

A.Syzdykova¹, A.Abubakirova², D.Asan², D.Kelesbayev²

¹Gazi Üniversitesi, Ankara,

²Ahmet Yesevi Üniversitesi, Türkistan
(E-mail: dinmukhamed.kelesbayev@iktu.kz)

Turizm sektöründe kriz yönetimi

Bu çalışmada kriz kavramı ve krizin turizm sektörüne olan etkileri incelenmiştir. Kriz, yönetim hatalarından kaynaklandığı gibi, bazen de yönetimin doğrudan bir hatası olmadan da üstelik çoğu zaman hiçbir uyarıda bulunmadan veya sinsi bir şekilde gelişerek ortaya çıkabilir. Farklı şekillerde ortaya çıkan kriz, bir taraf için tehdit unsuru iken, diğer bir taraf için fırsat sunabilmektedir. Turizmde kriz, bir ülke turizm sektörünün ya da bazı işletmelerin, kontrol edilemeyen doğal afetler, sosyo-ekonomik değişimler, terör ve çatışma, yanlış politikalar veya yönetim hatalarıyla büyük zararlara uğramasını, hatta iflas tehlikesi ile karşı karşıya kalmasını ve bu sorunları çözmeye yeni bir organizasyon yapısının arayışı içine girmesi durumu olarak tanımlanabilir. Kriz yönetimi ise doğal afet, terör, politik — ekonomik sorunlar gibi yüksek risk içeren ve öngörülmesi neredeyse imkânsız unsurların yok edilmesi, ya da en az hasarla atlatılmasını hedeflemektedir. Kriz dönemlerinde yöneticiler çok hızlı karar vermek zorundadır.

Anahtar Kelimeler: turizm Sektörü, kriz, kriz Yönetimi.

Giriş

Kriz kelimesi olumsuz bir durumu yansıttığından kullanılması çok da arzu edilmeyen bir kelime olarak algılanıyor. Çünkü bu kelime bilimin her alanında farklı bir anlama bürünebiliyor. Ekonomide kriz; bir mal veya hizmetin kıt hale gelmesi, bir ülkenin resmi parasının değer kaybetmesi, borsa endeksinin aniden düşmesi, enflasyon olarak bilinen fiyatlar genel düzeyinin sürekli yükselme eğiliminde olması vb. durumları çağrıştırıyor.

Bu noktada, krizin şekli ve çağrıştırdığı algı ne olursa olsun turizm faaliyetleri kitleleri etkileyen her krizden etkilenir, bazen bireysel krizler bile turistlerin rotalarını değiştirmelerine, tatil hayallerinin bir başka bahara kalmasına neden olabilir.

Ülkelerin ve ülke ekonomilerinin gittikçe artan ölçüde karşılıklı birbirine bağımlılığı anlamını taşıyan küreselleşmenin giderek güçlenmesi ile birlikte kriz kavramı da küresel bir olgu haline dönüşmüştür. Dünyanın bir bölgesinde yaşanan herhangi bir kriz türü, dünyanın öteki ucundaki bir ülkeyi stratejik konumuna ve önemine göre hızlı bir şekilde olumsuz yönde etkileyebilmektedir [1; 19].

Ekonomik gelişme ve çevresel zarar dünyamızda yaşanan ikilemlerden biridir. Bu ikilem, varlığını ağırlıklı olarak doğal kaynaklara bağlanmış turizm endüstrisi için de çözümlenmesi gereken bir sorun halini alabilmektedir.

Kriz yönetimi, doğal afet, terör, politik — ekonomik sorunlar gibi yüksek risk içeren ve öngörülmesi neredeyse imkânsız unsurların yok edilmesi, ya da en az hasarla atlatılmasını hedeflemektedir. Turizm sektörü gibi, en küçük bir olumsuzluktan etkilenebilecek bir sektörde kriz yönetimi uygulaması gereklilik arz etmektedir. Özellikle güvenlik unsuru, kolaylıkla insanların ziyaret etmeyi düşündükleri destinasyonu değiştirmelerine neden olabilmektedir [2; 494].

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin çevresinde hızla değişen ve gelişen ekonomik ve teknolojik koşullar, konaklama işletmelerini ve yöneticilerini belirsizlikler içerisinde hareket ettirmeye ve karar vermeye zorlamaktadır. Bununla birlikte turizm sektörü ve onun önemli bir alt sistemi olan konaklama işletmeleri, ürettiği ve sunduğu ürünlerin karakteristik özellikleri nedeniyle yaşanan kriz hangi boyutta olursa olsun, diğer sektörlerle nazaran krizin olumsuzluklarına çok daha fazla maruz kalmaktadır. Dolayısıyla turizm sektöründe kriz yönetimi oldukça önemli konulardan biri olmaktadır.

Kriz ve Kriz Yönetimi

Kriz, kriz yönetimi, turizmde kriz konusunda yapılmış pek çok tanım vardır ve hepsi de aslında aynı noktayı işaret eder. Kriz beklenilmeyen ve önceden sezilmeyen, çabuk ve acele cevap verilmesi gereken, örgütün veya işletmenin anlama ve uyum mekanizmalarını yetersiz hale getirerek, mevcut değerlerini, amaçlarını ve varsayımlarını tehdit eden gerilim durumudur.

Sosyal bilimlerin kapsamı içerisinde bulunan alanlarda da «kriz» ve «kriz yönetimi» kavramları üzerinde ortak bir tanım birliğine varılamadığı görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, kriz kavramının bünyesinde taşıdığı belirsizlik özelliğini taşımasıdır. Kriz, yönetim hatalarından kaynaklandığı

gibi, bazen de yönetimin doğrudan bir hatası olmadan da üstelik çoğu zaman hiçbir uyarıda bulunmadan veya sinsi bir şekilde gelişerek ortaya çıkabilir. Farklı şekillerde ortaya çıkan kriz, bir taraf için tehdit unsuru iken, diğer bir taraf için fırsat sunabilmektedir. Bazen de kriz, her iki taraf için ya tehdit ya da fırsat unsuru olarak ortaya çıkmaktadır [3; 39].

İşletme yönetimi açısından kriz, işlerin daha iyi veya daha kötüye gitmeye başladığı dönüm noktası, kesin karar anı veya çok önemli zaman dilimidir. Söz konusu durum artık kritik bir evredir [4; 15].

Kriz yönetimi ise, kriz ortamının fark edilmesi, önlemin alınması, sakınılması, iyileştirilmesi ve öğrenme gibi aşamaları içeren aktivitelerin bütünüdür. Bir işletme için tehdit oluşturan unsurlar sadece üretilen ürün açısından değil, aynı zamanda işletmenin diğer faaliyetleri, çalışanları, çevre ve diğer topluluklarla olan ilişkiler üzerinde de olumsuz etkiye neden olur [2; 496].

Kriz yönetimine yoğun ihtiyaç duyulan turizm sektöründe turistlerin güvenliğini sağlamak için bir güvenlik takımı kurulmalıdır. Ancak, güvenlik amaçlı kullanılan silah ve benzeri teçhizatlar turistlerin huzurunu bozabileceğinden, güvenlik takımı gizli tutulmalıdır [5; 84–104].

Turizm Sektöründe Kriz

Turizm, döviz ve istihdam yaratan özelliği ile ekonomik, farklı kültürleri bir araya getiren ve insanların dinlenme ihtiyacını karşılama ile sosyo-kültürel bir faaliyettir. Yine çevreyi de olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilen taleplerin söz konusu olduğu bir faaliyet alanıdır. Dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden bir olan turizmin bugün için önemli sorunları bulunmaktadır. Dünyada yaşanan krizler turizm sektöründe olumsuz yönde etkilemektedir. Dünyanın herhangi bir bölgesinde meydana gelen olaylar tüm ülkeleri etkilemektedir.

Turizm sektöründe krizler birincil nedenlere yani sektörün kendi dinamiklerinden kaynaklanan nedenlere dayalı gerçekleştiği gibi, ikincil nedenlere yani sektör dışında gerçekleşen olaylara bağlı olarak da oluşabilmektedir.

Turizm sektöründe krizler en çok ürüne olan talebi olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Bu açıdan ele alındığında, turizm sektöründe yaşanan krizlerin şiddetini anlayabilmek için farklı açılardan inceleme gerekmektedir. Bunlar; krizin turizm talebi üzerindeki etkisinin şiddeti, coğrafi alan üzerine yayılma ve etkisinin süresi şeklinde sayılabilir [6; 34].

Etkinin şiddeti açısından turistik destinasyonlarda gerçekleşen kriz ortamları talep üzerinde farklı etkiler yaratabilmektedir. Nadir görülen ve önemsiz kabul edilebilecek suçlar talep üzerinde geçici düşüşler yaşanmasına neden olabilmektedir. Ancak olay sürekli bir hal aldığına (terör ya da savaş gibi) talep tamamen ortadan kalkabilmektedir. Coğrafi alan üzerine yayılma açısından baktığımızda ise, yerel gerçekleşen bir olayın uluslararası etkilerinin gerçekleşebilmesi söz konusudur.

Örneğin, 11 Eylül 2001 tarihinde Amerika'da gerçekleşen İkiz Kuleler saldırısı sonucunda tüm dünyada hava yolu şirketlerine karşı bir güvensizlik ortamı oluşmuş, uçak rezervasyonlarında ve biletlerinde yoğun iptaller gerçekleşmiştir.

Bu olayın ABD turizmine verdiği zararı saptamaya yönelik olarak Hawaii Üniversitesi Ekonomi Profesörü Carl Bonham başkanlığında hazırlanan bir raporda;

- 2000 yılında Amerika'da 51 milyon olan uluslararası ziyaretçi sayısının 46 milyona düştüğü,
- 2004 yılına kadar 27 milyon ziyaretçi kaybı yaşandığı ABD'nin bu süreçte turizm kaybının milyar dolarları bulduğu belirtilmiştir.

Daha sonra 2004 yılında gerçekleşen 'Hint Okyanusu Depremi ve Tsunami' olayı da turizm sektörünü ciddi anlamda kötü etkilemiştir. Hint Okyanusu Depremi ve Tsunami sırasında en çok can kaybı yaşanan ülkelerden birisi Tayland olmuştur. Felaket sonrasında ülkenin turizm endüstrisinin de büyük zarar gördüğünü belirtmek mümkündür.

Aynı şekilde İngiltere'de FMD (Ayak ve Ağızda Görülen Bulaşıcı Hastalık), Sars krizi vb. de uluslararası alanda oluşup ülkelerin turizm faaliyetlerini etkilemiştir.

Önemli olan krizin etki süresinin uzun ya da kısa oluşu değil, gerçekleşme sıklığıdır. Terör, savaş ya da doğal felaketler, dünyanın farklı yerlerinde farklı zamanlarda tekrar tekrar gerçekleşebilmektedir. Turizm sektöründe çarpan etkisinin yüksek olması, kriz ortamlarında alt sektörlerle daha fazla olumsuzluk olarak yansımaktadır. Örneğin, uluslararası bir tur operatörünün yaşadığı ekonomik sıkıntı, turist gönderdiği ülkede yerel hizmetleri sağlayan seyahat acentesini, konaklama yapılan otel işletmesini, ulaşım için seçtiği hava yollarını etkileyebilmektedir.

Turizm krizlerinin özellikleri aşağıda gösterildiği şekilde sıralayabiliriz [7; 47]:

- Birincil ve ikincil nedenlere sahiptirler,
- Ekonomik nedenlere dayanmasalar da sonuçları ekonomik değer taşır,

- Belirli birikimler sonucu ortaya çıkarlar,
- Zaman içerisinde tekrarlayabilirler,
- İç ve dış kaynaklı gerçekleşebilirler,
- Belirtilerin sergilendiği bir ön sürece (kriz öncesi), sonuçların etkili olduğu bir işlerlik sürecine (kriz sırası) ve etkilerin giderek azaldığı bir son sürece (kriz sonrası) sahiptirler,
- Çözümleri ve etkileri yönünden kısa, orta ve uzun dönemli olabilirler.

Turizm sektöründe yaşanan kriz ortamlarının oluşmasında en çok etkili olan unsurları şu şekilde sıralayabilmek mümkün olabilir: Başta deprem olmak üzere, doğal afetler, terörizm — savaş, hastalıklar (zehirlenmeler) ve ekonomik — finansal krizler turizm sektörünü ciddi anlamda kötü etkileyecektir.

Türkiye’de Turizm Sektörü ve Krizler

Dünya genelinde ve Türkiye’de uluslararası turist varışları ve gelirleri açısından gözlenen gelişmelerde her geçen yıl artık olmasına rağmen, çoğu zaman istikrarsızlıklar da yaşanmaktadır. Ekonomik ve siyasi istikrarsızlıktan çok çabuk ve önemli düzeyde etkilenen turizm sektörünün 1991 yılında yaşanan Körfez Savaşı nedeniyle gelişme trendinin düştüğü gözlenmiştir. Türkiye’de ise 1986 yılında yaşanan Çernobil Kazası ve 1991 yılındaki Körfez Savaşı nedeniyle turizm sektörü olumsuz etkilenmiştir.

1990 yılında Ağustos ayında turizm sezonunun bittiği dönemde gerçekleşen Körfez Savaşı savaş bölgesine yakın olan ülkemizin imajını da kötü yönde etkilemiştir. 1990 yılında 3,2 milyon \$ olan turizm gelirleri 1991 yılında 2,6 milyon \$’a düşmüştür. Türkiye’ye 1990 yılında AB ülkelerinden gelen ziyaretçi sayısı 2,7 milyon iken 1991 yılında 1,7 milyona, OECD ülkelerinden gelen ziyaretçi sayısı da 1990 yılında 3,3 milyon iken 1991 yılında 2,4 milyona düşmüştür.

1999 Kocaeli Depreminden sonra Türkiye’nin turizm gelirlerinin bir önceki yıla göre yüzde 40 azalması depremin turizm talebi üzerindeki doğrudan etkisini göstermektedir.

Bunların dışında;

- 2005 yılındaki Katrina Kasırgası,
- ABD’nin en büyük enerji şirketlerinden olan Enron’un iflası,
- Mavi Çarşı’nın bombalaması,
- Güneydoğu’da yaşanan terör olayları,
- Domuz gribi ve
- 1929 ekonomik krizinden sonra en büyük ekonomik kriz olarak adlandırılan 2009 ekonomik krizi de turizm sektörünü olumsuz etkileyen krizler arasındadır.

Asya Krizi ve terör sorunları nedeniyle turizm gelir ve turist sayısında önemli düşüşler gözlenmiştir. 1997 yılında Asya Krizi ile başlayan ve daha sonra Rusya Federasyonu ve Güney Amerika’ yı etkisi altına alan küresel kriz, uluslararası turizm hareketlerinde yavaşlamaya neden olmuştur. Beklenen artış hız olan %5,5 oranına ulaşamamış, büyüme %3,8 oranında gerçekleşmiştir. Dünya çapında yaşanan bu yavaşlamaya rağmen Türkiye’ ye olan turizm talebi 1997 yılında %13,5 oranında bir artış göstermiştir. Bu oranla Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında turizm talebinde en yüksek artış hızını gerçekleştiren ülke durumundadır. Ancak 1998 yılı başlarından itibaren dünyada yaşanan bu olumsuzluklar, Türkiye’de de hissedilmeye başlanmıştır. Türkiye’nin en büyük pazarı olan Almanya’da işsizliğin artması, ekonomik sıkıntıların baş göstermesi, ikinci büyük pazarı olan Rusya Federasyonu’nun hızla kriz ortamına girmesi, Avrupa Birliği ülkeleri arasında ortaya çıkan kartelleşme eğilimi, yatay ve dikey entegrasyonlar Türk turizmini olumsuz yönde etkilemiştir. Türkiye’de yaşanan ekonomik kriz sonucu, kamu harcamalarında kısıtlama getirilmesi, tanıtım ve pazarlama alanındaki ihtiyaç duyulan finansal kaynağın temininde güçlükler yaratmıştır. Turizm Bakanlığı 1998 yılı tanıtım bütçesi oluşturmada sıkıntıya düşmüştür.

Son dönemde ise Irak’ta yaşanan gelişmeler turizm sektörünü sıkıntıya sokmuş fakat kısa süren olaylar sonrasında sektör rahatlamıştır [8; 473].

Yine komşu ülkeler ki bunlar aynı zamanda Türkiye’ ye rakip destinasyon konumundadırlar. İspanya ve Yunanistan’ da uygulanan mali politikalar, KDV oranlarının düşürülmesi, hava alanı vergilerinin indirilmesi, Yunan Drahmisi’nin devalüe edilmesi vb. gibi önlemler Türkiye’nin pazardaki rekabet gücünü zayıflatmıştır.

Yine AB ülkeleri arasında seyahatler kolaylaşırken, İspanya ve Yunanistan’ da tur fiyatlarının ucuzlaması Türkiye’ ye olan talepte bir daralmaya neden olmuştur (Fransa’da Dünya Futbol Kupası, Portekiz’ de Expo’98 gibi faaliyetler Avrupa çıkışlı seyahatlerde yavaşlamaya neden olmuştur). Bir başka taraftan, Türkiye’nin yer aldığı coğrafyada süreklilik arz eden politik gerginlikler de talep daralmasına neden olmaktadır. Doğu ve Güneydoğu sınırlarında ABD-İran, ABD-İrak gerginliği ve Ege’ deki Türk-Yunan, Akdeniz’ deki Kıbrıs Rum Kesimi’ndeki S-300 füzeleri nedeniyle yaratılan gerginlikler de bölgede

güvenliğin olmadığı imajını yaygınlaştırmıştır. Yine 1998 yılında AB' ne üyelik konusunda Almanya ile yaşanan gerginlikler, İtalya ve Türkiye arasında yaşanan siyasi gerginlik talebi olumsuz yönde etkilemiştir.

Ayrıca son dönemde; Küresel Ekonomik Krizin de ülkemiz turizmini olumsuz yönde etkilediğini belirlemek mümkündür. Küresel boyutta finans piyasalarında yaşanan kriz dünya ülkelerini ve Türkiye ekonomisini de ciddi boyutlarda etkilemiştir. Çünkü turizm harcaması zorunlu bir harcama olmadığı gerekçesi ile ilk kısılan harcama olarak değerlendirilmektedir. Turizm sektörünün küreselleşmeden önemli ölçüde etkilenmesi sebebiyle de yaşanan krizin en fazla etkilediği sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir.

Sonuç olarak; turizm gelirleri ülkelerin ekonomik dengelerine her zaman pozitif yönde katkıda bulunmakla birlikte; en ufak bir krizden etkilenmekte ve toplamda bütçe gelirleri de negatif yönde etkilenmektedir. Bu noktada; ülkelerin sadık müşteri potansiyeli olan turizm türlerini geliştirip pazarlamaları bu suretle de turizm dirençlerini arttırmaları gerekmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Krizler, turizm gibi talep esnekliği büyük sektörlerde daha etkin olmaktadır. Talebin esnek oluşu, turizmi krizlerin olumsuz yansımalarının en fazla görüldüğü sektörlerden birisi haline dönüştürmüştür. Ulusal ve uluslararası boyutlarda yaşanan herhangi bir kriz ortamı (ekonomik, politik, doğal vb.) en çok turizm sektörünü etkilemektedir. Turizmin ülke ekonomisinde katma değer yaratan sektör olma özelliği, turizme doğrudan ve dolaylı bağımlı tüm sektörler de yansımakta, böylece krizler ülkelerin mikro ve makroekonomik dengelerinde olumsuzluk yaratmaktadır.

Ekonomik krizlerin görüldüğü yıllarda ise turizm sektörü yine de büyüebilmiştir. Çünkü ekonomik krizler Türkiye'nin kendi iç krizi olduğu için yurt dışından gelen yabancı turistleri etkilememektedir.

Sonuç olarak insanların sağlığını, güvenliğini tehdit edecek gelişmeler ülke turizmini çok daha fazla etkilemekteyken, finansal gelişmeler turizmi sınırlı bir şekilde etkilemektedir.

Öneriler;

- Öncelikle sektörün çoğu tüketicilerin keyfi harcamaları üzerine konumlanmıştır. Yani turizm harcamaları tüketicilerin en kolay vazgeçebilecekleri harcamalardır. Turizmde satın alma davranışında güven çok önemli bir unsurdur. Potansiyel tüketiciye güven duygusu verilmelidir. Mevcut bir kriz varsa bile her şeyin kontrol altında olduğu izlenimi yaratılmalıdır.
- Türkiye gibi turizmden önemli ekonomik katkısı olan ülkeler, krizlere hassas bir sektör olan turizm sektörünü krizlere hazırlıklı hale getirmek zorundadırlar.
- Turizm işletmelerinin ve destinasyonların her zaman bir b planları olmalıdır.
- Kriz nedeniyle yabancı turist talebi azaldığında yerli turistlere nasıl yönecekleri, uygulayacakları satış promosyonları, reklamlar gibi pazarlama iletişimi faaliyetleri, ekonomik tedbirler, basınla ilişkiler hep planlı olmalıdır.
- Yöneticiler her krizin çöküşle sonuçlanmayacağına inanarak, panik olmadan sakin davranarak krizleri yönetmelidirler.

Kaynakça

- 1 Hacıoğlu N. Dış Tanıtım ve Örgütlenme Modeli. — I.Tanıtım Şurası. — Ankara, 1992.
- 2 Göçen, S., Yirik Ş. ve Yılmaz Y. Türkiye'de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri // Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2001. — S. 6.
- 3 Akıncı Z. Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi: Alanya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinde Kriz Sürecinde Karşılaşılan Sorunların Tespit ve Çözümüne Yönelik Bir Araştırma // Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana bilim Dalı, Doktora Tezi. — Isparta, 2010. — S. 25–29.
- 4 Fink S. Crisis Management. — Planning for the Inavitable. — Amacom Publication, 1986.
- 5 Salah W. Terrorism-A Challenge to Tourism. — Midsweden University. — Sweeden, 1998.
- 6 Pizzam A.A. Comprehensive Approach to Classifying Actos of Crime and Violence at Tourism Destinations // Journal of Travel Research, 1999. — Cilt: 38. — S. 5–12.
- 7 Özkul H. Krizlerin Turizm Üzerindeki Etkileri-Turizm Kriz İlişkisi. — II. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğler Kitabı. — İzmir, 2001.
- 8 Avcı N. ve Küçükusta D. Küresel Ekonomik Krizin Seyahat Acentelerine Etkileri ve Türkiye'de Kriz Yönetimi Uygulamaları // Dokuz Eylül Üniversitesi Dergisi, 2013. — S. 34–39.

A.Сыздықова, А.Әбубәкірова, Д.Асан, Д.Келесбаев

Туризм секторында дағдарысты басқару

Мақалада кризис түсінігі және кризистің туризм секторына әсері зерттелген. Дағдарыс, басқарудағы қателіктердің болатындығы сияқты, кейде мүлдем басқаша түрде кездейсоқ ұшырасады. Әр түрлі пішінде болатын кризис біреулер үшін қауіп болса, енді біреулер үшін мүмкіндік болып табылады. Туризм секторындағы кризиске, бір мемлекеттің туризм секторының немесе кейбір кәсіпорындарының табиғи апаттар, әлеуметтік-экономикалық өзгерістер, терроризм және қақтығыстар, қате саясаттан немесе басқарудағы қателіктерден үлкен шығынға ұшырауы, тіпті тоқырауға тап болуы және бұл мәселелерді шешу үшін ұйым құрылымына өзгерістер енгізуге анықтама беруге болады. Кризисті басқаруға болса, табиғи апаттар, терроризм, қақтығыстар, саяси-экономикалық мәселелер сияқты үлкен тәуекелділіктерді және болжана алмайтын мәселелерді шешу немесе олардан ең аз шығынмен шығатын жол табу болып есептеледі.

A.Syzdykova, A.Abubakirova, D.Asan, D.Kelesbayev

Crisis management in the tourism sector

In this study, the concept of crisis and the impact of the crisis on the tourism sector were examined. The crisis caused by management errors, as well as management sometimes even without a direct error most of the time without any warning or may occur in an insidious manner developed. Emerging crises in different ways, threat to one side while the other side is able to offer the opportunity. Tourism in crisis, a country's tourism industry or in some businesses, the uncontrollable natural disasters, socio-economic change, terrorism and conflict, wrong policies or management errors suffer big losses, and even the danger of bankruptcy not be faced with and solve these problems, a new organizational structure entering into the search condition can be defined as.

References

- 1 Hacıoğlu N. *External Publicity and Organization Model*, I.Tanıtım Şurası, Ankara, 1992.
- 2 Göçen, S., Yirik Ş. and Yılmaz Y. *Crisis in Turkey and Impacts of Crisis for Tourism Sector*, *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2001, p. 6.
- 3 Akıncı Z. *Crisis Management in the Accommodation Establishments: a Research Fixing and Solution of Problems that Encountered in the Accommodation Establishments of Alanya Area*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana bilim Dalı, Doktora Tezi, Isparta, 2010, p. 25–29.
- 4 Fink S. *Crisis Management, Planning for the Inevitable*, Amacom Publication, 1986.
- 5 Salah W. *Terrorism-A Challenge to Tourism*, Midsweden University, Sweeden, 1998.
- 6 Pızzam A.A. *Journal of Travel Research*, 1999, Cilt: 38, p. 5–12.
- 7 Özkul H. *Impacts of Criseses for Tourism-Tourism Crisis Relations*, II. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu Tebliğler Kitabı, İzmir, 2001.
- 8 Avcı N. ve Küçükusta D. *Dokuz Eylül Üniversitesi Dergisi*, 2013, p. 34–39.