



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(9): 1312-1331.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1078](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1078)

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



KAVRAMSAL MAKALE

Turizmi Etkileyen Küresel Krizler ve Kriz Döneminde Uygulanan Stratejiler: 2000-2021 Dönemi

Miraç Yücel BAŞER, Yüksel Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, e-posta: mrcbaser201711@outlook.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9394-8815>

Dr. Öğr. Üyesi Ercan İNCE, Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Iğdır, e-posta: ercan.ince@igdir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4821-8140>

Öz

Dünya Turizm Örgütüne göre turizm, modern dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak görülmektedir. Son yetmiş yılda turist sayısı 50 kat'ın üzerinde artarak 25 milyondan, 1.180 milyona ulaşmıştır. Turizmde destinasyon noktalarına erişimde ulaşımın altyapısı çok önemlidir. Bu altyapı doğal afetler, teknolojik afetler, insan kaynaklı afetler ve sivil kargaşa eylemleri sırasında savunmasız hale gelebilmektedir. Bir sektör olarak turizm sıklıkla ekonomik, politik ve kültürel rahatsızlıklara karşı hassasiyet göstermekte, bunun yanı sıra artan şiddet veya sivil huzursuzluk aynı derecede zararlı ve üzücü felaketlere neden olabilmektedir. Son on yılda turizmde terör saldırıları da dahil olmak üzere çeşitli felaketler ve krizler yaşanmıştır. Bu afetler ve ulusal acil durumlar, turizm endüstrisinin hayatta kalması zorlaştırmıştır. Bu çalışmada 2000 ve 2021 yılları arasında turizm sektörünü etkileyen krizlerin boyutu ve krizle başa çıkmada yürütülen stratejileri ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda 20 yıllık süreç içerisinde küresel çapta meydana gelen krizler ortaya konulmuş ve turizm endüstrisine yansımaları açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmaya göre küresel krizler turizmde sektöründe gelirlerin gerilemesine ve turizm eksenli istihdamın azalmasına neden olmaktadır. Krizlerin etkilerinin azaltılması içinde pazarlama-tanıtım ile yeniden yapılandırma stratejilerinin ortaya konulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küresel Kriz, Turizm, Strateji.

Makale Gönderme Tarihi: 07.06.2022

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2022

Önerilen Atf:

Başer, M. Y. ve İnce, E. (2022). Turizmi Etkileyen Küresel Krizler ve Kriz Döneminde Uygulanan Stratejiler: 2000-2021 Dönemi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(9): 1312-1331.



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

2022, 5(9): 1312-1331. DOI:10.26677/TR1010.2022.1078

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



CONCEPTUAL PAPER

**Global Crises Affecting Tourism and Strategies Applied During the Crisis Period:
2000-2021 Period**

Miraç Yücel BAŞER, MSc. Student, Gaziantep University, Institute of Social Sciences, Gaziantep,
e-mail: mrcbaser201711@outlook.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9394-8815>

Assistant Prof. Dr. Ercan İNCE, Iğdır University, Faculty of Economics and Administrative
Sciences, Iğdır, e-mail: ercan.ince@igdir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4821-8140>

Abstract

According to the World Tourism Organization, tourism is seen as one of the fastest growing sectors in the modern world. In the last seventy years, the number of tourists has increased more than 50 times from 25 million to 1.180 million. The infrastructure of transportation is very important in reaching destination points in tourism. This infrastructure can become vulnerable during natural disasters, technological disasters, man-made disasters and civil unrest. Tourism as a sector is often susceptible to economic, political and cultural disturbances, while increased violence or civil unrest can cause equally harmful and distressing disasters. In the last ten years, various disasters and crises have occurred in tourism, including terrorist attacks. These disasters and national emergencies have made the survival of the tourism industry difficult. In this study, it is aimed to reveal the size of the crises affecting the tourism sector between 2000 and 2021 and the strategies carried out to cope with the crisis. In this direction, the crises that have occurred on a global scale within 20 years have been revealed and its reflection on the tourism industry has been tried to be explained. According to the research, global crises cause a decline in incomes in the tourism sector and a decrease in tourism-based employment. It has been concluded that marketing-promotion and restructuring strategies should be put forward in order to reduce the effects of the crises.

Keywords: Global Crisis, Tourism, Strategy.

Received: 07.06.2022

Accepted: 01.09.2022

Suggested Citation:

Başer, M. Y. ve İnce, E. (2022). Global Crises Affecting Tourism and Strategies Applied During the Crisis Period: 2000-2021 Period, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(9): 1312-1331.

GİRİŞ

Küreselleşen iş dünyasında birçok sektörün tehlike altında olduğu düşünüldüğünde ekonomik, sosyal, doğal vb., krizlerin başlıca bu tehlikelerin temelini oluşturduğu bilinmektedir. Bu ifadeyle kriz, belirli stratejiler kullanılarak giderilemeyen önemli bir sorun teşkil eden, tehlikeli bir olay ya da durumun sonucu olarak yaşanan psikolojik dengesizlik süreci olarak tanımlanmaktadır (Roberts, 2005:11). Küresel ekonomi içerisinde yer alan turizm endüstrisinde arz ve talebin hassas olduğu göz önünde bulundurulduğunda Pforr ve Hosie (2008), Blake ve Sinclair (2003) ve Sönmez vd. (1999) çalışmalarında belirtildiği gibi, dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan krizlerden doğrudan etkilenmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda salgın hastalıklardan, terör eylemlerine yanı sıra doğal olaylardan overbooking ve döviz hareketlerine kadar yaşanan olumsuz gelişmeler turizmi etkileyen krizler olmaktadır (Glaesser, 2003:22). Kash ve Darling (1998:180) çoğu krizlerin aniden ortaya çıkmadığı zamanla sinyaller vererek oluştuğunu belirtmektedir. Bu ifadeyle konaklama işletmeleri, havayolları ve tur şirketleri gibi turizm paydaşlarının krizlerle nasıl başa çıkması gerektiğine odaklanan turizmde kriz yönetimi krizleri etkin bir şekilde yönetmede önemli olmaktadır.

Turizmde kriz yönetimi kavramı kriz sırasında gerekli olan stratejilere odaklanmış gibi görülsede Jia, vd., (2012) ve Lührman (2004) çalışmalarında belirtildiği gibi krizden önceki aşama ve krizden sonraki aşamanın da dahil olduğu üç boyutta incelenmektedir. Her üç aşamanın boyutu göz önünde bulundurulduğunda Scarpino ve Gretzel (2015:23) turizmde kriz yönetimine ilişkin yapılan planlamaların personelin bir krizin nasıl ilerlediğini, bireysel pozisyonları ve sorumlulukları nasıl etkileyebileceğinin farkında olması için önemli olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda turizmde yaşanan krizlerde hayati önem taşıyan planlamalar aslında krize hazırlık ve kriz sonrası dönem içinde büyük bir önem arz etmektedir. En nihayetinde tarih boyunca küresel ölçekte yaşanan; New York ve dünya bankalarındaki çöküş (1987), Fiji siyasi darbe (1987-2000), Tokyo borsasının çökmesi (1990), Filipinler Pinatubo volkanik patlama (1991), Asya ekonomik kriz (1997), Rusya ekonomik kriz (1998), ABD terör saldırısı (2001), Şap hastalığı (2000-2001), Avrupa sel felaketi (2002), Irak savaşı (2003), Asya-pasifik Tsunami (2004), Sars hastalığı (2002-2003), Asya kuş gribi (2003-2004), Bali bombalı saldırı (2005), İsrail'in Lübnan'ı işgali (2006), Ürdün Amman otel saldırısı (2005), küresel ekonomik krizin başlaması (2008), Yunanistan ekonomik kriz (2009), Domuz gribi (2009), Covid-19 (Corona virüsü 2020) gibi turizmde krize neden olaylar göz önünde bulundurulduğunda kriz yönetiminin ne kadar gerekli ve önemli olduğu görülmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında kavramsal olarak hazırlanan bu çalışma kriz ve kriz yönetiminin yanı sıra turizmde kriz yönetimi kavramına değinerek 2000 ve 2021 yılları arasında turizm sektörünü etkileyen krizlerin boyutu ve krizle başa çıkmada yürütülen stratejileri ifade etmeye çalışmaktadır.

Kriz ve Kriz Yönetimi

Bir sorunu ya da zarar verici durumu belirtmek için günlük hayatta sıkça kullandığımız 'kriz' kavramı sosyal bilimlerde de yaygın olarak kullanılmaktadır (Shrivastava, 1993:25). Köken olarak Yunanca 'Kpinein' karar vermek ve ayrımcılık anlamındaki kelimedenden gelen 'kriz' Yunan tıbbında hastalıkların belirli dönüm noktalarını belirtmek için kullanılmakla birlikte olayların öneminin gün yüzüne çıkarıldığı anlar olarak da ifade edilmektedir (O'connor, 1981:301).

Kriz, siyaset bilimi ve kamuoyu tartışmalarında belirsiz ve düzenli olmayan bir kavram olmaktadır (Svensson, 1986:132). Kavramın genişliği göz önünde bulundurulduğunda kriz araştırmacılar tarafından, örgütün beklentileri ve çevresinde gelişen olaylar arasındaki uyumsuzluk (Kernisky, 1997:844), çevresel ve fiziksel hasara neden olan operasyonları bozan

planlanmamış olaylar (Kash ve Darling, 1998:179), önceden var olan sosyo-politik bir durumu yasal hale getiren benzer simgesel yapıların çöküşü ve (Hart, 1993:39) bir örgütteki negatif değişiklikleri simgeleyen, örgütte çalışan kişileri iletişim, uygulama ve yeni operasyonlar oluşturmaya teşvik eden bir durum (Valackiene ve Virbickaite, 2011:321) şeklinde ifade edilmektedir. Özetle kriz, belirli stratejiler kullanılarak giderilemeyen önemli bir sorun teşkil eden, tehlikeli bir olay ya da durumun sonucu olarak yaşanan psikolojik dengesizlik süreci olarak tanımlanmaktadır (Roberts, 2005:11).

Doğal afetler, ekonomik çöküşler, terörist saldırıları ve benzeri görülmemiş hastalıklar gibi beklenmedik istisnai durumlar kriz olarak algılanmaktadır (Roux-Dufort, 2007:105). Her ne kadar afet, felaket ve acil durumlar kriz kavramının içerisinde yaygın kullanılan örnekler olsada bir durumun kriz olarak değerlendirilebilmesi için, bir topluluğun refah, sağlık, adalet gibi paylaşılan temel değerlerinin tehdit altında olması; kısıtlı zaman ve aciliyetinin olması; durumun doğası ve sonuçları ile ilgili belirsizlik içinde olmasını kapsayan üç temel özelliği içermesi gerekmektedir. Bu üç özelliğin birleştirilmesinin hangi durumların kriz olarak kabul edilmesi gerektiği üzerinde yardımcı olacağı düşünülmektedir (Dyson ve Hart, 2013:396-397). Diğer taraftan sıradan problemlere nazaran krizlerin, ciddi sorunlardan oluşması ve olağan çözümlerle bu sorunun atlatılmayacağı neticesinde ortaya çıkan gerilim, krizleri normal sorunlardan ayıran bir unsur olarak kabul edilmektedir (Halpern, 1973:342). En nihayetinde bir durumun kriz olarak belirlenmesinde sahip olması gereken özellikler Keown-McMullan (1997:5) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir;

- Operasyonların ciddi şekilde kesintiye uğraması,
- Finansal zorlanma,
- Şirketin olumsuz kamuoyu algısına sahip olması,
- Yönetim zamanının verimsiz kullanımı,
- Çalışan üyelerin desteğinin kaybolması.

Krizler rastgele bir olayın sonucu olmayarak bireyleri ve toplulukları etkileyen gelecek faaliyetlerini bozabilecek olayların birikimini kapsamaktadır (Tase, 2012:178). Lukton (1974:386)'e göre kriz, kişinin uyum sağlayarak baş edebildiği; üstesinden gelemediği (aktif); olgunlaşmanın neticesinde ortaya çıkan psikolojik ve fizyolojik yapıdaki değişikliklerin yol açtığı (normal kriz); aniden çevresel değişimin sonucunda ortaya çıkan (durumsal kriz) olarak dört kavramda incelenmektedir. Krizin bu kavramları göz önünde bulundurulduğunda Clark (1988:43)'e göre kamu algısında yaşanan ani değişimler, ani pazar değişimleri, halefiyet yönetim, olumsuz uluslararası olaylar, dış saldırı, iş sektöründe düzenlemenin azalması krize yol açan unsurlar olmaktadır. Bu doğrultuda oluşan krizler Coombs (2015:180) tarafından kurban krizleri (doğal afetler), kaza krizleri (teknik hatalar) ve önlenebilir krizler (insan hataları) şeklinde üç gruba ayrılırken Mitroff ve Anagnos (2000:334-35) tarafından şu şekilde gruplandırılmaktadır;

- Ekonomik krizleri: işçi grevleri, piyasa çöküşü
- Bilgisel krizler: özel gizli bilgilerin kaybı
- Fiziksel krizler: tesis kaybı, önemli ekipman fabrikalarının arızalanması
- İnsan kaynakları ile ilgili krizler: önemli yönetici ve personel kaybı,
- İtibarla ilgili krizler: dedikodu, söylentiler, iftira
- Psikopatolojik krizler: terörizm, rehine olayları
- Doğal olaylar: deprem, yangın.

Krizin her organizasyonun başına gelebilecek bir durum olması, üstesinden gelmek için ayrıntılı eylem planları ve girişimlere ihtiyaç olduğunu göstermektedir (Pheng vd., 1999:231). Olası krizlerin belirlenmesinin yanı sıra olayların krize dönüşmesini engellemek, engellenemeyen etkileri en aza indirmek amacıyla gerçekleştirilen bu eylem planları ve girişimler ise kriz yönetimi

olmaktadır (Preble, 1997:773). Bu ifadeyle kriz yönetimi kuruluşun üyeleri tarafından krizi önlemek ve meydana gelen krizin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamaya ilişkin sistematik girişimler olmaktadır (King, 2002:238). Kriz yönetiminde krizlerin ortaya çıkmasından önce geliştirilen kriz yönetim planı, krizlere hızlı ve verimli yanıt vermesinden dolayı örgütler tarafından önemli olmaktadır (Massey ve Larsen, 2006:65-66). En nihayetinde kriz yönetim planı, krizler üzerinde daha fazla kontrole sahip olmak için krizi ortadan kaldırma sanatı olarak ön plana çıkmaktadır (Paraskevas, 2006:893).

Kriz yönetiminde temel amacın krize en hızlı şekilde müdahale etmek olduğu göz önünde bulundurulduğunda izlenecek yol, durum ve kaynakların mevcudiyetine göre farklılıklar göstermektedir (Khodarahmi, 2009:524). Pearson ve Mitroff (1993:53) çalışmalarında kriz yönetiminin (1) krize ilişkin sinyalin farkına varılması, (2) krize yönelik hazırlık ve önlemin alınması, (3) hasarın sınırlandırılması, (4) düzeltme için kurtarma faaliyetlerin yapılması ve (5) öğrenme olarak beş aşamada gerçekleştiğini, örgütlerin sürecin her aşamasını uygun şekilde yönettikleri takdirde krizleri yönetme yeteneklerinin artacağını belirtmektedirler. Mitroff, Shrivastava ve Udwardia (1987:291) ise örgütlerin kriz yönetim aşamalarına hakim olmaları ve hazırlık-önleme aşamasında neler önlenir/neler önlenemez? gibi soruların sorulması gerektiği çünkü bu sayede oluşacak krizlerin çoğuna hazırlanabilmenin mümkün olduğunu ifade etmektedirler.

Turizm'de Kriz ve Yönetimi

Küresel bir ekonomiye sahip olan turizm endüstrisi bölgesel kalkınmayı teşvik etmesi, istihdam sağlama ve döviz çekmesi özelliklerinden dolayı gelişmekte olan ülkelerin ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır (De Sausmarez, 2007:700). 2009-2019 yılları arasında uluslararası turizm gelirlerindeki %54'lük reel büyümenin dünya GSYH'deki %44'lük büyümeyi aştığı görülmektedir. Yanı sıra 2019 yılında 1.460 milyon uluslararası turist hareketlerinden toplamda 1.481 milyar \$ gelir elde edildiği, ülkeler üzerindeki etkisine örnek olarak ise Çin'in 2019 toplam GSYH 'sının %48'inin ise turizmden elde edildiğine ulaşılmaktadır (World Tourism Organization, 2021).

Turizm endüstrisinin, krizler ve doğal, sosyal, politik, insan kaynaklı felaketlere karşı savunmasız olduğu kabul edilmektedir (Ritchie ve Jiang, 2019:1; Sönmez vd., 1999:13). Gerçekleşen bu krizler turizm ve konaklama sektörünü dönemsel olarak etkileyerek (Pforr ve Hosie, 2008:249) turist gelişleri ve harcamalarında ani kesintilere neden olmaktadır (Tony, 2006:30). Örneğin Avrupa'daki önemli turizm destinasyonlarını etkisi altına alarak işsizlik, eğitim-sağlık hizmetlerinin aksaması ve gelir kaybı gibi sonuçlara neden olan 2007 yılında başlayan ekonomik kriz turizm sektörünü etkileyen krizler arasında yer almaktadır (Garau-Vadell vd., 2018:68). Glaesser (2003:22)'e göre turizmde krize sebep olan olumsuz olaylar yüksek kontrol derecesine göre; aşırı rezervasyon, uçuş sayısında azalma, salgın hastalıklar düşük kontrol derecesine göre; döviz hareketleri, doğal olaylar olarak sınıflandırılmaktadır. Temel olarak etki unsurlarına göre turizmde krize neden olabilecek tehditler ise şu şekilde gösterilmektedir;

Tablo 1. Turizmde Krize Neden Olan Dış ve İç Tehditler

| İlgili Alan | Dışsal Tehditler | İçsel Tehditler |
|----------------|---|--|
| Ekonomik | -Durgunluk -Para birimi dalgalanmaları -Vergilendirme | -Yükselen maliyetler -Düşen gelirler -Verimsizlik |
| Politik | -Hükümet politikaları -Uluslararası ilişkiler -İstikrarsızlık -Terör | |
| Sosyo-kültürel | -Huzursuzluk -Suçlar | -İstihdam -Kültürel çatışmalar |
| Çevresel | -Doğal olaylar -Doğal afetler -Kirlilik | -Aşırı gelişme -Çevresel bozulma |
| Teknolojik | -Bilgisayar sistemleri arızası -Mekanik hatalar | -Ulaşım kazaları |
| Ticari | -Yönetmelikler -Devlet müdahalesi | -Rekabet -İş uyumsuzlukları -Yönetim kararları -Kişi kaynaklı hatalar |

Kaynak: Henderson, (2007: 5).

Krizler ve doğal afetler, yalnızca verdikleri zararlarla değil, aynı zamanda öngüremezlikleri ile de turizmin gelişimini tehlikeye atmaktadırlar (Sausmarez, 2007:701). Bu nedenle turizmde rol alan paydaşların krizi etkin yönetmeleri stratejik bir gereklilik olmaktadır (Sigala, 2011:269). İlgili literatürde kriz yönetimi; potansiyel krizin belirlenmesini kapsayan kriz öncesi aşama, devam eden kriz yönetimini içeren krizin gerçekleştiği aşama ve iyileştirme eylemlerini kapsayan kriz sonrası aşama olarak üç bölümde ele alınmaktadır (Jia vd., 2012: 139). Bu doğrultuda temel amacın turistlerin en kısa sürede destinasyonu tekrar ziyaret etmesi olan turizmde kriz yönetimi aşamaları ve stratejileri Lührman (2004:71-79) tarafından şu şekilde açıklanmaktadır;

Krizden Önceki Aşama

- Kriz yönetim planının hazırlanması,
- Basın ve iletişim departmanı kurulması,
- Tanıtım konusunda dürüst ve etik olunması,
- Seyahat ticareti ortaklarını kapsayan veri tabanı oluşturulması,
- Acil durumlar için bütçe rezervleri ayrılması,
- Turistlerle güvenlik sorunları hakkındaki iletişimin geliştirilmesi,
- Ulusal turist güvenliği merkezleri oluşturulması,
- Turizm polisi ve acil çağrı merkezleri oluşturulması,
- Turistlere karşı işlenen suçları takip edilmesi,
- Özel sektördeki kilit paydaşlarla ortaklıklar kurulması.

Kriz Aşaması

- Dürüst ve şeffaf olunması,
- Hızlı davranılıp kurbanların hatırlanılması,
- Doğru olmayan söylentilere açıklık getirilmesi,
- Kriz hakkındaki bilgilerin web sitelerine yüklenmesi,
- Endişeleri azaltmak için promosyon ve kampanya geliştirilmesi,
- Turizm paydaşları desteklemek için mali yardım yapılması,
- Emniyet ve güvenliği arttırmak için neler yapıldığının izlenmesi,
- Ziyaretçilerin tanınması.

Kriz Sonrası Aşama

- Turistlerle proaktif iletişim kurarak yıldönümlerinin hatırlatılması,
- Yeni niş Pazar ürünlerinin oluşturulması,
- Özel fiyat teklifleri ve promosyonlarının oluşturulması,
- Özel ilgi alanlarına sahip turistlerin belirlenmesi,
- İç pazarda tanıtım ve tanıtım gezilerinin artırılması,
- Hizmet ve tesislerin kalitesinin artırılması,
- Destinasyona olan bakış açısı hakkında araştırmalar yürütülmesi.

Santana (2004:305-306)'e göre turizmin ulaşım, döviz kurları, çıkış-varış yerlerindeki politik ve sosyal yapılar ile bağlantılı olmasının olası krizlerden etkilenmesine neden olduğu bunun için turizmden sorumlu kuruluşların hem algılanan hem de gerçek krizlerle başa çıkabilmesi için uzmanlığa sahip olmaları gerektiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda turizmde kriz yönetimi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, devletin işletmelere kredi sağlayıp tüketici ve işçiler için vergi indirimleri yapılması (Blake ve Sinclair, 2003:828-829), personelde azalma prosedürleri, fiyatlarda indirim yapılması, işletmeleri geçici olarak kiralama gibi strateji önerilerine ulaşılmaktadır (Cushnahan, 2004:33). Öte yandan Henderson (2002:103) siyasi alanda faaliyet gösteren yöneticilerin olumlu imaj oluşturmakla meşgul olmalarının olası problemlerin krize dönüşmesini gözden kaçırabileceklerini bundan dolayı turizm temsilcilerinin krizi önceden tahmin edip planladıkları kriz yönetimi stratejilerine liderlik etmeleri gerektiğini ifade etmektedir. Diğer taraftan farklı yazarlar tarafından turizm kriz yönetiminde göz önünde bulundurulması gereken unsurlar Tablo 2'de ifade edilmiştir;

Tablo 2. Turizm Kriz Yönetiminde Önemli Unsurlar

| Kaynak | Temalar |
|------------------|---|
| Mair vd., (2014) | <p><i>İletişim:</i> Acil durum yöneticilerinden turizm paydaşlarına iletişim turizm-kriz yönetiminin önemli bir bileşeni olmaktadır.</p> <p><i>Medya:</i> İletişimle bağlantılı olarak doğru ve zamanında bilgi sağlamak için önemli olmaktadır.</p> <p><i>Pazarlama Stratejileri:</i> Destinasyonların krizden sonra toparlanmasına yardımcı olmak için pazarlama ve promosyon önemli olmaktadır.</p> <p><i>Afet Yönetimi (Geleceğe Hazırlık):</i> Gelecekteki krizlere hazırlıklı olunması için hazırlanan kriz yönetim planı krizlerle başa çıkmada önemli bir tema olmaktadır.</p> <p><i>Destinasyon İmajı ve İtibarı:</i> Tesis ve alt yapıda oluşan hasarlar kısa sürede düzeltilmesiyle kısa vadeli bir zorluk olmaktadır. Ancak destinasyon imajını geri kazanmak uzun vadeli zorluk olarak kriz yönetiminde önemli olmaktadır.</p> <p><i>Turist Davranışları:</i> Turistler bir destinasyona seyahat etmenin fazla risk oluşturduğunu düşündüklerinde seyahat planlarını iptal edeceklerdir. Bu yüzden kriz yönetiminde turist davranışı önemli bir tema olmaktadır.</p> |
| Ritchie (2008) | <p><i>Personel Koordinasyonu:</i> Personel krizde rol ve sorumluluklarının farkında olurken yöneticiler hangi personele ihtiyaç olduğunu bilmeli.</p> <p><i>Misafir ve Personeli Koruma-Yardım Etme:</i> Misafirler kriz sırasında bilgi için personele danışırlar. Bundan dolayı odalarda kriz (yangın-deprem) bilgileri yer almalıdır. Yöneticilerin de doğru yönlendirme için personeli bilgilendirmeli.</p> <p><i>Seyahat ve Ulaşım Koordinasyonu:</i> Misafirler kriz durumunda havayolu, demiryolu vd., ulaşım altyapısı hakkında bilgi almak için otele, acenteye ya da yöneticilere danışacaktır. Bunun için seyahat yardımı ya da ulaşım hakkında bilgi sağlamak için koordineli olunmalı.</p> <p><i>Acil Barınak Koordinasyonu:</i> Düşük riskli yerlerin sığınak olarak belirlenip misafirlerin bilgilendirilmesi önemli olmaktadır.</p> <p><i>Reklam ve Medya:</i> Krizlerden önce reklam ya da medya iletişim stratejisi hazırlanması gerekmektedir. Yanı sıra bilgi verecek kilit kişilerin belirlenmesi önemli olmaktadır.</p> |
| Faulkner (2001) | <p><i>Risk Değerlendirmesi:</i> Ortaya çıkacak afet ya da krizlerin olasılıklarının analiz edilmesi ve alternatif senaryoların hazırlanması.</p> <p><i>Önceliklendirme:</i> Yüksek riskli krizlere karşı üstlenilmesi gereken görevlerin sıralanması ve stratejik öncelik profili hazırlanması.</p> <p><i>Protokoller:</i> Acil durum kurumları, turizm yetkilileri ve operatörlerin uygun şekilde koordine edilmesini sağlamak için tüm taraflarca kabul edilen protokollerin hazırlanması.</p> <p><i>Topluluk Kapasitesinin Denetimi:</i> Dış kaynaklardan uygun acil yardım düzeyinin belirlenmesi için toplumun belirli türdeki afetlerle başa çıkma kapasitesinin değerlendirilmesi gerekmektedir.</p> <p><i>Afet Yönetim ve Komuta Merkezi:</i> Uygun kaynaklara sahip afet yönetimi komuta merkezi afet yönetim ekibinin operasyonları için odak nokta olmaktadır.</p> <p><i>Medya Faaliyetleri:</i> Yanıltıcı ve çeşitli bilgilerin yayılmamasını sağlamak için medya iletişim stratejisi esastır.</p> <p><i>Uyarı Sistemleri:</i> Uyarıları iletmek için sistemler önemli olmaktadır. Yöneticiler arasındaki inkarlar bu ihtiyacı vurgulamaktadır.</p> <p><i>Esneklik:</i> Kriz stratejilerinin belirli unsurları her türlü krize uygulanabilir ancak Belirli Bazı destinasyonlarda belirli afet ve krizlere maruz kalma oranı diğerlerinden daha fazladır olmasından dolayı bu durumun göz önünde bulundurulması gerekmektedir.</p> <p><i>Katılım, Eğitim ve Gözden Geçirme:</i> Kuruluşların genel olarak toplumu stratejiler hakkında bilgilendirmesi gerekmektedir. Yanı sıra stratejilerin sürekli güncellenmesi ve ders çıkarılması önemli olmaktadır.</p> |

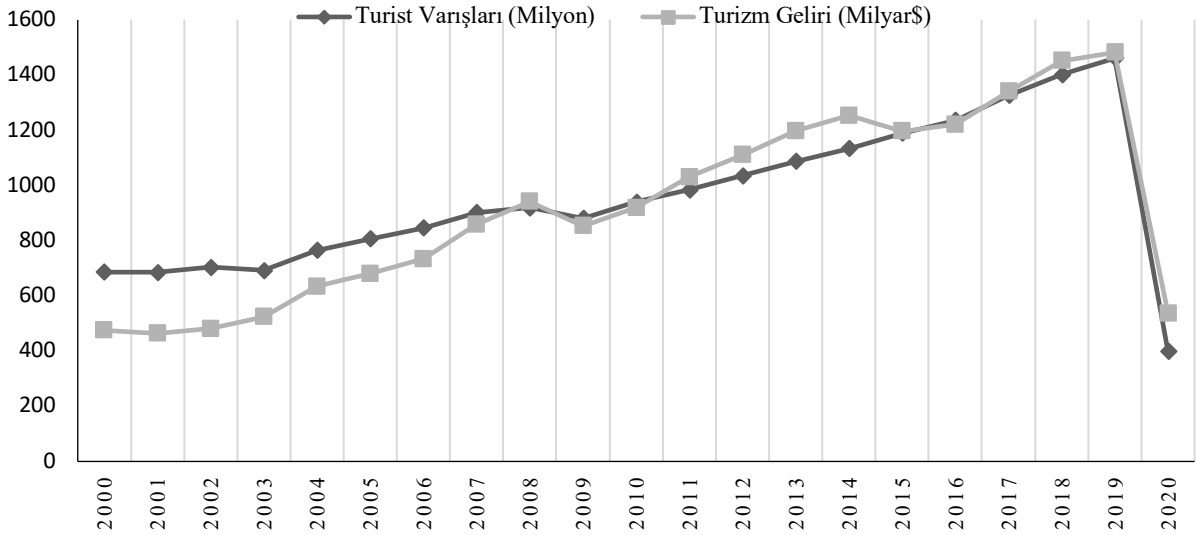
Kaynak: Yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Turizmi Etkileyen Krizler

Turizmin olumsuz olaylara karşı hassasiyeti krizlere karşı tehdit altında olmasında etkili olmaktadır (Pforr ve Hosie, 2008:249). İlgili literatür incelendiğinde küresel açıdan turizm endüstrisini etkileyen başlıca Körfez savaşı (1990-91), Asya finansal kriz (1997), 11 Eylül terör

saldırısı (2001), Şap hastalığı (2001), Endonezya Bali terörist saldırısı (2002), Sars hastalığı (2003), Hint okyanusu deprem ve tsunami felaketi (2004), Jordan Amman otel saldırısı (2005), Katrina Kasırgası (2005), Küresel ekonomik ve finansal kriz (2008), Japonya depremi ve tsunami felaketi (2011) ve Covid-19 Pandemisi (2020) krizlerine ulaşılmaktadır (Chan vd., 2020; Hall, 2010; Pike, 2008; Sausmarez, 2007; Henderson, 2007; Santana, 2004; Blake ve Sinclair, 2003). Krizlerin turizm üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda 2000-2020 yıllarına ilişkin uluslararası turist sayısı ve turizm gelirleri Şekil 1’de gösterilmektedir;

Şekil 1. Uluslararası Turist Sayısı ve Turizm Geliri (2000-2020).



Kaynak: UNWTO 2000-2020 Arası Verilerinden Derlenerek Hazırlanmıştır.

Küresel ölçekte turizm endüstrisini etkileyen krizlerin çeşitliği göz önünde bulundurulduğunda çalışmada 11 Eylül (2001) krizi, Şap hastalığı (2001), Sars hastalığı (2003), Hint okyanusu deprem ve tsunami felaketi (2004), Küresel ekonomik ve finansal kriz (2008), Japonya depremi ve tsunami felaketi (2011) ve Covid-19 Pandemisi (2020) ele alınarak turizm üzerindeki etkileri ifade edilmeye çalışılmıştır.

9/11 Terör Krizi (2001)

11 Eylül 2001’de gerçekleşen üç uçağın kaçırılarak New York (Dünya Ticaret Merkezi) ve Washington’daki binalara çarptığı, dördüncü bir uçağın ise Pittsburgh yakınların da bir alana düşürüldüğü uluslararası terör eyleminin ekonomi başta olmak üzere turizm endüstrisinde büyük bir etki bıraktığı bilinmektedir (Chen ve Noriega, 2004:82; Hall, 2002:458). 11 Eylül 2001 ve 31 Aralık 2002 tarihleri arasında ABD’nin turizm gelirlerinde tahmini 12.5 milyar \$ kaybın olduğu (Kingsbury ve Brunn, 2004:41) terör eyleminden sonra güvenliğin sağlanması için birkaç gün boyunca iç ve dış uçuşların iptal edilmesinin 10 milyar \$ zarara neden olduğuna 2001 yılına ilişkin hava yolu trafiğinin geçen yıla kıyasla %31,6 oranında azaldığına ulaşılmaktadır (Blunk vd., 2006:364; Lee vd., 2005:356). Öte yandan 2001 terör saldırısının neticesinde turistlerin farklı destinasyonlara yönelmesinin, ABD’nin 2001 yılının son çeyreğinde turist sayılarında %22,6’lık düşüş yaşanmasına sebep olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte 2001-2002 kriz sonrası dönemde ABD turizm iş gücü piyasasında 335.000, konaklama sektöründe 141.000 ve havayolu

sektöründe 93.00 iş kaybı gerçekleşmiştir (Baker, 2014:62-63; Bysyuk, 2010:11). UNWTO (2002) raporuna göre ABD turist sayısı 2001 yılında geçen yıla (2000) oranla %10.7'lik düşüş yaşarken turizm gelirlerinde %11.9'luk gerileme yaşandığı görülmektedir.

Krizle başa çıkmada, Washington Dc Kongre ve Turizm Birliğinin turistleri çekmek için 'City of Inspiration' (ilham şehri) kampanyası başlattığı (Avraham, 2020:10) yerel turizm yetkilerinin turistleri New York'a çekmek için oteller ve turistik yerlere indirim imkanı sunduğu, Wladorf Astoria otelinin gecelik 449\$ olan oda maliyetini 232\$'a düşürdüğü, Delta Airlines hava yolu şirketinin iç hatlara 10.000 promosyon bilet sağladığına ulaşılmaktadır (Beirman, 2003:63). Diğer taraftan krizle başa çıkmak için kurulan Seyahat Endüstrisi İyileştirme Koalisyonunun (TIRC) belirlediği kuzey Amerika'da başlayan hava, kara ve deniz yolu seyahatleri ve otel harcamaları için 500\$'lık vergi indirimi sağlanması, küçük işletmelere kredi sağlanması, istihdam için kredi sağlanması, pazarlama için fon ayrılması, işletmelerin 9/11 saldırısı sonucu oluşan zararlarını ileriki yıllardaki kazançlarıyla ödemelerine imkan sağlamak gibi stratejilerin turizm sektörünü 11 eylülünden önceki seviyelere tekrar çıkarmada etkili olduğu düşünülmektedir (Blake ve Sinclair, 2003:819-820).

Şap Hastalığı (2001)

En bulaşıcı hayvan hastalıklarından birisi olarak kabul edilen şap hastalığı Şubat 2001'de İngiltere'de ortaya çıkan bir salgın olmaktadır. Hastalığın iki hafta içinde yaygınlaşması toplamda 2030 vakanın görülmesine ve 4 milyon hayvanın yok edilmesine sebep olmuştur (Blake vd., 2003:449; Miller ve Ritchie, 2003:150; Irvine ve Anderson, 2006:53). Kriz durumu oluşturan salgının 2001 yılı İngiliz turizm üzerinde ortalama 5 milyar \$ kayba neden olduğu (Miller ve Ritchie, 2003:150) Birleşik Krallıkta 5.43 milyon kişinin salgın nedeni ile seyahat planını değiştirdiğini, iptal edilen seyahatlerin 120.000'inin farklı ülkelere gerçekleştirildiği ve (Leslie ve Black, 2006:37) Nisan 2001 ortasına kadar rezervasyonlarda toplam %10'luk bir düşüş yaşandığı gözlemlenmektedir (Blake vd., 2003:450). UNWTO (2002) raporuna göre Birleşik Krallık 2001 yılı uluslararası turist sayısının 22 milyon 833 bine gerilediği toplam değişimin 2000 yılına kıyasla %9.7 olduğu turizm gelirinin ise 16.263 milyar \$'a geçen yıla oranla %16.7 düştüğüne ulaşılmaktadır.

İngiltere Hükümeti'nin krizin etkisini azalmak için kriz sırasında kırsal alanda yer alan konaklama yerleri, yürüyüş yolları ve rekreasyon alanlarını kullanıma kapattığı (Timothy, 2006:22) kriz sonrası dönemde İngiliz Turizm Mercisi'nin (BTA) web sitesini kriz hakkında doğru bilgiler vermek için kullandığı, internete erişimi olmayan gezginler için dergiler hazırlayıp dağıttığı (Beirman, 2003:179-180) ve kaybolan turizm gelirlerini geri kazanmak için 40 milyon sterlinlik bir pazarlama-tanıtım paketi oluşturduğuna ulaşılmaktadır (Pike, 2008:338). Bununla birlikte İngiliz Turizm Konseyi'nin (ETC) potansiyel ziyaretçilere Birleşik Krallığın güvenli yerlerini ve turizmi bir web sitesi üzerinden tanıtmak için, yerel bir izleyici kitlesine 3.8 milyon sterlinlik bir harcama yaptığı yanı sıra ABD, Kanada, Almanya, Belçika, Hollanda, İrlanda ve Fransa'da İngiltere'yi yeniden ön plana çıkarmak için pazarlama faaliyetlerine 40 milyon sterlin fon oluşturulduğu bu fonu ise 'Only in Britain: Only in 2002' kampanyasına harcadığı görülmektedir (Ritchie vd., 2004:213).

Sars Hastalığı (2003)

23 Şubat 2003 yılında Vietnam'da ortaya çıkan sars hastalığının Çin, Hong Kong, Singapur ve Kanada'da yayılmaya başlamasıyla Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 12 Mart 2003

tarihinde küresel bir tehdit olarak kabul edilmiştir (Wilder-Smith, 2006:53). Gerekli önlemlerin alınmasıyla hastalığın seyrinin düşürülmesi dünya çapında toplam 8.100 kişinin enfekte olmasına nedene olarak tüm vakaların %97'sinin Hong Kong, Çin, Tayvan, Singapur ve Kanada'da meydana geldiğine ulaşılmaktadır (McKercher ve Chon, 2004:716). Krizin neden ile 2003 Nisan ve Mayıs aylarında Hong Kong otel doluluk oranlarının geçen yıla nazaran %83,9 düşüş yaşandığı (Law, 2005:54), Japonya'da krizin ilk üç ayında turist sayısında %24,3 (13.3 milyon) düşüş olduğu (Cooper, 2006:117-118), Çin uluslararası turist (Hong Kong, Makao, Tayland, deniz aşırı) sayısında geçen yıla (2002) nazaran %6.5'lik azalma yaşandığı gözlemlenmektedir (Zeng vd., 2005:311). Bu doğrultuda 2003 yılı turizm verileri incelendiğinde uluslararası turist sayısında en çok gerilemenin %12.9 ile Kanada'da, turizm gelirlerinde ise en çok gerilemenin %14.6 ile Çin'de yaşandığına ulaşılmaktadır (UNWTO, 2004).

Sars hastalığı ile oluşan kriz durumu göz önünde bulundurulduğunda devletlerin kriz yönetimi için uyguladıkları stratejiler incelendiğinde Tayland Hükümeti'nin, Tayland'da kaldığı süre boyunca hastalığa yakalanmış her turiste 100.000 \$ teklif ettiğine ulaşılrken (Pike, 2008:338), Tayvan hükümeti tarafından oluşturulan turizm tanıtım programları ve yeni tur destinasyonlarını kapsayan 'Sars Sonrası İyileştirme Planı' sayesinde Tayvan turist sayısının salgından sonra her ay düzenli olarak %8'lik artış göstermesinde etkili olduğu kabul edilmektedir (Mao vd., 2010:856). Diğer taraftan salgının artış gösterdiği zamanda hükümetin Japonya'ya gelen turist sayısını arttırmak için Tayvan ve Hong Kong'da 'Visit Japan Campaign' kampanyası başlattığı görülürken (Cooper, 2016:128) Güney doğu Asya ülkeleri turizm ofisleri ve Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (IATA) iş birliği ile hazırlanan Güney doğu Asya turizminin canlanmasını içeren 'Phoenix Projesi'ne ulaşılmaktadır. Projenin temel olarak medya kuruluşları, havayolları, tur operatörleri, zincir otelleri kapsadığı Sars sonrası toparlanmayı hızlandırmak için pazarlama, promosyon ve teşvik edici seyahatler gibi stratejiler içerdiği görülmektedir (Beirman, 2006:253).

Hint Okyanusu Deprem ve Tsunami Felaketi (2004)

24 Aralık 2004 yılında gerçekleşen ve 250.000 kişinin ölümüne neden olan tsunami güneydoğu ve güney Asya ile doğu Afrika'da yer alan Malezya, Tayland, Sri Lanka, Maldivler ve Hindistan sahil kıyısındaki birçok destinasyonu etkileyen küresel kriz olarak kabul edilmektedir (Cohen, 2011:228; Henderson, 2005:90). Sri Lanka'da afet sırasında yer alan 17.000 turistten 14.500'ünün adayı terk ettiği 105 otelden 53'ünün kısmen hasar gördüğü 8'inin yıkıldığı, büyük ölçekli otellerin 3.553 odasının tahrip olması sonucu 200 milyon \$ zarar gerçekleştiği felaketin başlıca zararları olmaktadır (Wickramasinghe ve Takano, 2007:86). Öte taraftan Tayland'da yer alan Phuket ve Phang Nga adalarında 2005 yılının ilk çeyreğinde geçen yıla (2004) oranla müsait oda sayısının % 71 azaldığı bu durumun ise tatil köylerinin yok olmasından kaynaklandığı yanı sıra turizm gelirlerinin 2005'te Phuket'te %71, Phang Nga 'da %82 düştüğü (Birkland vd., 2006:894) Maldivlerde yer alan 87 tatil köyünden 19'unun küçük ve büyük hasar aldığı bunların 13'ünün kısa sürede faaliyete geçerken 6'sının en az altı aylık bir süre sonunda faaliyete başladığına ulaşılmaktadır (Carlsen ve Hughes, 2008: 143). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2006)'e göre 2005 yılı turist sayılarında, Endonezya'da %6, Sri Lanka'da %3, Tayland'da %1.4'lik düşüş yaşandığı, doğal afete rağmen Güney ve Güneydoğu Asya'nın toplam turist sayısında %5'lik pozitif artış yaşandığı gözlemlenmektedir.

Tsunami felaketinden sonra Maldivler Turizm Teşvik Kurulu (MTPB) oluşan zarar için 1.5 milyon \$ tahsis ederken, Universal Resort Satış pazarlamanın kurtarma eylemi kapsamında Birleşik Krallıktaki ajanslarıyla yürüttüğü Maldivlerin en romantik destinasyon teması ile sevgililer gününe özel promosyonları ile krizin etkilerinin en aza indirildiğine ulaşılmaktadır

(Carlsen ve Hughes, 2008:145). Diğer taraftan 2005 yılında Tayland hükümetinin krizle başa çıkmak için 'Phuket İyileştirme Merkezini kurduğu, medyada yanlış bilgilere yer vermemek için Phukettourist.com sitesinin oluşturduğu ve zarar göre işletmelere kredi sağladığı gözlemlenirken (Calgaro vd., 2014:370) Sri Lanka'da oluşturulan 'Bounce Back Sri Lanka' turizmi kurtarma planı kapsamında pazarlama ve tanıtım uygulamalarını arttırmak için 320 milyon \$ bütçe ayırdığı görülmektedir (Wickramasinghe ve Takano, 2007:87).

Küresel Finansal ve Ekonomik Kriz (2008)

2007 yılının ikinci yarısında ABD'de yaşanan yüksek faizli mortgage krizinin tetiklediği ekonomik gerilemenin, 2. Dünya savaşıdan sonraki dönemde dünya ekonomisinde en derin durgunluğa sebep olan ve küresel ölçekte turizm endüstrisini etkileyen krizlerden biri olduğu bilinmektedir (Lu vd., 2018:1073; Song ve Lin, 2010:16; Hall, 2010:401; Smeral, 2010:31). Bu ekonomik çöküşten en son etkilenen endüstrilerden biri olan turizmde krizin etkilerinin 2008 yılının ikinci çeyreğinde düşüşe neden olup 2009 yılının ilk döneminde yüksek etkilere sebep olduğu gözlemlenmektedir (Papatheodorou vd., 2010:39). Krizin turizm üzerinde oluşturduğu etki incelendiğinde 2009 uluslararası turizm gelirlerinin bir önceki yıla (941 milyar \$) göre %5.7'lik bir reel düşüş yaşayarak 852 milyar \$'a gerilediği, bununla birlikte 2008 yılında 919 milyon olan uluslararası turist sayısının 2009 yılında 880 milyona düştüğüne ulaşılmaktadır (UNWTO, 2010). OECD (2010) raporuna göre 2008 yılı turist sayılarında en çok gerilemenin %13.5 Polonya, %8.2 Hollanda ve %5.6 Danimarka'da yaşanmasına karşın Türkiye'nin %25, Kore %6.9 ve Avusturya %5.6'lık oranında turist sayılarında artış yaşandığı görülmektedir. Diğer taraftan Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA, 2010) yıllık raporu ise 2009 yılında havayolu gelirlerinin 9.9 milyar \$ düştüğü, yolcu trafiğinin %2.1 azaldığını belirtmektedir.

UNWTO (2009) küresel ekonomik ve finansal krizi atlatmak için (1) gerçekçi olunması, (2) pazardaki faaliyet ve talep değişikliğinin kabul edilmesi, (3) teknolojiden yararlanılması, (4) kamu ve özel sektör ortaklığının artırılması, (5) turizmin istihdam, altyapı ve kalkınma anlamına geldiğinin hatırlatılması, (6) gelişmekte olan ülkelere turizmi geliştirmede yardım edilmesi, (7) turizm ve seyahat teşvik paketlerinin hazırlanması gibi 7 maddelik stratejik yol haritasından bahsetmektedir. Diğer taraftan küresel krizle başa çıkmak için yürütülen stratejiler incelendiğinde turizm taleplerindeki düşüşe karşın tur operatörlerinin pazarlama stratejileri kapsamında hazırladıkları broşürlerin İngiliz turizmde %7.04 Alman turizmde % 4,46'lık artış yaşanmasına neden olduğu (Alegre ve Sard, 2015:376-383) Kanada turizmini geliştirmek için 'Locals Know' Kanada'nın en başarılı sporcularının ülke çapındaki en sevdiği yerleri paylaştığı tanıtım ve pazarlama kampanyası ile 2009 ve 2010 tarihlerinde 'Locals Know' sitesini 1.8 milyon kişinin ziyaret ettiğine ulaşılmaktadır (Ritchie vd., 2010:7). Bununla birlikte TAT Phuket ofisinin 'Phuket Great Time-Click and Go' ve 'Amazing Thailand, Amazing Value' Bangkok'tan Phuket'e yurt içi gezileri teşvik etmek ve Tayland'ın değerini vurgulayarak daha az maliyetli destinasyonlara gitmek isteyen turistleri bölgeye çekmek amacıyla hazırlanan kampanyalar kriz nedeniyle geliştirilen stratejik yönetimlere örnek olmaktadır (Gamez vd., 2014:154; Campiranon ve Scott, 2014:322).

Japonya Depremi ve Tsunami Felaketi (2011)

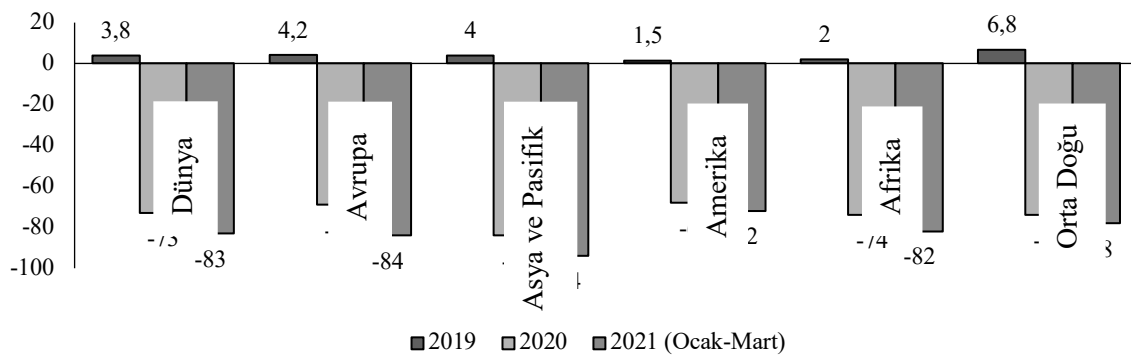
Mart 2011'de Japonya'da Richter ölçeğine göre 9 şiddetinde gerçekleşen deprem büyük bir tsunami oluşturarak 16.000 kişinin ölümüne neden olmuştur. Doğal felaket sonucunda 1 milyon yapının zarar gördüğü 300.000 binanın yıkıldığı hasarın boyutunun ise 314 milyar \$ olduğu kabul edilmektedir (Henderson, 2013:94; Ghaderi ve Henderson, 2013:98). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC, 2011) raporuna göre doğal afetten bir ay sonra Nisan ayı turist (inbound) sayısının geçe yıla (2010) göre %62 azaldığı, iç turizm talebinin 2010 yılına kıyasla %3 daha az olduğu, otel ve havayolu talebinin mart ve nisan ayında kesin düşüş yaşadığı tüm yıl boyunca

ise Sendai'de %64 Tokyo'da %30 oranında taleplerde azalma olduğu gözlemlenmektedir. Diğer taraftan Japonya 2011 yılı uluslararası turist sayılarının geçen yıla göre %27,8 düşüşle 6 milyon 219 bin kişiye gerilediği, uluslararası turizm gelirinin ise 2011 yılında 10.966 milyon \$'a ulaşılmaktadır (UNWTO, 2012).

Deprem felaketinden sonra hükümetin kriz yönetim stratejileri incelendiğinde doğru bilgi yayılımı için Japon Ulusal Turizm Organizasyonu (JMTO) web sitesi aracılığıyla ilanlar yaptığı ve turistler için 24 saat telefonda sorgulama hizmeti verdiğine, 'A Destination Tohoku' girişimi ile hükümetin turizm için 10 milyon \$ bütçe ayırdığına ve 2012 yılı boyunca 'Japon Thank You' kampanyası ile tanıtım çalışmalarını sürdürdüğüne ulaşılmaktadır (Henderson, 2013:95). Diğer taraftan Japon hükümetinin yaşanan doğal afet felaketini geleceği şekillendiren bir güç olarak kullanma fikri, depremde hasar alan önemli bölgelere insanların seyahat etme isteğini göz önünde bulundurulmasında etkili olarak Japon iç turizm pazarında Dark turizm potansiyeli oluşturulduğu gözlemlenmektedir (Lin vd., 2018:1766-1772).

Covid-19 Pandemisi (2020)

Akut solunum sendromu olarak bilinen Covid-19 salgını Aralık 2019'da Çin'in Wuhan eyaletinde çıkmaya başlamasıyla 206 ülke ve bölgeyi etkisi altına alarak küresel bir krize neden olan pandemi olmaktadır (Qiu vd., 2020:1; Haryanto, 2020:2). Tüm ülkelerde etkili olan pandeminin 2020'de 90 trilyon \$'lık küresel ekonomiyi etkileyerek tahmini yıllık büyümenin %3.4 ile %7.6 arasında düşmesine neden olacağı öngörülmektedir (Weiss vd., 2021). Yaşanan karantinalar, uçuşların kısıtlanması, sınırların kapatılması göz önünde bulundurulduğunda pandemiden etkilenen sektörlerden birisi de turizm olmaktadır (Zhang vd., 2021:1). Salgının turizm üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda 2019 yılında seyahat ve turizm endüstrisinin toplam 334 milyon iş istihdamı (toplam istihdamın %10,6) sağladığı 2020'de 18,5'lik (62 milyon) bir düşüşle 272 milyon kişinin istihdam edildiğine ulaşıırken turizmin GSYH'ya olan katkısının 2020 yılında Kuzey Amerika'da %42,2 (910 milyar \$), Avrupa'da %51,4 (1,126 milyar \$), Asya ve Pasifikte %53,7 (1,645 milyar \$), Orta Doğu'da %51,1 (138 milyar \$), Karayipler 'de %58,0 (34 milyar \$), Afrika'da %49,2 (83 milyar \$), Latin Amerika'da %41,1 (110 milyar \$) gerileme yaşadığı görülmektedir (WTTC, 2021). Diğer taraftan uluslararası turist varışlarının 2020'deki %73'lük düşüşünün ardından Ocak-Mart 2021 döneminde geçen yıla (2020) oranla %83 (180 milyon) azaldığına, uluslararası turizm gelirinin 2020'de %64'lük reel düşüşle 930 milyar \$ gerilediğine ulaşılmaktadır (UNWTO, 2021a; UNWTO, 2021b). Bölgelere göre Pandemi öncesi ve sonrasına ilişkin turist gelişlerinde yaşanan değişiklik Şekil 2'de gösterilmektedir;



Şekil 2. Bölgelere Göre Uluslararası Turist Gelişleri Değişimi (%)

Kaynak: UNWTO, 2021a

Covid-19 krizinin turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin boyutu göz önünde bulundurulduğunda ilgili literatürde salgın sırasında ve sonrasında uygulanması gereken

iyileştirme ve yönetim stratejileri önerileri şu şekilde ifade edilmektedir; Turizm endüstrisinde otellerin yenilenmeye başlanması, personel kalitesinin iyileştirilmesi, tur satışlarının basitleştirilip dijital teknolojiye geçilmesi ve aileler, çocuklar için özel programların geliştirilmesi (Abbas vd., 2021:9), turizm endüstrisi temkinli insanlarla karşı karşıya olduğundan dolayı güveni yeniden kazanmak için hijyen koşullarının geliştirmesi (Orindaru vd., 2021:19), turizmle ilgili işletmelerin krizden az zararla kurtulması için işletmelerin kapatılması ve personelin işten çıkarılması yerine faizsiz kredilerden faydalanılması (Yeh, 2021:192), medyanın Covid-19 salgını boyunca ve sonrasında turizm endüstrisini desteklemek için olumlu yaklaşım sergilemesi, salgın boyunca turizmin gelişimi için kentsel turizm gelişimine odaklanması, sorumlu turizm ile işletmelerin gerekli sağlık önerilerini uygulamaları (Deb ve Nafi, 2020:1491), turizmde sarsılan güvenin yeniden sağlanması için medya stratejisi yürütülmesi, fiyat indirimi ile iyileştirme stratejisi kullanılması, kriz sırasında ve sonrasında pazarlama programlarının geliştirilmesi (Wut vd., 2021:10), salgın sırasında turistik destinasyonlarda düzenli denetim mekanizmasının olması, turizmin sürdürülebilir gelişimini teşvik etmek için destinasyonların sosyal sorumluluğunun vurgulanması, virüsle mücadele sırasında destinasyonlarının covid-19 sigortası sağlaması, doğa içerisinde spor etkinliklerinin artırılması, kültürel mekanlarda akıllı sesli rehber hizmetlerinin teşvik için kullanılması (Li vd., 2020:6), işletmeler arasında rekabet yerine kazan-kazan stratejilerinin yürütülmesi (Yan vd., 2021:7) gibi önerilere ulaşılmaktadır. Öte yandan OECD (2020)'e göre hükümetlerin covid-19'a ilişkin tepkileri Tablo 2'de ifade edilmektedir;

Tablo 2. Hükümetlerin Covid-19 Pandemisine İlişkin Tepkileri

| | |
|--------------|---|
| Avusturya | -Turizm bakanlığı ve Avusturya turizm geliştirme bakanlığı turizm için korona virüs paketini tanıttılar. |
| Belçika | -Tur paketi iptallerinde en az bir yıl geçerli geri ödeme yerine kredi kuponlarının teklif edilmesi. |
| Brezilya | -Ulusal kalkınma bankası Kobi'ler için turizm sektöründeki işletmeler için sermaye kredisi sağlaması ve hava yolu paketinin hazırlanması. |
| Kanada | -Kanada deneyimleri fonu (CEF) turizm işletmeleri üzerindeki stresi azaltmak için 1 milyon cad fon teklif etti. |
| Şili | -Turizm sektöründeki Kobiler için vergi borcunun ertelenmesi, kredi sağlanmasına ilişkin paketler. |
| Kolombiya | -Latin Amerika'daki turizm yetkilileri ve turizm organizasyonları ile bağlantı kurmak için iletişim kanalı tanıtıldı. |
| Kosta Rika | -Turizm enstitüsü uçak bileti satışı ve turist başına elde edilen gelirler üzerinden alınan vergilerin askıya alınması. |
| Estonya | -Ekonomi ve iletişim bakanlığı ve Kredex vakfı işbirliği kurarak turizm endüstrisine yardımcı olmak için 25 milyon Euro'luk yardım paketi hazırladı. |
| Fransa | -Hükümetin turizm sektörü için Marshall Turizm Planına 18 milyon Euro ekleneceği duyuruldu. |
| Almanya | -Turizm mükemmeliyet merkezi covid-19'un turizm üzerindeki etkileriyle ilgili (https://corona-navigator.de/) web sitesini oluşturdu. |
| Yunanistan | -Turizm bakanlığı korona virüs kriz yönetim komitesi kurdu. |
| Endonezya | -Hükümet turizmin canlanması için 725 milyon \$'lık teşvik paketi teklif etti. |
| İtalya | -İtalya'nın turizm imajını dünyaya yeniden tanıtmak için 4 milyar Euro'luk kurtarma paketi teklif edildi |
| Japonya | -Covid-19 sonunda Japonya turizm ajansı uluslararası turistleri çekmek amacıyla turistik yerler inşa edilmesi için 2.2 milyar \$ teklif etti. |
| Kore | -Turizm endüstrisi için mali yardım, vergi indirimi istihdam desteği sunulmaktadır. |
| Yeni Zelanda | -Turizm iyileştirme fonuna 2020 yılında 400 milyon NZD eklendi. |
| Polonya | -Polonya turizm örgütü turistlerin satın aldığı hizmetleri uygun bir tarihte kullanabilmeleri için 'Polonya İptal Etme Erteleme' kampanyası başlattı. |
| Singapur | -Singapur turizm kurulu (STB), turizm endüstrisine yardımcı olmak, plan geliştirmek ve uygulamak için turizm iyileştirme eylem görev gücü (TRAC) başlattı. |
| İspanya | -Turizmden sorumlu devlet sekreterliği tarafından daha önce sunulmuş kredilerin faiz ve anapara ödemesinin ertelenmesi. |
| İsviçre | -İsviçre parlamentosu 2020 ve 2021 yılları İsviçre turizmi için 40 milyon CHF'lik fon önerdi. |
| USA | -Seyahat zirvesiyle hükümet işletmeler için 2 trilyon \$ teşvik paketi sundu. |
| Türkiye | -Krizden etkilenen kobilere ilgi kuruluşlar tarafından finans desteğinin sağlanması |

Kaynak: Sharma vd., 2021

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm, ekonomik sosyal ve doğal krizlerden doğrudan etkilenmekte ve turizmi küresel boyutta etkileyen krizlerin genel olarak ön görülemeyen doğal olaylar ve salgın hastalıklardan oluşması kriz yönetiminin önemli olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan incelemeler sonucunda çarpıcı sonuçlara rastlanılmıştır.

2001 yılında yaşanan 11 Eylül saldırıları küresel çapta turizmi etkileyen ilk kriz olmuştur. Saldırıları sonrası bir yıl süreçte Amerika'nın turizm gelirlerinde 12,5 milyar \$ düşüş yaşanırken, turizme bağlı sektörlerde çalışan 569 bin kişi işsiz kalmıştır. Amerika bu kriz ile başa çıkma kapsamında oteller ve turistik yerlerde fiyat indirme politikasına gitmiş, promosyon uçak bileti dağıtımını sağlamış ve turizm bölgeleri için vergi indirimi gibi stratejileri devreye almıştır. 2001 yılında İngiltere'de meydana gelen şap hastalığı turizm gelirlerinde 5 milyar dolarlık kayba neden olmuştur. Yine İngiltere'de yaklaşık 5 milyon kişi salgın nedeni ile seyahat rotalarını değiştirmek zorunda kalmıştır. İngiltere bu krizin etkilerini azaltmak için 40 milyon sterlinlik pazarlama-tanıtım paketi oluşturarak ülkeyi yeniden ön plana çıkarmaya çalışmıştır. 2003 yılında Vietnam'da ortaya çıkan sars hastalığı kısa sürede Çin, Hong Kong, Singapur ve Kanadayı etkisi altına almıştır. Hastalığın görüldüğü ülkelerin turizm gelirlerinde % 12 ile % 14 arasında gerileme yaşanmış ve turizm bölgeleri ciddi olarak etkilenmiştir. Krizin olumsuz etkilerini azaltmak için hastalığın görüldüğü ülkeler İngilterenin stratejisine benzer pazarlama, promosyon ve teşvik edici seyahatleri uygulamaya koymuşlardır. 2004 yılında Asya ve Afrika kıtalarında gerçekleşen Tsunami felaketi bölgenin en önemli turizm destinasyonlarının zarar görmesine neden olmuştur. Sri Lanka'da afet sonrası turizm bölgelerinde 200 milyon \$'lık zarar oluşurken, Tayland'da birçok tatil köyü yıkılmıştır. Kriz yaşanan bölgelerde ki olumsuz etkenleri azaltmak için yine pazarlama ve tanıtım stratejileri ön plana çıkarılmıştır. 2008 yılında ABD' de meydana gelen ekonomik kriz, 2. Dünya savaşından bu yana küresel ekonomiyi önemli ölçüde etkileyen kriz haline dönüşmüştür. Uluslararası turizm gelirlerinde 2009 yılında 852 milyar dolarlık gerileme görülmüştür. Dünya Turizm Örgütü krizin etkilerini azaltmak için 7 maddeden oluşan turizm teşvik stratejilerini ortaya koymuştur. 2011 yılında Japonya'da meydana gelen Tsunami ülke ekonomisine 314 milyar \$'lık zarar vermiştir. 2011 yılında ki turist sayısı bir önceki yıla oranla %27 oranında gerileme göstermiştir. 2019 yılında meydana gelen Covid-19 pandemisi küresel ekonomi üzerinde 90 trilyon \$'lık etki yaratmış ve bu etki turizm sektörünü derinden sarsmıştır. Uluslararası turizm gelirleri bir önceki yıla göre 930 milyar \$ gerileme göstermiştir. Covid-19 krizinin turizm üzerindeki etkisini azaltmak için; dijital teknolojiye geçilmesi, hijyen koşullarının iyileştirilmesi, turizm işletmelerine faizsiz kredi verilmesi ve personel kalitesinin yükseltilmesi gibi stratejiler yürürlüğe konulmuştur.

ÖNERİLER

İlgili sonuçlardan yola çıkılarak öneriler şu şeklide sıralabilir;

- Turizm kriz yönetiminde, kriz öncesi planlamanın yapılması ve paydaşlarla koordinasyonun kurulmasının yanı sıra krizin etkilerine karşı promosyon ve reklam faaliyetlerinin yapılması bu sayede kaybedilen güveninin ve destinasyon imajının geri kazanılması
- Diğer taraftan işletmelerin toparlanması ve zararların geri karşılanması için vergi alınmaması, faizsiz kredi sağlanması ya da turizmi iyileştirmek için fonların kurulması,
- Diğer taraftan işletmelerin hijyen kurallarına ve salgın genelgelerine uyması,
- Bununla birlikte Covid-19 salgınının tüketici davranışları ve seyahat eğilimleri üzerinde neden olduğu değişimler dikkate alınarak daha sürdürülebilir doğa temelli turizm faaliyetlerin geliştirilmesi kriz sonrası dönemde etkili olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S. and Mamirkulova, G. (2021). Exploring the Impact of COVID-19 on Tourism: Transformational Potential and Implications for A Sustainable Recovery of The Travel and Leisure Industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 1-11.
- Alegre, J. and Sard, M. (2015). When Demand Drops and Prices Rise. Tourist Packages in The Balearic Islands During the Economic Crisis. *Tourism Management*, 46, 375-385.
- Avraham, E. (2020). From 9/11 Through Katrina to Covid-19: Crisis Recovery Campaigns for American destinations. *Current Issues in Tourism*, 24(20),1-15.
- Baker, D. (2014). The Effects of Terrorism on The Travel and Tourism Industry. *The International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(1), 58-67.
- Beirman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach*. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Beirman, D. (2006). A Comparative Assessment of Three Southeast Asian Tourism Recovery Campaigns: Singapore Roars: Post SARS 2003, Bali Post-the October 12, 2002 Bombing, and WOW Philippines 2003, Mansfeld, Y. ve Pizam, A. (Ed.). *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice* içinde (s. 251-269). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Birkland, T. A., Herabat, P., Little, R. G. and Wallace, W. A. (2006). The Impact of The December 2004 Indian Ocean Tsunami on Tourism in Thailand. *Earthquake Spectra*, 22(3), 889-900.
- Blake, A. and Sinclair, M. T. (2003). Tourism Crisis Management: US Response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813-832.
- Blake, A., Sinclair, M. T. and Sugiyarto, G. (2003). Quantifying the Impact of Foot and Mouth Disease on tourism and the UK economy. *Tourism Economics*, 9(4), 449-465.
- Blunk, S. S., Clark, D. E. and McGibany, J. M. (2006). Evaluating The Long-Run Impacts of the 9/11 Terrorist Attacks on US Domestic Airline Travel. *Applied Economics*, 38(4), 363-370.
- Bysyuk, V. (2010). Impact of 9/11 Terrorist Attacks on US and International Tourism Development. Yüksek Lisans Tezi, Modul University, Vienna, Austria.
- Calgaro, E., Dominey-Howes, D. and Lloyd, K. (2014). Application of The Destination Sustainability Framework to Explore the Drivers of Vulnerability and Resilience in Thailand Following the 2004 Indian Ocean Tsunami. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 361-383.
- Campiranon, K. and Scott, N. (2014). Critical Success Factors for Crisis Recovery Management: A Case Study of Phuket Hotels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(3), 313-326.
- Carlsen, J. C. and Hughes, M. (2008). Tourism Market Recovery in The Maldives After The 2004 Indian Ocean Tsunami. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 139-149.
- Chan, C. S., Nozu, K. and Cheung, T. O. L. (2020). Tourism and Natural Disaster Management Process: Perception of Tourism Stakeholders in The Case of Kumamoto Earthquake in Japan. *Current Issues in Tourism*, 23(15), 1864-1885.
- Chen, R. J. and Noriega, P. (2004). The Impacts of Terrorism: Perceptions of Faculty and Students on Safety and Security in Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 81-97.
- Clark, T. (1988). The Concept of a Marketing Crisis. *Journal of the Academy of marketing Science*, 16(2), 43-48.

- Cohen, E. (2011). Tourism and Land Grab in The Aftermath of The Indian Ocean Tsunami. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 224-236.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding*. California: Sage Publications.
- Cooper, M. (2006). Japanese Tourism and The SARS Epidemic of 2003. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 117-131.
- Cushnahan, G. (2004). Crisis Management in Small-Scale Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 323-338.
- De Sausmarez, N. (2007). Crisis Management, Tourism and Sustainability: The Role of Indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 700-714.
- Deb, S. K. and Nafi, S. M. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism: Recovery Proposal for Future Tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4), 1486-1492. DOI 10.30892/gtg.334spl06-597
- Dünya Seyahat and Turizm Konseyi (WTTC) (2011). The Tohoku Pacific Earthquake and Tsunami.
- Dyson, S. B. and Hart, P. T. (2013). *Crisis Management*. Huddy, L., Sears, D. O. and Levy, J. S. (Ed.), The Oxford Handbook of Political Psychology (2. Baskı) İçinde (s. 395-422). New York: Oxford University Press.
- Faulkner, B. (2001). Towards A Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- Gamez, A., Ivanova, A. and Campiranon, K. (2014). Tourism and Economic Crisis Management Within Apec. Cases: Phuket (Thailand) and Los Cabos (Mexico). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 9(2), 143-157.
- Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Tano, D. and Diaz-Armas, R. (2018). Economic Crisis and Residents' Perception of the Impacts of Tourism in Mass Tourism Destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68-75.
- Ghaderi, Z. and Henderson, J. C. (2013). Japanese Tsunami Debris and The Threat to Sustainable Tourism in The Hawaiian Islands. *Tourism Management Perspectives*, 8, 98-105.
- Glaesser, D. (2003). *Crisis Management in the Tourism Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M. (2002). Travel Safety, Terrorism and The Media: The Significance of The Issue-Attention Cycle. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 458-466.
- Hall, C. M. (2010). Crisis Events in Tourism: Subjects of Crisis in Tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
- Halpern, H. A. (1973). Crisis Theory: A Definitional Study. *Community Mental Health Journal*, 9(4), 342-349.
- Hart, P. T. (1993). Symbols, Rituals and Power: The Lost Dimensions of Crisis Management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 1(1), 36-50.
- Haryanto, T. (2020). COVID-19 Pandemic and International Tourism Demand. *JDE (Journal of Developing Economies)*, 5(1), 1-5.
- Henderson, J. (2002). Managing A Tourism Crisis in Southeast Asia: The Role of National Tourism Organisations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 85-105.

- Henderson, J. C. (2005). Responding To Natural Disasters: Managing A Hotel in The Aftermath of The Indian Ocean Tsunami. *Tourism and Hospitality Research*, 6(1), 89-96.
- Henderson, J. C. (2007). *Managing Tourism Crises*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Henderson, J. C. (2013). The Great East Japan Earthquake and Tourism: A Preliminary Case Study. *Tourism Recreation Research*, 38(1), 93-98.
- International Air Transport Association (IATA). (2010). Annual Report. <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iataannualreport2010.pdf>. Adresinden erişilmiştir.
- Irvine, W. and Anderson, A. R. (2006). 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(2-3), 47-60.
- Jia, Z., Shi, Y., Jia, Y. and Li, D. (2012). A Framework of Knowledge Management Systems for Tourism Crisis Management. *Procedia Engineering*, 29, 138-143.
- Kash, T. J. and Darling, J. R. (1998). Crisis Management: Prevention, Diagnosis and Intervention. *Leadership & Organization Development Journal*, 19(4), 179-186.
- Keown-McMullan, C. (1997). Crisis: When Does A Molehill Become a Mountain?. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 6(1), 4-10.
- Kernisky, D. A. (1997). Proactive Crisis Management and Ethical Discourse: Dow Chemical's Issues Management Bulletins 1979-1990. *Journal of Business Ethics*, 16(8), 843-853.
- Khodarahmi, E. (2009). Crisis management. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 18(5), 523-528.
- King, G. (2002). Crisis Management & Team Effectiveness: A Closer Examination. *Journal of Business Ethics*, 41(3), 235-249.
- Kingsbury, P. T., and Brunn, S. D. (2004). Freud, Tourism, and Terror: Traversing the Fantasies of Post-September 11 Travel Magazines. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 39-61.
- Law, R. (2006). A Perspective on SARS and Education in Hospitality and Tourism. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 5(4), 53-59.
- Lee, S., Oh, C. O. and O'Leary, J. T. (2005). Estimating The Impact of The September 11 Terrorist Attacks on The US Air Transport Passenger Demand Using Intervention Analysis. *Tourism Analysis*, 9(4), 355-361.
- Leslie, D. and Black, L. (2006). 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.
- Li, Z., Zhao, Q., Huo, T., Shao, Y. and Hu, Z. (2020). COVID-19: Management Focus of Reopened Tourist Destinations. *Current Issues in Tourism*, 25(1),1-7.
- Lin, Y., Kelemen, M. and Tresidder, R. (2018). Post-Disaster Tourism: Building Resilience Through Community-Led Approaches in The Aftermath of the 2011 Disasters in Japan. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1766-1783.
- Lu, C. L., Chen, S. T. and Kuo, H. I. (2018). International Tourism Demand in Asia: Before and After the Economic Crisis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1073-1085.

- Luhrman, D. (2004). Media and Information Management. Wilks, J. and Moore, S. (Ed.). Tourism Risk Management for the Asia-Pacific Region. An Authoritative Guide for Managing Crises and Disasters İçinde (s. 71-83). Australia: CRC for Sustainable Tourism.
- Lukton, R. C. (1974). Crisis Theory: Review and Critique. *Social Service Review*, 48(3), 384-402.
- Mair, J., Ritchie, B. W. and Walters, G. (2016). Towards A Research Agenda for Post-Disaster and Post-Crisis Recovery Strategies for Tourist Destinations: A Narrative Review. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 1-26.
- Mao, C. K., Ding, C. G. and Lee, H. Y. (2010). Post-SARS Tourist Arrival Recovery Patterns: An Analysis Based on A Catastrophe Theory. *Tourism Management*, 31(6), 855-861.
- Massey, J. E., and Larsen, J. P. (2006). Crisis Management in Real Time: How to Successfully Plan for and Respond to a Crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 63-97.
- McKercher, B. and Chon, K. (2004). The Over-Reaction to SARS and the Collapse of Asian Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716-719.
- Miller, G. A. and Ritchie, B. W. (2003). A Farming Crisis or A Tourism Disaster? An Analysis of The Foot and Mouth Disease in the UK. *Current Issues in Tourism*, 6(2), 150-171.
- Mitroff, I. I. and Anagnos, G. (2000). *Managing Crises Before They Happen: What Every Executive and Manager Needs to Know About Crisis Management*. New York: Amacom.
- Mitroff, I. I., Shrivastava, P. and Udwadia, F. E. (1987). Effective Crisis Management. *Academy of Management Perspectives*, 1(4), 283-292.
- O'connor, J. (1981). The Meaning of Crisis. *International Journal of Urban and Regional Research*, 5(3), 301-329.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2010). Tourism Trends and Policies 2010. Adresinden https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2010_tour-2010-en#page4 erişilmiştir.
- Orindaru, A., Popescu, M. F., Alexoaei, A. P., Caescu, Ş. C., Florescu, M. S. and Orzan, A. O. (2021). Tourism in a Post-COVID-19 Era: Sustainable Strategies for Industry's Recovery. *Sustainability*, 13(12), 6781.
- Papatheodorou, A., Rossello, J. and Xiao, H. (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45.
- Paraskevas, A. (2006). Crisis management or Crisis Response System? A Complexity Science Approach to Organizational Crises. *Management Decision*, 44(7), 892-907.
- Pearson, C. M. and Mitroff, I. I. (1993). From Crisis Prone to Crisis Prepared: A Framework for Crisis Management. *Academy of Management Perspectives*, 7(1), 48-59.
- Pfarr, C. and Hosie, P. J. (2008) Crisis Management in Tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264.
- Pheng, L. S., Ho, D. K. and Ann, Y. S. (1999). Crisis Management: A Survey of Property Development Firms. *Property Management*, 17(3), 231-251.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Preble, J. F. (1997). Integrating the Crisis Management Perspective into the Strategic Management Process. *Journal of Management Studies*, 34(5), 769-791.

- Qiu, R. T., Park, J., Li, S. and Song, H. (2020). Social Costs of Tourism During the COVID-19 Pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 1-14.
- Ritchie, B. (2008). Tourism Disaster Planning and Management: From Response and Recovery to Reduction and Readiness. *Current Issues in Tourism*, 11(4), 315-348.
- Ritchie, B. W. and Jiang, Y. (2019). A Review of Research on Tourism Risk, Crisis and Disaster Management: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Tourism Risk, Crisis and Disaster Management. *Annals of Tourism Research*, 79, 1-15.
- Ritchie, B. W., Dorrell, H., Miller, D. and Miller, G. A. (2004). Crisis Communication and Recovery for The Tourism Industry: Lessons from the 2001 Foot and Mouth Disease Outbreak in the United Kingdom. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 199-216.
- Ritchie, J. B., Amaya Molinar, C. M. and Frechtling, D. C. (2010). Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: North America. *Journal of Travel Research*, 49(1), 5-15.
- Roberts, A. R. (Ed.). (2005). *Crisis Intervention Handbook: Assessment, Treatment and Research* (3. Baskı). New York: Oxford University Press.
- Roux-Dufort, C. (2007). Is Crisis Management (only) a Management of Exceptions?. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 15(2), 105-114.
- Santana, G. (2004). Crisis Management and Tourism: Beyond the Rhetoric. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 299-321.
- Scarpino, M. R. and Gretzel, U. (2015). *Conceptualizing Organizational Resilience in Tourism Crisis Management*, Ritchie, B. W. and Campiranon, K. (Ed.). *Tourism Crisis and Disaster Management in the Asia-Pacific İçinde* (s. 15-32). London: Cabi.
- Sharma, G. D., Thomas, A. and Paul, J. (2021). Reviving Tourism Industry Post-COVID-19: A Resilience-Based Framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 1-11.
- Shrivastava, P. (1993). Crisis Theory/Practice: Towards a Sustainable Future. *Industrial & Environmental Crisis Quarterly*, 7(1), 23-42.
- Sigala, M. (2011). Social Media and Crisis Management in Tourism: Applications and Implications for Research. *Information Technology & Tourism*, 13(4), 269-283.
- Smeral, E. (2010). Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and potential Risks. *Journal of Travel Research*, 49(1), 31-38.
- Song, H. and Lin, S. (2010). Impacts of the Financial and Economic Crisis on Tourism in Asia. *Journal of Travel Research*, 49(1), 16-30.
- Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y. and Tarlow, P. (1999). Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13-18.
- Svensson, P. (1986). Stability, Crisis and Breakdown: Some Notes on the Concept of Crisis in Political Analysis. *Scandinavian Political Studies*, 9(2), 129-139.
- Tase, D. I. (2012). Procedural and Systematic Crisis Approach and Crisis Management. *Theoretical & Applied Economics*, 19(5), 177-184.
- Timothy, D. J. (2006). *Safety and Security Issues in Tourism*, Buhalis, D. and Costa, C. (Ed.). *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools İçinde* (s. 19-27). Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Tony, S. M. (2006). *Crisis Management in Tourism*. Buhalis D. and Costa, C. (Ed.), *Tourism Management Dynamics İçinde* (s. 28-38). Oxford: Routledge.
- Valackiene, A. and Virbickaite, R. (2011). Conceptualization of Crisis Situation in a Company. *Journal of Business Economics and Management*, 12(2), 317-331.
- Weiss, M., Schwarzenberg, A., Nelson, R., Sutter, K. M. and Sutherland, M. D. (2021). *Global Economic Effects of COVID-19*. Congressional Research Service.
- Wickramasinghe, V. and Takano, S. E. (2007). Revival of Tourism in Sri Lanka Following the December 2004 Indian Ocean Tsunami. *Journal of Natural Disaster Science*, 29(2), 83-95.
- Wilder-Smith, A. (2006). *Tourism and SARS*, Wilks, J., Pendergast, D. and Leggat, P. (Ed.). *Tourism in Turbulent Times: Towards Safe Experiences for Visitors İçinde* (s. 53-61). Oxford: Elsevier.
- World Tourism Organization (2002). *Tourism Highlights*, 2002 Edition. Madrid UNWTO.
- World Tourism Organization (2010). *Tourism Highlights*, 2010 Edition, Madrid: UNWTO,
- World Tourism Organization (UNWTO) (2009). Roadmap for Recovery – Tourism & Travel: a Primary Vehicle for Job Creation and Economic Recovery (Report of the Secretary General on Sustainable Tourism in Challenging Times).
- World Tourism Organization (2005). *Tourism Highlights*, 2004 Edition. Madrid: UNWTO,
- World Tourism Organization (2006). *Tourism Highlights*, 2006 Edition. Madrid: UNWTO,
- World Tourism Organization (2012). *Tourism Highlights*, 2012 Edition. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (2021). *International Tourism Highlights*, 2020 Edition. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2021a). World Tourism Barometer. Volume 19, Issue 3, May 2021. <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/19/3>. Adresinden erişilmiştir.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2021b). World Tourism Barometer. Volume 19, Issue 4, July 2021. <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/19/4>. Adresinden erişilmiştir.
- World Travel Tourism Council (WTTC) (2021). Travel & Tourism Global Economic Impact 2021. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Adresinden erişilmiştir.
- Wright, K. A., Kelman, I. and Dodds, R. (2021). Tourism Development from Disaster Capitalism. *Annals of Tourism Research*, 89, 1-3.
- Wut, T. M., Xu, J. B. and Wong, S. M. (2021). Crisis Management Research (1985–2020) in The Hospitality and Tourism Industry: A Review and Research Agenda. *Tourism Management*, 85, 1-28.
- Yan, H., Wei, H. and Wei, M. (2021). Exploring Tourism Recovery in the Post-COVID-19 Period: An Evolutionary Game Theory Approach. *Sustainability*, 13(16), 9162.
- Yeh, S. S. (2021). Tourism Recovery Strategy Against COVID-19 Pandemic. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 188-194.
- Zeng, B., Carter, R. W. and De Lacy, T. (2005). Short-Term Perturbations and Tourism Effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322.
- Zhang, H., Song, H., Wen, L., and Liu, C. (2021). Forecasting Tourism Recovery Amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 87, 1-16.