



KAVRAMSAL MAKALE

Covid-19 Salgınında Kriz Yönetiminin Önemi: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Güvenli Turizm Sertifikası Örneği

Dr. Binali KILIÇ, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, İstanbul, e-posta: kilicbinali@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8345-6617>

Öz

Bu çalışmanın amacı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Covid-19 salgını döneminde dünyada başka bir örneği olmayan “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programının kriz yönetimi çerçevesinde başarısını incelemektir. Bu çalışmada, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Steven Fisk’in belirlediği krizin dört aşamasından biri olan “krizin süregelen hale gelme aşaması” döneminde yapılan uygulamalardan biri olan “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programının etkisi, faydası ve dış turizm açısından sonuçları incelenmiştir. Sonuç olarak, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının “Güvenli Turizm Sertifikası” uygulaması ile Türkiye turizm endüstrisinin güvenilirliğini ve kriz iletişimini proaktif bir şekilde yönettiği görülmüştür. Türkiye’nin turizm endüstrisi birçok Avrupa ülkesinin güvenini kazanmıştır. Ayrıca, uluslararası akredite kuruluşların “Güvenli Turizm Sertifikası” verme işlemine dahil edilmesi ile, hızlı, şeffaf ve spekülasyon oluşturmayacak şekilde başarılı bir kriz, iletişim ve itibar yönetimi yürüttüğü görülmektedir. Güvenli Turizm Sertifikasyonun en önemli uygulayıcıları olan turizm personelinin, “Turizm Meslek Yasası” taleplerinin karşılanması ile “Güvenli Turizm Sertifikasyonu” projesi ve uygulaması taçlandırılmış olacaktır. Güvenli Turizm Sertifikasyon programı, Covid-19 salgınının bulaşıcı etkilerinin azaldığı ve yayılmasının durdurulmasından sonrada geliştirilerek ve güncellenerek devam ettirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Güvenli Turizm, Sertifikasyon, Covid-19, Algı ve Kriz Yönetimi.

Makale Gönderme Tarihi: 13.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.04.2021

Önerilen Atf:

Kılıç, B. (2021). Covid-19 Salgınında Kriz Yönetiminin Önemi: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Güvenli Turizm Sertifikası Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(4): 354-367.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2021, 4(4): 354-367. DOI:[10.26677/TR1010.2021.712](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.712)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**Importance of Crisis Management in the phase of Covid-19 Pandemic: Sample of
Safe Tourism Certificate of T.R. Ministry of Culture and Tourism**

Dr. Binali KILIÇ, Republic of Turkey Ministry of Finance and Treasury, İstanbul, e-mail:
kilicbinali@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8345-6617>

Abstract

The main purpose of this research is to examine the success of “Safe Tourism Certificate”, a unique programme launched by T.R. Ministry of Culture and Tourism, within the scope of crisis management during the Covid-19 pandemic period. In this research, effects, benefits, and results in terms of foreign travel of the programme “Safe Tourism Certificate” by T.R. Ministry of Culture and Tourism which is one of the implementations made in “Phase of crisis becoming chronic”, one of the four phases of crisis determined by Steven Fisk are analysed. As a conclusion, it was found that Turkey manages the reliability of tourism industry and crisis communication proactively by using the programme “Safe Tourism Certificate” by T.R. Ministry of Culture and Tourism. The tourism industry of Turkey gained the trust of many European countries. Besides, it was seen that international accreditation institutions carry out crisis, communication and reputation management in a successful way that is fast, transparent and far from speculation upon their participation of the transactions of issuing a “Safe Tourism Certificate”. The “Safe Tourism Certificate” project and its implementation will be celebrated upon meeting the requests of “Law of Tourism Profession” of the tourism personnel who are the most important implementors of Safe Tourism Certificate. The “Safe Tourism Certificate” programme shall be maintained by being developed and updated after the Covid-19 pandemic’s infectious and effects are decreased, and its spread is prevented.

Keywords: Safe Tourism, Certification, Covid-19, Perception and Crisis Management.

Received: 13.01.2021

Accepted: 02.04.2021

Suggested Citation:

Kılıç, B. (2021). Importance of Crisis Management in the phase of Covid-19 Pandemic: Sample of Safe Tourism Certificate of T.R. Ministry of Culture and Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(4): 354-367.

© 2021 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Covid-19, ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaleti'nde ortaya çıkmıştır. Covid-19, solunum yolu belirtileri ile gelişen ve yapılan tanılar sonucunda 13 Ocak 2020 tarihinde tanımlanan bulaşıcı bir virüs olarak kayıtlara geçmiştir (Kılıç, 2020: 256). Kişiden kişiye bulaşabilen Covid-19 virüsü, 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir (Güreşçi, 2020: 55). Hastalıkların tarihi göz önüne alındığında, salgın hastalıklarının insanlık tarihi kadar eski olduğu görülmektedir. Bu görüşün temel dayanağı ise, hastalıkların kaynağı olan mikroorganizmaların insanlık tarihinden de eski olduğunun kabul edilmesidir. Pandemi, Yunanca'da tüm anlamına gelen "Pan" ve insan anlamına gelen "demos" kelimesinin birleşiminden türetilmiştir. Pandemi, bir bölgeye, kıtaya veya tüm dünya yayılan hastalık anlamına gelmektedir (Tunç ve Atıcı, 2020: 331). İnsanlık tarihi; savaşlar, çeşitli salgın hastalıklar, doğal afetler ve çeşitli siyasi, ekonomik ve finansal krizler ile doludur. Geçmişte ve günümüzde salgınların üstesinden gelmek çoğu zaman zor olmuştur. Her salgında insanlar hayatını kaybetmiştir (Tunç ve Atıcı, 2020: 330). Söz konusu salgın dönemlerinde ülkeler, kurumlar ve insanlar salgınla mücadele veya etkisini en aza indirme adına strateji, taktik ve çeşitli karar alma yöntemleri geliştirmişlerdir. Covid-19 salgını ile ilgili alınan önlemler salgının yaratmış olduğu ekonomik, mali etkilerini ve can kaybını en aza indirmek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle salgınların etkilediği sektörlerin kayıplarının minimum düzeye düşürülmesi için; kriz, itibar ve algı yönetimi çerçevesinde ele alınması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa bir süre içerisinde dünyaya yayılan ölümcül Covid-19 pandemisine yönelik T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının aldığı önlemlerden "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programının; kriz ve itibar yönetimi bağlamında "krizin süregelen hale gelme aşamasında" incelemek, tartışmak ve sonrasında politika önerilerinde bulunmaktır.

KRİZ ve KRİZ YÖNETİMİ

Kriz sözcüğü Yunanca Krisis kelimesinden gelmektedir. Anlamı ise, ayrılmak ve karar almaktır. Oxford sözlüğü ise krizi iyiye ya da kötüye gitmek olarak tarif etmiştir. Türkçe' de kriz, önceden öngörülme, endişe ve gerilim yaratan, hızlı değişim ve karar almayı gerektiren, istikrarsız ve belirsiz bir süreç olarak tarif edildiği görülmektedir (Fırat ve Açıkgöz, 2011: 2). Kriz, anlık gelişen ve önceden sezilmeyen, hızlıca yanıt verilmesi ve önlem alınması gereken, örgütlerin varlığını, amaç ve hedeflerini tehdit eden gerilim durumudur (Seçilmiş ve Sarı, 2010: 508). Kriz kavramı ile ilgili evrensel bir tanımının olmadığı görülmektedir. Kriz; örgütlerin ve organizasyonların misyon ve vizyonlarını gerçekleştirmek için fırsat, tehdit ve belirsizlik yaratan durumdur (Asunakutlu ve Safran, 2004: 51). Kriz ile ilgili tanımların ortak özelliği beklenilmeyen ve ani bir şekilde gerçekleşen ve mevcut durumu ve işleyişi bozacak istenmeyen olumsuz durumlar olarak tanımlanabilir (Övgün ve Gül, 2019: 174).

Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen doğa olayları, salgınlar, ekonomik, siyasi ve mali krizler turizm sektörü açısından büyük tehdit oluşturmaktadır (Çolak ve Batman, 2019: 351). Ancak, krizlerin iyi yönetilmesi ülkeler ve kurumlar için bir fırsat, iyi yönetilmemesi durumunda ise bir tehdit unsuru olarak değerlendirilir. Bu nedenle kriz yönetimi önemli bir eylem ve olgu olarak önemini korumaktadır (Güreşçi, 2020: 53). Krizler aniden ortaya çıkmakla birlikte şaşkınlık ve panik yaratırlar. Bu nedenle krizler ciddiyetle ve stratejik bir şekilde ele alınmaları gereken olaylardır. Krizler ilk ortaya çıktığında ne kadar devam edeceği ve ne kadar zarar vereceğini kestirmek oldukça zordur. Krizlerin iyi yönetilmemesi, kurumları ve insanların sunduğu hizmetlerin ya da ürünlerin itibarını olumsuz etkileyen olaylardır (Güreşçi, 2020: 55).

Krizler çeşitli faktörlere bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir (Asunakutlu ve Safran, 2004: 51). Görüleceği üzere kriz; buhran, risk ve bunalım kelimeleri ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Fırat ve Açıkgöz, 2011: 2).

Seçilmiş ve Sarı (2010)'a göre, krizin belli başlı özellikleri şunlardır.

Kriz önceden tahmin edilemez,

Kriz örgütler için en önemli bir problemdir. Bu nedenle üzerinde düşünülmüş ciddi çözümleri ve müdahaleleri gerektirir,

Örgütün amaç ve hedeflerini tehdit eder,

Krizin çözümü ile ilgili kesin bir formül bulunmamakla beraber her zaman tekrar edebilir.

Krizin üstesinden gelmek için mevcut bilgi ve zaman yeterli olmayabilir,

Krizler; risk oluşturur, örgüt, yönetici ve çalışanlarda korku, endişe ve paniğe yol açar,

Kriz yönetimi altı aşamada el alınmaktadır. Bunlar Şekil 1'de gösterilmiştir.



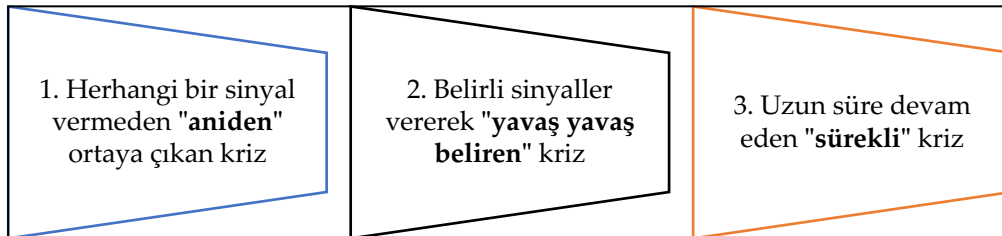
Şekil 1. Kriz Yönetiminin Aşamaları

Kaynak: İbrahimoglu, 2011: 734.

Şekil 1'de kriz altı aşamada ele alınmıştır. Bunlar; krizden kaçınma, krizi yönetme, krizi fark etme, kriz aşaması, krizi çözme ve krizi fayda sağlamak için kullanmadır.

Kriz dönemlerinde etkin iletişim kuşkusuz her örgütün başarısı için önemlidir. Bu nedene kriz dönemlerinde kriz iletişim stratejisi çok iyi tasarlanmalıdır (Karaağaç, 2013: 124). Kriz yönetiminin en kritik ve en önemli unsuru, olası risklerin önceden tahmin edilmesi ve buna göre strateji üretilmesidir. Risklerin önceden belirlenmesi, olumsuz sonuçların değerlendirilerek etkilerinin azaltılması veya ortadan kaldırılması kriz yönetiminin başarısı olarak kabul edilmektedir (Okkay, 2019: 315).

Krizlerin çıkışı, boyutu ve çevreye etkileri incelendiğinde üç tip kriz sınıflaması yapıldığı görülmektedir. Bunlar Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Krizlerin Çıkışı, Boyutu ve Çevreye Etkileri Nedeniyle Kriz Tipleri

Kaynak: Okumuş, 2010: 205.

Şekil 2'de yer alan krizlerin ortaya çıkış nedenlerinden birincisi doğal afetlerdir. İkincisi ekonomik ve politik nedenlerle ortaya çıkan krizlerdir. Üçüncüsü ise uzun süreli olması ve yıkıcı krizlerdir (Okumuş, 2010: 205).

Krizlerde doğru iletişim, kriz yönetimi sürecinin en önemli basamaklarından birisidir. Krizlerin etkisini azaltmak veya başarılı bir şekilde üstesinden gelmek kriz iletişim sürecini iyi bir şekilde yürütmekle mümkündür (Özdemir ve Yamanoglu, 2010: 124). Kriz hangi yapının içinde ortaya çıkarsa çıksın, o yapının varlığını, gelişimini ve sürdürülebilirliğini tehdit eder. Krizlerin, kuruluşlar üzerinde yarattıkları en önemli etki itibar kaybıdır. Bunla birlikte, diğer önemli kayıplar ise, nitelikli iş gücünün işletmelerden veya sektörden ayrılmasıdır (Güreşçi, 2020: 55).

Literatürde kriz yönetimiyle ilgili farklı yaklaşımların ortak noktaları; potansiyel kriz durumlarını öngörme ve hazırlık yapma, kriz sırasında doğru bilgi sağlama, kriz durumlarına mümkün olduğunca hızlı tepki verme ve uzun vadeli çözümlere duyulan ihtiyaç olarak sınıflandırılmaktadır (Çolak ve Batman, 2019: 354).

TURİZM İŞLETMELERİNDE KRİZ YÖNETİMİ

Kriz durumlarında uygulanacak stratejiler krizin yapısına, özelliğine ve hangi evrede olduğuna göre değişebilmektedir. Seçilmiş ve Sarı (2010: 508) yaptıkları çalışmada, konaklama ve diğer turizm işletmelerinin kriz döneminde uyguladıkları stratejileri şu şekilde sınıflandırmıştır.

- Alternatif seyahat acentesi ve tur operatörü kullanma,
- Yatay ya da dikey birleşme,
- Faaliyetlerine geçici olarak son verme,
- Yoğun halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri yapma,
- Fiyatları arttırma veya indirme,
- Yeni pazarlara yönelme,
- Maliyetleri azaltma,
- Personel çıkartma,
- Yeniden yapılandırma,
- Yeni yatırımlara girme,
- Personel giderlerini azaltma,
- Likit kalma,
- Katma değer sağlamayan ürün ve hizmetleri tasfiye etme.

Kuşkusuz krizlerin başarılı bir şekilde aşılmasında liderin önemli bir rolü vardır. Etkin bir kriz yönetiminin temel unsurları sembollerde bulmaktadır. Örneğin, kriz kelimesi Çince'de iki sembolü bir araya getirir. Bunlar, meydan okuma ve fırsattır. Kriz iletişimde kriz ile başa çıkabilme, hem meydan okumayı hem de fırsatları değerlendirmeyi ifade eder (Tuğcu, 2013: 21).

Krizler iyi yönetildiklerinde görülmektedir ki, rekabet üstünlüklerinin sağlamlaştırıldığı, itibarın pekiştiği ve tüm paydaşların güvenlerinin arttığı fırsatlar da yaratılabilmektedir (Güreşçi, 2020: 56). Kriz yönetimi, krizin yol açtığı zararlardan en düşük kayıpla kurtulmayı sağlayacak doğru politikalar ve stratejilerin hayata geçirilmesidir. Krizi yöneten liderin veya yöneticinin en önemli sorumluluğu krizin etkilerini en aza indirmektir (Aymanıkuy, 2001: 106). Kriz yönetiminin temel amacının örgütü kriz durumuna hazırlamak olduğunu ifade edilmektedir. Yöneticilik becerisinin önemi en çok kriz anlarında ortaya çıktığı kabul edilen bir olgudur (Demirtaş, 2000: 364).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının, Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi yani küresel salgın olarak ilan edilen Yeni Tip Koronavirüs (Covid-19) salgını ile mücadelesini incelemek ve analiz etmektir. Bu inceleme, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının dünyada ilk defa uygulanan ve başka bir örneği bulunmayan “Güvenli Turizm Sertifikasyonu” programının, Steven Fisk’in belirlediği krizin dört aşamasından biri olan “krizin süregelen hale gelme aşaması” döneminde yapılan uygulamaları ve çalışmaları risk, kriz, algı, itibar ve iletişim yönetim becerilerinin değerlendirilmesidir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bunlar, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı genelgeleri ve “Güvenli Turizm” tanıtımları, Dünya Turizm Örgütü yayınları, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi raporları ulusal ve uluslararası online turizm gazete ve dergileri ile akademik dergiler taranarak “Güvenli Turizm” ile ilgili benzer uygulamaların olup olmadığına bakılmıştır.

Araştırmanın Kapsamı

Bu çalışmanın kapsamı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının “Güvenli Turizm Sertifikasyonu” “Safe Tourism” programının incelenmesini varsa benzer uygulamalar ile karşılaştırılması ve analiz edilmesini kapsamaktadır.

Araştırmanın Kısıtları ve Varsayımları

Araştırmada, sadece T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programı incelenmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının ve hükümetin aldığı diğer önlemler araştırmaya ve analize dâhil edilmemiştir.

BULGULAR

Covid-19 Salgınında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Kriz Yönetimi

Krizler işletmeler için bazen sundukları tüm hizmetlerin sürdürülmesi noktasında işleyişi bozan, durduran, varlığını sona erdiren tehditlere, bazen de itibarının artmasına ve fırsatlara dönüşebilmektedir (Bulgan ve Aktel, 2017: 207). Yöneticilerin ve liderlerin yönetsel yetenek ve becerileri, daha çok kriz dönemlerinde önem kazanmaktadır. Politika yapıcılar için en önemli rol, acil durumlarda halk tarafından güvenilebileceğinden emin olmaktır (Gül ve Çelebi, 2020: 1706).

İtibar, paydaşların örgüt veya organizasyon hakkındaki genel yargılarıdır. İtibar yönetimi ise, paydaşları tarafından nasıl algılandıkları ve değerlendirildiklerini şekillendirmek için örgütün ve organizasyonun izlediği bilinçli ve sistematik süreçleri kapsar (Bilmez, 2014: 174). Örgütler ve organizasyonlar açısından itibarın önemi giderek artmaktadır. Özellikle artan rekabet nedeniyle itibar, örgütler ve organizasyonlar için önemli hale gelmiştir. Tüketiciler kendilerine sunulan ürün ve hizmetleri değil sahip oldukları rol ile bir bütün olarak değerlendirilmektedir (Bilmez, 2014: 175).

Steven Fisk'in Belirlediği Krizin Dört Aşaması

Krizin oluşum aşaması: Krizin çeşitli belirtilerinin ortaya çıktığı aşamadır. Bu aşamada krize karşı gerekli önlemleri alma imkânı vardır. Ancak yöneticiler genellikle bekle gör stratejisini uygulayarak en büyük hatayı yapmaktadırlar.

Krizin ortaya çıkma aşaması: Krizin ortaya çıkma ve etkisini göstermeye başladığı aşamadır. Bu aşamada krizin seyrini değiştirme ihtimali vardır.

Krizin süregelen hale gelmesi: Krizin süregelen hale gelme aşamasında artık kriz tüm etkisini göstermektedir. Bu aşamada yazılı, görsel ve sosyal medyanın gözü yöneticilerin ve karar alıcıların üzerindedir. Bir anlamda krizin sonuçlarının fırsata mı çevrileceği veya daha da ağırlaşacağı aşamadır.

Krizin çözülmesi aşaması ve son aşama: Kriz bitmiştir. Yapılanlar ve yapılmayanlar değerlendirilme aşamasıdır. Diğer bir deyişle neyi iyi yaptık, neyi iyi yapamadık değerlendirilmesi aşamasıdır (Güreşçi, 2020: 56).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Covid-19 salgınının süregelen hale gelme aşamasında yayınladıkları genelgeler ile sektörü bilgilendirmiştir. Ancak en önemli ve verimli çalışma "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programı, Covid-19 Turist Koruma Destek Sigortası ve Covid-19 Konaklama Destek Sigortasıdır.

Güvenli Turizm (Safe Tourism) Sertifikasyonu

"Güvenli Turizm Sertifikasyon" programı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının öncülüğünde, Sağlık, Ulaştırma, İçişleri, Dışişleri Bakanlıkları ve diğer paydaşların katkıları ile hazırlanan dünyadaki ilk örnek turizm endüstrisinde kriz yönetim modelidir. Türkiye'nin "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programı, seyahat ve konaklamaya katılan tüm iç ve dış turizm hareketlerinde turistlerin veya hizmet alanların sağlık durumunu koruyan ve önlemleri içeren tedbirleri içermektedir. "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programına dâhil olan işletmeler T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı internet sayfasında ilan edilmektedir. Ayrıca Güvenli Turizm Sertifikasyonu alan işletme; belgeyi işletmenin görünen noktalarına asmakla birlikte belge üzerindeki kare kod sayesinde tesis ile ilgili tüm denetleme bilgilerine ulaşmak mümkündür (<https://afyon.ktb.gov.tr>).

Güvenli Turizm Sertifika Kriterleri

Türkiye'nin "Güvenli Turizm Sertifika" programı, "Yolcu sağlığı ve güvenliği", "Çalışan sağlığı ve güvenliği", "Tesislerde alınan önlemler" ve "Ulaşım araçlarında alınan önlemler" olmak üzere 4 ana başlıktan oluşmaktadır. Güvenli Turizm Sertifikasının amacı, Covid-19 salgınının olumsuz etkilerini kriz devam ettiği süreçte ve sona ereceği zamana hazırlıktır. Temel amaç, turizm hareketine katılan turist ve gezginlerin Covid-19 salgınından koruma ve hijyen ile yüksek güvenlik beklentilerini karşılamaktır. Diğer bir amaç ise, Türkiye'deki "Güvenli Turizm" programı ile krizi ve algıyı yöneterek rekabet üstünlüğü sağlamak ve Dünya'da Türkiye'deki Covid-19 salgınına yönelik alınan önlemler ile farkındalık yaratma hedeflenmiştir (<https://www.tga.gov.tr>).

Tablo 1'de görüleceği üzere Konaklama Tesisleri ve Yeme & İçme Tesisleri İçin Salgın Süresince Uygulanacak Covid-19 ve Hijyen Uygulamaları Değerlendirme Formu Alt Başlıklarına bağlı toplam madde sayısı 142 adettir.

Tablo 1. Covid-19 ve Hijyen Uygulamaları Değerlendirme Formu Alt Başlıkları ve Madde Sayıları

Sıra No	Konaklama Tesisleri ve Yeme ve İçme Tesisleri İçin Salgın Süresince Uygulanacak Covid-19 ve Hijyen Uygulamaları Değerlendirme Formu Alt Başlıklar	Madde Sayısı
1	Süreç Yönetimi, Standartların Belirlenmesi, Protokollerin Hazırlanması	31
2	Misafirin Otele Girişi	5
3	Personel İçin Alınacak Önlem ve Uygulamalar	6
4	Yatak Odaları	2
5	Mutfaklar	28
6	Yeme ve İçme Üniteleri	7
7	Yüzme Havuzları ve Plajlar	5
8	Fitness Salonları ve SPA	6
9	Animasyon Salonları	2
10	Güvenlik	3
11	Otel Taşıtları	4
12	Personel Konaklama Üniteleri ve Lojmanlar	2
13	Atık Yönetimi	8
14	Haşere ve Zararlılarla Mücadele	6
15	Satın Alma, Mal Kabulü ve Depolama	7
16	Acil Durum ve İzolasyon	10
	TOPLAM	142

Kaynak: <https://www.tga.gov.tr>

Tablo 2. Güvenli Turizm Sertifikası Alan ve Belgelendirme Süreci Devam Eden Turizm Tesis Sayısı

Sıra No	Güvenli Turizm Sertifikası Verilen/Süreci Devam Eden Turizm Tesisi Özelliği	Sayısı
1	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri Sertifikalı Konaklama Tesisleri	1920
2	Belediye Belgeli	859
3	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Sertifikalı Restoran/Cafe	23
4	Belediye Belgeli Sertifikalı Restoran / Cafe	166
5	Kültür, Sanat ve Kongre Tesisleri	2
6	Deniz Turizmi tesisi	-
7	Tur ve Transfer araçları	200
8	Temalı Parklar	1

Kaynak: <https://tga.gov.tr>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının verilerine göre Türkiye’deki T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığınca Belgeli tesis sayısı 4767 adettir. Güvenli Turizm sertifikası alan ve belgelendirmesi devam eden toplam tesis sayısı ise 1920 adettir. Görüleceği üzere bakanlık belgeli toplam tesis sayısının yaklaşık %40’ı “Güvenli Turizm Sertifikası” almıştır.

Belgelendirme Yapacak Firmaların Özelliği

Güvenli Turizm Sertifika belgelendirme yapacak firmaların öncelikle Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) tarafından akredite olması gerekmektedir. Buna ek olarak bu firmalarda; akreditasyon şartlarını belirleyen uluslararası standart olan ISO 17020 (TÜRKAK) ve ISO 17021 (TÜRKAK) akreditasyonlarına sahip olmaları gerekmektedir (<https://www.tga.gov.tr>).

Firmaların Fiyat Politikaları

Tablo 3. Konaklama ve Yeme-İçme Tesisleri Sertifikasyonu Aylık Tavsiye Edilen Fiyatlar

Şehir Oteli	Sertifikasyon Bedeli (Türk Lirası)
0 – 40 yatak	400,00
41 – 199 yatak	1.200,00
200 - 599 yatak	1.400,00
600 ve üzeri yatak	2.200,00
Resort Oteli	Sertifikasyon Bedeli (Türk Lirası)
0 – 40 yatak	400,00
41 – 999 yatak	1.500,00
1000 ve üzeri yatak	2.600,00
Yeme İçme Tesisleri (Tesis Büyüklüğü)	Sertifikasyon Bedeli (Türk Lirası)
0 – 399 m2	400,00
400 – 799 m2	750,00
800 m2 ve üzeri	1.250,00

Kaynak: <https://www.turizmguccel.com>.

Tablo 3'te konaklama ve yeme – içme tesisleri sertifikasyonu ile ilgili aylık tavsiye edilen fiyatlar yer almaktadır. Görüleceği üzere dünyada ilk defa uygulanan ve Türkiye turizmi için önemli bir itibar ve iletişim aracı olan “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programı önemli bir maliyet bileşeni olarak yer almadığını söyleyebiliriz.

Covid-19 Turist Koruma Destek Sigortası ve Covid-19 Konaklama Destek Sigortası

Türkiye, Covid-19 salgını süresince birçok konuda dünyaya öncülük eden tedbirler almıştır. Bunlardan biri de turistlerin tatillerini güvende geçirmeleri için Covid-19 salgınına yönelik hazırlanan teminatlı sigorta poliçeleridir. Söz konusu sigorta T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde Türkiye Sigorta tarafından hayata geçirilmiştir. Covid-19 Turist Koruma Destek Sigortası, Covid-19 hastalığı nedeniyle hastanede tedavi gören turistlerin hastanede yattığı süre boyunca tedavi masraflarını ödeyen bir poliçe türüdür. Covid-19 Konaklama Destek Sigortası ise, yurt dışından Türkiye'ye seyahat amacıyla gelen turistlerin Covid-19 salgınına bağlı olarak otelde gözetim altında tutulması durumunda, Güvenli Turizm Sertifikasına sahip konaklama işletmelerinde ekstra oda konaklamayı kapsamaktadır (<https://www.tga.gov.tr>).

Tablo 4. 2019-2020 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması

2019-2020 Yıllarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak - Ekim)			
MİLLİYET	2019	2020*	2020/2019
Almanya	4 649 494	1 037 293	-77,69
Avusturya	363 248	98 664	-72,84
Belçika	518 182	117 521	-77,32
Fransa	793 865	272 302	-65,70
Hollanda	1 051 908	238 611	-77,32
İngiltere (Birleşik Krallık)	2 442 375	787 540	-67,76
İspanya	220 853	47 830	-78,34
İsveç	417 086	79 484	-80,94
İsviçre	287 013	115 369	-59,80
İtalya	329 848	64 234	-80,53
Rusya Fed.	6 694 453	1 911 264	-71,45
Ukrayna	1 462 269	928 105	-36,53

(*): Veriler geçicidir.

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr>.

2020 yılında birçok ülke sınır kapılarını kapatmış, pandemi nedeniyle ulaşım seferlerinde azalma olmuştur. Bu çerçevede değerlendirdiğinde Avrupa ülkelerinde, Rusya ve Ukrayna'dan turistlerin Türkiye'yi turizm destinasyonu olarak seçmesi "Güvenli Turizm Sertifikasyon" belgelendirme programının başarısı olduğu söylenebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının "Krizin Süreğen Hale Gelmesi" aşamasında Ocak-Eylül 2020 tarihleri arasında Türkiye'ye gelen yabancı ve yurtdışı ikametli toplam turist sayısı yaklaşık 15 milyondur.

Türkiye'nin turizmde en güçlü rakipleri İspanya, İtalya, Yunanistan, Kıbrıs ve Portekiz'dir. 2020 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısının 2019 yılına oranı Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. UNWTO Verilerine Göre 2020 Yılında 2019 Yılına Göre Turist Sayısındaki Düşüş Oranı

Ülke	Ocak-Ekim Değişim Oranı % (2020/2019 Yılları)
Kıbrıs	-84
Yunanistan	-77
Portekiz	-74
İspanya	-76
İtalya	-57
Türkiye	-72

Kaynak: <https://www.unwto.org>

Tablo 5'te görüleceği üzere 2020 yılında, 2019 yılına göre Türkiye'ye gelen turist sayısındaki düşüş oranı %72'dir. Aynı dönemde Türkiye'nin turizmde önemli rakiplerinden; Kıbrıs %84, Yunanistan %77, Portekiz %74 ve İspanya'da ise %76'lık düşüş olduğu görülmektedir. İtalya'nın turist sayısındaki düşüş oranı ise %57 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'ye gelen turist sayısının rakip ülkelerinden daha az düşüş göstermesi "Güvenli Turizm Sertifikası" programına bağlı olduğu söylenebilir. Ancak, İtalya'ya giden turist sayısındaki düşüş oranı Türkiye'den daha az gerçekleşmiştir.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının "Güvenli Turizm Sertifikasyonu" programı ile ilgili basın duyurularının bazıları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı "Güvenli Turizm Sertifikasyonu" İle İlgili Basın Duyuruları

Basın Bülteni Başlığı	İçerik
Uluslararası Konuklar "Güvenli Turizm" İçin Antalya'da	Türkiye'de görev yapan 50 büyükelçi ve çok sayıda yabancı gazeteciye "Güvenli Turizm sertifikasyon" programı tanıtıldı.
"Güvenli Turizm Programı" Turizmde Olumlu Sonuçlar Verdi	Rakip ülkelere oranla Türkiye'nin turizm pazarında daha az daralma olmuştur. Türkiye'ye turizmde rakip olan ülkelerde turist sayısında düşüş yaşanırken, Ukraynalı turist sayısında 2019 yılı verilerine göre, Ağustos ayında yüzde 12,3, Eylül ayında ise yüzde 15,3 artış gerçekleşmiştir. 1 Haziran 2020 itibariyle Almanya, Fransa, Ukrayna, Hollanda, Rusya, Japonya, Danimarka gibi yaklaşık 25 ülkeden 750'ye yakın basın mensubu ve seyahat profesyoneli Türkiye'de ağırlanmıştır.
Bulgaristan Turizm Bakanı Nikolava Türkiye'nin Güvenli Turizm Uygulamalarını İnceledi	T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy Bulgaristan Başbakan Yardımcısı ve Turizm Bakanı Mariana Nikolova ile bir araya geldi. Bulgaristan Turizm Bakanı Mariana Nikolova Türkiye'de uygulamaya konulan Güvenli Turizm Sertifikasına sahip oteli yerinde inceledi.
Alman Siyasetçiden Türkiye Övgüsü	Alman siyasetçi ve gazeteci Friedhelm Ost: Türkiye'nin güvenli turizm uygulamalarının örnek niteliğinde olduğunu söyledi.

Kaynak: <https://basin.ktb.gov.tr/>

Tablo 6'da yer alan basın duyuruları incelendiğinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının "Güvenli Turizm Sertifikası" programının olumlu sonuçlar verdiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, yurtdışından çeşitli ülkelerin turizm politikası belirleyicileri, uygulayıcıları, yazılı ve görsel basının "Güvenli Turizm Sertifikası" programına yönelik ilgisinin yüksek olduğu söylenebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm sektörü, krizlere karşı en hassas sektördür. Bu nedenle en etkili kriz yönetimi ve kriz iletişimini gerekli kılmaktadır. Turizm destinasyonları ve tesisleri açısından değerlendirildiğinde

krizler gelen turist sayısında ciddi azalmalara, destinasyonun imajının zedelenmesine ve uzun vadede tercih edilmeme riski oluşmaktadır. Dolayısıyla destinasyon yöneticileri ortaya çıkan krizlere karşı her zaman proaktif bir şekilde hazırlıklı olmaları bir zorunluluktur. Günümüzde iletişim teknolojileri sayesinde kriz ile ilgili alınan önlemler, bilgiler, deneyimler ve uygulamalar çok hızlı yayılmakta ve destinasyonun itibarını etkileyebilmektedir (Öksüz ve Batu, 2017: 104).

Dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını ile ilgili T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının kriz yönetimi uygulamalarından çok önemli sonuç ve öneriler çıkarılabilir. Bunlar: (1) Krizin belirsizliğini ortadan kaldırmak ve fırsata çevirmek mümkündür. (2) Türkiye dünyada önemli bir destinasyon olarak "Güvenli Turizm" ile birçok ülkenin turizm ve seyahat otoritelerinin güvenini kazandığı görülmektedir. (3) Başta Rusya, Almanya, Ukrayna ve İngiltere olmak üzere ve diğer Avrupa ülkelerinin Türkiye'nin "Güvenli Turizm" uygulamasına itibar ettiği görülmektedir. (4) Krizlerin yönetilebilmesi, olumsuz etkilerinin azaltılabilmesi veya krizin fırsata çevrilmesi mümkündür.

Almanya'nın, Türkiye'ye yönelik seyahat uyarısını "Güvenli Turizm Sertifikasyonu" güvencesi ile 4 Ağustos itibarıyla Antalya, İzmir, Muğla ve Aydın illeri için kaldırıldığı bilinmektedir. Bu çerçevede bakıldığında Almanya'dan gelen turist sayısı bir milyonu aştığı görülmektedir. Bu sayı "Güvenli Turizm" güvencesine bağlı olduğu söylenebilir. 2020 yılında Rusya'dan Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı yaklaşık iki milyon ve Ukrayna'dan Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı ise yaklaşık bir milyondur.

Ocak-Ekim 2020 yılında, 2019 yılına göre Türkiye'ye gelen turist sayısındaki düşüş oranı %72'dir. Aynı dönemde Türkiye'nin turizmde önemli rakiplerinden; Kıbrıs %84, Yunanistan %77, Portekiz %74 ve İspanya'da ise %76'lık düşüş olduğu görülmektedir. İtalya'nın turist sayısındaki düşüş oranı ise %57 olarak gerçekleşmiştir. İtalya'ya giden turist sayısındaki düşüş oranı Türkiye'den daha az gerçekleşmesinin sebebi araştırılmalıdır.

Görülebileceği üzere T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programı ile yurtdışından gelecek turistlere yönelik güven ve güvence vermiştir. Sadece turistlerin tercihlerini etkilememiş aynı zamanda ülkeler arasında turist kısıtlamasının kaldırılmasında diplomatik ve siyasi araç olarak kullanıldığı görülmektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programını sürdürülebilir bir şekilde geleceğe taşıması Türkiye turizmi için önemli bir araç olabilecektir. Bununla birlikte "Güvenli Turizm Sertifikasyon" standartlarını uygulayan ve şartlarını yerine getiren turizm personelinin "Turizm Meslek Yasası" taleplerinin dikkate alınması ve çalışma başlatılması "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programını taçlandırmış olacaktır.

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programının Covid-19 virüsü bulaşıcı ve etkilerinin azaltılması, ülkemizde yayılmasının durdurulmasına yönelik uygulanan tedbirlerin kaldırılmasını takiben tüm hükümleri ile kendiliğinden sona ereceğini belirtmektedir. "Güvenli Turizm Sertifikasyon" programının Covid-19 salgınının bitmesinden sonra geliştirilerek ve güncellenerek sürdürülmesi Türkiye turizm endüstrisi için bir kazanç olacağı düşünülmektedir. Ayrıca kriz döneminde "Güvenli Turizm" programı bir pazarlama ve güven aracı olarak kullanıldığı görülmüştür. "Güvenli Turizm" programı kriz sonrası dönemde de pazarlama ve rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir araç olarak kullanılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Asunakutlu, T. ve Safran, B. (2004). Stratejik Yönetim Açısından Kriz Kaynaklarına İlişkin Bir Değerlendirme. *Öneri Dergisi*, 6 (21) , 51-58.

- Aymankuy, Ş. Y. (2001). Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (6), 105-118.
- Bilmez, E. (2014). Kriz Döneminde Kurumsal İtibar Yönetiminin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14 (1-2), 161-172.
- Bulgan, G. ve Aktel, M. (2017). Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Kriz Yönetimine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 205-232.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2019). Turizmde Kriz Yönetimi: İstanbul Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 351-371.
- Demirtaş, A. (2000). Kriz Yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23 (23), 353-373.
- Fırat, A. ve Açıkgöz, İ. (2011). Konaklama İşletmelerinin Kriz Döneminde Uyguladıkları Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Uygulama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 69-88.
- Gül, H. ve Çelebi, F. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Pandemisinde Başlıca Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Kriz Yönetiminin Değerlendirilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (3), 1703-1715.
- Güreşçi, M. (2020). Covid-19 Salgınında Türkiye'de Kriz Yönetimi İletişimi: T.C. Sağlık Bakanlığı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Covid-19 Özel Sayısı, 2, 53-65.
- <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-269247/turkiye39nin-guvenli-turizm-sertifikasi.html>. [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
- <https://basin.ktb.gov.tr/TR-62892/haber-arsivi.html> [Erişim Tarihi: 18.01.2021].
- <https://www.tga.gov.tr/sigorta/>[Erişim Tarihi: 18.01.2021].
- <https://www.tga.gov.tr/wp-content/uploads/2020/05/tesislerdeAlinanOnlemler.pdf>. [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
- <https://www.turizmguzel.com/haber/oteller-koronavirus-sertifikasi-icin-ne-kadar-para-odeyecek>. [Erişim Tarihi: 15.12.2020].
- <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/milliyetlerine-gore-gelen-yabanci>. [Erişim Tarihi: 01.01.2021].
- <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> [Erişim Tarihi: 19.01.2021].
- İbrahimoglu, N. (2011). Crisis and Leadership Style Relationship in Entrepreneurs. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 10 (2), 731-747.
- Karaağaç, T. (2014). Kriz Yönetimi ve İletişim. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 49, 117-132.
- Kılıç, B. (2020). Covid-19 Salgınının Türk Turizmüne Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(105), 254-262.
- Okkay, İ. (2019). Küreselleşen Dünyada Kriz Yönetiminin Önemi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (3), 308-317.
- Okumuş, F. (2010). İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Krizlerin İşletmeler Üzerine Olası Etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17 (1-2), 203-212.
- Öksüz, B. ve Batu, M. (2017). Kriz İletişimi ve Turizm: 2016 Yılı Terör Saldırıları. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları E-Dergisi*, (1), 85-108.

Övgün, B. ve Gül, H. (2019). Kriz Yönetiminde Reform. *Resilience*, 3 (2), 173-181.

Özdemir, B. ve Ymanoğlu, M. (2013). Durumsal Kriz İletişimi Teorisinin Türk Eczacılar Birliği (TEB) Örnek Olayı Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 6 (3), 123-136.

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

Tuğcu, Ş. (2013). Kriz Yönetiminde Liderlik Kavramının Önemi. *Selçuk İletişim*, 3 (2), 16-22.

Tunç, A. ve Atıcı, F. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Pandemilerle Mücadele: Risk ve Kriz Yönetimi Bağlamında Bir Değerlendirme. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 329-362.