

Kriz Ortamında Turizm İşletmelerinin Pazarlama Anlayışındaki Farklılıklar: Mısır ve Tunus Siyasal Krizlerinin Türkiye'ye Yansıması

Burhanettin ZENGİN¹
İsmail ŞAHİN²

Özet

Bu araştırmada, Mısır ve Tunus'taki söz konusu krizler örnek alınarak küresel krizlerin neden olduğu belirsizlik ortamında turizm işletmelerinde ne tür pazarlama stratejilerinin önem kazandığı ve küresel krizin turizm işletmelerinde neden olduğu farklılıklar analiz edilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, faaliyet gösteren turizm işletmelerinden A, B ve C grubu seyahat acentaları yöneticilerinin görüşleri araştırmaya dâhil edilerek 123 işletme yöneticisinin görüşleri değerlendirilmeye alınmıştır. Elde edilen veriler frekans, yüzde, aritmetik ortalama, Anova ve t-testine tabi tutulmuştur. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda, ankete katılan işletme yöneticilerinden çoğu krizlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Yöneticilerin kriz dönemlerine iliksin uyguladıkları pazarlama stratejileri ilerleme yönünde değil, mevcut durumu korumaya yönelik stratejileri tercih etmektedirler.

Anahtar Kelimeler: *seyahat acentası, kriz, pazarlama, strateji*

The Differences on Marketing Thoughts of Tourism Managements in Global Crises Atmosphere: The Reflection of Egypt and Tunisia Political Crises to Turkey

Abstract

In this study, it has been analyzed that marketing strategies important for tourism managements during global crisis time and differences between tourism agencies with the example from Egypt and Tunisia just crises for this purpose, A, B and C group travel agencies were included in the survey and the managers of these establishments, in total 123 travel agencies, were interviewed. Data was obtained were analyzed through frequency, percentage, mean, Anova and t-test. The statistical analyses showed that most of the managers participating the survey stated that they were affected by the crises, crisis strategies conducted by the managers were not improve-oriented but keeping the actual position.

Keywords: *travel agencies, crises, marketing, marketing strategies.*

¹ Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü,
bzengin@sakarya.edu.tr

² Öğr. Gör., Sakarya Üniversitesi Akyazı MYO,
ismails@sakarya.edu.tr