

# GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



## Araştırma Makalesi • Research Article

# Covid -19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği<sup>1</sup>

*Regulatory Role Of Optimism In The Relationship Between Crisis Management Applications And Business Performance Of Tourism Enterprises During The Covid-19 Pandemic: An Example Of TR90 Region*

Elif ACUNER<sup>a\*</sup> Emel ERGİN<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Ardeşen Turizm Fakültesi, Rize / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0002-7769-8705

<sup>b</sup>Turizm Uzmanı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Rize / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0001-7651-7100

### MAKALE BİLGİSİ

#### Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 4 Ağustos 2021

Kabul tarihi: 27 Aralık 2021

#### Anahtar Kelimeler:

COVID-19 küresel salgın,  
Kriz yönetimi,  
İşletme performansı,  
İyimserlik,  
Olumlu yönelim teorisi,  
Kaynakların korunması teorisi

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received August 4, 2021

Accepted December 27, 2021

#### Keywords:

COVID-19 pandemic,  
Crisis management,  
Business performance,  
Optimism,  
Positive orientation theory,  
Conversation of resources theory

### ÖZ

Bu çalışmada COVID-19 küresel salgını ile turizm endüstrisi ilişkilendirilmiştir. Bunun önemli nedenleri arasında; salgının sebep olduğu seyahat kısıtlamaları ve turizm sektöründe bazı işletmelerin faaliyetlerine ara vermeleri hatta işletmelerin salgın şartlarında uymak zorunda oldukları düzenlemelerdir. Dolayısıyla çalışma kapsamında bu nedenlerle ortaya çıkacak muhtemel krizler ve bu krizlerin yönetimi ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, COVID-19 küresel salgınıyla mücadelede turizm sektöründeki yöneticilerin benimsediği kriz yönetim uygulamaları ve işletmelerin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olup olmadığının tespit edilmesidir. Çalışmanın modeli, olumlu yönelim teorisi ve kaynakların korunması teorisine dayandırılmıştır. Çalışmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Çalışmada, genel tarama araştırmasının bir türü olan ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini, TR90 Bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerindeki çalışan personeli kapsamaktadır. Çalışmanın verileri anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda, konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde; kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### ABSTRACT

In this study, the COVID-19 pandemic is associated with the tourism industry. Travel restrictions caused by the pandemic and the suspension of activities of some businesses in the tourism sector and even the regulations that businesses have to comply with in the pandemic conditions are among the important reasons for this. Therefore, within the scope of the study, possible crises that may arise due to these reasons and the management of these crises are discussed. The aim of the study is to determine whether optimism has a regulatory role in the relationship between the crisis management practices adopted by the managers in the tourism sector and the performance of the enterprises in the fight against the COVID-19 pandemic. The model of the study was based on the theory of positive orientation and conservation of resources theory. Quantitative research approach was adopted in the study. Relational survey method, which is a type of general survey research, was used in the study. The population of the study consisted of accommodation businesses, travel businesses and food and beverage businesses operating in the TR90 Region. The data of the study were collected by questionnaire technique. In line with the data obtained from the study, it was concluded that optimism has a moderating role in the relationship between crisis management practices and business performances in accommodation businesses, travel businesses and food and beverage businesses.

<sup>1</sup> Bu çalışma yazarlardan Emel ERGİN'in Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında Dr. Öğr. Üyesi Elif ACUNER danışmanlığında yürüttüğü "COVID-19 Küresel Salgın Sürecinde Turizm İşletmelerinin Kriz Yönetim Uygulamaları İle İşletme Performansı Arasındaki İlişkide İyimserliğin Düzenleyici Rolü: TR90 Bölgesi Örneği" adlı tezden türetilmiştir.

## EXTENDED ABSTRACT

The COVID-19 epidemic disease is followed with great worry around the world. Unlike other epidemic diseases seen in the past year, it has taken the world under its influence in a short time. After the first case was seen in China in December 2019, a pandemic was declared on March 11, 2020. Although measures were taken quickly, firstly, international airline flights were stopped and then transportation and travel services within the country came to a standstill. Within the scope of this study, among the most important reasons for associating the pandemic with tourism is the rapid spread of the disease to every region and as a result, the restriction of travel in the first place and then the closure of businesses in the tourism sector as in most sectors. It is difficult to make a prediction about the end of the epidemic. It is very difficult to predict what the results will be if it is finished. Waiting for the end of the epidemic and acting accordingly may mean being late for some things for businesses. For this reason, this study has been prepared with the thought that it will be a guide in crisis management in the fight against the global epidemic that drags tourism businesses into a crisis environment.

In times of crisis, it is important for business owners, managers and employees to keep their psychological levels high against the epidemic that creates a stress situation. According to the positive orientation theory, which is one of the sub-branches of psychology, there are personal resources used to cope with any situation. According to conservation theory, one of these personal resources is the source of dispositional optimism. It is seen that people with optimism have positive perspectives. However, it is also known that people with optimism are resistant to stress in the face of any negative situation. The COVID-19 Global Epidemic, which deeply affects the whole world, has affected many sectors, and especially the tourism sector. From this point of view, starting from the theory of conservation of resources and the theory of positive orientation; A research problem has been developed with the thought that optimism has a positive effect on businesses in the relationship between crisis management practices and business performance of tourism businesses during crisis periods. Questions of the research: "Do crisis management practices affect business performance in tourism businesses during crisis periods? Does optimism affect business performance in tourism businesses in times of crisis? Does optimism have a moderating role in the relationship between crisis management practices and business performance in tourism businesses in times of crisis?" form.

The aim of this study is to determine whether optimism has a regulatory role in the relationship between the crisis management practices adopted by the managers of tourism enterprises in the fight against the COVID-19 pandemic and the performance of the enterprises.

The study is important in terms of being a guide for the crisis management practices applied by enterprises in the crisis situation due to the COVID-19 pandemic.

The model and theoretical background of the study was based on positive orientation theory and conservation of resources theory. In the study, quantitative research design was used. The design of the study was determined as non-experimental quantitative research, which is included in quantitative research. As the method of the study, relational screening model, which is a type of general survey research, was used. Based on this method used, the hypotheses of the research were developed. These are: "H1: Crisis management practices of businesses have a positive effect on business performance. H2: Optimism in businesses has a positive effect on business performance. H3: Optimism has a moderating role in the relationship between business crisis management practices and business performance." form. In the study, first of all, theoretical and empirical studies on epidemics, crisis management, business performance and optimism were examined and a literature review was made. Then, a survey technique was applied to the employees in tourism enterprises (accommodation enterprises, travel enterprises and food and beverage enterprises) in order to determine whether optimism has a moderating effect on the relationship between crisis management practices during the epidemic and the performance of their enterprises. In line with the research questions of the study; as a result of the simple linear regression analysis applied for H1, the regression coefficients were found to be significant ( $p:0.000$ ,  $p<0.001$ ). As a result of the simple linear regression analysis applied for H2, the regression coefficients were found to be significant ( $p:0.000$ ,  $p<0.001$ ). As a result of the regulatory effect regression analysis applied for H3, the regression coefficients were found to be significant ( $p:0.0296$ ,  $p<0.05$ ).

Within the scope of the study, many important conclusions were reached. In these results, it is seen that the crisis situation has significantly affected the businesses and society included in the study. Thus, it is seen that the importance of crisis management practices has increased in the face of these situations. Another result is the fact that with the right moves, the effects of the crisis can be minimized. At the end of the study, results that support positive orientation theory and conservation of resources theory were achieved. It is seen that the number of accommodation enterprises, travel enterprises, and food and beverage enterprises that have a crisis management plan against possible crises is not sufficient. According to the analysis results obtained, three main hypotheses were accepted. Accordingly, it was concluded that the crisis management practices of the enterprises have a positive effect on their performance, optimism in the enterprises has a positive effect on the business performance, and optimism has a moderating role in the relationship between the crisis management practices of enterprises and business performance. If businesses apply crisis management, business performance will increase and thus they will be able to prevent threats. If they approach it with optimism, crises will be overcome with the least damage and they will increase the performance of the business. This study is also important in terms of predicting studies to be conducted at different times with different variables and comparing the results obtained from other studies with the present study.

## Giriş

COVID-19 adıyla anılan korona virüs salgın hastalığı (Coronavirus Disease), ilk olarak 2019 yılı Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinde görülmeye başlanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 11 Mart 2020 tarihinde COVID-19'u Küresel Salgın (pandemi) olarak ilan etmiştir. İlan edilen bu tarih aynı zamanda Türkiye'de de ilk korona virüs vakasının görüldüğü tarih olarak açıklanmıştır. COVID-19 Küresel Salgını; etkisinin artması ile sınırların kapatılmasına, bölgesel, ulusal ve uluslararası seyahat yasaklarına ve daha sonra sokağa çıkma yasağına kadar uzanan önlemlerin alınmasına neden olmuştur. Alınan bu önlemlerin birçok sektörü olumsuz yönde etkilediği aşikârken, olumsuz etkilerin çok yüksek düzeyde hissedildiği sektörlerin başında turizm gelmektedir. Turizm sektörü, bu dönemi en az hasarla atlatabilmesi için doğru hamleler ve stratejilerle birlikte kriz yönetim faaliyetlerine/prosedürlerine başvurmalıdır. Çünkü kriz yönetim faaliyetleri/prosedürleri sayesinde kriz fırsata çevrilebilir, işletme performansında artış görülebilir ya da krizler olabilecek en az hasarla atlatılabilir.

Turizm sektörü genel olarak, diğer sektörlerle göre daha yoğun ve daha fazla stres barındıran bir yapıda olduğu söylenebilir. Bu olgulara bir de kriz durumu eklenince şartlar daha da zorlaşabilir ve bu gibi durumlarda stres yaşanması daha muhtemel hale gelebilir. Böyle bir durumda eğer çalışanların iyimserlik düzeyi artacak olursa streste de azalma eğiliminin görülme ihtimali yüksektir. Stresi azaltmaya yardımcı olan iyimserlik yaklaşımı; amaç ve gelecek odaklı bir davranış biçimi olup, hayata karşı olumlu beklentiler içerisinde olmaya olanak sağlamaktadır. Bu sayede bireyler, daha iyi sonuç elde edebileceklerini düşünecek; istenilen kazanımlara ulaşmak için daha çok çaba göstereceklerdir (Avşaroğlu ve Akçeşme, 2018: 21). İyimserliğin çalışanlar üzerindeki etkisini, olumlu yönelim ve kaynakların korunması teorileri ile açıklamak mümkündür. Olumlu yönelim; zorluklarla başa çıkmada kullanılan kişisel kaynaklardan biri olarak ifade edilmektedir. Kaynakların korunması teorisi ise; kişisel kaynakların elde edilmesine, geliştirilmesine ve korunmasına yönelik çaba sarf edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Kaynakların korunması teorisinin kişisel kaynaklarından birisi, eğilimsel iyimserliktir. İyimserliğe sahip kişilerin olumlu bakış açılarına sahip olduğu bunun yanı sıra bu kişilerin strese karşı da dirençli oldukları ifade edilmektedir (Hobfoll, 2001; Hobfoll, 2002, Laguna ve Razmus, 2018). Bu nedenle COVID-19 Küresel Salgını ile ortaya çıkan mücadelede, kriz yönetim uygulamaları ile işletmenin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bu süreçlerin turizm sektörünün geleceği açısından yol göstereceği düşüncesiyle bu çalışma düşünülmüştür ve çalışma bu açıdan önem arz etmektedir.

## Kavramsal Çerçeve ve Geliştirilen Hipotezler

Literatürde salgın hastalığın, pandemi ve epidemik olmak üzere iki türde tanımlandığı görülmektedir. Doğal felaketlerden birisi olan salgın hastalıklara; "belli bir zaman aralığında fazla sayıda görülmesi durumunda "salgın (epidemi)", kıta veya kıtaları etkilemesi durumunda da "pandemi" denilmektedir" (Arık, 1991: 27). Salgın hastalıklar uğradıkları bölgelerde önemli oranda ölümlere yol açabilmekte ve bulunduğu yere uyum sağlayarak bu bölgelerde uzun süre kalabilmektedir. Bu sebeple hem bölge halkı için tehdit oluşturmakta hem de bölge ekonomisini olumsuz yönde etkilemektedir (Verikios, Sullivan, Woo, Stojanovski ve Giesecke, 2015: 1). Kestirilemeyen olaylar olarak tanımlanan salgından doğan krizler, turizm sektörüne önemli derecede etki etmektedir. Bu etkilerin başında, turist sayısı ve turizm gelirlerinde oluşan kayıplar yer almaktadır. Oluşan kayıplar ekonomik açıdan bölgeye zarar vermekte ve sektörde geçici ya da kalıcı etkiler bırakabilmektedir (Çeti ve Ünlüönen, 2019; Eugenio-Martin ve Campos-Soria, 2013).

Kriz, ortaya çıktığında tüm işletmelerin hedeflerini ve mevcudiyetini tehdit eden, yöneticileri, paydaşları ve çalışanlarını sıkıntıya sokan, çok yönlü ve karmaşık özelliğe sahip bir

olgudur (Akıncı, 2011: 133). Beklenmedik anlarda ortaya çıkabilen, hızlı hareket edebilen ve bunların yanı sıra hazırlıksız olarak karşılaşılan, doğru yönetilmediği takdirde bulunduğu organizasyon içinde çöküşlere sebep olabilen kriz, doğru şekilde yönetildiğinde ise çeşitli fırsatlar doğurabilen bir olgudur (Akdağ, 2005: 3). Turizm sektöründe krizler; işletmelerin faaliyetlerini tehdit eden, bölgede güvenliğin olmadığı izlenimi oluşturan ve bunun sonucunda da turistleri destinasyon imajı ile ilgili olumsuz yönde etkileyen bir durumu ortaya koymaktadır. Bu nedenle turizm işletmelerinde yöneticilerin krizlere karşı hazırlıklı olması ve kendi işletmelerine uygun kriz yönetim planlarının bulunması önem arz etmektedir (Öztürk ve Türkmen, 2006: 90-91). Kriz yönetiminde önemli olan krizi daha doğmadan önlemek ve fırsata çevirerek başarıya dönüştürmektir (Sezgin, 2003: 181). Krizler, en başta insanların temel içgüdülerinin güvenini tehdit etmekte ve bu durum çalışanların motivasyonlarının düşmesine de neden olmaktadır (Akıncı, 2011: 137). Bunun sonucunda kriz, işletme performansına da etki edebilmektedir (Şendoğdu, 2009: 19). İşletmelerin yöneticileri, önemle yürütülmesi gereken faaliyetlerin başarısını ölçmeye yönelik stratejiler geliştirilmesi açısından performans ölçümünü çok önemli bir süreç olarak görürler (Dündar, 2010: 79). İşletmedeki yöneticiler, işletmenin dün ve bugün neler yaptığına bakmakta bununla birlikte gelecekte neler yapılabileceğine ilişkin bilgileri performans ölçekleriyle ortaya koymaktadırlar (Öncü, vd., 2015: 151-152'den aktaran: Özer, 2016: 37). İsraili ve Reichel, (2003) yürüttükleri araştırmanın sonucunda, kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Buradan yola çıkılarak araştırmanın ilk hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

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

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

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

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

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

Kriz dönemleri; işletme sahiplerine, yöneticilere ve çalışanlara stres durumu yaratabilir ve bunun sonucunda da motivasyonlarını düşebilir. Pozitif psikolojinin alt boyutu olan olumlu yönelim; bireylerin kendilerine, yaşanan olaylara ve bunun sonucunda elde edilen deneyimlere karşı gösterilen olumlu bir duruşun, değerlendirilmesinde ve yorumlamasında yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır (Laguna, 2018: 2). Olumlu yönelim, "potansiyel" yani gizil bir güç olarak da düşünülebilir (Caprara vd., 2010: 328). Birey, bir duruma olumlu yönelim ile yaklaşırsa, zaman içerisinde olumsuz duygulardan daha çok olumlu duygular hissetmeye başlar. Kendine, hayata ve geleceğe olumlu bakış açısı ile yaklaşma eğilimi, bireyin yaşam içerisinde karşılaştığı olayları olumlu olarak değerlendirmesini sağlayacak, hayatında sürekli olarak tekrarlanan anlık olumlu durumların, zaman içerisinde daha yüksek olumlu yönelimler kazanmasına yardımcı olacaktır (Laguna, 2018: 3). Olumlu yönelimin alt boyutlarından olan iyimserlik yaklaşımında ise birey, karşısına çıkan bütün durumlar ve olaylarda olumlu bir bakış açısı gösterir (Ergün Başak ve Can, 2018: 773). İyimser kişiler, amaç ve hedeflerinden vazgeçmeden, pes etmeyip bıkkınlık göstermeden davranış biçimlerini ortaya koyan kişilerdir (Avşaroğlu ve Akçeşme, 2018: 21). İşlerin yoluna girmesini beklerler, iyi şeylerin olacağına her daim inanırlar ve olumlu beklentileri ile iyimser bir yapıdadırlar (Scheier ve Carver, 1985: 219). İyimser kişiler, özellikle stresli durumları kontrol edebilirler ve bunun yanı sıra meydana gelen problemleri olumlu yönde sonuçlandırabilirler. Oluşan problem durumunu en iyi şekilde ortaya koyar, durumu kabullenir

ve yaşadığı deneyimler sayesinde değiştirilemeyen durumlarla başa çıkabilirler (Scheier ve Carver, 1992: 209-219). İyimser kişiler, ister çalışma hayatlarında olsun ister kurumdaki herhangi bir değişim durumunda olsun kendilerine ne olacağı konusunda sürekli olumlu yaklaşım sergilerler (Chhajer vd., 2018: 225). Bu bağlamda, birey, örgüt ve yönetim kriz dönemlerinde iyimserlik ile yaklaştıkları takdirde işletmenin performansı bu durumdan olumlu etkilenecektir. Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H2:** İşletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır.

Daha pozitif nitelikteki çalışanlar, strese karşı daha yüksek dirençli kişiler olarak ayrıca kişisel kaynakların (iyimserlik gibi) daha fazla kullanılabilirliğine sahip olmaları sayesinde daha yüksek iş performansı sunabilirler (Alessandri vd., 2012: 4). Bu sebepten dolayı kriz dönemlerinde uygulanan kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici bir rolü olacaktır. Buna bağlı olarak çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

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

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

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

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

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

### Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde salgın hastalıklar, kriz yönetimi, işletme performansı ve olumlu yönelim (iyimserlik) ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalar ve araştırma konuları şu şekildedir:

Apenteng ve İsmail (2014), Clift (2000), Kayacan (2010), Koch ve Steffen (1994), Pavli, Tsiodras ve Maltezou (2014), Sonnenburg vd., (2000), Wilder-Smith (2005) çalışmalarında, salgın hastalıkların en çok seyahat edenler ve gezginler tarafından bulaştırılma riskinin olduğunu ortaya koymuşlar, buna yönelik olarak da çalışmalarında konu ile ilgili tedbirlerin alınması gerektiğini savunmuşlardır. Birçok araştırmacı çalışmalarında, COVID-19 Küresel Salgının turizme etkilerini konu almış, en büyük etkinin istihdam, gelir kaybı gibi ekonomik göstergelerde yaşanacağı üzerinde durmuşlardır (Acar, 2020; Bahar ve Çelik İlal 2020; Gössling vd., 2020; İbiş, 2020; Karim, Haque, Anis ve Ulfy 2020; Mărcuță vd., 2020). Çeşitli araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda salgın dolayısıyla turizm sektöründe yeni bir dönemin başlayacağını ifade etmekte, otomasyon teknolojileri, temassız dijital işlemler, sosyal mesafeli turlar ve izole tatillerin ön planda olacağını savunmuşlardır (Alpago ve Alpago, 2020; İvanov, Webster, Stoilova ve Slobodskoy 2020; Kıvılcım, 2020; Özaltın Türker, 2020). Diğer taraftan birkaç çalışmada araştırmacılar, salgın hastalıklarının ortaya çıktığı dönemlerde turizm yönetiminde rol alan paydaşların uygun kurum ve kuruluşlarla ortak olması, ayrıca yerel gözetim çabalarında aktif olmaları gerektiğini ve salgın hastalıklara karşı alınması gereken önlemler ile ilgili eğitimler verilerek kriz yönetim stratejileri geliştirmeleri gerektiğini savunmuşlardır (Donohoe, Pennington-Gray ve Omodior 2014; Kiper, Saraç, Çolak ve Batman 2020; Lewis ve Bailey, 1992; Jamal ve Budke, 2020).

Aydın (2010), Çiftçi (1997), Kılıçdere (2017), Özhasar ve Ege (2019), Seçilmiş, Kılıç ve Doğanekin (2017) çalışmalarında, turizm işletmelerinin çeşitli nedenlerden kaynaklanan kriz durumlarında, iyi yönetilemediğini savunmuşlardır. Diğer taraftan birkaç çalışmada araştırmacılar, konaklama işletmelerinin kriz yönetiminde önemli uygulamalar gerçekleştirdiğini, bunun yanı sıra süreci daha etkin bir şekilde yönetilebilmesine yönelik olarak geliştirilmesi gereken politikaların mevcut olduğunu savunmuşlardır (Çolak ve Batman, 2019; Göral, 2014; İsraili ve Reichel, 2003; Karakaya, 2004; Yılmaz, 2004). Çeşitli araştırmacılar çalışmalarında, turizm işletmeleri krizlerden olumsuz etkileniyorsa, hem turist sayısında, hem de turizm gelirinde bir düşmeden bahsedilebileceğini savunmuşlardır (Albeni, 2004; Köşker, 2017; Topuz, 2009).

Zerenler ve İraz (2006) çalışmalarında, kriz dönemlerinde ürün ve süreç esnekliğine sahip olan işletmelerin, olmayan işletmelere göre performanslarının daha fazla etkilendiğini savunmuşlardır. Çiftçi (2015) çalışmasında, turizm işletmelerinde gerçekleştirilen kriz yönetiminde işletmenin bakım ve onarım ile devlet destekleri uygulamalarının işletme performansında örgütsel öğrenmeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Venkatraman ve Ramanujam (1986) çalışmalarında, işletme performansının çok boyutlu olarak ele alınması gerektiğini savunmuşlardır. Matsuno, Mentzer ve Özsoyer (2002) çalışmalarında, üstün iş performansı elde etmede girişimci eğilimin pazar yönelimi aracılığıyla olumlu, pazar yönelimi aracılığının olmadığı durumlarda olumsuz ya da önemsiz olduğunu savunmuşlardır. Bir diğer çalışmada araştırmacılar, örgütsel yönetimin kurumsal performans analizinde de pazar yönelimi ile stratejik insan kaynağını birbirine bağlamışlardır (Harris ve Ogbonna, 2001). Çeşitli araştırmacılar çalışmalarında, yenilik yeteneği ile işletme performansı arasındaki ilişkide müşteri değerinin önemli bir aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşmışlardır (Çetintürk, Adıgüzel ve Demir 2015; Erdem vd., 2011; Öztürk vd., 2013; Hult vd., 2004).

Caprara vd., (2010) çalışmalarında, kişinin hayatı ve geleceğiyle ilgili değerlendirmelerin “*Olumlu Yönelim*” olarak adlandırıldığını savunmuşlardır. Alessandri vd., (2014) çalışmalarında, öz-yeterlik, olumlu yönelim ve iş katılımının yüksek olmasının iş performansını artırmak için çok önemli olduğunu savunmuşlardır. Alessandri vd., (2012) çalışmalarında, olumlu yönelim; uyum ve başarıyı ön plana çıkartabilirse, bu durumun olumlu sonuçlara neden olacağını, bireyin kendi performansını ve işteki ilişkilerini geliştirmeye yönelik iş deneyimlerinde ve olumlu bir tutumun güçlendirilmesine de katkıda bulunabileceğini savunmuşlardır. Araştırmacılar çalışmalarında, iyimserlik ölçeği içerisinde yer alan özel öz-bilinçlilik düzeyi yüksek kişiler arasında, özel öz-bilinçlilik düzeyi düşük olan kişilerden daha güçlü olma eğiliminde olduğunu ortaya koymuşlardır (Scheier ve Carver, 1985). Aydın ve Tezer (1991) çalışmalarında, iyimserlik düzeyi yüksek olan kişilerin her zaman daha iyi performans gerçekleştireceği ve bu kişilerin yüksek bir başarı göstereceği sonucuna ulaşmışlardır.

## Metodoloji

### Araştırmanın Amacı ve Önemi

Korona virüsten doğan küresel salgın mücadelesinde turizm işletmelerinin yöneticilerinin benimsediği kriz yönetim uygulamaları ve işletmelerin performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

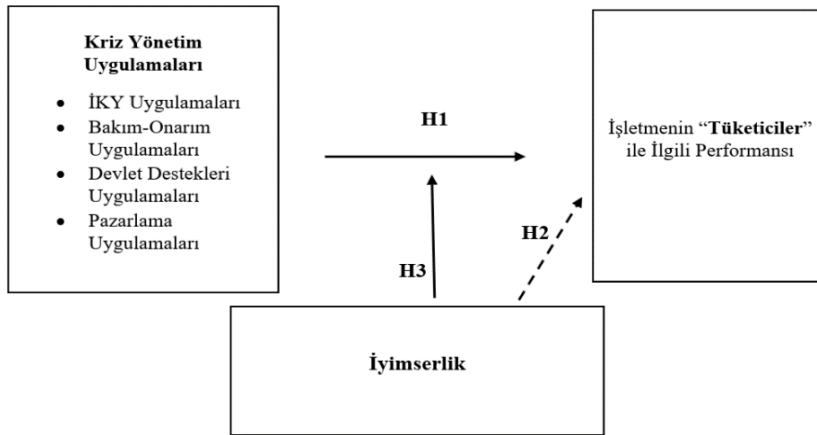
COVID-19 Küresel Salgından etkilenen turizm işletmelerinin kaldıkları kriz ortamında, krize karşı uyguladıkları kriz yönetim uygulamaları için rehber niteliği taşıyan bu çalışma önem arz etmektedir. Bütün dünyayı derinden etkileyen COVID-19 Küresel Salgını aynı zamanda turizm sektörünü de fazlasıyla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

## Araştırmanın Yöntemi

Çalışma temel araştırma sorularına cevap bulmak üzere modellenmiştir. Bu bağlamda Araştırmanın soruları: Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde kriz yönetim uygulamaları işletme performansını etkilemekte midir? Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde iyimserlik işletme performansını etkilemekte midir? Kriz dönemlerinde turizm işletmelerinde kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü var mıdır? olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yaklaşımı, nicel araştırma yöntemidir. Araştırmanın deseni, nicel araştırmalar içerisinde yer alan deneysel olmayan nicel araştırma olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yöntemi, tarama araştırma modeli içerisinde yer alan genel tarama araştırmasının türü olan ilişkisel tarama araştırmasına dayalı nicel bir araştırmadır.

## Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Araştırma modelinde kriz yönetim uygulamaları, işletme performansı ve iyimserliğin düzenleyici rolü arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Kriz yönetim uygulamaları (İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY), Bakım-Onarım, Devlet Destekleri ve Pazarlama Uygulamaları) “Bağımsız Değişken”, işletme performansı (Tüketiciler) “Bağımlı Değişken” ve iyimserlik “Moderatör Değişken” olarak belirlenmiştir. Araştırmada kriz yönetim uygulamalarının işletme performansına etkisi ve olumlu yönelimin işletme performansına etkisi araştırılmış olup, kriz yönetim uygulamaları ve işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyicilik rolü araştırılmıştır.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

## Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni, TR90 Bölgesi Düzey 2 de (Trabzon, Giresun, Rize, Ordu, Artvin, Gümüşhane) faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personelden oluşmaktadır. Çalışmada anket soruları işletme sahipleri, genel müdür, departman şefleri (insan kaynakları, satış ve pazarlama ve ön büro) ve diğerleri tarafından cevaplanması istenmiştir. Ankette uygulanacak örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için;

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

formülü kullanılmıştır (Özer,2004). Hata payı % 5 olarak belirlenmiştir. TR90 Bölgesi Düzey 2’de yer alan illerdeki turizm işletme belgeli konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri ele alınmıştır. COVID-19 Küresel Salgın mücadelesi kapsamı içerisinde

gerçekleştirildiği için TR90 Bölgesi illerinde bulunan ilgili işletmeler de açık olan işletmelerden çalışan personel sayısı alınıp hesaplanarak toplam ana kütle hacmi 825 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklem büyüklüğü en az 262 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada örneklem büyüklüğünü belirlemek için olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

### Verilerin Toplanması

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

### Veri toplama araçları

Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde “*Demografik Özelliklere*” ilişkin sorulara yer verilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ve çalıştıkları işletme bilgilerine ilişkin dağılımlarına yönelik 11 soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde işletmelerin kriz yönetimin de uygulamış oldukları uygulamaların düzeylerini ölçmek için İsraili ve Reichel (2003) tarafından geliştirilen, Çiftçi (2015) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Kriz Yönetim Uygulamaları Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 21 maddeden ve 5’li likert tipi derecelendirmeden oluşmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen, Sürücü (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Olumlu Yönelim*” ölçeğinin boyutlarından birisi olan “*İyimserlik Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 12 maddeden ve 5’li likert tipi derecelendirmeden oluşmaktadır. Son olarak çalışmanın dördüncü bölümünde Kuşluvan ve Eren (2008) tarafından geliştirilen “*İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği*” kullanılmıştır. Kullanılan ölçek 5 maddeden oluşmaktadır ve ilgili personelden 5’li likert tipi derecelendirme ile işletmelerini rakiplerine kıyasla değerlendirmeleri istenmiştir.

### Ölçeklerin Geçerlik Analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS.22 istatistiksel uygulama programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmada ölçeklerin yapı geçerliliğini ölçmek için faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ve Bartlett küresellik testlerine bakılmış ve daha sonra açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Güvenirlik analizi için de Cronbach’s Alpha değerlerine bakılmıştır. Kriz yönetim uygulamaları ölçeği KMO değerinin 0,846 ve Bartlett testi değeri 0,05’ten küçük olduğu için veriler faktör analizi için uygundur (bk. Tablo 1).

**Tablo 1:** Kriz yönetim uygulamaları ölçeği KMO ve Bartlett testi analizi

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

Yapılan faktör analiz sonucuna göre İsraili ve Reichel (2003) tarafından geliştirilen kriz yönetim uygulamaları ölçeği, orijinal haline uygun olarak dört boyuta ayrılmaktadır ve bu dört faktörün toplam varyansın %62.253’ünü açıklamaktadır. Dört faktör “*insan kaynakları yönetimi, pazarlama, bakım-onarım, devlet destekleri*” uygulamaları olarak isimlendirilmiştir (bk. Tablo 2).

Kriz yönetim uygulamaları ölçeğinin 21 maddesinin güvenirlik değerine bakıldığında dört ayrı boyut için Cronbach’s Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu dört boyutun Cronbach’s Alpha değeri



ise; insan kaynakları yönetimi boyutunun katsayısı 0,791, pazarlama boyutunun katsayısı 0,865, bakım-onarım boyutunun katsayısı 0,803, devlet destekleri boyutunun katsayısı 0,849 olarak hesaplanmıştır (bk. Tablo 2). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenilirliğin iyi ve yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 2:** Kriz yönetim uygulamaları ölçeği faktör analizi ve güvenilirlik analizi

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri			
	İKY	Pazarlama	Bakım-Onarım	Devlet Destekleri
K1. İşgücü maliyetlerini azaltmak için personel çıkarırım.	0,599			
K2. İşgücü maliyetlerini azaltmak için, personele ücretsiz izin kullandırırım.	0,539			
K3. Haftalık çalışma günü sayısını arttırırım.	0,687			
K4. Personel maaş ödemelerini durdururum.	0,703			
K5. Görev süresi uzun olan personel yerine, işe yeni başlayan personeli çalıştırırım.	0,725			
K6. Personeli, sözleşmeli olarak taşeron firmadan temin ederim. (Dış kaynak kullanırım)	0,662			
K7. Yerel firmalarla birlikte iç turizme yönelik ortak kampanyalar düzenlerim. (Kredi kartı ile taksit yapma, sanal ödeme imkânı sağlanması gibi).		0,685		
K8. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, iç turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.		0,688		
K9. İndirimli fiyat uygulayıp, özel teklifler sunarım.		0,561		
K10. Liste fiyatlarını düşürürüm.		0,484		
K11. İşletmenin belirli özelliklerini ön plana çıkarıp, dış turizme yönelik pazarlama faaliyetleri yaparım.		0,814		
K12. Yeni ürün ve hizmetleri tanıtıp, pazarlarım. (catering hizmeti vb.)		0,793		
K13. Yeni bölümlere yönelik pazarlama çalışmaları yaparım. (Helal turistler gibi)		0,730		
K14. İşletme hizmetlerini kısıtlayarak giderleri azaltırım.			0,782	
K15. Bina bakım-onarım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.			0,719	
K16. Makine ve ekipman bakım işlerini erteleyerek maliyetleri düşürürüm.			0,836	
K17. Ödemeleri ertelerim.			0,761	
K18. Kriz döneminde devlet destek vermediği için protesto ederim.				0,785
K19. Kriz döneminde oluşan giderler için sektör bazında hükümetten destek talep ederim.				0,717

K20. Vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında hükümetten ek süre tanınmasını talep ederim.					0,815
K21. Yerel (belediye) vergi borçlarının ödenmesi için sektör bazında ek süre tanınmasını talep ederim.					0,800
Açıklanan Toplam Varyans	%62.253				
Cronbach's Alpha		0,791	0,865	0,803	0,849

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

İyimserlik ölçeği KMO değerinin 0,790 ve Bartlett testi değeri 0,05'ten küçük olduğu için veriler faktör analizi için uygundur (bk. Tablo 3).

**Tablo 3:** İyimserlik ölçeği KMO ve Bartlett testi analizi

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

Yapılan faktör analiz sonucuna göre Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen iyimserlik ölçeği, orijinal haline uygun olarak iki boyuta ayrılmaktadır ve bu iki faktörün toplam varyansı %62.211'ini açıklamaktadır. İki faktör "*olumlu ve olumsuz*" olarak isimlendirilmiştir (bk. Tablo 4).

İyimserlik ölçeğinin 12 maddesinin güvenilirlik değerine bakıldığında iki ayrı boyut için Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Bu iki boyutun Cronbach's Alpha değerine bakıldığında ise; olumlu boyutunun katsayısı 0,790, olumsuz boyutunun katsayısı 0,782 olarak hesaplanmıştır (bk. Tablo 4). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenilirliğin iyi düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 4:** İyimserlik ölçeği faktör analizi ve güvenilirlik analizi

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

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

İşletmenin "*tüketicilerle*" ilgili performans ölçeği KMO değerinin 0,886 ve Bartlett testi değeri 0,05'ten küçük olduğu için veriler faktör analizi için uygundur (bk. Tablo 5).

**Tablo 5:** İşletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeği KMO ve Bartlett testi analizi

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

Yapılan faktör analiz sonucuna göre Kuşluyan ve Eren (2008) tarafından geliştirilen işletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeği, orijinal haline uygun olarak tek boyutludur ve bu tek faktör toplam varyansı %72.045'ini açıklamaktadır (bk. Tablo 6).

**Tablo 6:** İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performans Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi

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

İşletmenin tüketicilerle ilgili performans ölçeğinin 5 maddesinin güvenirlilik değerine bakıldığında Cronbach's Alpha değeri 0,897 hesaplanmıştır (bk. Tablo 6). Elde edilen bu değerler sonucunda güvenirliliğin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Ankette kullanılan ölçeğin analizleri yapılmadan önce verilerin normal dağılıma uyup uymadığını test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık (Skewness ve Kurtosis) değerleri incelenmiştir. Ölçeğin analize yönelik çarpıklık değeri -0,698 ve basıklık değeri -0,288 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

## Bulgular

### Katılımcıların Demografik Özellikleri ve İşletme Bilgilerine İlişkin Dağılımları

Tablo 7'de araştırmaya katılan 400 katılımcının demografik özellikleri ve çalıştıkları işletme bilgilerine ilişkin dağılımları verilmektedir. Katılımcıların %65'ini erkekler oluşturmaktadır. İşletmedeki pozisyonlarına bakıldığında %36,3 ile en fazla diğer bölümlerde çalışan katılımcılar görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletme sınıfına bakıldığında %52,5 ile en fazla konaklama işletmesinin olduğu ve %42,5'i seyahat işletmesi, %5'i yiyecek-içecek işletmesinden oluştuğu görülmektedir. En son olarak, katılımcıların çalıştıkları işletmelerde olası krizlere karşı kriz yönetim planının var olup olmadığı sorulmuş olup, %57,5'i var, %42,5'i yok şeklinde yanıt vermiştir.

**Tablo 7:** Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Çalıştıkları İşletme Bilgilerine İlişkin Dağılımları (n: 400)

Değişken	(f)	%	Değişken	(f)	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	140	35	30 ve Altı	114	28,5
Erkek	260	65	31-40	166	41,5
Eğitim Durumu			41-50	59	14,8
Lise	69	17,3	50 ve Üzeri	61	15,3
Ön Lisans	116	29	Turizm sektöründe çalışma süreniz?		
Lisans	172	43	1-5 Yıl	78	19,5
Lisansüstü	43	10,8	6-10 Yıl	115	28,7
İşletmedeki çalışma süreniz?			11-15 Yıl	99	24,8
1-5 Yıl	148	37	16 + Yıl	108	27
6-10 Yıl	100	25	İşletmedeki pozisyonunuz?		
11-15 Yıl	62	15,5	İşletme Sahibi	90	22,5
16 + Yıl	90	22,5	Genel Müdür	32	8

İşletmenizin faaliyet süresi?			İnsan Kaynakları Müd.	
1-5 Yıl	85	21,3	Satış ve Pazarlama Müd.	18 4,5
6-10 Yıl	95	23,8	Ön Büro Müdürü	58 14,5
11-15 Yıl	70	17,5		57 14,2
16 + Yıl	150	37,5	Diğer	145 36,3
İşletmenizin sınıfı?			İşletmenizdeki personel sayısı?	
Konaklama İşletmesi	210	52,5	10 ve Altı	185 46,3
Seyahat İşletmesi	170	42,5	11-25	133 33,3
Yiyecek-İçecek İşletmesi	20	5	26-49	35 8,8
İşletmenizin hukuki statüsü?			50-100	
Esnaf İşletmesi	11	2,8	101 ve Üzeri	33 8,3
Şahıs Şirketi	284	71		14 3,5
Sermaye Şirketi	63	15,8	İşletmenizdeki personel sayısı?	
			İşletmenizde olası krizler için hazırlanmış kriz yönetim planı/planları var mı?	
Kamu İktisadi Teşebbüs	8	2	Var	230 57,5
Şirketler Grubu (Holding)	34	8,5	Yok	170 42,5

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

Araştırmaya katılan katılımcıların faktörleri oluşturan ifadelerle verdikleri cevaplar arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiştir.

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

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, değişkenler arasında orta ve düşük dereceli bir ilişki olduğu görülmektedir (bk. Tablo 8).

**Tablo 8:** Kriz Yönetim Uygulamaları, İyimserlik ve İşletmenin Tüketici Performansının Korelasyon Analizi Sonuçları

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

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

### Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Hipotezleri test etmek için regresyon analizleri yapılmıştır. Tablo 9’da kriz yönetim uygulamalarının genel olarak işletme performansına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar incelendiğinde değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (F:89,631; p<0,001). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır. Kriz yönetim uygulamalarının (\*p<0,001) işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kriz yönetim uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde

0,530'luk bir artışa neden olduğu görülmektedir. Hesaplanan  $R^2$ : 0,184 değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %18,4'ünün kriz yönetim uygulamaları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Kriz yönetim uygulamalarının işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir: İşletme Performansı= 2,230 + 0,530 × Kriz Yönetim Uygulamaları.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; “**H1**: İşletmelerin kriz yönetim uygulamaları işletme performansı üzerinde olumlu etkiye sahiptir.” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 9:** Kriz Yönetim Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi

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

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

Tablo 10'daki bulgulara göre, bağımlı değişken (işletme performansı) ile bağımsız değişken (kriz yönetim uygulamaları) arasındaki ilişkilere yönelik oluşturulan hiyerarşik (sıralı) regresyon modellerinden, kriz yönetim uygulamaları boyutlarını oluşturan modelin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F:27,647; p<0,001). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır. Hesaplanan  $R^2$ :0,219 değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %21,9'unu kriz yönetim uygulamaları boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir. Varyans Enflasyon Faktör (Variance Inflation Factor-VIF) değeri 10'un altında doğrusallık problemi bulunmadığını işaret etmekte olup tolerans değeri de 0,2'nin üstünde olduğundan dolayı anlamlı olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 10:** Kriz Yönetim Uygulamaları Alt Boyutlarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkilerine İlişkin Hiyerarşik (Sıralı) Regresyon Analizi

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

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

Durbin-Watson değeri 1'den küçük ve 3'ten büyük olmadığı için bir sorun olmadığı sonucuna varılmış olup model anlamlı bulunmuştur (Durbin-Watson:1,745).

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

İnsan kaynakları yönetim uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,316'lık bir artışa neden olmaktadır.

Devlet destekleri uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,072'lik bir artışa neden olmaktadır. Pazarlama uygulamalarında gerçekleşen her 1 birimlik artış, işletme performansı üzerinde 0,141'lik bir artışa neden olmaktadır. Kriz yönetim uygulamaları boyutlarının işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir: İşletme Performansı= 2,246 + (0,316 × İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları) + (0,072 × Devlet Destekleri Uygulamaları) + (0,141 × Pazarlama Uygulamaları).

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; H1a, H1c, H1d hipotezleri kabul edilmiş ama H1b hipotezi kabul edilememiştir.

**Tablo 11:** İyimserliğin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Değişkenler	B	SE	$\beta$	t	p	R <sup>2</sup>	ANOVA
Sabit	3,072	0,171		17,977	0,000*	0,121	F: 54,560 p: 0,000*
İyimserlik	0,333	0,045	0,347	7,386	0,000*		

R: 0,347 Adj. R<sup>2</sup>: 0,118

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

Tablo 11'deki iyimserliğin genel olarak işletme performansına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar incelendiğinde değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F:54,560; p<0,001). Buna göre, regresyon modeli için bulunan regresyon katsayıları anlamlıdır. İyimserliğin (\*p<0,001) işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar iyimserlikte gerçekleşen her 1 birimlik artışın işletme performansı üzerinde 0,333'lük bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Hesaplanan R<sup>2</sup>:0,121 değeri, modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile işletme performansı üzerindeki değişimlerin %12,1'inin iyimserlik tarafından açıklandığını göstermektedir. İyimserliğin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir: İşletme Performansı= 3,072 + 0,333 × İyimserlik.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; **H2:** “İşletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Düzenleyici etki analizinde daha güvenilir bir analiz için SPSS paket programında çalışan PROCESS Macro v3.5 eklentisi ile regresyon analizi yapılmıştır. Düzenleyici etkiyi analiz edebilmek için düzenleyici değişken (iyimserlik) ve bağımsız değişkenin (kriz yönetim uygulamaları) çarpılması ile yeni bir değişken olan etkileşim değişkeni elde edilmiştir.

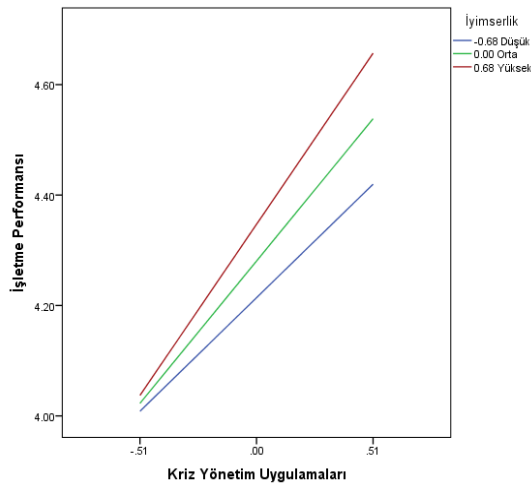
Tablo 12'nin sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir (\*\*p<0,05). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; **H3:** “İşletmenin kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolü vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 12:** İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişkide İyimszerliğin Düzenleyici Etkisi

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

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

Grafikte iyimszerliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 2’de iyimszerliğin yüksek olduğu durumda kriz yönetim uygulamalarına verilen önemin artması işletme performansını da arttırmaktadır. İyimszerliğin orta veya düşük düzeydeki durumlarında da kriz yönetim uygulamalarına verilen önemin artması işletme performansını arttırdığı görülmektedir. İyimszerlik düşük düzeyde iken etki 0,4028; orta düzeyde iken etki 0,5049; yüksek düzeyde iken etki 0,6070 olduğu görülmektedir.

**Şekil 2:** İyimszerliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları ile İşletme Performansları Arasındaki İlişki

Aşağıda Tablo 13’e göre; işletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan insan kaynakları yönetimi ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimszerliğin düzenleyici etkisi sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimszerliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir (\*\*\*p<0,10). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; H3a hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 13:** İşletmenin Kriz Yönetim Uygulamalarının Alt Boyutları ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişkide İyimszerliğin Düzenleyici Etkisi

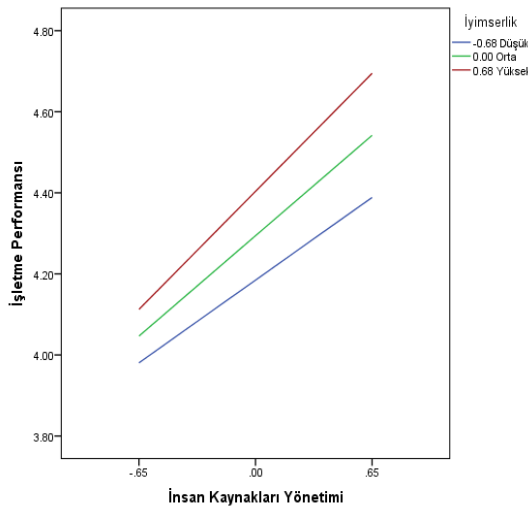
Değişkenler	B	SE	t	P	LLCI	ULCI
Sabit	4,2941	0,0305	140,9639	0,0000	4,2342	4,3540
İnsan Kaynakları Yönetimi (X)	0,3790	0,0562	6,7405	0,0000	0,2685	0,4896
İyimszerlik (W)	0,1601	0,0467	3,4319	0,0007	0,0684	0,2519
Etkileşim (X×W)	0,0977	0,0566	1,7269	0,0850 ***	0,0135	0,2089
R: 0,4613		R <sup>2</sup> : 0,2128		F: 35,6882		p: 0,0000*
Sabit	4,2945	0,0303	141,5916	0,0000	4,2348	4,3541
Bakım Onarım (X)	0,0231	0,0384	0,6020	0,5475	-0,0524	0,0986
İyimszerlik (W)	0,3167	0,0450	7,0418	0,0000	0,2283	0,4051
Etkileşim (X×W)	0,1276	0,0454	2,8086	0,0052**	0,0383	0,2169
R: 0,3643		R <sup>2</sup> : 0,1327		F: 20,1972		p: 0,0000*

Sabit	4,2961	0,0326	131,8229	0,0000	4,2320	4,3602
Devlet Destekleri (X)	0,1204	0,0452	2,6617	0,0081	0,0315	0,2093
İyimserlik (W)	0,2609	0,0493	5,2896	0,0000	0,1639	0,3578
Etkileşim (X×W)	0,0710	0,0535	1,3276	0,1851	-0,0342	0,1763
R: 0,3625	R <sup>2</sup> : 0,1314	F: 19,9735	p: 0,0000*			
Sabit	4,2924	0,0320	134,0435	0,0000	4,2294	4,3553
Pazarlama (X)	0,2658	0,0549	4,8426	0,0000	0,1579	0,3737
İyimserlik (W)	0,1866	0,0507	3,6791	0,0003	0,0869	0,2863
Etkileşim (X×W)	0,0833	0,0519	1,6064	0,1090	-0,0186	0,1853
R: 0,4071	R <sup>2</sup> : 0,1657	F: 26,2172	p: 0,0000*			

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

İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan bakım onarım ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarına bakıldığında, etkileşim değişkeninin anlamlı olduğu ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir (\*\*p<0,05). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; H3b hipotezi kabul edilmiştir. İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan devlet destekleri ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide, iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarında etkileşim değişkeninin anlamlı olmadığı ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olmadığı görülmektedir (p:0,1851). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; H3c hipotezi kabul edilememiştir. İşletmenin kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan pazarlama ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide, iyimserliğin düzenleyici etkisi sonuçlarında etkileşim değişkeninin anlamlı olmadığı ve bunun sonucunda iyimserliğin düzenleyici etkiye sahip olmadığı görülmektedir (p:0,1090). Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda; H3d hipotezi kabul edilememiştir.

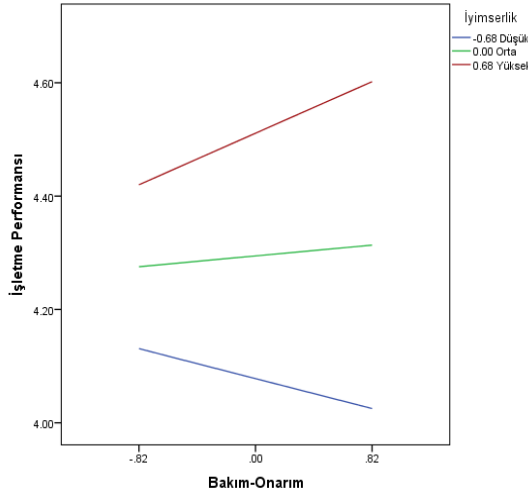
Grafikte iyimserliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan insan kaynakları yönetimi ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 3'de iyimserliğin yüksek olduğu durumda insan kaynakları yönetimine verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını da arttırmaktadır. İyimserliğin orta veya düşük düzeydeki durumlarında da insan kaynakları yönetimine verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını arttırdığı görülmektedir. İyimserlik düşük düzeyde iken etki 0,3123; orta düzeyde iken etki 0,3790; yüksek düzeyde iken etki 0,4458 olduğu görülmektedir.



**Şekil 3:** İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan İnsan Kaynakları Yönetimi ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki



Grafikte iyimserliğin üç farklı düzeyine göre kriz yönetim uygulamaları boyutlarından olan bakım onarım ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekil 4'de iyimserliğin yüksek olduğu durumda bakım onarıma verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını da arttırmaktadır. İyimserliğin orta olduğu durumda değişiklik görülmemektedir. İyimserliğin düşük düzeydeki durumunda bakım onarıma verilen önemin artması işletmenin tüketicilerle ilgili performansını azalttığı görülmektedir. İyimserlik düşük düzeyde iken etki -0,0641; orta düzeyde iken etki 0,0231; yüksek düzeyde iken etki 0,1103 olduğu görülmektedir.



**Şekil 4:** İyimserliğin Farklı Düzeylerinde Kriz Yönetim Uygulamaları Boyutlarından Olan Bakım Onarım ile İşletmenin Tüketicilerle İlgili Performansı Arasındaki İlişki

### Sonuç ve Öneriler

COVID-19 Küresel Salgın hastalığın bu çalışma kapsamında turizm ile ilişkilendirilmesinin en önemli nedenleri arasında, hastalığın hızlı şekilde her bölgeye yayılması ve bunun sonucunda da en başta seyahatlerin kısıtlanması ve sonrasında ise çoğu sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de işletmelerin kapanmaya başlamasıdır. COVID-19 Küresel Salgınının bitiş sürecine ilişkin bir tahmin ortaya koymak güçtür. Bittiği takdirde sonuçlarının ne olacağını kestirmek de oldukça güçtür. Bu nedenle, işletmeler kriz yönetim uygulamaları ile işletmelerinin performansına olumlu etki sağlayabilir. Diğer yandan kriz dönemlerinde, stres durumu yaratan salgına karşı işletme sahiplerinin, yöneticilerin ve çalışanların psikolojik seviyelerini yüksek tutmaları da gerekmektedir. İyimserliğe sahip kişilerin olumlu bakış açılarına sahip olduğu ve strese karşı dirençli oldukları da görülmektedir. Bu bağlamda, çalışmada olumlu yönelim teorisi ile kaynakların korunması teorisini destekler nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın kapsamında birçok önemli sonuca ulaşılmıştır. Bu sonuçlarda yaşanan kriz durumlarının ele alınmış olan işletmeleri ve toplumu önemli derecede etkilediği görülmektedir. Böylelikle bu durumlar karşısında kriz yönetim uygulamalarının önemini de arttırdığı görülmektedir. Diğer bir sonuç ise, doğru hamleler ile krizin etkilerini en aza indirebileceği olgusudur. Elde edilen veri analizlerinin sonuçlarına göre değinilmesi gereken önemli konulardan biri ise; ele alınan konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinin olası krizlere karşı kriz yönetim planı ile krizlere hazırlıklı olan işletme sayısının yeterli olmadığı yönünde ki sonucudur. Elde edilen veri analizlerinin sonuçları doğrultusunda bir diğer önemli konulara değinecek olursak; kriz yönetim uygulamaları, krizin yaratmış olduğu etkileri ortadan kaldırma da etkili bir yöntemdir. Yapılan kriz yönetim uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkileyeceği analiz sonuçlarının da görülmektedir. Bununla beraber kriz yönetim uygulamalarının alt boyutlarının etkisi olduğu da görülmektedir. İşletmelerin kriz yönetiminde

uyguladıkları insan kaynakları yönetimi uygulamalarının işletme performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları yönetiminin işletme performansı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Bu durum turizm işletmelerindeki kriz yönetimini belirlemektedir. İnsan kaynakları yönetimi, kriz yönetimi sürecinde çalışan personele, işgücü maliyetine ilişkin uzun vadeli güvence sağlar ve farklı alternatifler öne sürer. Bu gibi açılardan ele alınan işletme yönetimi, işletme performansı üzerinde büyük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İşletmelerin kriz yönetiminde devletin uyguladığı devlet destekleri uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna da ulaşılmıştır. Devlet, hükümet ve belediyelerin destek vermesi durumunda işletme performansının işletmelerin kriz dönemlerinde bile olumlu yönde etkisinin olacağı görülmektedir. İşletmelerin kriz yönetiminde uyguladıkları pazarlama uygulamalarının işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Salgın sürecinde turizm işletmeleri, bu durum karşısında işletmelerini kapatmak zorunda kalabiliyorlar ya da pazarlamaya yönelik farklı alternatifler sunabiliyorlar. Bunlara indirimli fiyat uygulamaları, liste fiyatı düşürmeleri örnek verilebilmektedir. Bu süreçte uygun olarak yeni ürün, hizmet ve bölümlere yönelik pazarlamalar yapılırsa bu durum işletme performansını olumlu etkileyecektir. İşletmeler sürekli olarak müşterilerine yoğunlaşmaktadır ve müşterilerin istek ve beklentilerini yakından takip etmektedir. Bu nedenle müşteri sadakati ve bağlılığı kriz dönemlerinde turizm işletmelerini koruyan en önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Daha sonrasında da yine yeni ürün, yeni hizmet ve yeni müşteri odaklılığı ile hareket edebilirler. Kriz yönetim uygulamalarının bir diğer alt boyutlarından olan bakım onarım uygulamalarının ise işletme performansını olumlu yönde etkilemediği görülmektedir. İşletmeler kriz dönemlerinde genel olarak; işletme içi hizmet giderlerinin azaltılması, bina bakım onarım işlerinin ertelenmesi, makine ve ekipman bakım işlerinin ertelenmesi ve ödemelerin ertelenmesi gibi faaliyetlerde bulunmadıklarından ve bulunmadıkları bir faaliyet için gözlem yapılamayacağından, bunların işletme performansına olumlu bir etkisinin olmadığı açıkça görülmektedir. Elde edilen diğer bir sonuç ise; işletmelerde iyimserliğin işletme performansı üzerinde olumlu etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Turizm işletmelerinde çalışanın, örgütün ve yönetimin, içinde bulunulan duruma olumlu bakış açısı sergilemesi ve iyimser olarak bakması ile işletme performansını da olumlu yönde etkileyeceği görülmektedir. İşletmenin kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansları arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Salgın sürecinden kaynaklı kriz dönemlerinde konaklama, seyahat ve yiyecek içecek işletmeleri, içinde bulunulan kriz durumuna karşı iyimserlik ile yaklaşır ise kriz yönetim uygulamaları ile işletme performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin olumlu bir etkileşiminin olacağı görülmektedir. Aynı zamanda kriz yönetim uygulamalarının alt boyutları olan insan kaynakları yönetimi ve bakım onarım uygulamaları ile işletmenin tüketicilerle ilgili performansı arasındaki ilişkide iyimserliğin düzenleyici rolünün olduğu da elde edilen sonuçlar doğrultusunda ortaya koyulmaktadır. Bu bağlamlar da turizm sektörünün ülke ekonomisine ve turizm işletmelerine büyük katkılar sağladığı için bu faaliyetlerin uygulanmaları, önem teşkil ettiği görülmektedir.

İşletmelerin kriz ile karşı karşıya kaldıklarında yapacakları ilk şey, krizi nasıl yönetebileceklerini düşünmeleridir. Burada önemli olan panik yapmamaktır. Eğer panik ile hareket edilmezse kriz fırsata bile dönüştürülebilir. Turizm paydaşlarının küresel düzeyde yaşanabilecek krizlere yönelik kriz yönetim uygulamaları planlarını yapması gerekmektedir. Krizle mücadele için tedbir ve önlemlerin neler olduğu ile ilgili kriz yönetim rehberi hazırlanmalıdır. Diğer yandan kriz yönetim ekibi ile olası kriz türlerine yönelik acil eylem planları ve erken uyarı sistemleri oluşturulmalıdır. Turizm işletmeleri kriz sonrasında, tüketim alışkanlıkları değişmiş müşteriler ile karşı karşıya kalabilirler. Turizm işletmesi yöneticileri kriz yönetim uygulamalarını her yönüyle ele alıp uygulamalıdır. Özellikle yöneticilere bu konuda büyük rol düşmektedir. İşletmeler, kriz yönetimi uyguladıkları takdirde, işletme performansı

artacak ve böylelikle tehditlerin önüne geçebileceklerdir. İyimserlik ile yaklaştıkları takdirde de krizler en az hasarla atlatılabilecek ve işletme performansını da arttırmış olacaklardır.

### Kaynakça

- Acar, Y. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) salgını ve turizm faaliyetlerine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Akdağ, M. (2005). Halkla ilişkiler ve kriz yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 1-20.
- Akıncı, Z. (2011). Konaklama işletmelerinde kriz sürecinde insan kaynakları yönetiminin rolü ve önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 132-152.
- Albeni, M. (2004). *Krizlerin Antalya turizmine etkileri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W., Caprara, G., & Consiglio, C. (2014). From positive orientation to job performance: the role of work engagement and self-efficacy beliefs. *Journal of Happiness Studies*, (16), 767-788.
- Alessandri, G., Vecchione, M., Tisak, J., Deiana, G., Caria, S., & Caprara, G. (2012). The Utility of positive orientation in predicting job performance and organisational citizenship behaviors. *International Association of Applied Psychology*, 61(4), 1-30.
- Alpago, H. ve Oduncu Alpago, D. (2020). koronavirüs salgınının sosyo-ekonomik sonuçları. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 99-114.
- Apenteng, O. O., & Ismail, N. (2014). Modelling the impact of international travellers on the trend of HIV epidemic. *Transactions on Engineering Technologies*, 381-389.
- Arık, Ş. (1991). Selçuklular zamanında Anadolu'da veba salgınları. *Tarih Araştırma Dergisi*, 15(26), 27-57.
- Avşaroğlu, S. ve Akçeşme, F. (2018). Özel gereksinimli çocuğu olan anne babaların iyimserlik ve stresle başa çıkma tutumları. *Gelecek Vizyonlar Dergisi*, 2(1), 20-29.
- Aydın, A. (2010). *İzmirdeki beş yıldızlı otel işletmelerinde kariyer yönetimi uygulamaları ve ekonomik krizin otel çalışanlarının kariyer planlarına etkisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Aydın, G. ve Tezer, E. (1991). İyimserlik, sağlık sorunları ve akademik başarı ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi* (26), 2-9.
- Bahar, O. ve Çelik İlal, N. (2020). Koronavirüsün (COVID-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Caprara, G. V., Alessandri, G., & Barbaranelli, C. (2010). Optimal functioning: contribution of self-efficacy beliefs to positive orientation. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 79(5), 328-330.
- Caprara, G. V., Steca, P., Alessandri, G., Abela, J., & McWhinnie, C. (2010). Positive orientation: explorations on what is common to life satisfaction, self-esteem, and optimism. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 19(1), 63-71.
- Chhajer, R., Rose, E., & Joseph, T. (2018). Role of Self-efficacy, optimism and job engagement in positive change: Evidence from the middle east. *The Journal for Decision Makers*, 43(4), 222-235.
- Clift, S. (2000). Tourism and health: Current issues and future concerns. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 55-61.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.

- Çetintürk, İ. Adıgüzel, O. ve Demir, C. (2015). Yenilik yeteneğinin işletme performansı üzerindeki etkisinde müşteri değerinin aracılık rolü: beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), 819-833.
- Çiftçi, D. (1997). *Havayolu işletmelerinde kriz yönetimi ve bir model önerisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çiftçi, G. (2015). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi uygulamalarının örgütsel öğrenme ve işletme performansı açısından ampirik olarak analizi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2019). Turizmde kriz yönetimi: İstanbul örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 351-371.
- Donohoe, H., Pennington-Gray, L., & Omodior, O. (2014). Lyme disease: Current issues, implications, and recommendations for tourism management. *Tourism Management*, (46), 408-418.
- Dündar, Ş. (2010). *Aile işletmelerinde kurumsal yönetim anlayışı ve profesyonelleşmenin işletme performansına etkileri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Erdem, B. Gökdeniz, A. ve Met, Ö. (2011). Yenilikçilik ve işletme performansı ilişkisi: Antalya'da etkinlik gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 77-112.
- Ergün Başak, B. ve Can, G. (2018). The relationships between self-compassion, social-connectedness, optimism and psychological resilience among low-income university students. *Elementary Education Online*, 17(2), 768-785.
- Eugenio-Martin, J., & Campos-Soria, J. (2013). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Article in Annals of Tourism Research*, 44(1), 1-37.
- Göral, R. (2014). Turizm sektöründe stratejik kriz yönetimine ilişkin bütünsel. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 89-101.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Harris, L. C., & Ogbonna, E. (2001). Strategic human resource management, market orientation, and organizational performance. *Journal of Business Research*, 51, 157-166.
- Hobfoll, S. (2001). The influence of culture, community, and the nested-self in the stress process: Advancing Conservation of Resources theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50(3), 337-370.
- Hobfoll, S. E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6(4), 307-324.
- Hult, G., Hurley, R., & Knight, G. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- İbiş, S. (2020). COVID-19 salgınının seyahat acentaları üzerine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- İşleyen, T. ve Küçük, B. (2013). Öğretmen adaylarının yaratıcı düşünme düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(21), 199-208.
- Israeli, A. A., & Reichel, A. (2003). Hospitality crisis management practices: the Israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 353-372.
- Ivanov, S., Webster, C., Stoilova, E., & Slobodskoy, D. (2020). Biosecurity, automation technologies and economic resilience of travel, tourism and hospitality companies. *Robots, Artificial Intelligence And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality*, 1-35.

- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal Of Tourism Futures*, 6, 1881-1888.
- Karakaya, A. (2004). Stratejik yönetim sisteminin kriz yönetimine katkısı üzerine bir araştırma. *Teknoloji*, 7(2), 225-233.
- Karim, W., Haque, A., Anis, Z., & Ulfy, M. (2020). The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-7.
- Kayacan, M. (2010). *Seyahat ilişkili Lejyoner hastalığı, korunma ve kontrol yöntemleri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kılıçdere, S. (2017). *Seyahat acentalarında kriz yönetimi kapsamında 2016 turizm sezonunun değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Kıvılcım, B. (2020). COVID-19 (Yeni Koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences*, 4(1), 17-27.
- Kiper, V. O. Saraç, Ö. Çolak, O. ve Batman, O. (2020). COVID-19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43).
- Koch, S., & Steffen, R. (1994). Meningococcal disease in travelers: vaccination recommendations. *J Travel Med*, 1(1), 4-7.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, (62), 216-230.
- Kuşlivan, S. ve Eren, D. (2008). Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 177-193.
- Laguna, M. (2018). Towards explaining the “how” of positive orientation: The beliefs-affect-engagement model. *Asian Journal of Social Psychology*, 2-7.
- Laguna, M., & Razmus, W. (2018). When I feel my business succeeds, I flourish: reciprocal relationships between positive orientation, work engagement, and entrepreneurial success. *Journal of Happiness Studies*, 20, 2711–2731.
- Lewis, N. D., & Bailey, J. (1992). HIV, international travel and tourism: global issues and pacific perspectives. *Asia Pac J Public Health*, 6(3), 159-167.
- Marcuta, L., Dorobanju, D., Popescu, A., Tindeche, C., & Marcuta, A. (2020). The influence of epidemics on tourism under the conditions of globalization. *AgroLife Scientific Journal*, 9(1), 214-220.
- Matsuno, K., Mentzer, J., & Özsoyer, A. (2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of Marketing*, 66, 18–32.
- Özaltın Türker, G. (2020). COVID-19 algısını turizm sektörünü nasıl etkiler? turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.
- Özer, E. (2016). *Kalite uygulamalarının işletme performansı üzerindeki etkisi: İnşaat sektöründe bir uygulama* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Özer, H. (2004). *Nitel değişkenli ekonometrik modeller: Teori ve bir uygulama* (1.Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Özhasar, Y. ve Ege, Z. (2019). Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi uygulamaları: İstanbul Fatih ilçesi örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 50–65.
- Öztürk, E. Mesci, M. ve Kılınc, İ. (2013). Yenilik faaliyetlerinin işletme performansına etkisi: yat limanları üzerine bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 97-118.

- Öztürk, Y. ve Türkmen, F. (2006). Turizm işletmelerinin kriz dönemlerinde uyguladıkları pazarlama stratejilerine yönelik bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 74-93.
- Pavli, A., Tsiodras, S., & Maltezou, H. (2014). Middle east respiratory syndrome Coronavirus (MERS-CoV): Prevention in travelers. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 12, 602-608.
- Scheier, M. F., & Carver, C. (1992). Effects of optimism on psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 16(2), 201-228.
- Scheier, M. F., & Carver, C. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4(3), 219-247.
- Seçilmiş, C. Kılıç, İ. ve Doğantekin, A. (2017). *Siyasi krizlerin turizme etkisi ve bir kriz yönetim modeli önerisi*. İlk Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi, Mersin, 498-505.
- Sezgin, F. (2003). Kriz yönetimi. *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 181-195.
- Sonnenburg, F. v., Torniepoorth, N., Waiyaki, P., Lowe, B., Peruski Jr, L., DuPont, H., & Mathewson, J. (2000). Risk and aetiology of diarrhoea at various tourist destinations. *Research Letters*, 356, 133-134.
- Şendoğdu, A. (2009). Kurumsal yönetim ilkeleri ışığında kriz yönetimi açısından krizi fırsata çevirme: türk bankacılık sektöründe bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 12(1-2), 15-26.
- Topuz, Ç. (2009). *Kriz yönetimi ve turizm sektörüne etkileri (Belek Bölgesindeki otel işletmelerine yönelik bir uygulama)* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. *The Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Verikios, G., Sullivan, M., Woo, G., Stojanovski, P., & Giesecke, J. (2015). Assessing regional risks from pandemic influenza: a scenario analysis. *The World Economy*, 1-31.
- Wilder-Smith, A. (2005). The severe acute respiratory syndrome: Impact on travel and tourism. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 4, 53-60.
- Yılmaz, Ö. D. (2004). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi ve konaklama işletmeleri yöneticilerinin krizlere ilişkin yaklaşımlarına yönelik bir araştırma* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Zerenler, M. ve İraz, R. (2006). Kriz dönemlerinde ürün ve süreç esnekliğinin işletme performansına etkileri: küçük ve orta ölçekli tekstil işletmelerinde bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(21), 247-267.