

## Otel İşletmelerinin Kriz Dönemlerinde Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma

**Öğr. Gör. Ekrem Aydın**  
Artvin Çoruh Üniversitesi  
Arhavi Meslek Yüksekokulu  
Turizm ve Seyahat Hizmetleri  
E-posta: ekrem\_aydin81@hotmail.com

**Öğr. Gör. Ceyhan Akyol**  
Artvin Çoruh Üniversitesi  
Arhavi Meslek Yüksekokulu  
Turizm ve Seyahat Hizmetleri  
E-posta: ceyhanakyol@artvin.edu.tr

---

### Özet

Bu çalışmanın amacı, turizm işletmelerinin kriz dönemlerini atlama da kullandıkları pazarlama stratejilerini belirlemek ve krizin işletmeler üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerini tespit etmektir. Araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemine dayandığından dolayı, İstanbul'da faaliyet gösteren yedi adet beş yıldızlı otel işletmelerinin yöneticileri ile görüşme yapılmış ve toplanan veriler içerik analizi yoluyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; otel işletmelerinin krizden çok fazla etkilenmedikleri ve daha çok mevcut durumu korumaya yönelik yani durağan pazarlama stratejilerini benimsedikleri tespit edilmiştir. Rekabet stratejilerinde ise daha çok maliyet liderliği için stratejilerle birlikte, küçük değişiklikler yapılarak farklılaşma stratejilerinin uygulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Otel işletmeleri, kriz, pazarlama stratejileri

### The Marketing Strategies Of The Hotel Managements During The Crisis Periods: A Qualitative Research in Five-Star Hotels Located in İstanbul

### Abstract

The aim of this study is to define tourism management's marketing strategies that is used in recovering the crisis periods and to determine the positive or negative effects of crisis on the managements. For this reason, interviews have been conducted with hotel management's managers of seven five-star hotels located in İstanbul and data collected by content analysing. According to research results; it is determined that the hotel managements haven't been effected by the crisis mostly and on the other hand, for mostly they adopted stable marketing strategies in order to maintain the current situation. It is concluded that in competition strategies, application of differentiation strategies by making little changes with for mostly cost leadership strategies.

**Keywords:** Hotel managements, crisis, marketing strategies

---