerinde rezervasyon iptalleri gerçekleşmiş, sezonluk turizm işletmelerinin açılış tarihleri ertelenmiş ya da işletme faaliyetlerinin tamamen durdurulmasına karar verilmiştir. Görüldüğü üzere küresel salgın sonucunda alınan önlemler ve uygulanan kısıtlamalar, gelecekte nelerin olacağının tam olarak tahmin edilmesine engel olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında turizm sektörü, bu dönemi en az hasarla atlatabilmesi için doğru hamleler ve stratejilerle birlikte kriz yönetim faaliyetlerine/prosedürlerine başvurmalıdır. Dolayısıyla kriz yönetim faaliyetleri/prosedürleri bu süreçte önem arz edecektir. Çünkü kriz yönetim faaliyetleri/prosedürleri sayesinde kriz fırsata çevrilebilir, işletme performansında artış görülebilir ve daha çok başarı elde edilebilir.

Turizm sektörü genel olarak, diğer sektörlerle göre daha yoğun ve daha fazla stres barındıran bir yapıda olduğu söylenebilir. Bu olgulara bir de kriz durumu eklenince şartlar daha da zorlaşabilir ve bu gibi durumlarda stres yaşanması daha muhtemel hale gelebilir. Eğer çalışanların iyimserlik düzeyi artacak olursa streste de azalma eğiliminin görülme ihtimali yüksektir. Stresi azaltmaya yardımcı olan iyimserlik yaklaşımı; amaç ve gelecek odaklı bir davranış biçimi olup, hayata karşı olumlu beklentiler içerisinde olmaya olanak sağlamaktadır. Bu sayede bireyler,

daha iyi sonuç elde edebileceklerini düşünecek; istenilen kazanımlara ulaşmak için daha çok çaba göstereceklerdir (Avşaroğlu ve Akçeşme, 2018: 21). İyimserliğin çalışanlar üzerindeki etkisini açıklamak için olumlu yönelim ve kaynakların korunması teorilerine başvurulabilir. Olumlu yönelim; zorluklarla başa çıkmada kullanılan kişisel kaynaklardan biri olarak ifade edilmektedir. Kaynakların korunması teorisi ise; kişisel kaynakların elde edilmesine, geliştirilmesine ve korunmasına yönelik çaba sarf etmelerini savunmaktadır. Kaynakların korunması teorisinin kişisel kaynaklarından biri eğilimsel iyimserliktir. İyimserliğe sahip kişilerin olumlu bakış açılarına sahip olduğu bunun yanı sıra bu kişilerin strese karşı da dirençli oldukları ifade edilmektedir (Hobfoll, 2001; Hobfoll, 2002; Laguna ve Razmus, 2018). Bu nedenle COVID-19 Küresel Salgını ile ortaya çıkan mücadelede, kriz yönetim uygulamaları ile işletmenin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bu süreçlerin turizm sektörünün geleceği açısından yol göstereceği düşüncesiyle bu çalışma düşünülmüş ve çalışma bu açıdan önem arz etmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde; salgın hastalıklar, kriz yönetim uygulamaları, işletme performansı ve iyimserlik konularına ilişkin kavramsal çerçeveye yer verilmiş olup; bu konulara ilişkin literatüre değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; kriz yönetim uygulamaları, işletme performansı ve iyimserlik arasındaki ilişkiye yer verilmiş olup, bunlar teorik ve ampirik çalışmalar şeklinde ortaya konulmuş; daha sonra da bunlara ilişkin hipotezler sunulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümde ise bu üç değişken arasındaki ilişkilerin incelendiği bir uygulama gerçekleştirilmiş; araştırmanın yöntemine ve bulgularına yer verilmiştir.

Son olarak da çalışmaya ilişkin elde edilen veriler doğrultusunda; konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Korona virüsten doğan küresel salgın mücadelesinde turizm işletmelerinin yöneticilerinin benimsediği kriz yönetim uygulamaları ve işletmelerin performansı

arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

COVID-19 Küresel Salgından etkilenen turizm işletmelerinin kaldıkları kriz ortamında, krize karşı uyguladıkları kriz yönetim uygulamaları için rehber niteliği taşıyan bu çalışma önem arz etmektedir. Bütün dünyayı derinden etkileyen COVID-19 Küresel Salgını aynı zamanda turizm sektörünü de fazlasıyla etkilemiştir. Pek çok turizm işletmesini kriz ortamına sürüklemiştir. Dolayısıyla bu çalışma küresel salgınla mücadele kapsamındaki kriz yönetiminde yol gösterici olacağı düşüncesiyle önem arz etmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma alanı dışındaki bölgelerde yer alan illerde ki konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmelerine anket yapılamıyor olması araştırmanın sınırlılıklarından biridir. Bir diğer sınırlılık ise çalışmanın COVID-19 Küresel Salgını ile mücadelenin devam ettiği bir dönemde gerçekleştirilmesidir. Salgın sürecinde işletmelerin kapalı olması ya da esnek çalışma sistemini benimsemeleri ve yüz yüze görüşmekten kaçınmaları gibi sebepler, ulaşılabilirlik açısından zorluk yaşanmasına neden olan sınırlılıklardır.

Araştırmanın Varsayımı

Araştırmada TR90 Bölgesi (Trabzon, Giresun, Rize, Ordu, Artvin, Gümüşhane) illerinde kullanılan anketlerin yanıtlarının geçerli ve güvenilir olduğu, araştırmaya katılan işletmelerin çalışanlarının anket sorularını samimi şekilde yanıtladığı ve verilerde kullanılan yöntemlerin amaca uygun bir şekilde seçildiği varsayılmaktadır.

Araştırmanın Problemi

İyimserlik yaklaşımı, psikolojide en iyisini umma olarak ele alınan olumlu yönelimin boyutlarından bir tanesidir. Olumlu yönelim teorisine göre; kişi kendine, hayatına ve geleceğine ilişkin iyimser bir bakış açısına sahipse, yaşadığı zorluklarla, başarısızlıklarla ve kayıplarla başa çıkabilirken diğer yandan gelecekte yaşayacağı olaylara karşı da olumlu öngörüler besleyebilir (Caprara vd., 2009: 277–284). Bireylerin kendilerine, yaşamlarına ve geleceklerine yönelik olumlu ve olumsuz düşüncelerine olumlu yönelim doğrudan etki edebilmektedir (Alessandri vd., 2012; Anderson ve Skidmore, 1995). Olumlu yönelimin temelini oluşturan

bilişsel üçlü (benlik saygısı, yaşam doyumu ve iyimserlik) diye adlandırılan boyutların, bireyin kendisine, yaşam şekline ve bireylerin geleceklerine yönelik olumlu bir bakış açısı geliştirmelerine olanak sağlamaktadır (Caprara vd., 2009, 2010, 2010). Olumlu yönelim sadece geleceğe odaklanmamakla birlikte, kişinin tecrübelerinde sistematik olarak meydana gelen kendine başvurma sistemine de önem vermektedir (Caprara, Alessandri ve Barbaranelli, 2010: 64).

Olumlu yönelim teorisi, olumsuzluklara, zorluklara rağmen yaşamla başa çıkma konusunda temel bir yatkınlık durumudur ve olumlu yönelimin, “*bireylerin kendilerinde var olan potansiyellerini tam olarak ifade etmelerine ve olası fırsatlardan tam olarak yararlanmalarına*” olanak sağladığı varsayılmaktadır (Caprara vd., 2009: 283). Diğer taraftan başarıya ulaşmada performansın ön şartı; bir çalışmanın üstlenilmesi ve iyi bir sonuç elde edilene kadar bu çalışma ile meşgul olunmasıdır (Schaufeli, Salanova, Gonzalez Roma ve Bakker, 2002: 74). Olumlu yönelim, iş performansında başarı veya finansal getiri gibi diğer faydaları elde etmek için harcanabilecek kişisel kaynaklardan biridir (Laguna ve Razmus, 2018: 2715). Bu bağlamda, kaynakların korunması teorisinin (*Conservation Of Resources Theory-COR*) temel ilkesinin gerçeği; kişilerin kendi kaynaklarının nitelik ve niceliklerini elde etmek, geliştirmek, bunları muhafaza etmek ve korumak yönünde çaba sarf etmeleridir (Hobfoll, 2001: 338-339). Kişilerin sahip olabileceği kaynaklardan biri eğilimsel iyimserlik kaynağı olup, eğilimsel iyimserliğe sahip insanların, genel olarak daha olumlu bir refah düzeyine sahip olduğu ve bu insanların strese karşı daha yüksek direnç gösterebildiği ön görülmektedir (Hobfoll, 2002: 309). COR teorisi, nesnel tehdit ve kayıp unsurlarını, bir sistem ve kültürü paylaşan kişiler tarafından yapılan ortak değerlendirmeleri veya bir işyerini paylaşan kişilerin çalışma ortamlarını ifade etmektedir (Hobfoll, 2011: 116). COR teorisi, kişiler ya da kültürler arasındaki nesnel gerçeklik veya ortak değerlendirmeleri vurgular ve açık stres faktörleri ile zorlukların meydana geldiği koşullara odaklanır (Hobfoll, 1989: 517).

COR ve olumlu yönelim teorisinden yola çıkarak kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetim uygulamaları ve işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin işletmelerde olumlu etki göstereceği beklenmektedir. İsraeli ve Reichel, (2003) çalışmalarında kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı

üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Fakat literatürde kriz yönetim uygulamaları ve işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ele almış olduğumuz COVID-19 Küresel Salgından en çok etkilenen sektörlerden biri olan turizm işletmelerinin kriz yönetim uygulamaları ile işletmenin performansı arasındaki ilişkide olumlu yönelimin iyimserlik boyutunun etkisi olduğu düşüncesi ile aşağıdaki araştırma problemi geliştirilmiştir.

Araştırmanın soruları:

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde kriz yönetim uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde iyimserlik işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır?

Araştırmanın alt soruları:

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri insan kaynakları uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri bakım-onarım uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri devlet destekli uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri pazarlama politikası uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri insan kaynakları uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri bakım-onarım uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri devlet destekli uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır?

Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinin kriz yönetiminde tercih ettikleri pazarlama politikaları uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır?



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.SALGIN HASTALIKLAR

1.1.1.Salgın Hastalık Kavramı

Literatürde salgın hastalık, pandemi ve epidemi olmak üzere iki türde tanımlandığı görülmektedir. Doğal felaketlerden birisi olan salgın hastalıklara; *“belli bir zaman aralığında fazla sayıda görülmesi durumunda "salgın (epidemi)"*, *kıta veya kıtaları etkilemesi durumunda da "pandemi" denilmektedir*” (Arık, 1991: 27). Pandemi terimi (eski Yunancada: pan: tüm + demos: insanlar), çok geniş alana yayılabilen ve etkisini uzun süre gösteren salgın hastalıkların genel ismidir (Parıldar, 2020: 19). Salgın hastalıklar çok sayıda insanın hastalanması ve vefat etmesine sebep olduğu gibi insandan insana hatta insanlara hayvandan, topraktan ve sudaki mikroorganizmalardan da bulaşabilmektedir (İbiş, 2020: 87).

1.1.1.1.Tarihteki Salgın Hastalıklar

Tarihte birçok salgın hastalık vakası gerçekleşmiştir. Aşağıda bu salgın hastalıklardan en fazla etki eden birkaç örnekten bahsedilmiştir.

İkinci Veba Salgını “Kara Ölüm” (1347-1351): Veba 1347 yılında Çin ve Orta Asya’da başlayarak Avrupa nüfusunun üçte birinin ölümüne yol açmıştır (Türkiye Bilimler Akademisi [TÜBA], 2020). Salgının başlangıçta pirelerden ve daha sonra insandan insana bulaşarak yayıldığı ileri sürülmüştür. *“Kara Ölüm”* diye anılan, 200 milyona yakın insanın ölümüne neden olan ve bilinen en kötü felaketlerden birisi olan veba, Avrupa’da on binlerce köyü haritadan silmiş, dolayısıyla insanlığın dönüm noktası olarak kabul edilmiştir (Afacan ve Avcı, 2020; Aslan, 2020).

İspanyol Gribi (1918-1920): 1918-1920 yılları arasında en şiddetli grip pandemisi olduğu kabul edilmiştir. Milyonlarca ölüme neden olan salgının nedeni H1N1 (Hemaglutinin Nörominidaz-İspanyol Gribi) virüsüdür. Salgın iki yıl boyunca çeşitli dalgalar halinde yayılmıştır. I. Dünya Savaşı sırasında başlayan salgın, savaşta olmayan ülkelere biri olan İspanya’nın gazetecileri tarafından

“İspanyol Gribi” olarak anılmış ve bu salgının tüm yaş gruplarına büyük etki ettiği görülmüştür (Parıldar, 2020: 21).

AIDS (Acquired Immun Deficiency Syndrome) Salgınları: İmmün yetmezlik virüsü (Human Immunodeficiency Virus-HIV), vücudun bağışıklık hücrelerine saldıran bir virüs çeşididir. İlk kez 1976’da Kongo Demokratik Cumhuriyeti’nde görülmüş HIV/AIDS, 1981’den bu yana 36 milyondan fazla insanın ölümüne sebep olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı [T.C. SB], 2020). Tedavisinde başarılı olunmasına rağmen her yıl 1 milyon insan bu salgından yaşamını kaybetmektedir. HIV/AIDS en fazla Afrika’da görülmekte olup 15-24 yaş arasındaki çocuk ve genç kadınları etkilemektedir (Parıldar, 2020: 23).

Çiçek Hastalığı Salgınları: Çiçek hastalığına “*poksviridae*” grubundan “*variola*” adında bir virüs sebep olmaktadır. Hastalık ilk olarak Kuzeydoğu Afrika’da tarım ile uğraşan toplumlarda görülmüştür (Straus ve Straus, 2009: 102-104’den aktaran: Turhan Sarıköse, 2013: 49). Çiçek hastalığı, tarihte tanınan ilk hastalıklardan biridir ve M.Ö.1122’de Çin’de kayıtlara geçmiştir (Özdemir, 2005: 16’ dan aktaran: Turhan Sarıköse, 2013: 49). Kuzey Afrika’dan Hindistan’a kadar yayılan hatta ve hatta dünyanın en uzak köşesindeki topluluğa kadar bütün dünyayı etkisi altına alan bu hastalık, daha çok bebeklerde görülmekle birlikte yayıldığı dönemde % 20-60 arasında ölüm oranlarına neden olmuş, sağ kalan kişilerde ise körlük, yara izi gibi hasarlar bırakmıştır (Straus ve Straus, 2009: 77-80’den aktaran: Turhan Sarıköse, 2013: 50). Yaklaşık 300-500 milyon arası insanın ölümüne neden olan bu bulaşıcı hastalık, 1980 yılında DSÖ tarafından yapılan açıklama ile dünyadan arındırıldığı ilan edilmiş, aşısının ise rutin olarak çıkarılması gerektiğine dair öneri sunulmuştur (Centers for Disease Control and Prevention [CDC], 2020).

SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome - Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu) Salgını: Kasım 2002-Haziran 2003 yılları arasında Hong Kong’da başlayan şiddetli akut solunum sendromu, (SARS-CoV) adı verilen korona virüsün neden olduğu viral solunum yolu hastalığıdır ve damlacık yoluyla insandan insana bulaşmaktadır (CDC, 2020). Salgının gerçekleştiği dönemde dünyada 916 ölüm görülmüş ve salgın 37 ülkeye yayılmıştır (Parıldar, 2020: 20).

MERS (Middle East Respiratory Syndrome - Orta Doğu Solunum Yolu Sendromu) Salgını: Orta Doğu Solunum Sendromu Korona virüsü (MERS-

CoV) olarak adlandırılan virüs ilk olarak 2012 yılında Ürdün’de tespit edilmiş daha sonra ki aylarda da Suudi Arabistan’da görülmüş ve o zamandan itibaren de birçok ülkeye yayılmıştır (T.C. SB, 2020).

1.1.2. Dünyada ve Türkiye’de COVID-19 Küresel Salgını ve Gelişimi

Dünya SARS ve MERS epidemilerinden on yıl sonra yeni bir korona virüs salgını ile karşı karşıya kalmıştır (Perlman, 2020: 1). COVID-19, SARS-CoV-2 adı verilen yeni bir korona virüsün neden olduğu hastalıktır. DSÖ, bu yeni virüsü ilk olarak 31 Aralık 2019’da, Çin Halk Cumhuriyeti’nin Hubei eyaletinin yönetim merkezi Wuhan kentinde bir dizi “*viral pnömoni*” vakası raporunun ardından öğrenmiştir (World Health Organization [WHO], 2020). COVID-19, 11 Mart 2020 tarihinde DSÖ tarafından küresel salgın (pandemi) olarak ilan edilmiştir (WHO Situation Reports-51, 2020). Hastalığın belirtilerinin belirsiz olgular olabileceği bildirilmekte, bunların oranı bilinmemekte ve en çok karşılaşılan belirtilerinin ateş, öksürük, nefes darlığı olduğu ifade edilmekte, şiddetli olgularda ise zatürre, ağır solunum yetmezliği, böbrek yetmezliği ve sonunda ölümün gelişebileceği öngörülmektedir (T.C. SB, 2020). Türkiye’de ise 10 Ocak 2020 tarihinde, T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilim Kurulu oluşturulmuş ve önlemler alınmaya başlanarak ilk COVID-19 Küresel Salgın vakası, Avrupa gibi komşu olduğumuz ülkelerden çok daha sonra, 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmıştır (Şirin ve Özkan, 2020: 7). Bu süreçte nüfus yoğunlukları ve sosyal mesafenin göz ardı edilmesi, uluslararası yolcuların kontrol altına alınmaması, virüsün hızla yayılma özelliğine rağmen alınamayan diğer önlemler virüsün kısa sürede yayılmasına neden olmuştur (Kıvılcım, 2020: 19). Çalışmanın hazırlandığı Mart 2021 döneminde COVID-19 Küresel Salgınının üçüncü pik dönemine girdiği konuşulmakta, toplumsal ve ekonomik boyutları açısından yarattığı olumsuz sonuçların uzun vadede devam edeceği değerlendirmeleri yapılmakta ve bu durum hükümetlerin öncelikli gündemi arasında yer almaktadır (Demir, Günaydın ve Şen Demir, 2020: 81).

1.1.3. Salgın Hastalıklar ile Turizm İlişkisi

Salgın hastalıklar uğradıkları bölgelerde çeşitli olumsuz sonuçlara sebep olmaktadır. Çünkü salgın hastalıklar önemli oranda ölümlere yol açmak ve bulunduğu yere uyum sağlayarak bu bölgelerde uzun süre kalmak suretiyle tehdit oluşturmak, ayrıca bölge ekonomisini olumsuz etkilemek gibi sonuçlar

doğurmaktadır (Verikios, Sullivan, Woo, Stojanovski ve Giesecke, 2015: 1). Yukarıda da ifade edildiği gibi salgın hastalıkların olumsuz etkilerinin görüldüğü alanlardan biri de ekonomi kesimidir. Salgın hastalıkla birlikte ekonomik kalkınma ve toplumsal refah etkilenmekte, mikro düzeyde bölgesel kalkınma düzeylerinde olumsuzluklar yaşanmaktadır.

Salgının etkilediği ekonomik sektörlerden birisi elbette turizmdir. Turizm endüstrisi ülkeye döviz girdisi sağlayan, bölgesel ekonomiyi canlandıran ve istihdam fırsatları oluşturan bir endüstri olarak, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için oldukça önemlidir (Korkut, Eker, Zeren ve Altunışık, 2020: 82). (Salgın hastalıklarda olduğu gibi) Kestirilemeyen olaylar olarak tanımlanan krizlerde turist sayısı ve turizm gelirlerinde kayıplar oluşabilmekte ve bölgenin destinasyon imajı zarar görebilmektedir (Çeti ve Ünlüönen, 2019: 109). Salgın, turizm talebini olumsuz etkilemekte, ülke/bölge destinasyonu ekonomik açıdan zarar görmekte ve bu zararlar sektörde geçici ya da kalıcı etkiler bırakabilmektedir (Eugenio-Martin ve Campos-Soria, 2013: 55). Salgının turizme etkisi esas olarak turist sayısının azalmasıyla başlar. Önce salgın olan bölgeye turistler gelmemeye başlar, daha sonra ise diğer bölgeleri tercih ederler ya da seyahatlerini ertelerler. Bu durum dünya geneline yayıldığında da, salgın; turizm sektörünü tümüyle etkilemektedir (Gümüş ve Hacıevliyagil, 2020: 79). Aynı zamanda, turizm sektörünün yanı sıra, ulaştırma sektörünün de olumsuz yönde etkileneceği söylenebilir (Orkunoğlu, 2009: 21).

1.1.3.1.COVID-19 Küresel Salgınının Turizm Sektörü Üzerine Etkileri

BMDTÖ 6 Mart 2020 tarihinde resmi internet sitesinden yayımladığı “*Turizm ve Koronavirüs Salgını*” adlı durum değerlendirmesinde; turizm sektörünün sahip olduğu sosyal ve toplumsal etkileşim özelliğine değinerek, turizm sektörünün ekonomik sektörler arasında en çok etkilenen sektör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu değerlendirmede; Çin’de ortaya çıkan bu salgının turizm sektörünü ve turizm sektörüyle bağlantılı diğer sektörleri de derinden etkilediği ve gelecekte de etkilemeye devam edeceği üzerinde durulmuştur (UNWTO, 2020). Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü de bütün dünyayı saran, daha önce hiç karşılaşmadığı ve deneyimi olmadığı bir problemle mücadele içerisinde kalmıştır (Özaltın Türker, 2020: 208). Bunun üzerine BMDTÖ, tehdit arz eden bu salgına

karşı aldığı kararları ve tedbirleri resmi internet sitesinden duyurarak bilhassa seyahat planı yapan veya seyahat eden kişileri sürekli olarak uyarmakta ve bilgilendirmektedir. Her ne kadar yapılan uyarılar turizm sektörünü olumsuz etkiliyor olsa da, insan ve toplum sağlığı açısından vurgu yapılmasının önemine değinilmiştir (UNWTO, 2020).

Virüslerin bir bölgeden başka bir bölgeye hızlı ve etkili bir şekilde yayılması turizm faaliyetlerinin küresel yapısından kaynaklanmaktadır (Kiper, 2020: 2). Virüs ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, virüsü taşıyan kişilerin yaptıkları seyahatlerin virüsün dünya geneline yayılmasında etkili olduğunu göstermektedir (Wilson ve Chen, 2020: 2). Bu nedenle sektör bazında alınan önlemler arasında ilk olarak turizm sektörü gelmektedir. Bu bağlamda ülkeler, turizm faaliyetleri nedeniyle kendi ülkesinde virüsün yayılmasını yavaşlatmak veya durdurmak, bunun yanı sıra seyahatlerin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmeye yönelik gerekli önlemleri almalıdır (Acar, 2020: 13).

Araştırmacılar, salgından en çok etkilenen sektörlerin turizm sektörü ile seyahatin de içerisinde yer aldığı hizmet sektörünün olduğu konusunda birleşmektedirler (İbiş, 2020; Kivılcım, 2020). COVID-19 Küresel Salgını öncelikle havayolu işletmelerini, konaklama işletmelerini, kruvaziyer işletmelerini ve restoranları olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Gössling, Scott ve Hall 2020: 2). Seyahat kısıtlamaları, uçuşların durdurulması, sokağa çıkma yasağı gibi önlemlerle salgını yavaşlatmak veya durdurmak istenilmekte ve alınan bu ulusal tedbirlerden ilk olarak etkilenen turizm sektörü olmaktadır (Eryılmaz, 2020: 16). Dünyanın birçok ülkesinde ve Türkiye’de tüm uçak, tren ve otobüs seferlerinin durdurulması veya özel araçlarla şehirlerarası seyahat kısıtlamalarının getirilmesi gibi önlemler, ekonomik statülere bakılmaksızın, bütün insanlara uygulanarak turizm ve seyahat alanındaki harcamalara engel teşkil etmiştir (Aydın ve Doğan, 2020: 98). Alınan bu gibi tedbirler, ya doğrudan ya da dolaylı olarak turizm işletmelerine yapılan rezervasyonların iptaline, faaliyette olan veya sezonluk çalışan işletmelerin açılışlarının ertelenmesine ya da durdurulmasına neden olmaktadır (Demir vd., 2020: 83).

BMDTÖ, COVID-19 Küresel Salgını için turizm sektöründe birçok etkinlik yapmış, faaliyetlerde bulunmuştur. Aşağıda bu faaliyet ve etkinliklere ilişkin örneklerle yer verilmiştir.

Turizm sektörünün sorumluluk çerçevesinde iyileştirilmesi adına “*Tek Gezegen Vizyonu*” başlatılmıştır. COVID-19 Küresel salgınının etkileri ile ilgili BMDTÖ tarafından, COVID-19 ve turizm üzerine özel bir oturum yapılmış, “*Dünya Turizm Etiği Komitesi*” bildirisi yayınlanmıştır. Küresel salgın süreci boyunca karantina altındaki milyonlarca insan, evlerinden kültür ve seyahat deneyimleri arayışındadır. Dolayısıyla bu dönemde kültür turizminin vazgeçilmez olduğu kanıtlanmış, müzelere, miras alanlarına, tiyatrolara ve etkinliklere sanal erişim talebi görülmemiş seviyelere ulaştırılmıştır. COVID-19 Küresel Salgınından dolayı hassas gruplar (savunmasız gruplar) için kapsayıcı bir yanıt olarak ortaya konulan; kadın-erkek eşitliğinin, çocukların, yaşlıların, engellilerin, etnik azınlıkların ve yerel halkların bireysel haklarına özendirilmeleri gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. Çünkü BMDTÖ, “*Turizm Etiği Çerçeve Sözleşmesi'nde*” en savunmasız grupların haklarını geliştirme görevini üstlenmiştir. Turizm de zorluklar için iyileştirici çözümler ortaya konulmuş bunun için COVID-19 Küresel Salgının turizm üzerindeki etkilerini azaltmada girişimlere, girişimcilere, yenilikçilere ve mevcut teknolojilere ulaşmak için küresel bir çağrı yapılmıştır. COVID-19 Küresel Salgını nedeniyle sağlığı korumaya yönelik sorumlu seyahatler oluşturulmuş, seyahat eden herkesin kendine ve başkalarına karşı sorumlulukla yükümlü olduğu öngörülmüştür. Bunun gerçekleşmesinin de ancak alınacak önlemlere uyulmasıyla mümkün olunabileceğine vurgu yapılmıştır (UNWTO-Highlights, 2020).

Uluslararası kurum/kuruluşların etkinlik, faaliyet ya da tavsiyeleri yanında ulusal ölçekte Türkiye’de de turizme yönelik çalışmalara önem verilmiştir. COVID-19 Küresel Salgını için Türkiye’de “*Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı*” başlatılmıştır. Dünyadaki ilk örneklerinden biri olan Türkiye’nin “*Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı*”, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri ve Dışişleri Bakanlıklarının katkıları ve tüm sektör paydaşlarının iş birliğiyle hazırlanmıştır. Konaklama, yeme-içme tesisleri, tur ve transfer araçları, kongre ve sanat tesisleri, temalı parklar ve deniz

turizmini ayrı ayrı kriterler çerçevesinde uluslararası standartlarda denetleyerek, Güvenli Turizm Sertifikasını vermeye yetkili olan firmalar, hijyen ve sağlık denetimi ve uygunluk değerlendirmesi yaparak, bunlara ilişkin raporlar düzenleyerek ve başvuruda bulunan tesislere düzenli olarak denetçi gönderip kriterlere uygun hizmet verilip verilmediğini kontrol ederek denetlemektedirler. Denetim periyodu aylık olarak ve denetimler bir gün ile sınırlı olmak üzere gerçekleştirilmektedir. Denetimin ardından belgelendirme ise en geç üç gün içerisinde yapılmaktadır (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı [TGA], 2020).

1.1.4. Salgın Hastalıklar ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Literatür incelendiğinde salgın hastalıklar ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalar ile araştırma konuları şu şekildedir:

Apenteng ve İsmail (2014), Clift (2000), Kayacan (2010), Koch ve Steffen (1994), Pavli, Tsiodras ve Maltezou (2014), Sonnenburg vd., (2000), Wilder-Smith (2005) çalışmalarında, salgın hastalıkların en çok seyahat edenler ve gezginler tarafından bulaştırılma riskinin olduğunu ortaya koymuşlar, buna yönelik olarak da çalışmalarında konu ile ilgili tedbirlerin alınması gerektiğini savunmuşlardır. Baker (2015) çalışmasında, bulaşıcı hastalıklara en çok gezginlerde rastlanıldığına, tüm ülkelerin küresel salgına karşı yatırım yapmayı öncelik edinmesi gerektiğine ve dünyanın gelecekteki ölümcül salgınlara karşı çok daha hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verebilmesi için acil durumlarda kullanılmak üzere finansman tahsisine yönelik ihtiyacın karşılanması gerektiğine vurgu yapmıştır. Yürekli (2020) çalışmasında, seyahat eden kişilerin salgın hastalık gibi durumlarda bilgi, tutum ve davranışlar konusunda hala istenilen seviyelerde olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Eryılmaz (2020) çalışmasında, COVID-19 Küresel Salgın sürecinde konaklama işletmelerinin müşterilerine; rezervasyon iptal ve değişiklik bilgileri, hijyen uygulamaları ve sadakat programlarına üye olma durumları/uyum sağlama durumları gibi konularda daha detaylı bilgilendirme yaptıkları sonucuna ulaşmıştır. Kim, Kim, Tang ve Lee (2020), Şen (2020) çalışmalarında, yemek üretici (Catering) firmaların salgın dönemlerinde normal dönemlere göre daha fazla insan sağlığını koruyucu tedbirler almak durumunda oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Widmar, Dominick, Ruple ve Tyner (2016) çalışmalarında, salgın zamanları

seyahatten kaçınılmasının halk sağığına olumlu katkı sağlayabileceğı ancak ekonomik açıdan olumsuz etki yaratacağı sonucuna ulaşmışlardır. Birçok araştırmacı çalışmalarında, COVID-19 Küresel Salgının turizme etkilerini konu almış, en büyük etkinin istihdam, gelir kaybı gibi ekonomik göstergelerde yaşanacağı üzerinde durmuşlardır (Acar, 2020; Bahar ve Çelik İlal 2020; Gössling vd., 2020; İbiş, 2020; Karim, Haque, Anis ve Ulfy 2020; Mărcuță vd., 2020). Çınar ve Özkaya (2020) çalışmalarında, salgın döneminde medikal turizm sektörünün de istihdam, gelir kaybı ve ekonomik açılardan doğrudan etkilendiğini ve bu etkinin olumsuz yönde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Orkunoğlu (2009) çalışmasında, salgın hastalıkların, turizm ve ulaştırma sektörlerinin işleyişini olumsuz yönde etkilediğı sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda, salgın hastalıkların riskini tanımlamakta ve ardından, olası riskin azaltılmasına yönelik olası bir çözüm olarak çok sektörlü bir yaklaşım önermişlerdir (Sifolo ve Siyanda Sifolo, 2015; Yang vd., 2020). Çeti ve Ünlüöner (2019), Tang (2011) çalışmalarında, salgınların turist sayısı üzerine de etkisinin olduğunu savunmuşlardır. Ulak (2020), Zhang, Hou ve Li (2020) çalışmalarında, bulaşıcı hastalıkların neden olduğu tehdit durumundan dolayı turistlerin daha çok risk taşıdığını ifade etmiş olup turistlerde olumsuz yönde duygusal tepkilerin oluşacağını savunmuşlardır. Richter (2003) çalışmasında, küresel turizmle ilişkili olarak benzersiz ve büyüyen bir halk sağığı krizi olduğunu ve tehdit unsurunun sadece turistler için değil aynı zamanda ev sahibi toplumlar ve turistlerin ait oldukları ülkeleri için de geçerli olduğunu öne sürmüştür. Çeşitli araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda salgın dolayısıyla turizm sektöründe yeni bir dönemin başlayacağını ifade etmekte, otomasyon teknolojileri, temassız dijital işlemler, sosyal mesafeli turlar ve izole tatillerin ön planda olacağını savunmuşlardır (Alpago ve Alpago, 2020; İvanov, Webster, Stoilova ve Slobodskoy 2020; Kıvılcım, 2020; Özeltin Türker, 2020). Demir vd., (2020) çalışmalarında, salgından kaynaklanan nedenlerle sektörlerde online işlemlerin ağırlık kazanacağı sonucunu elde etmişlerdir. Afacan ve Avcı (2020), Hong vd., (2020), Zeng, Carter ve Lacy (2005) çalışmalarında, salgınların olumsuz etkilerinin yanında olumlu etkilerinin de olduğunu ifade etmiş bunun yanında bozulan ekolojik denge tekrar kurulmaya başlanarak doğa temelli turizmin artacağı sonucuna ulaşmışlardır. Baxter ve Bowen

(2004) çalışmalarında, salgın dönemi içerisinde kırsal turizm işletmecilerinin hizmet arzında artış olduğunu savunmuşlardır. Leslie ve Black (2005) çalışmalarında, salgın hastalık durumlarında kırsal turizm işletmelerinin iş performansındaki düşüşleri, sınırlı marjları ve esneklikleri göz önüne alındığında, işletmenin finansal durumu üzerinde potansiyel açıdan önemli ölçüde büyük etkilere sahip olacağı sonucuna ulaşmışlardır. Mason, Grabowski ve Du (2005) çalışmalarında, küresel turizm ve salgın hastalıklar ile ilgili olarak medyanın rolüne odaklanmışlardır. Irvine, Alistair ve Anderson (2005) çalışmalarında, salgın hastalıkların doğrudan etkili olmasına ilişkin; bölgeleri ziyaret eden turistlerin bölgeye gelmemesinden kaynaklı gelir kaybı yaşanması ve dolaylı etki olarak da gelecekte arz kaybının doğacağı sonucuna ulaşmışlardır. Erdoğan ve Arslan (2013) çalışmalarında, salgın durumunda etkin kontrol ve dezenfekte programlarının uygulanması gerektiğini vurgulamışlardır. Kuo, Chang, Huang, Chen ve McAleer (2008) çalışmalarında, özellikle bulaşıcı hastalıkların yönetimi söz konusu olduğu durumlarda turizm ve kriz yönetimi arasındaki ilişkinin önemine vurgu yapmışlardır. Çeşitli araştırmacılar çalışmalarında, salgın hastalıklarının ortaya çıktığı dönemlerde turizm yönetiminde rol alan paydaşların uygun kurum ve kuruluşlarla ortak olması, ayrıca yerel gözetim çabalarında aktif olmaları gerektiğini ve salgın hastalıklara karşı alınması gereken önlemler ile ilgili eğitimler verilerek kriz yönetim stratejileri geliştirmeleri gerektiğini savunmuşlardır (Donohoe, Pennington-Gray ve Omodior 2014; Kiper, Saraç, Çolak ve Batman 2020; Lewis ve Bailey, 1992; Jamal ve Budke, 2020). Bununla birlikte salgın sonrasında salgın olayının etkilerinin neler olduğunu öğrenebilmek için sistematik girişimlerde bulunmaları gerektiğini savunmuşlardır (Cooper 2005; Qiu, Park, Li ve Song 2020). Diğer taraftan birkaç çalışmada salgın hastalık durumlarında turizm talebini yönetmek adına daha fazla dikkat ve eylem gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Chen ve McAleer 2007; Kuo, Chang, Huang). Yine başka bir çalışmada turizm işletmelerinin ulusal kurtarma stratejileri ve daha fazla uluslararası işbirliği ile salgın hastalığa karşı hazırlıklı olmak için araştırma ihtiyacının yapılması gerekliliğine vurgu yapmışlardır (McKercher ve Chon, 2004). Thitthongkam ve Walsh (2011) çalışmalarında, salgın hastalıklarının kriz anlarında rekabet gücünü etkileyen bir etmen olduğunu savunmuşlardır. Aydın ve Doğan

(2020) çalışmalarında, turizm işletmelerinin COVID-19 Küresel Salgını sonrası kendi aralarında rekabet etmekten ziyade işbirliğine dönük hareket etmelerinin önem taşıdığını vurgulamışlardır. Niewiadomski (2020), Prideaux, Thompson ve Pabel (2020) ise çalışmalarında, salgın hastalıklarının küresel boyutta turizmi iklim değişikliğine iteceğini ayrıca fiziksel, sosyal ve ekonomik değişikliklere yanıt vermesi gerekeceğini savunmuşlardır.

1.2.KRİZ YÖNETİMİ

1.2.1.Kriz Yönetimi Tanımı ve Kapsamı

Kriz, beklenmedik anlarda ortaya çıkabilen, hızlı hareket edebilen ve bunların yanı sıra hazırlıksız olarak karşılaşılan, doğru değerlendirilmediği takdirde bulunduğu organizasyon içinde çöküşlere sebep olabilen, aksi takdirde doğru şekilde değerlendirildiği zaman fırsat anlamını oluşturan olgudur (Akdağ, 2005: 3). Kriz yönetilebilen bir olgudur. Kriz yönetimi olgusuyla, 1990'lı yıllarda Batı Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra, Türkiye'de tanışmıştır. Türkiye'de kriz yönetim uygulamalarına ilk olarak özel sektörün öncülük etmesi, ilerleyen dönemde faydaları görüldükçe kamu sektöründe de kriz yönetim anlayışının benimsenmesine neden olmuştur (Güneş ve Beyazıt, 2010: 20). Yönetim anlayışı kriz olgusu için önem arz etmekte ve ne kadar iyi bir yönetim anlayışı benimsenirse, krizler de o kadar az hasarla atlatılabilmektedir (Akdağ ve Taşdemir, 2006: 143).

Kriz yönetimi; beklenmedik bir zamanda ortaya çıkan, içinde bulunduğu organizasyonların imajını zedeleme ya da hedef kitleyle olan iletişimine zarar verme gibi sonuçları olan tüm etkilerinin bertaraf edilmesini sağlayan faaliyetler ve programlı çalışmalardır. (Akdağ, 2005: 3). Kriz yönetiminde yapılacak olan faaliyet ve programlı çalışmaların kurumsal nitelik taşıması gerekmektedir (Bat ve Turan Yurtseven 2014: 205). Böylelikle faaliyetlerin planlanması, örgütlenmesi, yürütülmesi, koordinasyonu ve denetimi ile birlikte krizlerin önlenmesine ya da krizin içinde bulunduğu organizasyonlarda oluşan zararların en aza indirilmesine yönelik işletmelerin tekrar denge durumları sağlanabilir (Akıncı, 2011: 142).

Krize maruz kalan organizasyonlar arasında işletmeler de yer almaktadır. İşletmelere yönelen kriz tanımları yukarıda verilen tanımlara benzerdir. İşletmelerdeki kriz yönetimi ise; ortaya çıkabilecek muhtemel krizlere karşı, kriz

sinyallerinin alınması, yorumlanması ve işletmenin kriz anını en az kayıpla atlatabilmesi için gerekli önlemlerin alınması ayrıca değerlendirmeye katılması süreci şeklinde tanımlanabilir (Çetinalp, 2014: 32). İşletmelere yönelen kriz tanımlarında esasen süreç olarak ifade edilen yönetim anlayışı, krize karşı hazırlıklı olma fikridir. Dolayısıyla işletme kriz yönetimi; beklenmedik bir anda meydana gelen, bir işletmenin imajını kötü yönde etkileyen, ekonomik ve sosyal çöküşler oluşturan durumları ortadan kaldırmak için uygulanan bir yöntemdir (Perçin ve Özgül, 2013: 435’den aktaran: Aşık, 2016: 50-51). Haliyle işletme kriz yönetimi, doğru politikalar yoluyla alınacak önlemlerin bütünüdür (Aymankuy, 2001: 106). Tekin ve Zerenler (2012)’de; krize karşı hazırlıklı olan işletmeler ile krize karşı hazırlıksız olan işletmelerin boyutlar itibariyle bakış açıları ele alınıp karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırılmadan derlenen sonuçlar aşağıda Tablo 1’ de sıralanmıştır.

Tablo 1. Krize Karşı Hazırlıklı ve Hazırlıksız İşletmelerin Karşılaştırılması

Boyutlar	Krize Karşı Hazırlıksız İşletmeler	Krize Karşı Hazırlıklı İşletmeler
Strateji	Geleneksel yönetim anlayışına sahiptirler Sınırlı hedefleri bulunmaktadır Hiçbir kriz yönetim stratejisi yoktur Hayatta kalma ve büyüme amacı ile faaliyet gösterirler Odaklılık	İsabetli tahminler Gelişme ve öğrenme odaklı Krizin kademelerine göre stratejiler
Yapı	Kriz yönetimi için ayrı bir yapı yok Özel mekanizmalar yok Planlamanın klasik tanımlanması	Etkili kriz yönetim takımları Görev ve eğitimler, özel ödüller Etkin zaman ve alan kavramı
Kültür	Kültürel bağlardan haberdar değil Çoğunlukla bilinçsiz Ortak bir işletme kültürü ve kimliği ortaya koymamış	Kültürel bağların önemini kavramış Bilinçli ortak işletme kültürü ve kimliği
Felsefe	Stres ve gerilim Sorunların giderek artacağı ve sorunların çözülme olasılığının düşük görme	Sorunların çözümleneceğine inanç Stres ve gerilimi azaltıcı yöntemler

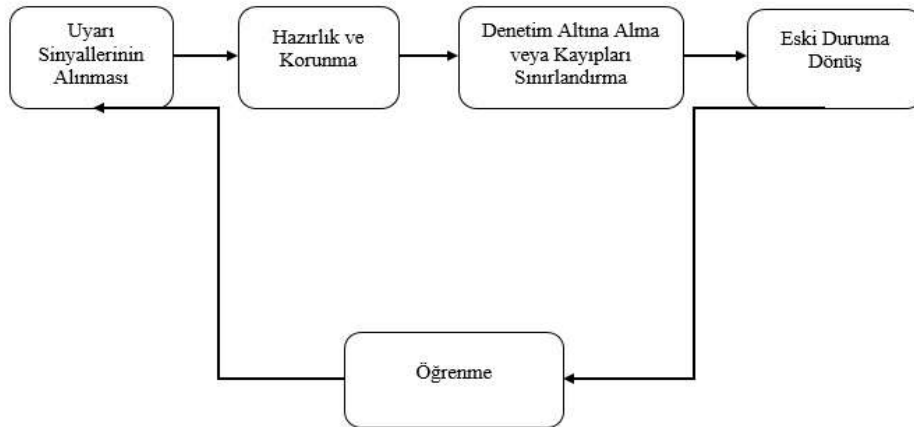
Kaynak: (Tekin ve Zerenler, 2012: 112’den aktaran: Aşık, 2016: 19).

Kriz yönetiminin temel amacı; muhtemel bir krizi önceden görebilen, çeşitlerine ayrılabilen, etkili şekilde önlemler alan ve böylelikle birçok alanda yeni şeyler öğrenirken, kendini olası krizlere karşı düzeltebilen kuruluşlar ortaya çıkarmaktır (Öztürk, 2003: 36). Önemli olan krizi daha doğmadan önlemek ve

fırsata çevirerek başarıya dönüştürmektir (Sezgin, 2003: 181). Krizin fırsata dönüşmesinde önemli olan nokta, yönetimin krize anında yanıt vermesidir (Göral, 2014: 93). Anında yanıt için kriz yönetim ekibinin, kriz iletişim stratejisini oluşturarak, tüm çalışanların; krizin yaratmış olduğu durumu daha kolay anlamalarının sağlanması gerekmektedir (Akdağ ve Taşdemir, 2006: 146). Kriz iletişim stratejisinin kullanılmasıyla, yönetim ile çalışan arasında iletişim sağlanmaktadır. Sağlanan iletişimin sonuçları raporlanmaktadır. Kullanılan rapora da sorun raporu denilmektedir. Rapor; sorunun ne olduğu, neden kaynaklandığı, sorundan etkilenecek organizasyon ve gruplar için çözüm destekleri gibi konu başlıklarını içermektedir (Dalaryan, 2006: 17).

1.2.2.Kriz Yönetim Süreci

Kriz yönetim süreçleri; kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası süreçler olmak üzere üç başlıkta incelenmektedir. Şekil 1’de kriz yönetim süreci gösterilmiştir.



Şekil 1. Kriz Yönetim Süreci (Şimşek, 2001: 333’den aktaran: Aşık, 2016: 20).

1.2.2.1.Kriz Öncesi Yönetim Süreci

Kriz yönetiminde ilk aşama işletmede yaşanan olumsuzlukların ve risklerin krize dönüşmeden önlenme sürecidir (Çiftçi, 1997: 35). Bu açıdan işletmelerde erken uyarı sistemi oluşturulmalı, iç ve dış analizler yapılmalı, yönetim planı hazırlanmalı ve bilinçli, eğitilmiş personel kadrosuna sahip olunmalıdır (Özhasar ve Ege, 2019: 55). İşletmeler kendilerini bu dönemde en kötü olasılığa hazırlamalı ve bu süreci en az hasarla atlatabilmek için oldukça hazırlıklı olmalıdır (Çiftçi, 2015: 58).

Bir işletme, krizi önceden hissedebilmeli ayrıca önleyici çalışmalarla krizden korunabilmelidir (Aşık, 2016: 11). Kriz şartları oluştuğunda yöneticiler, krizi geçiştirmeye çalışan bireyler olmak yerine, krizin oluşmaya başladığı andan itibaren hisseden bireyler olmalı ve başarılı bir süreç geçirerek, işletmenin yeni bir hız kazanabilmesini sağlayan yöntemler ortaya koymalıdır (Dalaryan, 2006: 12). İşletme içinde krizin tanımlanması, dış çevreyle olan bağlantılarına bakılması, kriz yönetim ekibinin oluşturulması, çalışma ortamının hazırlanması, kriz anında dışarıya iletilecek bilgi kanallarının oluşturulması ve tek bir kişiden oluşacak şekilde kriz sözcüsünün önceden belirlenmesi gerekir (Akdağ, 2005: 6). Krizi önlemeye yönelik etkin bir yapı oluşturulmalı ve ortadan kaldırılması için de önleyici düzenekler geliştirilmeye başlanmalıdır (Akıncı, 2011: 143). Kriz öncesi süreç, krize neden olan her türlü belirtinin ortaya çıkmasıyla başlar ve kriz sonuçlarının tespit edilmesiyle sona erer (Güneş ve Beyazıt, 2010: 18).

1.2.2.2.Kriz Anı Yönetim Süreci

Kriz öncesinde sinyaller değerlendirilmeyip ona uygun tepkiler verilmemişse, teşkilat, organizasyon, grup ya da işletmeler kriz dönemi içerisine girmiş demektir (Demirtaş, 2000: 361). Dahası kriz bu sürece ulaşmışsa, işletme krize müdahale şansını kaybetmiş demektir. İşletmenin bu süreçte krizden ve olumsuz etkilerinden kurtarmak için şansı daha da azalmış olmakta, dolayısıyla krizin zararını düzeltmek için etkin bir iletişim süreci içerisine girmesi gerekmektedir (Çiftçi, 1997: 33). Diğer taraftan kriz ortaya çıkmadan önce bütün çabaların gösterilmesi gerekir fakat tüm çabalara rağmen kriz yaşıyorsa bu sürecin üstesinden gelmek için kriz yönetim sürecinin başlatılması gerekmektedir (Bat ve Turan Yurtseven, 2014: 206). Bu dönem kriz sürecinin sonlandırılması için çaba harcanan dönemdir. Bu süreçte ilk olarak panik anı yaşanabilir ve yaşanan panik anı atlatıldıktan sonra tedbirler alınarak krizden kurtulmaya çalışılır (Güneş ve Beyazıt, 2010: 18). Aksi takdirde müşteriler ve çalışanlarda kontrol edilemeyecek panik durumu oluşur ve bu panik durumu yapılacak faaliyetlerin gerçekleştirilmesine engel olabilir (Yılmaz, 2004: 115-116). Bu süreçte alışlagelmiş yöntemler kullanılmamalı, kendine özgü dinamikler tercih edilmelidir. Kriz anında işletme, çevresiyle (örneğin müşteriler, çalışanlar, bağlantı

kurulan satıcılar, işletmedeki diğer kişi ve gruplar ile) ilişkilerde; ilişkiye ya sınırlama getirir ya da gevşetmeye yönelik davranışlar sergiler (Şahin, 2005: 41).

Olumsuzluğun giderilmesi için kararların hızlı bir şekilde alınması gerekir. Krizi ortadan kaldırıcı yönde faaliyetler yapılması, kriz durumunun aşılabilmesi açısından önemlidir (Göral, 2014: 91). Kriz yönetim ekiplerinin süreç için hızla devreye girmesi, daha önce üzerinde planlar yapıp belirlenen kararların derhal devreye alınması ve bu kararların çabuk bir şekilde uygulanması; kriz döneminde avantaj sağlayacaktır (Aykaç, 2001: 129-130).

Uzmanlar tarafından kriz ortamında yapılması gerekenlerle ilgili olarak; öncelikle işletmelerin kriz ortamına tepki vermeleri gerektiği, yöneticilerin anında harekete geçip sessiz kalmamaları, eğer durum işletme içi nedenlerden kaynaklanıyorsa kabullenmeleri, uzmanlardan alınan yardımlarla yaşanan durumlardan ders çıkarılmaları ve personel alımında doğru değerlendirmeler yapmaları gibi hususlara önem verilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadırlar (Dalaryan, 2006: 15).

1.2.2.3.Kriz Sonrası Yönetim Süreci

Krizden sonraki dönemde, işletme içerisinde faaliyet gösteren yönetim birimleri bir yandan krizin bırakmış olduğu olumsuz etkileri ortadan kaldırmaya çalışırken, diğer yandan krizin tekrar oluşmaması için yönetim planı hazırlarlar. Fakat yeni bir krizin oluşmasını önlemek gibi bir ihtimalin mümkün olmadığını varsayarak gereken önlemler alınmalı ve yeni bir kriz durumu için hazırlıklı olunmalıdır (Karlık, 2007: 101). Tekrardan bir kriz gündeme geldiğinde acil uygulamalar tespit edilmelidir (Topuz, 2009: 58).

Kriz sonrasında yapılacak olan ilk iş, krizden önceki ve sonraki işletme durumunu analiz etmek ve bu konuda tüm işletme ile toplantı düzenlemektir. Bu bağlamda çalışan herkesin bu durumdan haberdar olması ve buna göre yeni kriz yönetim faaliyetlerine yönelik işlem basamaklarının belirlenmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2004: 51). Her ne kadar kriz durumu sona ermiş, kontrol altına alınmış olsa da; etkisi, küçük de olsa devam edecektir. Dolayısıyla yaşanan kriz döneminin etkisini ortadan kaldırmak için uzun veya kısa vadeli önlemler alınmalı, kriz sonrası işletmenin normal haline dönmesi için yeni düzenlemeler ve çalışmalar yapılmalıdır (Çiftçi, 2015: 60). Etkileri geçse bile kriz yönetimi devam etmeli ve durum analizi

ile düzenleme faaliyetleri yapılmalıdır (Kılıçdere, 2017: 39). Kriz sonrasında değerlendirme süreci içerisine girilmekte diğer bir deyimle gözden geçirilme aşamasına adım atılmakta ve kriz yahut krizlerin nelerden kaynaklandığı, gerçekleşmesi muhtemel bir krizde neler yapılabileceğine ilişkin fikirler oluşturulmalıdır (Özhasar ve Ege, 2019: 56). Bu süreçte geçmişte yapılan faaliyetlerden farklı olarak yeni faaliyetlerin yapılması öngörülür. Ayrıca esnek bir organizasyon yapısı için yaratıcılığı geliştirmek gerektiği varsayılmaktadır (Dalaryan, 2006: 26). Değişime uygun çözümler üretilerek yeni bir boyut kazandırılması esastır. Diğer yandan kriz sonrasında meydana gelen kriz maliyeti de işletmeler için önemlidir. Bu açıdan kriz sonrasında işletmenin finansal durumu gözden geçirilmeli ve buna uygun olarak hedef ve amaçlar belirlenmelidir (Yılmaz, 2004: 51). Böylelikle sürecin sonunda kriz kontrol altına alınmış veya sona erdirilmiş olur (Güneş ve Beyazıt, 2010: 18).

1.2.3.İşletmelerde Krize Yol Açan Faktörler

Krizin kaynaklandığı yere göre faktörler ikiye ayrılmaktadır. Bunlar içeriden kaynaklanan ve dışarıdan kaynaklanan faktörlerdir. Literatürde iç ve dış faktör krizleri olarak adlandırılan bu faktörlere aşağıda değinilmektedir.

1.2.3.1. Dış Faktörler

Dış faktörler, krizin ortaya çıkmasına neden olan; işletme dışındaki çevreye bağlı olarak meydana gelen ve kontrol edilmesi güç olan faktörler şeklinde tanımlanabilir (Aşık, 2016: 7). Krizin ortaya çıkmasına neden olan dış çevre faktörleri, işletmenin kontrolü dışında ortaya çıkan değişimlerdir. Bu dış faktörler, bir ülkeyi hatta ve hatta dünyayı etkisi altına alabilmekte, olumlu veya olumsuz etkilere sebep olabilmektedir (Şahin, 2005: 9). İşletmenin dış çevresinde sürekli olarak yaşanan olası değişimler muhtemel bir krizi tahmin etmeyi imkânsız hale getirmekte, işletme içinde krizin gerçekleşmesi için uygun ortam hazırlamaktadır (Sumer ve Pernsteiner, 2009: 37'den aktaran: Aşık, 2016: 7). Sürekli değişen ve gelişen çevre, işletmelerin karmaşık ve belirsiz durumlarını etkilemekte ve yönetsel kararların alınması aşamasında, uygun kararların verilmesini zorlaştırdığı için krize sürüklenmeye neden olmaktadır (Güneş ve Beyazıt, 2010: 18). Krize yol açan dış etmenler; ekonomik durum, teknolojik gelişmeler, toplumsal

ve kültürel etmenler, doğal etmenler (deprem, sel, salgın hastalıklar, yangın gibi), hukuki ve siyasi etmenler olarak sıralanabilmektedir (Demirtaş, 2000: 360).

Günümüzde COVID-19 Küresel Salgınında da görüldüğü üzere; doğal çevre koşullarından deprem, salgın hastalık, sel gibi doğal afetler krize neden olan kaynaklar arasında gösterilmektedir. Böylesi dönemlerde meydana gelen riskler işletmeleri krizle karşı karşıya getirmektedir (Aydın, 2010: 48). Diğer bir önemli dışsal etmen ise ekonomik çevredir. İşletmelerin sektör yapısı ve ekonomik dalgalanmalardan kaynaklanan hassasiyet krizi oluşturabilir ya da kriz riskini arttırabilir (Çiftçi, 1997: 23). Görüldüğü üzere, doğal çevre koşullarından salgın hastalık riski taşıyan bir etmen olmak ve kriz yaratmak yanında, ekonomik açıdan krize neden olabilecek sonuçları bünyesinde barındırmaktadır.

1.2.3.2. İç Faktörler

İşletmelerde krize neden olan iç çevre faktörleri; işletmenin kurumsal yapısı, üst yönetimde eksiklik, yöneticilerin inançları ve bilgi toplamada yetersizlik gibi işletme içinde gerçekleşen olaylardan kaynaklanmaktadır (Sumer ve Pernsteiner, 2009: 38'den aktaran: Aşık, 2016: 9).

İşletmelerin krize sürüklenmesine neden olan sebepler arasında kurumsal yapı önem arz etmektedir. Üst düzey yönetimin yetersizliği, örgüt kültürü ve iklimi ile ilgili sorunlar, iç ve dış etkenlerin etkileşimi, tepkici tutum gibi faktörler, örgütsel yapıdan kaynaklanan kriz nedenlerine birer örnek teşkil etmektedir (Güneş ve Beyazıt, 2010: 19). Kurumsal yapı çevresel etkilere uyum gösteremeyecek kadar sert ise işletmenin krizle karşılaşma olasılığı yüksektir. Üst düzey yöneticilerin çevresel değişimleri öylece izlemesi, bu yöneticilerin değişimler ile ilgili veri toplama, yorumlama ve değerlendirme gibi konularda yeterli deneyime sahip olmaması işletmeyi olumsuz etkileyerek krize sürüklemektedir (Demirtaş, 2000: 360-361). Diğer taraftan bu yöneticilerin yanlış kararlar alması, gereksiz büyük risklerin altına girmesi de işletme için olumsuz sonuçlar doğurabilir (Kaplan, 2006: 9-11).

Bir diğer sebep ise üst yöneticiler ile çalışanlar arasındaki iletişim kopuklukları ya da başka bir ifadeyle yöneticilerin inançları ve bilgi toplamada yetersizlikleridir. Yöneticilerin doğru zamanda doğru kararlar almaması veya karar alıp aldıkları kararların problem yaratması ve çalışanlar ile aralarındaki

iletişim kopuklukları gibi sonuçlara müdahale edilmediği takdirde kriz durumunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Kılıçdere, 2011: 8).

İşletme içinde krize neden faktörlerden sonuncusu esnek olmayan yönetim anlayışıdır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde oldukça dar tanımlanan esneklik diğer adıyla elastikiyet, değişebilme, yeni gereksinim ve koşullara uyabilme derecesi şeklinde ifade edilmektedir (Cobuild, 1999: 327’den aktaran: Zerenler ve İraz, 2006: 250). Esnek retim anlayışı üretim sürecinde alınacak kararlarda değişkenliklere göre karar alabilme yetisini ifade etmektedir. Üretim sürecinde alınan kararların sonuçlarına bağlı olarak üretimde gerçekleşen hatalar, personelin veya yöneticilerin bilgisizliği ile yapılan faaliyetlerdeki ihmalkrlıktan kaynaklanabilir (ifti, 1997: 20). Bu gibi durumlarda işletmenin üretime yönelen esnek kararlar alabilmesi i faktörler açısından önem taşımaktadır (Zerenler ve İraz, 2006: 250)

1.2.4.Turizm Sektöründe Krizler ve Etkileri

Krizler, turizm sektörü içerisinde birincil nedenlere dayalı (sektörün kendinden kaynaklı gerçekleşen) ve ikincil nedenlere dayalı (sektörün dışından kaynaklı gerçekleşen) krizlerden oluşmaktadır. Buna ilaveten sektörün yapısından kaynaklanan krizlerin de tekrarlanma olasılığı bulunmaktadır (Topuz, 2009: 65). Literatürde daha çok ikincil nedenlere dayalı (sektör dışından kaynaklı gerçekleşen) krizlere yer verildiği görülmektedir.

Turizm sektöründe krizler; işletmelerin faaliyetlerini tehdit eden, bölgede güvenliğin olmadığı izlenimi oluşturan ve bunun sonucunda da turistleri destinasyon imajı ile ilgili olumsuz yönde etkileyen bir durumu ortaya koymaktadır. Bu durumdan dolayı turistik ürün ve hizmetlere yönelik talepte düşüşler meydana gelmekte, dolayısıyla bu bölgelerin ekonomik kazancı da olumsuz etkilenmektedir (Sönmez vd., 1994: 21’den aktaran: Durgun, Gövdere, 2011: 143). Krizin talep üzerindeki etkisi ve bu etkinin süreç açısından değerlendirilmesi, turizm sektörü içerisinde yaşanan krizin şiddetini belirleyecektir (Aşık, 2016: 45). Bu nedenle krizin şiddetini farklı açılardan inceleyerek, turizm talebi üzerindeki etkisinin; krizin bulunduğu coğrafı konum ile yaratmış olduğu etki süresine bağlı olarak gerçekleştiği görülmektedir (Pizam, 1999: 10-11). Krizlerin talep üzerinde göstermiş olduğu etkilerde; etkisi az görünen bir olayda, talep üzerinde geçici

düşüşler yaratırken etkisi fazla olan bir olayda, talep tamamen piyasadan çekilebilir (Dallaryan, 2006: 25). Talebin oluşan krizlerden hemen etkilenebilen bir yapıya sahip olması ve turizm sektörünün krizlere karşı duyarlı olması, kriz ve turizm talebi ilişkisinin önemini ortaya koymaktadır.

Turizm talebi; savaş, terör, salgın hastalık, doğal afetler gibi olaylara, seyahat masraflarına bağlı geliri azaltan ekonomik krizlere, turist kabul eden bölgelerin imajını yıpratan siyasi gelişmelere, turistik tüketicinin mal ve can güvenliğini tehdit eden olaylara karşı son derece duyarlı bir yapıya sahiptir. Sözü geçen bu gibi durumlar seyahat taleplerini de önemli derecede düşürebilmektedir (Göral, 2014: 90). Turizm sektörünü etkileyen bu kriz durumları incelendiğinde, ilk akla gelen ekonomik ve finansal krizlerdir. Ülkeler ve bölgelerdeki farklı ekonomik tablolar; örneğin milli gelir, kişi başına düşen gelir, enflasyon, gelir dağılımı, istihdamdaki değişiklikler gibi göstergelere bağlı olarak turizm sektörünü de diğer sektörler gibi fazlaca derinden etkilemektedir (Akıncı, 2010: 225). Bir diğer kriz nedeni olan savaş ve terörizm, ilk olarak bölgeye yönelik seyahatin ertelenmesine veya bu seyahatlerin iptal edilmesine neden olmakta ve bu nedenler turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir (Feichtinger, 2001: 284). Salgın hastalıklar da kısmen bir ülke, bölge veya tamamen dünyayı etkisi altına alabildiğinden, öncelikle seyahat akışını kolaylıkla etkileyebilmekte ve tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü için de çok fazla tehdit oluşturabilmektedir (Aşık, 2016: 49). Bu açıdan bakıldığında krizler, turizm sektörünün tüm işletmelerinde gelirlerin düşmesine ve genel olarak ülke ekonomisinin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır (Feichtinger, 2001: 284). Deprem vb. doğal afetler bölgenin turistik destinasyonunu olumsuz yönde etkileyen bir diğer kriz durumudur. Bu durum, bölgenin eski haline gelebilmesi için uzun bir süre geçmesi gerekliliğini öngörmektedir (Koroğlu, 2004: 18). Diğer yandan siyasal gelişmeler de turizm sektörünü olumsuz yönde etkileyebilir. Eğer siyasal gelişmeler barışçıl yönde seyrederse ülkenin turizm sektörü de bu durumdan olumlu yönde etkilenecektir (Albeni, 2004: 74). Bu kriz nedenlerinden dolayı, turizm işletmelerinde yöneticilerin krizlere karşı hazırlıklı olması, kriz durumuna yönelik yapılması öngörülen faaliyetlerin doğru yerde, doğru şekilde kullanması ve alınan

kararları işletmeye uygun bir biçimde yer vermesi gerekmektedir (Öztürk ve Türkmen, 2006: 90-91).

1.2.5.Kriz Yönetimi ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Literatür incelendiğinde kriz yönetimi ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalar ile araştırma konuları şu şekildedir:

Aydın (2010), Çiftçi (1997), Kılıçdere (2017), Özhasar ve Ege (2019), Seçilmiş, Kılıç ve Doğantekin (2017) çalışmalarında, turizm işletmelerinin çeşitli nedenlerden kaynaklanan kriz durumlarında, iyi yönetilemediğini savunmuşlardır. Araştırmacılar çalışmalarında, krizin yarattığı kaotik durumu; krize hazır olma, krizi başarıyla yönetme ve kriz durumunu en az hasarla atlama şeklinde açıklamışlardır (Demirtaş, 2000; Güneş ve Beyazıt, 2010). Sezgin (2003) çalışmasında, krize sebep olan etkenlere; sakin, ılımlı ve temkinli şekilde yaklaşılması ve krizin ciddiyetle tespit edilmesi, uzun süre sorun çıkarmayacak düzeltici önlemlerin alınması ve gelecekte gerçekleşmesi olası olan bir krize karşı esnek olan acil durum planının yapılmasının gerekli olduğunu savunmuştur. Cro ve Martins (2017) çalışmalarında, kriz zamanı destinasyona ve konaklama işletmesi yöneticilerine yönelik yeterli politika tepkileri geliştirilmediği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar çalışmalarında, işletme yöneticilerinin kriz yönetim stratejilerinde eğitim düzeyi, işletmedeki çalışma süresi ve işletme içerisinde krizin yaşanıp yaşanmaması durumu gibi değişkenler üzerinde anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır (Kılıçhan ve Caner, 2019). Öztürk ve Türkmen (2006) çalışmalarında, turizm işletmelerinde ortaya çıkan kriz durumundan işletme yöneticilerinin çoğunun etkilendiğini savunmuş, işletme yöneticilerinin uyguladıkları pazarlama stratejilerinin ilerlemeye yönelik olmadığını, sadece içinde bulunulan mevcut durumu korumaya yönelik stratejilerin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan birkaç çalışmada araştırmacılar, konaklama işletmelerinin kriz yönetiminde önemli uygulamalar gerçekleştirdiğini, bunun yanı sıra süreci daha etkin bir şekilde yönetilebilmesine yönelik olarak geliştirilmesi gereken politikaların mevcut olduğunu savunmuşlardır (Çolak ve Batman, 2019; Göral, 2014; İsraeli ve Reichel, 2003; Karakaya, 2004; Yılmaz, 2004). Yılmaz, Ünal ve Dursun (2019) çalışmalarında, etkin bir kriz yönetimi için; pazarlama faaliyetleri, insan kaynakları, maliyet, kalite ve müşteri ile birlikte koordineli bir

şekilde yönetilmesinin kriz yönetimi için hayati bir öneme sahip olduğunu savunmuşlardır. Akıncı (2011) çalışmasında, işletme yöneticilerinin kriz dönemlerinde, rasyonel sayılarda eleman alımının yapması gerektiğini, insan gücünü çok iyi yönetmesi gerektiğini, kriz anında eleman çıkarmanın ilk akla gelen çıkış yolu olarak görülmemesi gerektiğini savunmuştur. Başka bir çalışmada araştırmacılar, krizi önlemede, yöneticiler çalışanlarını sadece çalışan olarak görmek yerine onların kendilerini örgütün bir parçası olarak hissetmelerini sağlamak durumunda olduğunu savunmuşlardır (Akdağ ve Taşdemir, 2006). Sel, Kırlar Can, Ertaş ve Tütüncü (2017) çalışmalarında, krizin kısa dönemli olumsuz yansımalarının turizm işletmeleri tarafından yapılan kriz yönetim uygulamaları üzerinde oldukça büyük bir etkisi olduğunu ve faaliyet yıllarına göre farklılık göstermediğinin sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar çalışmada, krize yanıt stratejilerinde kurumsal itibar, güven ve davranışsal niyet üzerindeki etkisinde fark yaratan stratejinin acıyı paylaşma /anlayış stratejisi olduğunu savunmuşlardır (Demir, Karakaya ve Sümer, 2018). Okumuş (2003), Titiz (2003) çalışmalarında, kriz dönemlerinde işletme yönetiminin başarılı olabilmesi için iyi bir çevre analizinin yapılmasının gerektiğini, başarının ancak yönetimin doğru ve zamanında karar vermesiyle mümkün olacağını savunmuşlardır. Araştırmacı çalışmasında, kriz dönemlerinde üretim sistemleri içerisindeki esnek üretim teknolojilerini kullanarak, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarındaki değişimin kısa sürede karşılanabileceğini savunmuştur (Zerenler, 2003). Göral (2014) çalışmasında, krizlerin olumsuz durumlarının yanında olumlu sonuçlarının da olacağı ve uygulanan kriz yönetim stratejilerini objektif bir şekilde değerlendiren işletmeler yaşamlarını sürdürmede rakiplerine oranla daha fazla avantaj elde ederek sektörde öncü olabileceklerini savunmuştur. Dalleryan (2006), Köroğlu (2004) çalışmalarında, kriz dönemindeki bütünsel çerçevenin, işletmenin ortalamasının üzerinde getiri sağlamasına, sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne ve işletmenin uzun süre yaşamını devam ettirmesine yönelik olumlu bir etkisinin olduğunu savunmuşlardır. Aşık (2016) çalışmasında, demografik özelliklerin işletmenin kriz ile ilgili genel düşüncesini etkilediğini diğer yandan bazı demografik özelliklerin ise sadece bazı alanlarda olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Şahin (2005) çalışmasında, Türk konaklama işletmelerinin turizm sektörünün yapısından

kaynaklanan nedenlerle krizlere açık işletmeler olduğunu vurgulamış, ilk yapılması gereken önlemin ise işletmede küçülmeye gidilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Akdağ (2005) çalışmasında, kriz önlenemiyorsa kriz ortamında örgütü destekleyecek bir kamuoyu ve medyanın oluşması gerektiğini savunmuştur. Bir başka çalışmada araştırmacılar, sosyal medya çalışmalarının finansal, ekonomik, psikolojik, sosyal, çevresel, kültürel ve politik sorunlara ve krizlere yol açabileceğini vurgulayarak, sosyal medyanın dikkatli bir şekilde hayata geçirilmesi gerektiğini savunmuşlardır (Bat ve Turan Yurtseven, 2014). Araştırmacılar çalışmalarında, turizm işletmeleri krizlerden olumsuz etkileniyorsa, hem turist sayısında, hem de turizm gelirinde bir düşmeden bahsedilebileceğini savunmuşlardır (Albeni, 2004; Köşker, 2017; Topuz, 2009). Eugenio-Martin, Sinclair ve Yeoman (2005) çalışmalarında, farklı milletlerden gelen turistlerin, krize karşı gösterdikleri tepkilerin de farklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

1.3.İŞLETME PERFORMANSI

1.3.1.İşletme Performansı Kavramı

Performans, belirlenen seviyeye ne kadar veya ne ölçüde yaklaşıldığının sonucunu gösteren bir kavramdır. İşletme performansı ise, işletme içinde önceden belirlenmiş değerlere ulaşmada bilgi sunan bir kavramdır (Küçük, 2017: 333'den aktaran: Küçük, Dengel ve Çeven, 2019: 585). İşletme performansı kavramı *Venkatraman ve Ramanujam* tarafından ortaya çıkarılmış olup 1986 yılında literatürde yer almaya başlamıştır (Küçük, Dengel ve Çeven, 2019: 584-587). Yönetim ile pazarlama alanyazınlarında hem araştırmacılar hem de işletmeciler için önem arz etmektedir (Venkatraman ve Ramanujam 1986: 801-806). Örgütlerde sürekli başarının elde edilmesi için stratejik bir yaklaşım olan işletme performansı, işletmenin amaç ve hedeflerine ulaşması için tanımlanan çok boyutlu bir kavramdır (Küçük, Dengel ve Çeven, 2019: 584-587). Belirli bir görevin yerine getirilmesinde gösterilen çabaları değerlendiren işletme performansı, işletmenin belirli bir dönemde elde ettiği çıktılar ile çalışmalar sonucu ortaya çıkmaktadır (Akal, 2002: 473'den aktaran: Özer, 2011: 73). Bireyin, grubun veya kuruluşun belirli bir zaman diliminde daha önceden belirlediği amaç ve hedeflerine ne kadar ulaşılabilirdiğini tespit etmek amacıyla ortaya konulmuş değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bu değerlendirmelerin doğru tespitinin yapılabilmesi için işletmenin farklı boyutları ile

performans ölçümlerinin ele alınması gerekmektedir (Atan ve Tunçer, 2019: 78). Bu noktada üzerinde durulması gereken bir diğer konu performansın ölçümüdür.

İşletme performansının nasıl ölçülmesi gerektiği konusu araştırmacıları uzun yıllardır uğraştıran bir sorundur. Finansal ölçüm uzun yıllardır kullanılan bir yöntem olmasına rağmen işletme ve örgütlerin karışık bir yapıya sahip olması, işletmelerin ve örgütlerin rekabet içinde olmaları, finansal ölçümlerin yanı sıra farklı ölçütlerin de kullanılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Bütün bahsi geçen bu olgular 1980’den bu yana işletme performansı değerlendirmelerinde kullanılmıştır (Kennerly ve Neely 2002: 1223).

Örgütlerdeki performans boyutları, işletme performansının kolay ve etkili bir şekilde ölçebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. İşletmenin göstergeleri ne kadar ölçülebilir olursa örgütün performansı hakkında da o kadar iyi bilgi sahibi olunabilir (Özer, 2011: 75). İşletmeler, rekabet artışından kaynaklı olarak öncelikle kendilerini analiz etmektedirler. Daha sonra ise rakip işletmeler ile kendilerini kıyaslamaktadırlar. Bu karşılaştırma süreci içinde işletme performansı olarak görülen ifadelerin (kalite, maliyet, teslim hızı gibi) takibini yaparlar, rakip işletmeler ile kendi performansını kıyaslarlar ve buna bağlı olarak da performanslarını arttırmaya çalışırlar (Demir ve Taşkın, 2008: 1696).

Sürekli ve hızlı değişimlerin yaşandığı bir ortamda ve küreselleşen dünya içerisinde işletmelerin başarılarını belirleyen temel etken, yüksek düzeyde performans ile birlikte çalışmak olacaktır (Erdem, 2007: 4). Günümüz işletmeleri, yoğun rekabet ortamında tutunabilmek için hem içinde bulunulan ortama ayak uydurmalı hem de örgütünün büyümesi ve gelişmesi için çalışmalıdır. Küreselleşen dünyada, bu açıdan işletme performanslarının da önemi artmaktadır (Yılmaz ve Ecevit, 2000: 315’den aktaran: Erdem, 2007: 5).

1.3.2.İşletme Performansı Boyutları

İşletme performansı ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında performansın farklı boyutlara sahip olduğu gözlemlenmektedir. İşletme performansı ile ilgili çeşitli ölçütlerin kullanılarak performans değerlendirmelerinin yapıldığı görülmektedir (Gül, 2012: 72). Özgüçlü (2019) araştırmacıların yapmış oldukları çalışmalardaki işletme performansı boyutlarını, Tablo 2’de yıllara göre şu şekilde derleyip göstermiştir.

Tablo 2. İşletme Performansı Boyutlarının İncelendiği Çalışmalar

Araştırma Yapan Kişiler	Yıl	Araştırmalarında Ele Alınan İşletme Performansı Boyutları
Kaplan ve Norton	1992	Finansal boyut, müşteri boyutu, içsel iç süreç boyutu, öğrenme ve gelişim boyutu
Kueng ve Krahn	1999	Toplumsal boyut, finansal boyut, yenilik boyutu, çalışanlarla ve müşterilerle ilgili boyut
Akal	2003	Etkinlik, verim, verimlilik, kalite, yenilik, çalışma yaşamının kalitesi, kârlılık ve ekonomiklik
Tangen	2004	Etkililik, etkinlik, kalite, verimlilik, çalışma hayatının kalitesi, yenilik ve kârlılık
Lai ve Cheng	2005	İşgören motivasyonu, pazar performansı, verimlilik performansı ve toplumsal etki boyutu
Avcı	2005	Finansal boyut, hizmet kalitesi boyutu, çalışma yaşamının kalitesi boyutu, yenilik boyutu, verimlilik boyutu ve toplumsal boyut
Turunç	2006	Kalite, etkililik-etkinlik, yenilik, verimlilik, kârlılık ve bütçeye uygunluk, çalışma yaşamının kalitesi
Apaydın	2007	İşlevsel performans, çıktı performansı, yenilik ve uyum sağlama başarısı
Eren	2007	Çalışanlarla ilgili boyut, tüketicilerle ilgili boyut, örgütsel boyut, toplumsal boyut ve finansal boyut, doluluk oranı, personel devir oranı ve odabaşına yıllık gelir
Karabağ	2008	Pazarlama performansı, finansal performans, üretim performansı, piyasa performansı ve rekabet performansı
Uygur	2009	Finansal boyut, müşteri boyutu, içsel süreç boyutu, öğrenme ve gelişim boyutu
Biçkes	2011	Rekabet performansı, piyasa performansı, üretim performansı, finansal performans ve pazarlama performans boyut

Kaynak: (Özgüçlü, 2019: 76).

Kuşluyan ve Eren (2008), yapmış oldukları işletme performansı ölçümü ile ilgili literatür taramasında, daha önceki çalışmalarda kullanılan performans boyutlarından derleme yoluyla performans ölçeği ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda işletme performansı beş boyutta incelenmektedir.

1.3.2.1. Tüketicilerle İlgili Boyut

Tüketicilerle ilgili boyut temel olarak, işletmelerde tüketici memnuniyeti, devamlılık, bağlılık, kâr elde etme amaçlarının, işletmenin müşterilerine ve pazara

uygun hale getirilmelerine yardımcı olmaktadır (Kaplan ve Norton, 2015: 81'den aktaran: Özer, 2016: 40). Pazar odaklılığını temele alan işletmeler için tüketiciler önemli bir boyuttur. Özellikle işletmenin imajı ve itibarı için tüketici memnuniyetinin ön planda tutulması, tüketici tercihine olumlu katkı sağladığı için işletme performansını da etkileyen bir faktördür (Çoban, 2017: 56). Tüketicilerin ihtiyaçlarına, isteklerine ve beklentilerine karşılık verilebilmesini ve daha çeşitli faaliyetlerin yapılabilmesini kapsayan tüketici boyutu kavramı, işletmenin devamlı tüketicisi ile muhtemel tüketicilerini tanımasına fırsat vermekte, onlara uygun pazar bölümlendirmesi yaparak özel hizmetler sunmaktadır (Özgüven, 2008: 657'den aktaran: İnce Balcı, 2011: 163).

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını bilmeyen işletmeler, rakip işletmelerinin bu istek ve ihtiyaçları karşıladıkları ve ona uygun şekilde hizmet ve üretim sağladıklarını gördükleri takdirde, rekabet oluşturan bu durumu ortadan kaldırabilmek için tüketici odaklılığa doğru daha fazla yönelmektedirler (Kaplan ve Norton, 2015, s. 81-82'den aktaran: Özer, 2016: 41). Tüketiciler, işletmenin performansını doğrudan etkileyen bir boyut olduğu için, işletmeler stratejilerinde rakiplerinin sunmuş olduğu hizmetlerden daha farklı tüketici talepleri yönünde hizmetler sunmaya çalışmalıdır (Çınar, 2007: 27). İşletme yapmış olduğu faaliyetlerde pazar odaklı çalışırsa ve stratejiler geliştirerek yaklaşırsa, işletmenin performansına avantaj sağlamış olur. Bu bağlamda işletmelerde tüketicinin istek ve talepleri ön planda tutulmalı, buna uygun olarak üretim faaliyetleri yapılmalıdır ki; işletme, tüketici gözünde imaj ve itibarı ile tercih edilebilsin (Özgüçlü, 2019: 78).

1.3.2.2. Finansal Boyut

Finansal boyut, bir işletmenin uygulamış olduğu stratejilerin işletmeye ne kadar katkısının olduğunu göstermektedir. Performans ölçümünde işletmelerin en sık kullandığı boyuttur (Kaplan ve Norton, 2015: 33'den aktaran: Özer, 2016: 40). İşletmenin temel amacı kâr elde etmek olduğu için; satış, ürün, kazanç, gelir ve bunlarla birlikte oluşan kârlılık durumundaki finansal gelişimler, performans durumunu da göstermiş olacaktır. Günümüzde önemli bir gösterge olarak bakılan ve gelecekte de önemli bir gösterge olarak bakılacak olan işletmelerde “*kârlılık*” durumunun yüksek olduğu dönemlerde işletme performansının da yüksek

olmasından dolayı her zaman önemli bir ölçüt olarak kullanılacaktır (Dündar, 2010: 83).

Finansal boyut yaklaşımının temeli finansal tablo analizleridir. Finansal bilgi kullanıcıları olarak kabul edilen işletmenin sahipleri, yöneticileri, çalışanları, borç verenleri, tüketicileri gibi kişiler ve gruplar işletmenin finansal tablo sonuçlarına bakarak hareket etmektedirler (Fraser, 2001'den aktaran: Çoşkun, 2005: 11). Finansal tablolar; bilanço ve gelir tablosu ile diğer ek mali tablolar yanında, muhasebe kayıtları da işletmenin mali durumunu yansıtan ve kullanılan göstergelerdir. Bunlar yasal zorunlulukla tutulan ve işletmenin mali durumunu yansıtan göstergeler olup, işletme planlamasında ve bütçelemelerde etkili olan temel veri kaynaklarıdır (Şerbetçi, 2007: 11-12). İşletmenin finansal performansında, işletmeler tüm kaynaklarını bu performans etrafında kullanırlar. Diğer yandan finansal olmayan göstergelere de önem verilmesi, işletme performansının tam olarak ölçülmesi için önem arz etmektedir (Özer, 2016: 39).

1.3.2.3. Örgütsel Boyut

İşletmeler tüketici ve finansal boyutları için hedeflerini planladıktan sonra örgütsel performansın hedeflerini belirlemeye yönelirler. Zamanı iyi kullanıp verimliliği sağlama, düşük maliyet ile daha iyi çıktılar elde etme, yaratıcı yeni ürünler oluşturarak rakipler karşısında avantaj sağlayıp rekabet üstünlüğü elde etme ve satışlardaki artışın yüksek orana çıkmasını sağlama gibi faktörlerde örgüt performansında etkili olacaktır (Kaplan ve Norton, 2015: 115-117'den aktaran: Özer, 2016: 41-42). Örgütsel boyutta işletmeler, rakiplerinden farklı yeni üretim sürecine geçmeli, pazar paylarını hiç değilse koruma yolunda ilerlemeli ve yeni pazar alanları da keşfetmelidirler (Meeus ve Oerlemans, 2000: 45).

1.3.2.4. Toplumsal Boyut

Toplumsal boyut tüketicilere bazı haklar sağlamakta, işletmenin topluma ve çevreye karşı olan duyarlılık düzeyini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan pazar çeşitliliği, istihdam ve hizmet arzı yaratmaktadır (Aslan, 2014: 51). İşletmelerin hitap ettiği tüketiciler, rakipler ve bunlara benzer her olgu toplumsal boyutun içerisinde yer almaktadır. Genel olarak toplumsal boyutun amacı, işletmelerin toplum içinde yaratmış olduğu etkileri göstermektir (Kueng, 2000: 75).

Günümüzün yoğun rekabet ortamında işletmeler yeni yöntemlere başvurmuş, ürün ve üreticinin önemli olduğu dönemden uzaklaşarak tüketici odaklı döneme geçmiştir. Pazarlama 4.0'ın gelişmesi ile hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarını yakından tanımak ve hedef kitleye hızlı cevaplar verebilmek için (bilgi, iletişim, etkileşim ve bilgi alışverişi için) sanal alanlar oluşturulmuş ve sanal alanlarla paylaşım sağlanmıştır (Kauffman ve Panni, 2017: 96'dan aktaran: Büyükkalaycı ve Karaca, 2019: 469). Pazarlama 4.0'ın asıl amacı; tüketicilerin, farkındalık içerisinde olmasından daha çok savunmacı şekil içerisine girdikleri düşüncesidir. İnsanlar ve toplumlar her zaman birbiri ile bağlantı içinde olduklarından tüketicilerin vereceği geri dönüşler işletme itibarını etkileyecektir (Kotler, Kartajaya ve Setiawan 2017: 91-104'den aktaran: Büyükkalaycı ve Karaca, 2019: 468). Bu nedenle işletmeler sadece üretim yapmamalı bunun yanı sıra toplum içerisinde yer alan eğitim, istihdam, çevre ve sosyal sorumluluk gibi faaliyet alanlarında da etkisini sürdürmelidir. Bu alanlarda kendini geliştirmiş ve göstermiş olan işletmeler, hem tüketici gözündeki itibarını arttıracak hem de işletmenin performansına olan etkisini arttıracaktır (Çoban, 2017: 57).

1.3.2.5. Çalışanlarla İlgili Boyut

Çalışanlar, işletmelerdeki faaliyetlere doğrudan etki eden ve işletmelerin yapı taşını oluşturan, önemli paya sahip iş görenlerdir. İşletmelerde uygulanan ürün kalitesi, elektronik ticaret, teslimat hızı, tüketici memnuniyeti ve satış sonrası hizmet gibi tüm faaliyetlerde büyük rol oynayan çalışanlar, işletmenin performansında etkilidir ve onların önemine ilişkin vurgular yapılmaktadır (Dündar, 2010: 63-77). İşletmede oluşacak olan başarı, çalışanların göstermiş olduğu performansa bağlıdır. Çalışanların motivasyonlarının yüksek olması ve çalışanlar arasında doğru iletişimin sağlanması işteki performansı yükseltecektir (Selimoğlu ve Biçen Yılmaz, 2009: 6). Teknoloji bile belirli bir yere kadar işe yaramaktadır ve işletme performansını pozitif yönde etkileyecek olan esas olgu çalışanlardır (Özgüçlü, 2019: 77).

Çalışanlarla ilgili boyut, nitelikli çalışanı işletmede tutabilme, işletmeye çekebilme, çalışanın memnuniyeti, çalışanın işletmeye olan sadakati, göstermiş olduğu verimliliği, işletme içindeki genel ilişkiler, çalışma süreleri ve işe devamlılığı gibi değişkenleri içermektedir (Aslan, 2014: 51).

1.3.3.İşletme Performansının Ölçümü

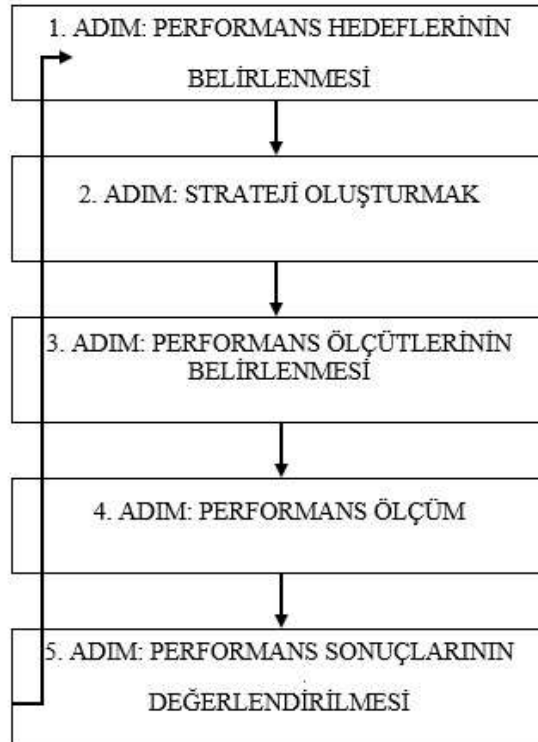
Performans ölçümü 1900’lerde *Dupont ve General Motors*’un finansal değerler ve bütçe kontrol yöntemi uygulamaları ile ortaya çıkmış ve işletmeler 80 yıl boyunca bu ölçütleri kullanmıştır (Tangen, 2004 ve Neely ve Bourne, 2000’den aktaran: Çetinkaya, 2007: 22). Performans ölçmek için kullanılan bu ölçütlerden geleneksel ölçütler, finansal konuları kapsamakta ve satış, kâr gibi konular üzerinde durmaktadır. Ancak günümüzde rekabet avantajı sağlayabilmek için geleneksel ölçütlerin yanı sıra finansal olmayan (memnuniyet, güvenilirlik gibi) performans ölçütlerinin de kullanılması gerekmektedir (Yıldız, 2010: 181).

1980’li yıllardan sonra uzun dönemli amaçların gerçekleşmesi için finansal gösterimler yetersiz kalmış, tek başına kullanılmaması gerektiği öngörülmüştür (Oyman, 2009: 14). 1990 yılından itibaren performans ölçümü, finansal olmayan ölçümleri de kapsamına almıştır. İşletme performansı, objektif yani finansal (nicel) değerler ile sübjektif yani finansal olmayan (nitel) değerler ile ölçülebilmektedir. İşletme performansı her iki ölçek ile de ölçülebilmektedir. Fakat burada önemli olan sadece her iki ölçekle de ölçülebilmesi değil, performans kriterlerinin neler olduğunu da belirleyebilmektir (İnce Balcı, 2011: 172). Performans ölçümleri ve performans kriterlerinin yanında işletme performansının ölçüm nedenlerine de değinmek yerinde olacaktır.

İşletmelerin performans ölçümü için bazı nedenleri bulunmaktadır. Bunlar genellikle; müşterinin istek ve ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığını görmek, yapılan tüm faaliyetlerin ne kadar doğru şekilde bilindiğini onaylamak, alınan kararlarda kişisel tercihlerle değil, verilerin sonuçlarına göre yapıldığından emin olmak, sorunlu durumlar varsa onları ortaya koymak gibi nedenlerden oluşmakta ve bu nedenlere dayalı olarak performans ölçümü yapılmaktadır (Şerbetçi, 2007: 1). İşletmelerin yöneticileri, önemle yürütmesi gereken faaliyetlerin başarısını ölçmeye yönelik stratejiler geliştirilmesi açısından performans ölçümünü çok önemli bir süreç olarak görürler (Dündar, 2010: 79). İşletmedeki yöneticiler, işletmenin dün ve bugün neler yaptığına bakmakta bununla birlikte gelecekte neler yapılabileceğine ilişkin bilgileri performans ölçekleriyle ortaya koymaktadırlar (Öncü, vd., 2015: 151-152’den aktaran: Özer, 2016: 37). Performans ölçümünde, örgüt ne kadar başarılı olduğunu görebilir ve gelecekte neler yapılabileceği

hakkında bilgi sahibi olabilir. Bu sayede, süreçlerde gerçekleştirilebilecek ortamlar belirlenebilir, çıktıların kontrolü yapılabilir, gerçekleşen sonuçlar ile istenilen sonuçlar karşılaştırılabilir ve verimsizlik alınan sonuçlara karşı verimsizliğe neden olan sebepler ile yapılabilecekler belirlenebilir (Coşkun, 2005: 5). Performans ölçümü ile yapılan çalışmalar, işletme faaliyetlerinin bütününde kalite ve üretkenlik değişkenleri açısından fayda sağlamaktadır. İşletmeler performans ölçümü ile hem kendi faaliyetlerini kontrol etmekte hem de değişen çevre şartlarına ve rekabet ortamına ayak uydurmaktadır (Öztek, 2005: 19). Performans ölçümü ile ilgili bu özelliklerden sonra performans ölçme sürecinde izlenen yol Şekil 2’de gösterilmiştir.

Performans ölçme sürecinde; işletme ilk olarak performans hedeflerini belirler, daha sonra bu hedeflere uygun stratejik yöntemler oluşturur. Bu yöntemlere uygun performans ölçütleri belirleyerek bu ölçütlerle performans ölçümünü yapar ve ölçütlerle yapılan ölçümler sayesinde elde edilen performans sonuçlarını değerlendirir.



Şekil 2. Performans Ölçme Süreci (Chin, Pun ve Lau, 2003’den aktaran: Dündar, 2010: 80).

Teknolojinin de gelişmesiyle bu ölçümler ortak olarak kullanılmakta ve internet üzerinden bu ölçümleri yapan işletmelere de ulaşılabilir (İnce Balcı, 2011: 172). Bilgi yönetimi ve teknolojinin hızı, hem çalışanlar için hem de işletmelerin performansları için performans ölçme süreçlerini kolaylaştırmış ve sonuçların güvenilirliğini de arttırmıştır (Dündar, 2010: 80).

1.3.4. İşletme Performansı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Literatür incelendiğinde işletme performansı ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalar ile araştırma konuları şu şekildedir:

Zerenler ve İraz (2006) çalışmalarında, kriz dönemlerinde ürün ve süreç esnekliğine sahip olan işletmelerin, olmayan işletmelere göre performanslarının daha fazla etkilendiğini savunmuşlardır. Çiftçi (2015) çalışmasında, turizm işletmelerinde gerçekleştirilen kriz yönetiminde işletmenin bakım ve onarım ile devlet destekleri uygulamalarının işletme performansında örgütsel öğrenmeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Kaplan (2006) çalışmasında, üst yönetimin dönüştürücü liderlik özelliklerini genellikle taşıdığını, bu özelliklerin kriz döneminde kullanılması durumunda, işletme performansının da bu durumdan olumlu etkileneceği sonucuna ulaşmıştır. Dess (1987) çalışmasında, işletmelerin rekabetçi yöntemlerinin, kurumsal performansları ile arasında olumlu bir ilişkisinin olduğunu savunmuştur. Zehir ve Acar (2005) çalışmalarında, rekabet avantajı yaratacak örgütsel yeteneklerin seviyesinde, yaşanacak herhangi bir artışın, işletme performansı üzerine olumlu etkilerinin olduğunu savunmuşlardır. Güleş ve Özilhan (2010) çalışmalarında, işletme performansı ve rekabet stratejisi arasındaki ilişkinin üretim ve pazarlama stratejileri aracılığıyla gerçekleştiğini ve yüksek performanslı işletmelerde üretim, pazarlama ve rekabet stratejilerinin birbirinden ayrılmaz şekilde bağlantılı olduğuna ilişkin bir sonuca ulaşmışlardır. Matsuno, Mentzer ve Özsomer (2002) çalışmalarında, üstün iş performansı elde etmede girişimci eğilimin pazar yönelimi aracılığıyla olumlu, pazar yönelimi aracılığının olmadığı durumlarda olumsuz ya da önemsiz olduğunu savunmuşlardır. Harris ve Ogbonna (2001) çalışmalarında, örgütsel yönetimin kurumsal performans analizinde pazar yönelimi ile stratejik insan kaynağını birbirine bağlamışlardır. Öztekin (2005) ve Yıldız (2010) çalışmalarında, işletmelerde performans ölçümlerinin birbirleri ile bağlantılı olduğunu savunmuşlardır. Kabadayı (2002) çalışmasında, işletme

performansı ölçütlerinin gerekli güncel bilgileri sağlayabildiğinin altını çizmiş ve performans ölçütlerine ilişkin iyileştirmenin sağlıklı şekilde yürütülebilmesinin işletme için önem arz ettiği düşüncesini savunmuştur. Bayyurt (2007) ve Venkatraman ve Ramanujam (1986) çalışmalarında, işletme performansının çok boyutlu olarak ele alınması gerektiğini savunmuşlardır. Alpkan, Ergün, Bulut ve Yılmaz (2005) ile Özer (2011) çalışmalarında, turizm işletmelerinde kurumsal girişimciliğin; proaktiflik, yenilikçilik ve rekabetçi agresiflik boyutlarının işletme performansı ile arasında olumlu ilişkinin olduğunu savunmuşlardır. Araştırmacılar çalışmalarında, yenilik yeteneği ile işletme performansı arasındaki ilişkide müşteri değerinin önemli bir aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşmışlardır (Çetintürk, Adıgüzel ve Demir 2015; Erdem vd., 2011; Öztürk vd., 2013; Hult vd., 2004). Akandere ve Zerenler (2017) çalışmalarında, yeşil tedarik zinciri yönetimi uygulamalarının işletme performansını pozitif ve olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Paksoy ve Ersoy (2016) çalışmalarında, konaklama işletmelerinin inovasyon düzeyleri ile öznel işletme performansı arasında pozitif ve anlamlı ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kuşluvan ve Eren (2008) çalışmalarında, örgütsel hizmet odaklılığının konaklama işletmelerinin performansını önemli ölçüde etkilediğini savunmuşlardır. Miller (1987) çalışmasında, organizasyonel yapıların ve strateji oluşturma süreçlerinin birbirine bağımlı olduğunu ve zorlu koşullar altında iyi bir işletme performansı sağlamak için birçok açıdan tamamlayıcı olması gerektiğini savunmuştur. Araştırmacı çalışmasında, işletmede yaşanan durgunluklarda genellikle işletmelerin düşük performans gösterdiğini savunmuştur (Singh, 1986). Küçük vd., (2019) çalışmalarında, işletme içerisinde yer alan işletme performansı ölçeklerinin, toplumsal değerlerin değişmesi ile sosyal, ekonomik ve kültürel yapının farklılaşması gibi nedenlerden dolayı yetersiz kaldıklarını savunmuşlardır.

1.4.OLUMLU YÖNELİM

1.4.1.Olumlu Yönelim Kavramı

Bilim insanları insan davranışları üzerine yaptıkları araştırmalarda özellikle insanların dengeli bir ruh sağlığına nasıl ulaşabileceği konusuna odaklanmışlardır. Günümüzde bilim insanları, ortaya çıkan hastalık ve tedavi yaklaşımlarından daha çok kişilerin kendisini nasıl daha iyi hissedebilecekleri konusunda araştırma ve

alışmalara başlamış ve pozitif psikolojinin yaygınlaşmasına bağlı olarak insan davranışlarındaki olumlu yaklaşımların neler olduğuna dair önemli araştırma alanları oluşturmuşlardır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000: 5). Pozitif psikoloji, kişinin sıkıntılarla ve olumsuzluklarla her zaman karşı karşıya kalabileceğini savunur ve burada önemli olan faktörün ise bu olumsuzluklara karşı kişinin göstermiş olduğu tepki, bununla birlikte yaşanılan durumlara ve geleceğe karşı yüklenen anlamın ne olduğudur (Karagöz, 2011: 10).

Pozitif psikolojinin alt boyutu olan olumlu yönelim; bireylerin kendilerine, yaşanılan olaylara ve bunun sonucunda elde edilen deneyimlere karşı gösterilen olumlu bir duruşun, değerlendirilmesinde ve yorumlamasında yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır (Laguna, 2018: 2). Olumlu yönelim iyi oluş kavramının bilişsel boyutuna yönelik çok yönlü bir yaklaşım olarak farklı boyutlarda kavramsallaştırılmıştır. Bu yaklaşıma göre olumlu yönelim; benlik saygısı, yaşam doyumunu ve iyimserlik değişkenlerinden oluşmaktadır (Caprara vd., 2009: 278). Olumlu yönelim, farklı yaşam alanlarındaki bireysel rahatlığı sağlamak için önemli düzeydeki kişisel inançları birleştirir. Benlik saygısı, iyimserlik ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkilerin nasıl olduğunu açıklar (Laguna, 2018: 1). Olumlu yönelim, “*potansiyel*” yani gizil bir g olarak da düşünülebilir (Caprara vd., 2010: 328). Birey, bir duruma olumlu yönelim ile yaklaşırsa, zaman içerisinde olumsuz duygulardan daha çok olumlu duygular hissetmeye başlar. Kendine, hayata ve geleceğe olumlu bakış açısı ile yaklaşma eğilimi, bireyin yaşam içerisinde karşılaşmış olduğu olayları olumlu olarak değerlendirmesini sağlayacak, hayatında sürekli olarak tekrarlanan anlık olumlu durumların, zaman içerisinde daha yüksek olumlu yönelimler kazanmasına yardımcı olur (Laguna, 2018: 3).

1.4.2.Olumlu Yönelim Boyutları

Olumlu yönelim; benlik saygısı, yaşam memnuniyeti ve iyimserlik olmak üzere üç boyuta ayrılmaktadır. Bu üç boyutun insanlar üzerinde bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak etkilerinin olduğu bilinmektedir. Boyutların kendi aralarında g ilişkilerinin olduğu belirtilmekte, bununla birlikte olumlu bir yön olarak kişiler arasındaki ilişkilerde de gösterilen birçok yapı ile de bağlantısının bulunduğu belirtilmektedir (Baumeister vd., 2003; Scheier, Carver ve Bridges 1994).

1.4.2.1.Benlik Saygısı

Benlik, bireyin fikirleri, talepleri, tecrübeleri ve sosyal çevresi ile olan etkileşimleri sonucunda kendine yönelik oluşturmuş olduğu algıdır (Okcu, 2019: 19). Kişinin benliği, özünü oluşturan kavramlardan oluşmaktadır. Kişinin benliğine ait kavramları görebilmesi, benimseyebilmesi ve sorumluluk alarak benliğine uygun kararlar alabilmesi gerekmektedir (Chhajer, Rose ve Joseph 2018: 225). Kişinin benliğini beğenip, kabullenmesi benlik saygısını oluşturmaktadır. Benlik saygısı, kişinin kendisini temsil eden kendi özelliklerini üstünde veya altında görmeden kendini olduğu gibi kabul etmesi, bununla birlikte özüne güvenmesini sağlayan olumlu ruh halini ifade etmektedir. (Yörükoğlu, 1988: 93'den aktaran: Yıldız, 2010: 47). Benlik saygısı, bireylerin kişiliklerine ait gelişimine ilişkin elde ettiği sonuçlarda, benliğinde topladığı bilgilerin bilişsel ve duygusal açıdan ele alınmasıdır (Çıkrıkci, 2015: 29). Bireyin kendisine saygı ve güven duyması, kendisini beğenmesi gibi durumları tanımlayan benlik saygısı; bireyin yaşadığı olumlu ve olumsuz kendine yüklemiş olduğu değerleri ve bu yaşantı sonucunda gerçekleşen hisleri temsil etmektedir (Okcu, 2019: 16). Birey kendi değerlerinin tümünü yansıtır, tüm duygu ve düşünceleri içinde barındırır. Benlik saygısında birey, kendine olan güvenini ve bu güvenin sağlamış olduğu öz saygıyı da barındırmaktadır (Sharma ve Agarwala, 2013: 117). Kişinin akademik hayatındaki başarısı, sosyal ortamlardaki uyumu ve ruhsal açıdan sağlığı ile benlik saygısı olumlu ilişkiler içerisinde. Bu nedenle yüksek yani olumlu benlik saygısına sahip kişiler daha mutlu, bütün ortamlara uyum sağlayan ve daha çok başarı elde edebilen sağlıklı bireylerdir. Ayrıca bu kişiler kendilerine bakarken ve kendilerini değerlendirirken daha olumlu bakış açısıyla yaklaşır (Pişkin, 1996: 46-47).

Benlik saygısının değerlendirilmesi iki süreçten oluşmaktadır. İlk olarak birey, toplumsal kimliğinin görünüşü ile yeteneğini başka kişilerle karşılaştırır, ardından kişiler ile iletişim sağlayarak kendisini değerlendirir. (McMullin ve Cairney, 2004: 76-77'den aktaran: Avcı, 2013: 16). Birey, kendi iç dünyasını dış çevredeki ortama göre şekillendirir ve bu sayede farklı şekillerde davranış biçimleri gösterir. Birey öncelikle kendine sorular sorarak benliğini tanımaya çalışır, daha sonra bulunduğu çevre içerisinde hangi konumda olmak istediğini sorgular (Aydan, 2020: 10-11). Kişi benliğinin farkına ancak kendi ile ilgilenir ve kendisine

yoğunlaşırsa varır ve bu farkına varış kişinin geleceğini planlaması açısından önem arz etmektedir. Benlik saygısı içinde yer alan ideal benlik ile mevcut benlik arasındaki farkın artması durumunda benlik saygısında düşme olur ve bu durum iç çatışmayı ortaya çıkarır (Okcu, 2019: 20). Benlik saygısı düşük olan kişiler; utangaç, çekingen, kendini tanıtmakta zorlanan, özgüveni düşük kimseler olurlar. Benlik saygısı yüksek olan kişiler sürekli kendini geliştirmeye odaklanırken düşük olan kişiler, her konuda düşük başarı seviyesine sahip olurlar (Seki, 2020: 17). Kişinin kendini bulması ya da kişinin kendini değersiz görmesi durumunda, mutluluk veya hayal kırıklığına neden olan sonuçlar doğrultusunda kişi kendisine daha çok değer verebilir. Ancak kişiler, olumsuz algı durumunda düşük benlik saygısına sahipken, kabul görme ve onaylanma gibi duygularda yüksek bir öz saygıya sahiptirler (Yazgan İnanç, Bilgin ve Kılıç Atıcı, 2007: 261'den aktaran: Avcı, 2013: 16).

1.4.2.2. Yaşam Memnuniyeti

1980'li yıllarda pozitif psikolojinin gelişmesi ile memnuniyet, doyum ve mutluluk kavramlarına ilişkin konularda daha çok çalışmalar yapılmaya başlanmış ve literatürde yaşam memnuniyeti kavramı ile ilgili araştırmalar artmıştır (Saygılı, Onay ve Ayhan 2017: 62). Yaşam memnuniyeti konusunda yapılan araştırmalarda üç temel amaç vardır. Birincisi; kişinin mevcut hayatındaki memnuniyet düzeyi ve ikincisi, mevcut hayatındaki yaşam memnuniyeti ile oluşan memnuniyet sonuncunun karşılaştırılması üçüncüsü ise geniş çapta kullanılan yaşam memnuniyet ölçeklerinin, kişinin mevcut hayatındaki stresler sonucu oluşan fiziksel ve ruhsal rahatsızlıklar ile bu rahatsızlıklardan kurtulmanın düşük düzeyde olup olmadığının test edilmesidir (Lavalley, Hatch, Michalos ve Mckinley 2007: 201-244'ten aktaran: Akın ve Yalnız, 2015: 96).

Yaşam memnuniyeti geçmişten günümüze kadar üzerinde en çok durulan konulardan biri haline gelmiştir. Kişinin, yaşamından ne kadar hoşnut olduğunu ve kişinin kendi yaşamına pozitif yönden yaklaşarak değerlendirmesini kapsar (Veenhoven, 1996: 3). Memnuniyet Latince "yeterince yapmak" anlamına gelen bir kelimedir (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985: 71). Yaşam memnuniyeti kavramı, kişinin öznel olarak iyi ve tatmin olma durumu şeklinde açıklanabilir (Saygılı, Onay ve Ayhan 2017: 62). Yaşam memnuniyeti hayattan alınan zevki

içermekte ve kişilerin hayatlarından ne kadar hoşlandığını göstermektedir (Veenhoven, 1996: 17'den aktaran: Kümbül Güler ve Emeç, 2006: 131). Yaşam memnuniyeti, bireyin yaşamış olduğu hayat kalitesini, bireyin kendi belirlemiş olduğu kriterlere uygun bir biçimde bütünüyle ele alıp değerlendirmesi sonucunda ulaşılmış olduğu olumlu derecelendirmelerdir (Diener, Emmons, Larsen ve Griffin, 1985: 71). Yaşam memnuniyeti, belirli bir zaman dilimini değil tüm zaman dilimlerini kapsayan bir tabir olup aynı zamanda da bireyin hayatta sahip oldukları ile sahip olmak istedikleri arasındaki farkın seviyesini gösteren bir kavramdır. Yaşam memnuniyeti, kısa anlık durumları değil uzun vadeli durumları temsil etmektedir (Saygılı, Onay ve Ayhan 2017: 63). Yaşam memnuniyeti, kişilerin hayata bakış açılarını, hayattan beklentilerini ve bunlara karşı tepkilerini gösteren psikolojik bir özelliktir. Yüksek bir yaşam memnuniyeti elde etmek, her bireyin en temel amaçlarından birisidir (Mert ve Ardahan, 2014' den aktaran: Akın ve Yalnız, 2015: 96). Eğer birey kendini severse, hayatından mutlu olursa ve hayatı istediği şekilde ilerlerse, yaşamdan almış olduğu memnuniyet düzeyini de göstermiş olacaktır (Aydan, 2020: 20). Bu memnuniyetin, sağlık, huzur, uzun yaşam, bireysel ya da sosyal olarak göstermiş olunan davranışlar, verimlilik sağlama gibi konularda etkili olduğu söylenmektedir (Kayagil, 2020: 20).

1.4.2.3. İyimserlik

İyimserlik davranışı, kötü durumlara yaklaşmaktan kaçan, gerekli tedbirleri alarak olumlu yanlar üzerinde duran ve gelecek için olumlu beklenti içerisinde bulunan bir tür yetenektir (Seligman, 1990: 4-5'den aktaran: Kümbül Güler ve Emeç, 2006: 131). İyimser bireyler, karşısına çıkan bütün durumlar ve olaylarda olumlu bir bakış açısı gösterir (Ergün Başak ve Can, 2018: 773). Yine iyimser olan bireyler hayatlarında ne kadar olumsuzluk yaşamış olurlarsa olsunlar geleceğe umutla bakabilirler (Erdoğan, 2021: 400). Onlar; amaç ve hedeflerinden vazgeçmeden, pes etmeyip bıkkınlık göstermeden davranış biçimlerini ortaya koyan kişilerdir (Avşaroğlu ve Akçeşme, 2018: 21). Bu nedenlerden dolayı iyimserlik, bireylerin psikolojik açıdan iyi oluş durumu ile güçlü bir bağlantı içerisinde (Günay ve Çelik, 2019: 208). İyimserler tüm zorluklara karşı koyabilmekte ve gerçekleşen zorlu durumları çok fazla önemsemeden kendilerine güvenmektedirler. Yaşama karşı mutlu bir tavır sergilerler, yaşam içerisinde çok

fazla beklentileri yoktur ve kendilerini değerli görerek, güzel değerlendirme yapabilirler. Tüm delilleri değerlendirebilir ve insan ilişkilerinde sağlıklı iletişimi rahatlıkla kurabilirler (Kutlu, Balcı ve Yılmaz, 2004: 2). İyimserlik bir kişilik özelliği ve düşünce şekli olarak görülebilir. Bireylerin düşünce ve bu düşünceyi kullanabilme biçimleri, olaylara karşı olumlu veya olumsuz olarak yaklaşım şekilleri ile sağlıklı veya sağlıklı olmayan durumlara dönüşebilmekte ve iyilik hallerini etkileyebilmektedir (Türküm, 1999'den aktaran: Karagöz, 2011: 16). İyimser kişiler, yaşanan olaylar ve durumlar karşısında olumsuzlukları yok sayarak ve olumlu kararlara odaklanarak, nasıl daha iyi sonuçlar elde edilebileceğine odaklanırlar. Bu nedenle iyimserlik, stres durumunu ortadan kaldıran ve ruh sağlığına olumlu etkiler sağlayan bir olgudur (Ergün Başak ve Can, 2018: 781). Birey yaşanan olaylar karşısındaki bakış açısını olduğu gibi kabul edip, değiştirmeye çalışma çabası içerisine girmeden geleceğe odaklanarak iyimser yaklaşımlar sergilerse daha sağlıklı bir yaşam sürdürebilir (Çıkrıkci, 2015: 31).

İyimserlik, iki farklı türde olabilmektedir. Birincisi kişilik özelliği olarak her an her koşulda, olaylar karşısında olumluya odaklanılması durumu, ikincisi ise duruma özgü olarak belli bir durumun olumlu sonuçlanacağına dair inanılan yaklaşım durumudur (Bacanlı ve Ercan, 2016: 9). Olaylara iyimserlik ile yaklaşan kişilerin, geleceğe karşı olumlu avantajlar elde edebileceklerine dair inanışlarında; kişilik özelliklerine bağlı inanışlar ya da sonradan deneyimlerle öğrenilebilecek inanışlar olarak ikiye ayrılmaktadır (Çıkrıkci, 2015: 33). İnsanların dünyaya karşı bakış açıları farklılık göstermektedir ve bazı kişilerin bakış açıları olumlu yönde olmaya eğilimlidir. İyimser kişiler, işlerin yoluna girmesini beklerler, iyi şeylerin olacağına her daim inanırlar ve olumlu beklentileri ile iyimser bir yapıdadırlar (Scheier ve Carver, 1985: 219).

İyimserlik kavramında ele alınması gereken bir diğer konu da karşılaştırmalı iyimserlik yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda kişiler, kendilerini başka kişiler ile karşılaştırmakta ve iyimser olan kişiler, diğer kişilerin de kendileri gibi olduğunu düşünerek bu kişilere sorgusuz bir şekilde inanıp güvenmektedirler. İyimser olmak, haksızlıkları görmemezlikten gelip kişinin hayatına devam etmesi demek değil, aksine bu haksızlıkların oluşmaması için önlemler alabilmektir (Tarhan, 2013: 89).

1.4.2.3.1.İyimserliğin Düzenleyici Rolü

İyimserlikte; güçlülük, uyumluluk, öz yeterlilik gibi kişisel özellikler, stresli ruh sağlığı durumlarını azaltabilmektedir. Kişiler kendilerine ve diğer insanlara karşı iyimser olduklarında; stres, üzüntü veya mutsuz duygular karşısında daha dayanıklı oldukları görülmektedir (Yöndem, 2006'dan aktaran: Kızıлтаş, 2019: 39). İyimserlik, herhangi bir başarısızlığın ortaya çıkması durumunda bunun gelip geçici olduğunun bilinmesi ve bu başarısızlığı ortaya çıkartan durumun düzeltilebilmesi için yapılması gerekenlere odaklanılması gerektiği, hiçbir başarısızlığın yaşamda kalıcı olmadığını savunur. İyimserler tüm zorluklara ve engellere rağmen dirençlidir ve sonucu belli olmayan konularda dahi başarı odaklı yaklaşımlarda bulunarak daha verimli sonuçlar elde ederler (Karagöz, 2011: 20-21). Özellikle stresli durumları kontrol edebilirler ve bunun yanı sıra meydana gelen problemleri olumlu yönde sonuçlandırabilirler. Oluşan problem durumunu en iyi şekilde ortaya koyar, durumu kabullenir ve yaşadığı deneyimler sayesinde değiştirilemeyen durumlarla başa çıkabilirler (Scheier ve Carver, 1992: 209-219). İyimser kişiler, karamsar kişilere göre hayatlarının daha ilginç ve renkli olduğunu, bununla beraber sıkıntılardan da uzak durduklarını söylemektedirler. İyimser kişilerin, diğer kişilerle olan ilişkisinde ve işlerinde daha fazla memnuniyet aldıkları söylenebilir (Scheier ve Carver, 1992: 204). İyimser kişiler, ister çalışma hayatlarında olsun ister kurumdaki herhangi bir değişim durumunda olsun kendilerine ne olacağı konusunda sürekli olumlu yaklaşım sergilerler (Chhajer vd., 2018: 225). Bu bağlamlar da iyimserlik yaklaşımının düzenleyici bir etkisinin de olduğu görülmektedir.

1.4.3. Olumlu Yönelim ve İyimserlik ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Literatür incelendiğinde olumlu yönelim ve iyimserlik ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalar ile araştırma konuları şu şekildedir:

Caprara vd., (2010) çalışmalarında, kişinin hayatı ve geleceğiyle ilgili değerlendirmelerin "*Olumlu Yönelim*" olarak adlandırıldığını savunmuşlardır. Alessandri vd., (2014) çalışmalarında, öz-yeterlilik, olumlu yönelim ve iş katılımının yüksek olmasının iş performansını artırmak için çok önemli olduğunu savunmuşlardır. Alessandri vd., (2012) çalışmalarında, olumlu yönelim; uyum ve başarıyı ön plana çıkartabilirse, bu durumun olumlu sonuçlara neden olacağını,

bireyin kendi performansını ve işteki ilişkilerini geliştirmeye yönelik iş deneyimlerinde ve olumlu bir tutumun güçlendirilmesine de katkıda bulunabileceğini savunmuşlardır. Çikrikci ve Gençdoğan (2016) çalışmalarında, olumlu yönelimin cinsiyete dayalı olarak ölçümü değiştirmediğini savunmuşlardır. Aydın ve Tezer (1991) çalışmalarında, iyimserlik düzeyi yüksek olan kişilerin her zaman daha iyi performans gerçekleştireceği ve bu kişilerin yüksek bir başarı göstereceği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar çalışmalarında, iyimserlik ölçeği içerisinde yer alan özel öz-bilinçlilik düzeyi yüksek kişiler arasında, özel öz-bilinçlilik düzeyi düşük olan kişilerden daha güçlü olma eğiliminde olduğunu ortaya koymuşlardır (Scheier ve Carver, 1985). Erdoğan (2021) çalışmasında, iyimserlik, akademik başarı ve yaşam doyumu arasında ilişkilerin bulunduğu ve öğrencilerin iyimserlik düşünceleri arttıkça akademik başarılarının da arttığı ve bunun sonucunda da yaşamdan daha fazla doyum aldıkları sonucuna ulaşmıştır. Yine bir başka çalışmada araştırmacılar öğrencilerin psikolojik iyi oluşlarının ve iyimserliklerinin, kariyer streslerinin etkili bir yordayıcısı olduğunu vurgulamışlardır (Günay ve Çelik 2019). Bacanlı ve Ercan (2006) çalışmalarında, deprem felaketini yaşayan üniversite öğrencilerinin depremden sonra deprem stresıyla başa çıkmada kullandıkları stratejilerin, iyimserlik düzeylerine ve cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Sürücü (2016) çalışmasında, konaklama işletmesinde çalışanların orta düzeyde iyimserliğe, yaşam doyumuna ve mutluluğa sahip olduğunu savunmakta ve çalışanların iyimserlik düzeyleri ile yaşam doyum ve mutluluk düzeyleri aralarında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu vurgulamıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI, İŞLETME PERFORMANSI VE İYİMSERLİK İLİŞKİSİ

2.1.Kriz Yönetim Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

Kriz, ortaya çıktığında tüm işletmelerin hedeflerini ve mevcudiyetini tehdit eden, yöneticileri, paydaşları ve çalışanlarını sıkıntıya sokan, çok yönlü ve karmaşık özelliğe sahip bir olgudur. Kriz, ilk olarak insanların temel içgüdülerinin güvenini tehdit edebilmekte ve bu durum çalışanların motivasyonlarının düşmesine neden olmaktadır (Akıncı, 2011: 133-137). Bunun sonucunda kriz, işletme performansına da etki edebilmektedir. Kriz durumlarında işletme performansını arttırabilmek için kriz anını fırsata çevirmek önemli ve gereklidir (Şendoğdu, 2009: 19). Krizi fırsata çevirmenin en önemli faktörü ise her zaman krize hazırlıklı olup, kriz yönetim uygulamalarını (örneğin İKY Uygulamaları, Bakım-Onarım Uygulamaları, Devlet Destekleri Uygulamaları, Pazarlama Uygulamaları gibi uygulamaları) faaliyete geçirebilmektir (Çiftçi, 2015: 58-60). Kriz yönetimi şirketlerde en üst düzey yönetici seviyesindeki kişilerce ele alınmasını gerektiren bir konuyu içermektedir (Zerenler, 2003: 104). İşletmeler anında yaptıkları organizasyonlar ile yenilikler ortaya çıkarabilmeli, krizin önemli noktalarına odaklanabilmeli, krize yönelik stratejiler oluşturabilmeli ve yerinde düzenlemeler yaparak uygulamaya geçebilmelidir (Akgeyik, 2003: 2).

Kriz yönetim uygulamalarının amacı; kriz ile ortaya çıkabilecek olumsuz unsurların yarattığı etkiyi ortadan kaldırabilmektir (Seymen, Bolat ve Çeken, 2004: 125'den aktaran: Kılıçhan ve Caner, 2019: 3203-3204). Böylelikle işletme performansına olumlu bir etki ve sürdürülebilir bir performans sağlanmış olur. İsraili ve Reichel, (2003) yürüttükleri araştırmanın sonucunda, kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Buradan yola çıkılarak araştırmanın ilk hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

H1: İşletmelerin kriz yönetim uygulamaları işletme performansı üzerinde olumlu etkiye sahiptir.

H1a: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler.

H1b: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler.

H1c: İşletmelerin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler.

H1d: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler.

2.2.İyimserlik ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

İyimserlik, hayatta olumlu olayların gerçekleşeceğine inanılan beklentiler olarak tanımlanırken, beklentileri olan bireylerin sorunlara karşı daha güçlü ve dayanıklı olabileceğine vurgu yapılmaktadır (Gündoğdu, 2005: 153). İyimserlik yaklaşımı, birey açısından güzel, olumlu ve tatmin edici algılanan kazanımların var olacağını savunmaktadır (Carver ve Scheier, 2001'den aktaran: Çikrıkci ve Gençdoğan, 2016: 1437). İyimserlik yaklaşımı, insanların zor zamanlarında neler yapabildiğini ve zorlukların üstesinden gelebilme yeteneğini doğrudan etkileyebilme gücüne sahiptir (Scheier ve Carver, 1992: 202).

İşletme performansı işletmenin amaçları için gerçekleşmesi gereken tüm çabaları değerlendirmektedir (Akal, 1992: 1'den aktaran: Yıldız, 2010: 180). Performans, bir işletmenin misyonunu, vizyonunu ve stratejisini gerçekleştirmede önemli bir değişkendir (Paksoy ve Ersoy, 2016: 416). İşletme yönetiminin temel görevi; işletmenin amaç ve sorumluluklarını en iyi şekilde başarılı olarak gerçekleştirmesidir. Yönetimin varlığı kadar işletmenin varlığı ve sürekliliği de performansa bağlıdır (Küçük vd., 2019: 584). Performans hedeflenen işe yönelik başarının oluşabilmesi için istenilen faaliyetlere yönelik verimlilik, yetenek ve memnuniyet gibi kavramlarla, gerçekleştirmek istenilen faaliyetlerin derecelerini belirleyen bir unsurdur (Avcı ve Topaloğlu, 2008: 339'dan aktaran: Özer, 2011: 73). Bireyin ve örgütün başarı düzeyinin gösterilmesinde ortaya konulan performans düzeyi önce bireyi sonra bireyin bağlı olduğu işletmenin başarı düzeyine etki edebilmektedir (Bozkurt ve Ercan, 2017: 252). Birey, örgüt ve

yönetim kriz dönemlerinde iyimserlik ile yaklaştıkları takdirde işletmenin performansı bu durumdan olumlu etkilenecektir. Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2:İşletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır.

2.3.Kriz Yönetim Uygulamaları ve İşletme Performansı Arasında İyimserliğin Düzenleyici İlişkisi

Kriz, işletmelerin örgütsel ve yönetsel süreçlerinde işleyiş bozukluklarına sebep olan, yapılan örgütsel düzenlemelerin büyük bir ölçüde zarar görmesine sebebiyet veren ayrıca plansız, programsız şekilde ortaya çıkan sorunların çözüm yollarında yetersiz kalınmasına neden olan gerilim durumudur (Tutar, 2000: 16'dan aktaran: Aydın, 2010: 43-44). Krizler, işletmenin en başta hedeflerini tehdit eden, önlemede ise zaman sınırlılığı olan, kriz ortaya çıktığında da karar vericileri şaşırtan ve bu sebepten dolayı da yüksek oranda stres yaratan durumlardır (Littlejohn, 1983: 23'de aktaran: Zerenler, 2003: 102). Kriz yönetimi, olası bir kriz döneminde veya yaşanmış bir kriz döneminde analizlerin yapılması, krizlere neden olan sorunların çözülmesi ve bu dönemlerin mümkün olduğunca en az hasarla atlatılmasını sağlayan faaliyet olarak ifade edilebilir. Günümüzde yöneticiler krizlerin işletmeyi etkileyip etkilemediğine bakmaksızın, ayrıca işletmenin her an bir krizle karşılaşabileceklerini düşünerek işletmelerini kriz ortamından nasıl çıkabileceklerine dair her zaman hazırlıklı olmak zorundadırlar (Zerenler, 2003: 126).

İşletmenin bütün alanlarında, bilhassa stratejik yönetim için uzman yöneticilerin devamlı olarak kullandığı işletme performansı, örgüt içindeki amaçların ne ölçüde gerçekleştiğini belirlemek için de kullanılmaktadır (Bakoğlu, 2001: 39). İşletme performansı işletmenin eksik olan kaynaklarının görülmesi ve giderilmesi, performansı etkileyen faktörlerinin de belirlenip kontrol edilmesi ve kaynakların da buna göre düzenlenmesi, ileriye dönük hedeflerin daha net bir şekilde temellerinin kurulması ve hedeflere zamanında daha verimli yollardan ulaşılabilmesi açısından önemlidir (Bayyurt, 2007: 578). İşletmenin performansını arttırmak için yönetimin ve işletme çalışanlarının iyimserlik ile yaklaştıkları takdirde bu faaliyetleri daha iyi bir şekilde yerine getirmiş olacaktır.

Pozitif psikolojinin değişkenlerinden birisi olan iyimserlik, bir kişinin çok daha iyi bir performans göstermesi, amaç ve hedeflerinin gerçekleşme olasılığının daha güçlü olması, zihinsel ve fiziksel bir sağlığa daha iyi şekilde sahip olması gibi pozitif çıktılar ile ilişkilendirildiğı ve ileri de herhangi bir durum karşısında kötü olayların gerçekleşmesinden daha çok, iyi olayların gerçekleşeceğine inanılan bir yaklaşımdır (Segerstrom, 2007: 772-775). Buna göre, daha pozitif nitelikteki çalışanlar, strese karşı daha yüksek dirençli kişiler olarak ayrıca kişisel kaynakların daha fazla kullanılabilirliğine sahip olmaları sayesinde daha yüksek iş performansı sunabilirler (Alessandri vd., 2012: 4). Bu sebepten dolayı kriz dönemlerinde uygulanan kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici bir rolü olacaktır. Buna bağılı olarak çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

H3: İşletmenin kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır.

H3a: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır.

H3b: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır.

H3c: İşletmenin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır.

H3d: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

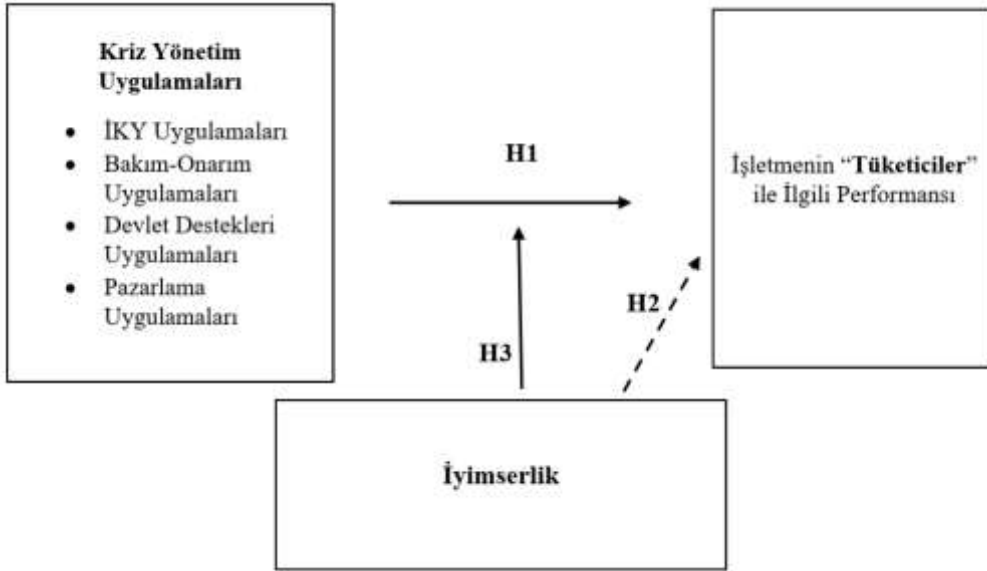
COVID-19 KÜRESEL SALGINI SÜRECİNDE TURİZM İŞLETMELERİNİN KRİZ YÖNETİM UYGULAMALARI İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİDE İYİMSERLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 3.1.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın yaklaşımı, nicel araştırma yöntemidir. Nicel araştırma, bilimsel verilere dayanarak bilgi elde etmek için gerçeğin sayısal verilerle gösterilebileceği, ölçülebileceği ve değerlendirebileceği bir süreci ele alan araştırmadır (Şimşek, 2018: 86). Araştırmanın deseni, nicel araştırmalar içerisinde yer alan deneysel olmayan nicel araştırma olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yöntemi, tarama araştırma modeli içerisinde yer alan genel tarama araştırmasının türü olan ilişkisel tarama araştırmasına dayalı nicel bir araştırmadır.

Tarama araştırma modelleri; yapılan bir çalışmanın belirlenmiş konusuna bağlı olan ilgili değişkenlerin özelliklerini ortaya koyma amacı taşımaktadır. Tarama araştırma modelleri istatistiksel ölçümlerle birlikte kişilerin belirli konulardaki tutumlarını, düşüncelerini, inanışlarını ve özelliklerini belirlemeye yönelik anket tekniği kullanılarak tespit edilebilmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 187). Genel tarama araştırmalarından biri olan ilişkisel tarama araştırması; iki veya daha fazla değişken arasında, birlikte değişim varlığını ya da derecesini tespit etmeyi amaçlayan araştırmalardır. İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişki düzeyini istatistiksel testler kullanılarak ölçülmeye çalışılmaktadır (Karasar, 2012'den aktaran: Şahin vd., 2013: 39). Araştırmada öncelikle salgın hastalıklar, kriz yönetimi, işletme performansı ve iyimserlik hakkında teorik ile ampirik çalışmalar incelenmiş ve literatür taraması yapılmıştır. Daha sonra turizm işletmelerindeki çalışanlara, salgın sürecindeki kriz yönetim uygulamaları ile işletmelerinin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici etkisinin olup olmadığını belirlemek amacıyla anket tekniği uygulanmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Araştırma modelinde kriz yönetim uygulamaları, işletme performansı ve iyimserliğin düzenleyici rolü arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Düzenleyici değişken, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkide önemli rol oynar. Aynı zamanda düzenleyici değişken bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin gücüne ve yönüne etki etmektedir. Düzenleyici etki, iki değişken arasındaki ilişkide bir diğer üçüncü değişkenin değerleri ile birlikte iki değişkenin göstermiş oldukları değişimlerdir (Avcı Vardar, 2019: 24). Kriz yönetim uygulamaları (İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY), Bakım-Onarım, Devlet Destekleri ve Pazarlama Uygulamaları) “Bağımsız Değişken”, işletme performansı (Tüketiciler) “Bağımlı Değişken” ve iyimserlik “Moderatör Değişken” olarak belirlenmiştir. Araştırmada kriz yönetim uygulamalarının işletme performansına etkisi ve olumlu yönelimin işletme performansına etkisi araştırılmış olup, kriz yönetim uygulamaları ve işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyicilik rolü araştırılmıştır.



Şekil 3. Araştırmanın Modeli

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni, TR90 Bölgesi Düzey 2 de (Trabzon, Giresun, Rize, Ordu, Artvin, Gümüşhane) faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde ki çalışan personelden oluşmaktadır.

TR90 Bölgesi “*Karadeniz Bölgesinde yer alan Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon illerindeki sektörlerin tanımlanması, önceliklendirilmesi konusunda yürütülen çalışmaların sonuçlarını ve söz konusu sonuçlar üzerine geliştirilen kümelenme stratejisi ve eylem planını içermektedir*” (Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı [DOKA] TR90 Bölgesi Kümelenme Stratejisi ve Eylem Planı, 2014: 6). Çalışmada anket soruları işletme sahipleri, genel müdür, departman şefleri (insan kaynakları, satış ve pazarlama ve ön büro) ve diğerleri tarafından cevaplanması istenmiştir.

Ankette uygulanacak örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için;

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N-1)d^2 + PQZ^2}$$

formülü kullanılmıştır (Özer,2004). Formüldeki ifadeler;

n = Örnek kütle büyüklüğü

N = Ana kütle hacmi

P = Evrendeki X’in gözlenme oranı

Q = Evrendeki X’in gözlenmeme oranı

Z = %(1-a) düzeyinde Z test değeri

a = Önem düzeyi

d = Hata (Tolerans) payıdır (Serçemeli, Kurnaz ve Özcan, 2015: 266). Hata payı % 5 olarak belirlenmiştir. TR90 Bölgesi Düzey 2’de yer alan illerdeki turizm işletme belgeli konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri ele alınmıştır. COVID-19 Küresel Salgın mücadelesi kapsamı içerisinde gerçekleştirildiği için TR90 Bölgesi illerinde bulunan ilgili işletmeler de açık olan işletmelerden çalışan personel sayısı alınıp hesaplanarak toplam ana kütle hacmi 825 olarak belirlenmiştir.

$$n = \frac{825(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(825-1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2} = 262$$

Araştırmanın örneklem büyüklüğü en az 262 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada örneklem büyüklüğünü belirlemek için olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde araştırmacı, ihtiyaç duyulan örneklem sayısına ulaşana

kadar kolay ve ulaşılabilir olan deneklerden veri toplamaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 201).

3.1.3.Verilerin Toplanması

Çalışma kapsamında analize tabii tutulan veriler Ağustos 2020-Ekim 2020 tarihleri arasında hem yüz yüze hem de elektronik ortamda toplanmıştır. Araştırmada, nicel araştırmalarda veri toplamak için sıklıkla tercih edilen birincil veri toplama tekniklerinden birisi olan anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 400 kişiye anket uygulanmıştır.

3.1.3.1. Veri Toplama Araçları

Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde “*Demografik Özelliklere*” ilişkin sorulara yer verilmiştir. Demografik özellikler ve diğer değişkenler; cinsiyet, yaş, eğitim, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi, işletmedeki pozisyon, işletmenin faaliyet süresi, işletmenin sınıfı, işletmenin hukuki statüsü, işletmenin personel sayısı ve işletmenin kriz yönetim planının olup olmadığına ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde işletmelerin kriz yönetimin de uygulamış oldukları uygulamaların düzeylerini ölçmek için İsraili ve Reichel (2003) tarafından geliştirilen, Çiftçi (2015) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 21 maddeden ve 5’li likert tipi derecelendirmeden oluşmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen, Sürücü (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Olumlu Yönelim*” ölçeğinin boyutlarından birisi olan “*İyimserlik Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 12 maddeden ve 5’li likert tipi derecelendirmeden oluşmaktadır. Son olarak çalışmanın dördüncü bölümünde Kuşluvan ve Eren (2008) tarafından geliştirilen “*İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 5 maddeden oluşmaktadır ve ilgili personelden 5’li likert tipi derecelendirme ile işletmelerini rakiplerine kıyasla değerlendirmeleri istenmiştir.

3.1.4.Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS.22 istatiksel uygulama programı kullanılarak analiz edilmiştir. Uygulanan testler ile elde edilen veriler, bulgular kısmında yorumlanmıştır.

3.1.4.1. Ölçeklerin Geçerlik, Keşfedici /Açımlayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Bir araştırmada ölçüm verilerine bakılarak genelleme yapmadan önce araştırma süreci ve toplanan veriler hakkında araştırmacı bilgi vermelidir. Araştırmadaki istatistiksel analizler ve elde edilen bulguların değeri “geçerliliğe” bağlıdır. Eğer toplanan verilerde geçerlilik sorununa rastlanıyorsa, istatistiksel analiz ne kadar yapılırsa yapılsın, bu araştırmanın ve ölçümün bilimsellik değeri sınırlı olacaktır (Şencan, 2005: 723).

Geçerliliğin türleri mevcuttur. Bunlardan bir tanesi ise yapı geçerliliğidir. Yapı geçerliği; “ölçeğin ölçülmek istenen davranış bağlamında soyut bir kavramı (faktörü) doğru ölçüp ölçmediğini gösterir.” Yapı geçerliğini ölçmek için de faktör analizi kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2008’den aktaran: Mete, 2016: 75-76). Çalışma da ölçeklerin yapı geçerliliğini ölçmek için faktör analizi uygulanmıştır. Bu yüzden ilk önce verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ve Barlett küresellik testlerine ve güvenirlik analizi için de Cronbach’s Alpha değerlerine bakılmıştır.

Cronbach’s Alpha güvenirlik analizi, Lee Cronbach tarafından 1951 yılında ortaya atılmış olup, ölçeğin güvenirliliğini ortaya koyan bir analiz türüdür. Maddeler ikili olarak kodlanmadığından, bir iç tutarlılık analizi olan likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır (Öncü, 1994’den aktaran: Ercan ve Kan, 2004: 213).

Ölçeklerin güvenirliliği Cronbach’s Alpha katsayısı ile hesaplanmıştır. Testin güvenirliliği için hesaplanan güvenirlik analizi katsayısının $0,61 < \alpha < 0,80$ aralığında olması güvenirliliğin iyi düzeyde olduğunu ve $0,81 < \alpha < 1,00$ aralığında olması güvenirliliğin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2011: 605).

3.1.4.1.1.Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği

Yapı geçerliğine kanıt sağlamak amacıyla faktör analizine uygunluğunu belirlemek için KMO ve Bartlett küresellik testlerinin sonuçlarına bakılmıştır. Analizin sonucunda KMO değerinin 0,846 olduğu görülmektedir. Bu değerin 0,6’dan büyük olması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett testi ise değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini analiz eder. Bu değer 0,05’ten küçükse, bu veriler faktör analizi için uygundur

(Pallant, 2005: 182'den aktaran: Mete, 2016: 76). Bu bağlamda “kriz yönetim uygulamaları” ölçeği Bartlett değerinin anlamlı olduğu görülmektedir (bk. Tablo 3).

Tablo 3. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test	0,846
Bartlett's Test of Sphericity	$X^2 - 4591,280$ df-210 (p < 0,000)

Buna göre verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüş ve daha sonra faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre İsraili ve Reichel (2003) tarafından geliştirilen kriz yönetim uygulamaları ölçeği, orijinal haline uygun olarak dört boyuta ayrılmaktadır ve bu dört faktörün toplam varyansın %62.253'ünü açıklamaktadır. Dört faktör “*insan kaynakları yönetimi, pazarlama, bakım-onarım, devlet destekleri*” uygulamaları olarak isimlendirilmiştir (bk. Tablo 4).

Kriz yönetim uygulamaları ölçeğinin 21 maddesinin güvenirlik değerine bakıldığında dört ayrı boyut için Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu dört boyutun Cronbach's Alpha değeri ise; insan kaynakları yönetimi boyutunun katsayısı 0,791, pazarlama boyutunun katsayısı 0,865, bakım-onarım boyutunun katsayısı 0,803, devlet destekleri boyutunun katsayısı 0,849 olarak hesaplanmıştır (bk. Tablo 4). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenirliğin iyi ve yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri			
	İKY	Pazarlama	Bakım-Onarım	Devlet Destekleri
K1. İşgücü maliyetlerini azaltmak için personel çıkarırım.	0,599			
K2. İşgücü maliyetlerini azaltmak için, personele ücretsiz izin kullanıdırırım.	0,539			
K3. Haftalık çalışma günü sayısını arttırırım.	0,687			
K4. Personel maaş ödemelerini durdururum.	0,703			

Tablo 4 (Devam) Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

K5. Görev süresi uzun olan personel yerine, işe yeni başlayan personeli çalıştırırım.	0,725
K6. Personeli, sözleşmeli olarak taşeron firmadan temin ederim. (Dış kaynak kullanırım)	0,662
K7. Yerel firmalarla birlikte iç turizme yönelik ortak kampanyalar düzenlerim. (Kredi kartı ile taksit yapma, sanal ödeme imkânı sağlanması gibi).	0,685
K8. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, iç turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	0,688
K9. İndirimli fiyat uygulayıp, özel teklifler sunarım.	0,561
K10. Liste fiyatlarını düşürürüm.	0,484
K11. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, dış turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	0,814
K12. Yeni ürün ve hizmetleri tanıtip, pazarlarım. (catering hizmeti vb.)	0,793
K13. Yeni bölümlere yönelik pazarlama çalışmaları yaparım. (Helal turistler gibi)	0,730
K14. İşletme hizmetlerini kısıtlayarak giderleri azaltırım.	0,782
K15. Bina bakım-onarım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.	0,719
K16. Makine ve ekipman bakım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.	0,836
K17. Ödemeleri ertelerim.	0,761

Tablo 4 (Devam) Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

K18. Kriz döneminde devlet destek vermediği için protesto ederim.	0,785
K19. Kriz döneminde oluşan giderler için sektör bazında hükümetten destek talep ederim.	0,717
K20. Vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında hükümetten ek süre tanınmasını talep ederim.	0,815
K21. Yerel (belediye) vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında ek süre tanınmasını talep ederim.	0,800
Açıklanan Toplam Varyans	%62.253
Cronbach's Alpha	0,791 0,865 0,803 0,849

Ankette kullanılan kriz yönetim uygulamaları ölçeğinin analizleri yapılmadan önce verilerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık (Skewness ve Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Normallik analizinde çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ile +1 arasında olduğunda analize ilişkin verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir (İşleyen ve Küçük, 2013: 203). Verilerin normal dağılması durumunda parametrik testler kullanılmaktadır. Ölçeğin analize yönelik çarpıklık değeri -0,875 ve basıklık değeri 0,701 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

3.1.4.1.2. İyimserlik Ölçeği

Bir diğer ölçek olan “*iyimserlik*” ölçeğinin öncelikle yapı geçerliğine kanıt sağlamak amacıyla faktör analizine uygun olup olmadığına ilişkin KMO ve Bartlett testlerinin sonuçlarına bakılmıştır. Geçerlilik analizinin sonucunda KMO değerinin 0,790 olduğu Bartlett değerinin ise anlamlı olduğu görülmektedir (bk. Tablo 5).

Tablo 5. İyimserlik Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test	0,790
Bartlett's Test of Sphericity	X ² - 1162.448 df-28 (p < 0,000)

Buna göre verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüş ve daha sonra faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen iyimserlik ölçeği, orijinal haline uygun olarak iki boyuta ayrılmaktadır ve bu iki faktörün toplam varyansın %62,211'ini açıklamaktadır. Bununla birlikte ölçekte dört adet “nötr maddesi” (filler items) bulunmaktadır. Ölçeğin orijinalinde de bu dört madde faktör analizine dâhil edilmemiştir. İki faktör “olumlu ve olumsuz” olarak isimlendirilmiştir (bk. Tablo 6).

Tablo 6. İyimserlik Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	
	Olumlu	Olumsuz
İ1. Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu umarım.	0,651	
İ3. Bir işimin ters gitme olasılığı varsa mutlaka ters gider.		0,871
İ4. Olaylara her zaman iyi tarafından bakarım.	0,887	
İ5. Geleceğim konusunda hep iyimserimdir.	0,754	
İ8. İşlerin benim istediğim gibi gitmesini hiç beklemem.		0,748
İ9. Hiçbir şey benim istediğim yönde gelişmez.		0,718
İ11. "Her gecenin bir sabahı vardır" fikrine inanıyorum.	0,733	
İ12. Başıma iyi şeylerin geleceğine pek bel bağlamam.		0,726
Açıklanan Toplam Varyans	%62,211	
Cronbach's Alpha	0,790	0,782

İyimserlik ölçeğinin 12 maddesinin güvenirlik değerine bakıldığında iki ayrı boyut için Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu iki boyutun Cronbach's Alpha değerine bakıldığında ise; olumlu boyutunun katsayısı 0,790, olumsuz boyutunun katsayısı 0,782 olarak hesaplanmıştır (bk. Tablo 6). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenirliğin iyi düzeyde olduğu görülmektedir.

Ankette kullanılan iyimserlik ölçeğinin analizleri yapılmadan önce verilerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık (Skewness ve Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Ölçeğin analize yönelik çarpıklık değeri -0,642 ve basıklık değeri -0,056 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

3.1.4.1.3.İşletmenin “Tüketicilerle” İlgili Performans Ölçeği

Son olarak kullanılan işletmenin “*tüketicilerle*” ilgili performans ölçeğinin öncelikle yapı geçerliğine kanıt sağlamak amacıyla faktör analizine uygun olup olmadığına ilişkin KMO ve Bartlett testlerinin sonuçlarına bakılmıştır. Geçerlilik analizinin sonucunda KMO değerinin 0,886 olduğu Bartlett değerinin ise anlamlı olduğu görülmektedir (bk. Tablo 7).

Tablo 7. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test	0,886
Bartlett’s Test of Sphericity	X ² - 1338.092 df-10 (p < 0,000)

Buna göre verilerin faktör analizine uygun olduğu görülmüş ve daha sonra faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre Kuşluyan ve Eren (2008) tarafından geliştirilen işletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeği, orijinal haline uygun olarak tek boyutludur ve bu tek faktör toplam varyansın %72.045’ini açıklamaktadır. Tek faktör analiz sonuçları Tablo 8’ de görülmektedir.

Tablo 8. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Ölçek Maddeleri	Faktör Yüğü
P1. Müşterilerin memnuniyet düzeyi.	0,893
P2. Müşteriye verilen hizmet kalitesi.	0,906
P3. Müşteri sadakati (tekrar gelen müşteri oranı).	0,880
P4. İşletmenin tüketiciler gözündeki imaj ve itibarı.	0,894
P5. Konuk şikâyetleri.	0,640
Açıklanan Toplam Varyans	%72.045
Cronbach’s Alpha	0,897

İşletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeğinin 5 maddesinin güvenilirlik değerine bakıldığında Cronbach's Alpha değeri 0,897 hesaplanmıştır (bk. Tablo 8). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenirlüğün yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Ankette kullanılan ölçeğin analizleri yapılmadan önce verilerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık (Skewness ve Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Ölçeğin analize yönelik çarpıklık değeri -0,698

ve basıklık değeri -0,288 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

3.2. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve İşletme Bilgilerine

İlişkin Dağılımları

Tablo 9’da araştırmaya katılan 400 katılımcının demografik özellikleri ve çalıştıkları işletme bilgilerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında; katılımcıların %65’ini erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşa göre dağılımı incelendiğinde; %41,5 ile 31-40 yaş aralığının en kalabalık grup olduğu görülmektedir. Bunu %28,5 ile 30 ve altı, %15,3 ile 50 ve üzeri ve %14,8 ile 41-50 yaş aralığı takip etmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Çalıştıkları İşletme Bilgilerine İlişkin Dağılımları (n: 400)

Değişken	(f)	%	Değişken	(f)	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	140	35	30 ve Altı	114	28,5
Erkek	260	65	31-40	166	41,5
Eğitim Durumu			41-50	59	14,8
Lise	69	17,3	50 ve Üzeri	61	15,3
Ön Lisans	116	29	Turizm sektöründe çalışma süreniz?		
Lisans	172	43	1-5 Yıl	78	19,5
Lisansüstü	43	10,8	6-10 Yıl	115	28,7
İşletmedeki çalışma süreniz?			11-15 Yıl	99	24,8
			16 + Yıl	108	27
1-5 Yıl	148	37	İşletmedeki pozisyonunuz?		
6-10 Yıl	100	25	İşletme Sahibi	90	22,5
11-15 Yıl	62	15,5	Genel Müdür	32	8
16 + Yıl	90	22,5	İnsan Kaynakları Müd.	18	4,5
İşletmenizin faaliyet süresi?			Satış ve Pazarlama Müd.	58	14,5
1-5 Yıl	85	21,3	Ön Büro Müdürü	57	14,2
6-10 Yıl	95	23,8	Diğer	145	36,3
11-15 Yıl	70	17,5	İşletmenizdeki personel sayısı?		
16 + Yıl	150	37,5	10 ve Altı	185	46,3
İşletmenizin sınıfı?			11-25	133	33,3
Konaklama İşletmesi	210	52,5	26-49	35	8,8
Seyahat İşletmesi	170	42,5	50-100	33	8,3
Yiyecek-İçecek İşletmesi	20	5	101 ve Üzeri	14	3,5
İşletmenizin hukuki statüsü?			İşletmenizdeki olası krizler için hazırlanmış kriz yönetim planı/planları var mı?		
Esnaf İşletmesi	11	2,8	Var	230	57,5
Şahıs Şirketi	284	71	Yok	170	42,5
Sermaye Şirketi	63	15,8			
Kamu İktisadi Teşebbüs	8	2			
Şirketler Grubu (Holding)	34	8,5			

Eğitim düzeylerine bakıldığında %43 ile en fazla katılımcının lisans mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Turizm sektöründeki çalışma sürelerine bakıldığında %28,7 ile en fazla 6-10 yıl aralığında çalışan katılımcılar görülmektedir. Katılımcıların bulundukları işletmedeki çalışma sürelerine bakıldığında %37 ile en fazla 1-5 yıl aralığında çalışma süreleri görülmektedir. İşletmedeki pozisyonlarına bakıldığında %36,3 ile en fazla diğer bölümlerde çalışan katılımcılar görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelerinin faaliyet sürelerine bakıldığında %37,5 ile en fazla 16+ yıldan fazla faaliyette olduğu görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelerinin hukuki statüsüne bakıldığında %71 ile en fazla şahıs şirketinin bulunduğu görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletme sınıfına bakıldığında %52,5 ile en fazla konaklama işletmesinin olduğu ve %42,5'i seyahat işletmesi, %5'i yiyecek-içecek işletmesinden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelerinin personel sayısına bakıldığında %46,3 ile en büyük yığılma, 10 ve daha az personel aralığında olmuştur. Son olarak katılımcıların çalıştıkları işletmelerde olası krizlere karşı kriz yönetim planının var olup olmadığı sorulmuş olup, %57,5'i var, %42,5'i yok şeklinde yanıt vermiştir.

3.2.2. Katılımcıların Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansına Yönelik Görüşlerinin Dağılımları

Tablo 10'da, katılımcıların kriz yönetim uygulamaları ölçeğine vermiş oldukları yanıtlara ilişkin sonuçlar yer almaktadır. İfadelere verilen cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışanların, kriz yönetim uygulamaları düzeylerinin “(3) Orta Düzeyde Katılıyorum ve (4) Katılıyorum” çevresinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ölçekte “(-)” şekli ile gösterilen olumsuz ifadelerin analizi ters kodlanarak yapılmıştır.

Tablo 10. Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
İşgücü maliyetlerini azaltmak için personel çıkarırım. (-)	3,94	1,04	1	5
İşgücü maliyetlerini azaltmak için, personele ücretsiz izin kullandırırım. (-)	3,68	1,07	1	5

Tablo 10 (Devam) Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları

Haftalık çalışma günü sayısını arttırırım. (-)	4,01	0,98	1	5
Personel maaş ödemelerini durdururum. (-)	4,51	0,81	1	5
Görev süresi uzun olan personel yerine, işe yeni başlayan personeli çalıştırırım. (-)	4,37	0,84	2	5
Personeli, sözleşmeli olarak taşeron firmadan temin ederim. (Dış kaynak kullanırım)	3,93	0,81	1	5
Yerel firmalarla birlikte iç turizme yönelik ortak kampanyalar düzenlerim. (Kredi kartı ile taksit yapma, sanal ödeme imkânı sağlanması gibi).	3,91	1,04	1	5
İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, iç turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	4,38	0,76	1	5
İndirimli fiyat uygulayıp, özel teklifler sunarım.	4,20	0,91	1	5
Liste fiyatlarını düşürürüm.	3,67	0,93	1	5
İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, dış turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	3,77	1,02	1	5
Yeni ürün ve hizmetleri tanıtip, pazarlarım. (catering hizmeti vb.)	4,20	1,01	1	5
Yeni bölümlere yönelik pazarlama çalışmaları yaparım. (Helal turistler gibi)	3,49	0,94	1	5
İşletme hizmetlerini kısıtlayarak giderleri azaltırım. (-)	3,91	1,12	1	5
Bina bakım-onarım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm. (-)	3,38	0,97	1	5
Makine ve ekipman bakım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm. (-)	4,00	1,04	1	5
Ödemeleri ertelerim. (-)	3,73	1,00	1	5
Kriz döneminde devlet destek vermediği için protesto ederim.	2,87	1,18	1	5
Kriz döneminde oluşan giderler için sektör bazında hükümetten destek talep ederim.	4,00	0,83	2	5
Vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında hükümetten ek süre tanınmasını talep ederim.	4,30	0,88	1	5
Yerel (belediye) vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında ek süre tanınmasını talep ederim.	4,31	0,86	1	5

Tablo 11’de, katılımcıların iyimserlik ölçeğine vermiş oldukları yanıtlara ilişkin sonuçlar yer almaktadır. İfadelere verilen cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışanların, iyimserlik düzeylerinin “(3) Orta Düzeyde Katılıyorum ve (4) Katılıyorum” çevresinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ölçekte “(-)” şekli ile gösterilen olumsuz ifadelerin analizi ters kodlanarak yapılmıştır. Ölçekte “(x)” şekli ile gösterilen ifadeler “nötr” (filler items) ifadelerdir.

Tablo 11. İyimserlik Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu umarım.	3,28	0,99	1	5
Rahatlamak benim için kolaydır.(x)	2,99	0,97	1	5
Bir işimin ters gitme olasılığı varsa mutlaka ters gider. (-)	3,90	1,01	1	5
Olaylara her zaman iyi tarafından bakarım.	3,44	0,95	1	5
Geleceğim konusunda hep iyimserimdir.	3,71	1,02	1	5
Arkadaşlarımla birlikte olmaktan hoşlanırım. (x)	4,25	0,95	1	5
Yapacak bir şeylerin olması benim için önemlidir. (x)	4,19	0,92	1	5
İşlerin benim istediğim gibi gitmesini hiç beklemem. (-)	4,03	1,00	1	5
Hiçbir şey benim istediğim yönde gelişmez. (-)	4,07	0,97	1	5
Moralim öyle kolay kolay bozulmaz. (x)	3,13	0,89	1	5
"Her gecenin bir sabahı vardır" fikrine inanıyorum.	4,03	1,08	1	5
Başıma iyi şeylerin geleceğine pek bel bağlamam. (-)	3,77	1,21	1	5

Tablo 12’de, katılımcıların işletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeğine vermiş oldukları yanıtlara ilişkin sonuçlar yer almaktadır. İfadelere verilen cevapların ortalamaları genel olarak incelendiğinde konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışanların, işletmenin tüketicilerle ilgili performans düzeylerinin “(4) Katılıyorum” çevresinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ölçekte “(-)” şekli ile gösterilen olumsuz ifadenin analizi ters kodlanarak yapılmıştır.

Tablo 12. İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeğine İlişkin Görüşlerin Dağılımları

	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Müşterilerin memnuniyet düzeyi.	4,36	0,72	2	5
Müşteriye verilen hizmet kalitesi.	4,31	0,75	1	5
Müşteri sadakati (tekrar gelen müşteri oranı).	4,36	0,74	1	5
İşletmenin tüketiciler gözündeki imaj ve itibarı.	4,36	0,72	1	5
Konuk şikâyetleri. (-)	4,16	0,79	3	5

3.2.3. Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansı Ölçeklerinin Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, bir değişkenin diğer bir değişkenle ilişkisinin yönünü ve şiddetini ortaya koymaktadır. İki değişken arasında pozitif bir ilişki var ise; iki değişkenden biri artarken diğer değişken de artmaktadır. Eğer iki değişken arasında negatif bir ilişki var ise; iki değişkenden biri artarken (azalırken) diğer değişken azalmakta (artmakta) yani ters yönlü ilişki olmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 247). Korelasyon katsayısı (r), -1 ile +1 arasında bir değer olmaktadır. Eğer ki; korelasyon katsayısı +1'e yakın ise iki değişken arasında pozitif bir ilişki vardır. Tam tersi yani -1'e yakın ise iki değişken arasında negatif bir ilişki vardır. Korelasyon katsayısı 0'a yaklaşması değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir (Yüzer vd., 2006: 269'dan aktaran: Mete, 2016: 87). Korelasyon katsayısının 0,30'un altında çıkması düşük, 0,70'in altında çıkması orta, 0,70'in üstünde çıkması ise yüksek dereceli bir ilişkinin olduğunun göstergesidir. Yine de öncelikli olarak bakılması gereken ilişkinin anlamlılık derecesidir (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 248). Bu bağlamda, araştırmaya katılan katılımcıların faktörleri oluşturan ifadelerle verdikleri cevaplar arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Kriz yönetim uygulamaları, iyimserlik ve işletmenin tüketici performansı ölçeklerinin hepsi alt boyutlarıyla birlikte korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizin de “*Pearson Korelasyon Katsayısı*” kullanılmıştır.

Tablo 13. Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansının Korelasyon Analizi Sonuçları

	İKY	Pazarlama	Bakım-Onarım	Devlet Destekleri	İyimserlik Olumlu	İyimserlik Olumsuz	İşletme Performansı
İKY	1	0,502*	0,255*	0,273*	0,387*	0,460*	0,426*
Pazarlama		1	0,198*	0,500*	0,458*	0,413*	0,364*
Bakım-Onarım			1	0,195*	0,082**	0,325*	0,091**
Devlet Destekleri				1	0,495*	0,282*	0,260*
İyimserlik Olumlu					1	0,487*	0,333*
İyimserlik Olumsuz						1	0,257*
İşletme Performansı							1

*p<0,01 **p<0,05

Tablo 13’de kriz yönetim uygulamaları boyutu olan İKY; iyimserliğin olumlu boyutu ile arasındaki korelasyon 0,387; iyimserliğin olumsuz boyutu ile arasındaki korelasyon 0,460; işletme performansı ile arasındaki korelasyon 0,426 olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kriz yönetim uygulamaları boyutu olan pazarlama; iyimserliğin olumlu boyutu ile arasındaki korelasyon 0,458; iyimserliğin olumsuz boyutu ile arasındaki korelasyon 0,413; işletme performansı ile arasındaki korelasyon 0,364 olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Kriz yönetim uygulamaları boyutu olan bakım-onarım; iyimserliğin olumlu boyutu ile arasındaki korelasyon 0,082; iyimserliğin olumsuz boyutu ile arasındaki korelasyon 0,325; işletme performansı ile arasındaki korelasyon 0,091 olmak üzere anlamlı pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Kriz yönetim uygulamaları boyutu olan devlet destekleri; iyimserliğin olumlu boyutu ile arasındaki korelasyon 0,495; iyimserliğin olumsuz boyutu ile arasındaki korelasyon 0,282; işletme performansı ile arasındaki korelasyon 0,260 olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. İyimserliğin olumlu boyutunun; işletme performansı ile arasındaki korelasyon değeri 0,333 olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. İyimserliğin olumsuz boyutunun; işletme performansı ile arasındaki korelasyon değeri 0,257 olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, değişkenler arasında orta ve düşük dereceli bir ilişki olduğu görülmektedir.

3.2.4. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Hipotezleri test etmek için regresyon analizleri yapılmıştır. Tablo 14’de kriz yönetim uygulamalarının genel olarak işletme performansına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar incelendiğinde değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (F:89,631; $p<0,001$). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır. Kriz yönetim uygulamalarının ($*p<0,001$) işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kriz yönetim uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,530’luk bir artışa neden olduğu görülmektedir. Hesaplanan $R^2:0,184$ değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %18,4’ünün kriz yönetim uygulamaları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 14. Kriz Yönetim Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SE	β	t	p	R^2	ANOVA
Sabit	2,230	0,222		10,044	0,000*		F: 89,631
Kriz Yönetim Uygulamaları	0,530	0,056	0,429	9,467	0,000*	0,184	p: 0,000*
R: 0,429		Adj. R^2 : 0,182					

* $p<0,001$ Sabit: İşletme Performansı (Bağımlı Değişken)

Kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir:

$$\text{İşletme Performansı} = 2,230 + 0,530 \times \text{Kriz Yönetim Uygulamaları}$$

Yapılan analizlerden anlaşıldığı gibi, işletmelerin kriz yönetim uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1**: İşletmelerin kriz yönetim uygulamaları işletme performansı üzerinde olumlu etkiye sahiptir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 15’deki bulgulara göre, bağımlı değişken (işletme performansı) ile bağımsız değişken (kriz yönetim uygulamaları) arasındaki ilişkilere yönelik oluşturulan hiyerarşik (sıralı) regresyon modellerinden, kriz yönetim uygulamaları boyutlarını oluşturan modelin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F:27,647; $p<0,001$). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır.

Tablo 15. Kriz Yönetim Uygulamaları Alt Boyutlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Hiyerarşik (Sıralı) Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SE	β	t	p	Tolerance	VIF	ANOVA
Sabit	2,636	0,181		14,585	0,000*			F: 88,419
İKY	0,412	0,044	0,426	9,403	0,000*	1,000	1,000	p: 0,000*
	R: 0,426			R ² : 0,182		Adj. R ² : 0,180		
Sabit	2,671	0,201		13,281	0,000*			
İKY	0,416	0,045	0,431	9,183	0,000*	0,935	1,069	F: 44,192
Bakım-Onarım	-0,014	0,036	-0,018	-0,392	0,695	0,935	1,069	p: 0,000*
	R: 0,427			R ² : 0,182		Adj. R ² : 0,178		
Sabit	2,324	0,225		10,342	0,000*			
İKY	0,371	0,047	0,384	7,917	0,000*	0,854	1,171	
Bakım-Onarım	-0,026	0,035	-0,034	-0,727	0,467	0,922	1,085	F: 33,819
Devlet Destekleri	0,124	0,037	0,155	3,297	0,001**	0,912	1,096	p: 0,000*
	R: 0,452			R ² : 0,204		Adj. R ² : 0,198		
Sabit	2,246	0,225		9,995	0,000*			
İKY	0,316	0,051	0,327	6,242	0,000*	0,720	1,389	
Bakım-Onarım	-0,015	0,036	-0,020	-0,417	0,677	0,901	1,110	F: 27,647
Devlet Destekleri	0,072	0,042	0,091	1,737	0,083***	0,727	1,375	
Pazarlama	0,141	0,052	0,158	2,734	0,007**	0,592	1,690	p: 0,000*
	R: 0,468			R ² : 0,219		Adj. R ² : 0,211		Durbin-Watson: 1,745

*p<0,01 **p<0,05 ***p<0,10 Sabit: İşletme Performansı (Bağımlı Değişken)

Hesaplanan R²:0,219 değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %21,9'unu kriz yönetim uygulamaları boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir. Varyans Enflasyon Faktör (Variance Inflation Factor-VIF) değeri 10'un altında doğrusallık problemi bulunmadığını işaret etmekte olup tolerans değeri de 0,2'nin üstünde olduğundan dolayı anlamlı olarak kabul edilmiştir. Durbin-Watson değeri 1'den küçük ve 3'ten büyük olmadığı için bir sorun olmadığı sonucuna varılmış olup model anlamlı bulunmuştur (Durbin-Watson:1,745).

İnsan kaynakları yönetim uygulaması (*p<0,01), devlet destekleri uygulamaları (***p<0,10), pazarlama uygulamaları (**p<0,05) boyutlarının işletme performansı üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bakım onarım uygulaması boyutunun ise (p:0,677) işletme performansı üzerine anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları yönetim uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde

0,316'lık bir artışa neden olmaktadır. Devlet destekleri uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,072'lik bir artışa neden olmaktadır. Pazarlama uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,141'lik bir artışa neden olmaktadır.

Kriz yönetim uygulamaları boyutlarının işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir:

$$\text{İşletme Performansı} = 2,246 + (0,316 \times \text{İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları}) + (0,072 \times \text{Devlet Destekleri Uygulamaları}) + (0,141 \times \text{Pazarlama Uygulamaları})$$

Yapılan analizlerden anlaşıldığı gibi, işletmelerin insan kaynakları yönetimi uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1a**: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler” hipotezi kabul edilmiştir. İşletmelerin bakım onarım uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkilememektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1b**: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler” hipotezi kabul edilememiştir. İşletmelerin devlet destekleri uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1c**: İşletmelerin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler” hipotezi kabul edilmiştir. İşletmelerin pazarlama uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1d**: İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamaları işletme performansını olumlu yönde etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 16. İyimserliğin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SE	β	t	p	R ²	ANOVA
Sabit	3,072	0,171		17,977	0,000*		F: 54,560
İyimserlik	0,333	0,045	0,347	7,386	0,000*	0,121	p: 0,000*
R: 0,347	Adj. R ² : 0,118						

*p<0,001 Sabit: İşletme Performansı (Bağımlı Değişken)

Tablo 16’da iyimserliğin genel olarak işletme performansına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar

incelendiğinde değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F:54,560; p<0,001). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır. İyimserliğin (*p<0,001) işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar iyimserlikte gerçekleşen her 1 birimlik artışın işletme performansı üzerinde 0,333'lük bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Hesaplanan R²:0,121 değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %12,1'inin iyimserlik tarafından açıklandığını göstermektedir.

İyimserliğin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir:

$$\text{İşletme Performansı} = 3,072 + 0,333 \times \text{İyimserlik}$$

Yapılan analizlerden anlaşıldığı gibi, işletmelerde iyimserlik işletme performansını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H2**: İşletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Düzenleyici etkiyi analiz edebilmek için düzenleyici değişken (iyimserlik) ve bağımsız değişkenin (kriz yönetim uygulamaları) çarpılması ile yeni bir değişken olan etkileşim değişkeni elde edilmiştir. Düzenleyici etki analizinde daha güvenilir bir analiz için SPSS paket programında çalışan PROCESS Macro v3.5 eklentisi ile regresyon analizi yapılmıştır. Düzenleyici değişkenin bağımlı ve bağımsız değişkeni artırıcı-azaltıcı ve karşıt yönde etkisine bakabilmek için de yapılan analizlerden sonra PROCESS Macro v3.5 üzerinden regresyon eğrilerine bakılmıştır.

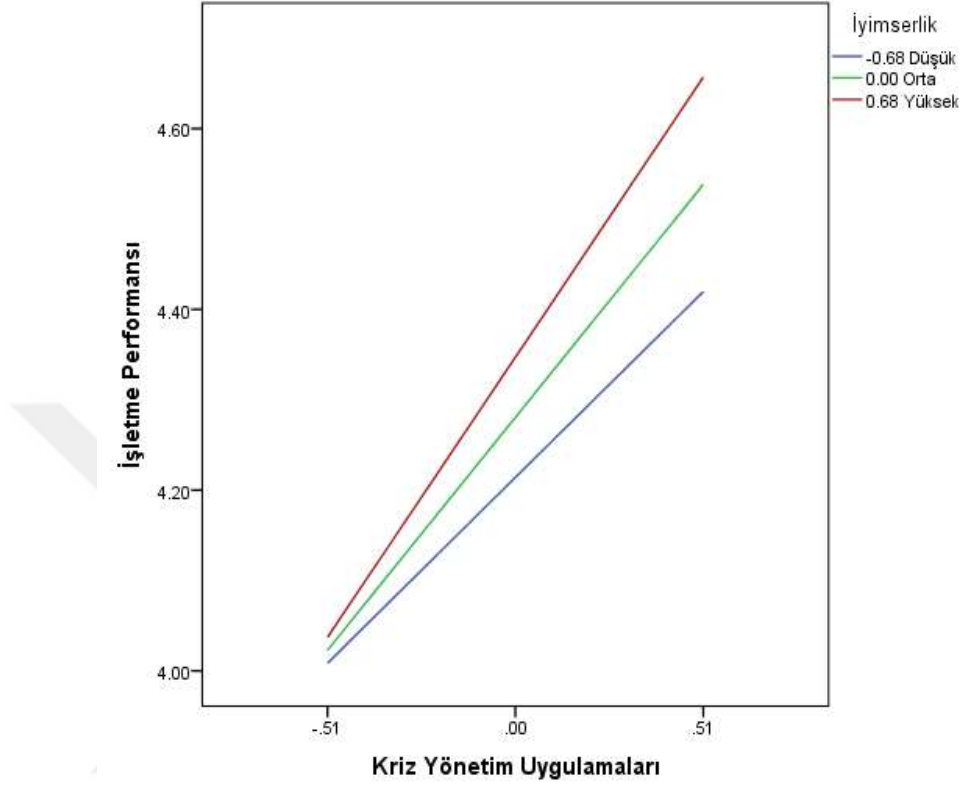
Tablo 17. İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Etkisi

Değişkenler	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
Sabit	4,2805	0,0323	132,4891	0,0000	4,2170	4,3441
Kriz Yönetim Uygulamaları (X)	0,5049	0,0782	6,4563	0,0000	0,3512	0,6586
İyimserlik (W)	0,0972	0,0548	1,7756	0,0766	-0,0104	0,2049
Etkileşim (X×W)	0,1494	0,0684	2,1828	0,0296 **	0,0148	0,2839
R: 0,4468	R ² : 0,1997		F: 32,9312		p: 0,0000*	

*p<0,001 **p<0,05 Sabit: İşletme Performansı (Bağımlı Değişken)

Tablo 17 sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir

(**p<0,05). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H3**: İşletmenin kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilmiştir.



Şekil 4. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişki

Grafikte iyimserliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 4’de iyimserliğin yüksek olduğu durumda kriz yönetim uygulamalarına verilen önemin artması işletme performansını da arttırmaktadır. İyimserliğin orta veya düşük düzeydeki durumlarında da kriz yönetim uygulamalarına verilen önemin artması işletme performansını arttırdığı görülmektedir. İyimserlik düşük düzeyde iken etki 0,4028; orta düzeyde iken etki 0,5049; yüksek düzeyde iken etki 0,6070 olduğu görülmektedir.

Tablo 18’e göre değerlendirdiğimizde; işletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan insan kaynakları yönetimi ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir.

(***p<0,10). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H3a**: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

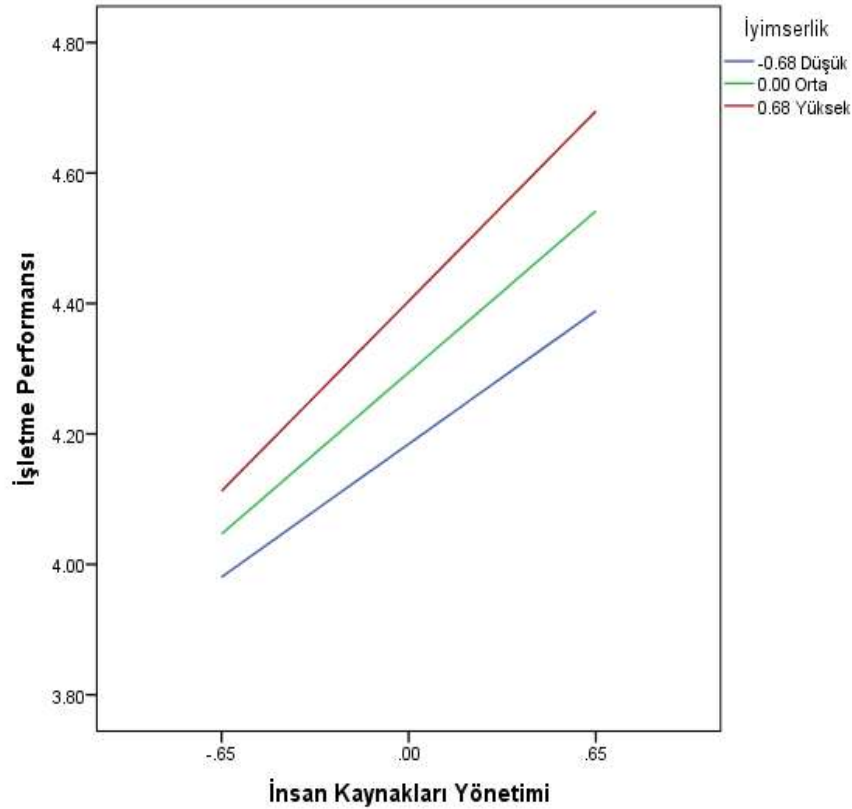
Tablo 18. İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamalarının Alt Boyutları ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Etkisi

Değişkenler	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
Sabit	4,2941	0,0305	140,9639	0,0000	4,2342	4,3540
İnsan Kaynakları Yönetimi (X)	0,3790	0,0562	6,7405	0,0000	0,2685	0,4896
İyimserlik (W)	0,1601	0,0467	3,4319	0,0007	0,0684	0,2519
Etkileşim (X×W)	0,0977	0,0566	1,7269	0,0850 ***	0,0135	0,2089
R: 0,4613	R ² : 0,2128		F: 35,6882		p: 0,0000*	
Sabit	4,2945	0,0303	141,5916	0,0000	4,2348	4,3541
Bakım Onarım (X)	0,0231	0,0384	0,6020	0,5475	-0,0524	0,0986
İyimserlik (W)	0,3167	0,0450	7,0418	0,0000	0,2283	0,4051
Etkileşim (X×W)	0,1276	0,0454	2,8086	0,0052**	0,0383	0,2169
R: 0,3643	R ² : 0,1327		F: 20,1972		p: 0,0000*	
Sabit	4,2961	0,0326	131,8229	0,0000	4,2320	4,3602
Devlet Destekleri (X)	0,1204	0,0452	2,6617	0,0081	0,0315	0,2093
İyimserlik (W)	0,2609	0,0493	5,2896	0,0000	0,1639	0,3578
Etkileşim (X×W)	0,0710	0,0535	1,3276	0,1851	-0,0342	0,1763
R: 0,3625	R ² : 0,1314		F: 19,9735		p: 0,0000*	
Sabit	4,2924	0,0320	134,0435	0,0000	4,2294	4,3553
Pazarlama (X)	0,2658	0,0549	4,8426	0,0000	0,1579	0,3737
İyimserlik (W)	0,1866	0,0507	3,6791	0,0003	0,0869	0,2863
Etkileşim (X×W)	0,0833	0,0519	1,6064	0,1090	-0,0186	0,1853
R: 0,4071	R ² : 0,1657		F: 26,2172		p: 0,0000*	

*p<0,01 **p<0,05 ***p<0,10 Sabit: İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı (Bağımlı Değişken)

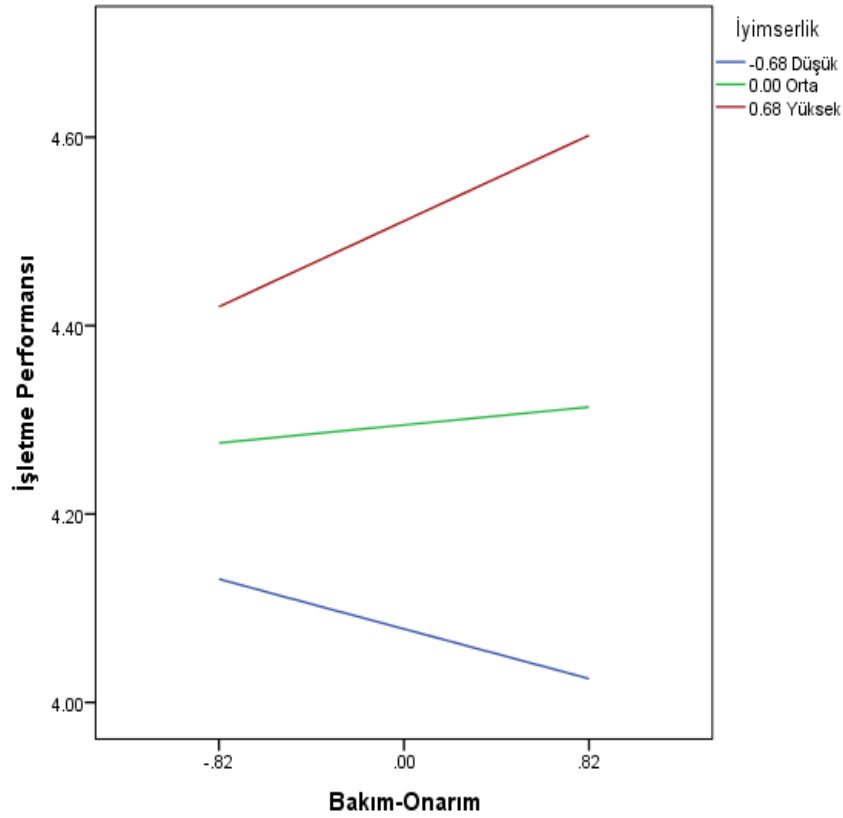
İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan bakım onarım ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir (**p<0,05). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H3b**: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilmiştir. İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan devlet destekleri ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide,

iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarında etkileşim değişkeninin anlamlı olmadığı ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olmadığı görülmektedir (p:0,1851). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H3c**: İşletmenin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilememiştir. İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan pazarlama ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide, iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarında etkileşim değişkeninin anlamlı olmadığı ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olmadığı görülmektedir (p:0,1090). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H3d**: İşletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilememiştir.



Şekil 5. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan İnsan Kaynakları Yönetimi ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki

Grafikte iyimserliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan insan kaynakları yönetimi ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 5’de iyimserliğin yüksek olduğu durumda insan kaynakları yönetimine verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını da arttırmaktadır. İyimserliğin orta veya düşük düzeydeki durumlarında da insan kaynakları yönetimine verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını arttırdığı görülmektedir. İyimserlik düşük düzeyde iken etki 0,3123; orta düzeyde iken etki 0,3790; yüksek düzeyde iken etki 0,4458 olduğu görülmektedir.



Şekil 6. İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan Bakım Onarım ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki

Grafikte iyimserliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan bakım onarım ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 6’da iyimserliğin yüksek olduğu durumda bakım onarıma verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını

da arttırmaktadır. İyimserliğin orta olduğu durumda değişiklik görölmemektedir. İyimserliğin düşük düzeydeki durumunda bakım onarıma verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını azalttığı görölmektedir. İyimserlik düşük düzeyde iken etki -0,0641; orta düzeyde iken etki 0,0231; yüksek düzeyde iken etki 0,1103 olduğu görölmektedir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü, gerek teknolojinin ilerlemesi gerekse ulaşım imkânlarının ileri düzeyde artması ile küreselleşmiş bir sektördür. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası seyahatlerde artış görülmüş buna bağlı olarak da insanlar daha çok tatil yapma imkânı elde etmişlerdir. Bu gibi durumlar da turizm işletmelerine olumlu etkiler sağlamıştır. Ancak küreselleşmenin olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkilerinin de olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu olumsuz etkilerin beraberlerinde krizleri meydana getireceği aşınadır. Bu krizlerden bir tanesi de bu araştırmanın üzerinde durduğu konulardan biri olan salgın hastalıklardır.

Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan, kısa sürede dünyayı etkisi altına alan, COVID-19 adıyla anılan korona virüs salgın hastalığı dünya genelinde büyük bir endişe ile takip edilmektedir. Geçmişte çeşitli yıllarda görülen diğer salgın hastalıktan farklı olarak bu salgın hastalık aynı anda dünya geneline yayılması ile dikkatleri üzerine çekmiştir. Salgın, 2019 Aralık ayında Çin'de görülmeye başladıktan iki ay sonra tüm ülkelere yayılmaya başlamıştır. Türkiye'ye ise 2020 Mart ayında görülmeye başlanmıştır. Hızla önlemler alınmasına rağmen salgın hastalığın göstermiş olduğu etki alanı ve salgın sonucu oluşan ölüm oranlarındaki sürekli artış uluslararası düzeyde ciddi kaygılara sebebiyet vermektedir. Salgın dolayısıyla ilk önce uluslararası havayolu uçuşları durdurulmuş daha sonra da ülke içerisinde ulaşım ve seyahat hizmetleri durma noktasına gelmiştir. COVID-19 Küresel Salgın hastalığının bu çalışma kapsamında turizm ile ilişkilendirilmesinin en önemli nedenleri arasında, hastalığın hızlı şekilde her bölgeye yayılması ve bunun sonucunda da en başta seyahatlerin kısıtlanması ve sonrasında ise çoğu sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de işletmelerin kapatmaya başlamasıdır.

Bu nedenle turizm işletmeleri, içinde bulundukları coğrafi koşullara uygun kriz yönetim planı oluşturmalıdır. Kriz yönetim planı uygulamanın temel sebebi turizm sektörünün ülke ekonomisine ve turizm işletmelerine büyük katkılar sağladığı gerçeğidir. Ayrıca turizm işletmelerinin işletme performansı açısından kriz yönetim uygulaması yapması salgından dolayı tehditlerden kaçınmasına da

neden olacaktır. COVID-19 Küresel Salgınının bitiş sürecine ilişkin bir tahmin ortaya koymak güçtür. Bittiği takdirde sonuçlarının ne olacağını kestirmek de oldukça güçtür. Salgının sonuçlanmasını beklemek ve buna göre hareket etmek, işletmeler için bazı şeylere geç kalmak anlamına gelebilir. Bu nedenle, işletmeler kriz yönetim uygulamaları ile işletmelerinin performansına olumlu etki sağlayabilir. Diğer yandan kriz dönemlerinde, stres durumu yaratan salgına karşı işletme sahiplerinin, yöneticilerin ve çalışanların psikolojik seviyelerini yüksek tutmaları da gerekmektedir.

Psikolojinin alt dallarından olan olumlu yönelim teorisine göre, herhangi bir durumla başa çıkmada kullanılan kişisel kaynaklar vardır. Kaynakların korunması teorisine göre bu kişisel kaynaklarından biri, eğilimsel iyimserlik kaynağıdır. İyimserliğe sahip kişilerin olumlu bakış açılarına sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte iyimserliğe sahip kişilerin herhangi olumsuz bir durum karşısında strese karşı dirençli oldukları da görülmektedir. Buradan hareketle bütün dünyayı derinden etkileyen COVID-19 Küresel Salgın hastalığının birçok sektörü etkilemiş ve bilhassa turizm sektörünü fazlasıyla etkilemiştir. Bu nedenle çalışma, turizm işletmelerinin küresel salgın mücadele kapsamındaki kriz yönetiminde yol gösterici olacağı düşüncesi önem arz etmektedir. Sözü geçen önemden hareketle korona virüsten doğan küresel salgın mücadelesinde, turizm işletmelerinin yöneticilerinin benimsediği kriz yönetim uygulamaları ve işletmelerin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamlarda, çalışmada olumlu yönelim teorisi ile kaynakların korunması teorisini destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın kapsamında birçok önemli sonuca ulaşılmıştır. Bu sonuçlar da yaşanan kriz durumlarının ele alınmış olan işletmeleri ve toplumu önemli derecede etkilediği görülmektedir. Böylelikle bu durumlar karşısında kriz yönetim uygulamalarının öneminin de arttığı görülmektedir. Diğer bir sonuç ise, doğru hamleler ile krizin etkilerini en aza indirebileceği olgusudur.

Çalışmada değerlendirilen verilere ilişkin sonuçlardan aşağıda bahsedilmiştir. Veri sonuçlarında verilecek önemli olan konulardan biri; ele alınan konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinin olası krizlere karşı kriz yönetim planının olup olmadığı konusudur. Bu konuya ilişkin

verilen cevaplara göre işletmelerin yarısından fazlasının (%57,5) kriz yönetim planının olduğu görülmüştür. Ancak elde edilen bu sonuçta, kriz yönetim planı ile krizlere karşı hazırlıklı olan işletme sayısının yeterli olmadığını açıkça göstermektedir.

Çalışmada yapılan analizlerde öncelikle ölçeklerin; geçerlilik analizi, faktör analizi, güvenirlik analizi ve normallik testi değerlerine bakılmış ve bunların istenilen değer aralıklarına sahip olduğu görülmüştür. Katılımcıların demografik özelliklerinin ve işletme özelliklerinin frekans, yüzde dağılımlarına bakılmıştır. Daha sonra ise katılımcıların görüşlerine yönelik ölçeklerin ortalama, standart sapma, maksimum, minimum ve korelasyon değerlerine bakılmıştır. Bu analizler yapıldıktan sonra 8'i alt hipotezden oluşan 11 tane hipotez testinin analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonuçlarına göre;

H1 hipotezi için basit doğrusal regresyon analizi yapılmış, bu analizin sonucunda regresyon kat sayıları anlamlı çıkmıştır ($p:0,000$, $p<0,001$). Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilmiştir. Hipotezin kabul edilmesi, işletmelerin kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bu sonuç, İsraili ve Reichel, (2003) çalışmalarının araştırma sonucu ile uyumludur. Kriz yönetim uygulamaları, krizin yaratmış olduğu etkileri ortadan kaldırma da etkili bir yöntemdir. Yapılan kriz yönetim uygulamalarının işletme performansını da olumlu yönde etkileyeceği görülmektedir. Kriz yönetim uygulamalarının alt boyutları ele alınarak da hipotezler test edilmiştir. Kriz yönetim uygulamalarının alt boyutları olan insan kaynakları yönetimi, bakım-onarım, devlet destekleri ve pazarlama politikalarına ilişkin hipotezler de hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Kriz yönetim uygulamasının alt boyutlardan biri olan ve bu çalışma içerisinde H1a hipotezi ile ifade edilen insan kaynakları yönetimine ilişkin regresyon analizi sonucunda regresyon katsayılarının anlamlı çıktığı görülmüştür ($p:0,000$, $p<0,001$). Bu nedenle H1a hipotezi kabul edilmiştir. Hipotezin kabul edilmesi, işletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamalarının işletme performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. İnsan kaynakları yönetiminin işletme performansı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Bu durum turizm işletmelerindeki kriz yönetimini belirlemektedir. İnsan kaynakları yönetimi, kriz yönetimi sürecinde çalışan personele, işgücü maliyetine ilişkin uzun vadeli güvence

sağlar ve farklı alternatifler öne sürer. Bu gibi açılardan ele alınan işletme yönetimi, işletme performansı üzerinde büyük etkiye sahiptir. Kriz yönetim uygulamalarının bir diğer alt boyutu olan bakım onarım, H1b hipotezi ile ifade edilmiş buna ilişkin regresyon analizi sonucunda regresyon kat sayısının anlamlı çıkmadığı görülmüştür ($p:0,677$). Bu nedenle H1b hipotezi kabul edilememiştir. Buradan çıkan sonuca göre, işletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkilemediği durumudur. İşletmeler kriz dönemlerinde genel olarak; işletme içi hizmet giderlerinin azaltılması, bina bakım onarım işlerinin ertelenmesi, makine ve ekipman bakım işlerinin ertelenmesi ve ödemelerin ertelenmesi gibi faaliyetlerde bulunmadıklarından ve bulunmadıkları bir faaliyet için gözlem yapılamayacağından, bunların işletme performansına olumlu bir etkisinin olmadığı açıkça görülmektedir. Bir diğer boyut olan devlet destekleri, H1c hipotezi ile ifade edilmiş buna ilişkin regresyon analizi sonucunda regresyon kat sayısının anlamlı çıktığı görülmüştür ($p:0,083$, $p<0,10$). Bu nedenle H1c hipotezi kabul edilmiştir. Buradan hareketle işletmelerin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucu söylenebilir. Devlet, hükümet ve belediyelerin destek vermesi durumunda işletme performansının işletmelerin kriz dönemlerinde bile olumlu yönde seyredeceği görülmektedir. Son boyut olan pazarlama, H1d hipotezi ile ifade edilmiş buna ilişkin regresyon analizi sonucunda regresyon kat sayısının anlamlı çıktığı görülmüştür ($p:0,007$, $p<0,01$). Bu nedenle H1d hipotezi kabul edilmiştir. Buradan hareketle işletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkilediği kanısına ulaşılmıştır. Salgın sürecinde seyahatlerde ve turizm faaliyetlerinde kısıtlamalar artmış ve seyahat ile turizm faaliyetleri durma noktasına gelmiştir. Turizm işletmeleri bu durum karşısında işletmelerini kapatmak zorunda kalıyorlar ya da pazarlamaya yönelik farklı alternatifler sunabiliyorlar. Bunlara indirimli fiyat uygulamaları, liste fiyatı düşürmeleri örnek verilebilmektedir. Bu sürece uygun olarak yeni ürün, hizmet ve bölümlere yönelik pazarlamalar yapılırsa bu durum işletme performansını olumlu etkileyecektir. İşletmeler sürekli olarak müşterilerine yoğunlaşır, müşterilerin istek ve beklentilerini yakından takip eder. Bu nedenle müşteri sadakati ve bağlılığı kriz dönemlerinde turizm işletmelerini koruyan en

önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Daha sonrasında da yeni ürün, yeni hizmet ve yeni müşteri odaklılığı ile hareket edebilirler. H2 hipotezi için basit doğrusal regresyon analizi yapılmış, bu analizin sonucunda regresyon kat sayısı anlamlı çıkmıştır ($p:0,000$, $p<0,001$). Bu nedenle H2 hipotezi kabul edilmiştir. Hipotezin kabul edilmesi, işletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Turizm işletmelerinde çalışanın, örgütün ve yönetimin, içinde bulunulan duruma olumlu bakış açısı sergilemesi ve iyimser olarak bakması işletme performansını da olumlu etkileyecektir. H3 hipotezi için düzenleyici etki ile regresyon analizi yapılmış, bu analizin sonucunda regresyon kat sayısı anlamlı çıkmıştır ($p:0,0296$, $p<0,05$). Bu nedenle H3 hipotezi kabul edilmiştir. Buradan işletmenin kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Salgın sürecinden kaynaklı kriz dönemlerinde konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri, içinde bulunulan kriz durumuna karşı iyimserlik ile yaklaşırsa kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin olumlu bir etkileşiminin olacağı görülmektedir. Kriz yönetim uygulamalarının alt boyutları ele alınarak da hipotezler test edilmiştir. Sırasıyla, insan kaynakları yönetimi, bakım-onarım, devlet destekleri ve pazarlama politikalarına ilişkin hipotezler test edilmiştir. H3a hipotezi, düzenleyici etki ile regresyon analizine tabi tutulmuştur. Bu analize bağlı olarak da regresyon katsayılarının anlamlı çıktığı görülmüştür ($p:0,0850$, $p<0,10$). Bu nedenle H3a hipotezi kabul edilmiştir. Hipotezin kabul edilmesi, işletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü olduğunu ortaya koymaktadır. H3b hipotezi düzenleyici etki ile regresyon analizine tabi tutulmuştur. Bu analize bağlı olarak regresyon katsayılarının anlamlı çıktığı görülmüştür ($p:0,0052$, $p<0,01$). Bu nedenle H3b hipotezi kabul edilmiştir. Buradan hareketle işletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları bakım onarım uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü olduğu görülmektedir. H3c hipotezi düzenleyici etki ile regresyon analizine tabi tutulmuştur. Bu analize bağlı olarak regresyon katsayılarının anlamlı çıkmadığı görülmüştür ($p:0,1851$). Bu nedenle H3c hipotezi kabul edilememiştir. Hipotezin

kabul edilememesi, işletmenin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olmadığını göstermektedir. H3d hipotezi düzenleyici etki ile regresyon analizine tabi tutulmuştur. Bu analize bağlı olarak regresyon katsayılarının anlamlı çıkmadığı görülmüştür ($p:0,1090$). Bu nedenle H3d hipotezi kabul edilememiştir. Hipotezin kabul edilememesi, işletmenin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olmadığını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda TR90 Bölgesi (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon) illerinde yer alan ve ulaşılabilen turizm işletme belgeli konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmelerine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

İşletmeler yoğun sezonlarda daha çok satış ve kara odaklanmaktadır. Bu açıdan yaşanan olumsuz durumlara karşı gereken önemi verememektedirler. Oluşan krizden etkilenmekte ve eski durumlarına döndüklerinde yaşananlardan ders almamaktadırlar. Ancak işletmelerin yapması gereken her an bir kriz yaşanacakmış gibi gerekli önlemleri alması olmalıdır. Bunu yapmamak gelecekte işletme için büyük tehditler yaratabilir. İşletmeler, kendilerine fazlaca güvenmekte ve her durumu kontrol altına aldığını düşünerek bir gaflet durumuna düşmektedirler. İşletmeler her konuyu kontrol altına aldığını düşünseler de bazen ellerinde olmayan nedenlerden dolayı da krizlere maruz kaldıklarını görürler. Bunlara en önemli örneklerden biri salgın hastalıklardır. Böylesi bir durum gerçekleştiğinde ve işletmeler kriz ile karşı karşıya kaldıklarında yapacakları ilk şey krizi nasıl yönetebileceklerini düşünmeleridir. Burada önemli olan panik yapmamaktır. Eğer panik ile hareket edilmezse kriz fırsata bile dönüştürülebilir. Kriz planının oluşturulmasında kriz nedenleri göz önünde bulundurulmalı diğer yandan planların işletmelere uygun şekilde yapılması gerektiği öngörülmelidir. Uzun bir süre devam edeceği öngörülen bu pandemi sürecine ilişkin uygun yöntem ve hazırlıklar yapılmalıdır. Hükümet ve turizm endüstrisi paydaşları, krizlerin seyahate ve turizme karşı etkilerini göz önüne almalıdır. Kitle turizmin yerine alternatif turizm çeşitlerine daha çok yer verilmelidir. Kalabalık turlar ve tatiller yerine daha çok bireysel odaklı ekolojik turizm alternatifleri ön plana çıkmalıdır.

Turizm işletmeleri salgını önlemek için gerekli tedbirleri almalı, bu süreci iyi bir şekilde yönetmeli, tüketicilerle gerekli ve önemli bilgiler hakkında devamlı iletişim kurmalıdır. Bu zorlu ve sıkıntılı günlerde işletmelerin her alanda sürekli iletişim halinde kalması kişilere ve kurumlara güven duygusu vererek, bunlarla samimiyetini bozmaması ise geleceğe yönelik sürdürülebilirliği sağlayacaktır. Bunları gerçekleştirmek için turizm paydaşlarının küresel düzeyde yaşanabilecek krizlere yönelik kriz yönetim uygulamaları planlarını yapması gerekmektedir. Yapılacak olan bu kriz yönetim uygulamaları, sürdürülebilirlik açısından hem şuan ki turizm için hem de gelecekteki turizm için önem arz etmektedir.

Çalışmada ele alınan konaklama, seyahat, yiyecek-içecek işletmeleri (turizm işletmeleri), bir yandan kriz planlarını oluşturmali diğer yandan tüm çalışanlarını bilgilendirmelidir. Salgın süreci içerisinde rezervasyon veya satış işlemleri gibi durumlar devam ederken ani bir durumun ortaya çıkabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum beraberinde zorunlu alınması gereken kararları ortaya çıkarmaktadır. İşletmenin bir planının olmaması ve tedbirsiz olması bu açıdan büyük bir sorundur. Diğer açıdan bu durum müşteriler içinde bir sorun oluşturmaktadır. Bu bağlamda krizle mücadele için tedbir ve önlemler alınmalıdır. Bu tedbir ve önlemlerin neler olduğu ile ilgili kriz yönetim rehberi hazırlanmalıdır. Diğer yandan kriz yönetim ekibi ile olası kriz türlerine yönelik acil eylem planları ve erken uyarı sistemleri oluşturulmalıdır. Çalışmanın evrenini oluşturan TR90 Bölgesi doğaya ve çevreye duyarlı turizm faaliyetlerine daha fazla yer vermesi ve eko turizmi harekete geçirmesi açısından, salgın krizi döneminde işletmelere avantaj sağlayacaktır. Bu dönemde hükümetin zorunlu tuttuğu şartlar dışında turizm işletmelerinin de kendilerine özel sağlık hizmetleri sunması müşteri memnuniyeti ve tercihini olumlu etkileyecektir. Bu faaliyetleri gerçekleştiren işletmeler avantajlı duruma geçecektir. Ancak salgın hastalıktan kaynaklı kriz durumlarında rekabet avantajı yerine işletmelerin birlikte hareket etmeleri daha fazla önem arz etmektedir. Özellikle turizm işletmeleri, diğer sektörlerle olan bağlantısını daha da fazla genişletmelidir. Ancak bu şekilde bir yöntemin izlenilmesi ile bu zorlu günler atlatılabilecektir.

Salgın hastalık gibi sağlık krizlerinden turizm sektörü olumsuz etkilenmiş, destinasyonlarda kayda değer bir talep azalışı yaşanmıştır. Salgın hastalığın bitmesi

ile birlikte turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması sağlanmalı, bu sayede insan yoğunluğun da azalış olacaktır ve bunun yanı sıra tedbirlerin alınması yönünde olumlu sonuçlara ulaşılabilecektir. Turizm işletmeleri salgın hastalıktan dolayı gerçekleştirilen faaliyetler yanında kriz sonrasında, tüketim alışkanlıkları değişmiş müşteriler ile karşı karşıya kalabilirler. Bu bağlamda işletmeler, salgın sonrası müşterilerin ekonomik anlamda olumsuz etkileneceğini öngörmeli, buna dayanarak ürün ve hizmetlerde uygun fiyatlar uygulamalıdır. Yine alternatif turizm çeşidine yönelik tanıtımların ve faaliyetlerin yapılması turizmi daha çok harekete geçirecektir.

Turizm işletmesi yöneticileri kriz yönetim uygulamalarını her yönüyle ele alıp uygulamalıdır. Özellikle yöneticilere bu konuda büyük rol düşmektedir. İşletmeler, kriz yönetimi uyguladıkları takdirde, işletme performansı artacak ve böylelikle tehditlerin önüne geçebileceklerdir. İyimserlik ile yaklaştıkları takdirde de krizler en az hasarla atlatılabilecek ve işletme performansını da arttırmış olacaklardır.

Bu çalışma, farklı değişkenlerle farklı zamanlarda yapılacak olan çalışmalara öngörü olması açısından ve başka çalışmalardan elde edilen sonuçlar ile buradaki çalışmanın karşılaştırılması açısından da önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni koronavirus (COVID-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Afacan, E. ve Avcı, N. (2020). Koronavirüs (COVID-19) örneği üzerinden salgın hastalıklara sosyolojik bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 1-11.
- Akadağ, M. (2005). Halkla ilişkiler ve kriz yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 1-20.
- Akandere, G. ve Zerenler, M. (2017). Yeşil otellerde yeşil tedarik zinciri yönetimi ve işletme performansı. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2), 77-98.
- Akdağ, M. ve Taşdemir, E. (2006). Krizden çıkmanın yolları: etkin bir kriz iletişimi. *Selçuk İletişim*, 4(2), 141-157.
- Akgemci, T. (2006). *Kriz döneminde transformasyonel lider davranışlarının işletme performansı bağlamında fırsat yönetimine etkisi: bankacılık sektöründe bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Akgeyik, T. (2003). İnsan kaynakları yönetimi boyutuyla kriz yönetimi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 53(1), 1-18.
- Akın, A. ve Yalnız, A. (2015). Yaşam Memnuniyeti Ölçeği (YMÖ) Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 95-102.
- Akıncı, Z. (2011). Konaklama işletmelerinde kriz sürecinde insan kaynakları yönetiminin rolü ve önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 132-152.
- Akıncı, Z. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Kriz yönetimi: Alanya Bölgesindeki konaklama işletmelerinde kriz sürecinde karşılaşılan sorunların tesbit ve*

- çözümüne yönelik bir araştırma (Doktora tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Albeni, M. (2004). *Krizlerin Antalya turizimine etkileri* (Yüksek Lisans tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W., Caprara, G., & Consiglio, C. (2014). From positive orientation to job performance: the role of work engagement and self-efficacy beliefs. *Journal of Happiness Studies*, (16), 767-788.
- Alessandri, G., Vecchione, M., Tisak, J., Deiana, G., Caria, S., & Caprara, G. (2012). The Utility of positive orientation in predicting job performance and organisational citizenship behaviors. *International Association of Applied Psychology*, 61(4), 1-30.
- Alpago, H. ve Oduncu Alpago, D. (2020). koronavirüs salgınının sosyo-ekonomik sonuçları. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 99-114.
- Alpkan, L. Ergün, E. Bulut, Ç. ve Yılmaz, C. (2005). Şirket girişimciliğinin şirket performansına etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 175-189.
- Anderson, K. W., & Skidmore, J. (1995). Empirical analysis of factors in depressive cognition: the cognitive triad inventory. *Journal of Clinical Psychology*, September, 51(5), 603-609.
- Apenteng, O. O., & Ismail, N. (2014). Modelling the impact of international travellers on the trend of HIV epidemic. *Transactions on Engineering Technologies*, 381-389.
- Arık, Ş. (1991). Selçuklular zamanında Anadolu'da veba salgınları. *Tarih Araştırma Dergisi*, 15(26), 27-57.
- Aşık, M. (2016). *Turizm işletmelerinde kriz ve kriz yönetimi: Bodrum Bölgesi'ndeki beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Aslan, R. (2020). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve COVID-19. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 8(85), 35-41.
- Aslan, M. F. (2014). *İşletmelerde bilgi paylaşımı, inavasyon ve firma performansı ilişkisi: Gaziantep ilinde bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

- Atan, Ö. ve Tunçer, A. (2019). Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 71-100.
- Avcı, Ö. (2013). *Dersliklere Göre Düzey Kümesi Uygulanmasının İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Matematik Dersine Yönelik Akademik Başarı ve Benlik Saygısı Üzerine Etkisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Avcı Vardar, E. (2019). *Aracı ve düzenleyici etkilerin modellenmesi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Avşaroğlu, S. ve Akçeşme, F. (2018). Özel gereksinimli çocuğu olan anne babaların iyimserlik ve stresle başa çıkma tutumları. *Gelecek Vizyonlar Dergisi*, 2(1), 20-29.
- Aydan, G. (2020). Tüketicilerin kendilerine hediye satın alma motivasyonları, benlik saygısı ve yaşam doyumları arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırma (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Aydın, A. (2010). *İzmirdeki beş yıldızlı otel işletmelerinde kariyer yönetimi uygulamaları ve ekonomik krizin otel çalışanlarının kariyer planlarına etkisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Aydın, G. ve Tezer, E. (1991). İyimserlik, sağlık sorunları ve akademik başarı ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*(26), 2-9.
- Aykaç, B. (2001). Kamu yönetiminde kriz ve kriz yönetimi. *Gümüşhane Üniversitesi İktisat İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 123-132.
- Aymankuy, Ş. Y. (2001). Turizm sektöründe kriz yönetimi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 105-118.

- Bacanlı, F. ve Ercan, L. (2006). Deprem stresiyle başa çıkmanın iyimserlik ve cinsiyete göre incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(25), 7-16.
- Bahar, O. ve Çelik İlal, N. (2020). Koronavirüsün (COVID-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Baker, D. M. (2015). Tourism and the health effects of infectious diseases: are there potential risks for tourists. *International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality*, 1-17.
- Bakoğlu, R. (2001). Örgütsel performans kavramı ve gelişimi. *Öneri Dergisi*, 4(15), 39-45.
- Bat, M. ve Turan Yurtseven, Ç. (2014). Sosyal medyada kurumsal kriz yönetimi: Onur Air örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 197-223.
- Baumeister, R., Campbell, J., Krueger, J., & Vohs, K. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles. *Psychological Science In The Public Interest*, 4(1).
- Baxter, E., & Bowen, D. (2004). Anatomy of tourism crisis: explaining the effects on tourism of the UK foot and mouth disease epidemics of 1967–68 and 2001 with special reference to media portrayal. *International Journal Of Tourism Research*, 6, 263–273.
- Bayyurt, N. (2007). İşletmelerde performans değerlendirmenin önemi ve performans göstergeleri arasındaki ilişkiler. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (53), 577-592.
- Bozkurt, Ö. ve Ercan, A. (2017). Akademik iyimserlik ile performans arasındaki ilişkinin akademisyenler açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17, 251-263.
- Büyükkalayıcı, G. ve Karaca, H. (2019). Pazarlama 4.0: Nesnelerin İnterneti. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 463-477.

- Caprara, G. V., Alessandri, G., & Barbaranelli, C. (2010). Optimal functioning: contribution of self-efficacy beliefs to positive orientation. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 79(5), 328–330.
- Caprara, G. V., Steca, P., Alessandri, G., Abela, J., & McWhinnie, C. (2010). Positive orientation: explorations on what is common to life satisfaction, self-esteem, and optimism. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 19(1), 63-71.
- Caprara, G., Fagnani, C., Alessandri, G., Steca, P., Gigantesco, A., Cavalli Sforza, L., & Antonietta Stazi, M. (2009). Human optimal functioning: the genetics of positive orientation towards. *Article in Behavior Genetics*, 39(3), 277-284.
- CDC (2020). Centers for Disease Control and Prevention. <https://www.cdc.gov/> adresinden 24.11.2020 tarihinde edinilmiştir.
- Cemal, Z. ve Acar, A. (2005). Örgütsel yeteneklerin işletme performansına etkileri. *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 7(3), 15-34.
- Chhajer, R., Rose, E., & Joseph, T. (2018). Role of Self-efficacy, optimism and job engagement in positive change: Evidence from the middle east. *The Journal for Decision Makers*, 43(4), 222–235.
- Clift, S. (2000). Tourism and health: Current issues and future concerns. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 55-61.
- Cooper, M. (2005). Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 117-131.
- Cro, S., & Martins, A. (2017). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters? *Tourism Management*, (63), 3-9.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çetinalp, H. (2014). *Spor şirketlerinde kriz yönetimi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çetinkaya, A. Ş. (2007). *Bilişim teknolojilerinin konaklama işletmeleri performansına etkileri: Beş yıldızlı otellere yönelik bir araştırma* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

- Çetintürk, İ. Adıgüzel, O. ve Demir, C. (2015). Yenilik yeteneğinin işletme performansı üzerindeki etkisinde müşteri değerinin aracılık rolü: beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), 819-833.
- Çınar, F. ve Özkaya, B. (2020). Koronavirüs (COVID-19) pandemisinin medikal turizm faaliyetlerine etkisi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 35-50.
- Çınar, A. T. (2007). *İşletmelerde müşteri hizmeti ve müşteri memnuniyeti ile farklı bankalar ve bölgeler için müşteri memnuniyetini belirlemeye yönelik uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çiftçi, D. (1997). *Havayolu işletmelerinde kriz yönetimi ve bir model önerisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çiftçi, G. (2015). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi uygulamalarının örgütsel öğrenme ve işletme performansı açısından ampirik olarak analizi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çikriçi, Ö. ve Gençdoğan, B. (2016). İyi oluş fenomeninin bilişsel boyutunun yapılandırılması: olumlu yönelimler modeli. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1435-1450.
- Çikrikci, Ö. (2015). *Öz-belirleme kuramına göre ihtiyaç doyumunun olumlu yönelimler üzerindeki etkisinin bağlanma stilleri açısından incelenmesi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çoban, G. (2017). *Otel işletmelerinde içsel pazarlama ve işletme performansı ilişkisinde pazar odaklılığın rolü: Nevşehir örneği* (Doktora tezi) . <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2019). Turizmde kriz yönetimi: İstanbul örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 351-371.

- Çoşkun, A. (2005). *İşletmelerde performans yönetimi: Bir yönetim muhasebesi aracı olarak performans karnesi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Dallaryan, S. (2006). *Turizm'de kriz yönetimi ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde kriz yönetiminin ülke turizminin gelişimine etkileri* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Demir, M. Günaydın, Y. ve Şen Demir, Ş. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Demir, A. S. ve Taşkın, H. (2008). İşletme performansı ölçme modellerinin karşılaştırılması: Kuantum performansı, maddi olmayan varlıkların izlenmesi, performans prizması ve Skandia klavuzu modelleri. *Journal of Yasar University*, 3(11), 1695-1709.
- Demirtaş, H. (2000). Kriz yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(23), 353-373.
- Dess, G. G. (1987). Consensus on strategy formulation and organizational performance: competitors in a fragmented industry. *Strategic Management Journal*, 8, 259-277.
- Diener, E., Robert A. Emmons, R., Larsen, R., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 532-7752.
- DOKA. (2014). *TR 90 Bölgesi Kümelenme Stratejisi ve Eylem Planı*. Trabzon.
- Donohoe, H., Pennington-Gray, L., & Omodior, O. (2014). Lyme disease: Current issues, implications, and recommendations for tourism management. *Tourism Management*, (46), 408-418.
- Durgun, A. ve Gövdere, B. (2011). 2008 Küresel krizin Antalya konaklama işletmelerine etkilerini üzerine bir analiz. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 139-159.

- Dündar, Ş. (2010). *Aile işletmelerinde kurumsal yönetim anlayışı ve profesyonelleşmenin işletme performansına etkileri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Erdem, B. Gökdeniz, A. ve Met, Ö. (2011). Yenilikçilik ve işletme performansı ilişkisi: Antalya’da etkinlik gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 77-112.
- Erdem, B. (2007). *İşletmelerde bir performans yönetimi aracı olarak kıyaslama tekniğinden yararlanma: Konaklama işletmelerinde kat hizmetleri yönetimine yönelik bir araştırma* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Erdoğan, H. ve Arslan, H. (2013). Yeni açılan bir otelde ortaya çıkan Legionella salgınının irdelenmesi. *Mikrobiyol Bul*, 47(2), 240-249.
- Erdoğan, M. Y. (2021). İyimserlik (yaşam yönelimi) ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide akademik başarının aracılık rolü. *Eğitim ve Bilim*, 46(205), 395-407.
- Ergün Başak, B. ve Can, G. (2018). The relationships between self-compassion, social-connectedness, optimism and psychological resilience among low-income university students. *Elementary Education Online*, 17(2), 768-785.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye’de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip Koronavirüs (COVID-19) bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 15-27.
- Eugenio-Martin, J. L., Sinclair, M., & Yeoman, I. (2005). Quantifying the effects of tourism crises: an application to scotland. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 21-34.
- Eugenio-Martin, J., & Campos-Soria, J. (2013). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Article in Annals of Tourism Research*, 44(1), 1-37.

- Feichtinger, G., Hartl, R., Kort, P., & Novak, A. (2001). Terrorism control in the tourism industry. *Journal Of Optimization Theory And Applications*, 108(2), 283-296.
- Gök Demir, Z. Karakaya, Ç. ve Erendağ Sümer, F. (2018). Sosyal medya üzerinden kriz yönetimi: krize yanıt verme stratejileri üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 410-428.
- Göral, R. (2014). Turizm sektöründe stratejik kriz yönetimine ilişkin bütünsel. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 89-101.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Gül, H. (2012). *İşletmelerdeki kurumsallaşma düzeyinin işletme performansına etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Güleş, H. ve Özilhan, D. (2010). Kaynak temelli teori bağlamında üretim ve pazarlama stratejilerinin işletme performansı üzerine etkisinin incelenmesi. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 477-490.
- Gümüş, A. ve Hacıevliyagil, N. (2020). COVID-19 salgın hastalığının borsaya etkisi: turizm ve ulaştırma endeksleri üzerine bir uygulama. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 11(1), 76-98.
- Günay, A. ve Çelik, R. (2019). Kariyer stresinin psikolojik iyi oluş ve iyimserlik değişkenleriyle yordanması: Halkla ilişkiler ve tanıtım öğrencileri örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 205-217.
- Gündoğdu, M. Korkmaz, S. ve Karakuş, K. (2005). Üniversite öğrencilerinde yaşam yönelimi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, (22), 151-160.
- Güneş, M. ve Beyazıt, E. (2010). Özel İşletmelerde kriz yönetimi üzerine genel bir değerlendirme. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 15-33.
- Harris, L. C., & Ogbonna, E. (2001). Strategic human resource management, market orientation, and organizational performance. *Journal of Business Research*, 51, 157-166.

- Hobfoll, S. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing Conservation of Resources theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50(3), 337–370.
- Hobfoll, S. E. (1989). A new attempt at conceptualizing stress. *Conservation of Resources*, 44(3), 513-524.
- Hobfoll, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6(4), 307–324.
- Hobfoll, S. E. (2011). Conservation of resource caravans and engaged settings. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84, 116–122.
- Hong, Y., Xu, L., Cai, G., Mo, Z., Gao, W., Jiang, J., & Jiang, Y. (2020). The impact of COVID-19 on tourist satisfaction with B&B in Zhejiang, China: An importance–performance analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1-19.
- Hult, G., Hurley, R., & Knight, G. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429–438.
- İbiş, S. (2020). COVID-19 salgınının seyahat acentaları üzerine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- İnce Balcı, F. (2011). *Kültürel sinerji yönteminin işletme performansı üzerindeki etkisi: Çin ve Türkiye üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Irvine, W., & Anderson, A. (2005). The impacts of foot and mouth disease on a peripheral tourism area: the role and effect of crisis management. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2), 47-60.
- İşleyen, T. ve Küçük, B. (2013). Öğretmen adaylarının yaratıcı düşünme düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 199-208.
- Israeli, A. A., & Reichel, A. (2003). Hospitality crisis management practices: the israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 353-372.
- Ivanov, S., Webster, C., Stoilova, E., & Slobodskoy, D. (2020). Biosecurity, automation technologies and economic resilience of travel, tourism and

- hospitality companies. *Robots, Artificial Intelligence And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality*, 1-35.
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal Of Tourism Futures*, 6, 1881-1888.
- Kabadayı, E. T. (2002). İşletmelerdeki üretim performans ölçütlerinin gelişimi, özellikleri ve sürekli iyileştirme ile ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, 61-75.
- Karagöz, Y. (2011). *Olumlu düşünme eğitim programının ergenlerin geleceğe yönelik iyimserlik, depresyon ve bilişsel çarpıtma düzeylerine etkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Karakaya, A. (2004). Stratejik yönetim sisteminin kriz yönetimine katkısı üzerine bir araştırma. *Teknoloji*, 7(2), 225-233.
- Karim, W., Haque, A., Anis, Z., & Ulfy, M. (2020). The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-7.
- Karlık, T. (2007). *Halkla ilişkilerde kriz yönetimi kurumsal örnekler (mey içki, tavukculuk sektörü)* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kayacan, M. (2010). *Seyahat ilişkili Lejyoner hastalığı, korunma ve kontrol yöntemleri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kayagil, T. (2020). *Yaşam memnuniyeti fonksiyonunda kurumlar, güven, nispi gelir gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerine bir inceleme* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kennerley, M., & Neely, A. (2002). A framework of the factors affecting the evolution of performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(11), 1222-1245.
- Kılıçdere, S. (2017). *Seyahat acentalarında kriz yönetimi kapsamında 2016 turizm sezonunun değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

- Kılıçhan, R. ve Caner, E. (2019). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin kriz yönetim becerileri ve stratejileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3202-3224.
- Kıvılcım, B. (2020). COVID-19 (Yeni Koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences*, 4(1), 17-27.
- Kızıлтаş, A. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Öz Denetim, Stresle Başa Çıkma ve Sosyal Destek Algıları ile Alkol ve Madde Kullanma Riskleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kim, J., Kim, J., Ki Lee, S., & (Rebecca) Tang, L. (2020). Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: Event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 32–41.
- Kiper, V. O. Saraç, Ö. Çolak, O. ve Batman, O. (2020). COVID-19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43).
- Koch, S., & Steffen, R. (1994). Meningococcal disease in travelers: vaccination recommendations. *J Travel Med*, 1(1), 4-7.
- Korkut, Y. Eker, M., Zeren, F. ve Altunışık, R. (2020). COVID-19 pandemisinin turizm üzerindeki etkileri: Borsa İstanbul turizm. *Gazi üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 71-86.
- Köroğlu, A. (2004). *Turizmde kriz yönetimi (otel işletmelerinde ve seyahat acentalarında bir uygulama)* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, (62), 216-230.
- Kueng, P. (2000). Process performance measurement system: A tool to support process-based organizations. *Total Quality Management*, 11(1), 67-85.

- Kuo, H.I., Chang, C.L., Huang, B.W., Chen, C.C., & McAleer, M. (2007). Avian flu and international tourism demand: A panel data analysis. *Department of Applied Economics*, 1892-1898.
- Kuo, H.I., Chen, C.C., Tseng, W.C., Ju, L.F., & Huang, B.W. (2008). Assessing impacts of SARS and avian flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29, 917–928.
- Kuşluvan, S. ve Eren, D. (2008). Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 177-193.
- Kutlu, M., Balcı, S. ve Yılmaz, M. (2004). İletişim beceri eğitiminin öğrencilerin kendini ayarlama ve iyimserlik düzeylerine etkisi. *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, 1-8.
- Küçük, O. Dengel, D. ve Çeven, S. (2019,Nisan). *İşletme performansı ölçeği geliştirme çalışması: Bir alan araştırması*. Uluslararası Erciyes Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Kayseri.
- Kümbül Güler, B. ve Emeç, H. (2016). Yaşam memnuniyeti ve akademik başarıda iyimserlik etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(2), 129-149.
- Laguna, M., & Razmus, W. (2018). When I feel my business succeeds, I flourish: reciprocal relationships between positive orientation, work engagement, and entrepreneurial success. *Journal of Happiness Studies*, 20, 2711–2731.
- Laguna, M. (2018). Towards explaining the “how” of positive orientation: The beliefs-affect-engagement model. *Asian Journal of Social Psychology*, 2-7.
- Leslie, D., & Black, L. (2005). Tourism and the Impact of the foot and mouth epidemic in the UK: Reactions, responses and realities with particular reference to Scotland. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 35-46.
- Lewis, N. D., & Bailey, J. (1992). HIV, international travel and tourism: global issues and Pacific perspectives. *Asia Pac J Public Health*, 6(3), 159-167.
- Marcuta, L., Dorobanju, D., Popescu, A., Tindeche, C., & Marcuta, A. (2020). The influence of epidemics on tourism under the conditions of globalization. *AgroLife Scientific Journal*, 9(1), 214-220.

- Mason, P., Grabowski, P., & Du, W. (2005). Severe acute respiratory syndrome, tourism and the media. *International Journal Of Tourism Research*, 7, 11–21.
- Matsuno, K., Mentzer, J., & Özsomer, A. (2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*, 66, 18–32.
- McKercher, B., & Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716–719.
- Meeus, M. T., & Oerlemans, L. (2000). Firm behaviour and innovative performance An empirical exploration of the selection–adaptation debate. *Research Policy*, 29, 41–58.
- Mete, B. (2016). *Etik Liderlik Davranışlarının Yöneticiye Duyulan Sadakat Üzerine Etkisi: Güvenin Aracı Rolü* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Miller, D. (1987). Strategy making and structure: Analysis and Implications for performance. *The Academy of Management Journal*, 30(1), 7-32.
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: From temporary de-globalisation to a rediscovery of tourism. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(3), 1-6.
- Okcu, C. (2019). *Yetişkinlerde benlik saygısı ve ölüm farkındalığının ruh sağlığı ile ilişkilerinin incelenmesi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Okumuş, F. (2003). İşletmelerde kriz yönetimi ve krizlerin işletmeler üzerine olası etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1-2), 203-212.
- Organization, W. H. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19). *Data as reported by national authorities by*.
- Orkunoglu, I. (2009). Domuz gribi ekonomisinin Türkiye'ye maliyeti. *Mevzuat Dergisi*, 1-14.
- Oyman, S. (2009). *Stratejik yönetim sürecinde performans ölçümü ve dengeli sonuç kartı uygulaması: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası için bir*

değerlendirme (Uzmanlık Yeterlilik tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

Özaltın Türker, G. (2020). COVID-19 algını turizm sektörünü nasıl etkiler? turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.

Özdamar, K. (2011). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (8.Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Özer, E. (2016). *Kalite uygulamalarının işletme performansı üzerindeki etkisi: İnşaat sektöründe bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

Özer, Ö. (2011). *Kurumsal girişimcilik ve işletme performansı ilişkisi: dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde uygulama* (Doktora tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

Özer, H. (2004). *Nitel değişkenli ekonometrik modeller: Teori ve bir uygulama* (1.Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

Özgüçlü, A. K. (2019). *Pazarlama yetkinliğinin işletme performansına etkisi: Nevşehir' deki konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.

Özhasar, Y. ve Ege, Z. (2019). Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi uygulamaları: İstanbul Fatih ilçesi örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 50–65.

Öztek, M. Y. (2005). Performans ölçümünde esas alınan ölçütler. *Öneri Dergisi*, 6(23), 19-22.

Öztürk, E. Mesci, M. ve Kılınç , İ. (2013). Yenilik faaliyetlerinin işletme performansına etkisi: yat limanları üzerine bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 97-118.

Öztürk, Y. ve Türkmen, F. (2006). Turizm işletmelerinin kriz dönemlerinde uyguladıkları pazarlama stratejilerine yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 74-93.

- Öztürk, A. (2003). *Kriz yönetimi ve tekstil sektörüne etkileri ile ilgili bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Paksoy, H. M. ve Ersoy, N. (2016). Antalya’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde inovasyon ve işletme performansı arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 413-433.
- Parıldar, H. (2020). Tarihte bulaşıcı hastalık salgınları. *Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 30, 19-26.
- Pavli, A., Tsiodras, S., & Maltezos, H. (2014). Middle east respiratory syndrome Coronavirus (MERS-CoV): Prevention in travelers. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 12, 602-608.
- Perlman, S. (2020). Another decade, another Coronavirus. *The new england journal of medicine*, 382(8), 760-762.
- Pişkin, M. (1996). *Self-esteem and locus of control of secondary school children both in England and Turkey* (Uzmanlık tezi). University of Leicester.
- Pizam, A. (1999). A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 38(5), 4-12.
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(1), 1-12.
- Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84.
- Richter, L. K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*, 41, 340-347.
- Saruhan, Ş. ve Özdemirci, A. (2018). *Bilim, felsefe ve metodoloji* (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Saygılı, M. Alperen Onay, Ö. ve Ayhan, M. (2017). Kişilik özellikleri bağlamında yaşam memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Yorum-Yönetim-Yöntem Uluslararası Yönetim-Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5(2), 61-72.

- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71–92.
- Scheier, M., Carver, C., & Bridges, M.W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A reevaluation of the life orientation test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1063-1078.
- Scheier, M. F., & Carver, C. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 16(2), 201-228.
- Scheier, M. F., & Carver, C. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4(3), 219-247.
- Seçilmiş, C. Kılıç , İ. ve Doğantekin, A. (2017). *Siyasi krizlerin turizme etkisi ve bir kriz yönetim modeli önerisi*. İlk Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi, Mersin, 498-505.
- Segerstrom, S. C. (2007). Optimism and resources: Effects on each other and on health over 10 years. *Journal of Research in Personality*, 41, 772–786.
- Seki, T. (2020). *Benlik saygısı ve ilişkisel faktörler : Bir meta-analiz çalışması* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Sel, Z. G. Kırklar Can, B. Ertaş, M. ve Tütüncü, Ö. (2017, Kasım). *Krizin kısa dönemli yansımalarının turizm işletmelerinin kriz yönetimi uygulamalarına etkisi*. 4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Aydın, 228-238.
- Seligman, M., & Csikszentemihalyi, M. (2000). Positive psychology. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Selimoğlu, E. ve Biçen Yılmaz, H. (2009). Hizmetiçi eğitimin kurum ve çalışanlar üzerine etkileri. *PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 5(1), 1-12.

- Serçemeli, M. Kurnaz, E. ve Özcan, M. (2015). Y kuşağı öğrencilerinin muhasebe eğitimine bakışı: Atatürk Üniversitesi İİBF’de bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 261-276.
- Sezgin, F. (2003). Kriz yönetimi. *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 181-195.
- Sharma, S., & Agarwala, S. (2013). Contribution of self-esteem and collective self-esteem in predicting depression. *Psychological Thought*, 6(1), 117–123.
- Sifolo, N., & Pearl Portia Siyanda Sifolo, P. (2015). The tourism inconvenience of the Ebola epidemic: lessons for the South African tourism sector. *African Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1, 1-11.
- Singh, J. V. (1986). Performance, slack, and risk taking in organizational decision making. *The Academy of Management Journal*, 29(3), 562-585.
- Sonnenburg, F. v., Torniepoorth, N., Waiyaki, P., Lowe, B., Peruski Jr, L., DuPont, H., & Mathewson, J. (2000). Risk and aetiology of diarrhoea at various tourist destinations. *Research Letters*, 356, 133-134.
- Sürücü, Ö. (2016). İş yaşantısında iyimserlik, yaşam doyumu ve mutluluk; otel işletmelerinde çalışan iş görenlere yönelik bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2170-2176.
- Şahin, Ç. Kurudayıoğlu, M. Tunçel, H. ve Abalı Öztürk, Y. (2013). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Lisans Düzeyinde Verilen Yabancılar Türkçe Öğretimi (YTÖ) Dersine Yönelik Özyeterlik Algıları. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 1(2), 36-45.
- Şahin, S. (2005). *Kriz ve kriz yönetimi kapsamında küçülme: Konaklama işletmelerinde örnek bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Şen, M. A. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının Türkiye’deki yemek firmalarında oluşturduğu etkinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1), 89-100.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik* (1.Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.

- Şendoğdu, A. (2009). Kurumsal yönetişim ilkeleri işığında kriz yönetimi açısından krizi fırsata çevirme: türk bankacılık sektöründe bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 12(1-2), 15-26.
- şerbetçi, B. (2007). *İşletmelerde performans yönetim sistemleri ve bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- şimşek, A. (2018). Araştırma modelleri. A. şimşek, (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri içinde* (s. 81-101). Eskişehir: Anadolu niversitesi.
- şirin, H. ve zkan, S. (2020). Dünyada ve Türkiye’de COVID-19 epidemiyolojisi. *Kulak Burun Boğaz ve Baş Boyun Cerrahisi Dergisi*, 28, 6-13.
- T.C. SB (2020) Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. <https://www.saglik.gov.tr/> adresinden 15.11.2020 tarihinde edinilmiştir.
- Tang, C. F. (2011). Old wine in new bottles: Are Malaysia’s tourism markets converging. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 263-272.
- Tarhan, N. (2013). *Duyguların psikolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- TGA (2020) Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. <https://tga.gov.tr/> adresinden 2.12.2020 tarihinde edinilmiştir.
- Thitthongkam, T., & Walsh, J. (2010). An analysis of factors influencing the competitiveness of the thai tourism industry. *International Conference on Business and Economics Research*, 1, 138-141.
- Titiz, İ. (2003). Kriz dönemi yönetsel kararların kriz sonrası işletme stratejileri üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 111-123.
- Topuz, . (2009). *Kriz yönetimi ve turizm sektörüne etkileri (Belek Bölgesindeki otel işletmelerine yönelik bir uygulama)* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Turhan Sarıköse, S. (2013). *XIX. Yüzyılda Çukurova’da Doğal Afetler ve Salgın Hastalıklar* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- TÜBA (2020). Türkiye Bilimler Akademisi. <http://www.tuba.gov.tr/tr/> adresinden 25.11.2020 tarihinde edinilmiştir.

- Ulak, N. (2020). A preliminary study of novel coronavirus disease (COVID-19) outbreak: A Pandemic Leading Crisis in Tourism Industry of Nepal. *Journal of Tourism & Hospitality Education*, 10, 108-131.
- UNWTO (2020). World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/> adresinden 24.11.2020 tarihinde edinilmiştir.
- Veenhoven, R. (1996). The study of life satisfaction. *Prof. Dr. Ruut Veenhoven Erasmus University Rotterdam, Faculty of Social Sciences*, 1-37.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. *The Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Verikios, G., Sullivan, M., Woo, G., Stojanovski, P., & Giesecke, J. (2015). Assessing regional risks from pandemic influenza: a scenario analysis. *The World Economy*, 1-31.
- WHO (2020). World Health Organization. <https://www.who.int/> adresinden 24.11.2020 tarihinde edinilmiştir.
- Widmar, N. J., Dominick, S., Rupple, A., & Tyner, W. (2016). The influence of health concern on travel plans with focus on the Zika virus in 2016. *Preventive Medicine Reports*, 6, 162–170.
- Wilder-Smith, A. (2005). The severe acute respiratory syndrome: Impact on travel and tourism. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 4, 53–60.
- Wilson, M. E., & Chen, L. (2020). Travellers give wings to novel coronavirus (2019-nCoV). *Journal of Travel Medicine*, 27(2), 1-3.
- Yanga, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83, 1-6.
- Yıldız, M. A. (2010). *Sokakta Çalışan ve Çalışmayan İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Benlik Saygısı, Yaşam Doyumu ve Depresyon Düzeylerinin İncelenmesi (Diyarbakır Örneği)* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Yıldız, S. (2010). İşletme performansının ölçümü üzerine bankacılık sektöründe bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(36), 179-193.

- Yılmaz, Y. Ünal, C. ve Dursun , A. (2019). Otel yöneticilerinin 2016 Türkiye turizm krizine ilişkin öngörüler ve kriz yönetim uygulamaları. *Journal of Yasar University*, 14(56), 468-488.
- Yılmaz, Ö. D. (2004). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi ve konaklama işletmeleri yöneticilerinin krizlere ilişkin yaklaşımlarına yönelik bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Yürekli, İ. B. (2020). Türkiye’de yapılan bulaşıcı hastalıklara yönelik turizm ve seyahat sağlığı ile ilgili çalışmalar. 1-18.
- Zeng, B., Carter, R., & Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322.
- Zerenler, M. (2003). Kriz dönemlerinde üretim süreci esnekliğinin işletme performansına etkileri. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 99-132.
- Zerenler, M. ve İraz, R. (2006). Kriz dönemlerinde ürün ve süreç esnekliğinin işletme performansına etkileri: küçük ve orta ölçekli tekstil işletmelerinde bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(21), 247-267.
- Zhang, K., Hou, Y., & Li, G. (2020). Threat of infectious disease during an outbreak: Influence on tourists' emotional responses to disadvantaged price inequality. *Annals of Tourism Research*, 84, 1-11.

EKLER

Ek- 1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı programında öğrenim gören Emel ERGİN tarafından Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER danışmanlığında yürütülen **“COVID-19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği”** isimli çalışmanın verilerini toplamak üzere hazırlanmıştır. Çalışma bilimsel amaçlara hizmet etmektedir. Soruları önemle cevap vermenizi rica ederiz. Zaman ayırıp anketimizi cevapladığınız için teşekkür ederiz.

Emel ERGİN

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

BİRİNCİ BÖLÜM				
Demografik Özellikler				
Cinsiyetiniz?	☐ Kadın	☐ Erkek		
Yaşınız?	☐ 30 ve Altı	☐ 31-40	☐ 41-50	☐ 50 ve Üzeri
Eğitim durumunuz?	☐ İlköğretim	☐ Lise	☐ Ön lisans	☐ Lisans
Turizm Sektöründe Çalışma Süreniz?	☐ 1-5 Yıl	☐ 6-10 Yıl	☐ 11-15 Yıl	☐ 16 + Yıl
İşletmedeki Çalışma Süreniz?	☐ 1-5 Yıl	☐ 6-10 Yıl	☐ 11-15 Yıl	☐ 16 + Yıl
İşletmedeki Pozisyonunuz?	☐ İşletme Sahibi	☐ İnsan Kaynakları Müd.	☐ Ön Büro Müdürü	☐ Diğer
	☐ Genel Müdür	☐ Satış ve Pazarlama Müd.		

Ek- 1: (Devam) Anket Formu

İşletmenizin Faaliyet Süresi?	☐ 1-5 Yıl	☐ 6-10 Yıl	☐ 11-15 Yıl	☐ 16 + Yıl
İşletmenizin Sınıfı?	☐ Konaklama İşletmesi	☐ Seyahat İşletmesi	☐ Yiyecek-İçecek İşletmesi	
İşletmenizin Hukuki Statüsü?	☐ Esnaf İşletmesi	☐ Şahıs Şirketi	☐ Kamu İktisadi Teşebbüs	
		☐ Sermaye Şirketi	☐ Şirketler Grubu (Holding)	
İşletmenizdeki Personel Sayısı?	☐ 10 ve Altı	☐ 11-25	☐ 26-49	☐ 50-100
			☐ 101 ve Üzeri	
İşletmenizde Olası Krizler İçin Hazırlanmış Kriz Yönetim Planı/Planları Var mı?	☐ Var		☐ Yok	

İKİNCİ BÖLÜM

Aşağıda “kriz yönetim uygulamaları” ve “iyimserlik düzeyi” ile ilgili verilen yargılara katılım düzeyinizi belirtiniz.

	(1) Kesinlikle Katılmıyorum	(2) Katılmıyorum	(3) Orta Düzeyde Katılıyorum	(4) Katılıyorum	(5) Kesinlikle Katılıyorum
1. İşgücü maliyetlerini azaltmak için personel çıkartırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2. İşgücü maliyetlerini azaltmak için, personele ücretsiz izin kullandırırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3. Haftalık çalışma günü sayısını arttırırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4. Personel maaş ödemelerini durdururum.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
5. Görev süresi uzun olan personel yerine, işe yeni başlayan personeli çalıştırırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
6. Personeli, sözleşmeli olarak taşeron firmadan temin ederim. (Dış kaynak kullanım)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
7. Yerel firmalarla birlikte iç turizme yönelik ortak kampanyalar düzenlerim. (Kredi kartı ile taksit yapma, sanal ödeme imkânı sağlanması gibi).	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
8. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, iç turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
9. İndirimli fiyat uygulayıp, özel teklifler sunarım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
10. Liste fiyatlarını düşürürüm.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
11. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, dış turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
12. Yeni ürün ve hizmetleri tanıtip, pazarlarım. (catering hizmeti vb.)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Ek- 1: (Devam) Anket Formu

13. Yeni bölümlere yönelik pazarlama çalışmaları yaparım. (Helal turistler gibi)	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
14. İşletme hizmetlerini kısıtlayarak giderleri azaltırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
15. Bina bakım-onarım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
16. Makine ve ekipman bakım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
17. Ödemeleri ertelerim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
18. Kriz döneminde devlet destek vermediği için protesto ederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
19. Kriz döneminde oluşan giderler için sektör bazında hükümetten destek talep ederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
20. Vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında hükümetten ek süre tanınmasını talep ederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
21. Yerel (belediye) vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında ek süre tanınmasını talep ederim.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM					
1. Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu umarım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
2. Rahatlamak benim için kolaydır.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3. Bir işimin ters gitme olasılığı varsa mutlaka ters gider.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4. Olaylara her zaman iyi tarafından bakarım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
5. Geleceğim konusunda hep iyimserimdir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
6. Arkadaşlarımla birlikte olmaktan hoşlanırım.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
7. Yapacak bir şeylerin olması benim için önemlidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
8. İşlerin benim istediğim gibi gitmesini hiç beklemem.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
9. Hiçbir şey benim istediğim yönde gelişmez.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
10. Moralim öyle kolay kolay bozulmaz.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
11. "Her gecenin bir sabahı vardır" fikrine inanıyorum.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
12. Başıma iyi şeylerin geleceğine pek bel bağlamam.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM					
Aşağıda verilen yargıları işletmenizin performansını (başarısını) bölgenizdeki rakip işletmeler (sizinle aynı nitelikteki) ile kıyaslayarak değerlendiriniz.					
	(1) Rakiplerden çok daha kötü/	(2) Rakiplerden daha kötü/düşük	(3) Rakiplerle aynı	(4) Rakiplerden daha iyi/yüksek	(5) Rakiplerden çok daha iyi/yüksek
1. Müşterilerin memnuniyet düzeyi.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Ek- 1: (Devam) Anket Formu

2. Müşteriye verilen hizmet kalitesi.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
3. Müşteri sadakati (tekrar gelen müşteri oranı).	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
4. İşletmenin tüketiciler gözündeki imaj ve itibarı.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
5. Konuk <u>şikâyetleri</u> .	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

