



Ürün Özelliklerinin Performansı ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki Doğrusal ve Doğrusal Olmayan İlişkinin Karşılaştırılması

Tahir ALBAYRAK

Talep Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz

Kurtuluş BOZKURT - Ozan BAHAR

Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Zekânın Rolü: Türk ve Yabancı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma

Aslı ERSOY - Rüya EHTİYAR

Bireysel ve Davranışsal Faktörlerin Restoran Müşterilerinin Şikâyet Etme Niyetlerine Etkisi

Bahattin ÖZDEMİR - Gökhan YILMAZ, Osman ÇALIŞKAN

Yeşil Bankacılık ve Yeşil Krediler: Antalya'daki 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerinin Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma

Ozan GÜLER - Ekrem TUFAN

Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma

Zeki AKINCI - Nesrin SÖNMEZ

20 Yıl Sonrasında Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisini Değerlendirmek

Geoffrey GODBEY - Duane W. CRAWFORD - Xiangyou Sharon SHEN (Çev. Kamil YAĞCI)

Turizm Problemolojisi: Bilgi Üretimin Özdüşünümselliği

Kun LAI, Jun LI - Noel SCOTT (Çev. Engin BAYRAKTAROĞLU)



7 ve 8. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı ve Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması yapıldı...

Otel İşletmelerinde Yönetici Yetkinliklerinin Analizi: İzmir Örneği

Analysis of Hotel Managers Competencies: The Case of İzmir

Nilgün AVCI*

*Yrd. Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, 35000, Dalyanköy, Çeşme, İzmir.
E-posta: nilgun.avci@ege.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 28 Şubat 2014

Birinci değerlendirme: 13 Nisan 2014

İkinci değerlendirme: 13 Mayıs 2014

Kabul: 20 Mayıs 2014

Anahtar sözcükler:

Yönetici yetkinlikleri, Otel yöneticileri,
Şehir otelleri, Resort oteller.

ÖZ

Otel yöneticilerinin etkinliğinde, kritik bir öneme sahip olan yetkinliklerin belirlenmesinin, turizm sektörünün başarısına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yetkinlikler; bireylerin iş performansı için gerekli olan bilgi, beceri, yetenek, tutum ve özellikleri kapsamaktadır. Bu çalışmanın amacı; otel yöneticilerinin yetkinliklerini belirlemek ve yetkinliklerin şehir otelleri ile resort oteller açısından farklı olup olmadığını araştırmaktır. Araştırmada; verileri toplamada ve analizde, nicel yöntem kullanılmıştır. Şehir otellerinin ve resort otellerin birlikte analiz edilebileceği alan olarak İzmir belirlenmiş, İzmir merkez ilçe Konak'ta şehir otelleri ile Çeşme'de bulunan resort oteller çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma için veriler üç, dört ve beş yıldızlı otellerden toplanmıştır. Toplanan verilerin analizinde SPSS 20 programı kullanılmıştır. Öncelikle güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmış, hipotezler fark analizleriyle test edilmiştir. Analizlerden elde edilen bulgular, yönetici yetkinliklerinin yedi boyut altında toplandığını göstermiştir. Yapılan fark analizleri sonucunda; yönetici yetkinliklerinin; yöneticinin eğitim durumuna, yönetim kademesine, çalışma süresine, çalıştığı bölümlere, otel sınıfına göre fark gösterdiği, otel türüne göre ise fark göstermediği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçların, geleceğin otel yöneticilerine, insan kaynakları yöneticilerine ve turizm eğitimi veren kurumlara faydalı olacağı düşünülmektedir.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 28 February 2014

Resubmitted: 13 April 2014

Resubmitted: 13 May 2014

Accepted: 20 May 2014

Key words:

Managers competencies, Hotel managers, City hotels, Resort hotels.

ABSTRACT

The identification of the competences which have a critical role in the effectiveness of the hotel managers is expected to contribute to increasing the success of the tourism sector. Competencies refer to knowledge, skills, abilities, attitudes, traits, and characteristics that are desirable or necessary for individuals to perform job. The purpose of this study is to determine the competence of hotel managers and investigate whether there are differences in terms in competence of resort hotels and city hotels. In the study, quantitative methods were used in data collection and analysis. İzmir was defined as the area which business and resort hotels in can be analyzed together. Data were collected from the city hotels on the center and Çeşme resort hotels. Data were collected from three, four and five stars hotels. The collected data were analyzed by SPSS 20 software program. Firstly reliability, validity were tested, and hypotheses were tested with gap analysis. Findings showed that managers' competencies were gathered under seven dimensions. Management Competencies showed difference in the factors which are manager's education level, management level, work experience, department, and class, except for the type of hotels. The obtained results can be useful for future hotel managers, human resources managers and tourism education institutions.

GİRİŞ

Otel işletmeleri, tüketici tercihlerine müdahalede bulunamama kısıtını, işletmede etkili bir yönetim uygulayarak ve mevcut müşterilerinin memnun ayrılmasını sağlayarak avantaja dönüştürebilir (Kozak vd. 2013:105). Müşteri memnuniyeti ise kaliteyle sağlanırken, kaliteli hizmeti destekleyen yönetsel yetkinliklerdir (Shemwell, Yavas ve Bilgin 1998; Agut, Grau ve Perio 2003). Aynı zamanda yatırımların başarısında da ana faktör yönetim-

sel kalite ve yetkinlikler olarak kabul görmektedir (Jeou-Shyan vd. 2011). Bir örgütü yönetmek, işle ilgili görevler ile değişen çevreyi uyumlaştırmayı içermektedir (Agut, Grau ve Perio 2003). Bunun yanında bilgi ve beceriye dayalı geleneksel yönetim yetersiz kaldığından, son dönemlerde geniş yönetsel yetkinlikler tanımlanmıştır. Yetkinlikler, işe yönelik kişide istenen ya da gerekli olan bilgi, beceri, yetenek, tutum ve özellikleri içermektedir (Perdue, Woods ve Ninemeier 2001; Suh, West ve Shin 2012).

Günümüzde artan rekabet ve değişimin etkin olduğu küresel ekonomik ortamda, turizm öğrencileri, eğitimcileri ve yöneticileri için geleceğin endüstri liderlerinin yetkinliklerini anlamak, önemli hale gelmiştir. Yetkinlik çalışmaları, işletmelerin insan kaynakları programlarını, performans yönetim sistemlerini, eğitim ve gelişim araçlarını, işgören tutundurma uygulamalarını ve örgütsel gelişim stratejilerini geliştirmesi (Gangani, McLean ve Braden 2006) yönü ile de önem kazanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (Tourism Highlights 2014 Edition) 2013 yılı verilerine göre Türkiye, ağırladığı turist sayısı bakımından dünyada altıncı, turizm gelirleri açısından da 12'inci sırada (UNWTO 2014) yer almaktadır. Dünya Ekonomik Forumu'nun hazırladığı 2013 Seyahat ve Turizmde Rekabetçilik raporunda ise Türkiye'nin Dünya'da 46'ıncı ve Avrupa'da 28'inci sırada bulunması (Weforum 2013) düşündürücüdür. Rekabette üst sıralara çıkabilmek için turizm sektörünün tüm bileşenleriyle birlikte otel işletmelerinin de iyi yönetimi önem kazanmaktadır. Kozak ve Yetgin (2013), yetkinliğin personel eğitimi, seçimi ve kariyer planlaması gibi insan kaynakları alanlarında sık sık kullanıldığını, günümüz ihtiyaçlarına göre mesleki görev tanımlarının yanında yetkinliklerin de ortaya konulması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yöneticilerin başarısında yetkinliklerin oynadığı etkin rol (Wang ve Tsai 2012), çalışmanın yazarını bu araştırmaya yönlendirmiştir.

Çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, otel yöneticilerinin yetkinliklerini belirlemek, ikincisi de şehir otelleri ile resort otel yöneticilerinin yetkinliklerini karşılaştırmaktır. Çalışmada şehir otelleri ile resort otellerinin farklı özelliklerinin, yöneticilerin yetkinliklerinde de fark yaratıp yaratmadığı sınırlanmak istenmiştir. Çalışmanın sonucunun konaklama sektöründe kariyer planlayan geleceğin yöneticilerine yararlı olabileceği düşünülmektedir. Bireyler kariyer planlarını yaparken, belirlenen yetkinliklerden yetersiz olduklarını düşündükleri alanlarda gelişim göstermek için çalışma yapabilirler. Turizm eğitimi verilirken de yetkinliklere göre ihtiyaç duyulan konularda eğitime ağırlık verilebilir.

YETKİNLİK KAVRAMI

Lucia ve Lespinger (1999) yetkinliği, örgütsel rolü etkin bir şekilde gerçekleştirmede ve stratejik

hedefleri karşılamada ihtiyaç duyulan, bilgi, beceri, kişisel özellikleri ve davranışları ifade eden araç olarak tanımlamaktadırlar. Brownell (2008) ise yetkinliklerin işte etkili olabilmek için gerekli beceri (öğrenilmiş davranışlar) ya da nitelikler/yetenekler (kişisel özellikler) olduğunu vurgulamıştır. Başka bir tanımda da yetkinliklerin, başarıyla ilişkili beceriler, bilgi, davranışlar, kişisel özellikler ve motivasyonları içerdiği belirtilmektedir (Gangani, McLean ve Braden 2006).

Gangani, McLean ve Braden (2006) yetkinlikleri, genel, işle ilgili ve kişisel olmak üzere üç grupta sınıflandırmışlardır. Birçok çalışmada ise temelde teknik yetkinlikler ve genel yetkinlikler olarak ele alınmıştır (Garavan ve McGuire, 2001; Agut, Grau ve Perio 2003; Jeou-Shyan vd. 2011). Teknik yetkinlikler işle ilgili profesyonel bilgileri içerirken, genel yetkinlikler bireyle ilişkili, görevleri yerine getirirken yararlandığı ve bireyin karakterini oluşturan motivasyonları, tutumları ve özelliklerini içermektedir (Çizel, Anafatra ve Sarvan 2006).

OTEL YÖNETİCİLERİNİN YETKİNLİKLERİ

Alanyazın incelendiğinde, ağırlama sektörü yöneticilerinin yetkinliklerini araştıran araştırmacıların, en çok insan kaynakları becerileri üzerinde durdukları görülmektedir. Wang ve Tsai'nin (2012) uluslararası turist otellerindeki restoran yöneticilerinin kariyer yetkinliklerini belirledikleri çalışmada, en önemli yetkinliklerden birincisi işyeri davranışları, ikincisi de iletişim ağı becerisi olarak yer almıştır. İşyeri davranışları olarak; işe karşı tutum, iş etiği, iş güvenliği, sağlık güvencesi ve takım çalışması olarak ele alınmıştır. Brownell'in (2004) Kuzey Amerika'daki lüks ve üst düzey otellerin genel müdürlerinin başarısında ve kariyer gelişiminde önemli olan becerileri ve kişisel özellikleri incelediği araştırmada; becerilerde, takımları yönlendirme, etkili dinleme, çalışanlara koçluk etme, geribildirim verme, anlaşmazlıkları yönetme daha önemli bulunurken, kişisel özellik olarak da çalışkanlık, sözüne güvenirlilik ve dürüstlük öne çıkmıştır.

Jeou-Shyan vd.'nin (2011) çalışmalarında Tayvan'daki otel yöneticilerinin yetkinlikleri, 18 boyut altında 107 yetkinlik olarak ele alınmış, en önemli yetkinlik boyutları liderlik, kriz yönetimi ve problem çözme olarak ortaya çıkmıştır. Diğer bir çalışmada Agut, Grau ve Perio (2003), İspanya'da otel

ve restoran yöneticilerinin yetkinlik gereksinimlerini; teknik yetkinlikler (bilgisayar, yabancı dil ve ekonomik-finansal) ve genel yetkinlikler (etkinlik, öz denetim ve sosyal ilişkiler) olarak belirlemişlerdir. Çizel, Anafatra ve Sarvan'ın (2006) yaptığı benzer bir çalışmada, Antalya'da otellerin orta kademe yöneticilerinin ihtiyaç duydukları yetkinliklerde, pazarlama ve pazar araştırmaları ile ekonomik ve finansal yönetim birinci sırada yer almıştır. Kay ve Moncars (2004) da benzer şekilde, otel yöneticilerinin kariyer başarısında finansal yönetimin önemi ne vurgu yapmıştır.

Suh, West ve Shin (2012) çalışmalarında otel yöneticileri ve öğrencilerden topladıkları verileri analiz ederek geleceğin ağırlama endüstrisi yöneticilerinin başarısında önemli olan yetkinlikleri; konukseverlik becerileri, kişisel ilişkiler becerileri, denetim becerileri, yiyecek-içecek yönetimi becerileri, liderlik ve iletişim becerileri olarak belirlemişlerdir.

Pinar'ın (2014) İzmir'de otel yöneticilerinin görüşlerini aldığı çalışmasında, etkin otel yöneticileri için; "verimlilik yönetimi, maliyet, tutundurma, yaratıcılık, müşteri ilişkileri, sosyal medya, etkin bütçeleme, eğilimleri yönetme, pazarlama, yenilikçi hizmetler, sürdürülebilir hizmetler, müzakereler, zaman yönetimi, kriz yönetimi, kalite yönetimi, sosyal sorumluluk ve etik standartlar" geliştirilmesi gereken önemli alanlar olarak belirlenmiştir. Çalışmada, otel yöneticilerinin, kültürel farklılığı anlama, ekip oluşturma, liderlik özellikleri, koordinasyon, etik ve sürdürülebilirliği anlama ve iletişim bilgisi ile karar verme bilgilerine sahip olmalarının beklendiği ortaya çıkmıştır.

Kültür farkının yönetici yetkinliklerinde etkili olacağı görüşü birçok araştırmacı (Hoskisson vd. 2000; Jeou-Shyan vd. 2011) tarafından savunulmaktadır. Mesleki yetkinliklerin birey merkezli olmasından dolayı, farklı kültürlerle sahip ülkelerde mesleki yetkinliklerin değerlendirilmesinde özelliklere verilen önemin farklı olduğu (Le Deist ve Winterton 2005; Jeou-Shyan vd. 2011) görülmüştür. Zaman içerisinde gerek duyulan yetkinliklerin değiştiği de (Chung 2000) kabul edilmektedir. Farklı ülkelerde otel yöneticilerinin yetkinliklerini araştıran birçok çalışma olmasına rağmen Türkiye'de faaliyet gösteren otellerdeki yöneticilerin yetkinliklerinin araştırıldığı çalışma sayısı oldukça azdır.

ŞEHİR OTELLERİ VE RESORT OTELLER

Alanyazındaki araştırmaların daha çok otel yöneticilerinin yetkinliklerinin diğer sektörlerdeki yönetici yetkinliklerinden farklılığına odaklandığı, farklı çevre koşullarının otel yöneticilerinin yetkinlikleri üzerine etkilerinin araştırıldığı çalışmaların ise oldukça az olduğu görülmüştür (Brownell 2008). Brownell'in (2008) otel yöneticilerinin yetkinlikleri ile kurvaziyer yöneticilerinin yetkinliklerini karşılaştırdığı çalışmada, olumlu tutum ve etkili dinleme gibi temel yetkinliklerde farklılık bulunmazken, her bir endüstriye özel olan yetenek ve becerilerin önemlerinde farklılık bulunmuştur. Agut, Grau ve Perio (2003), Brownell (2008), Jeou-Shyan vd. (2011) ve Horng ve Lin (2013) otel yöneticilerinin yetkinliklerinde bireysel koşulların ve çevre koşullarının etkisini görmek için yeni çalışmalara ihtiyaç olduğunu belirtmektedirler.

Alanyazın taramasında şehir otelleri yöneticileri ile resort otelleri yöneticilerinin yetkinliklerinin karşılaştırıldığı bir çalışma yapılmadığı da görülmüştür. Şehir otelleri ile resort oteller birçok yönden farklılık göstermektedir. Şehir otellerinin müşterileri genellikle iş amaçlı seyahat edenlerden oluşmakta iken resort otel müşterileri tatil amaçlı seyahat etmektedirler (Oral 2005; Kozak vd. 2013). Müşteri türüne göre otellerin hizmet türleri de değişiklik göstermektedir. Şehir otelleri 12 ay hizmet veren işletmeler iken resort oteller tatil türüne göre mevsimsellik göstermektedir (Oral 2005; Kozak vd. 2013). Otellerin işgörenleri de otelin konumuna, verilen hizmet türüne ve çalışma sürelerine göre farklılık göstermektedir. Bu koşulların yönetici yetkinliklerinde fark yaratıp yaratmadığı bu çalışmanın araştırma sorusudur.

Alanyazın taramasında, Türkiye'de faaliyet gösteren otellerin yöneticilerinin yetkinliklerinin incelenmesi konusunda boşluk olduğu görülmüştür. Farklı bireysel özelliklerde ve farklı çevre koşullarında faaliyet gösteren otellerin yöneticilerinin yetkinliklerinin araştırılması, çalışmanın özgün yönünü oluşturmaktadır. Daha önceki çalışmalarda otel yöneticilerinin yetkinliklerinin neler olması gerektiği ve yetkinliklerin önemi araştırılırken, bu çalışmada yöneticilerin sahip oldukları yetkinlikler ve bu yetkinliklerin koşullara göre değişiklik gösterip göstermediği araştırılmıştır.

H₁: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında çalışılan otel türüne göre fark vardır.

Bu hipotez (H₁) şehir oteli yöneticileri ile resort otel yöneticilerinin yetenekleri arasında fark olup olmadığını görmek için oluşturulmuştur.

H₂: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında çalışılan otel sınıfına göre fark vardır.

Çalışmaya üç, dört ve beş yıldızlı oteller dâhil edilmiş, otel sınıfına göre yönetici yetkinliklerinin farklı olup olmadığını belirlemek için bu hipotez (H₂) oluşturulmuştur.

H₃: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında buldukları yönetim kademesine göre fark vardır.

Otel yöneticileri üst, orta ve alt kademe yöneticileri olarak ayrılmış, yöneticilerin buldukları kademe göre yetkinliklerinde fark olup olmadığını belirlemek için H₃ hipotezi oluşturulmuştur.

H₄: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında çalışılan otel bölümlerine göre fark vardır.

Otellerde bulunan bölümlerde birbirinden oldukça farklı işler yapılıyor olmasının yöneticilerinin yetkinliklerinde fark olup olmadığını belirlemek için H₄ hipotezi oluşturulmuştur.

H₅: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında aldıkları eğitim düzeyine göre fark vardır.

H₆: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında turizm eğitimi alıp almamalarına göre fark vardır.

Otel yöneticilerinin aldıkları eğitim düzeyine ve turizm eğitimi alıp almamış olmalarına göre sahip oldukları yetkinliklerde fark olup olmadığını belirlemek için H₅ ve H₆ hipotezleri oluşturulmuştur.

H₇: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında çalışma sürelerine göre fark vardır.

H₈: Yöneticilerin yetkinlikleri arasında yaşlarına göre fark vardır.

Çalışmanın son hipotezleri de (H₇ ve H₈) yöneticilerin çalıştıkları süreye ve yaşlarına göre sahip oldukları yetkinliklerde fark olup olmadığını belirlemek için oluşturulmuştur.

YÖNTEM

Çalışmada nicel yaklaşım benimsenmiş, alan araştırması yöntemi kullanılmıştır. Alan araştırmasında anket tekniği uygulanmıştır. Anketin yapılandırılması

aşamasında ön araştırma yapılarak, yazın taramasından elde edilen bilgiler değerlendirilmiş ve ampirik çalışmalarda kullanılan ölçekler incelenmiştir. Daha sonra 58 ifadeden oluşan Jeou-Shyan vd.'nin (2011) ve 22 ifadeden oluşan Agut, Grau ve Perio'nun (2003) geliştirdikleri ölçeklerden yararlanılarak soru listesi oluşturulmuştur. Oluşturulan ifadeler, anlaşılır ve sektöre uyumlu olması için üç akademisyen ve iki profesyonel yönetici olmak üzere beş uzman tarafından gözden geçirilmiş, 61 ifadeden oluşan ölçek hazırlanmıştır. Böylelikle içerik geçerliliği sağlanmıştır.

Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde otel yöneticilerinin yetkinliklerine ilişkin ifadeler yer alırken, ikinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile çalıştıkları otele yönelik ifadeler yer verilmiştir. Yetkinlikler listesi kişiler arası ilişkiler, iletişim, liderlik, uygulama, stratejik yönetim, analiz, sorun çözme, insan kaynakları yönetimi, operasyon yönetimi, uzmanlık bilgisi, finansal yönetim, pazarlama, kültür, öz yönetim, tutum ve yabancı dil alanlarından oluşmaktadır. Ankette otel yöneticilerinin yetkinliklere sahip olma dereceleri beşli tutum ölçeği ile (hiç-tamamen) ölçülmüştür.

Alan araştırması İzmir'de gerçekleştirilmiştir. İzmir, şehir otelleri ve sayfiye otellerin bulunduğu bir destinasyon olduğu için çalışma alanı olarak seçilmiştir. Çeşme, İzmir'in en çok sayfiye oteli olan ilçesidir. İzmir'in merkez ilçesi Konak'ta 61 şehir oteli, Çeşme'de 50 sayfiye oteli bulunmaktadır (İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2013). Çalışmaya tüm üç, dört ve beş yıldızlı oteller dahil edilmek istenmiş, ancak çalışmaya katılmayı kabul eden otel sayısı Konak'ta 12, Çeşme'de 11 olarak gerçekleşmiştir.

Veriler 2013 yılının Eylül ve Ekim aylarında alt, orta ve üst kademe otel yöneticilerden toplanmıştır. Anketler otel yöneticilerinin tercihiyle bazı otellerde yüz yüze doldurulmuş, bazı otellerde ise anket formları bırakılmış bir hafta sonra geri alınmıştır. Daha sonra teslim alınan anketlerin geri dönüş oranı %52'dir. Bazı yazarların da (Lukas 1999; Jeou-Shyan vd. 2011) vurguladığı gibi otellerde çalışma yürütmek güç olabilmektedir. Analize uygun elde edilen veri sayısı ise 162'dir. İzmir merkez ve Çeşme'deki otellerdeki yönetici sayılarına ulaşamadığı için gerçek evren tespit edilememiştir. Toplamda 23 otel çalışmaya katılmayı kabul ettiğinden, her

otelde ortalama on yönetici olduğu varsayılarak, evren 230 kabul edildiğinde, 162 örneklem birimi, evreni temsil etmede yeterli olmaktadır (Sekaran ve Bougie 2010). Verilerin analizinde parametrik veya parametrik olmayan testlerin hangilerinin kullanılmasını gerektiğine karar verebilmek için çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Verilerin normal dağıldığı tespit edildiği için veri analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 20 programı kullanılarak, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi, faktör analizi yapılmış, hipotezler t-testi ve varyans analizi ile sınanmıştır.

BULGULAR

Çalışmaya katılan bireylere ve bu bireylerin çalıştıkları otele ait özellikler Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde, çalışmaya katılan otel yö-

neticilerinin %71’inin erkek, %66,7’sinin üniversite mezunu, %50,6’sının on yıldan fazla süre çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların %44,4’ü turizm eğitimi almış ve %40,7’si 31-40 yaş aralığındadır.

Güvenilirlik ve Geçerlik

Araştırmada kullanılan, Otel Yöneticilerinin Yetkinlikleri ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,962 olarak bulunmuştur. Bu değer, sosyal bilimler araştırmaları için kabul edilen alfa değeri olan 0,80 düzeyinin üzerinde gerçekleştiğinden, araştırmada kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir (Nunnally 1967).

Çalışmada ölçeğin yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile gerçekleştirilmiştir. Daha anlamlı ve yorumlanabilir bir çözüm elde etmek için,

Tablo 1. Katılımcılara ve Çalıştıkları Otelere İlişkin Özellikler Tablosu

	Sayı (N)	Yüzde (%)		Sayı (N)	Yüzde (%)
Yaş			Otelin Sınıfı		
21-30	45	27,8	5 yıldız	96	59,3
31-40	66	40,7	4 yıldız	27	16,7
41-50	43	26,5	3 yıldız	37	22,8
51 ve üstü	8	4,9	Bölmeler		
Cinsiyet			Genel Müdür ve Yardımcısı	16	9,9
Kadın	47	29,0	Odalar Bölümü	40	24,7
Erkek	115	71,0	Yiyecek-içecek Bölümü	41	25,3
Medeni Durum			Ofisler	42	25,9
Evli	89	54,9	Diğer Bölmeler	18	11,1
Bekâr	72	44,4	Çalışma Süresi		
Eğitim			1-3 yıl	15	9,3
Lise	44	27,2	4-6 yıl	27	16,7
Üniversite	117	72,2	7- 9 yıl	37	22,8
Turizm Eğitimi			10 yıldan fazla	82	50,6
Var	60	37	Yönetim Kademesi		
Yok	102	63	Üst kademe	20	12,3
Otelin Konumu			Orta Kademe	70	43,2
İzmir (Şehir Oteli)	59	36,4	Alt Kademe	72	44,4
Çeşme (Sayfiye Oteli)	103	63,6			

düşük yüklü ya da aynı anda birden fazla faktöre yük veren ifadelerin silinmesi gerekmiştir (Hair vd. 2006). Veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesinde Barlett's Testi (Barlett's

Test of Sphericity) ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Ölçütü kullanılmaktadır.

Otel yönetici yetkinlikleri ölçeğinde yapılan faktör analizi sonucunda Bartlett's Testi sonucu

Tablo 2. Otel Yöneticilerinin Yetkinliklerine İlişkin Faktör Analizi Tablosu

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Ortalama	Açıklanan varyans %	α
Faktör 1: Kriz Yönetimi		12,258	4,206	19,408	,930
Çözümün etkisini değerlendiririm.	,780				
Çözümü uygularım.	,761				
Olası krizleri belirler ve önlerim.	,758				
Krizi etkili olarak ele alırım.	,757				
Sorunu tespit eder incelerim.	,752				
Sorunlara çözüm bulurum.	,715				
Çalışanlara gelişim fırsatları sunarım.	,601				
Çalışanları karar vermede desteklerim.	,585				
Güvenlik tehlikesini yönetirim.	,557				
Çalışanlar arasında işbirliği sağlarım.	,500				
Faktör 2: Yenilikçilik		2,651	4,039	13,051	,869
Yaratıcı ürünler için plan yaparım.	,770				
Otelde yaratıcı gelişime ortam sağlarım.	,717				
Kararların uygulanabilirliğini değerlendiririm.	,644				
Otele yenilik ve farklılaşma getiririm.	,638				
Üretim ve verimliliği geliştiririm.	,607				
Yenilikçi stratejiler hazırlar ve uygularım.	,557				
Faktör 3: Yabancı Dil		2,589	3,807	9,266	,954
Yabancı dilde yazma yeteneğine sahibim.	,909				
Yabancı dilde okuma yeteneğine sahibim.	,901				
Yabancı dilde iletişim yeteneğine sahibim.	,894				
Faktör 4: Öz Denetim		1,418	4,239	8,205	,744
İş-yaşam dengemi kurarım.	,779				
Kişisel sağlığıma dikkat ederim.	,754				
Duygularımı yönetirim.	,752				
İş etiğine uygun davranırım.	,575				
Faktör 5: Analiz		1,334	4,004	7,828	,863
Gelecekteki pazar eğiliminin analizini yaparım.	,833				
Sektörel durum analizi yaparım.	,775				
Rekabet analizi yaparım.	,756				
Faktör 6: Kişiler Arası İletişim		1,249	4,348	6,499	,800
Halkla ilişkiler becerilerine sahibimdir.	,834				
Uzlaşma becerisine sahibimdir.	,797				
İkna kabiliyetim vardır.	,498				
Faktör 7: Kişisel Gelişim		1,079	4,259	6,298	,619
Kişisel gelişimimi sürdürürüm.	,800				
Kendime meydan okurum.	,711				
Zamanı verimli yönetirim.	,566				

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü =,880; Bartlett's Test of Sphericity =3345,053; Toplam farkın (Varyans) açıklama oranı: 70,556

3345,053 ve p anlamlılık değeri 0,000 olarak gerçekleşmiştir ki bu değer değişkenler arasında yüksek bir korelasyon olduğunu ifade etmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,880'dir. Değerler faktör analizi uygulamak için yeterli düzeyde gerçekleşmiştir (Eroğlu 2008). Faktör yapısını belirlemek ve anlamlı yorumlanabilir faktörler elde etmek amacı ile temel bileşenler analizi ve varimax rotasyonu teknikleri kullanılmış, özdeğer istatistiği birden büyük olan ve faktör yükü 0,30'un üzerinde olan veriler dikkate alınmıştır. Verilere ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde otel yöneticilerinin yetkinliklerinin yedi boyutta toplandığı görülmektedir. İlk boyut "Kriz Yönetimi" olarak adlandırılmıştır. Yöneticilere yetkinliklere sahip olma dereceleri sorulmuştur. Kriz yönetimi boyutundaki ifadeler; krizin fark edilmesi, önlenmesi, yönetilmesi, çözülmesine ilişkindir. "Yenilikçilik" olarak adlandırılan ikinci boyut, yaratıcılığın geliştirilmesi ve uygulanmasına yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Üçüncü boyut "Yabancı dil"; yabancı dilde okuma, konuşma ve iletişim becerilerini içermektedir. "Öz-Denetim" olarak adlandırılan dördüncü boyut da; iş-yaşam dengesi, kişisel sağlıkla ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Beşinci boyut "Analiz" boyutu; pazar eğilimleri, sektörel durum ve rekabet analizini içermektedir. "İletişim" boyutunda halkla ilişkiler, uzlaşma ve ikna becerileri yer almaktadır. En son boyut "Kişisel Gelişim" olarak adlandırılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların boyutlar içinde iletişim boyutuna en yüksek puanı vermeleri nedeniyle, yöneticilerin en fazla sahip oldukları yetkinliğin kişiler arası iletişim olduğu görülmektedir.

Hipotez Testleri

Çalışmanın hipotezlerini sınamak için verilere t-testi ve varyans analizi uygulanmıştır. Tablo 3'te t-testi ve varyans analizi testi sonuçları yer almaktadır. Yönetici yetkinliklerinin otel türlerine göre fark gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t-testi sonucunda anlam düzeyi 0,05'ten büyük çıktığı için istatistiksel olarak fark olmadığı görülmüştür. Bu nedenle H_1 hipotezi reddedilmiştir. Yönetici yetkinliklerinin yaşa göre fark gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan varyans analizi sonucunda anlam düzeyi 0,05'ten büyük olduğu için istatistiksel olarak fark olmadığı görülmüştür. Bu nedenle H_2 hipotezi de reddedilmiştir.

Otel yöneticilerinin yetkinliklerinde, otel sınıfına göre yapılan varyans analizi sonucunda; kriz yönetimi, yenilikçilik ve yabancı dil boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu sonuçla H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Otel yöneticilerinin buldukları yönetim kademesine göre "analiz yetkinliği" boyutunda anlamlı bir fark gözlenmiştir. Analiz yetkinliğinin en çok üst kademede, sırasıyla orta ve alt kademede bulunduğu görülmüştür. H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Bölümlere göre yönetici yetkinlikleri yalnızca analiz yetkinliğinde fark göstermiştir. Analiz yetkinliği en çok üst yönetimde, sonra odalar bölümünde, ofislerde, yiyecek-içecek bölümünde, son olarak da diğer bölümlerde bulunmaktadır. H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Eğitim durumuna göre yönetici yetkinlikleri, yabancı dil ve analiz boyutlarında farklılık göstermiştir. H_5 hipotezi kabul edilmiştir. Katılımcıların turizm eğitimi alıp almamalarına göre yönetici yetkinliklerinden yenilikçilik boyutunda fark bulunmuştur, H_6 hipotezi kabul edilmiştir. Yetkinlikler yöneticilerin çalışma sürelerine göre, yenilikçilik boyutunda fark göstermiştir. Yenilikçilik yetkinliğinin en çok 10 yıldan fazla çalışma süresine sahip yöneticilerde bulunduğu belirlenmiştir. H_7 hipotezi kabul edilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Otel yöneticilerinin yetkinliklerinin araştırıldığı bu çalışmada, yetkinliklerin yedi boyut altında toplandığı görülmüştür. Boyutlar sırasıyla; kriz yönetimi, yenilikçilik, yabancı dil, öz denetim, analiz, kişiler arası iletişim ve kişisel gelişimden oluşmaktadır. Yetkinlikler, Jeou-Shyan vd.'nin (2011), Suh, West ve Shin'in (2012), Testa ve Sipe'nin (2012) ve Horng ve Lin'in (2013) çalışmalarında bulunan otel yönetici yetkinlikleriyle benzerlik göstermektedir. Kriz yönetimi yetkinliğinin ilk boyut olarak ortaya çıkması, dünyada yaşanan ve kaçınılmaz olarak turizm sektöründe de hissedilen ekonomik krizin sonucu olarak doğal karşılanabilir. Benzer şekilde Jeou-Shyan vd.'nin (2011) çalışmalarında da kriz yönetimi önemli bir yetkinlik olarak belirlenmiştir. Kriz yönetimi boyutunda faktör yükü en yüksek olan ifade de "krizde çözümlerin sonuçlarının değerlendirilmesi" olduğu görülmüştür. 2008 küresel finansal kriz sonrasında uygulanan çözüm yollarının değerlendirmesinin yapıldığı dönem olması nedeniyle bu sonucun elde edildiği düşünülebilir.

Tablo 3. Otel Yöneticilerinin Yetkinliklerine Yönelik Fark Analizleri Tablosu

	Kriz Yönetimi	Yenilikçilik	Yabancı dil	Öz Denetim	Analiz	İletişim	Kişisel Gelişim
<i>Otelin Sınıfı</i>							
5 Yıldız	4,3634	4,2194	3,8646				
4 Yıldız	4,1477	4,0741	4,1852				
3 Yıldız	3,8502	3,7523	3,4324				
F-test	10,634	6,345	4,422				
Anlam Düzeyi	,000	,002	,014				
<i>Yönetim Kademesi</i>							
Üst Kademe					4,4167		
Orta Kademe					4,1214		
Alt Kademe					3,8241		
F-test					4,874		
Anlam düzeyi					,009		
<i>Bölmeler</i>							
Üst Yönetim					4,3125		
Odalar					4,2833		
Yiyecek-İçecek					4,2439		
Ofisler					4,2619		
Diğer					4,2407		
F-test					3,202		
Anlam Düzeyi					,015		
<i>Eğitim</i>							
Lise			2,9470		3,6970		
Üniversite			4,1254		4,1410		
Anlam Düzeyi			,000		,003		
<i>Turizm Eğitimi</i>							
Var		4,2765					
Yok		3,9863					
Anlam Düzeyi		,025					
<i>Çalışma süresi</i>							
1-3 yıl		3,9889					
4-6 yıl		3,8086					
7-9 yıl		3,9414					
10 yıldan fazla		4,2691					
F-test		4,135					
Anlam Düzeyi		,007					

İkinci boyut yenilikçilik (yaratıcılık), yoğun rekabet ortamında işletmelerin hayatta kalması için en önemli araçlardan biri olması nedeniyle öne çıkmaktadır. Yenilikçilik için ortam oluşturulması, buna destek verilmesi yöneticilerin yetkinlikleri arasında önemli bir yere sahiptir. Bu sonuç, Pınar'ın (2014) çalışmasındaki bulguları desteklemektedir. Yabancı dil boyutu, küreselleşme ve müşterilerinin büyük çoğunluğunun yabancı tu-

ristler ve tur operatörleri olmasından dolayı otel yöneticileri için önemli bir yetkinliktir. Benzer bir sonuç Agut, Grau ve Perio'nun (2003) İspanya'da otellerde yaptığı çalışmada da ortaya çıkmıştır. Farklı dili konuşan turistleri ağırlamaları nedeniyle yabancı dil bilgisi Türkiye ve İspanya'da gereklilik göstermektedir. Bu durum İzmir için de geçerlidir. İş-yaşam dengesi, duygularını yönetmek ve etiği içeren öz denetim, yönetim yetkinlikleri içinde

yer almaktadır. Bu sonuç, Agut, Grau ve Perio'nun (2003) ve Jeou-Shyan vd.'nin (2011) çalışmalarını desteklemektedir. Analiz yetkinliği, yöneticilerin planlamada, karar vermede, denetimde kullandığı bir yetkinliktir. Otel işletmeleri insan ilişkilerinin yoğun olduğu işletmeler olması dolayısıyla bu işletmelerde kişiler arası iletişim de öne çıkmaktadır. Çalışmada, yetkinlik boyutlarından en yüksek ortalama iletişim boyutunda ortaya çıkmıştır. İletişim becerisi, alanyazın tarama kısmında yer verilen birçok çalışmada otel yöneticilerinde ortak bir yetkinlik olarak belirlenmiştir. Yöneticilerin olduğu gibi operasyonel personelin yetenekleri arasında da iletişim, sosyal ve bireyler arası rollerin ön planda olduğu çalışmalarla (Kozak ve Özdemir 2013) desteklenmektedir.

Çalışmada, uygulanan fark analizlerinde yönetici yetkinliklerinin, yöneticilerin çalıştığı otelin sınıfına, buldukları yönetim kademesine, bölümüne, eğitim durumuna, turizm eğitimi alıp almamasına ve çalışma süresine göre fark gösterdiği belirlenmiştir. Ancak yöneticilerin yetkinliklerinin, çalıştıkları otelin türüne göre fark göstermediği görülmüştür. Farklı çevre koşullarının, yöneticilerin yetkinliklerinde fark yaratacağı beklentisi bu çalışmanın sonuçları ile desteklenmemiştir. Konak ve Çeşme'nin birbirlerine yakın destinasyonlar olmaları ya da Çeşme'de bulunan resort otellerin genelde zincir oteller olması, bu sonuçta etkili olmuş olabilir.

Kriz yönetimi ve yenilikçilik yetkinliklerinin en çok beş yıldızlı otel yöneticilerinde, ardından sırasıyla dört yıldızlı ve üç yıldızlı otel yöneticilerinde mevcut olduğu görülmüştür. Otelin yıldız sayısı arttıkça bu yeteneklere sahipliğin de arttığı analizlerle bulunmuştur. Çalışmaya katılan yöneticilerin analiz yetkinliğinin yönetim kademesine göre arttığı belirlenmiştir. Bu durum, üst yönetimin zamanının daha büyük kısmını analize ayırmasının doğal sonucu olarak görülebilir. Bu sonuç Chung'ın (2000) çalışmasını da desteklemiştir. Çetinkaya da (2009) farklı sektörlerde gerçekleştirdiği çalışmada yönetim kademesine göre yetkinliklerin farklılık gösterdiğini belirlemiştir. Çalışılan bölümlere göre, üst yönetimin ve arkasından ön büro bölümündeki yöneticilerin analiz yetkinliği daha yüksektir. Üst yönetimden sonra ön büro bölümünde analizlerin diğer bölümlere göre daha fazla yapıldığı bilinmektedir. Siu'nun (1998) çalışmasında da otellerde farklı departmanlardaki yöneticilerin yetkinlikle-

rinin önem derecelerinin değiştiği belirlenmiştir. Üniversite mezunu yöneticilerin, lise mezunlarına göre yabancı dil ve analiz yetkinliklerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yöneticilerin aldığı eğitime uygun sonuçlar elde edilmiştir. Turizm eğitimi alan yöneticilerin, almayanlara göre yenilikçilik yetkinliği daha yüksek çıkmıştır. Bu sonucun daha sonraki çalışmalarda, üzerinde durulması gereken bir bulgu olduğu, turizm eğitimlerinde buna ilişkin konuların ağırlıkta olup olmadığı tartışılmalıdır. Çalışmaya katılan yöneticilerin çalışma süresi arttıkça, yenilikçilik yetkinliğinin de arttığı görülmektedir. Uzun süre otelcilik sektöründe çalışan yöneticilerin deneyimleriyle yenilikçiliğin önemini kavramış oldukları düşünülebilir. İletişim, öz denetim ve kişisel gelişim yetkinliklerinde fark ortaya çıkmamasından, sosyal yetkinliklerin çalışmaya katılan yöneticiler açısından aynı derecede gerekli görüldüğü sonucuna varılabilir.

Sınırlı bir örneklem ile yapılmış tek çalışmanın sonuçlarından genelleme yapılması doğru olmasına rağmen, bulguların daha önce yapılan çalışmaları da desteklediği göz önünde tutularak, otel yönetici adaylarının çalışmada ortaya konulan yetkinliklerini geliştirecek yönde çalışmaları önerilebilir. Yine aynı sonuçlarla, turizm eğitimi veren eğitim kurumlarının belirlenen yetkinliklere yönelik eğitim planlarını gözden geçirmeleri yararlı olabilir.

Çalışmanın birkaç kısıtı bulunmaktadır. Çalışmanın İzmir ile sınırlı olması birinci kısıttır. Çalışma ülke genelinde daha yüksek sayıda katılımcı ile tekrar edilerek çevre koşullarının otel yönetici yetkinliklerinde farklılık gösterip göstermediği yeniden sınanmalıdır. Çalışmada nicel yöntem benimsenmiş, kısa sürede çok sayıda örnekleme yapılması sağlanmış, ancak; yönetici yetkinliklerinden yenilikçiliğin, turizm eğitimi alıp almamaya ve yöneticinin çalışma sürelerine göre farklılığı gibi konularda açık uçlu sorularla derinlemesine bilgi alınması gerektiği fark edilmiştir. Bu tespitlerle ilerde aynı konunun daha geniş coğrafyada nicel ve nitel yöntemler birlikte kullanılarak araştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Agut, S., Grau, R. ve Peiro, J. M. (2003). Competency Needs Among Managers from Spanish Hotels and Restaurants and their Training Demands, *Hospitality Management*, 22: 281-295.

- Brownell, J. (2004). Ingredients for Success in Career Development, *FIU Hospitality Review*, 1–17.
- Brownell, J. (2008). Leading on Land and Sea: Competencies and Context, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 137–150.
- Chung, K. Y. (2000). Hotel Management Curriculum Reform Based on Required Competencies of Hotel Employees and Career Success in the Hotel Industry, *Tourism Management*, 21: 473–487.
- Çetinkaya, M. (2009). Yöneticilerin Yönetimsel Yetkinlik Algularına İlişkin Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 (2): 219–239.
- Çizel, B., Anafarta, N. ve Sarvan, F. (2007). An Analysis of Managerial Competency Needs in the Tourism Sector: The Case of Turkey, *Tourism Review*, 62 (2): 14–22.
- Eroğlu, A. (2008). *Faktör Analizi, İçinde: Kalaycı, Ş. (Editör). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (ss. 321–331) 3. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Gangani, N., McLean, G. N. ve Braden, R. R. (2006). A Competency-Based Human Resource Development Strategy, *Performance Improvement Quarterly*, 19 (1): 127–139.
- Garavan, T. N. ve McGuire, D. (2001). Competencies and Workplace Learning: Some Reflections on the Rhetoric and the Reality, *Journal of Workplace Learning*, 13 (4): 144–163.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., ve Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6. Baskı. Prentice Hall, New Jersey.
- Hornig, J. S. ve Lin, L. (2013) Training Needs Assessment in a Hotel Using 360 Degree Feedback to Develop Competency-Based Training Programs, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20: 61–67.
- Hoskisson, R., Eden, L., Lau, C.M. ve Wright, M. (2000). Strategy in Emerging Economies, *Academy of Management Journal*, 43: 249–267.
- İzmir Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2013). <http://www.izmirturizm.gov.tr/TR,77217/konaklama-verileri.html>. Erişim tarihi: 1 Eylül 2013.
- Jeou-Shyana, H., Hsuanc, H., Chih-Hsingd, L., Linb, L. ve Chang-Yen, T. (2011). Competency Analysis of Top Managers in the Taiwanese Hotel Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 30: 1044–1054.
- Kay, C., Moncarz, E. (2004). Knowledge, Skills, and Abilities for Lodging Management Success, *Cornell Hotel and Restaurant Quarterly*, 45 (3): 285–298.
- Kozak, M. A., Maviş, F., Nergis, H. G. ve Çiçek, D. (2013). *Otel İşletmelerinde Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. ve Özdemir, C. (2013). Yetenek Kavramının Otel İşletmelerinde Operasyonel Personel Bağlamında Değerlendirilmesi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management*, 10 (1): 6–19.
- Kozak, M. A. ve Yetgin, D. (2013). Profesyonel Turist Rehberlerinin (PTR) Yetkinliklerinin Mesleki Yeterlilikler Çerçevesinde Değerlendirilmesi, *14. Ulusal Turizm Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 5–8 Aralık: 408–428.
- Le Deist, F. D. ve Winterton, J. (2005). What is Competence?, *Human Resource Development International*, 8 (1): 27–46.
- Lucia, A. D. ve Lesinger, R. (1999). *The Art And Science Of Competency Models: Pinpointing Critical Success Factors in an Organization*. Jossey-Bass/Pfeiffer, San Francisco.
- Lucas, R. (1999). Survey Research. İçinde: Brotherton, B. (Ed.), *The Handbook of Contemporary Hospitality Management Research*. Wiley, NY: 77–95.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Oral, S. (2005). *Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri*. Beşinci Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Perdue, J., Woods, R. H., ve Ninemeier, J. (2001). Club Management Competencies 2005: Updated Information for the Classroom, *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 14 (2): 19–32.
- Pirnar, İ. (2014). Specifications for Effective Hotel Managers: View of İzmir Hotels' Managers, *Journal of Yasar University*, 9 (33): 5583–5596.
- Sekaran, U. ve Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business*. John Wiley and Sons, Ltd. UK.
- Shemwell, D. J., Yavas, U. ve Bilgin, Z. (1998). Customer-Service Relationships: An Empirical Test of a Model of Service Quality: Test of a Causal Model, *Journal of Applied Psychology*, 83: 150–163.
- Siu, V. (1998). Managing by Competencies-A Study on the Managerial Competencies of Hotel Middle Managers in Hong Kong, *Hospitality Management*, 17: 253–273.
- Suh, E., West, J. ve Shin, J. (2012). Important Competency Requirements for Managers in the Hospitality Industry, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11: 101–112.
- Testa, M. R. ve Sipe, L. (2012). Service-Leadership Competencies for Hospitality and Tourism Management, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 648–658.
- UNWTO (2014). *Tourism Highlights 2014 Edition*. http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf, Erişim tarihi: 27 Şubat 2015.
- Wang, Y.-F. ve Tsai, C.-T. (2012). Analysis of Career Competency of Food and Beverage Managers in International Tourist Hotels in Taiwan, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 612–616.
- Weforum (2013). http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf, Erişim tarihi: 02 Ocak 2014.

Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Zekânın Rolü: Türk ve Yabancı Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma

The Role of Cultural Intelligence on the Management of Cultural Differences: A research on Turkish and Expatriate Managers

Aslı ERSOY*, Rüya EHTİYAR**

* Arş. Gör. T. C. Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 07058, Arapsuyu Kampüsü, Antalya
E posta: asliersoy@akdeniz.edu.tr

** Doç. Dr., T. C. Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 07058, Arapsuyu Kampüsü, Antalya
E-posta: ehtiyar@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 27 Ocak 2014

Birinci değerlendirme: 14 Mart 2014

İkinci değerlendirme: 22 Nisan 2014

Kabul: 26 Nisan 2014

Anahtar sözcükler:

Kültürel zekâ, Kültürel farklılıklar,
Konaklama işletmeleri, Antalya,
İstanbul

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 27 January 2014

Resubmitted: 14 March 2014

Resubmitted: 22 March 2014

Accepted: 26 March 2014

Key words:

Cultural intelligence, Cultural differences, Hospitality industry, Antalya, Istanbul.

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı, yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetimi üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul ve Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 10 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin yabancı genel müdürleri ve onlara bağlı olarak çalışan 27 Türk departman müdürüyle derinlemesine görüşme yapılmış ve yarı yapılandırılmış görüşmelerle elde edilen verilerin betimsel analizinden sonra üç ana tema belirlenmiştir. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden kültür analizi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yabancı yöneticilerin bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâlarının kültürel farklılıkların yönetilmesini olumlu anlamda etkilediği belirlenmiş ve elde edilen bu sonuç da kültürel farklılıkların yönetilmesinde kültürel zekânın önemli bir katkısının olduğunu göstermiştir.

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine the effect of foreign managers' CQ on the management of cultural differences. For this purpose, the depth interview was conducted with 10 foreign hotel managers from five star hotels operating in Antalya and Istanbul regions and 27 Turkish department managers working depending on them and then three main themes identified after descriptive analysis of the data obtained from semi-structured interviews. In this study, cultural analysis was used. According to the research, it was found that foreign hotel managers' cognitive, behavioural and motivational cultural intelligence affect positively the management of cultural differences and this result obtained showed that cultural intelligence has a significant contribution in the management of cultural differences.

GİRİŞ

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve küreselleşme sonucu örgütlerin ulusal sınırları aşarak farklı kültürlerde faaliyette bulunmasıyla birlikte farklı etnik köken ve dine sahip bireylerden oluşan gruplar örgütleri daha çeşitli bir hale getirmiştir (Trompenaars ve Hampden-Turner 1997; Harris 2006: 43). Bu

durum örgütler ve yöneticiler için üstesinden gelinmesi gereken yeni güçlükler ortaya çıkarmış ve örgütlerin kültürel farklılıklara sahip bireyleri etkileyebilme, motive edebilme ve kültürel farklılıkları etkin bir şekilde yönetebilme ihtiyaçları artmıştır. Turizm sektörü, Türkiye'de uluslararası rekabette büyük avantajlara sahip olan stratejik bir sektördür. Sahip olunan tarih ve uygarlık tecrübesi, sosyal dinamizm, kültürel zenginlik ve çeşitlilik dünyada başka bir benzerine rastlanmayacak değerde eşsiz bir coğrafya ile Türkiye, dünya turizminin önemli ve vazgeçilmez bir aktörü olmaya devam

* Bu makale, Aslı Ersoy'un Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırladığı "Kültürel Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Zekânın Rolüne İlişkin Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

etmektedir. Turizmin başkenti olarak nitelendirilen Antalya ve dünyanın en önemli zincir otellerinin bulunduğu ve kültürel farklılıkları bünyesinde barındırabilen İstanbul, kültürel farklılığın en fazla yaşandığı turizm destinasyonlarından biridir. Böyle bir perspektif içinde kültürel farklılaşmaların uzlaştırılmasına ve avantaja çevrilmesine yönelik yönetim becerileri ve liderlik etkinliği, Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir.

Cox ve Blake (1991: 54), kültürel farklılıklar ve bu farklılıkları yönetmenin hem insanlar hem de örgütler için yararlı olduğunu vurgulamış ve farklılıkların akıllıca yönetilmesi sonucunda birey, grup, örgüt ve toplum açısından fayda getireceğini belirtmiştir. Farklı kültürleri bünyesinde barındıran turizm sektörü için de kültürel farklılıklar ve yönetimi son derece önemlidir. Bu anlamda uluslararası otel yöneticilerinin başarısı için beş anahtar kavram ortaya koyulmuştur (D'Annunzio-Green 1997: 201): Kültürel farkındalık, iletişimsel yeterlilik, bilişsel yeterlilik, değer farklılıklarını anlayabilme ve farklılıklardan sinerjik kazançlar elde edebilme. Konaklama işletmelerinin değişen emek ve müşteri pazarlarında hizmet kalitesi yoluyla rekabet avantajı kazanabilmeleri için farklılıkların yönetilmesi, hem kuramsal hem uygulamalı şekilde temel bir ihtiyaç olarak görülmektedir (Maxwell, McDougall ve Blair 2000: 372).

Kültürel farklılıkların yönetilmesinde çeşitli örgütsel ve bireysel stratejiler vardır. Bu konuda bireysel anlamda en önemli stratejilerden biri de kültürel zekâdır (Early ve Ang 2003; Early ve Mosakowski 2004; Ang ve Van Dyne 2008; Yeşil 2009). Bir bireyin kültürlerarası ortamda veya çok kültürlü bir ortamda etkin bir şekilde işlevini yerine getirmesini ve başarılı olmasını sağlayan yetenekler seti olarak kavramsallaştırılan kültürel zekâ, farklı kültürlerden çalışma gruplarını yönetebilme, farklı uluslardan, farklı kurumlardan ve farklı mesleklerden gelen insanları tanıma, anlama ve birlikte çalışabilmede önemli bir kriter olarak görülmektedir (Early ve Ang 2003: 9).

Kültürel zekâ, günümüzde yönetim ve örgütsel psikoloji alan yazınında oldukça önem kazanmış bir kavramdır. Yönetici ve çalışanların hem birbirleriyle hem de müşterilerle olan ilişkilerinde yeni kültürlerle olan etkili uyum becerisini ifade eden kültürel zekânın, 21. yüzyılda yönetici ve çalışanlar için temel bir beceri olduğu ifade edilmektedir.

Kültürel zekâ, hem yöneticilere hem de çalışanlara farklı kültürler karşısında uyum sağlayabilmeyi, karar almayı, doğru iletişim kurmayı, çalışanları etkilemeyi ve yönlendirmeyi daha etkili bir şekilde yapabileme fırsatı sunmaktadır (Sadeghian 2011: 403).

Bu araştırmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde kültürel farklılıkların yönetiminde kültürel zekânın rolünü belirlemektir. Bu araştırma, farklı millet ve kültürden gelen bireylerin ortak bir sinerji yaratabilmelerinde ve iş ortamında başarıyı yakalayabilmelerinde kültürel zekânın rolünün belirlenecek olması bakımından önem taşımaktadır. Bunun yanında turizmle ilgili ulusal ve uluslararası alanyazında konuya ilişkin yapılan çalışmaların sınırlı olması ve konaklama işletmelerinde kültürel farklılıkların yönetimini kültürel zekâ açısından inceleyen Türkiye'deki ilk çalışmalardan biri olma niteliği taşıması nedeniyle araştırma önem teşkil etmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

Kültürel Zekâ

Kültürel zekâ, İngilizcede *Cultural Intelligence* ya da *Individual's Cultural Quotient (CQ)* olarak ifade edilmektedir. Kültürel zekâ konusunda bugüne kadar çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Early ve Mosakowski (2004: 140), kültürel zekâyı bir bireyin farklı kültürden gelen bir kişinin alışılmadık ve belirsiz olan vücut hareketlerini o kişinin arkadaşları ve aynı kültürde yaşayan insanlar gibi yorumlamasını sağlayan doğal bir yetenek olarak tanımlamıştır. Kültürel zekâ, kültürel meta-biliş ile bağlantılı olan ve bireylerin çevrelerindeki kültürel boyutları şekillendirme, seçme ve uyum sağlamalarına izin veren bilgi ve becerilerin etkileşimli olduğu bir sistemdir (Thomas ve diğerleri 2008: 126). Thomas ve Inkson'a (2006: 78) göre kültürel zekâ, farklı kültürel ortamlara adapte olabilme yeteneğidir (Ang ve diğerleri 2007: 336). Kültürel zekâ, çok boyutlu bir kavram olarak üç ya da dört boyut şeklinde ele alınmıştır. Farklı çalışmalarda kültürel zekânın farklı boyutlarının ele alındığı görülmektedir, fakat ortaya koyulan bu boyutların birbiriyle örtüştüğü açık bir şekilde görülmektedir. Bu çalışmada Early ve Ang (2003) tarafından ele alınan meta-bilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ boyutları üzerinde durulmuştur:

Meta-bilişsel kültürel zekâ, farklı kültürlerle karşılaştığında liderin strateji oluşturma yeteneğini ifade eder. Meta-bilişsel kültürel zekâ veya strateji oluşturma, yavaş ve dikkatli bir şekilde kendi içimizde ve diğer insanların kafalarının içinde neler olup bittiğini gözleme, kendi düşünce süreçlerimiz üzerinde düşünme ve farklı bir kültürü anlamak ve bu durumda meydana gelen problemleri çözmek için kendi kültürel bilgimizden yararlanma yeteneğidir (Van Dyne, Ang ve Livermore 2010: 136).

Bilişsel kültürel zekâ, eğitim ve tecrübe yoluyla elde edilen farklı kültürlerin norm, uygulama ve gelenekleri hakkındaki bilgileri kapsamaktadır. Bu zekâ türü, farklı kültürlerin ve onlara ait alt kültürlerin ekonomik, yasal, sosyal ve genel kültürel değer sistemleri hakkındaki bilgileri içermektedir (Ang ve Van Dyne 2008: 6). Yüksek bilişsel kültürel zekâyâ sahip olanlar kültürler arasındaki benzerlik ve farklılıkları anlarlar (Ang, Van Dyne, Koh, Ng, Templer, Tay ve Chandrasekar 2007: 338).

Motivasyonel kültürel zekâ, farklı kültürel ortamlarda öğrenmek ve faaliyette bulunabilmek için enerji ve dikkati yönlendirebilme kapasitesi olarak belirtilmiş ve bu motivasyonel kapasitelerin hedefe ulaşmayı kolaylaştıran duygu, bilgi ve davranış kontrolü sağladığı ortaya koyulmuştur (Kanfer ve Heggstad 1997: 39). Yüksek motivasyonel kültürel zekâ, bireyin daha fazla stratejik düşünceyle meşgul olması anlamına gelir ve bu da gerçek uyum üzerinde olumlu bir etki sağlar (Early ve Peterson 2004: 109). Templer, Tay ve Chandrasekar (2005: 157) motivasyonel kültürel zekânın bireylerin kültürlerarası uyum derecesini etkilediğini belirtmişlerdir.

Davranışsal kültürel zekâ, farklı kültürlerden gelen insanlarla etkileşimde bulunurken bir bireyin uygun sözlü ve sözsüz davranışları gösterme yeteneğidir. Davranışsal kültürel zekâ, geniş anlamda bir davranış repertuarına sahip olmayı gerektirir (Van Dyne, Ang ve Koh 2008: 17). Davranışsal kültürel zekâsı yüksek olan bireyler esnektir ve davranışlarını farklı kültürel etkileşimlere göre ayarlayabilirler (Ang ve Van Dyne 2008: 7).

Kültürel Zekâ ve Kültürel Farklılıkların Yönetimi

Globalleşme sonucunda ulusal boyuttan uluslararası boyuta taşınan işletmeler için farklı kültürlere

sahip birey ve grupları yönetmek önemli hale gelmiştir. Buna göre, farklı kültürel özellikler taşıyan işgücünü herkesin paylaşabileceği ortak değerler etrafında birleştirerek, kültürel farklılığı işletme için bir avantaja dönüştürmek işletme etkinliğinin sağlanmasında olmazsa olmaz koşullardan biri haline gelmiştir (Ehtiyar 2003: 67).

Kültürel farklılıkların yönetimi, örgütün amaçlarına ulaşmasını sağlamak için tüm iş görenlerin kendi potansiyellerini tam olarak kullanmalarına olanak verecek bir ortam yaratmayı amaçlayan bütünselci bir odaklanmadır (Seymen 2005: 10). Konaklama işletmeleri farklılıkları bünyesinde barındıran bir yapıya sahiptir. Yapılan araştırmalarda en etkili organizasyonların tek bir kültüre taraftar olma eğiliminden kaçınan ve buldukları ülkenin kültürünü dikkate alan bir yaklaşıma sahip oldukları belirlenmiştir (Vincere 1995: 2). Yapılan bir başka araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmış olup konaklama endüstrisinin değişen yapısıyla birlikte tek kültürlülük yerine çok kültürlü yapıyı esas alan bir yaklaşıma sahip oldukları belirlenmiştir (Christensen Hughes 1992). Kültürel farklılıkların etkin yönetimi konaklama endüstrisi açısından son derece önemli görülmektedir. Konaklama işletmelerinde rekabet avantajı sağlayabilmek kültürel farklılıkların etkin yönetilmesiyle sağlanabilir (Maxwell vd. 2000).

Farklı kültürlerden gelen yöneticiler ve çalışanlar arasında tutum, davranış ve motivasyon yönünden farklılıklar olup olmadığı ve bu farklılıkların grubun yönetimi ve performansı üzerinde ne gibi etkiler yarattığı konusunda birçok çalışma yapılmıştır (Chen, Chen ve Menioll 1998; Hofstede 1980). Asunakutlu ve Safran (2004), turizm işletmelerinde kültürel farklılıkların iyi yönetilmediği takdirde çatışmaya neden olabileceğini belirlemiştir. Mok, Pine ve Pizam (1998) tarafından Hong Kong'da bulunan otel işletmelerinde görevli yabancı yöneticiler üzerinde yapılan bir çalışmada yöneticilerin karar verirken kendi ülkelerinin değerlerine uygun tarzda hareket etme eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Bu durum olumsuz sonuçları beraberinde getirmektedir. Özellikle ilk defa giriş yaptığı bir ülkenin ya da bölgenin kültürüne yabancı olan bir uluslararası işletmenin, başarılı olabilmesi için belki de ilk yapması gereken o toplumun kültürünü etüt etmek ve çalışanlarına ve o topluma karşı bu değerleri göz önüne alarak davranış biçimi geliştirmektir (Aksu ve Ehtiyar 2007: 184).

Hughes (1999) tarafından Kanada'da yapılan bir çalışmada kültürel farklılıkların etkin bir şekilde yönetilmesinin yöneticiler açısından zorlayıcı bir süreç olduğu fakat bunun gerekli olduğu ortaya koyulmuştur. Lundberg ve Woods (1990) tarafından yapılan bir araştırmada ise kültürel duyarlılığa sahip yöneticilerin daha başarılı oldukları belirlenmiştir. Bu bağlamda başarılı bir evrensel yönetici her Şeyden önce kozmopolit bir yapıya sahip olmalı ve merkezietçi (etnosentrik) olmamalıdır. Başka bir deyişle, farklı kültürlerden gelen insanlara açık ve esnek olmalı ve onları kategorileştirip dışlamamalıdır (Aksu ve Ehtiyar 2007: 189).

Kültürlerin i içe yaşandığı bir ortamda, karışıklık, yanlış anlaşılmalar, mahcup olma, haksız duruma düşme hissi, ilişkilerde bozulma sık sık meydana gelir ve işyeri sorunlarına neden olur. Bu durum genellikle çalışanların başarılı bir yönetim için gereken bir beceri olan kültürel zekâya sahip olmasından kaynaklanır (DuPlessis 2011: 28). Triandis (2006: 20), farklı kültürlerde başarılı bir şekilde etkileşim kurmak için kültürel zekânın gerekli olduğunu belirtmiştir. DuPlessis (2011: 30) ise kültürel zekânın yönetici ve liderlerin stratejik yeteneğine ve organizasyona katkı sağladığını vurgulamıştır. Bunun yanında yapılan araştırmalar etkin kültürlerarası liderliğin sadece duygusal zekâ ve sağduyu meselesi olmadığını göstermektedir (Ang, Van Dyne, Koh, Ng, Templer, Tay ve Chandrasekar 2007).

Kültürel farklılıkların başarılı bir şekilde yönetilmesinde liderlerin kültürel zekâ seviyelerinin de etkisi bulunmaktadır. Güçlü kültürel zekâ yetenekleri, liderlerin çalışma ekiplerinin ihtiyaçları ve perspektifleri için daha doğru bir anlayış geliştirmelerine izin verir ve sonuç olarak kültürel farklılığa sahip takım üyeleriyle güçlü ilişkiler kurulmasına yardımcı olur (Groves ve Feyerherm 2011: 541-542). Yüksek kültürel zekâ, liderlerin pozitif bir ortam yaratmalarına, farklı kültürlerde çalışırken en iyi sonucu verecek olan takım üyelerinin becerilerinden yararlanmalarına ve yüksek performanslı takımlar geliştirmelerine yardımcı olur (MacClachlan, 2011).

Yapılan araştırmalarda, kültürel zekânın bireylerin kültürlerarası performanslarına katkı sağladığı (Ang, Dyne, Koh, Ng, Templer, Tay ve Chandrasekar 2007; şahin ve Gürbüz 2011), kültürlerarası adaptasyonda etkili olduğu (Templer, Tay ve Chandrasekar 2006), tükenmişliği azalttığı (Tay,

Westmen ve Chia 2008) ve başarıyı arttırdığı (Vedadi, Kheiri ve Abbasalizadeh 2010) grlmştur. Deng ve Gibson (2008), kültürlerarası liderlik etkinliğiyle ilgili yaptıkları nitel bir araştırmada, liderin kültürel zekâsının farklı kültürel geçmişi olan astları yönetmede önemli olduğunu bulmuşlardır. Farklı kültürlerden kişilerin oluşturduğu takımlarda yapılan bir çalışmada, liderin kültürel zekâsının liderlik performansına ve takım çalışmasına olumlu yönde katkıda bulunduğu grlmştur (Groves ve Feyerherm 2011). İsviçre ordusunda uluslararası asker operasyonlarda görevlendirilen subaylar arasında yapılan bir araştırmada ise kültürel zekânın, genel bilişsel zekâ ile duygusal zekâdan daha fazla kültürlerarası liderlik için önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Rockstuhl vd. 2011). Bunun yanında, kültürel zekânın uluslararası liderlik potansiyelinin belirleyicisi olduğu yapılan araştırmalarla da ortaya koyulmuştur (Kim ve Van Dyne 2012).

Ulusal alanyazında, kültürel zekâya ilişkin olarak yapılan çalışmalar bulunmakla birlikte, bunlar kültürel zekâ olgusunu derinlemesine anlamada sayı ve kapsam bakımından yetersiz kalmaktadır. Yeşil (2009; 2010), küresel örgütler için ve kültürel farklılıkların yönetiminde alternatif bir strateji olarak kültürel zekâ konusunu kavramsal açıdan ele almıştır. şahin (2011), liderlerin kültürel zekâsının astların örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş doyumuna üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma ortaya koymuştur. Sonuç olarak, kültürlerarası ortamda bir liderin kültürel zekâsının astların örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş doyumunu olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. şahin ve Gürbüz (2012), kültürel zekâ ve öz-yeterliliğin görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma yapmışlardır. Sonuç olarak, kültürel zekânın ve öz-yeterliliğin gerek görev performansını gerekse örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde etkilediği sonucuna varmışlardır.

ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Modeli

Araştırmada yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla nitel araştırma desenlerinden kültür analizi kullanılmıştır. Farklı kültürlerde iş görme ve liderlik etkinliği üzerine

odaklanan bu araştırmanın deseni bireylerin ya da grubun kültürünü (değerler, inançlar ve uygulamalar) ve bu kültürün davranışları nasıl etkilediğini betimlemeye ve açıklamaya olanak tanınması nedeniyle kültür analizi olarak tasarlanmıştır. Bu araştırma yukarıda belirtilen amacı ve soruları açısından kültürel anlamda derinlemesine betimlemeleri gerektirdiğinden nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır.

Kültür analizi, bireysel algı ve davranışın olduğu kadar toplumsal davranış, yapı, işleyiş, değerler, normlar gibi kültürel öğelerin tanımı ve analizi üzerine odaklanmaktadır. Kültür analizine yönelik çalışmalarda amaç belirli bir grubun kültürünü tanımlama ve yorumlamadır. Veri kaynakları genellikle bir kültürü oluşturan ve o kültürden etkilenen bireyler ya da gruplardır (Yıldırım ve Şimşek 2006: 70-71).

Veri Toplama Aracı

Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden derinlemesine görüşme (mülâkat) tekniği uygulanmış ve bu amaçla yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılmıştır. Derinlemesine görüşmede grup baskısı ortadan kalktığı için her katılımcı düşüncelerini daha dürüstçe ortaya koyar. Bunun yanında katılımcı yüz yüze görüşmeye daha çok ilgi gösterir çünkü anketörle doğrudan ilişki içindedir ve arkasında saklanacağı başka grup üyeleri yoktur (Proctor 2005: 221).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolünü hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtları açmasını ve ayrıntılandırmasını sağlayabilir (Türnüklü 2000: 6). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi nedeniyle daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek 2004: 283).

Soru Formunun Hazırlanması

Soru formu geliştirilirken ilgili ulusal ve uluslararası alan yazın araştırmalarından (Early ve Mosakowski 2004; Deng ve Gibson 2008; Yeşil 2009; Groves ve Feyerherm 2011; DuPlessis 2011; Şahin

ve Gürbüz 2012) ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Meta-bilişsel kültürel zekâ, bilişsel kültürel zekânın daha üst bir boyutu olarak düşünüldüğünden, bilişsel kültürel zekâ boyutunun yanıt alınmak istenen soruları karşılar nitelikte olduğu görülmüş ve çalışma bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ olarak üç boyutta ele alınmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

Yabancı Yöneticilere Ait Sorular

- 1-Türk kültürü ve kendi kültürünüz arasındaki bazı tipik farklılıkları tanımlayabilir misiniz?
- 2-Türkiye’de çalışmaya başlamadan önce Türk kültürü ile ilgili bilgili miydiniz?
- 3- İçinde yaşadığımız ülkenin kültürünü daha iyi anlayabilmek için o ülkenin dilini öğrenme yolunda bir çabanız var mı?
- 4-Siz deneyimli bir yönetici olarak, genç yönetici adaylarına yabancı bir kültürde yaşama ve çalışma konusunda neler önerirsiniz?
- 5-İçinde bulunduğunuz kültüre adaptasyon sürecinde hangi zorlukları yaşadınız ya da yaşıyorsunuz?
- 6- Motivasyon araçlarını kullanırken Türk kültüründe bir çalışanı güdüleyen araçları biliyor musunuz ve uygulamada nasıl bir yol izliyorsunuz?
- 7- İş dışında çalışanlarınızla vakit geçiriyor musunuz?
- 8-İletişim kurarken en fazla yaşadığınız sıkıntılar nelerdir (vücut dili, iletişimin açık ya da kapalı olması, kullanılan sembollerini bilmemek)?
- 9-Kendi kültürünüzün baskın değerlerini Türk kültürüne uyarlamak gibi bir çabanız var mı?

Türk Departman Müdürlerine Ait Sorular

- 1-Yabancı bir yöneticiyle çalışmanın zorlukları ve kolaylıkları var mıdır? Varsa nelerdir?
- 2-Yabancı yöneticinizin sizin kültürünüze karşı tutumu ya da anlayışı sizin için ne derece önemlidir?
- 3-Yabancı yöneticiniz Türk kültürünü anlayabiliyor mu, bu kültüre uygun üretken davranış sağlamaya yönelik ne tür tutum içerisine giriyor?
- 4- Siz mi yabancı yöneticinizin kültürünü anlamaya çalışıyorsunuz yoksa o mu sizin kültürünüzü anlamak için çaba sarf ediyor?
- 5-Yabancı yöneticinizle iş dışında da zaman geçiriyor musunuz?

Örnekleme

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır. Miles ve Huberman (1994: 27), nitel araştırmalarda örnekleme derinlemesine araştırabilmek için örnekleme grubunun küçük olduğunu, bu nedenle rasgele örnekleme seçimi yerine, amaçlı örnekleme tercih edildiğini belirtmiştir (Akt. Tekbıyık ve Akdeniz 2008: 26). Maksimum çeşitlilik örneklemeindeki amaç görece olarak küçük bir örnekleme oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır (Yıldırım ve Şimşek 2006: 108).

Bu araştırma için örnekleme belirlenirken beş yıldızlı konaklama işletmelerinde görevli yabancı otel genel müdürleri ve onlara bağlı olarak çalışan Türk departman müdürleri uygun bir katılımcı profili olarak kabul edilmiş ve ilk olarak Antalya ve İstanbul illerinde bu profile uygun işletmeler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu aşamada İl Turizm Müdürlüklerinden yardım alınmıştır. Yabancı yönetici örnekleme, aynı zamanda Türk çalışanların örnekleme de belirleyen bir işlev üstlenmiştir. Antalya yöresinde belirtilen özelliğe sahip dört konaklama işletmesi, İstanbul yöresinde ise 11 konaklama işletmesi belirlenmiştir. Bu bölgelerin seçilme nedeni ise yabancı yönetici sayısı bakımından bölgede en yoğun çekim merkezi olmalarından kaynaklanmaktadır. Antalya yöresinde belirtilen özellikteki dört konaklama işletmesinin tamamından, İstanbul yöresinde ise belirtilen özelliklere sahip altı konaklama işletmesinden olumlu yanıt alınmıştır. Diğer konaklama işletmelerinden işletme kararları ve politikaları sebebiyle araştırma kapsamına dâhil olmaları konusunda olumlu yanıt alınamamıştır.

Çalışma bağlamında her bir konaklama işletmesi genel müdüründen ve onlara bağlı olarak çalışan Türk departman yöneticilerinden randevu alınmış ve onların belirledikleri tarih ve saatte buldukları konaklama işletmelerinde görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 01 Nisan–28 Mayıs 2013 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Görüşmeler ortalama 40 dakika sürmüştür. Yabancı katılımcılara yönelik görüşmeler bir uzman eşliğinde İngilizce gerçekleştirilmiş ve daha sonra Türkçeye çevrilerek analize hazır hale getirilmiştir. Görüşmeler her bir katılımcıya görüşme formunda yer alan açık uçlu soruların sorulması ve alınan yanıtların katılımcının izni doğrultusunda ses ve görüntü kaydı

yapan bir cihaza kaydedilmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında görüşmeler yazılı olarak da not edilmiştir.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Geçerlilik ve güvenilirlik, araştırma sonuçlarının inandırıcılığı açısından en yaygın olarak kullanılan iki ölçüttür. Araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi nitel araştırmalarda geçerlilik anlamına gelmektedir (Kirk ve Miller 1986; Akt. Yıldırım ve Şimşek 2006: 255). Geçerlilik konusunda nitel araştırmacıya sunulan stratejileri, iç ve dış geçerlilik olmak üzere iki ayrı bölümde incelemek mümkündür.

Araştırma kapsamında iç geçerliliğin sağlanması için; araştırma bulguları verilerin elde edildiği ortama bağlı olarak tanımlanmış, araştırma ile ilgili olarak alan yazın sürekli okunmuş, bu doğrultuda araştırmanın kavramsal çerçevesi oluşturulmuş, veri toplama araçları oluşturulurken alan yazın okunmuş ve görüşmelerden elde edilen verilerden doğrudan alıntılar verilmiş, ardından yoruma gidilmiştir. Araştırma kapsamında dış geçerliliğin sağlanması için; araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri toplama, çözümleme ve yorumlama sürecine ilişkin özellikler başka örneklemlerle karşılaştırma yapılabilecek düzeyde ayrıntılı olarak tanımlanmış, araştırma sonuçları okuyucunun sonuçları kendi deneyimleriyle ilişkilendirebilecek şekilde sunulmuş ve araştırma bulgularının başka araştırmalarda test edilebilecek düzeyde olması için sürece ilişkin gerekli açıklamalar yapılmıştır. Araştırmada güvenilirlik iki anlama gelmektedir. Birincisi, araştırma yönteminin güvenilirliğini ifade eder. Bu tamamen yöntemle ilgilidir. İkinci anlamı ölçülecek nesnenin, olgunun ya da tutumun boyutlarının, miktarının ya da düzeyinin tam ve doğru olarak ölçülmesini ifade eder (İslamoğlu 2009: 129).

Araştırmada iç güvenilirliğin sağlanması için; veriler betimsel bir yaklaşımla sunulmuş, görüşme yoluyla elde edilen veriler yorum katılmadan doğrudan alıntılarla sunulmuş ardından gerekli durumlarda yorumlara sonradan yer verilmiş, alan yazında araştırma ile ilgili yapılmış diğer çalışma sonuçları bu araştırma ile ulaşılan sonuçların güvenilirliğini teyit etmede kullanılmış ve verilerin analiz sürecine ilişkin bilgiler açık ve ayrıntılı bir biçimde verilerle iç güvenilirliğin artması sağlan-

muştır. Araştırmada dış güvenilirliğin sağlanması için; nitel yapının nasıl oluşturulduğu, veri toplama araçlarının neler olduğu, oluşturulma süreci, verilerin toplanma sürecinde görüşmelerin nasıl yapıldığı, görüşme verilerinin araştırmacı tarafından alınan notlarla kaydedildiği ve verilerin betimsel analizinde izlenen aşamalara yer verilmiştir.

Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz, elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre özetlenip yorumlanması yaklaşımıdır. Doğrudan alıntılara sık sık yer verilen bu yaklaşımda görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacı güdülmüştür (Yıldırım ve Şimşek 2006: 224). Görüşmeler tamamlandıktan sonra elde edilen yazılı kayıtların bilgisayar dökümü yapılmıştır. Bunun için veriler öncelikle bilgisayar ortamına aktarılıp gerekli yüklemeler yapılmış ve soru bazında bir sınıflandırma yapılarak toplanan veriler betimsel analiz için hazır hale getirilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma, beş yıldızlı konaklama işletmelerinde görevli 10 yabancı genel müdür ve onlara bağlı olarak çalışan 27 Türk departman müdürleriyle gerçekleştirilmiştir. Birinci aşama beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan yabancı genel müdürleri, ikinci aşama ise yabancı yöneticilere bağlı olarak çalışan Türk departman müdürlerini kapsamaktadır.

Yabancı Yöneticilere Ait Bulgular

Bu bölümde yabancı genel müdürlerin kültürel zekâsı ve kültürel farklılıkları yönetme becerisine dayanan bulgular sunulmuştur. Yabancı katılımcılar görüşme sırasına göre K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 ve K10 şeklinde sıralanmıştır.

Yabancı Yöneticilere Ait Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan yabancı yöneticilerin demografik özellikleri Tablo 1'de aşağıdaki gibi sunulmuştur.

Araştırma kapsamında yer alan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde genel müdür pozisyonunda çalışan toplam 10 yöneticinin tamamı erkektir. Yabancı genel müdürlerden sadece biri Avusturyalı iken iki Alman, üç İspanyol, iki Hollandalı ve iki İtalyan yönetici araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılan yöneticilerin yaş ortalaması 46 olup Türkiye'de çalışma süreleri ortalama altı yıldır. Yöneticilerin altısının İstanbul'da ve dördünün Antalya'da aileleriyle birlikte yaşadıkları belirlenmiştir. Bunun yanında yabancı yöneticilerin tamamı daha önce farklı ülkelerde çalışma deneyimine sahiptir.

Yabancı Yöneticilerin Kültürel Zekâ ve Kültürel Farklılıkları Yönetme Becerilerine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan görüşme formu aracılığıyla 10 konaklama işletmesi genel müdürüyle gerçekleştirilen görüşmelerin notları deşifre edilmiş ve

Tablo 1. Yabancı Yöneticilerin Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyeti	Milliyeti	Yaşı	Türkiye'de çalışma süresi	Şehir
K1	Erkek	Avusturya	41	7 yıl	Antalya
K2	Erkek	Almanya	46	28 yıl	Antalya
K3	Erkek	Almanya	56	3 ay	Antalya
K4	Erkek	İspanya	52	8 yıl	Antalya
K5	Erkek	İspanya	44	1 ay	İstanbul
K6	Erkek	İspanya	45	5,5 yıl	İstanbul
K7	Erkek	Hollanda	52	2,5 yıl	İstanbul
K8	Erkek	Hollanda	38	3,5 yıl	İstanbul
K9	Erkek	İtalya	40	10 yıl	İstanbul
K10	Erkek	İtalya	48	2 yıl	İstanbul

kültürel zekânın her boyutu için öne çıkan temalar belirlenmiştir. Buna göre bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâ boyutları altında oluşan temalar ve tema içerikleri tablolştırılmıştır.

Bilişsel Kültürel Zekâ Boyutu

Yabancı yöneticilerle yapılan görüşmelerin sonucunda bilişsel kültürel zekâ kapsamında üç konunun öne çıktığı görülmektedir: *Yabancı yöneticilerin kendi kültürleriyle Türk kültürü arasında gördükleri en önemli farklılıklar; Türkiye'ye gelmeden önce alınan kurumsal oryantasyon ve bireysel hazırlık süreçleri ve Türkçenin öğrenilmesidir.* Bu alt boyutların içerikleri ile ilgili yapılan saptamalar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Bu tespitlere göre yabancı yöneticilerin kendi kültürleriyle Türk kültürü arasında gördükleri en önemli farklılıklar din, duygusallık, kurallara uymama ve genel yaşam koşullarındaki farklılıklardır. Diğer taraftan bilişsel kültürel zekânın boyutlarından biri olan oryantasyon sürecinde ise yabancı yöneticilerin Türk kültürüne daha çok bireysel çabalarla uyum sağlamaya çalıştıkları izlenmektedir. Araştırmaya katılan yabancı yöneticilerin Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonra herhangi bir kurumsal oryantasyona tabi tutulmadıkları belirlenmiştir.

Bununla da ilişkili görülebilecek dil öğrenme sürecinde ise yabancı yöneticilerin işyerinde kendi dillerini ya da İngilizceyi ağırlıkta kullansalar da Türkçeyi öğrenmeye çaba gösterdikleri ve bu çabayı özellikle Türk çalışanlarla iyi ilişkiler kurabilmek için önemli buldukları anlaşılmaktadır. Nitekim uzun süreden beri Türkiye'de yaşayan yabancı yöneticilerin iyi derecede Türkçe konuştuğu ve diğer yabancı yöneticilerin büyük bir kısmının ise Türkçeyi öğrenme konusunda çaba gösterdikleri belirlenmiştir.

Motivasyonel Kültürel Zekâ Boyutu

Farklı bir kültürle ilgilenme, uyum için niyet, istek ve çaba gösterme gönüllüğüne yönelik potansiyeli ifade eden motivasyonel kültürel zekâ kapsamında üç konu öne çıkmıştır: *Yabancı yöneticilerin uyum sürecinde yaşadıkları zorluklar, Türk çalışanları motive eden unsurlar ve çalışanlarla informal ilişkilerdir.* Bu alt boyutların içerikleri ile ilgili yapılan saptamalar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre yabancı yöneticilerin kültürel uyum sürecinde yaşadıkları en önemli sorunun içinde yaşadıkları kültürün dilini ve insanların vücut dilini bilmemeleri olduğu belirlenmiştir. Yabancı yöneticilerin bir kısmının, Türk çalışanların duygusal olmasından ve kendilerini yeterince ifade edememelerinden kaynaklanan zorluklar yaşadıkları belirlenmiştir. Bulgular, yabancı yönetici ve Türk departman yöneticileri arasındaki etkili iletişimin sadece kültürü anlamak için değil aynı zamanda yerel kültüre uyumda da etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Yabancı yöneticiler Türk kültüründe bir çalışanı motive eden aracı, çalışanlara karşı açık ve içten olmak, onları dinlemek, onları düşündüğünü hissettirmek ve dokunmak şeklinde nitelendirmişlerdir. Bunun yanı sıra yöneticiler, çalışanları motive eden araçların kültürel özelliğe indirgenemeyeceğini, motivasyon araçlarının evrensel olduğunu da vurgulamışlardır. Öte yandan yabancı yöneticilerin büyük bir çoğunluğunun iş dışında çok sık olmasa da çalışanlarıyla zaman geçirdikleri belirlenmiştir. Yöneticilerin bir kısmının ise turizm sektörünün özelliğinden kaynaklanan uzun iş saatlerinden dolayı ve Türk çalışanların iş ve arkadaşlığı birbirine karıştırmasından dolayı iş dışında fazla zaman geçirmediikleri belirlenmiştir.

Davranışsal Kültürel Zekâ Boyutu

Belirli bir kültürel ortama uygun olan davranışları içeren davranışsal kültürel zekâ kapsamında iki konunun öne çıktığı görülmektedir: *İletişim zorlukları ve kültürel görelilik.* Bu alt boyutların içerikleri ile ilgili yapılan saptamalar Tablo 4 'te gösterilmiştir.

Elde edilen verilere göre yabancı yöneticilerin büyük bir kısmının iletişim anlamında yaşadıkları sıkıntının vücut dilini ve içinde yaşadıkları kültürün dilini bilmemelerinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Türkçe bilmeyen yabancı yöneticilerin İngilizce olarak iletişim kurdukları görülmektedir. Bazı yabancı yöneticilerin içinde yaşadıkları kültürün dilini bilmeseler bile vücut diliyle de iletişim kurabildiklerini belirtmiş olmaları, iletişimin sadece sözlü bir eylem olmadığını ortaya koyar niteliktedir. Katılımcıların bir kısmı ise Türk çalışanların fikirlerini açık bir şekilde ifade edememelerinden dolayı sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 2. Bilişsel Kültürel Zekâ Boyutuna İlişkin Bulgular

Alt Boyutlar	İçerikler	Örnek İfadeler
Türk ve Diğer Kültürler Arasındaki Farklılıklar	Din, duygusallık, kurallara uymama ve genel yaşam koşulları	<p>“En önemli farklılık din. Bence yaşama koşulları açısından da farklılık var. Avusturya’da yaşama koşulları daha iyi. Türkiye’de kötü demek istemiyorum ama farklı. Avusturya’da nasıl büyüdüğünle Türkiye’de nasıl büyüdüğünün farkı var. Fikirler, anlayışlar bunun gibi birçok farklılık yaşıyoruz.”(Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Bana göre en belirgin fark kuralların izlenmesinde ortaya çıkıyor. Örneğin, Hollanda’da birtakım kurallar vardır uyulması gereken ve bu kurallara uyulur. Benim ülkemde ya da Avrupa’da kuralları yerine getirmezsen yaptığın işi ciddiye almadığın anlamına gelir. Türkiye’de kurallar pek fazla ciddiye alınmıyor. Bazıları uyuyor, bazıları uymuyor.”(Hollandalı Yönetici 1)</p> <p>“Ben Hollanda kültüründe doğdum ve büyüdüm. Kendi kültürüm ve Türk kültürü arasındaki en belirgin fark Türkler Almanlara göre daha duygusal. Bunun yanında Türkiye’de ilişkiler çok önemli. Hollanda’da her şey belli kurallara göre yapılır ve iş ortamında duygusallık aranmaz. Türkler için iş ortamında bile arkadaşlık önemli ama benim kültürümde iş ve arkadaşlığın belirli çizgileri vardır.”(Hollandalı Yönetici 2)</p>
Oryantasyon Süreci	Türkiye’ye gelmeden önce alınan kurumsal oryantasyon eğitimleri ve bireysel hazırlıklar	<p>“Hayır, bilgili değildim. Türkiye’ye ve kültürünü öğrenmeye yönelik bireysel bir çabam olmadı. Kurumsal anlamda da herhangi bir oryantasyon eğitimi almadım, sadece Türkiye hakkında kitapçık ve broşür verildi. Türkiye’de çalışmaya başladıktan sonra Türk kültürü hakkında bilgi sahibi olmaya başladım.”(Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Evet, eşim Türk ve dolayısıyla Türk kültürü hakkında bilgili olarak geldim. Bunun yanında Hollanda’da yaşayan çok yakın bir Türk arkadaşımın ülke hakkında birçok bilgi edinmişim gelmeden önce.”(Hollandalı Yönetici 2)</p> <p>“Hayır, bilgili değildim. Biz genel müdürler olarak dünyayı dolaşıyoruz ve bu sırada gittiğimiz ülkelerin kültürlerini öğrenmeye çalışıyoruz. Türkiye’ye geldikten sonra kültürünü ve insanlarını öğrenmeye başladım, fakat kurumsal anlamda bir oryantasyon eğitimi almadım.”(İtalyan Yönetici 2)</p>
Dil öğrenimi	Türkçeye duyulan ihtiyaç	<p>“Şunu kesin bir şekilde söyleyebilirim ki içinde yaşadığınız ülkenin kültürünü anlayabilmek için o dili bilmek gerekiyor. Birçok dil biliyorum ama çok az Türkçe konuşuyorum. Eğer çalışanlarla Türkçe konuşmazsak emin olun çok problem yaşarız. Türkçe öğrenmeye çalışıyorum ve de öğrenmek istiyorum.” (Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“İşyerinde büyük çoğunlukla İngilizce kullanıyorum. İspanyolca konuşulmayan yerlerde özellikle İngilizce kullanıyorum. Dil öğrenmenin kültürü anlama konusundaki etkisi yadsınamaz. 5 yıldır Türkçe eğitimi alıyorum ve çalışanlarla Türkçe konuşmaya da özen gösteriyorum.” (İspanyol Yönetici 1)</p> <p>“Ben altı dil biliyorum. Ofisime kim gelirse onun dilinde konuşmayı tercih ediyorum. Dil kültürü anlama ve yorumlamada önemli bir etken. Şu an iyi derecede Türkçe konuşuyorum ve bu iş ortamındaki ilişkilerime de olumlu bir şekilde yansıyor.” (İtalyan Yönetici 1)</p>

Tablo 3. Motivasyonel Kültürel Zekâ Boyutuna İlişkin Bulgular

Alt Boyutlar	İçerikler	Örnek İfadeler
Uyum Sürecinde Yaşanan Zorluklar	Yabancı dil bilmemek, vücut dilini bilmemek, iletişim problemi, Türklerin duygusallığı	<p>“Türk kültürüne adapte olmak için insanları değiştiremem, ama kendimi değiştirmeliyim dedim. Her şeye açık olmak zorundasınız ve kendi ülkenizle içinde yaşadığınız ülkenin değerlerini karşılaştıramazsınız. Bu yüzden ben kendimi bu kültüre adapte etme yolunu seçtim, böyle de yapmak gerekiyor. Yaşadığım zorluklardan birisi de içinde olduğum kültürün dilini bilmemenden kaynaklandı.”(Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Dil tabii ki en büyük zorluk. Mimikleri, ses tonunu, vücut hareketlerini anlayamamak gerçekten büyük bir zorluk. Dili öğrenmeye başladıktan sonra gelenekleri, yaşam tarzını öğrenmeye çalışmak ve kendini adapte etmeye çalışmak büyük bir zorluk. Aynı dili konuşsan bile iletişimde problemler yaşanabiliyor.” (İspanyol Yönetici 1)</p> <p>“En büyük zorluk iletişimdir. İyi bir şekilde iletişim kurabiliyorsanız, sizden ne beklediğini ve sizin ne beklediğinizi açık bir şekilde karşı tarafa iletebiliyorsanız, her şey mümkün. Türkçe bilmemem yaşadığım zorluklardan biridir.” (İspanyol Yönetici 2)</p>
Türk Çalışanları Motive Eden Unsurlar	Açık ve içten olmak, dinlemek, onları düşündüğünü hissettirmek ve dokunmak	<p>“Çalışanı güdüleyen araçların kültürden kültüre değiştiğini düşünmüyorum. Çalışanları motive etmek kalpten gelen bir şeydir. Onları düşündüğünüzü, önemseyişinizi hissettirmenizdir önemli olan. Bunun kültürle bir ilgisi yok çünkü aynı kültürde bulunan insanlar da birbirinden farklıdır.” (Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Bu kültürde çalışanları güdülemenin yolu her şeyden önce açık olmaktır. Türk kültüründe çalışanlarla konuşurken onlara dokunmak, onları övmek, neşeli olmak diyebilirim. Ve de onları dinlemek ve örnek olmak.” (Alman Yönetici 1)</p> <p>“Çalışanları dinlemek ve onları anladığını göstermek önemli. Örneğin Ramazan ayında birçok çalışanı oruç tutuyor bu durumda onların mesailerinde esneklik yaratma yoluna gidiyorum. Biliyorum ki bu çalışanlar kendilerini işletmeye daha bağlı hissedecek ve motivasyonları artacak.” (Alman Yönetici 2)</p>
Çalışanlarla İnfomal İlişkiler	İş dışında geçirilen zaman	<p>“Evet, zaman geçiriyoruz. Biz bir aile gibiyiz. Bir prosedür olmasından dolayı değil gerçekten 24 saati otelde geçirdiğimiz oluyor. Birlikte çalışıyoruz, yaşıyoruz ve birlikte zaman geçiriyoruz.”(Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Çok sık olmasa da evet. Uzun saatler iş yerinde oluyoruz, aileme de zaman ayırmam gerekiyor bu yüzden çok sık olmasa da zaman zaman çalışanlarla vakit geçirebiliyoruz.” (İspanyol Yönetici 1)</p> <p>“İş dışında çok fazla zaman geçirmiyoruz. Bunun bir nedeni, uzun saatler boyunca otelde bulunmamız. Diğeri ise ortama resmi bir hava vermek istememem, çünkü çalışanlarımla iş dışında herhangi bir aktivitede benim de o ortamda bulunduğumda benden çekinmelerini veya sıkılmalarını istemiyorum.”(İtalyan Yönetici 1)</p>

Diğer taraftan yabancı yöneticilerin büyük bir kısmı, kendi kültürlerinin baskın değerlerini Türk kültürüne empoze etmek yerine farklı kültürlerle açık olmak ve farklı deneyimler elde etmek gerektiğini belirtmişler ve gerektiğinde davranışlarını

ortama uygun hale getireceklerini vurgulamışlardır. Yabancı yöneticilerin kendi kültürünün üstünlüğünü savunan etnosentrik görüşten uzak olduğu, bunun yerine kültürlerin olumlu yönlerini örnek alıp sinerjik bir ortam yaratmaya çalıştıkları belirlenmiştir.

Tablo 4. Davranışsal Kültürel Zekâ Boyutuna İlişkin Bulgular

Alt Boyutlar	İçerikler	Örnek İfadeler
İletişim Zorlukları	Yabancı dil bilmemek, vücut dilini bilmemek, bakış açılarının farklı olması, ifade gücü	<p>“Dil anlamında problem yaşıyorum. Bu iletişim anlamında yaşadığım en büyük problem diyebilirim fakat her zaman problemin üstesinden gelebiliriz, bunun için her zaman bir çözüm vardır. Türkçe bilmesem de vücut hareketlerimle, kullandığım sembollerle iletişim kurmayı başarabiliyorum.” (Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Burada çalışanların çoğu daha önce Almanya’da çalışmış ve Almanca ve İngilizce konuşuyorlar. Ama güvenlik, teknik ve bahçe ile görevli kişiler sadece Türkçe konuşuyorlar. Onlarla iletişim konusunda sıkıntı yaşayabiliyoruz. Bence iletişimde en büyük sıkıntı dil nedeniyle yaşanır onun dışında bir problem yaşamıyoruz.” (Alman Yönetici 2)</p> <p>“Ben en çok vücut diliyle ilgili problem yaşıyorum. Benim hala rahatsız olduğum davranış türü bana dokunulmasıdır. Otobüste veya dışarıdayken iletişim kurmak amacıyla bana dokunulduğunda sinirleniyorum. Biliyorum ki bu kültürde sevgini veya güvenini göstermek için dokunma ihtiyacı hissediliyor ama beni rahatsız ediyor, çünkü böyle bir davranışın olmadığı bir kültürden geliyorum.” (Hollandalı Yönetici 2)</p>
Kültürel görelilik	Kültürel farkındalık, global bakış açısı	<p>“İnanarak yaptığım bazı değerlerim var kesinlikle ama bu değerlerimi Türk kültürüne uyarlamak gibi bir çabam yok. İtalyan, Fransız, Türk olup olmamak benim için önemli değildir. Kendi değerlerimi Türkiye’de yaşatmak kolay fakat benim için önemli olan yeniliklere açık olmak.” (Avusturyalı Yönetici)</p> <p>“Türkiye’de kendi kültürümü yaşatmak gibi bir çabam yok. Böyle bir çabam olsa da bunun kolay olmayacağını söylemek zorundayım. Ben global bir kültürde yaşadığımı düşünüyorum. Uzun zamandır yabancı ülkelerde yaşıyorum ve artık global düşünüyorum bu konuda.” (Hollandalı Yönetici 1)</p> <p>“Hayır, benim öyle bir çabam yok. Aksine yeni kültürleri öğrenmeye meraklı ve istekli bir insanım. Türkiye’de yaşıyorsam bu kültürün değerlerini öğrenmek isterim. Kendi kültürümün değerlerinin de farkındayım ve olumlu yönlerini hep kullanacağım. Yeni karşılaştığım kültürleri de tanımak ve olumlu yönlerini kullanmak isterim.” (İtalyan Yönetici 1)</p>

Türk Departman Müdürlerine Ait Bulgular

Bu bölümde Türk departman müdürlerine ait demografik özellikler ve Türk departman müdürlerinin yabancı bir yöneticiyle çalışma konusundaki görüşlerine ilişkin bulgular sunulmuştur.

Türk Departman Müdürlerine Ait Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında yer alan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde orta ve üst düzey yönetici pozisyonunda çalışan toplam 27 Türk yöneticinin 18’i erkek, dokuzu ise kadındır. Katılımcıların yaş ortalaması 39’dur. Araştırmaya katılan yöneticilerin büyük bir kısmının (n= 24) daha önce yabancı bir müdürle çalışma deneyimi vardır. Katılımcı-

ların buldukları departmana bakıldığında ise araştırmaya katılanların yedisinin insan kaynakları müdürü, beşinin önbüro müdürü, üçünün yiyecek içecek müdürü, üçünün teknik müdür, ikisinin misafir ilişkileri müdürü, ikisinin güvenlik müdürü, ikisinin muhasebe müdürü, birinin operasyon müdürü, birinin kat hizmetleri müdürü ve birinin satış pazarlama müdürü olduğu görülmektedir.

Türk Departman Müdürlerinin Yabancı Bir Yöneticiyle Çalışma Konusundaki Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın amacı doğrultusunda 10 konaklama işletmesi genel müdürüne bağlı olarak çalışan 27 Türk departman müdürüyle gerçekleştirilen görüşmelerin sonucunda beş konunun öne çıktığı

Tablo 5. Türk Çalışanların Yabancı Bir Yöneticiyle Yaşadıkları Çalışma Zorluklarına İlişkin Bulgular

Bağlı Olduğu Yabancı Yönetici	Birlikte Çalışmanın Güçlükleri	Örnek İfadeler
Avusturyalı Yönetici	Dil ve kültür farklılıkları	<p>"Zorlukları var kesinlikle. Zorlukları öncelikle kültür farkı. Bizim çalışanlarımızın davranış biçimleri çok farklı. Örneğin bir Almanla, İsviçreliyle çalışıyorsanız daha disiplinli olmanız gerekir. Bu disipline alıştıktan sonra insan yerli bir müdürle çalışmakta zorluk çekiyor bu sefer de. Kesinlikle zor yönleri var ama bu sizin çalışma tarzınızla alakalı diyebilirim."(Önbüro Müdürü)</p> <p>"Zorlukları var tabii ki, ilk başta dil problemi. Dili çözsük, aynı dili konuşsak bile kültür farklılıklarından kaynaklanan problemler yaşıyoruz. Ne demek istediğimizi, buradaki işleyişi anlayamıyorlar. Aynı frekansta olamıyoruz." (Teknik Müdür)</p>
Alman Yönetici	Dil ve kültür farklılıkları	"Yabancı bir müdürle çalışmanın zorluğu kültür farkından ileri gelmektedir. Çalıştığınız birime göre belli yönetmelikler ve kanunlar var, onları anlatmakta güçlük çekiyorum. Dil farkı benim için önemli..." (Teknik Müdür)
İspanyol Yönetici	Dil ve kültür farklılıkları	<p>"İlk defa Türkiye'ye gelen yabancı bir müdürle çalışmanın zorlukları var elbette. Özellikle bir Avrupa ülkesinden geliyorsa oranın çalışma standartlarıyla buradakini tam oturtamıyorlar. Türk kültürünü anlamaya çalışırken bocalayabiliyorlar, personele yaklaşımlarında ama her dezavantaj bir avantaja dönüştürülebilir sonunda." (İnsan Kaynakları Müdürü)</p> <p>"Kültürel farklılıklardan kaynaklanan zorluklar var, ama zamanla onlar da Türk kültürünü öğreniyorlar ve zorluklar ortadan kalkabiliyor. Yabancı dil açısından problem yaşıyoruz. Ben iyi derecede İngilizce bilmiyorum, bu durumda genel müdürün asistanı aracılığıyla anlaşıyoruz.." (Teknik Müdür)</p>
Hollandalı Yönetici	İletişim zorlukları ve sosyo-ekonomik yapının anlaşılması	<p>Her ülkenin kendine göre bir yapısı vardır. Türkiye'nin de kendine özgü bir ekonomik ve sosyo-ekonomik yapısı vardır. Genel olarak yabancı genel müdürler ekonomik yönlerin analizini geç anlıyorlar ve ekonomik konjonktür hakkında yeterince bilgi sahibi olamıyorlar."(Muhasebe Müdürü)</p> <p>"...Yabancı bir müdürle çalışmanın zorlukları, kültürel farklılıklardan kaynaklanan zorluklar yaşanabiliyor. En önemlisi yabancı dilden kaynaklanan iletişim problemleri yaşanabiliyor zaman zaman. Bunun yanında yöneticiniz sizin kültürünüzü tam anlamıyla öğrenmemişse sizin hareketleriniz, mimikleriniz yanlış anlaşılabilir." (Misafir İlişkileri Müdürü)</p>
İtalyan Yönetici	Dil, anlam ve anlayış farkı	<p>"Yabancı bir müdürle çalışmanın zorlukları vardır tabii ki. Bu sizin altyapınıza ve deneyimlerinize bağlı. Benim zorluk yaşıyorum diyebileceğim konu iletişim olabilir. Farklı kültürlerden veya altyapılardan geliyor olmanın getirdiği birtakım zorluklar yaşanabilir, bakış açılarının farklı olması gibi." (Misafir İlişkileri Müdürü)</p> <p>"Farklı bakış açısından kaynaklanan anlaşmazlıklar yaşanabiliyor zaman zaman, ama bizim genel müdürümüz farklı fikir ve görüşlere açık ve saygıyla yaklaşan bir insan ve bu anlamda bir problem yaşamıyoruz. Eğer ki iletişim kurduğunuz ortak bir dil ve de farklılıklara anlayışla yaklaşılabilir bir yönetim tarzı varsa sorun yaşanacağını düşünmüyorum." (Önbüro Müdürü)</p>

Tablo 6. Türk Çalışanların Yabancı Bir Yöneticiyle Yaşadıkları Çalışma Kolaylıklarına İlişkin Bulgular

Bağlı Olduğu Yabancı Yönetici	Birlikte Çalışmanın Kolaylıkları	Örnek İfadeler
Avusturyalı Yönetici	Farklı düşünce tarzı ve disiplin	<p>“Yabancı bir yöneticiyle çalışmanın yararının olduğunu düşünüyorum. Farklı düşünce tarzlarını görmek insanın vizyonunu geliştiriyor. Bunun yararını karşılıklı olarak gördüğümüze inanıyorum.” (İnsan Kaynakları Müdürü)</p> <p>“Disiplinli ve düzenli bir şekilde çalışmayı seviyorsanız kesinlikle yabancı bir müdürle çalışmak çok güzel. Daha önce yurtdışında da yaşadığım için İngilizce ve Almancaya iyi derecede hâkimim, bu yüzden bir sorun yaşamıyoruz.” (Önbüro Müdürü)</p>
Alman Yönetici	Esnek çalışma tarzı ve profesyonellik	<p>“Aslında biz çok fazla sorun yaşamıyoruz çünkü müdürümüz Türkçe konuşuyor. Yabancı yöneticiler Türk yöneticilere göre çok rahat. Bizim kültürümüzde olduğu gibi ast-üst ilişkisini çok fazla yaşatmıyorlar.” (İnsan Kaynakları Müdürü)</p> <p>“Yerli yöneticiyle çalışmak yerine yabancı bir yöneticiyle çalışmayı tercih ederim. Yabancı yöneticinin sizden istediği sadece iyi bir iş yapmanız. Uzun zamandan beri yabancı yöneticilerle çalışıyorum ve yabancı yöneticiler olaya profesyonelce bakıyorlar. Olayı kişiselleştirmiyorlar.” (Yiyecek İçecek Müdürü)</p>
İspanyol Yönetici	Disiplin ve farklı bakış açısı	<p>“Eğer lisana hâkimseniz, tarza hâkimseniz, ne istediğini iyi ölçebiliyorsanız ve bunu anlamadığınız zaman soracak kadar medeni cesaretiniz varsa yabancı bir müdürle çalışmanın hiçbir zorluğu olduğunu düşünmüyorum. Tam tersine çok şeyler öğrenebileceğiniz yabancı yöneticiler vardır.” (Yiyecek İçecek Müdürü)</p> <p>“Her şeyden önce dünyaya farklı bir açıdan bakabiliyorsunuz ve bu da iş ortamında farklı fikirlerin doğmasına olanak veriyor. Bizim genel müdürümüz de farklı fikirlere önem veren ve saygıyla yaklaşan biridir. Bu anlamda zorluktan ziyade yararlarını gördüğümüzü söyleyebilirim. Uluslararası bir zincir olduğumuz için yabancı dile hâkimiz ve bu konuda rahat bir şekilde iletişim kurduğumuzu söyleyebilirim.” (Önbüro Müdürü)</p>
Hollandalı Yönetici	Profesyonellik, nesnellik ve farklı düşünce tarzı	<p>“Ben Türklerle çalışmayı sevmiyorum. Bana göre yabancı yöneticiler daha profesyonel ve nesnel. Türk müdürler olaya daha duygusal yaklaşıyorlar ve de egoları daha yüksek.” (Satış Pazarlama Müdürü)</p> <p>“Türk kültürünü ne kadar bildiği ve buna ne kadar uyum sağladığıyla ilgilidir bu. Bizim müdürümüz Türk kültürünün farkında ve herhangi bir zorluk yaşamıyoruz. Aksine farklı düşünce tarzı bizi daha geniş kılıyor. Müdürümüz değerlerimizin farkında olan bir yöneticidir.” (Misafir İlişkileri Müdürü)</p>
İtalyan Yönetici	Prensip, farklılıklara açıklık	<p>“Yabancı bir müdürle çalışmanın artı yönlerinin olduğunu düşünüyorum. Bizim genel müdürümüz farklılıklara açık ve çok saygılı bir insan ve iş ortamında da son derece prensiplidir.” (İnsan Kaynakları Müdürü)</p>

görülmektedir: *Yabancı bir yöneticiyle çalışmanın zorlukları, kolaylıkları, yabancı yöneticinin Türk kültürüne yönelik tutumu, karşılıklı kültür anlayışı, yabancı yöneticinin Türk kültürüne yönelik anlayışı ve sergilediği davranış ve yabancı yöneticiyle informal ilişkilerdir.* Bu alt boyutların içerikleri ile ilgili yapılan saptamalar

aşağıda tablolar halinde sunulmuştur. Öncelikle ele alınan yabancı bir yönetici ile çalışma güçlüğü konusudur. Türk departman müdürleri, yabancı bir müdürle çalışmanın zorluklarını dil bilmekten kaynaklanan iletişim problemleri, anlayış farklılıkları ve kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunlar şeklinde sıralamaktadırlar (Tablo 5).

Tablo 7. Yabancı Yöneticilerin Türk Kültürüne Yönelik Tutumlarına İlişkin Algılamalar

Bağlı Olduğu Yabancı Yönetici	Temel tutumlar	Örnek İfadeler
Avusturyalı Yönetici	Saygı, anlayış	"Farklı kültürde ve ortamda olan insanların olaylara yaklaşım tarzları farklı olabiliyor. Biz Türk insanları olarak iş ortamında da iyi arkadaş ilişkileri geliştirmeye çalışıyoruz, sosyal faaliyetlerde bulunmaya çalışıyoruz ama aldığımız kararlara da bu duygusallıkla yaklaştığımız için profesyonelce davranamıyoruz. Genel müdürümüz bizim kültürümüz karşı saygılı ve kültürümüzü anlamaya çalışıyor diyebilirim." (Önbüro Müdürü)
Alman Yönetici	Anlayış, eşitlik	"Genel müdürümüz bizim kültürümüze karşı anlayışlı davranıyor. Benim kültürüme karşı olumsuz bir şekilde davranması çatışma yaratabilir, ama çözülmeyecek bir sorun değildir." (İnsan Kaynakları Müdürü) "Genel müdürümüzün bizim kültürümüze karşı son derece anlayışla yaklaştığını ve uyumlu davrandığını söyleyebilirim. Hatta bazı özel konularda, dini bayramlar gibi bizim haberimiz olmadan hazırlık yaptırabiliyor. Genel müdürümüz kimseye ayrımcılık yapmadan kimi nasıl yöneteceğini gayet iyi biliyor." (Yiyecek İçecek Müdürü) "Bizim inançlarımıza ve gelenek ve göreneklerimize büyük bir oranda değer veriliyor. Şu anki müdürümüz kültürümüze karşı gayet anlayışla yaklaşıyor. Örneğin, bir kurban bayramında kurban kesiliyor ve bayram kutlanıyor. Bunun yanında Ramazan ayında oruç tutan kişilere tolerans gösteriliyor. Bizim genel müdürümüz, oruç tutan personelin barda yapması gereken bir işi gerekirse kendisi barın arkasına geçip yapabiliyor." (İnsan Kaynakları Müdürü)
İspanyol Yönetici	Saygı, uyum, anlayış, olumlu yaklaşım	"Bu konuda zaten bütün yabancı müdürleri hangi ülkeden olursa olsun şöyle bir genelleme yaparsak çalıştıkları yerin kültürüne ve ananelerine çok saygılılar ve o kültürün lisanını öğrenmeye, yaşantı tarzını kendilerine adapte etmeye çalışıyorlar." (Yiyecek İçecek Müdürü) "Yabancı bir müdürle çalışmak profesyonelliği gerektiriyor ama bunun peşinden kültürümüzü anlaması ve bu doğrultuda çalışma programlarını, sektörün ihtiyaçlarını ve bizim yaşayabileceğimiz problemleri anlaması da önemli rol oynuyor." (İnsan Kaynakları Müdürü)
Hollandalı Yönetici	Saygı, eşitlik	"Bizim müdürümüz her kültüre karşı olumlu yaklaşıyor. Bizim kültürümüze bizden daha çok saygılı davranıyor. Bizim kültürümüzde insan ayrımı yapıyor ama bizim müdürümüzde böyle bir davranış ve önyargı kesinlikle yok. O her kültüre karşı saygılı yaklaşan bir yöneticidir." (Satış Pazarlama Müdürü) "Genel müdürümüz son derece saygılı ve düşünceli bir insan bu konuda beni rahatsız eden bir davranışı yok." (Misafir İlişkileri Müdürü)
İtalyan Yönetici	Anlayış, ilgi	"Uluslararası bir şirkette çalıştığımız için farklı kültürleri içimizde barındırıyoruz ve karşılıklı saygı çerçevesinde ortak bir anlayış geliştirebiliyoruz." (Önbüro Müdürü) "Ben genel müdürümüzle bu anlamda bir sıkıntı yaşamıyorum. Kendisi bizim kültürümüzü öğrenme konusunda gayet istekli ve benim kültürümün değerlerini de son derece anlayışla karşılıyor." (İnsan Kaynakları Müdürü)

Diğer yandan yabancı dil bilen ve daha önce yabancı bir müdürle çalışma deneyimine sahip Türk departman müdürlerinin büyük bir kısmı için yabancı bir müdürle çalışmanın kolaylıkları mevcuttur (Tablo 6). Buna göre yabancı yöneticilerin farklı düşünce tarzına sahip olmaları, disiplinli ve prensipli çalışmaları, esnek çalışma tarzına sahip olmaları, farklılıklara değer vermeleri, profesyonellik anlayışları ve tarafsızlıkları bu yöneticilerle çalışmanın olumlu yönlerini oluşturmaktadır. Yabancı dil bilmeyen güvenlik müdürü ve teknik müdür pozisyonlarında çalışanların yabancı bir yöneticiyle çalışma konusunda olumlu bir görüş bildirmemeleri, algılamaların iletişim kurabilmeye bağlı olduğunu gösteren önemli bir sonuçtur.

Araştırmanın bulgularından biri de Türk departman müdürlerinin büyük bir çoğunluğunun yabancı yöneticinin ev sahibi kültüre yönelik olumlu bir tutuma sahip olduğunu belirtmeleridir (Tablo 7); yabancı yöneticilerin saygılı, ilgili ve anlayışlı tavırları ve ayırmacılık yapmamaları en fazla görüş birliğinin olduğu tutumlardır.

Diğer taraftan yabancı yöneticilerin kültürel toleransı ile ilgili belirtilen en önemli özelliklerinin başında kültürü anlama çabası gelmektedir. Türklerle doğrudan iletişim kurma çabası; geleneklerine duyarlı olma, uyumlu bir şirket kültürü oluşturma ve çalışanların hassasiyetlerine dikkat ederek onları motive etme gibi davranışlar en fazla belirtilen hususlardır. Yabancı yöneticilerin kültürel toleransa sahip olmalarının ve kültürel duyarlılıklarının, farklı kültürlerde uzun süre çalışma deneyimleriyle ilişkili bulunduğu da önemli bir tespit olarak belirtilmektedir:

“Türk kültürünü anlayabiliyor. Örneğin, Türkçe konuşmaya çalışıyor. Cuma günü namaza gitmek isteyen personele son derece toleranslıdır. Onların davranışlarını kısıtlama gibi bir şey söz konusu değildir tam tersine kültürümüze karşı açık ve saygılıdır.” (Önbüro Müdürü)

“Evet, Türk kültürünü anlayabiliyor. Her bayram, bayram kutlaması yapılır. Bayramda personele çikolata, lokum dağıtılıyor, işletmede kurban kesiliyor. Onun dışında Ramazanda iş saatinde yemeğe gidemezsiniz gibi bir yaklaşım söz konusu değil. Çalışanların inançlarına karşı gayet saygılı ve anlayışlı davranıyor.” (İnsan Kaynakları Müdürü)

“Genel müdürümüz gayet uyumlu. Ramazanda oruç tutan kişilere karşı son derece saygılı ve anlayışlıdır. Bir

ülkede ne yaşıyorsa 10 Kasım’dan tutun da Kurban Bayramına kadar buradaki insanların durumunu anlayıp ona göre hareket ediyor, gayet toplumsal bir barışıklık içinde devam ediyor.” (Yiyecek İçecek Müdürü)

Türk departman müdürleri ve yabancı müdürlerin karşılıklı kültür anlayışlarının değerlendirildiği aşamada ise Türk departman müdürlerinin büyük bir kısmının yabancı yöneticiyle karşılıklı kültür alışverişinde buldukları, birbirlerinin kültürlerini anlamaya çalıştıkları ve ortak bir kurum kültürü oluşturdukları belirlenmiştir. Departman müdürleri karşılıklı anlayış ve duyarlılık konusunu önemli bulmakta ve bu konudaki çabaların iki tarafın sorumluluğunda gelişebileceğine inanmaktadırlar:

“Bu karşılıklı oluyor. Hem biz onun kültürünü öğrenmeye çalışıyoruz hem de o bizimkini öğrenmeye çalışıyor. Bazı anlamadığı noktalarda ise bizde böyledir sizin kültürünüzde nasıldır gibisinden sorular da soruyor ve karşılıklı bir paylaşım söz konusu oluyor.” (Yiyecek İçecek Müdürü)

“Biz daha çok onun kültürünü anlamaya çaba sarf ediyoruz diyebilirim. Onların resmi ve dini bayramları, aile yapıları, insan ilişkileri gibi kültürel değerleri anlamaya çalışıyoruz.” (Teknik Müdür)

“Her iki taraf da özveride bulunarak birbirini anlamaya çalışıyorlar. Genel müdürümüz kendisine yabancı gelen herhangi bir şeyle, davranışla karşılaştığında bunun anlamını mutlaka sorar. Biz de onun fikirlerini, bakış açısını kavramaya çalışırız ama o bu kültürde yaşadığı için bizim kültürümüzü daha fazla öğreniyor diyebilirim.” (İnsan Kaynakları Müdürü)

Türk departman müdürleri ve yabancı yöneticiler arasındaki informal ilişkilerin var olup olmadığı ile ilgili tespitlerde ise turizm sektörünün karakteristik yapısından kaynaklanan uzun çalışma saatleri ve yoğun iş temposu nedeniyle tarafların iş dışında fazla zaman geçiremedikleri, akşam yemekleri ve hafta sonu gezileri gibi sınırlı düzeyde gerçekleştirilen aktivitelerde bir araya gelebildikleri belirlenmiştir:

“Biz neredeyse günü 24 saatini otelde geçiriyoruz diyebilirim. Normal mesai saatimiz bittikten sonra misafirlerle ilgileniyoruz ve bu sayede de çalışanlar olarak hep birlikte zaman geçirme fırsatımız oluyor.” (Önbüro Müdürü)

“Zaten uzun saatler işteyiz, iş dışında dışarıya çıkmaya çok vakit olmuyor, ama sezon sonunda gala yemeklerimiz olabiliyor.” (İnsan Kaynakları Müdürü)

“Çok sınırlı diyebilirim ve yine işin devamı niteliğinde devam eden aktiviteler, buna akşam yemekleri de dahildir.”(Teknik Müdür)

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetimi üzerindeki etkisinin belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada yabancı yöneticilerin bilişsel, motivasyonel ve davranışsal kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetilmesinde olumlu bir etkisinin olduğu saptanmıştır.

Araştırma bulguları, yabancı kökenli yöneticilerin büyük bir kısmının Türk kültürü ve kendi kültürleri arasındaki farklılıkların bilincinde olduklarını ve bu anlamda güçlü bir bilişsel kültürel zekâya sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Nitekim Livermore (2011) ve Brislin, Worthley ve MacNab (2006) gibi araştırmacılar; bilişsel kültürel zekâ boyutunu benzer şekilde kavramsallaştıran yazarlardır ve araştırma bulguları bu görüşleri destekler niteliktedir.

Bilişsel kültürel zekâ boyutu çerçevesinde Türk kültürü ve diğer kültürler arasındaki farklılıklar olarak betimlenen alt boyutta dikkat çekici unsurlar din, duygusallık, kurallara uymama ve genel yaşam koşulları olarak ortaya çıkmaktadır. Bilişsel kültürel zekânın önemli bir alt boyutu yerel dilin bilinmesi konusundaki gerekliliktir. Bu bağlamda araştırma bulguları ışığında; yabancı yöneticiler ile herhangi bir yabancı dili iyi düzeyde bilmeyen Türk departman müdürleri arasında anlaşabildikleri ortak bir dilin olmaması nedeniyle anlaşmazlık yaşanabildiği görülmüştür. Early ve Ang de (2003) bu boyutun varlığını görgül araştırma bulguları ile saptamış olan araştırmacılarıdır. Arora ve Rohmetra (2010), İngilizceyi iyi bilen ve farklı kültürlerden birileriyle etkileşimi seven bir bireyin kolaylıkla iletişime geçebildiğini, kültürlerarası ortamın gerektirdiği sözlü ve sözlü olmayan davranışları başarıyla sergileyebildiklerini belirlemiştir.

Bilişsel kültürel zekânın bir alt boyutu olarak ortaya çıkan kurumsal oryantasyon boyutu incelendiğinde; araştırmaya katılan yabancı yöneticilerin Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonra herhangi bir kurumsal oryantasyona tabii tutulmadıkları belirlenmiştir. Bunun yanında araştırmaya katılan yabancı yöneticilerin tamamının daha önce farklı ülkelerde çalışma deneyimine sahip olduğu

dikkat çekmektedir. Yabancı yöneticiler, farklı ülkelerde çalışma deneyiminin kültürel uyumu kolaylaştırdığı yönünde bildirimde bulunmuşlardır. Bu sonuçlar kültürel zekâ ve yurtdışı görev tecrübesi ilişkisini görgül araştırmalara dayalı olarak inceleyen Ang, Van Dyne ve Koh (2008), Tarique ve Takeuchi'nin (2008) elde ettikleri bulgularla örtüşür niteliktedir.

Motivasyonel kültürel zekâ boyutu altında ortaya çıkan alt boyutlar; uyum sürecinde yaşanan zorluklar, Türk çalışanları motive eden unsurlar ve çalışanlarla informal ilişkiler olarak çerçevelenmiştir. Uyum sürecinde yaşanan zorluklar; yabancı dil bilmemek, vücut dilini bilmemek, iletişim problemi ve duygusallık yönünden yaşanan farklılıklardır. Yabancı yöneticilerin kültürel uyum sürecinde karşılaştıkları en önemli sorunun içinde yaşadıkları kültürün dilini bilmemeleri, bu boyut altında da kendini göstermiştir. Türk insanının duygusallık boyutundaki farklılığının anlaşılması, açık ve içten davranış, hissetmek ve çaba göstermek, dokunmak gibi özellikler bir anlamda dışı kültürün üyesi olan Türk çalışanlarını motive eden unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Bu tanımlamalar, Türk kültürünün dışı kültür özellikleri ile örtüştüğünü göstermektedir. Hofstede (1980), dışı kültürün göstergelerini insanlar arası ilişkilere ve insana verilen önem şeklinde belirtmiştir. Bunun yanında, Türk departman müdürlerinin görüşleri genel olarak değerlendirildiğinde yabancı bir yöneticiden beklendiği şeyin anlayış, disiplin ve esnek bir yönetim tarzı olduğu belirlenmiştir. Öne çıkan bu unsurların kültürlerarası uyumu ve takım uyumunu güçlendirdiği söylenebilir. Sonuçlar, Templer (2006), Lee ve Sukoco (2010) ve Tsai ve Lawrence (2011) tarafından yapılan görgül araştırmalarla ulaşılan sonuçlarla paralellik göstermektedir. Araştırmacılar, motivasyonel kültürel zekâ ile kültürel uyum arasında anlamlı bir ilişkinin olduğuna dikkat çekmekte ve motivasyonel kültürel zekâsı yüksek olan bireylerin yüksek düzeyde kültürel uyuma sahip olduğunu belirtmektedirler.

Davranışsal kültürel zekâ boyutu altında ortaya çıkan alt boyutlar ise iletişim zorlukları ve kültürel görelilik şeklinde sınıflandırılmıştır. Alt boyutlar derinlemesine incelendiğinde, Türk departman müdürlerinin büyük bir çoğunluğunun işyeri ortamında ortak bir kurum kültürü oluşturdukları ve yabancı genel müdürlerin gerektiğinde Türk kül-

türüne uygun davranış sergiledikleri ve kendi kültürlerinin baskın değerlerini yaşatmaktan ziyade farklı kültürlere açık olmayı tercih ettikleri ve esnek oldukları belirlenmiştir. Özellikle yabancı yöneticilerin Türk insanı için önem arz eden Ramazan ayında oruç tutan personele karşı anlayışlı ve esnek davranışlar geliştirmesi bu anlamdaki uyumu güçlendiren ana unsur olarak ifade edilmiştir. Araştırma bulgularına göre; yabancı yöneticiler ve onlara bağlı çalışanların tamamının farklı değerlerle kendi değerlerini birleştiren bir yaklaşım sergilemesi her iki grubun da etnik kültürlerin üstüne çıkarak işletme içindeki kültürel farklılığın hem olumlu hem de olumsuz yönlerini algılayarak bir yaklaşım benimsediğini göstermektedir. Bu bulgular, Thomas ve Inkson (2004) tarafından gerçekleştirilen görgül araştırma sonuçları ile örtüşmektedir ki yazara göre kültürel zekâsı yüksek olan bir yönetici farklı kültürlerarası durumlarda uygun bir şekilde davranabilme yeteneğine sahiptir. Aynı zamanda Livermore (2011), kültürel zekâsı yüksek olan bir yöneticinin Ramazan ayında oruç tutan bir çalışanı nasıl idare edeceğini bildiğini ve bunu anlama yeteneğine sahip olduğunu belirtmiştir. Earley ve Gardner (2005) ise çok kültürlü takımları yöneten bir yöneticinin ekip üyeleriyle iyi ilişki kurmak için esnek bir çalışma tarzına sahip olduğunu görgül araştırma bulguları ile saptamışlardır.

Davranışsal kültürel zekânın alt boyutlarından biri olan iletişim zorlukları diğer boyutlarda saptandığı üzere burada bir kez daha tespit edilmiştir. Yabancı yöneticilerin iletişim anlamında yaşadıkları sıkıntının içinde yaşadıkları kültürün dilini ve insanların vücut dilini bilmemeleri olduğu göz önüne alınırsa yabancı yönetici ve Türk departman müdürleri arasındaki etkili iletişimin yerel kültüre adaptasyonda ve iyi bir yönetim sağlanmasında etkili olduğu sonucuna varılabilir.

Elde edilen bulgular ışığında; araştırmaya katılan yabancı yöneticilerin farklı kültürel özellik taşıyan işgücünü ortak ve paylaşılan değerler etrafında birleştirebilen, kültürel farklılıkları işletmenin en önemli rekabet aracına dönüştürebilen, etnosentrik görüşten uzak durarak farklı değerlerle kendi değerlerini birleştireci bir yaklaşım benimseyen ve farklı motivasyon stratejilerini etkin bir biçimde uygulama esnekliğini gösteren vizyon sahibi bireyler olduğu belirlenmiştir. Yabancı yöneticiler, pozitif ve insani değerlerin buldukları organizasyon-

larda sürdürülmesi için çaba sarf etmektedirler. Yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetimine olumlu anlamda etki ettiği sonucu; yabancı yöneticilerin kültürel farkındalıkları, iletişimsel yeterlilikleri, kültürel değerler ve davranışlara karşı bilişsel yeterlilikleri, değer farklılıklarını anlayabilmeleri ve sonuç olarak farklılıklardan sinerjik kazançlar elde edebilmeleri şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte bazı sorunların da yaşandığı görülmektedir. Özellikle yabancı dil konusunda yaşanan sıkıntı her üç boyutta da kendisini göstermektedir. Bu bağlamda hem yabancı yöneticilerin yerel dili bilmesi hem de Türk çalışanların evrensel dil olan İngilizce konuşma yeteneklerinin geliştirilmesi konusundaki gayretler artırılmalıdır. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise kurumsal oryantasyon eksikliğidir. Oryantasyon eğitiminin yöneticilerin kurumu benimseme, performanslarını artırma ve yabancı bir kültüre alışma evresindeki etkisi düşünüldüğünde konaklama işletmelerinin bu alandaki çalışmalara ağırlık vermeleri gerektiği söylenebilir.

Bu çalışmanın, konaklama işletmelerinde kültürel farklılıkların yönetiminde kültürel zekânın etkisinin belirlenmesinin hem teorik hem de pratik tartışmaların anlaşılmasına yardımcı olması ve ampirik veri sağlaması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Turizmle ilgili ulusal ve uluslararası alan yazında yabancı yöneticilerin kültürel zekâsının kültürel farklılıkların yönetimine etkisine dayanan bir alan araştırmasına rastlanmamaktadır. Bu çalışma bu alandaki boşluğu doldurur niteliktedir. Bunun yanında kültürel çalışmaların birçoğu nicel araştırmalar üzerine kurulmuştur. Bu çalışmada, nitel araştırma desenlerinden elde edilen sonuçların nicel araştırmalardan elde edilen sonuçlarla karşılaştırılması bakımından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir ve bu çalışma ile konaklama işletmeleri bağlamında kültürel zekâyâ ilişkin kavramsallaştırmalarda yararlanılabilecek alt boyutlar da ortaya koyulmuştur.

Her kültürü temsil eden yabancı yönetici sayısının az olması ve tek kişi olarak algıları yansıtması ve yabancı yönetici sayısı bakımından Antalya ve İstanbul illeri kadar önemli olan Ankara ilinin kapsam dışında tutulması bu araştırmanın en önemli kısıtıdır. Buna rağmen elde edilen sonuçların daha geniş örneklerle yapılan çalışmalarda saptanan temel özellikleri desteklemesi, sınırlı örneklerle

çalışılsa da nitel yöntemlerin son derece etkili ve keşfedici olduğunu göstermektedir. Bu alanda gelecekte yapılacak olan çalışmalar Antalya ve İstanbul dışındaki merkezleri de içine alırsa daha genel ve güvenilir sonuçlara ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksu, A. A. ve Ehtiyar, V. R. (2007). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K.Y., Templer, K. J., Tay, C. ve Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation, and Task Performance, *Management and Organization Review*, 3(3): 335-371.
- Ang, S. ve Van Dyne, L. (2008). Conceptualization of Cultural Intelligence: Definition, Distinctiveness, and Nomological Network. İçinde Ang, S ve Van Dyne, L. (Eds.) *Handbook on Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications*, Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Ang, S., Van Dyne, L. ve Koh, C. K. S. (2006). Personality Correlates of the Four Factor Model of Cultural Intelligence, *Group and Organization Management*, 31: 100-123.
- Arora, P. ve Rohmetra, N. (2010). Cultural Intelligence: Leveraging Differences to Bridge the Gap in the International Hospitality Industry, *International Review of Business Research Papers*, 6(5): 216-234.
- Asunakutlu, T. ve Safran, B. (2004). Kültürel Farklılıklardan Kaynaklanan Çatışmalara Yönelik Bir Araştırma (Marmaris Turizm Sektörü Örneği), *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1): 26-49.
- Black, J. S. (1988). Work Role Transitions: A Study of American Expatriate Managers in Japan, *Journal of International Business Studies*, 19: 277-294.
- Brislin, R., Worthley, R. ve Macnab, B. (2006). Cultural Intelligence: Understanding Behaviors that Serve People's Goals, *Group and Organization Management*, 31: 40-55.
- Caligiuri, P. M. (2000). The Big Five Personality Characteristics as Predictors of Expatriate's Desire to Terminate the Assignment and Supervisor-rated Performance, *Personnel Psychology*, 53(1): 67-88.
- Christensen Hughes, J. (1992). Cultural Diversity: The Lesson of Toronto's Hotels, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33 (2): 78-87.
- Cox, T. H., Blake, S. (1991). Managing Cultural Diversity: Implications for Organizational Competitiveness, *Academy of Management Executive*, 5(3): 45-57.
- D'Annunzio-Green, N. (1997). Developing International Managers in the Hospitality Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(4/6): 199-208.
- Deng, L. ve Gibson, P. (2008). A Qualitative Evaluation on the Role of Cultural Intelligence in Cross-Cultural Leadership Effectiveness, *International Journal of Leadership Studies*, 3(2): 181-197.
- DuPlessis, Y. (2011). Cultural Intelligence as Managerial Competence, *Alternation*, 18(1): 28-46.
- Earley, P. C. ve Mosakowski, E. (2004). Cultural Intelligence, *Harvard Business Review*.
- Early, P. C. ve Ang, S. (2006). Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures, *Academy of Management Review*, 31(2): 489-502.
- Early, P. C. ve Ang, S. (2003). *Cultural Intelligence across Cultures*. CA: Stanford Üniversitesi Yayınları.
- Early, P. C. ve Peterson, R. S. (2004). The Elusive Chameleon: Cultural Intelligence as a New Approach to Intercultural Training for the Global Manager, *Academy of Management Learning & Education*, 3(1): 100-115.
- Earley, C. ve Gardner, H. (2005). Internal Dynamics and Cultural Intelligence in Multinational Teams, *Advances in International Management*, 18: 3-31.
- Earley, P. C. (2002). Redefining Interactions across Cultures and Organizations: Moving Forward with Cultural Intelligence, *Research in Organizational Behavior*, 24: 271-99.
- Ehtiyar, R. (2003). Kültürel Sinerji: Uluslararası İşletmelere Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (5): 66-78.
- Groves, K. S. ve Feyerherm, A. E. (2011). Leader Cultural Intelligence in Context: Testing the Moderating Effects of Team Cultural Diversity on Leader and Team Performance, *Group & Organization Management*, 36(5): 535-566.
- Harris, M. M. (2006). Global forum: Cross Cultural Skill: An Emerging Construct for the 21st Century, *The Industrial Organizational Psychologist*, 44 (2): 49-52.
- Hofstede, G. (1998). Identifying Organizational Subcultures: An Empirical Approach, *Journal of Management Study*, 35(1): 1-12.
- Hughes, J. G. (1999). *The Use of Studies to Enhance Diversity Management Effectiveness*. Council for Hospitality Research Conference. Surrey University, Guildford.
- İslamoğlu, A. H. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kanfer, R. ve Heggstad, E. D. (1997). Motivational Traits and Skills: A Person-centered Approach to Work Motivation, *Research in Organizational Behavior*, 19: 1- 56.
- Kim, Y. J. ve Van Dyne, L. (2012). Cultural Intelligence and International Leadership Potential: The Importance of Contact for Members of the Majority, *Applied Psychology: An International Review*, 61: 272-294.
- Kirk, J. ve Miller, M. L. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Lee, L. Y. ve Sukoco, B. M. (2010). The Effects of Cultural Intelligence on Expatriate Performance: The Moderating Effects of International Experience, *The International Journal of Human Resource Management*, 21(7): 963-981.
- Lundberg, C. ve Woods, R. (1990). Modifying Restaurant Culture: Managers as Cultural Leaders, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2(4): 5-13.
- Livermore, D. (2011). *The Cultural Intelligence Difference, Master One Skill You Can't Do Without in Today's Global Economy*. American Management Association.
- MacClachlan, M. (2011). Cultural Intelligence: A Necessity for Working Effectively Across Cultures. <http://www.comunicaid.com/cross-cultural-training/blog/cross-cultural-training/cultural-intelligence-a-necessity-for-working-effectively-across-cultures>, Erişim tarihi: 12 Eylül 2013.

- Maxwell, G., McDougall, M., Blair, S. (2000). Managing Diversity in the Hotel Sector: The Emergence of a Service Quality Opportunity, *Managing Service Quality*, 10(6): 367-73.
- Miles, B. M. ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book*. Kaliforniya: Sage Yayınları.
- Mok, C., Pine, R. ve Pizam, A. (1998). Work Values of Chinese Hotel Managers, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 21 (3): 1-16.
- Proctor, T. (2005). *Pazarlama Araştırmasının Temelleri*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Rockstuhl, T., Seiler, S., Van Dyne, L. ve Annen, H. (2011). Beyond General Intelligence (IQ) and Emotional Intelligence (EQ): The Role of Cultural Intelligence (CQ) on Cross-Border Leadership Effectiveness in a Globalized World, *Journal of Social Issue*, 67(4): 825-840.
- Rugman, A. M. ve Hodgetts, R. M. (1995). *International Business: A Strategic Management Approach*. Softcover, Financial Times Management.
- Sadeghian, E. (2011). Presentating of the Effectual Cultural Intelligence Model of Manager on Effectiveness Iran Khodro Organization of Iran, *European Journal of Scientific Research*, 61 (3): 402-403.
- Seymen, O. A., (2005). Örgütlerde Kültürel Çeşitlilik Olgusu, Boyutları ve Etkin Yönetimi Konusunda Farklı Yaklaşımlar: Yazınsal Bir Derleme, *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 16 (50): 3-23.
- Şahin, F. ve Gürbüz, S. (2012). Kültürel Zekâ ve Öz-Yeterliliğin Görev Performansı ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerinde Etkisi: Çokuluslu Örgüt Üzerinde Bir Uygulama, *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(2): 123-140.
- Şahin, F. (2011). Liderin Kültürel Zekâsının Astların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İş Doyumu Üzerine Etkisi, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10(2): 80-104.
- Tan, J. S. (2004). Issues & Observations: Cultural Intelligence and the Global Economy, *Leadership in Action*, 24 (5): 19-21.
- Tarique, I. ve Takeuchi, R. (2008). Developing Cultural Intelligence: The roles of International Nonwork Experiences. İçinde Ang, S. ve Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications*. M.E. Sharpe, Inc., Armonk.
- Tay, C., Westman, M., ve Chia, A. (2008). Antecedents and Consequences of Cultural Intelligence Among Short-term Business Travelers. İçinde Ang, S. ve Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook on Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications*. Armonk, NY: M.E.: 126-144.
- Tekbıyık, A. ve Akdeniz, A. R. (2008). İlköğretim Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programını Kabullenmeye ve Uygulamaya Yönelik Öğretmen Görüşleri, *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 2(2): 23-37.
- Templer, K. J., Tay, C. ve Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational Cultural Intelligence, Realistic Job Preview, Realistic Living Conditions Preview, and Cross-cultural Adjustment, *Group and Organization Management*, 31(1): 154-173.
- Thomas, D. C. ve Inkson, K. (2004). *People Skills for Global Business*. Berrett-Koehler Publishers.
- Thomas, D. C., Elron, E., Stahl, G., Ekelund, B. Z., Ravlin, E. C., Cerdin, J.-L., Poelmans, S., Brislin, R., Pekerti, A., Aycan, Z., Maznevski, M., Au, K., ve Lazarova M. B. (2008). Cultural Intelligence: Domain and Assessment, *International Journal of Cross Cultural Management*, 8: 123-143.
- Triandis, H. C. (2006). Cultural Intelligence in Organizations, *Group and Organization Management*, 31: 20-26.
- Trompenaars, F. ve Hampden-Turner, C. (1997). *Riding the Waves of Culture*. Londra: Nicholas Brealey Yayınları.
- Tsai, T. ve Lawrence, N. (2011). The Relationship between Cultural Intelligence and Cross-Cultural Adaptation of International Students in Taiwan, *International Conference on Management, Penang, Malezya*: 569-583.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6 (24): 543-559.
- Van Dyne, L., Ang, S. ve Livermore, D. (2010). Cultural Intelligence: A Pathway for Leading in a Rapidly Globalizing World. İçinde Hannum, K. M., McFeeters, B. AndBooyesen, L. (Eds.), *Leadership Across Differences*: 131-138.
- Van Dyne, L., Ang, S., Ng, K. Y., Rockstuhl, T., Tan, M. L. ve Koh, C. (2012). Sub-Dimensions of the Four Factor Model of Cultural Intelligence: Expanding the Conceptualization and Measurement of Cultural Intelligence, *Social and Personality Compass*, 6(4): 295-313.
- Van Dyne, L., Ang, S., Koh, C. (2008). Development and Validation of the CQS: The Cultural Intelligence Scale. İçinde Ang, S. ve Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook on Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Applications*. Armonk, NY: M.E.: 126-144.
- Vedadi, A., Kheiri, B. ve Abbasalizadeh, M. (2010). The Relationship between Cultural Intelligence and Achievement: A Case Study in an Iranian Company, *Iranian Journal Management Studies*, 3(3): 25-40.
- Vincere, A. A. (1995). The Cycles of Global Leadership, *American Journal of Management*, 1(3): 227-243.
- Yeşil, S. (2009). Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zekâ, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(16): 100-131.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Talep Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz

Demand Shocks: An Analysis for Turkish Tourism Sector

Kurtuluş BOZKURT*, Ozan BAHAR**

*Yrd. Doç. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, P. K. 09200, Söke, Aydın.
E-posta: kurtiboz_48@hotmail.com

**Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, P.K. 48170, Kötekli, Muğla.
E-posta: obahar@mu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 20 Şubat 2014

Birinci değerlendirme: 16 Mart 2014

İkinci değerlendirme: 25 Haziran 2014

Kabul: 5 Ağustos 2014

Anahtar sözcükler:

Turizm talebi, Talep şokları, Panel veri analizi.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türk turizm sektöründeki talep şoklarının etkilerini analiz etmektir. Bu bağlamda Türkiye'ye en çok turist gönderen 24 ülke için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Turizm İstatistikleri veri tabanından elde edilen veriler ile 1991-2010 dönemini kapsayan bir panel veri seti oluşturulmuş ve panel birim kök analizleri yapılmıştır. Yapılan panel birim kök analizleri ile söz konusu şokların etkilerinin geçici mi yoksa kalıcı mı olduğu analiz edilmiştir. Yapılan panel birim kök analizleri sonucunda söz konusu talep şoklarının etkilerinin geçici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda bu çalışma Türk turizm sektöründe talep şoklarının tanımlanması ve etkilerinin analizi noktasında öncül bir çalışma olma niteliği taşımaktadır.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 20 February 2014

Resubmitted: 16 March 2014

Resubmitted: 25 June 2014

Accepted: 5 August 2014

Key words:

Tourism demand, Demand shocks, Panel data analysis.

ABSTRACT

The aim of the study is to analyze the effects of demand shocks in Turkish tourism sector. In this context, a panel data set has been executed of the time period including from 1991 to 2010 which has been gathered from the tourism statistics database of the ministry of Culture and Tourism of The Republic of Turkey and panel unit root analysis established. By determining the panel unit root analysis; the effects of demand shocks have been taken into investigation whether they are permanent or not. As a result of the analysis, it is reached to a decision that the demand shocks are non-permanent. In this study, it is aimed to identify the demand shocks of Turkish tourism sector and to analyze the effects so that it has a pioneer manner for the subject considered.

GİRİŞ

Turizm, 21. yüzyılın en önemli hizmet sektörlerinden biridir. Bundan çok değil 50-60 yıl öncesine kadar, ekonomik önemi pek de fark edilmeyen turizm, bugün artık ister gelişmiş isterse az gelişmiş olsun tüm ülkeler için döviz geliri getiren önemli bir sektör konumundadır. Gelir kazandırıcı yönünün giderek artması ile birlikte, ülkelerin uluslararası turizm piyasasından pay alma ve pazar arayışı ile bunun beraberinde getirmiş olduğu rekabet, özellikle Akdeniz bölgesinde her geçen gün artmaktadır (Bahar ve Kozak 2007; Kozak, Baloğlu ve Bahar 2010). Dolayısıyla ülkeler doğrudan yabancı

sermaye yatırımları başta olmak üzere, bir takım teşvik, hibe, düşük faizli kredi ve desteklerle sektöre çok büyük yatırımlar yapmakta ya da çekmeye çalışmaktadır (Bahar 2010). Ancak ekonominin imalat öncelikli olmak üzere diğer sektörlerine oranla, turizme yapılan yatırımların geri dönüş süresi oldukça uzundur. Diğer bir deyişle, diğer sektörlerde yapılan yatırımların geri dönüşü 3-5 yıl iken bu süre turizmde yedi ila 10 yıla kadar çıkabilmektedir. Bu bağlamda, turizm sektörüne yapılacak olan yatırımların geri dönüşü ve sürdürülebilirliği sorunu, hem yatırımcı hem de ülke ekonomisi açısından düşünmeye değer bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer taraftan, turizm sektörü benzer şekilde ekonominin diğer sektörlerine göre bir takım şoklardan çok çabuk bir biçimde etkilenebilmektedir. Turizm sektörünü etkileyebilecek olan şokların değişik kaynakları ya da çeşitleri mevcuttur. Terör ve güvenlik olayları ile politik ve siyasi kargaşalar, ülkedeki güven ortamının bozulması, bulaşıcı ve salgın hastalıklar, doğal afetler, döviz kurlarında ve petrol fiyatlarında meydana gelen değişimler, negatif arz-talep şokları ile birlikte ekonomik krizler bunlara örnek olarak verilebilir. Böylece çok büyük miktarlarda sabit sermaye yatırımlarının yapıldığı ve çok riskli bir yatırım alanı olarak görülen bu sektördeki şokların etkisinin kalıcı mı yoksa geçici mi olacağı sorusu akla gelmektedir. Eğer şokların etkisi kalıcı ise yapılan yatırımların geri dönüş süresi uzar ve turizmden elde edilmesi beklenen gelirler kaybedilebilir veya sağlanan kazançların sürdürülebilirliği tehlikeye girebilir. Ters durumda yani şokların etkisi geçici ise ekonomik açıdan herhangi bir olumsuz durum söz konusu olmayacak, yapılan yatırımların geri dönüş süresi uzamayacak, turizmden beklenen gelirler elde edilebilecek ve sağlanan kazançların sürdürülebilirliği tehlikeye girmeyecektir.

Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de turizm ekonomisi oldukça önemli bir yer tutmakla birlikte, 1980’li yıllardan itibaren sağlanan teşvik ve uygulanan politikalar ile turizm sektörü hızlı bir gelişme göstermiştir (Bahar 2006). 1980 yılında 1.288.000 olan yabancı turist sayısı 2010 yılında 27.000.000’a ulaşmıştır. Türkiye uluslararası ziyaretçi alımında %2,9’luk payı ile dünya genelinde en çok turist alan altıncı ülke konumundadır. Turizm gelirlerindeki artış oransal olarak turist sayısındaki artış kadar fazla olmasa da 2010 yılı verilerine göre, uluslararası turizm piyasasından elde edilen 20,8 milyar dolar gelirle Türkiye, dünya genelinde 10. sırada yer almıştır (WTO 2011). Türkiye elde edilen turizm geliri sıralamasında, 2010 yılında 10. Sırada iken 2014 yılında dünya genelinde ilk 10’a girememiştir (WTO 2014). 1998 yılında 736 ABD Dolarına ulaşan ortalama turist harcaması ise 2000 yılından itibaren bir düşüş eğilimine girerek 2010 yılında 755 ABD Doları olarak gerçekleşmiş, 2014 yılı rakamları ile ise ancak 828 ABD Dolarına çıkabilmiştir. Bununla birlikte sektörel olarak turizm Türkiye ekonomisi için en önemli gelir ve de döviz kaynaklarından biridir. 2009 yılında turizmin GSMH’deki

yeri %3,4, toplam ihracat içindeki payı %20,8 olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret açığını kapatmakta rolü çok büyük olan turizm, tüm dünyada daralmanın yaşandığı 2009 yılında toplam dış ticaret açığının %54,79’unu, 2010 yılında ise %29,08’ini tek başına kapatmıştır (www.tursab.org.tr).

Buradan hareketle, şokların yabancı turist sayısı ve harcamaları üzerindeki etkisinin kalıcı mı geçici mi olup olmadığının belirlenmesi, Türkiye’nin bu sektörden elde edeceği gelirlerin devam edip etmeyeceğinin ortaya konulması açısından büyük önem arz etmektedir. Çünkü Türkiye, mevcut yer altı/üstü kaynakları düşünüldüğü zaman öncelikle bir turizm ülkesi olarak değerlendirilmekte ve bu anlamda da sektöre hem ülke içinden hem de ülke dışından ciddi ölçüde yatırımlar yapılmaktadır. Bu yatırımların en az zararla geri dönmesi ve kâr sağlanması; ülkedeki işsizlik, dış ticaret açığı, ekonomik büyüme gibi temel makroekonomik sorunlara da çözüm olacaktır.

Bu bilgilerin ışığında yapılacak olan çalışmanın amacı, Türkiye’ye en çok turist gönderen 23 ülke için bir panel veri seti oluşturularak, şokların etkisinin kalıcı mı yoksa geçici mi olduğunu araştırmaktır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle konu ile ilgili turizm alanyazını özetlenmiş, daha sonra çalışmanın veri seti ve analiz yöntemi açıklandıktan sonra ulaşılan uygulama sonuçları yorumlanmıştır.

ALANYAZIN İNCELEMESİ

Turizm ekonomisi alanyazınında turizm sektöründeki olayların neden-sonuç ilişkisini açıklamakta kullanılan değişkenlerin durağanlık özelliğini inceleyerek, şokların ilgili değişkenlere ait seriler üzerindeki etkisinin kalıcı mı yoksa geçici mi olduğunu araştıran az sayıda da olsa bilimsel bazı araştırmalar mevcuttur. Bunlardan ilki Narayan’ın 2005 yılında Fiji için 1970-2002 yıllarını kapsayan çalışmasıdır. Narayan burada öncelikle “turist harcamaları” serisinin durağanlığını araştırmıştır. Genişletilmiş Dickey-Fuller testi serisinin durağan olmadığını, Zivot ve Andrews ile Lumsdaine ve Papell testleri ise askeri darbe dönemlerine denk gelen yapısal kırılmanın dikkate alınması halinde serinin durağan olduğunu göstermiştir. Narayan, 2005 yılında yine Fiji’deki 1987 yılında General Siveni Rabuka’nın yapmış olduğu askeri darbenin (şokun) ülkenin turist harcaması üzerindeki etkisinin kalıcı mı yoksa geçici mi olduğunu araştırdığı

çalışmasında, 1970-2002 yıllarını kapsayan dönem için Vogelsang trend break testini kullanmıştır. Buna göre 1988 yılında yapısal bir kırılmanın olduğu sonucu ortaya çıkmakta, ancak daha sonraki dönemde Fiji'nin turist harcamaları üzerinde Rabuka darbesinin etkisinin geçici olduğu gözlenmektedir.

Bhattacharya ve Narayan (2005), 1980-1999 dönemi için Hindistan'a turist gönderen 10 ülkeden gelen turistlerin sayısını gösteren serilerin durağan olup olmadığını hem zaman serileri ve hem de panel birim kök veri analiziyle incelemeye çalışmışlardır. Panel birim kök veri analizi, serilerin durağan olduğunu gösterirken, zaman serisinde bunun tam tersi bir sonuç ortaya çıkmıştır. Doğal felaketler, Pakistan ve Hindistan arasındaki sınır ihlalleri gibi dışsal şokların Hindistan'a gelen ziyaretçiler üzerinde herhangi bir kalıcı etkisinin olmadığı yani serilerin durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Bu faktörlerin, ülkenin turizm sektörü üzerindeki etkisi geçici ve kısa dönemlidir.

Eğer bir ülkeye olan ziyaretçi girişleri durağan değilse bu durumda şokların ziyaretçi sayıları üzerinde etkisi kalıcı olmaktadır. Bu bağlamda, ekonometrik olarak bakıldığında serilerde yapısal kırılmanın olması kısaca şok olarak tanımlanmaktadır. Diğer taraftan eğer ziyaretçi sayılarını gösteren serilerde bir durağanlık söz konusu ise bu durumda şokların ziyaretçi sayıları üzerindeki etkisi de geçici olacaktır.

Narayan'ın 2008 yılında Avustralya'ya 28 ayrı ülkeden gelen ziyaretçilerin sayısını gösteren ve 1991-2003 dönemini kapsayan diğer bir çalışmasında serilerin durağanlığını incelemiş ve panel birim kök testleri serilerin durağan olduğunu göstermiştir. Bireysel birim kök testleri ise sadece yapısal kırılmanın dikkate alındığı durumda bu sonucu desteklemiştir. Asya finansal krizi ve 11 Eylül terörist saldırıları gibi önemli iki yapısal kırılma durumunda Avustralya'ya diğer 28 ülkeden gelen ziyaretçi sayısında da %79'luk bir düşüş gözlemlenmiştir.

Narayan ve Prasad'ın 2008 yılında Lee ve Strazicich birim kök testleri yardımıyla tek ve iki yapısal testlerini kullanarak dört Pasifik ülkesindeki reel efektif döviz kurlarının durağanlığını incelemiştir. Papua Yeni Gine ve Fiji için 1979-2003, Solomon Adaları için 1978-2004 ve Samoa için ise 1975-2003 yıllarına ait zaman serileri oluşturulmuştur. Elde edilen bulgulara göre Papua Yeni Gine ve Samoa için döviz kuru oranları durağan diğer bir deyişle, şokların reel döviz kurları üzerindeki etkisi geçici;

Fiji ve Solomon Adaları için ise durağan değil yani şokların etkisinin kalıcı olduğu sonucuna varılmıştır. Döviz kurlarının değişmesinin satın alma gücü paritesi üzerinde yarattığı etki kalıcı ise şokların etkisi kalıcı; eğer satın alma gücü paritesi üzerinde yaratılan etki geçici ise şokların etkisi de geçici olacaktır. Benzer şekilde, toplam talepte kalıcı bir kayma yaratıyorsa şokların etkisi kalıcı; toplam talebi kaydırmadan sadece dalgalanmaya neden oluyorsa şokların etkisi geçicidir.

Sivri'nin 2010 yılında Türkiye ekonomisi için yapmış olduğu 1963-2008 dönemini kapsayan çalışmasında; yabancı ziyaretçi sayısı, yabancı ziyaretçi harcamaları ve kişi başına yabancı ziyaretçi harcamalarının durağanlığı incelenmektedir. Yapısal kırılmanın dikkate alınmadığı durağanlık testleri, yani Ng ve Perron tarafından geliştirilen M testleri, serilerin durağan olmadığını göstermektedir. Buna karşılık bir ve iki yapısal kırılmaya izin veren durağanlık testleri kullanıldığında, sırasıyla Zivot ve Andrews ile Lee ve Strazicich birim kök testleri sonuçları tamamen değişmektedir. Bu durumda, test sonuçları serilerin yapısal kırılma(lar) ile durağan olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmalara ilave olarak, Lean ve Smyth 2009 yılında 1995-2005 dönemi için Malezya'ya 10 farklı ülkeden gelen yabancı ziyaretçilerin sayısını gösteren serilerin, yapısal kırılmanın dikkate alınması durumunda durağan oldukları sonucunu elde etmişlerdir. Lee (2009) ve Smyth, Nielsen ve Mishra'nın (2009) yapmış oldukları benzer çalışmalarda da genel olarak serilerin durağan oldukları tespit edilmiştir.

Narayan 2011 yılında Avustralya için 1976-2004 yıllarını kapsayan başka bir çalışmasında teorik olarak geliştirilen bir makro model çerçevesinde ve iş çevrimlerini de dikkate alarak turist harcamaları ile GDP üzerindeki değişimleri açıklamasında şokların geçici ya da kalıcı bir etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. ARDL modelini kullandığı çalışmasında Narayan turizm harcamaları ve GDP arasında ortak trend ve döngüsellik ilişkisi bulmuştur. Ayrıca turizm harcamaları şoklarının geçici etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır.

MODEL VE VERİ SETİ

Bilindiği üzere iş çevrimleri teorilerinin temel yaklaşım noktası gelirdeki dalgalanmaların nedenlerini açıklamaya çalışmaktır. Diğer bir ifadeyle aşağı-

daki denklemde de görüleceği üzere $Y_t - Y_{t-1}$ arasındaki değişimin yani Y deki değişimlerin nedenlerini belirlemektir.

$$\Delta Y_t = Y_t - Y_{t-1} \quad (1)$$

Ancak gelirdeki değişme (ΔY) doğası gereği otoregresif bir süreci içerisinde barındırmaktadır. Bu otoregresif süreci aşağıdaki denklem ile göstermek mümkündür.

$$\Delta Y_t = \rho \Delta Y_{t-1} + u_t \quad (2)$$

Denklemde u_t , otoregresif süreçle bağlantılı olarak şokların etkilerini yansıtan hata terimini ifade etmektedir. Diğer taraftan ρ ; $\rho \in [0,1)$ koşulu altında sabit bir katsayıdır. Bu süreç dâhilinde pozitif bir şokun ($u_t > 0$) çıktı düzeyini arttıracak buna karşın negatif bir şokun ise ($u_t < 0$) tam aksine çıktı düzeyini azaltacağını söylemek mümkündür.

Tabii ki burada bahsedilen şok kavramı genel anlamda makro ekonomik bir şok tanımını içermektedir ve spesifik bir şok tanımının da yukarıdaki gösterimle benzer bir şekilde otoregresif bir süreci içereceği söylenebilir. Dolayısıyla bu çalışma için geçerli olacak otoregresif bir süreci içerisinde barındıran ve ortalaması sıfırdan farklı, normal dağılıma sahip hata terimi ile ifade edilen şok süreci aşağıdaki denklem ile ifade edilebilir.

$$\ln \delta_{it,t} = \ln \delta_{it,t-1} + \varepsilon_t^{ita} \quad (3)$$

Denklemde $\ln \delta_{it,t}$ i ülkesindeki Türkiye'ye yönelik turizm talebini ve ε_t^{ita} da talep şoklarının etkilerini yansıtan hata terimini ifade etmektedir.

Diğer taraftan çalışma kapsamında Türkiye'ye en çok turist gönderen 24 ülke için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nun Turizm İstatistikleri veri tabanından elde edilen veriler ile 1991-2010 dönemi kapsayan bir panel veri seti oluşturulmuştur. İlk olarak verilerin logaritmik formları kullanılarak (3) numaralı denklemdeki regresyon modeli tahmin edilmiş ve her bir ülke ve yıl için talep şoklarının göstergesi olarak kullanılan değerleri ε_t^{ita} he-

saplanmıştır (Ekler kısmına bakınız). İkinci aşamada ise öncelikle hesaplanan ε_t^{ita} değerleri için yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı LMadj test istatistiği ile tespit edilmiştir.

YÖNTEM

Çalışmanın yöntem kısmında öncelikle seriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığına değinilmiştir. Zira seriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı uygulanacak birim kök testlerinin güvenilirliğini etkilemektedir. Bu noktada uygulamada eğer seriler arasında yatay kesit bağımlılığı varsa birinci nesil panel birim kök testleri kullanılırken yatay kesit bağımlılığının olmadığı durumda ise ikinci nesil panel birim kök testleri kullanılmaktadır.

Bu çalışma için yatay kesit bağımlılığının tespiti noktasında Pesaran (2004) tarafından Breusch-Pagan (1980) Lagrange Multiplier (LM) testinden hareketle elde ettiği sapması düzeltilmiş LM testi (LMadj) kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen LMadj test istatistiğinin olasılık değerinin %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması ise paneli oluşturan birimler arasında yatay kesit bağımlılığının olduğu sonucuna ulaştırmaktadır (Pesaran vd. 2008). Bu noktada ikinci nesil panel birim kök testlerini kullanmak analizin tutarlılığı için daha doğru olmaktadır. Tablo 1'de ilgili LMadj test istatistiği sonucu verilmiş olup sonucun %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması nedeniyle ikinci nesil testlerden CADF testinin kullanılması, ayrıca birinci nesil panel birim kök testlerinin uygulama sonuçlarının da çalışmada verilmesi kararlaştırılmıştır.

Bu bağlamda alanyazına bakıldığında uygulamada ilk kabul gören birinci nesil test Levin, Lin ve Chu Testi (LLC) olmuştur. Bu test Levin ve Lin'in (1992, 1993) çalışmalarına dayanmaktadır. Levin ve Lin (1992, 1993) testi (LL) ise birim kök sınaması yaparken tüm yatay kesitleri tek bir kesit gibi değerlendirerek analiz yapmaktadır. Levin ve Lin'in bu yöntemi tercih etmelerinin nedeni ise test istatistiğinin anlamlılık gücünün daha yüksek çıkmasıdır. Analiz kapsamında ADF regresyonu dikkate alınmaktadır ve homojen panel birim kök varsayımı yapılmaktadır. Levin, Lin ve Chu Testi de benzer temel varsayımları dikkate almaktadır. Ancak her bir yatay kesit için ayrı bir ADF regresyonu tanımlanmaktadır. Testin varsayımları ile boş ve alternatif hipotezleri aşağıdaki gibidir.

$$\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_N = \beta$$

$$\text{Cov}(u_{i,t}, u_{j,t}) = 0 \text{ ve } i \neq j$$

Yukarıdaki temel varsayımlar altında;

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_N = 0$ (Birim kök vardır, seri durağan değildir)

$H_A : \beta_i \neq 0$ (Birim kök yoktur, seri durağandır) hipotezleri test edilmektedir. Analizde kullanılan ve tahmin edilen temel regresyon modeli aşağıda belirtilen ADF regresyonudur.

$$\Delta Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_i Y_{i,t-1} + \delta_{i,t} + \sum_{j=1}^{p_i} \phi_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + \nu_{i,t} \quad (4)$$

ve

$$t = 1, 2, \dots, T \text{ ve } i = 1, 2, \dots, N \quad (5)$$

Yukarıdaki ADF regresyon denkleminde; i birden N 'e kadar her bir bağımsız kesiti, t de birden T 'ye kadar zamanı ifade etmektedir. Analiz kapsamında söz konusu panel homojendir ve her bir yatay kesit için elde edilen β katsayısı aynıdır. Ayrıca paneli oluşturan bütün kesitler için gecikme sayıları da eşittir. p , ise gecikme derecesini ifade etmektedir ve her bir gecikme değeri AIC veya Schwartz bilgi kriterine göre belirlenmektedir. Levin, Lin ve Chu Testi dört aşamadan oluşmaktadır.

1. Aşama: $\Delta Y_{i,t} = \alpha_i + \delta_{i,t} + \sum_{j=1}^{p_i} \phi_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + e_{i,t}$ denkleminden $\hat{e}_{i,t}$ hesaplanır.

2. Aşama: $\Delta Y_{i,t-j} = \alpha_i + \delta_{i,t} + \sum_{j=1}^{p_i} \phi_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + \nu_{i,t}$ denkleminden $\hat{\nu}_{i,t}$ hesaplanır.

3. Aşama: $\tilde{e}_{i,t} = \hat{e}_{i,t} / \hat{\sigma}_{\alpha}$ ve $\tilde{\nu}_{i,t} = \hat{\nu}_{i,t} / \hat{\sigma}_{\alpha}$ heterojenlik düzeltmeleri yapılır.

$$\hat{\sigma}_{\alpha}^2 = \frac{1}{T - P_i - 1} \sum_{t=p_i+2}^T (\hat{e}_{i,t} - \hat{\alpha}_i \hat{\nu}_{i,t-1})$$

4. Aşama: $e_{i,t} = \alpha_i \hat{\nu}_{i,t} + \eta_{i,t}$ 'den α_i tahmin edilir. Aşağıdaki H_0 ve H_A hipotezleri altında H_0 hipotezi test edilir ve test istatistiği olarak t istatistiği kullanılır.

$H_0 = \alpha = 0$ (Birim kök vardır. Dolayısıyla seri durağan değildir)

$H_A = \alpha < 0$ (Birim kök yoktur. Dolayısıyla seri durağandır)

$$t_{\alpha} = \frac{\hat{\alpha}}{\text{std.ht}(\hat{\alpha})}$$

t_{α} Standart normal dağılıma, sonlu ortalama ve varyansa sahiptir.

Alanyazında kabul gören ikinci önemli test ise Im, Pesaran ve Shin (IPS) testidir. Im, Pesaran ve Shin (1997; 2003) yapmış oldukları çalışmalarda, homojenlik varsayımını esnek hale getirerek heterojen panel yapısına izin vermişlerdir. Testin boş ve alternatif hipotezlerine bakıldığında H_0 'ın diğer tüm panel birim kök testleri için ortak ancak H_A hipotezinin sınırlandırıcı bir hipotez olduğu görülmektedir. Test aşağıdaki ADF regresyon denklemini dikkate almaktadır.

$$\Delta Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_i Y_{i,t-1} + \delta_{i,t} + \sum_{j=1}^{p_i} \phi_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + u_{i,t} \quad (6)$$

$$t = 1, 2, \dots, T \text{ ve } i = 1, 2, \dots, N$$

Heterojen panel yaklaşımı.

$$\text{Cov}(u_{i,t}, u_{j,t}) = 0 \text{ ve } i \neq j$$

Yukarıdaki temel varsayımlar altında;

$H_0 : \beta_i = \beta = 0$ (Bütün yatay kesitler için)

$H_A : \beta_i \neq 0$ (En az bir yatay kesit için)

Im, Pesaran ve Shin (2003) yapmış oldukları çalışma ile olabilirlik taslağını kullanmışlar ve eş zamanlı durağanlık ile durağan olmama durumunu dikkate alan ve t -bar istatistiği olarak tanımlanan bir birim kök testi ortaya koymuşlardır. Bu noktada öncelikle her bir kesit için birinci sıra kendisiyle bağımlı katsayının t_i istatistiklerini ve t_i 'lerin ortalamasını kullanarak da Z -bar istatistiğini hesaplamışlardır.

$$t_i = \frac{\beta_i}{\text{std.ht}(\beta_i)} \text{ ve } \bar{t} = \sum_{i=1}^N t_i / N \quad (7)$$

$$Z\text{-Bar} = \frac{\sqrt{N}(\bar{t} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(t_{\beta_i}))}{\sqrt{N^{-1} \sum_{i=1}^N \text{var}(t_{\beta_i})}} \sim N(0, 1) \quad (8)$$

Im, Pesaran ve Shin (2003) Z -bar istatistiğindeki $E(t_{\beta_i})$ ve $var(t_{\beta_i})$ değerlerini Monte Carlo simülasyonları ile bulmuşlar ve bulmuş oldukları sonuçları tablolaştırmışlardır. Gerek LL gerekse IPS testleri $N \rightarrow \infty$, $N/T \rightarrow 0$ ve N 'nin T 'ye göre oldukça küçük olduğu panel veri analizleri için uygulama alanı bulmaktadır. Bu noktada Im, Pesaran ve Shin (1997) N 'nin T 'ye göre büyüdüğü durumlarda simülasyon sonuçlarının gerek LL gerekse IPS testleri için sorun teşkil edebileceğini vurgulamaktadır. Diğer taraftan IPS testi heterojenlik varsayımına karşın hangi kesitin durağan hangisinin durağan olmadığını tespiti hususunda bilgiler vermemektedir.

Bir diğer test ise IPS testinin devamı niteliğinde olan Maddala ve Wu'nun (1997) ortaya koymuş oldukları panel birim kök testidir. Maddala ve Wu testinin teorik olarak IPS testinin devamı niteliğinde olmasına karşın IPS testinden ayrılan tek yönü β_1 katsayılarının t istatistikleri yerine olasılık değerlerini P_i kullanmasıdır. Maddala ve Wu testi Fisher tipi bir test olmakla birlikte, testin boş ve alternatif hipotezleri ile test istatistiği aşağıdaki gibidir.

$H_0: \beta_1 = \beta = 0$ (Bütün yatay kesitler için)

$H_A: \beta_1 < 0$ (En az bir yatay kesit için)

$$P_\lambda = -2 \sum_{i=1}^N \ln(p_i) \sim \chi^2_{2N} \quad (9)$$

Testte panel veri birim köklerinin test edilebilmesi için her bir yatay kesite ait birim köklerin olasılık değerleri toplulaştırılmıştır. P_A değerleri $2N$ serbestlik derecesinde asimtotik olarak χ^2 dağılımı göstermektedir. Ayrıca $T \rightarrow \infty$ ve $T > N$ iken Maddala ve Wu test istatistiğine bakmak çok daha anlamlı olmaktadır.

Maddala ve Wu testinin benzeri Fisher tipi bir test istatistiği ortaya koyan Choi (2001) $N \rightarrow \infty$ ve ile $N > T$ ile N 'nin sonlu olduğu durumlar için iki farklı panel birim kök test istatistiği hesaplamıştır. Testin boş ve alternatif hipotezleri IPS testinin boş ve alternatif hipotezleri ile aynıdır.

$N \rightarrow \infty$ gitmesi ve $N > T$ durumunda $\lambda = -N^{-1/2} \sum_{i=1}^N \ln(p_i + 1) \sim N(0,1)$ test istatistiği hesaplanmaktadır ve N büyüdükçe test istatistiğinin de gücü artmaktadır.

N 'nin sonlu olduğu durumda ise $Z = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N \phi^{-1}(p_i) \sim N(0,1)$ test istatistiği hesaplanmaktadır ve ϕ standart normal dağılım fonksiyonudur. P_1 değeri $0 \leq P_1 \leq 1$ ara-

sında değerler almaktadır. Dolayısıyla $\phi_1(P_1)$ değişkeni normal dağılıma sahip rassal bir değişkendir ve $T \rightarrow \infty$ iken tüm kesitler için geçerlidir (Choi 2001). Z testi asimtotik olarak standart normal dağılıma sahiptir ve bazı durumlarda IPS testine göre çok daha anlamlı test sonuçları verdiği için Baltagi ve Kao (2000) tarafından da tavsiye edilen önemli bir panel birim kök test istatistiğidir.

Tüm bu çalışmalardan farklı olarak Hadri (2000) tüm kesitler için zaman serilerinin deterministik bir trend etrafında durağan olduğunu vurgulayan boş hipotezi ve birim kök içerdiğini vurgulayan alternatif hipotezi test eden artık temelli bir LM testi önermiştir. Hadri (2000) testi önceki testlerden farklı olarak zaman serilerinin durağanlığını test eden Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) testinin panel veriler için geliştirilmiş şeklidir. Test trendli ve trendsiz model olmak üzere iki temel model kullanmaktadır.

$$y_{i,t} = \beta_{i,t} + u_{i,t} \quad (\text{Trendsiz model})$$

$$y_{i,t} = \beta_{i,t} + \delta_{i,t} + u_{i,t} \quad (\text{Trendli model}) \quad 0$$

Denklemlerde $\beta_{i,t} = \beta_{i,t-1} + e_{i,t}$ ve $t = 1, 2, \dots, T$ ve $i = 1, 2, \dots, N$ 'dir

$u_{i,t}$ ve $e_{i,t}$ karşılıklı ve özdeş dağılmaktadır.

$$E(u_{i,t}) = 0 \text{ ve } E(u_{i,t}^2) = \sigma_u^2 > 0$$

$$E(e_{i,t}) = 0 \text{ ve } E(e_{i,t}^2) = \sigma_e^2 \geq 0$$

Trendli ve trendsiz modeller için boş ve alternatif hipotezler ise $H_0: \sigma_e^2 = 0$ ve $H_A: \sigma_e^2 > 0$ 'dir. Trendli ve trendsiz modeller geriye doğru iterasyonla çözüldüğünde aşağıdaki denklemler elde edilmektedir.

$$y_{i,t} = \beta_{i,0} + \sum_{t=1}^T e_{i,t} + u_{i,t} = \beta_{i,0} + \varepsilon_{i,t} \quad (\text{Trendsiz model}) \quad (10)$$

$$y_{i,t} = \beta_{i,0} + \delta_{i,t} + \sum_{t=1}^T e_{i,t} + u_{i,t} = \beta_{i,0} + \delta_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (\text{Trendli model}) \quad (11)$$

Bu noktada; durağanlık ön savının sınanması aşamasında $u_{i,t}$ 'lerin paneli oluşturan yatay kesitler arasında sabit varyanslı mı (uzun dönem varyansı homojen) yoksa değişen varyanslı mı (uzun dönem varyansı heterojen) oldukları varsayımı altında iki farklı LM istatistiği (LM_{HLM} , LM_{TLM}) aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$LM_{HM} = \frac{N^{-1} \sum_{i=1}^N T^{-2} \sum_{t=1}^T s_{i,t}^2}{\hat{\sigma}_u^2} \text{ and } s_{i,t} = \sum_{j=1}^t \hat{u}_{i,j}; \hat{\sigma}_u^2 = \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{u}_{i,t}^2 \quad (12)$$

$$LM_{HT} = \frac{N^{-1} \sum_{i=1}^N T^{-2} \sum_{t=1}^T s_{i,t}^2}{\hat{\sigma}_{u,i}^2} \quad (13)$$

LM_{HT} denklemindeki $\hat{\sigma}_{u,i}^2$ ifadesi her bir yatay kesit için değişen varyans varsayımı altında ayrı ayrı hesaplanmaktadır. Bu bağlamda Hadri (2000) sırasıyla trendli ve trendsiz model için LM istatistiklerinin limit dağılımlarını ise aşağıdaki şekilde göstermektedir.

$$Z_\mu = \frac{\sqrt{N(LM_\mu - \psi_\mu)}}{\phi_\mu} \sim N(0,1) \quad (14)$$

$$Z_\tau = \frac{\sqrt{N(LM_\tau - \psi_\tau)}}{\phi_\tau} \sim N(0,1) \quad (15)$$

Formüllerdeki ψ_μ ifadesi Z_μ rassal değişkeninin ortalamasıdır ve $1/6$ değerine eşittir. ϕ_μ^2 ifadesi ise Z_μ rassal değişkeninin varyansıdır ve $1/45$ değerine eşittir. Diğer taraftan ψ_τ ifadesi Z_τ rassal değişkeninin ortalamasıdır ve $1/15$ değerine eşittir. ϕ_τ^2 ifadesi ise Z_τ rassal değişkeninin varyansıdır ve $11/6300$ değerine eşittir. Eğer yapılan analiz sonucunda $LM_{HM,HT} > LM_{kritik}$ sonucuna ulaşırsa H_0 hipotezi reddedilir. Başka bir ifadeyle verilerin durağan olmadığı sonucuna ulaşılır.

Yatay kesit bağımlılığı altında panel birim kök sınaması yapan bir diğer çalışma ise Peseran (2006) tarafından geliştirilen ikinci nesil $CADF$ sınamasıdır. Yapılan simülasyonlar sonucunda gerek $N \rightarrow \infty$ gerekse $T > N$ ve $N > T$ durumları için geçerli ve anlamlı istatistiksel sonuçlara ulaştığı görülmüştür. Im, Peseran & Shin (1997; 2003)'nin çalışmalarına benzer şekilde aşağıdaki temel ADF denkleminde hareketle tüm seriler için ortak ve her seri için ayrı ayrı tanımlanan seriye özgü iki farklı kısımdan oluşan bir hata terimi tanımlaması yapılmıştır. Diğer bir deyişle yatay kesit bağımlılığı altında mekânsal korelasyonda dikkate alınmıştır.

$$\Delta Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_i Y_{i,t-1} + \delta_{i,t} + \sum_{j=1}^{p_i} \phi_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + u_{i,t} \quad (16)$$

$$u_{i,t} = \lambda_i f_t + \varepsilon_{i,t}; \quad t = 1, 2, \dots, T \text{ ve } i = 1, 2, \dots, N$$

Denklemlerde λ_i ifadesi her bir kesite ilişkin bağımsız zaman etkisini ifade etmektedir ve şok ve/veya kriz gibi dışsal süreçlerin varlığında her bir kesit için söz konusu şok ve/veya kriz gibi dışsal süreçlerin etkilerinin farklı olacağını ifade etmektedir. Denklemdaki f_t ifadesi ise tüm kesitler için ortak gözlenemeyen zaman etkisini ifade etmektedir ve durağan olduğu varsayılmaktadır. Denklemdaki $\varepsilon_{i,t}$ değeri her bir kesite ilişkin hata terimini ifade etmektedir ve kesitten kesite farklılık gösteren özdeş dağılmış bir değerdir.

$CADF$ testinin boş ve alternatif hipotezleri ise aşağıdaki gibidir ve $SURADF$ testine benzer şekilde tüm kesitler için ayrı ayrı hesaplanmış olan β katsayılarına ilişkin t değerleri kritik değerler ile karşılaştırılmaktadır. $CADF$ testinin kullanıldığı ADF denkleminin aşağıdaki gibidir ve $N \rightarrow \infty$ iken denklemin EKK ile tahmin edilmekte ve hangi kesitlerin durağan olduğuna ve/veya durağan olmadığına karar verilmektedir.

$$\Delta Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_i Y_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{p_i} c_{i,j} \Delta Y_{i,t-j} + d_{i,t} + h_i \bar{y}_{i,t-1} + \sum_{j=0}^{p_i} \eta_{i,j} \Delta \bar{y}_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (17)$$

$$1) H_0: \beta_i = 0$$

$$2) H_A: \beta_i < 0 \text{ ve } i = 1, 2, \dots, N$$

$$t_i = \frac{\hat{\beta}_i}{Sht(\beta_i)} = CADF_i \quad (18)$$

$SURADF$ testinden farklı olarak $CADF$ testinde kritik değerler Peseran (2006) tarafından yapılan simülasyon sonuçları ile tabloleştirilmiştir. $N > T$ durumu için aşağıda da gösterilmiş olan $CADF$ istatistiği hesaplanmaktadır ve bu istatistiğe $CIPS$ istatistiği de denilmektedir. $CADF$ ve/veya $CIPS$ istatistiğinin durumu içinde iyi sonuçlar verdiği $T > N$ görülmektedir.

$$CADF = CIPS = \frac{\sum_{i=1}^N CADF_i}{N} \quad (19)$$

Her bir kesit için durağanlık sınaması yapılmasının temel mantığı şokların seriler üzerindeki kalıcı ve geçici etkilerinin her bir kesit için sınanmak istenmesidir. Zira şoklar geçici ise seriler durağan olacak, tersi durumda seriler durağan değilse seriler durağan olmayacaktır. Dolayısıyla bu noktada her bir kesit için durağanlık sınaması yapmak kaçınılmaz olmaktadır.

Gerek *SURADF* gerekse *CADF* testleri yatay kesit bağımsızlığı varsayımı altında geliştirilen testlerdir ve bu noktada öncelikle yapılması gereken kesitler arasında bir bağımlılık ilişkisinin olup olmadığının test edilmesidir. Bu bağlamda zaman ve kesit boyutunun farklı varyasyonları için üç farklı *LM* test istatistiği hesaplanmaktadır. Bunlardan ilki *N*'nin sabit ve $T \rightarrow \infty$ durumu için geliştirilen Breusch & Pagan (1980)'nin *LM* testinin panel uygulaması olan *CDLM*₁ test istatistiğidir ve kesitler arasında ilişki yoktur boş hipotezi altında aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$CDLM_1 = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{i,j}^2 \sim X^2_{N(N-1)/2} \quad (20)$$

Formüldeki $\hat{\rho}_{i,j}$ ifadesi her bir kesite ilişkin denklemlerin EKK tahmini ile elde edilen artıklar arasındaki yatay kesit korelasyonlarının tahminleridir ve *CDLM*₁ testi ile $\hat{\rho}_{i,j}$ 'ler arasında korelasyon olmadığı boş hipotezi sınanmaktadır. $\hat{\rho}_{i,j}$ 'ler ise aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır (Yıldırım 2008).

$$\hat{\rho}_{i,j} = \hat{\rho}_{j,i} = \frac{\sum_{t=1}^T \hat{u}_{i,t} \hat{u}_{j,t}}{\sqrt{\sum_{t=1}^T \hat{u}_{i,t}^2} \sqrt{\sum_{t=1}^T \hat{u}_{j,t}^2}} \quad (21)$$

İkinci test istatistiği ise aynı anda hem $N \rightarrow \infty$ hem de $T \rightarrow \infty$ durumu için Pesaran (2004) tarafından geliştirilen kesitler arasında ilişki yoktur boş hipotezi altında normal dağılıma sahip *CDLM*₂ test istatistiğidir ve aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir.

$$CDLM_2 = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T \hat{\rho}_{i,j}^2 - 1) \stackrel{asy}{\sim} N(0,1) \quad (22)$$

Üçüncü test istatistiği ise $N > T$ durumu için yine Pesaran (2004) tarafından geliştirilen kesitler arasında ilişki yoktur boş hipotezi altında normal dağılıma sahip *CD* test istatistiğidir ve aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{i,j} \right) \stackrel{asy}{\sim} N(0,1) \quad (23)$$

Gerek birinci nesil panel birim kök testleri gerekse şu ana kadar anlatılmış olan ikinci nesil panel birim kök testleri veri üretme sürecinde yapısal kırılmaların yaşanmadığını varsaymakta ve sürecin

doğrusal bir süreç olduğu vurgulanmaktadır. Ancak zaman serisi analizinde de hatırlanacağı üzere yapısal kırılmalar dikkate alınmadığında Dickey-Fuller tipi zaman serisi birim kök testlerinin boş hipotezi ret etme sıklığı düşmektedir ve aynı sorun panel birim kök testleri içinde geçerli olmaktadır.

UYGULAMA SONUÇLARI

Çalışmanın uygulama kısmında öncelikle yatay kesit bağımlılığının tespiti için *LM*_{adj} test istatistiği sonuçlarına bakılmıştır ve aşağıda Tablo 1'de ilgili test istatistiği sonucu verilmiştir. Tablo 1'de ilgili *LM*_{adj} test istatistiği sonucunun %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması nedeniyle birinci nesil panel birim kök testlerinin kullanılması kararlaştırılmıştır.

Bu kapsamda sırasıyla; LLC, Hadri, IPS, Fisher-ADF ve Fisher-PP birim kök analizleri yapılmıştır. Her bir analize ilişkin sabitli ile sabitli ve trendli modellere ilişkin uygulama sonuçları ise sırasıyla; Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 2'ye bakıldığında LLC panel birim kök analizi sonucunda gerek sabitli model gerekse sabitli ve trendli model kapsamında %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde, serilerin düzeyde birim köke sahip olduğu hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Dolayısıyla LLC panel birim kök analizine göre Türk turizm sektöründeki talep şoklarının etkilerinin geçici olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3'e bakıldığında ise Hadri panel birim kök analizi sonucunda gerek sabitli model gerekse sabitli ve trendli model kapsamında %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde, serilerin düzeyde birim köke sahip olduğu hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Dolayısıyla Hadri panel birim kök analizi sonuçlarına da Türk turizm sektöründeki talep şoklarının etkilerinin geçici olduğu sonucunu doğrulamaktadır.

Tablo 1. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

<i>LM</i> _{adj} test İstatistiği	Prob.
3743.03	0.000

Tablo 2. LLC Panel Birim Kök Test Sonuçları

LLC	İstatistiği	Prob.
Sabitli	-7.41294	0.0000
Sabitli ve Trendli	-5.57761	0.0000

Tablo 3. Hadri Panel Birim Kök Test Sonuçları

	Hadri Test İstatistiği	Prob.
Sabitli	6.08118	0.0000
Sabitli ve Trendli	7.38635	0.0000

IPS panel birim kök analizi sonuçlarına bakıldığında ise Tablo 4'te gerek sabitli model gerekse sabitli ve trendli model kapsamında %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde, serilerin düzeyde birim köke sahip olduğu hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Dolayısıyla IPS panel birim kök analizi sonuçları yine Türk turizm sektöründeki talep şoklarının etkilerinin geçici olduğu sonucunu doğrular niteliktedir.

Fisher-ADF ve Fisher-PP birim kök analizi sonuçlarına bakıldığında ise Tablo 5'te gerek sabitli model gerekse sabitli ve trendli model kapsamında %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde, serilerin düzeyde birim köke sahip olduğu hipotezinin reddedildiği görülmektedir.

Son olarak ikinci nesil panel birim kök testi olan CADF test sonuçlarına bakıldığında ise Tablo 6'da serini düzeyde durağan olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde, serilerin düzeyde birim köke sahip olduğu hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Dolayısıyla ge-

Tablo 4. IPS Panel Birim Kök Test Sonuçları

	IPS Test İstatistiği	Prob.
Sabitli	-7.62701	0.0000
Sabitli ve Trendli	-5.57245	0.0000

Tablo 5. Fisher-ADF ve Fisher-PP Panel Birim Kök Test Sonuçları

		Fisher-ADF	Prob.
Sabitli	ADF-Fisher ki-kare	145.707	0.0000
	ADF - Choi Z-stat	-7.23301	0.0000
Sabitli ve Trendli	ADF-Fisher ki-kare	108.908	0.0000
	ADF - Choi Z-stat	-5.42813	0.0000
	Fisher-PP	Prob.	
Sabitli	PP-Fisher ki-kare	227.593	0.0000
	PP - Choi Z-stat	-9.06807	0.0000
Sabitli ve Trendli	PP-Fisher ki-kare	134.184	0.0000
	PP - Choi Z-stat	-6.25319	0.0000

Tablo 6. CADF Panel Birim Kök Test Sonuçları

	t-bar	cv10	cv5	cv1	Z[t-bar]	Prob.
Düzey	-2.890	-2.070	-2.150	-2.320	-5.407	0.000

rek birimci nesil LLC, Hadri, IPS, Fisher-ADF ve Fisher-PP panel birim kök analizi sonuçları gerekse ikinci nesil CADF panel birim kök analizi sonuçları Türk turizm sektöründeki talep şoklarının etkilerinin geçici olduğu sonucunu doğrulamaktadır.

SONUÇ

Dünyada hızlı bir gelişme trendi gösteren turizm sektörünün, Türkiye'de de dünyadaki gelişmelere paralel olarak, hızlı bir gelişme trendi gösterdiği görülmektedir. WTO yapmış olduğu ileriye yönelik tahminlerde, turizmin 21. yüzyılda daha da büyük gelişmeler göstereceğini ifade etmektedir. 2020 yılında ise tüm dünya genelinde oluşacak turizm gelirlerinin 2 trilyon Dolara ulaşacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de hükümetlerin ve sektör temsilcilerinin bu sektöre gereken önemi vermeleri ve uluslararası turizm piyasasında oluşacağı öngörülen bu zenginliği ülkeye taşıyacak politikaları hızla üretmeleri gerekmektedir (Bahar ve Bozkurt 2010).

Özellikle Türkiye'de, ekonomik büyümenin gerçekleştirilebilmesi için alternatif bir araç olarak görülen turizm faaliyetleri her geçen gün önemini arttırmaktadır. Ayrıca turizm, ekonomik gelişme açısından ihtiyaç duyulan kaynak ve döviz finansmanının karşılanması, istihdam, üretim ve ödemeler dengesine sağladığı katkılardan ve en önemlisi de diğer sektörlerle sağlamış olduğu dışsallıklardan

dolayı ekonomik kalkınma ve büyümede önemli bir sektör olarak önemini arttırmaktadır (Gökovalı ve Bahar 2006; Bahar ve Bozkurt 2010).

Bunun yanında turizm, istihdamı geliştirmede, yoksulluğun azaltılmasında ve yoksullukla mücadelede, insanların kendilerini geliştirerek bu sektör aracılığıyla refah seviyelerini arttırmada etkili olan bir sektör görünümündedir. Bu yönüyle turist harcamaları yerel ekonomiye katkı sağlamakta ve bölgesel olarak bakıldığında da turizm potansiyeline sahip yerlerin gelişmesine yardımcı olmakta ve bölgelerarası gelişmişlik farklarının giderilmesinde alternatif bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Bahar ve Bozkurt 2010).

Diğer taraftan, turizm sektörü terör ve güvenlik olayları ile politik ve siyasi kargaşalar, ülkedeki güven ortamının bozulması, bulaşıcı ve salgın hastalıklar, doğal afetler, döviz kurlarında ve petrol fiyatlarında meydana gelen değişimler, ekonomik krizler gibi arz ve talep şoklarından çok çabuk etkilenebilen bir sektördür. Bu noktada çok büyük miktarlarda sabit sermaye yatırımlarının yapıldığı ve çok riskli bir yatırım alanı olarak görülen turizm sektöründeki şokların etkisinin kalıcı mı yoksa geçici mi olacağının tespiti son derece önemlidir. Do-

layısıyla şokların etkisi kalıcı ise yapılan yatırımların geri dönüş süresi uzamakta ve turizmden elde edilmesi beklenen gelirler kaybedilebilmekte veya sağlanan kazançların sürdürülebilirliği tehlikeye girebilmektedir. Tam tersi durumda ise ekonomik açıdan herhangi bir olumsuz durum söz konusu olmayarak, yapılan yatırımların geri dönüş süresi uzamamakta, turizmden beklenen gelirler elde edilebilmekte ve sağlanan kazançların sürdürülebilirliği tehlikeye girmemektedir. Bu noktada, şokların kalıcı mı yoksa geçici mi olup olmadığının belirlenmesi, Türkiye'nin turizm sektöründen elde edeceği gelirlerin sürekliliğinin tespiti açısından büyük önem arz etmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmanın temel amacı, Türk turizm sektörü için talep şoklarının geçici mi yoksa kalıcı mı olduğunu analiz etmektir ve bu kapsamda Türkiye'ye en çok turist gönderen 23 ülke için 1991-2010 dönemini kapsayan bir panel veri seti oluşturulmuş ve panel birim kök analizleri yapılmıştır. Yapılan birim kök analizleri sonucunda Türk turizm sektöründe talep şoklarının geçici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönüyle söz konusu bu çalışma Türk turizm sektöründe talep şoklarının tanımlanması ve etkilerinin analizi noktasında öncül bir çalışma olma niteliği taşımaktadır.

Ek-1. Milliyetlerine Göre Türkiye'ye Gelen Turistlerin Sayıları (ita) ve Turizm Talep Şokları (\mathcal{E}_t^{ita})

Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}	Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}
Almanya	1991	779 882	13,566898	2,62	Avusturya	1991	102071	11,533424	0,58
Almanya	1996	2 141 778	14,577147	3,19	Avusturya	1996	235540	12,369636	0,99
Almanya	2001	2 884 051	14,874706	3,06	Avusturya	2001	360363	12,794867	0,98
Almanya	2006	3 762 475	15,140588	2,89	Avusturya	2006	429709	12,970864	0,72
Almanya	2010	4 385 263	15,29376	2,70	Avusturya	2010	500321	13,123005	0,53
Belçika	1991	33763	10,427121	-0,52	Bulgaristan	1991	943250	13,757087	2,81
Belçika	1996	113505	11,639602	0,26	Bulgaristan	1996	139301	11,844392	0,46
Belçika	2001	310296	12,645282	0,83	Bulgaristan	2001	540452	13,200161	1,39
Belçika	2006	459824	13,038599	0,79	Bulgaristan	2006	1177906	13,979249	1,73
Belçika	2010	543003	13,20487	0,61	Bulgaristan	2010	1433970	14,175957	1,58
Çek Cumhuriyeti	1991	217232	12,288721	1,34	Danimarka	1991	32320	10,383442	-0,57
Çek Cumhuriyeti	1996	40929	10,619594	-0,76	Danimarka	1996	147531	11,901794	0,52
Çek Cumhuriyeti	2001	51818	10,855493	-0,96	Danimarka	2001	126034	11,744307	-0,07
Çek Cumhuriyeti	2006	94450	11,455826	-0,79	Danimarka	2006	235755	12,370548	0,12
Çek Cumhuriyeti	2010	174426	12,069256	-0,52	Danimarka	2010	314446	12,658568	0,07

1. Milliyetlerine Göre Türkiye'ye gelen Turistlerin Sayıları (ita) ve Turizm Talep Şokları (\mathcal{E}_t^{ita})

Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}	Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}
Finlandiya	1991	80511	11,296149	0,34	Fransa	1991	117070	11,670527	0,72
Finlandiya	1996	124627	11,733081	0,35	Fransa	1996	251976	12,437089	1,05
Finlandiya	2001	64283	11,07105	-0,74	Fransa	2001	524170	13,169571	1,35
Finlandiya	2006	78766	11,274237	-0,97	Fransa	2006	657859	13,396746	1,15
Finlandiya	2010	143204	11,872025	-0,72	Fransa	2010	928376	13,741192	1,15
Hollanda	1991	107018	11,580752	0,63	İngiltere	1991	200813	12,210129	1,26
Hollanda	1996	216672	12,28614	0,90	İngiltere	1996	758433	13,53901	2,16
Hollanda	2001	632975	13,358186	1,54	İngiltere	2001	845536	13,647726	1,83
Hollanda	2006	997556	13,813064	1,57	İngiltere	2006	1678845	14,333617	2,09
Hollanda	2010	1073064	13,886029	1,29	İngiltere	2010	2673605	14,798938	2,21
İrlanda	1991	11736	9,3704163	-1,58	İspanya	1991	24944	10,124389	-0,83
İrlanda	1996	24431	10,103608	-1,28	İspanya	1996	47617	10,770945	-0,61
İrlanda	2001	48635	10,792099	-1,02	İspanya	2001	116067	11,661923	-0,15
İrlanda	2006	88973	11,396088	-0,85	İspanya	2006	234334	12,364503	0,12
İrlanda	2010	111065	11,617871	-0,97	İspanya	2010	321325	12,680208	0,09
İsveç	1991	69344	11,146835	0,20	İsviçre	1991	41606	10,636	-0,32
İsveç	1996	163944	12,00728	0,62	İsviçre	1996	70961	11,169886	-0,21
İsveç	2001	200709	12,209611	0,39	İsviçre	2001	126538	11,748298	-0,07
İsveç	2006	326254	12,695431	0,45	İsviçre	2006	210277	12,256181	0,01
İsveç	2010	447270	13,010918	0,42	İsviçre	2010	271139	12,510387	-0,08
İtalya	1991	64134	11,06873	0,12	İzlanda	1991	3398	8,1309423	-2,82
İtalya	1996	160118	11,983666	0,60	İzlanda	1996	4574	8,4281434	-2,96
İtalya	2001	315286	12,661235	0,85	İzlanda	2001	4110	8,3211783	-3,49
İtalya	2006	402568	12,905619	0,66	İzlanda	2006	6667	8,8049253	-3,44
İtalya	2010	671060	13,416614	0,82	İzlanda	2010	6476	8,7758583	-3,82
Lüksemburg	1991	1608	7,3827464	-3,57	Macaristan	1991	164903	12,013113	1,06
Lüksemburg	1996	1762	7,4742048	-3,91	Macaristan	1996	15428	9,6439393	-1,74
Lüksemburg	2001	3527	8,1682029	-3,65	Macaristan	2001	38194	10,550434	-1,26
Lüksemburg	2006	5365	8,5876517	-3,66	Macaristan	2006	78275	11,267984	-0,98
Lüksemburg	2010	11262	9,3291895	-3,26	Macaristan	2010	90944	11,417999	-1,17
Norveç	1991	24590	10,110095	-0,84	Polonya	1991	184008	12,122735	1,17
Norveç	1996	86751	11,370797	-0,01	Polonya	1996	37542	10,533216	-0,85
Norveç	2001	87704	11,381723	-0,43	Polonya	2001	150916	11,924479	0,11
Norveç	2006	165580	12,01721	-0,23	Polonya	2006	190774	12,158845	-0,09
Norveç	2010	299405	12,609552	0,02	Polonya	2010	428275	12,967521	0,38
Portekiz	1991	3197	8,0699681	-2,88	Romanya	1991	503785	13,129905	2,18
Portekiz	1996	9728	9,1827636	-2,20	Romanya	1996	191511	12,162701	0,78

Talep Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz

1. Milliyetlerine Göre Türkiye'ye Gelen Turistlerin Sayıları (ita) ve Turizm Talep Şokları (\mathcal{E}_t^{ita})

Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}	Ülkeler	Yıllar	ita Turizm Talebi	$\ln \delta_{ita,t}$	\mathcal{E}_t^{ita}
Portekiz	2001	18382	9,8191272	-2,00	Romanya	2001	180911	12,10576	0,29
Portekiz	2006	18148	9,8063156	-2,44	Romanya	2006	245941	12,412847	0,17
Portekiz	2010	53373	10,88506	-1,71	Romanya	2010	355144	12,780279	0,19
Yunanistan	1991	138918	11,841639	0,89					
Yunanistan	1996	147305	11,900261	0,52					
Yunanistan	2001	197258	12,192268	0,38					
Yunanistan	2006	413162	12,931595	0,68					
Yunanistan	2010	670297	13,415476	0,82					

Kaynak: www.kultur.gov.tr/

Not: Turizm talebi verileri, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Turizm İstatistikleri veri tabanından elde edilmiş veriler olup ve değerleri yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

KAYNAKÇA

- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13 (2): 137-150.
- Bahar, O. (2006). Türkiye'nin İktisadi Gelişiminde Turizm Sektörüne Sağlanan Teşviklerin Rolü: Uygulamalı Bir Araştırma, *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 241: 128-139.
- Bahar, O. (2010). Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (DYSY) Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği (1986-2006), *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1): 27-40.
- Bahar, O. ve Kozak M. (2007). Advancing Destination Competitiveness Research: Comparison Between Tourists and Service Providers, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22 (2): 61-71.
- Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2): 1-11.
- Bhattacharya, M. ve Narayan, P. K. (2005). Testing for the Random Walk Hypothesis in the Case of Visitor Arrivals: Evidence from Indian Tourism, *Applied Economics*, 37: 1485-1490.
- Breusch, T. S ve Pagan, A. R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification Tests in Econometrics, *Review of Economic Studies*, 47: 239-253.
- Choi, I. (2001). Unit Roots Tests for Panel Data, *Journal of International Money and Finance*, 20: 229-272.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O. (2006). Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Anatolia An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 17 (2): 155-168.
- Hadri, K. (2000). Testing for Stationarity in Heterogenous Panels, *Econometrics Journal*, 3: 148-161.
- Im, K. S., Pesaran, H. ve Shin, Y. (1997). Testing for Unit Roots in Heterogenous Panels, <http://www.econ.cam.ac.uk/faculty/pesaran/lm.pdf>, Erişim tarihi: 16.10.2013.
- Im, K. S., Pesaran, H. ve Shin, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogenous Panels, *Journal of Econometrics*, 115 (1): 53-74.
- Kozak, M., Baloğlu, Ş. ve Bahar O. (2010). Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations vs Multiple Nationalities, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (1): 56-71.
- Lee, C. G. (2009). Are Tourist Arrivals Stationary? Evidence from Singapore, *International Journal of Tourism Research*, 11: 1-6.
- Levin, A. ve Lin, C. (1992). *Unit Roots Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties*. University of California-San Diego Discussion Paper, No: 92-23.
- Levin, A. ve Lin, C. (1993). *Unit Roots Tests in Panel Data: New Result*. University of California-San Diego Discussion Paper, No: 93-56.
- Maddala, G. S. ve Wu, S. (1997). *A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and A New Simple Test*. Ohio State University Working Paper.
- Narayan P. K. (2011). Are Shocks to Tourism Transitory at Business Cycle Horizons? *Applied Economics*, 43: 2071-2077.
- Narayan, P. K. (2005). The Structure of Tourist Expenditure in Fiji: Evidence from Unit Root Structural Break Tests, *Applied Economics*, 37: 1157-1161.
- Narayan, P. K. (2008). Examining the Behaviour of Visitor Arrivals to Australia from 28 Different Countries, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42 (5): 751-761.
- Narayan, P. K. ve Prasad, A. (2008). Examining the Behaviour of Visitor Arrivals to Australia from Twenty Different Countries: An Application Of Panel Unit Root Tests, *Economic Papers*, 27 (3): 265-271.
- Pesaran, M. H. (2004). *General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels*. Cambridge Working Papers in Economics, No: 0435.
- Pesaran, M. H. (2006). *A Simple Panel Unit Root Test in The Presence of Cross Section Dependence*. Cambridge Working Papers in Economics, No: 0346.

- Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing Slope Homogeneity in Large Panels, *Journal of Econometrics*, 142 (1): 50-93.
- Sivri, U. (2010). Şokların Yabancı Ziyaretçi Sayısı ve Yabancı Ziyaretçi Harcamaları Üzerindeki Etkisi Kalıcı Mıdır? *TİSK Akademi Dergisi*, 5 (10): 220-237.
- Smyth, R., Nielsen, I. ve Mishra, V. (2009). I've been to Bali too' (And I Will Be Going Back): Are Terrorist Shocks To Bali's Tourist Arrivals Permanent or Transitory?, *Applied Economics*, 41 (11): 1367-1378.
- WTO (World Tourism Organization) (2011). *Tourism Highlights*. Spain.
- World Tourism Organization. 2014. *Tourism Highlights 2014 Edition*, Spain.
- www.kultur.gov.tr/, (Erişim Tarihi: 15 Aralık 2013).
- www.tursab.org.tr, (Erişim Tarihi: 15 Aralık 2013).
- Yıldırım, M. (2008). OECD Ülkelerinde İkiz Açık Teorisinin Panel Veri Modelleri İle İncelenmesi (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Ekonometri Bilim Dalı.

Ürün Özelliklerinin Performansı ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki Doğrusal ve Doğrusal Olmayan İlişkinin Karşılaştırılması

A Comparison of the Symmetric and Asymmetric Relationships between Product Attributes' Performance and Customer Satisfaction

Tahir ALBAYRAK*

*Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Dumlupınar Bulvarı, Kampüs, 07058 Antalya.
E-posta: tahiralbayrak@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 29 Kasım 2013
Birinci değerlendirme: 11 Şubat 2014
İkinci değerlendirme: 27 Mart 2014
Üçüncü değerlendirme: 14 Nisan 2014
Kabul: 29 Mayıs 2014

Anahtar sözcükler:

Kano tekniği, Ceza-ödül karşıtlığı analizi, Müşteri memnuniyeti, Ürün özellikleri.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 29 November 2013
Resubmitted: 11 February 2014
Resubmitted: 27 March 2014
Resubmitted: 14 April 2014
Accepted: 29 May 2014

Key words:

Kano technique, Penalty-reward contrast analysis, Customer satisfaction, Product attributes.

ÖZ

Mevcut alanyazında genellikle ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki bulunduğu varsayımı benimsenmiştir. Ancak son yıllarda gerçekleştirilen birçok araştırma, bu ilişkinin doğrusal yönlü olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal ve doğrusal olmayan ilişki bulunduğu şeklindeki iki varsayımın göre performansı arttırılacak ürün özelliklerinin tespit edilmesi ve kıyaslanması amaçlanmıştır. Ayrıca doğrusal olmayan ilişkiyi temel alarak ürün özelliklerini sınıflayan teknikler açıklanmıştır. Bu maksatla bir tur operatörünün hizmet kalitesi ölçümüne ait veriler kullanılmıştır. Doğrusal ilişki varsayımı ile yapılan regresyon analizinde genel müşteri memnuniyetine en düşük seviyede etki yapan özellikler olarak tespit edilen "Çocuklara yönelik hizmetler" ile "Wellness ve SPA hizmetleri" doğrusal olmayan ilişkiyi temel alan Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi ile "heyecan faktörleri" olarak sınıflandırılmıştır. Bu sebeple, işletme yöneticilerinin kararlarında farklı varsayımlarla gerçekleştirilen analiz sonuçlarını dikkate almaları uygun olacaktır.

ABSTRACT

In the current literature, it is generally assumed that there is a symmetric relationship between product attributes' performance and customer satisfaction. However, many of the recent studies indicate that this relationship might be asymmetric. The current study aims at identifying the product attributes and comparing them based on two assumptions which posit either a symmetric or an asymmetric relationship between product attributes' performance and customer satisfaction. Besides, techniques which classify the product attributes according to asymmetric relationship assumption were explained. With this purpose, data from a tour operator's service quality measurement were used. "Facilities for the children" and "Wellness and SPA Services" which were identified as the least important attributes that have influence on customer satisfaction by regression analysis, accordingly symmetric relationship assumption; were classified as the "excitement factors" by Penalty-Reward-Contrast Analysis, relying on asymmetric assumption. Therefore, business managers are advised to consider the analyses results which are performed by alternative assumptions.

GİRİŞ

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri pazar alanında başarı sağlayabilmeleri için rakiplerine göre daha yüksek müşteri memnuniyeti sağlamaları gerekmektedir (Deng, Kuo ve Chen 2008). Çünkü müşteri memnuniyetinin; müşteri sadakatinin ve olumlu tavsiyenin sağlanması, fiyat duyarlılığının azaltılması, çapraz satışların arttırılması gibi sonuçlara yol açmakta olduğu ve bu konuların işletmelerin finansal performanslarını olumlu yönde etkiledik-

leri tespit edilmiştir (Oliver, Rust ve Varki 1997; Anderson ve Mittal 2000). Müşteri memnuniyeti, Bartikowski ve Llosa (2004: 67) tarafından ürünü oluşturan farklı özelliklerin performansının genel değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. Ürün özelliklerinin performansı, bu özelliklerin müşteri tarafından algılanan kalitesini belirtmekte olup, çeşitli kalite ölçekleri ile değerlendirilmektedir. Dolayısıyla işletmeler açısından müşteri memnuniyetini arttırmak için hangi ürün özelliğine veya özel-

liklerine odaklanması gerektiği önemli bir husustur. Bu çalışmada ürün kavramı, somut ürünleri ve soyut hizmetleri kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

Müşteri memnuniyeti üzerinde en yüksek etkiyi yapan ürün özelliklerinin tespit edilerek işletmenin kısıtlı kaynaklarının bu özellikler üzerinde yoğunlaştırılabilmesi amacıyla, çoklu regresyon analizi veya yapısal denklem modellemenin yanı sıra Martilla ve James (1977) tarafından geliştirilen önem performans analizi gibi tekniklerden yararlanılmaktadır. Bu istatistiki tekniklerin ortak amacı, işletme yöneticilerinin müşteri memnuniyetini arttırmaya yönelik çabalarında kendilerine rasyonel kararlar alabilmeleri açısından yol göstermektir. İlgili tekniklerin ortak yönü ise ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayımına dayanmalarıdır (Mittal, Ross ve Baldasare 1998: 33). Ancak, son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar (Matzler ve Sauerwein 2002; Ting ve Chen 2002; Matzler vd. 2004; Bartikowski ve Llosa 2004; Füller ve Matzler 2007; Slevitch ve Oh 2010; Mikulic ve Prebezac 2011a; Caber, Albayrak ve Loiacono 2013) bu ilişkinin doğrusal yönde olmadığını ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile ürün özelliklerinin müşteri memnuniyeti açısından taşıdığı önem, ilgili özelliğin mevcut performans seviyesine göre değişmektedir. Bu nedenle, geleneksel yöntemler esas alındığında, işletmelerin kısıtlı kaynaklarının yanlış alanlara aktarılması riski söz konusu olmaktadır. Bu riskin ortadan kaldırılabilmesi için, performansı artırılması gereken ürün özelliklerinin doğru yöntemlerle tespiti gereklidir. Ancak bu sayede işletmelerin Anderson ve Mittal'ın (2000) önerdiği hizmet-kâr zincirini hayata geçirmeleri mümkün olacaktır.

Ürün özelliklerinin performansı ve müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi ortaya koymak amacıyla en fazla tercih edilen teknikler arasında; Kano Tekniği, Kritik Olay Tekniği (Critical Incident Technique), Önem Matrisi (Dual Importance Mapping), kukla değişkenli regresyon analizi yardımıyla gerçekleştirilen Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi (Penalty-Reward Contrast Analysis) yer almaktadır (Matzler ve Sauerwein 2002). Kano Tekniği ülkemizdeki araştırmacılar tarafından da (İlter, Özgen ve Aykol 2007; Delice ve Güngör 2008; Uca ve Menteş 2008) kullanılan bir yöntemdir.

Bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlar; (1) ürün özelliklerinin müşteri memnuniyetine doğrusal olmayan etkileri göz önüne alınarak sınıflandırılmasında kullanılan teknikleri açıklayarak, bu tekniklerden "Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi" için bir örnek uygulama sunmak; (2) ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu ve doğrusal olmadığı şeklindeki iki varsayımına göre kısıtlı kaynakların aktarılması için belirlenen ürün özellikleri arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır.

Çalışmanın amaçlarına ulaşmak maksadıyla, ilk bölümde ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişki anlatılmıştır. Devamında bu ilişkiyi ortaya koymak için kullanılan çeşitli teknikler açıklanmıştır. Takip eden bölümde ise ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal ve doğrusal olmayan ilişkilerin bir örnek uygulama ile test edilmesi amacıyla, konaklama sektörüne yönelik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçların tartışılması ile çalışma son bulmuştur.

ÜRÜN ÖZELLİKLERİNİN PERFORMANSI İLE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ DOĞRUSAL OLMAYAN İLİŞKİ

İşletmelerin kısıtlı kaynaklarının öncelikli olarak aktarılması gereken en önemli ürün özelliği veya özelliklerinin belirlenebilmesi amacıyla kullanılan geleneksel yöntemler (örneğin regresyon analizi, önem performans analizi), belli bir ürün özelliğinin hem negatif hem de pozitif performansının müşteri memnuniyetine benzer yönde bir etki yaratacağı varsayımına dayanmaktadır (Mittal ve Baldasare 1996: 34). Ancak, Mittal, Ross ve Baldasare'nin (1998) otomobil kullanıcılarına yönelik yaptıkları araştırmada fren, vites, motor ve hız, sessizlik gibi bazı ürün özelliklerinin negatif performanslarının, pozitif performanslarına kıyasla müşteri memnuniyetine/memnuniyetsizliğine daha yüksek oranda etki ettikleri görülmüştür. Diğer taraftan araç içi ferahlık özelliğinin pozitif performansının, negatif performansına kıyasla müşteri memnuniyetine/memnuniyetsizliğine daha yüksek oranda etki ettiği gözlenmiştir. Bu durum, ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiden kaynaklanmaktadır. Araştırmacılar ürün özelliklerinin performansı ile

müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkiden yola çıkarak ürün özelliklerini sınıflandırmaktadırlar. Araştırmacılar tarafından özelliklerin sınıflandırılmasında birçok farklı terim kullanılmıştır (Tablo 1).

Bu çalışmada son dönemde birçok yazar tarafından (Füller ve Matzler 2007; Arbore ve Busacca 2009; Alegre ve Garau 2011; Albayrak ve Caber 2013) tercih edilen “temel”, “performans” ve “heyecan” faktörleri terimleri kullanılmış ve müşteri memnuniyeti/memnuniyetsizliği üzerindeki etkileri, Şekil 1’de gösterilmiştir (Busacca ve Padula, 2005: 545).

Temel Faktörler müşterilere sunulmadığı zaman memnuniyetsizlik yaratan, ancak sunulduğunda memnuniyete yol açmayan temel gereksinimlerdir (Matzler vd. 2004: 273). Müşterilerin gözüyle temel faktörler, işletmeler tarafından sağlanması gereken minimum gereksinimlerdir. Temel faktör-

ler müşteri memnuniyeti yaratmak açısından gerekli, ancak tek başına yeterli olmayan faktörlerdir. Özet olarak, temel faktörler, müşteriler tarafından zaten kendilerine sunulması gereken bir gereklilik olarak görüldüklerinden, sunulmamaları halinde büyük tatminsizliğe yol açan, sunulmaları halinde ise çoğunlukla olumlu bir etki yaratmayan faktörlerdir. Örneğin, bir konaklama işletmesinde, odalara sabun bırakılması, müşteriler tarafından, zaten sunulması gereken bir özellik olarak düşünülmekte olduğundan herhangi bir memnuniyet yaratmamaktadır. Benzer bir biçimde odaya ekstra olarak konulan sabun da memnuniyeti artırıcı bir unsur olarak nitelendirilmemektedir. Ancak odaya sabun bırakılmadığı takdirde müşteriler bu eksikliği fark ederek, memnuniyetsizlik duymaktadırlar.

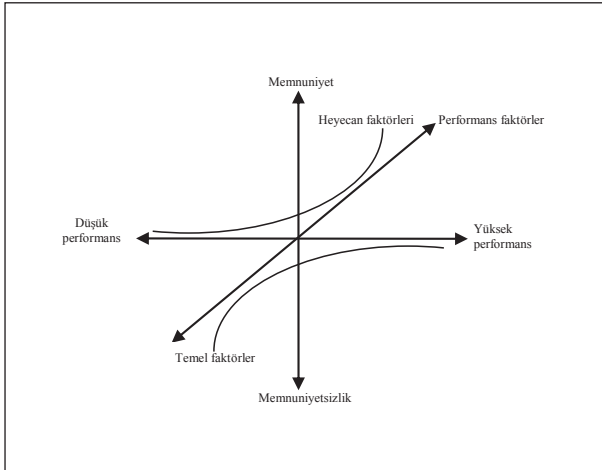
Performans Faktörleri müşterilere sunulduklarında memnuniyet yaratan, sunulmadıklarında ise memnuniyetsizlik yaratan faktörlerdir. Performans fak-

Tablo 1. Ürün Özelliklerinin Müşteri Memnuniyetine Doğrusal Olmayan Etkilerine Göre Sınıflandırılması

Yazarlar*	Sınıflamalar				
Kano (1984)	Olması gereken (Must-be)	Tek-boyutlu (One-dimensional)	Çekici (Attractive)	Fark yaratmayan (Indifferent)	Zıt (Reverse)
Lu ve Stepchenkova (2012)	Memnuniyetsizlik yaratan (Dissatisfier)	Kritik (Critical)	Memnuniyet yaratan (Satisfier)	Nötr (Neutral)	
Bartikowski ve Llosa (2004)	Memnuniyetsizlik yaratan (Dissatisfier)	Memnuniyet yaratan (Satisfier)			
Brandt (1987)	Asgari gereklilik (Minimum requirement)	Hibrit (Hybrid)	Değer artırıcı (Value Enhancing)		
Alegre ve Garau (2011)	Temel (Basic)	Performans (Performance)	Heyecan (Excitement)		
Tontini ve Silveira (2007)	Temel (Basic)	Anahtar (Key)	Yükseltici (Amplifier)	Nötr (Neutral)	Zıt (Reverse)
Herzberg, Mausner ve Snyderman (1959)	Hijyen (Hygiene)	Güdüleyici (Motivator)			
Swan ve Combs (1976)	Etkili faktör (Expressive factor)	Aracı faktör (Instrumental factor)			
Oliver (1993)	Tek değerli memnuniyetsizlik yaratan (Monovalent dissatisfier)	Tek değerli memnuniyet yaratan (Monovalent satisfier)	Çift değerli memnuniyet yaratan (Bivalent satisfier)	Sıfır ilişkiler (Null relationships)	

Vargo vd. (2007) temel alınarak geliştirilmiştir.

* Yazarlar, ilgili sınıflandırmayı kullanan araştırmacılara örnek olarak verilmiştir.



Şekil 1. Üç Faktörün Müşteri Memnuniyetine Etkisi

törleri bu açıdan hem memnuniyet hem memnuniyetsizlik içermektedirler (Matzler, Sauerwein ve Heischmidt 2003: 114). Eğer bu faktörlere ait performans yüksek ise müşteri memnuniyeti, performans düşük ise müşteri memnuniyetsizliği ortaya çıkmaktadır. Performans faktörlerine ait algılanan performans ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal ve simetrik bir ilişki söz konusudur. Diğer bir ifade ile ilgili özelliğin performansı yükseltirirse, müşteri memnuniyeti de bundan olumlu yönde etkilenecektir. Örneğin, otel personelinin müşterilere yakın ilgi göstermesi ve güler yüzlü hizmet sunması müşteri memnuniyetini sağlarken, aksi bir durum müşteri memnuniyetsizliğine yol açacaktır.

Heyecan Faktörleri sunulduklarında müşteri memnuniyetini arttıran, sunulmadıklarında ise memnuniyetsizlik yaratmayan faktörlerdir. Heyecan faktörleri, müşteriler tarafından beklenmeyen ve sürpriz olarak nitelendirilen faktörlerdir. Bu nedenle yüksek memnuniyet yaratma potansiyeline sahiptirler. İşletmeler bu tür ürün özelliklerini sağladıkları takdirde müşteriler memnun olacaktır. Örneğin standart otel odasında küvet yerine jakuzi bulunması yüksek müşteri memnuniyeti sağlayabilecekken, jakuzi bulunmaması memnuniyetsizlik yaratmayacaktır. Çünkü jakuzi, standart otel odasında beklenmeyen bir özelliktir.

Temel ve heyecan faktörlerinin müşteri memnuniyetine olan etkileri bakımından önemleri, performanslarına göre değişiklik göstermektedir. Temel faktörü oluşturan özelliklerin performansları düşük olduğunda müşteri memnuniyeti üzerindeki

etkileri önemli hale gelirken, performansları yüksek olduğunda müşteri memnuniyetine olan etkileri azalmakta, dolayısıyla önemsiz (etkisiz) olmaktadır. Heyecan faktörleri için bunun tam aksi bir ilişki söz konusudur. Heyecan faktörleri performansları yüksek olduğunda önemli iken performansları düşük olduğunda önemsiz olmaktadır (Matzler vd. 2004: 273). Bu ilişki, özellik performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin doğrusal olmadığını göstermektedir (Matzler vd. 2004: 273). Ürün özellikleri ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal olmayan bir ilişkinin söz konusu olduğu bankacılık (Matzler, Sauerwein ve Heischmidt 2003), hizmetler (Johnston 1995; Matzler, Renzl ve Rothenberger 2006), işletmeden işletmeye ilişkiler (Matzler vd. 2004), turizm destinasyonları (Fuchs ve Weiermair 2004; Füller ve Matzler 2007; Alegre ve Garau 2011; Albayrak ve Caber 2013) ve web siteleri (Tan, Xie ve Shen 1999) ile ilgili araştırmalarda da ortaya konulmuştur.

ÜRÜN ÖZELLİKLERİNİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE DOĞRUSAL OLMAYAN ETKİLERİNE GÖRE SINIFLANDIRILMASINDA KULLANILAN TEKNİKLER

a) Kano Tekniği: Ürün özelliklerinin müşteri memnuniyeti üzerine olan etkileri açısından üç farklı grup altında toplanabileceğini öne süren ilk akademisyen olan Kano (1984), bu sınıflama için kendi tekniğini de önermiştir. Kano tekniğine göre müşterilere her ürün özelliğiyle ilgili iki soru sorulmaktadır. İlk soru ilgili özelliğin olumlu (pozitif) performans göstermesi durumundaki müşteri tepkisini, ikinci soru söz konusu özelliğin olumsuz (negatif) performans göstermesi durumundaki müşteri tepkisini ölçmektedir. Daha sonra her bir katılımcı açısından ilgili özellik, katılımcının iki soruya verdiği cevaba göre “temel”, “performans” veya “heyecan” faktör şeklinde sınıflandırılmaktadır. Son olarak tüm katılımcılar dikkate alınarak, ilgili özelliğin bu üç faktör için toplam frekansları hesaplanmakta ve özellik toplam frekansı en yüksek olan faktör altında sınıflandırılmaktadır (Mikulic ve Prebezac 2011b: 48).

b) Kritik Olay Tekniği (Critical Incident Technique): Müşteri memnuniyetine yön veren değişkenlerin tespiti amacıyla öne sürülmüş olan bu tekniğin temel varsayımı, müşteri memnuniyetsizliği yaratan unsurların, memnuniyet yaratan unsurlardan

farklı olduğudur. Bu teknikte, müşteriler kendilerini memnun eden ve memnuniyetsizliğe sebep olan (veya şikâyet ve övgüye neden olan) hususları kendi ifadeleriyle belirtmektedirler (Vargo vd. 2007: 7). Eğer müşterilerin belli bir özellik ile ilgili belirttikleri hususlar olumsuz bir deneyim ile ilgili ise söz konusu özellik "temel faktör" olarak, olumlu bir deneyim ile ilgili ise "heyecan faktörü" olarak sınıflandırılmaktadır (Matzler ve Sauerwein 2002: 315). Müşterilerin hem olumlu hem de olumsuz deneyimler belirttiği özellikler "performans faktörleri"dir. Kritik Olay Tekniği, müşteri memnuniyetine veya memnuniyetsizliğine yol açan olayların müşterilerin şahsi ifadeleri ile belirtilebilmesine olanak sağlaması açısından dikkat çeken bir tekniktir (Vargo vd. 2007: 11). Ancak Matzler ve Sauerwein (2002) gibi akademisyenler ilgili tekniğe yönelik bazı eleştiriler getirmektedir. Matzler ve Sauerwein'a (2002) göre müşterilerin belli bir ürün özelliği ile ilgili olumsuz bir husustan bahsetmesi (temel faktör), bu özellik ile ilgili olumlu bir olayı hatırlamamalarından mı, yoksa bu özellik ile ilgili olumlu bir performansın hiç gerçekleşmemiş olmasından mı kaynaklanmaktadır gibi sorular, teknikte cevapsız kalmaktadır. Benzeri bir kaygı heyecan faktörleri için de söz konusudur. Müşterilerin ilgili ürün özelliği ile ilgili olumsuz bir olayı hatırlamadıkları mı, yoksa bu özellik ile ilgili olumsuz hiçbir olayın bulunmadığı mı düşünülmelidir? Son olarak, sadece aşırı uçlardaki durumların dikkate alınması ve bu sebeple birçok tecrübenin değerlendirme dışı kalması söz konusudur (Johnston 1995: 66; Vargo vd. 2007: 12).

c) *Önem Matrisi (Vavra Metodu; Dual Importance Mapping)*: Vavra'ya (1997) göre bir ürün özelliğinin önemi, doğrudan (müşteri ifadesi ile) veya dolaylı (özellik başka bir kriterle olan korelasyonu veya regresyon analizi sonucu elde edilen katsayı ile) ölçümüne bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Nitekim müşteriler bir ürün özelliğinin önemini ifade ederken, adı geçen özelliğin mevcut performans seviyesinden ziyade, diğer özelliklere göre göreceli önemini dikkate almaktadırlar (Matzler, Sauerwein ve Heischmidt 2003: 124). Diğer taraftan adı geçen özelliğin önemi dolaylı olarak ölçümlenirse sadece mevcut performans seviyesi dikkate alınmaktadır. Bu nedenle, doğrudan ve dolaylı olarak önem tespitinde tutarsızlıklar oluşmaktadır (Matzler ve Sauerwein 2002: 320).

Diğer taraftan eğer müşterilere ürünü oluşturan özelliklerle ilgili bir liste sunulur ve bu özelliklere ait önem derecelerini belirtmeleri istenirse, temel faktörlerin en önemli özellikler olarak işaretlenmesi muhtemeldir. Çünkü birçok özellik, bir ürünün olmazsa olmazlarıdır ve bu özellikler temel ürünü oluşturmaktadır. Ancak ilgili özelliklerin performansı yüksek iken müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkilerinin olmaması veya bu etkinin düşük bir seviyede olması beklenmektedir. Benzer bir biçimde, temel faktörlerle kıyaslandıklarında heyecan faktörlerinin göreceli olarak daha az önemli olarak işaretlenmeleri söz konusu olacaktır. Çünkü heyecan faktörleri genişletilmiş ürünün bir parçası konumundadırlar ve sunulduklarında müşteri memnuniyetine etkileri yüksek olmaktadır. Örneğin bir havayolu seyahatinde yolculardan bu tecrübelerinde önemli buldukları özellikleri belirtmeleri istendiğinde, güvenlik ve bagaj kaybetmeme gibi hususların en önemli özellikler olarak nitelendirildiği, yemek çeşitliliği ve güler yüzlü hizmet gibi hususların daha düşük önemli özellikler olarak belirtildiği görülebilmektedir (Matzler ve Sauerwein 2002: 319). Ancak güvenlik ve bagaj kaybetmeme gibi hususlar (temel faktörler) tatmin edici bir performans seviyesinde ise performanslarının daha fazla artırılması müşteri memnuniyeti üzerinde bir artışa yol açmayacaktır. Bu özelliklerin temel faktör olması, performanslarının belli bir seviyede tutulmasını yeterli kılacaktır. Diğer taraftan yemek çeşitliliği ve güler yüzlü hizmet gibi hususlar (heyecan faktörleri) daha düşük öneme sahip özellikler olarak belirtilmelerine karşılık, bu hususlara ait performansın artırılması, müşteri memnuniyeti üzerinde daha yüksek bir etki yaratacaktır.

		Yüksek	
Dolaylı Önem	Yüksek	Yüksek dolaylı önem/ Düşük doğrudan önem = "Heyecan Faktörleri"	Yüksek dolaylı önem/ Yüksek doğrudan önem = "Performans Faktörleri (önemli)"
	Düşük	Düşük dolaylı önem/ Düşük doğrudan önem = "Performans Faktörleri (önemsiz)"	Yüksek doğrudan önem/ Düşük dolaylı önem = "Temel Faktörler"
		Düşük	Doğrudan Önem
			Yüksek

Şekil 2. Önem Matrisi (Vavra 1997: 385)

Vavra'nın (1997) öne sürmüş olduğu "Önem Matrisi" tekniği sayesinde ürün özelliklerine ait doğrudan ve dolaylı önem değerlerinin iki boyutlu matris üzerinde gösterilebilmesi ve müşteri memnuniyeti üzerine farklı etkileri olan üç faktörün tespit edilebilmesi mümkündür (Şekil 2). Doğrudan ve dolaylı olarak elde edilen önem değerleri, ürün özelliklerine ait x ve y koordinat değerlerini oluşturmaktadır. Elde edilen bütün sonuçlar x ekseninde doğrudan elde edilen önemin, y ekseninde dolaylı olarak elde edilen önemin yer aldığı bir matris üzerinde gösterilmektedir. Özelliklere ait doğrudan ve dolaylı önem değerlerinin ortalamaları hesaplanarak, matrisi dört hücreye ayıracak eksenlerin kesişme noktası belirlenmektedir. Sonuç olarak, dört hücreden oluşan bir önem matrisi elde edilmektedir. Özelliklerin konumlandığı hücre, o özelliğin hangi faktörü oluşturduğunu (temel, heyecan veya performans) ortaya koymaktadır.

Dolaylı ölçümde düşük öneme, ancak doğrudan ölçümde yüksek öneme sahip olduğu tespit edilen özellikler "temel faktörler" olarak sınıflandırılmaktadır. Doğrudan ölçümde düşük öneme, ancak dolaylı ölçümde yüksek öneme sahip olduğu tespit edilen özellikler ise "heyecan faktörleri" olarak sınıflandırılmaktadır. Diğer taraftan hem doğrudan ölçümde hem de dolaylı ölçümde yüksek önemli olduğu tespit edilen özellikler, "önemli performans faktörleri" şeklinde sınıflandırılmaktadır. Son olarak hem doğrudan ölçümde hem de dolaylı ölçümde düşük önemli olduğu tespit edilen özellikler "önemsiz performans faktörleri" olarak sınıflandırılmaktadır.

d) *Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi (Penalty-Reward-Contrast Analysis)*: Brandt (1987) tarafından öne sürülen bu teknik temel, performans ve heyecan faktörlerinin tespiti için kukla değişkenli regresyon analizini önermektedir. Birçok araştırmacı tarafından (Anderson ve Mittal 2000; Matzler ve Sauerwein 2002; Mikulic ve Prebezac 2011a; Albayrak ve Caber 2013) ürün özelliklerinin algılanan performansının müşteri memnuniyeti üzerindeki doğrusal olmayan etkilerinin ortaya koyulması amacıyla ilgili analiz tekniğinden yararlanılmıştır.

Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizini gerçekleştirmek için, ilk olarak her bir ürün özelliğine ait performans değerleri, kukla değişkenleri yaratmak amacıyla yeniden kodlanmalıdır. Performans değerleri; "düşük performans" için (0,1); "yüksek perfor-

mans" için (1,0) ve "orta seviyede performans" için (analize dahil olmaması maksadıyla) (0,0) şeklinde yeniden kodlanmaktadır (Tablo 2).

Kodlama sonucunda her özellik için iki kukla değişken elde edilmektedir. Daha sonra bütün kukla değişkenler bağımsız değişken, müşteri memnuniyeti bağımlı değişken olacak şekilde regresyon analizi gerçekleştirilmektedir. Analiz sonucunda her özellik için ilgili özellik performansının müşteri memnuniyeti üzerine doğrusal olmayan etkisini gösteren iki regresyon katsayısı (biri özelliğin düşük performans seviyesindeki, diğeri yüksek performans seviyesindeki etkisini gösteren) elde edilmektedir (Matzler vd. 2004: 274). Kukla değişkenli regresyon analizi vasıtasıyla özelliklerin yüksek ve düşük performans seviyeleri için elde edilen katsayılarla oluşturulan regresyon denklemi aşağıdaki gibidir:

$$\text{Genel Memnuniyet} = \beta_0 + \beta_{1öz.1} * \text{Kukla}_{1öz.1} + \beta_{2öz.1} * \text{Kukla}_{2öz.1} + \dots + \beta_{1öz.n} * \text{Kukla}_{1öz.n} + \beta_{2öz.n} * \text{Kukla}_{2öz.n} \quad (1)$$

n: Ürüne ait incelenen özellik sayısı;

Kukla₁: Yüksek performans seviyesini gösteren kukla değişken;

Kukla₂: Düşük performans seviyesini gösteren kukla değişken;

β₁: Özelliğin yüksek performans seviyesinde müşterinin memnuniyetine etkisini gösteren regresyon katsayısı;

β₂: Özelliğin düşük performans seviyesinde müşterinin memnuniyetine etkisini gösteren regresyon katsayısı;

öz.: Özellik.

Son aşamada ürün özelliklerinin sınıflandırılması için yüksek (β₁) ve düşük (β₂) performans sevi-

Tablo 2. Ürün Özelliğine ait Performansın Kukla Değişken Olarak Kodlanması

Özellik Performansı	K1	K2
Yüksek seviye performans	1	0
Orta seviye performans	0	0
Düşük seviye performans	0	1

K: Kukla değişken

yesi için elde edilen regresyon katsayıları kıyaslanmaktadır. Sınıflandırma ile ilgili kural Tablo 3'te gösterilmiştir.

Düşük performans seviyesinde elde edilen regresyon katsayısı, yüksek performans seviyesinde elde edilen regresyon katsayısından yüksek olan özellikler "temel faktörler" olarak sınıflandırılmaktadır. Diğer taraftan yüksek performans seviyesinde elde edilen regresyon katsayısı, düşük performans seviyesinde elde edilen regresyon katsayısından yüksek olan özellikler, "heyecan faktörleri" olarak sınıflandırılmaktadır. Eğer her iki katsayı eşitse, bu özellikler "performans faktörleri" olarak sınıflandırılmaktadır (Füller ve Matzler 2007: 121).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada Antalya ilinde faaliyet göstermekte olan çokuluslu bir tur operatörünün müşterilerine uygulamakta olduğu anket formundaki otellerin hizmet kalitesini ölçen 13 önermeden yararlanılmıştır (Tablo 4). Anket formu tur operatörünün hizmet kalitesini ölçen 33 önermeden oluşmaktadır. Bu önermeler alanyazın taramasına müteakip (Heung, Qu ve Chu 2001; Troung ve Foster 2006; Wang, Hsieh, Chou ve Lin 2007) üç tur operatörü yetkilisi ve beş akademisyenin katılımıyla gerçekleştirilen odak grup çalışması sonucunda belirlenmiştir. Türkçe oluşturulan anket formu iki dile hakim tercüman tarafından Rusçaya çevrilmiştir. Oluşturulan anket ifadelerinin anlaşılabilirliğini ve çevrim değişmezliğini (Douglas ve Craig 2006) test etmek için 476¹ turist ile pilot uygulama yapılmıştır. Önermelerin anlaşılabilirliğinde ve boyut yapısında problem olmaması üzerine anket tur operatörünün hizmet kalitesini ölçmek maksadıyla 2007 yılından itibaren yazarın da içinde yer aldığı bir ekip tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Anketler sistematik örnekleme yöntemiyle havaalanı dönüş transferi esnasında her araçta önceden belir-

lenmiş koltuk numaralarında oturan müşteriler tarafından (anket her aracın yaklaşık %20'sine denk gelecek şekilde beş koltuktan birine verilmektedir) doldurulmaktadır. Bu çalışmada Nisan-Eylül 2011 dönemine ait verilerden faydalanılmıştır. İlgili yılda tur operatörünün toplam müşteri sayısının yaklaşık %20'sine denk gelen 163.090 anket toplanmıştır. Bu çalışmada beş yıldızlı bir otel işletmesine ve Rus turistlere ait 2183 adet anket kullanılmıştır. Sadece bir milliyete ait veri kullanılmasının sebebi, birden fazla milliyete ait veri kullanmaktan kaynaklanan ölçüm değişmezliği probleminden sakınmaktır. Ayrıca otel hizmet kalitesi ölçümünün her otel için özel olması sebebiyle, sadece bir otele ait veriler kullanılmıştır. Önermeler 5'li Likert ölçeği ile ölçümlenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Analizlerin ilk aşamasında, veri güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla güvenilirlik katsayısı hesaplanmış (Cronbach Alpha) ve 0,923 olarak tespit edilmiştir. 2183 katılımcının tamamı Rus olup %70'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş ortalamaları 32,16 (Std. Sapma: 13,4) ve %58,9'u 21-40 yaş aralığındadır.

Otel işletmesinin özellikleri arasında en düşük performans algısının 3,44 ortalama ile "Plaj" a ait olduğu görülmüştür. Katılımcıların en olumlu algıya sahip olduğu özellik 4,25 ortalama ile "Havuz" dur (Tablo 4). Otel işletmesinin elindeki kısıtlı kaynakları hangi ürün özelliklerinin performansını arttırmak için aktarması gerektiğini belirlemek maksadıyla, ilk olarak ilgili özelliklerin performansıyla müşteri memnuniyeti arasında doğrusal yönde bir ilişki olduğu varsayımına göre hareket edilmiştir. Bu amaçla, müşteri memnuniyeti bağımlı değişken ve 13 özellik bağımsız değişken olmak üzere regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon modeli istatistikî açıdan anlamlı olup ($F= 275,310$; $p= 0,000$), müşteri memnuniyetini açıklama oranı %69,9'dur (Tablo 4). Üç özelliğin ("Ses kirliliği bulunmaması", "Animasyon aktiviteleri", "Yüzme havuzu") müşteri memnuniyeti üzerine etkisi istatistikî açıdan anlamsız olduğundan, bu özellikler sonraki analizlere dâhil edilmemiştir. Doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre müşteri memnuniyetine en yüksek etkiyi yapan özellik "Plaj"dır ($\beta= 0,246$). İlgili özelliğe yönelik performans algısının düşük olması, otel işletmesinin bu özelliğe ön-

Tablo 3. Ürün Özelliklerinin Sınıflandırılması ile İlgili Kural

Temel faktör	$\beta_1 < \beta_2$
Performans faktör	$\beta_1 \approx \beta_2$
Heyecan faktörü	$\beta_1 > \beta_2$

¹ Pilot çalışma için örnekleme hacmi oran yöntemiyle ($P:0,05$; Örnekleme hatası $\pm \% 5$; Güven düzeyi $\% 95$; 1 milyon kişi) 384 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4. Ürün Özelliklerinin Performansları ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki Doğrusal İlişki

Özellik	Ortalama	Std. Sapma	Regresyon Katsayısı
Plaj	3,44	1,251	0,246**
Hizmet alımında sırada beklenmemesi	3,70	1,203	0,108**
Tesisin ve odaların teknik durumu	3,60	1,134	0,098**
Ses kirliliği bulunmaması	3,66	1,221	0,012
Çocuklara yönelik hizmetler	3,91	1,083	0,088**
Wellness ve SPA hizmetleri	4,11	0,981	0,055**
Animasyon aktiviteleri	4,02	1,112	-0,014
Yüzme havuzu	4,25	0,875	0,021
Genel temizlik	3,55	1,232	0,046*
Odaların tasarımı	3,56	1,115	0,098**
Genel atmosfer	4,18	0,944	0,147**
Yiyecek-içecek kalitesi	3,86	1,088	0,128**
Personelin verdiği hizmet	4,06	1,012	0,070**

R² : 0,699 ; F: 275,310

* 0,05 seviyesinde anlamlı; ** 0,01 seviyesinde anlamlı; diğerleri anlamsızdır

Bağımlı değişken: Otelin mükemmel hizmet sunduğunu düşünüyorum.

celikle kaynak aktarması gerektiğini göstermektedir. Müşteri memnuniyetine yüksek etki yapan diğer özellikler, sırasıyla "Genel atmosfer" ($\beta=0,147$) ve "Yiyecek-içecek kalitesi" dir ($\beta=0,128$).

Bir sonraki aşamada, özelliklerin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrusal olmayan bir ilişki olduğu varsayımı esas alınarak, kukla değişkenli regresyon analizi yardımıyla "Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi" gerçekleştirilmiştir (Anderson ve Mittal 2000; Matzler, Renzl ve Rothenberger 2006). Bu analiz ile özelliklerin temel performans ve heyecan faktörleri olarak sınıflandırılması amaçlanmıştır. İlk olarak heyecan faktörlerinin tespiti için bir grup, temel faktörlerin tespiti için bir diğer grup kukla değişken oluşturulmuştur. Kukla değişkenleri oluşturmak amacıyla özellikler "düşük performans" için (0,1), "yüksek performans" için (1,0) ve "orta seviye performans" için (0,0) şeklinde kodlanmıştır. Bu araştırmada "1" düşük performans; "5" yüksek performans ve diğer değerler orta düzey performans olarak kabul edilmiştir. Kodlama sonucunda elde edilen her özellik için 2; toplam olarak 20 (2 kukla x 10 özellik) kukla değişken bağımsız ve müşteri memnuniyeti bağımlı değişken olmak üzere regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda her özellik için düşük

performans seviyesinde ve yüksek performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkiyi yansıtan iki ayrı katsayı elde edilmiştir (Tablo 5).

Kukla değişkenli regresyon analizi sonucu elde edilen katsayılar incelendiğinde özelliklerin öneminin performans seviyesine göre değişmekte olduğu görülmektedir. Bu durum, katsayıların daha kolay anlaşılabilmesi amacıyla hazırlanan Şekil 3'de açık bir biçimde görülmektedir. Düşük performans seviyesindeki müşteri memnuniyetine etkisi, yüksek performans seviyesindeki etkisinden daha yüksek olan özellikler "temel faktörler" olarak sınıflandırılmıştır. Yüksek performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkisi, düşük performans seviyesindeki etkisinden daha yüksek olan özellikler ise "heyecan faktörleri" olarak sınıflandırılmıştır. Son olarak, yüksek ve düşük performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkisi yaklaşık olarak eşit olan özellikler "performans faktörleri" olarak sınıflandırılmıştır (Füller ve Matzler 2007: 121).

Şekil 3'te görüldüğü gibi düşük performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkisi, yüksek performans seviyesindeki kıyasla daha yüksek (temel faktörler) olan özellikler "Sırada bekleme", "Tesisin ve odaların teknik durumu", "Genel te-

Tablo 5. Kukla Değişkenli Regresyon Analizi ve Ürün Özelliklerinin Sınıflandırılması

Özellik	Kukla Değişkenli Regresyon Katsayıları		Sınıflama
	Düşük Performans	Yüksek Performans	
Plaj	-0,140**	0,135**	Performans
Hizmet alımında sırada beklenmemesi	-0,105**	0,047*	Temel
Tesisin ve odaların teknik durumu	-0,069**	0,055**	Temel
Çocuklara yönelik hizmetler	-0,048**	0,085**	Heyecan
Wellness ve SPA hizmetleri	-0,015	0,042*	Heyecan
Genel temizlik	-0,067**	0,020	Temel
Odaların tasarımı	-0,058**	0,083**	Heyecan
Genel atmosferi	0,020	0,193**	Heyecan
Yiyecek-içecek kalitesi	-0,096**	0,073**	Temel
Personelin verdiği hizmet	-0,046**	0,045*	Performans

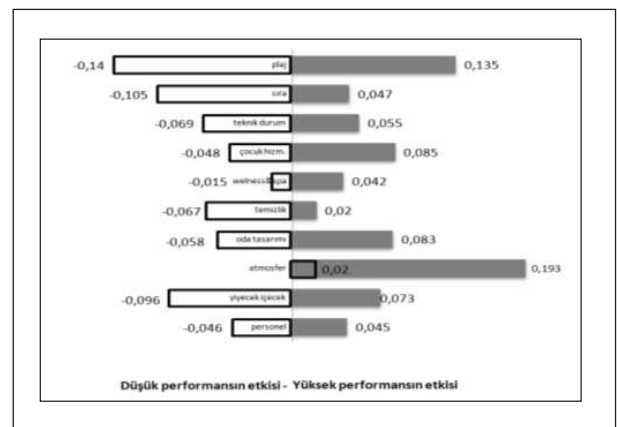
R² : 0,613; F: 157,065

* 0,05 seviyesinde anlamlı; ** 0,01 seviyesinde anlamlı; diğerleri anlamsızdır.

mizlik" ve "Yiyecek-içecek kalitesi"dir. Otel temizliğinin müşteri memnuniyeti için önemli bir özellik olduğunu belirten Ryan ve Huimin'in (2007) aksine bu çalışmada "Genel temizlik" temel bir faktör olarak sınıflanmıştır. Diğer taraftan, "Yiyecek-içecek kalitesi"nin temel faktör olarak sınıflanmış olması, yiyecek kalitesini müşteri memnuniyeti açısından düşük öncelikli olarak tespit eden Chu ve Choi'nin (2000) sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir. Temel faktörlerin performansı, müşteri beklentilerini karşılayabilecek bir seviyede devam ettirilmelidir. Fakat bu özelliklerin performansı daha fazla arttırılırsa, müşteri memnuniyeti/memnuniyetsizliği üzerine etkilerinin azalması söz konusu olacaktır. Diğer bir ifade ile temel özelliklerin önemleri azalacaktır. Diğer taraftan bu özelliklerin performansı düşüş gösterirse, müşteri memnuniyetsizliği üzerine etkileri yükselecektir.

"Plaj" ve "Personelin verdiği hizmet" özelliklerinin düşük ve yüksek performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkileri yaklaşık olarak eşit olarak tespit edildiğinden, performans faktörleri olarak sınıflandırılmışlardır. Bu özelliklerin performansını arttırmak, müşteri memnuniyeti üzerine olumlu etki yapacaktır. Bu bulgu, müşteri memnuniyeti açısından otel personelini en önemli özellik olarak tespit eden önceki çalışmaların sonuçlarını desteklemektedir (Choi ve Chu 2001; Kuo, Chen ve Lin 2010). Yüksek performans seviyesinde müşteri memnuniyetine etkileri, düşük performans se-

viyesindeki kıyasla daha fazla olan "Çocuklara yönelik hizmetler", "Wellness ve SPA hizmetleri", "Odaların tasarımı" ve "Genel atmosfer" heyecan faktörleri olarak sınıflandırılmıştır. Bu özelliklerin performansını arttırmak, müşteri memnuniyet seviyesi üzerinde önemli bir yükselme sağlayacaktır. Bu nedenle, otel işletmesinin müşteri memnuniyetini arttırmak adına, kısıtlı kaynaklarını ve stratejik önceliklerini bu özellikler üzerinde yoğunlaştırması, rasyonel bir yaklaşım olacaktır. "Wellness ve SPA hizmetleri"nin heyecan faktörü olarak sınıflanması, otel özelliklerinin müşteri memnuniyetine doğrusal olmayan etkisini inceleyen ve wellness'i performans faktörü olarak sınıflayan Matzler,



Şekil 3. Özellik Performansının Müşteri Memnuniyetine Doğrusal Olmayan Etkisi

Renzl ve Rotenberger'in (2006) bulgularından farklılık göstermektedir. Ancak her iki faktöre göre de wellness'in performansını arttırmak müşteri memnuniyetine olumlu etki yaratacaktır.

Doğrusal regresyon analizi neticesinde üçüncü sırada önemli özellik olarak tespit edilen "Yiyecek-içecek kalitesi" doğrusal olmayan ilişki dikkate alındığında, "temel faktör" olarak sınıflanmıştır. Bu özelliğe ait performans seviyesi düşük olduğunda, müşteri memnuniyetsizliği söz konusu olmaktadır. Ancak özelliğin performansını arttırmak, müşteri memnuniyetine yol açmamaktadır. Diğer taraftan regresyon analizinde genel müşteri memnuniyetine en düşük seviyede etki yapan özellikler olarak tespit edilen "Çocuklara yönelik hizmetler" ile "Wellness ve SPA hizmetleri" ise "heyecan faktörleri" olarak sınıflandırılmıştır. Bu özelliklerin algılanan performansının yüksek olması, müşteri memnuniyetine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu nedenle müşteri memnuniyetini arttırmak için öncelikle kaynak aktarılması gereken hususlar, "heyecan faktörleri"dir. "Genel atmosfer" özelliği ise hem doğrusal regresyon analizi vasıtasıyla müşteri memnuniyetine olan etkisi yönünden en önemli ikinci özellik olarak tespit edilmiş hem de doğrusal olmayan ilişki varsayımıyla "heyecan faktörü" olarak sınıflandırılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde yüksek ürün kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin önemi anlaşılmış olmakla birlikte, ürün özelliklerinin hangi öncelikle geliştirilmesi gerektiğine yönelik tartışmalar halen devam etmektedir (Ting ve Chen 2002: 548). Müşteri memnuniyetini yükseltmek için işletmelerin kaynak aktarması gereken ürün özellikleri, ele alınan varsayıma göre (doğrusal ilişki/doğrusal olmayan ilişki) farklılık göstermektedir. Bu çalışmada da doğrusal ilişki varsayımı ile yapılan regresyon analizi ile doğrusal olmayan ilişkiyi temel alan Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi farklı sonuçlar ortaya koymuştur. İşletme yöneticilerinin karar verirken farklı varsayımlarla gerçekleştirilen analiz sonuçlarını dikkate almaları uygun olacaktır. Aksi durumda işletmenin kısıtlı kaynaklarının yanlış alanlarda kullanılması söz konusu olabilecektir.

İşletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla hem tespit edilen "temel faktörler"e,

hem de "heyecan faktörleri"ne yönelik müşteri beklentilerini aşmaları gerekmektedir. Müşterilerin, sadece temel faktörlerde yüksek performans sunularak memnun edilebilmesi mümkün değildir (Ting ve Chen 2002: 554; Bartikowski ve Llosa 2004: 69). Ayrıca, temel faktörlerde düşük performans sergilenmesi, müşteri memnuniyetsizliğine yol açmaktadır. Bu nedenle temel faktörlerde müşteri beklentilerinin karşılanmasına yönelik belli standartların geliştirilmesinde yarar vardır. Bu standartların konulması ve korunması sayesinde müşteri şikâyetlerinde azalma sağlanması ve potansiyel memnuniyetsizlik unsurlarının ortadan kaldırılması mümkün olacaktır. Ancak, müşteri memnuniyetsizliğinin ortadan kaldırılması ile müşteri memnuniyetinin sağlanması kavramları eşanlamlı olarak kabul edilmemelidir (Kondo 2000: 648). Müşteri memnuniyeti sağlamak için heyecan faktörlerinde de yüksek performansa ihtiyaç duyulmaktadır.

Ampirik araştırmalarda ürün özelliklerine ait "temel faktörler" in tespiti kolay iken "heyecan faktörleri" genellikle gizli kalmaktadır (Kondo 2000: 649). Çünkü müşteriler ürün ile ilgili şikâyetlerini açıkça belirtmekle birlikte, işletmelerden beklentilerini nadiren ifade etmektedirler (Ting ve Chen 2002: 566). Ayrıca müşteri memnuniyetinin tespitine yönelik araştırmalarda tercih edilen hazır soru listeleri, olması gereken ürün özelliklerini içerirken, yeni "heyecan faktörleri"ni keşfetmekte yetersiz kalabilmektedir. Kondo (2000) bu tür araştırmaları "ürün merkezli" olarak nitelendirmekte ve müşteri memnuniyetini yaratacak faktörlerin keşfedilmesine yönelik olarak "pazar merkezli" araştırmaların gerçekleştirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Müşteri ihtiyaç ve istekleri hızlı bir biçimde değişim gösterdiğinden, müşteri memnuniyetinin ve memnuniyeti etkileyen faktörlerin tespitine yönelik araştırmalar süregelen çabalar olarak kabul edilmelidir (Tontini ve Silveria 2007: 483). Nitekim ürün özelliklerinin yer aldığı faktörler (temel, performans veya heyecan) zaman içerisinde değişim gösterebilir. Pazara sunuş aşamasında "heyecan faktörü" olan kimi ürün özellikleri, izleyen süreç içerisinde değişen rekabet koşulları, müşteri ihtiyaç ve beklentilerindeki değişimler nedeniyle "performans" veya "temel faktör" konumuna geçebilir (Vargo vd. 2007: 9). Örneğin ilk olarak beş yıldızlı otellerde sunulan ücretsiz banyo şampuanı

ve duş jeli uygulaması, ilk dönemlerde bir “heyecan faktörü” iken günümüzde bütün konaklama tesislerinde standart olarak sunulur hale gelmiştir. Bu nedenle müşteriler tarafından beklenen bir özellik haline dönüşerek, “temel faktör” olmuştur.

Mevcut küresel rekabet ortamında müşteri memnuniyetinin sağlanması, ancak beklentilerin aşılması ile mümkündür. Fakat beklentiler kişiden kişiye farklılık gösterdiğinden, müşteri memnuniyetini yaratan “heyecan faktörleri” ve memnuniyetsizliği ortadan kaldıran “temel faktörler” farklı pazar bölümleri için ayrı tespit edilmelidir (Matzler, Sauerwein ve Heischmidt 2003: 126; Füller ve Matzler 2007: 124). Bu nedenle, ileride gerçekleştirilecek olan araştırmalarda, farklı pazar bölümleri için alternatif analiz teknikleri kullanılarak ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal ve doğrusal olmayan ilişkisinin incelenmesinde yarar bulunmaktadır.

ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu araştırma, ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasında, hem doğrusal hem de doğrusal olmayan ilişkilerin söz konusu olduğu varsayımı ile yola çıkarak, büyük bir örneklem hacmi ile bu varsayımları incelemiş olmasına karşın bazı sınırlılıkları da mevcuttur. Örneğin, çalışma sadece bir konaklama tesisi ve bir pazar bölümüne ait sonuçları kapsamaktadır. Ayrıca otel hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan 13 ifade tüm otel özelliklerini kapsamamaktadır. Buna karşın, Türkçe alanyazında ilk kez Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi yönteminin kullanılmış olması açısından çalışma, ilgili alanyazına önemli bir katkı sağlamaktadır. İleride gerçekleştirilecek olan araştırmalarda, farklı ürünler ve pazarlar için, ürün özelliklerinin performansı ile müşteri memnuniyeti arasındaki doğrusal olmayan ilişkinin farklı analiz yöntemleri kullanılarak incelenmesinde yarar bulunmaktadır. Ayrıca Önem Matrisi, Ceza-Ödül Karşıtlığı Analizi, Kano Tekniği gibi farklı analiz yöntemlerinin aynı anda kullanılmasına ve sonuçlarının kıyaslanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

Albayrak, T. ve Caber, M. (2013). The Symmetric and Asymmetric Influences Of Destination Attributes on Overall Visitor Satisfaction, *Current Issues in Tourism*, 16 (2): 149-166.

- Alegre, J. ve Garau, J. (2011). The Factor Structure of Tourist Satisfaction at Sun and Sand Destinations, *Journal of Travel Research*, 50: 78-86.
- Anderson, E. W. ve Mittal, V. (2000). Strengthening the Satisfaction-Profit Chain, *Journal of Service Research*, 3 (2): 107-120.
- Arbore, A. ve Busacca, B. (2009). Customer Satisfaction and Dissatisfaction in Retail Banking: Exploring the Asymmetric Impact of Attribute Performances, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16: 271-280.
- Bartikowski, B. ve Llosa, S. (2004). Customer Satisfaction Measurement: Comparing Four Methods of Attribute Categorisations, *The Service Industries Journal*, 24 (4): 67-82.
- Brandt, R. D. (1987). *A Procedure for Identifying Value-Enhancing Service Components Using Customer Satisfaction Survey Data*. Chicago, AMA.
- Busacca, B. ve Padula, G. (2005). Understanding the Relationship between Attribute Performance and Overall Satisfaction: Theory, Measurement and Implications, *Marketing Intelligence & Planning*, 23 (6): 543-561.
- Caber, M., Albayrak, T. ve Loiacono, E.T. (2013). The Classification of Extranet Attributes in Terms of Their Asymmetric Influences on Overall User Satisfaction: An Introduction to Asymmetric Impact-Performance Analysis, *Journal of Travel Research*, 52 (1):106-116.
- Cadotte, E.R. ve Turgeon, N. (1988). Dissatisfiers and Satisfiers: Suggestions for Consumer Complaints and Compliments, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 1 (2): 74-90.
- Choi, T. Y. ve Chu, R. (2001). Determinants of Hotel Guests' Satisfaction and Repeat Patronage in the Hong Kong Hotel Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 20: 277-297.
- Chu, R. K. S. ve Choi, T. (2000). An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travellers, *Tourism Management*, 21 (4): 363-377.
- Delice, E. K. ve Güngör, Z. (2008). Müşteri İsteklerinin Sınıflandırılmasında Kano Model Uygulaması. *Akademik Bilişim Konferansı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale*.
- Deng, W., Kuo, Y. ve Chen, W. (2008). Revised Importance-Performance Analysis: Three-Factor Theory and Benchmarking, *The Service Industries Journal*, 28 (1): 37-51.
- Douglas, S. P., ve Craig, C. S. (2006). Collaborative and Iterative Translation: An Alternative Approach to Back Translation, *Journal of International Marketing*, 15 (1): 30-43.
- Fuchs, M. ve Weiermair, K. (2004). Destination Benchmarking – An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction, *Journal of Travel Research*, 42 (3): 212-225.
- Füller, J. ve Matzler, K. (2007). Customer Delight and Market Segmentation: An Application of the Three-Factor Theory of Customer Satisfaction on Life Style Groups, *Tourism Management*, 29: 116-126.
- Herzberg, F., Mausner, B. ve Snyderman, B.B. (1959). *The Motivation to Work*. 2. Baskı. New York: John Wiley & Sons.
- Heung, V. C. S., Qu, H. ve Chu, R. (2001). The Relationship between Vacation Factors and Sociodemographic and Travelling Characteristics: The Case of Japanese Leisure Travellers, *Tourism Management*, 22: 259-269.

- İlter B., Özgen, Ö. ve Aykol, B. (2007). Lise Öğrencilerinin Alışveriş Merkezi Gereksinimlerinin Kano Modeli ile Sınıflandırılması: İzmir İli Uygulaması, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 8 (2): 141-162.
- Johnston, R. (1995). The Determinants of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfiers, *International Journal of Service Industry Management*, 6 (5): 53-71.
- Kano, N. (1984). Attractive Quality and Must Be Quality, Hinhitsu, *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14 (2): 147-156.
- Kondo, Y. (2000). Attractive Quality: Its Importance and the Points of Remark, *Total Quality Management*, 11 (4/5&6): 647-651.
- Kuo, C-M., Chen, L-C. ve Lin, S-Y. (2010). Exploring the Relationship between Hotel-based Service Attribute Importance and Customer Satisfaction at International Conferences in Taiwan, *Journal of Convention & Event Tourism*, 11: 293-313.
- Lu, W. ve Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism Experiences Reported Online: Classification of Satisfaction Attributes, *Tourism Management*, 33: 702-712.
- Martilla, J. A. ve James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41 (1): 77-79.
- Matzler, K. ve Sauerwein, E. (2002). The Factor Structure of Customer Satisfaction: An Empirical Test of the Importance Grid and Penalty-Reward-Contrast Analysis, *International Journal of Service Industry Management*, 13 (4): 314-332.
- Matzler, K., Sauerwein, E. ve Heischmidt, K.A. (2003). Importance-Performance Analysis Revisited: The Role of the Factor Structure of Customer Satisfaction, *The Service Industries Journal*, 23 (2): 112-129.
- Matzler, K., Bailom, F., Hinterhuber, H. H., Renzl, B. ve Pichler, J. (2004). The Asymmetric Relationship Between Attribute-Level Performance and Overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of the Importance-Performance Analysis, *Industrial Marketing Management*, 33: 271-277.
- Matzler, K., Renzl, B. ve Rothenberger, S. (2006). Measuring the Relative Importance of Service Dimensions in the Formation of Price Satisfaction and Service Satisfaction: A Case Study in the Hotel Industry, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6 (3): 179-196.
- Mikulic, J. ve Prebezac, D. (2011a). Evaluating Hotel Animation Programs at Mediterranean Sun and Sea Resorts: An Impact-Asymmetry Analysis, *Tourism Management*, 32: 688-696.
- Mikulic, J. ve Prebezac, D. (2011b). A Critical Review of Techniques for Classifying Quality Attributes in the Kano Model, *Managing Service Quality*, 21 (1): 46-66.
- Mittal, V. ve Baldasare, P.M. (1996). Eliminate the Negative, *Journal of Health Care Marketing*, 16 (3): 24-31.
- Mittal, V., Ross, W.T. ve Baldasare, P.M. (1998). The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute-Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions, *Journal of Marketing*, 62: 33-47.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response, *Journal of Consumer Research*, 20: 418-430.
- Oliver, R. L., Rust, R. T. ve Varki, S. (1997). Customer Delight: Foundations, Findings, and Managerial Insight, *Journal of Retailing*, 73 (3): 311-336.
- Ryan, C. ve Huimin, G. (2007). Perceptions of Chinese Hotels, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (4): 380-391.
- Slevitch, L. ve Oh, H. (2010). Asymmetric Relationship between Attribute Performance and Customer Satisfaction: A New Perspective, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (4): 559-569.
- Swan, J. E. ve Combs, L. J. (1976). Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept, *Journal of Marketing*, 40: 25-33.
- Tan, K. C., Xie, M. ve Shen, X. X. (1999). Development of Innovative Products Using Kano's Model and Quality Function Deployment, *International Journal of Innovation Management*, 3 (3): 271-286.
- Ting, S. ve Chen, C. (2002). The Asymmetrical and Non-Linear Effects of Store Quality Attributes on Customer Satisfaction, *Total Quality Management*, 13 (4): 547-569.
- Tontini, G. ve Silveira, A. (2007). Identification of Satisfaction Attributes Using Competitive Analysis of the Improvement Gap, *International Journal of Operations & Production Management*, 27 (5): 482-500.
- Truong, T. H. ve Foster, D. (2006). Using HOLSAT to Evaluate Tourist Satisfaction at Destinations: The Case of Australian Holidaymakers in Vietnam, *Tourism Management*, 27: 842-855.
- Uca, M. ve Menteş, S. (2008). İşletme Bölümü Öğrencilerinin Bölüm Gereksinimlerinin Kano Modeli ile Sınıflandırılması: Dokuz Eylül Üniversitesi, *İşletme Fakültesi Uygulaması, İşletme Fakültesi Dergisi*, 9 (1): 73-91.
- Vargo, S. L., Nagao, K., He, Y. ve Morgan, F. W. (2007). Satisfiers, Dissatisfiers, Criticals, and Neutrals: A review of Their Relative Effects on Customer (dis)Satisfaction, *Academy of Marketing Science Review*, 11 (2): 1-22.
- Vavra, T. G. (1997). Improving Your Measurement of Customer Satisfaction, a Guide to Creating, Conducting, Analyzing, and Reporting Customer Satisfaction Measurement Programs. Milwaukee: American Society for Quality.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., Chou, S. H. ve Lin, Y. S. (2007). GPTCCC: An Instrument for Measuring Group Package Tour Service, *Tourism Management*, 28: 361-376.

Bireysel ve Davranışsal Faktörlerin Restoran Müşterilerinin Şikâyet Etme Niyetlerine Etkisi

The Effects of Behavioral and Individual Factors on Restaurant Customers' Intention to Complain

Bahattin ÖZDEMİR*, **Gökhan YILMAZ****, **Osman ÇALIŞKAN*****

*Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: bahattin@akdeniz.edu.tr

**Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: gokhanyilmaz@akdeniz.edu.tr

***Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 07058, Kampüs, Antalya.

E-posta: ocaliskan@akdeniz.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 20 Mart 2014

Birinci değerlendirme: 12 Mayıs 2014

Kabul: 30 Mayıs 2014

Anahtar sözcükler:

Restoran, Restoran işletmeciliği,
Müşteri şikâyet davranışı, Şikâyet
etme niyeti.

ÖZ

Bu araştırma bireysel ve davranışsal faktörlerin restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetlerine etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Alanyazın taramasının ardından davranışsal faktörler olarak planlı davranış kuramının temel değişkenleri (tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol); bireysel faktörler olarak da enformasyon düzeyi ve kendini önemseme inceleme kapsamına alınmıştır. İstanbul'da yapılan çalışmada 582 kişiye soru formları dağıtılmış; eksik doldurulan ve uç değerler nedeniyle elenen soru formları olmasından dolayı 375 adet soru formu değerlendirmeye alınmıştır. Doğrulayıcı faktör analiziyle ölçüm modelinin uygunluğu belirlendikten sonra araştırma modelinde yer alan beş hipotez yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Hipotezlerin tamamı araştırma bulgularından destek bulabilmiştir ve araştırma bulguları tutum, algılanan davranışsal kontrol, öznel normlar, kendini önemseme ve enformasyon düzeyinin restoranlarda müşterilerin şikâyet etmeye ilişkin niyetlerini belirleyen faktörler olduğunu göstermiştir. Çalışma uygulamacılar ve ileriki araştırmalar için öneriler ile sonuçlandırılmıştır.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 20 March 2014

Resubmitted: 12 May 2014

Accepted: 30 May 2014

Key words:

Restaurant, Restaurant management, Customer Complaint Behavior, Intention to complain.

ABSTRACT

This study aims at exploring the effects of behavioral and individual factors on restaurant customers' intentions to complain. Relying on the prior research, the current paper operationalized the variables of planned behavior theory (attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control) as behavioral factors whereas information level and self-importance were included into the model as the representatives of individual factors. Questionnaires were administered to 582 participants in İstanbul. After elimination of questionnaires which were not completed or contained extreme values, remaining 375 questionnaires were further analyzed. First, a confirmatory factor analysis was conducted to evaluate the measurement model. Second, five hypotheses of the research were tested by using structural equation modeling. The findings supported all the hypotheses. Specifically, the research revealed that attitude, subjective norms, perceived behavioral control, self-importance, and information level were good predictors of restaurant customers' intention to complain. Study concluded with recommendations for practice and future research.

GİRİŞ

İşletmeciliğin diğer alanlarında olduğu gibi restoran işletmeciliği alanında da müşterilerin memnuniyeti, varlığın sürdürülebilmesi ve kârlılığın arttırabilmesi için temel faktör olarak kabul edilmektedir. Dahası, memnun edilmiş müşterilerin sadık müşterilere dönüşme olasılığı da hesaba katıldığında, sadık müşteri tabanını genişletme, restoranların en önemli hedefleri arasına yerleşmektedir. Ana akım alanyazında olduğu gibi restoran hizmetleri bağla-

mında yapılan araştırmalarda da müşteri memnuniyeti, daha çok müşterilerin beklentilerinin karşılanması ile ilişkilendirilmektedir (Kivela vd. 2000; Weiss vd. 2004). Ancak en başarılı işletmeler bile müşterilerinin tüm beklentilerini karşılamakta zorluklar yaşayabilmektedir. Bu sebeple restoranlarda hizmet hataları oluşmakta ve bu hatalar müşteri memnuniyetsizliği veya müşteri şikâyetleri ile sonuçlanabilmektedir.

Günümüzde tüketicilerin önemli bir kısmı keyifli bir yemek deneyimi yaşamak üzere restoranları

ziyaret etmekte (Johns ve Kivela 2001; Hansen vd. 2005) ve bu ziyaretleri sırasında servis personeli, restoranın atmosferi ve restorandaki diğer müşteriler ile etkileşimlere girmektedir (Wu ve Liang 2009; Lundberg 2011). Söz konusu etkileşimler, restoran müşterilerinin yemek deneyiminden memnun kalmalarını sağlayacak çok önemli etkenler olduğu (Kivela vd. 2000; Antun vd. 2010) gibi yaşanacak olumsuzluklara bağlı olarak memnuniyetsizliğe yol açabilecek birer hata kaynağı da (Susskind ve Viccari 2011) olabilmektedir. Aslında tüketicilerin hizmet sunumunun bir parçası olduğu ve hata yapılma olasılığının da yüksek olduğu ağırlama hizmetlerinde, hataların ve bu hataların yol açabileceği müşteri şikâyetlerinin bütünüyle ortadan kaldırılması olanaksız görünmektedir (Ekiz 2009). Yine de ilgili alanyazındaki araştırmaların bulguları, restoran işletmelerinin hizmet hatalarına uygun hizmet telafileri ile yanıt vermesinin müşteri memnuniyetini (Susskind 2005), müşterinin restorana yeniden gelmesini (Leong ve Kim 2002; Silber vd. 2009; Chua vd. 2010) ve çevresine restoran hakkında olumlu düşüncelerini söylemesini sağlayan (Ok vd. 2006; Kim vd. 2010) önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumda, restoran yöneticilerinin müşteriler tarafından şikâyet yoluyla iletilen hizmet hataları ile ilgili geri bildirimleri birer fırsat olarak görmeleri gerektiği önerilmektedir (Karatepe 2006). Bunun için restoranlarda müşterilerin maruz kaldığı hizmet hatalarının neler olduğu, bu hataların oluşması durumunda nasıl telafi edileceği, hatalara ve bu hatalar için kendilerine sunulan telafilere müşterilerin nasıl yanıt verdiği, üzerinde düşünülmesi gereken konuların başında gelmektedir. Bu bağlamda araştırmacıların üzerinde durduğu bir diğer önemli konu ise hatalara karşı müşterilerin şikâyet davranışlarıdır.

Restoranlarda müşteri şikâyetleri konusu ile yakından ilgilenen araştırmacılar restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarını sınıflandırmış (Lam ve Tang 2003; DeFranco vd. 2005; Kim ve Lynn 2007) ve bu davranışların belirleyicilerini saptamaya çalışmıştır (Velazquez vd. 2006; Mattila ve Ro 2008; Wei vd. 2012). Bu çalışmaların işaret ettiği kritik noktalardan biri restoran müşterilerinin önemli bir kısmının memnuniyetsizliğe neden olan bir hataya maruz kalsa dahi şikâyetini doğrudan restoran yönetimine bildirmemesidir (Wildes ve Seo 2001; Heung ve Lam 2003). Böylece restoran yöneticileri

çok önemli bir geri bildirimden ve hataları düzeltme ya da önleme fırsatından yoksun kalmaktadır. Bu nedenle restoran müşterilerinin şikâyetlerini doğrudan yönetime iletme niyetlerini güçlendiren faktörlerin tespiti büyük önem taşımaktadır. Yabancı alanyazında restoranlarda müşteri şikâyet davranışı ya da niyetini etkileyen faktörler üzerine çok sayıda çalışmanın bulunması da konunun öneminden kaynaklanmaktadır. Türkiye bağlamında ise restoran müşterilerinin şikâyet davranışları ile ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Söz gelimi, Kitapçı (2008) restoran müşterilerinin şikâyet davranış türleri üzerine odaklanmış ve Sivas ilindeki üç restoranda gerçekleştirdiği araştırmada en sık görülen şikâyet davranışının olumsuz deneyimlerin dostlara ve aile bireylerine anlatılması olduğunu saptamıştır. Emir (2011) ise Antalya'daki otellerin restoranlarında gerçekleştirdiği bir araştırmada milliyet ile müşteri şikâyet davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiş ve farklı ülkelerden (Türkiye, Rusya, Hollanda ve Almanya) gelen misafirlerin şikâyet davranışlarının da farklı olduğu sonucuna varmıştır. Çalışkan (2013) tarafından yapılan bir araştırmada daha çok restoranlarda hizmet hataları ve telafileri konusuna odaklanılmış ve restoranın hizmet hatasına karşılık uygun bir telafi stratejisi ile yanıt vermesi durumunda müşteri memnuniyetinin de olumlu yönde etkilendiği saptanmıştır. Ancak bu çalışmalarda restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetleri ya da eğilimlerini belirleyen faktörler üzerine odaklanılmamış olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada, restoran müşterilerinin şikâyetlerini doğrudan ilgililere iletmelerinin restoran işletmelerinin şikâyete yol açan hatayı tespit etmesine ve ileride tekrar oluşmasını önlemesine yardımcı olacağı, şikâyetçi olan müşteriye sunulacak uygun bir telafi ile müşterinin memnuniyetsizliğinin giderilebileceği ve işletme için etrafına olumlu enformasyon yaymasının sağlanabileceği olgularından hareketle restoranlarda müşteri şikâyetlerini etkileyen faktörler incelenmektedir. Daha açık bir ifade ile bu çalışmanın amacı, ulusal alanyazında pek ele alınmayan bir konu olan bireysel (enformasyon düzeyi ve kendini önemseme) ve davranışsal (tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol) faktörlerin restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetleri üzerindeki etkisini araştırmaktır.

ALANYAZIN TARAMASI VE MODEL

Restoranlarda müşteri şikâyetleri ile ilgili görgül araştırmaların özellikle iki ana konu üzerine odaklandığını söylemek mümkündür. Bunlar müşterilerin şikâyet davranışlarının sınıflandırılması (Wildes ve Seo 2001; Gursoy vd. 2003; Mattila ve Ro 2008; McQuilken ve Robertson 2011) ve müşteri şikâyet davranışlarının belirleyicilerinin saptanması (Su ve Bowen 2001; Jones vd. 2002; Velazquez vd. 2006; Cheng ve Lam 2008; Kim ve Chen 2010; Kim ve Boo 2011; Wei vd. 2012) konularıdır.

Restoranlar Bağlamında Müşteri Şikâyet Davranışlarının Sınıflandırılması

Araştırmacılar, restoranlar bağlamında müşteri şikâyet davranışlarını sınıflandırırken ana akım alanyazından özellikle Hirschman (1970), Day ve Landon (1977) ve Singh (1988) gibi araştırmacıların önerdiği sınıflandırmaları kuramsal çerçeve olarak ele almışlardır. Kuramsal temellerini bu çalışmalardan alan ve görgül araştırma bulguları ile restoranlar bağlamında müşteri şikâyetlerini sınıflandıran çalışmalara örnekler Tablo 1'de sunulmaktadır. Bu çalışmalardan biri Lam ve Tang'ın (2003) araştırmasıdır. Bu araştırma ile restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarının kişisel eylem (tekrar gelmeme); ağızdan ağıza olumsuz iletişim, yönetime şikâyet ve üçüncü taraflara iletme şeklinde dört grupta incelenebileceği ortaya konulmaktadır. Daha sonra farklı örneklerde, DeFranco vd. (2005); Sujithamrak ve Lam (2005) ve Kim ve Lynn (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırmaların bulguları da büyük oranda bu sınıflandırmayı desteklemiştir. Daha yakın zamanda Mattila ve Ro (2008) ve Kim vd. (2010) tarafından yapılan çalışmalarda, Rogers vd.'nin (1992) önerisine uyularak eylemsizliğin de restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarından biri olarak dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir. Böylece restoran işletmeciliği ile ilgili alanyazında dillendirme (şikâyet konusunun doğrudan restoran yönetimine ya da garsona iletilmesi); ağızdan ağıza olumsuz iletişim (tanıdıklara ve diğer insanlara olumsuz deneyimleri aktarma); çıkış (restorana tekrar gelmeme); üçüncü taraflara iletme (zararın tazmini için medya ve yasal organlar gibi kurumlara şikâyeti iletme) ve eylemsizlik (hiçbir şey yapmama) şeklinde beş tür müşteri şikâyet davranışı olabileceği görülmektedir.

Alanyazında sıralanan müşteri şikâyet davranışları arasında dillendirme, şikâyetin doğrudan

restoran işletmesine aktarılmasına olanak vermesi açısından üzerinde önemle durulan bir davranış türü olarak öne çıkmaktadır. Restoranlar bağlamında yapılan araştırmalar müşterilerin çok önemli bir kısmının şikâyetini doğrudan restoran yöneticisi ya da garsona iletmediğini ortaya koymaktadır (Wildes ve Seo 2001; Heung ve Lam 2003; Gursoy vd. 2003). Yakın dönemdeki bir araştırmada Wei vd. (2012) cevaplayıcıların şikâyetlerini dillendirmekten çok ağızdan ağıza olumsuz iletişimi tercih etme eğiliminde olduklarını saptamıştır. Yine araştırmalar göstermiştir ki şikâyetini doğrudan restoran yönetimine iletmeyen yani dillendirmeyen müşteriler sadece eylemsiz kalmamaktadır (Gursoy vd. 2003). Çünkü müşteriler birden fazla şikâyet davranışını bir arada sergileyebilmekte (Kim ve Lynn 2007; Kim vd. 2010) ve şikâyetlerini dillendirmedikleri halde olumsuz deneyimlerini ağızdan ağıza iletişim yolu ile tanıdıklarına; zararlarının tazmini ya da yaşadıkları hayal kırıklığını hafifletmek için üçüncü taraflara iletmemektedir (Lam ve Tang 2003; Kim ve Chen 2010).

Restoranlarda Müşteri Şikâyet Davranışlarının Belirleyicileri

Alanyazında restoranlarda müşteri şikâyetlerinin açıklanmasında kuramsal altyapılar olarak eşitlik ve adalet kuramları (Lam ve Tang 2003; Kim vd. 2010); öğrenme kuramları (öğrenilmiş çaresizlik) ve maliyet-fayda değerlendirmesi (Gursoy vd. 2003; Mattila ve Ro 2008) gibi yaklaşımlar kullanılmıştır. Böylece alanyazında restoranlarda müşterilerin şikâyet eğilimlerini etkileyen değişkenlerin belirlenmesi veya farklı şikâyet davranışlarından hangisini seçeceklerini belirleyen faktörlerin saptanmasında önemli bir yol alınmıştır. Tablo 2'de bu doğrultuda yapılan araştırmaların örneklerine yer verilmiştir. Bu araştırmaların bulgularının da gösterdiği gibi müşterinin maruz kaldığı hatanın şiddeti (McQuilken ve Robertson 2011) ve memnuniyetsizliği yüksekse (Velazquez vd. 2006); şikâyet ederek bir çözüm elde edebileceğine inanıyorsa (Su ve Bowen 2001; Velazquez vd. 2010); nereye ve nasıl şikâyet edileceği konusunda deneyim sahibiyse (Cheng vd. 2005; Kim ve Boo, 2011); müşteri restoranda yediği yemeği önemsiyorsa (Velazquez vd. 2006; Chang vd. 2012); servis sürecine katılım düzeyi yüksekse (Kim ve Chen 2010) ve maruz kaldığı hata olumsuz duygular yaşamamasına yol açmışsa

Tablo 1. Restoranlarda Şikâyet Davranışlarının Sınıflandırılması

Çalışma	Sınıflandırma
Wildes ve Seo (2001)	Sözlü bildirme, yazılı bildirme, tekrar gelmeme
Heung ve Lam (2003)	Aile ve arkadaşları uyarma, restorana gelmeyi bırakma, üst kademelere şikâyet etme, yorum kartı yazma, şikâyet mektubu yazma, medyaya bildirme, tüketici konseyine şikâyet etme
Lam ve Tang (2003) DeFranco vd. (2005)	Kişisel eylem (tekrar gelmeme; tanıdıkları uyarma), ağızdan ağıza olumsuz iletişim, yönetime şikâyet, genele ilan etme (üçüncü taraflara şikâyeti bildirme)
Sujithamrak ve Lam (2005)	Kişisel eylem, genele ilan etme (üçüncü taraflara şikâyet), yönetime şikâyet
Velazquez vd. (2006)	Şikâyet eylemi (şikâyeti yönetime ve restorana bildirme), özel eylem (tekrar gelmeme, ağızdan ağıza olumsuz iletişim)
Kim ve Lynn (2007)	Üçüncü taraflara iletme (medya, tüketici konseyi ya da otoritelere iletme) özel eylem (ağızdan ağıza olumsuz iletişim, tekrar gelmeme), dillendirme (garsona ya da yönetime şikâyet)
Mattila ve Ro (2008)	Doğrudan şikâyet, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, değiştirme, eylemsizlik
Kim vd. (2010)	Dillendirme, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, üçüncü taraflara şikâyet, eylemsizlik
Velazquez vd. (2010)	Özel eylemler, şikâyet etme, üçüncü taraflara iletme
Kim ve Chen (2010)	Dillendirme, çıkış, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, üçüncü taraflara iletme
McQuilken ve Robertson (2011)	Çıkış, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, dillendirme
Wei vd. (2012) Chang vd. (2012)	Dillendirme, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, değiştirme Çekinmeden konuşma ve diğerlerine şikâyet (diğer müşterilere anlatma, üçüncü taraflara iletme, şikâyet mektubu yazma), yönetime şikâyet, pasif yanıt (önermeme, şikâyet etmeme, değiştirme)

(Mattila ve Ro 2008) şikâyetini dillendirme eğilimi yüksek olabilmektedir. Diğer taraftan müşterilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim ve gelir düzeyleri de (Gursoy vd. 2003; DeFranco vd. 2005; Kim ve Boo 2011) şikâyet eğilimlerini etkileyebilmektedir.

İlgili alanyazında Planlı Davranış Kuramı da (PDK) restoranlarda müşteri şikâyetleri bağlamında yararlanılan bir diğer kuramsal yaklaşımdır. Özellikle tüketici davranışlarının anlaşılmasında başarı ile uygulanan bir kuram olan PDK, Cheng vd. (2005) ile Cheng ve Lam'ın (2008) araştırmalarında kullanılmış ve kuramın restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarının belirleyicilerini tespit etmede yararlı bir yaklaşım olabileceğine dair ilk işaretler alınmıştır. PDK çerçevesinde şikâyete ilişkin niyet, restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarının temel belirleyicisi olarak görülmekte ve niyeti güçlendiren faktörler de davranışa ilişkin tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol şeklinde sıralanmaktadır.

Araştırma Modeli ve Hipotezleri

İlgili alanyazının sunmuş olduğu görgül bulgulardan anlaşılacağı üzere restoran müşteri-

lerinin şikâyetlerini doğrudan ilgililere iletme oranı oldukça düşük düzeyde kalabilmektedir. Şikâyetlerini dillendirmeyen müşteriler aslında restoran işletmesinin hatasını görmesine yardımcı olacak geri bildirimden yoksun kalan restoran işletmesi hatanın telafisi ya da gelecekte tekrarının önlenmesi için herhangi bir önlem alamamaktadır. Üstelik şikâyetini dillendirmeden restorandan ayrılan müşteriler, restorana tekrar gelmeyerek ya da etraflarına restoranla ilgili olumsuz enformasyon yayarak işletmenin mevcut ve potansiyel müşterilerinin kaybında önemli bir rol oynayabilmektedir. Ayrıca restoranlarda müşterilerin şikâyetlerini doğrudan yönetime ya da garsona ileterek dillendirmeleri, restoran yönetiminin şikâyete yol açan hatayı telafi etmesi için de bir gerekliliktir. Ancak bu yolla şikâyetçi olan müşteriye sunulacak uygun bir telafi ile müşterinin memnuniyetsizliği giderilebilmektedir. Bu nedenle, restoran müşterilerinin şikâyetlerini dillendirmelerine etki eden faktörlerin bilinmesi büyük bir önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada da restoran müşterileri-

Tablo 2. Restoranlarda Müşterilerin Şikâyet Davranışını ve Niyetini Etkileyen Faktörler

<i>Çalışma</i>	<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>Bağımlı Değişken</i>
Su ve Bowen (2001)	Müşterilerin üzgün olma düzeyi Dışarıda yemek yemenin önemi Çözüm elde edileceğine ilişkin algılanan güven	Şikâyet etme motivasyonu
Jones vd. (2002)	Sosyo-demografik faktörler Fiyat bilinci Psikolojik baskı Başkalarının etkisinde kalma	Şikâyet davranışlarına göre müşteri grupları (şikâyet etme olasılığı düşük olanlar; herhangi birine şikâyet edenler, ağızdan ağıza olumsuz iletişime başvuranlar)
Gursoy vd. (2003)	Sosyo-demografik faktörler	Şikâyet davranışlarına göre müşteri grupları (konuşanlar; dillendirenler)
Heung ve Lam (2003)	Sosyo-demografik faktörler	Şikâyet davranışlarına göre müşteri grupları (şikâyet edenler, şikâyet etmeyenler)
Lam ve Tang (2003)	Sosyo-demografik faktörler	Müşterilerin şikâyet davranışı türü (kişisel eylem, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, yönetime şikâyet, üçüncü taraflara şikâyet)
Cheng vd. (2005)	Şikâyete ilişkin tutum Öznel normlar Algılanan davranışsal kontrol Şikâyet deneyimi	Şikâyet etme niyeti
DeFranco vd. (2005)	Milliyet	Müşterilerin şikâyet davranışı türü (kişisel eylem; ağızdan ağıza olumsuz iletişim, yönetime şikâyet, üçüncü taraflara şikâyet)
Sujithamrak ve Lam (2005)	Demografik faktörler	Müşterilerin şikâyet davranışı türü (kişisel eylem, üçüncü taraflara bildirme, yönetime şikâyet)
Velazquez vd. (2006)	Memnuniyetsizlik düzeyi Şikâyete ilişkin tutum Şikâyetin başarı ile sonuçlanma olasılığı Dışarıda yemek yemenin önemi	Müşterilerin şikâyet davranışı türü (şikâyet eylemi, özel eylem)
Cheng ve Lam (2008)	Öznel normlar Algılanan davranışsal kontrol Alıcı-satıcı arasındaki ilişkinin düzeyi	Şikâyet etme niyeti
Mattila ve Ro (2008)	Olumsuz duygular (kızgınlık, hayal kırıklığı ve pişmanlık, üzüntü)	Müşteri şikâyet davranışı türü (doğrudan şikâyet, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, değiştirme, eylemsizlik)
Kim ve Chen (2010)	Şikâyet etmenin kolaylığı ve beklenen fayda Şikâyete ilişkin tutumlar Müşteri katılımı Kendini önemseme	Müşteri şikâyet davranışı türü (dillendirme, çıkış, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, üçüncü taraflara iletme)
Velazquez vd. (2010)	Şikâyete ilişkin tutum Enformasyon düzeyi Tatminsizlik düzeyi Şikâyetin başarı ile sonuçlanma olasılığı Ürün ve hizmetin önemi	Şikâyet etme niyeti
Kim ve Boo (2011)	Şikâyete ilişkin tutum Şikâyet deneyimi Yiyeceğin değeri Harcama miktarı Mevsim (yaz ya da kış olması) Demografik faktörler	Şikâyet etme niyeti

Tablo 2. Restoranlarda Müşterilerin Şikâyet Davranışını ve Niyetini Etkileyen Faktörler (Devamı)

Çalışma	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken
McQuilken ve Robertson (2011)	Hizmet garantisi Hatanın şiddeti Müşterilerin şikâyetçi olması için aktif talepte bulunma	Müşteri şikâyet davranışı türü (çıkış, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, dillendirme)
Wei vd. (2012)	Benlik kurgusu Diğer insanlarla birlikte yemek tüketimi	Müşteri şikâyet davranışı türü (dillendirme, ağızdan ağıza olumsuz iletişim, değiştirme)
Chang vd. (2012)	Hizmet hatası türü Dışarıda yemek yeme özel olayı	Müşteri şikâyet davranışı türü (çekinmeden konuşma ve diğerlerine şikâyet, yönetime şikâyet, pasif yanıt)

nin şikâyetlerini doğrudan yönetime iletme ya da dillendirme niyetleri üzerine odaklanılmaktadır.

Tablo 2'den restoranlarda müşterilerin şikâyet etme niyetini ya da eğilimini etkileyebilecek çok sayıda faktör olduğu anlaşılmaktadır. Bu faktörleri durumsal faktörler ile bireysel ve davranışsal faktörler şeklinde iki ana grupta incelemek olanaklıdır. Esasen benzer bir ayırım daha önce Kim ve Chen (2010) ile Chang vd. (2012) çalışmalarında da yapılmaktadır. Söz gelimi, Kim ve Chen'in (2010) ayırımına göre müşterinin katılımı, şikâyet etme kolaylığı ve şikâyetten beklenen fayda durumsal faktörler arasında sayılmaktadır. Kendini önemseme ve şikâyete ilişkin tutum ise bireysel ve davranışsal faktörler olarak kabul edilmektedir. Benzer bir anlayışla, bu çalışmada da durumsal faktörlerin memnuniyetsizlik, dışarıda yemek yemenin önemi, şikâyetin başarı ile sonuçlanma olasılığı, olumsuz duygular, hizmet sağlayıcı ile geçmişteki ilişkiler, şikâyet etmenin kolaylığı, hizmet garantisinin sağlanması, hatanın şiddeti ve türü, hatayı başkasına yükleme şeklinde sıralanabileceği söylenebilir. Bu bağlamda durumsal olan faktörlerin en önemli özelliği, etkilerinin bir şikâyet durumundan diğerine farklılık gösterecek nitelikte olmasıdır. Diğer tarafta, bireysel ve davranışsal faktörler ise durumdan bağımsız olarak restoran müşterilerinin şikâyet etme eğilimlerini etkileyebilmektedir. Bu faktörler şikâyete ilişkin tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol, enformasyon düzeyi, sosyo-demografik değişkenler ve kişilik özellikleri olarak sıralanabilmekte ve bunlardan ilk üçü (tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol) PDK çerçevesinde bireylerin davranışsal niyetlerini belirleyen faktörler olarak kabul edilmektedir.

Faktörleri durumsal ile bireysel ve davranışsal şeklinde bir ayırma tabii tutmanın birinci nedeni, bu iki grup faktörün şikâyet niyeti üzerinde farklı etkileri olabileceği düşüncesidir. Durumsal faktörler şikâyet durumunun özelliklerinden etkilenmekte ve müşterinin duruma ilişkin anlık değerlendirmesine göre şikâyet eğiliminin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bir örnek ile açıklamak gerekirse McQuilken ve Robertson (2011) tarafından da tespit edildiği gibi hatanın şiddeti, şikâyet etme niyetini etkileyebilecek durumsal bir faktördür. Bir başka anlatımla müşterinin bir restoranda şikâyet etme davranışı, maruz kaldığı hatanın şiddetine ilişkin algılamasına göre farklılık gösterebilmektedir (Susskind ve Viccari 2011). Restoranlarda hizmet hatalarını inceleyen araştırmaların bulguları dikkate alındığında yavaş servis, tükenmiş yemek, yanlış pişirme derecesi, uygun olmayan çalışan davranışı, yanlış sipariş, hesap hatası ve yiyecek ve içeceğin dökülmesi (Silber vd. 2009) gibi çok sayıda ve farklı şekillerde hatalar ortaya çıkabilmekte ve müşterilerin hatanın şiddetine ilişkin algılamaları maruz kaldıkları hata türüne göre değişebilmektedir (Chang vd. 2012). Bireysel ve davranışsal faktörler ise her şikâyet durumunun kendisine özgü niteliklerinden bağımsız olarak müşterilerin genel şikâyet eğilimlerini belirleyebilecek türdeki faktörlerdir. Söz gelimi, sosyo-demografik değişkenlerden biri olan milliyet, şikâyet davranışının belirleyicisi olabilmektedir (DeFranco vd. 2005; Emir 2011). Müşterinin milliyeti şikâyet durumuna göre farklılık göstermemekte ancak müşterinin genel şikâyet eğilimi üzerinde etkili olmaktadır. Durumsal faktörler ile bireysel ve davranışsal faktörler ayırımının ikinci nedeni ise bu iki grup faktöre

ilişkin yapılacak ölçümlerde farklılık olması ve bu farklılık nedeniyle bu faktörleri tek bir araştırmada birlikte ele almanın güçlüğüdür. Buna göre durumsal faktörlerin ölçümü daha çok deneysel araştırma tasarımı kapsamında senaryolar kullanmayı gerektirmektedir. Bireysel ve davranışsal faktörler ise geliştirilmiş olan ölçekler yardımıyla ölçülebilmektedir. Söz gelimi, McQuilken ve Robertson (2011) hatanın şiddetine ilişkin ölçümlerinde cevaplayıcılara senaryolar sunmakta ve bu senaryolara göre görüşlerini almaktadır. Böylelikle değişkenin (hatanın şiddetine ilişkin algılama) doğasında yer alan durumsallık ölçüme de yansıtılmıştır. Kim ve Chen (2010) ise bireysel faktörler arasında saydıkları kendini önemseme ve şikâyetle ilişkin tutumu iki ayrı ölçek ile ölçmüşlerdir.

Şikâyet etme niyeti kavramına açıklık getiren önemli bir kuram olan PDK, bu çalışmanın da kuramsal dayanaklarından biridir. Gerekçeli Eylem Kuramı'nın (Ajzen ve Fishbein 1970) geliştirilmiş şekli olarak bilinen Planlı Davranış Kuramı (Ajzen 1991), bireylerin bir davranışı sergilemesinde belirleyici olan faktörün söz konusu davranışa ilişkin niyet olduğunu ileri sürmektedir. Buradaki davranışsal niyet kavramı, belirli bir davranışla meşgul olma konusunda bireyin sahip olduğu motivasyon (Lodorfos ve Dennis 2008) olarak tanımlanmaktadır. Şu halde niyet, bireyin bir davranışı sergilemek üzere ne kadar çaba sarf edeceğinin bir göstergesidir (O'Fallon vd. 2007). Bu tanımların ve kuramın işaret ettiği gibi bireylerin belirli bir davranışı sergileme olasılıkları davranışsal niyetlerinin gücü oranında artmaktadır. Yine kurama göre niyetin üç temel belirleyicisi davranışa ilişkin tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol olarak sıralanmaktadır. Bu çalışmada da restoranlarda müşterilerin doğrudan yönetime ya da görevlilere şikâyet etme eğilimleri PDK çerçevesinde *müşterilerin şikâyet etme niyeti* olarak kavramsallaştırılmakta ve PDK'nın ana değişkenleri olan *tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün* yanı sıra diğer durumsal olmayan değişkenlerden *enformasyon düzeyi ve kişilik özelliklerinin* müşterilerin şikâyet etme niyeti üzerindeki etkileri incelenmektedir.

PDK'ya göre bireyin davranışa ilişkin tutumu, onun söz konusu davranışla ilgili inanışları ile davranışın sonuçlarına ilişkin değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Birey bir davranışa ilişkin olumlu

bir tutuma sahipse o davranışı gerçekleştirmeye ilişkin niyeti de güçlenmektedir. Şu halde, müşteri şikâyetleri konusunda tutumun önemli belirleyicileri, müşterinin şikâyet etmenin iyi bir davranış olduğuna dair inanışı ile şikâyetinin işletme tarafından çözüleceğine ve olumlu bir şekilde sonuçlanacağına ilişkin değerlendirmesi olacaktır. Restoranlar bağlamında yapılan araştırmalar, bireyin çözüm elde edeceğine ilişkin güven duygusuna sahip olması (Su ve Bowen 2001) veya şikâyeti sonucunda olumlu çıktılar (zararın tazmini; takdir görme veya aynı hatanın tekrarlanmasını önleme gibi) elde edeceğine inanması durumunda (Velazquez vd. 2010) şikâyet etme eğiliminin de arttığını göstermiştir. Bunun yanı sıra restoran işletmeciliği alanında birkaç araştırma doğrudan tutum ve şikâyet etme niyeti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Buna göre Cheng vd. (2005) ve Kim ve Boo (2011) şikâyetle ilişkin tutumun şikâyet etme niyetini olumlu yönde etkilediğini saptamış iken Kim ve Chen (2010) şikâyetle ilişkin olumlu tutum sahibi olmanın restoranlarda şikâyeti dillendirme davranışını olumlu yönde etkilediğini gösteren bulgular elde etmiştir. Buna karşın Cheng ve Lam (2008) tutum ile şikâyet etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiştir. Genel olarak bakıldığında alanyazında tutumun restoranlarda müşterilerin şikâyet etme niyetlerini açıklayan başlıca faktörlerden biri olduğu kabul edilmektedir. Buradan hareketle çalışmanın ilk hipotezi aşağıdaki gibi kurulmuştur.

H1: Şikâyetle ilişkin tutum, restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetlerini etkilemektedir.

Öznel normlar, bireyin diğer insanların normatif beklentilerine yanıt verme konusundaki motivasyonu ile ilgilidir (Lodorfos ve Dennis 2008). Birey kendisini yakın hissettiği ya da saygı duyduğu diğer insanların belirli bir davranışı göstermesine dair beklentilerine yanıt olarak bazı davranışları sergileyebilmektedir (Bagozzi vd. 2000). Böylece öznel normlar, bireylerin bazı davranışları göstermesi ya da göstermemesi yönünde bir sosyal baskı oluşturmaktadır. Benzer baskılar şikâyet davranışı için de ortaya çıkabilmekte ve birey, önem verdiği diğer insanların memnun olmadığı bir durumda şikâyetini dile getirmesi gerektiği yönündeki beklentisine yanıt olarak şikâyet davranışı sergileyebilmektedir. Jones vd. (2002) tarafından da belirtildiği gibi restoranlarda müşterilerin hangi şikâyet dav-

ranışını sergileyecekleri başkalarının etkisi altında kalma durumlarına bağlı olabilmektedir. Benzer şekilde öznel normların şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisini PDK kapsamında test eden Cheng vd. (2005) ile Cheng ve Lam (2008) sosyal baskıların restoran müşterilerinin şikâyetine ilişkin niyetlerini belirlediğini ortaya koymuştur. Buna karşın Wei vd. (2012) restoranlarda birlikte yemek yenen diğer bireylerin şikâyetine ilişkin tutumlarının (olumlu ya da olumsuz) bireyin şikâyet davranışı (dillendirme, ağızdan ağıza olumsuz iletişim veya çıkış) üzerindeki etkisini gösterecek bir bulguya ulaşamamıştır. Araştırmacılar şikâyet davranışı üzerinde sosyal baskıların varlığı konusunda kısmen çelişkili bulgular elde etmiş olmasına rağmen ilgili alanyazındaki araştırmalar öznel normları şikâyetine ilişkin niyetin belirleyicileri arasında saymaktadır. Şu halde araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibi yazılabilir.

H2: Öznel normlar, restoran müşterilerinin şikâyetine ilişkin niyetlerini etkilemektedir.

Bireyin sergileyeceği davranışa ilişkin performansın kendi kontrolü altında olup olmadığı ile ilgili algılaması onun algılanan davranışsal kontrol düzeyini göstermektedir. Birey, davranışı kolaylıkla gerçekleştirip gerçekleştirilemeyeceğini ve davranışı gerçekleştirmek için gerekli kaynak ve becerilere sahip olup olmadığını değerlendirerek bu algılamasını oluşturmaktadır. Şikâyet davranışının gerçekleştirilmesinde bireyin şikâyet etmenin kolay olup olmadığına ilişkin algılaması önemli bir faktör olabilmektedir (Kim ve Chen 2010). PDK kapsamında da algılanan davranışsal kontrolün restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetlerinin önemli bir belirleyicisi olduğu hem Cheng vd. (2005) hem de Cheng ve Lam (2008) tarafından elde edilen görgül bulgularla ortaya konmuştur. Bir başka anlatımla, restoran müşterilerinin algılanan davranışsal kontrol düzeyi arttıkça şikâyet etme niyetleri de güçlenmektedir. Şu halde, araştırmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki gibidir.

H3: Algılanan davranışsal kontrol, restoran müşterilerinin şikâyetine ilişkin niyetlerini etkilemektedir.

Restoranlarda müşteri şikâyetlerinin belirleyicilerini inceleyen araştırmacıların bir kısmı müşterilerin kişilik özelliklerinin şikâyet etme niyetlerini etkileyebileceği yönünde görüşler sunmaktadır.

Söz gelimi, Jones vd. (2002) fiyat bilinci (müşterilerin aldığı hizmetin kalitesini değerlendirmede fiyatın rolü); psikolojik baskı hissi (müşterinin yakın ilişki içerisinde olduğu kişilerin fikrini alırken hissettiği sosyal baskı ve stres) ve kalite bilinci (müşterinin aldığı hizmetin kalitesini değerlendirebilme becerisi) şeklindeki faktörlerin bireyin kişilik özelliklerini tanımlamada kullanılabileceğini ve bunların şikâyet etme davranışının belirleyicisi olarak dikkate alınabileceklerini ifade etmektedir. Daha yakın dönemde gerçekleştirilen araştırmalarda ise benlik kurgusu (Wei vd. 2012) ve kendini önemseme (Kim ve Chen 2010) değişkenlerinin kişilik özelliklerinin birer temsilcisi olarak incelendiği görülmektedir.

Wei ve arkadaşlarına (2012) göre benlik kurgusu, bireyin kararını ne dereceye kadar diğer insanlardan bağımsız ya da diğer insanlara bağımlı kalarak verebileceği ile ilgilidir. Bu durumda benlik kurgusu yüksek olan bireylerin kendi düşüncelerine dayanarak karar verme ve davranma olasılıkları yüksektir. Aksine benlik kurgusu zayıf bireylerin kararları diğer insanların düşüncelerine bağlı kalabilmektedir. Wei vd. (2012) benlik kurgusu yüksek bireylerin şikâyetlerini dillendirme eğilimlerinin de yüksek olacağını belirtmiş ve bu hipotezlerini görgül bulgularla da desteklemişlerdir. Kim ve Chen de (2010) benzer bir yaklaşımla kendilerini önemseyen müşterilerin şikâyet ederken ve maruz kaldıkları hatanın düzeltilmesini talep ederken daha az sıkıntı hissi duyacaklarını ileri sürmüştür. Elde ettikleri bulgular, kendini önemseme değişkeninin şikâyeti dillendirme üzerindeki etkisine ilişkin bir destek sağlamasa da kendini önemseyen restoran müşterilerinin etraflarına restoranla ilgili olumsuz düşüncelerini iletme eğilimlerinin yüksek olduğunu göstermiştir. İlgili alanyazın restoran müşterilerinin şikâyet etme eğilimlerinin önemli belirleyicilerinden biri olarak kişilik özelliklerine atıfta bulunsa da bu konuda yapılan çalışmaların sayısının azlığı dikkat çekmekte ve elde edilen bulguların tutarlılığının tartışmalı olduğu anlaşılmaktadır. Ancak son dönemde bireylerin kendilerini ne kadar önemli gördükleri konusu ilgi görmeye başlamıştır. Bu sebeplerle, bu çalışmada da kendini önemseme değişkeni ile şikâyet etme niyeti arasında bir ilişki olabileceği düşünülerek aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H4: Kendini önemseme, restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetlerini etkilemektedir.

Az sayıda araştırmaya konu olmakla birlikte müşterilerin tüketici olarak haklarını ve şikâyetlerini nereye ve nasıl yapabileceklerini bilme anlamında sahip oldukları enformasyonun düzeyi de şikâyet etme niyetini etkileyen değişkenler arasında yer almaktadır. Tüketicilerin sahip olduğu enformasyonun düzeyi arttıkça şikâyeti dillendirme eğilimlerinin de artması beklenmektedir. Velazquez vd. (2010) tarafından bu yönde geliştirilmiş olan hipotez de görgül bulgularla destek bulabilmiştir. Müşterilerin enformasyon düzeyleri, onların dışarıda yemek yeme sıklığı ve/veya restoranlarda şikâyetçi olma konusundaki deneyimlerinin sayısı ile yakından ilişkilidir. Müşteriler özellikle geçmiş şikâyet deneyimleri kapsamında şikâyet etme yolları ve şikâyet sonrası elde edecekleri çıktılar konusundaki bilgilerini genişletebilmektedir (Kim ve Boo 2011). Bu öğrenme sürecinde deneyimlerin ne sıklıkla yaşandığı da önemlidir. Cheng vd. (2005) tarafından da vurgulandığı gibi geçmişte şikâyeti dillendirme davranışının sıklıkla yapılmış olması, benzer bir davranışın gelecekte yaşanması olasılığını arttıracaktır. Başka bir ifade ile geçmişte yapılan şikâyetlerin sıklığı, müşterinin şikâyet etme eğiliminin güçlenmesine neden olacaktır. Cheng vd. (2005) tarafından elde edilen bulgular da geçmişteki şikâyet deneyimlerinin ne sıklıkta yaşandığının restoran müşterilerinin şikâyetlerini dillendirme niyetlerini anlamlı bir şekilde açıklayan bir değişken olduğunu göstermiştir. Benzer bir bulgu Kim ve Boo'nun (2011) çalışmasında da yer almaktadır. Şikâyet deneyiminin artışı ise dışarıda yemek yeme sıklığı ile açıklanabilmektedir. Gursoy vd. (2003) dışarıda daha sık yemek yiyen müşterilerin çok çeşitte ve sayıda restoran hizmetini deneyimleyebileceğini, dolayısıyla şikâyete konu olan hatalara maruz kalma ve bunlar karşısında nasıl davranacağını öğrenme konusundaki olasılıklarının da artacağını belirtmektedir. Bu açıklamalar ışığında dışarıda yemek yeme sıklığının müşterilerin enformasyon düzeyini ve dolayısıyla şikâyet etme eğilimlerini arttıracığı söylenebilir. Bu ilişkiyi test eden Jones vd. (2002), dışarıda yemek yeme sıklığı ile müşterilerin restoranlarda şikâyet etme davranışları arasında anlamlı bir ilişki saptayamazken, Gursoy vd. (2003) tarafından elde edilen bulgular dışarıda yemek yeme sıklığının şikâyet davranışı-

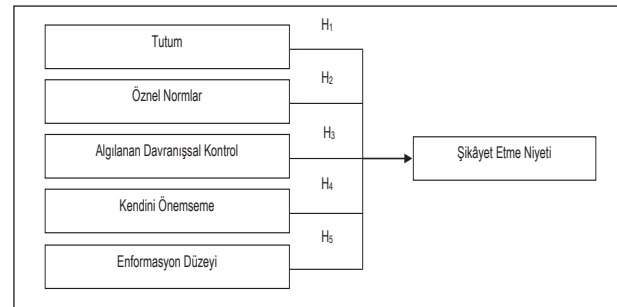
nı açıklamada önemli bir değişken olduğuna işaret etmektedir. İlgili alanyazında enformasyon düzeyinin şikâyet etme niyeti üzerindeki etkileri konusunda teorik temeller (önceki şikâyet deneyimi ve dışarıda yemek yeme sıklığı) açıklanmış olsa da bu ilişkiyi doğrudan test eden çalışma sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Bu nedenlerle bu çalışmada aşağıdaki hipotez öne sürülmektedir.

H5: Enformasyon düzeyi, restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetlerini etkilemektedir.

Alanyazın taraması ve geliştirilen hipotezlerin ışığında araştırma modeli Şekil 1'deki gibi gösterilebilir. Bu modele göre restoran müşterilerinin şikâyet etme niyetleri, şikâyete ilişkin olumlu tutumlara sahip oldukları oranda güçlenecektir (Hipotez 1). Öznel normlar kapsamında şikâyet etmeye ilişkin güçlü sosyal baskılarla karşılaştıkları nispette şikâyet etme niyetleri artacaktır (Hipotez 2). Müşterilerin şikâyet davranışlarını kontrol edebileceklerine ilişkin algulamaları kuvvetlendikçe şikâyet etme niyetleri de güçlenecektir (Hipotez 3). Bunlara ek olarak kendini önemseyen bireylerin şikâyet etme niyetlerinin daha güçlü olması beklenmektedir (Hipotez 4). Nihai olarak şikâyet konusundaki deneyimler ile elde edilen enformasyon düzeyi de restoran müşterilerinin şikâyet eğilimlerini olumlu yönde etkileyen bir değişkendir (Hipotez 5).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma modeli çerçevesinde tanımlanan kavramsal modeli görgül bulgular ışığında test etmek amacıyla nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve aşağıda yaklaşımın ana bileşenleri (örneklem, veri toplama aracı ve analizler) açıklanmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Örneklem

Çalışmanın örnekleme oluşturulurken amaçsal ve kolayda örnekleme yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Çalışmanın örnekleme dahil edilecek bireylere ilişkin ölçütler, amaçsal örnekleme yöntemi kapsamında tespit edilmiştir. Daha açık bir ifade ile çalışmanın örneklem çerçevesi oluşturulurken örnekleme dahil edileceklerin 18 yaşından büyük ve ayda en az bir kez dışarıda yemek yiyen bireyler olmasına dikkat edilmiştir. Dışarıda yemek yeme sıklığı arttığında şikâyete konu olacak hatalara maruz kalma olasılığının artacağı varsayıldığından dışarıda yemek yeme sıklığı, örneklemin belirlenmesinde önemli bir ölçüt olarak alınmıştır. Soru formlarının geri dönüş oranını yüksek tutabilmek amacı ile örnekleme alınacak kişilere ulaşmak üzere kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

İlgili alanyazındaki araştırmalara göre restoranlarda şikâyet etme oranının %40 düzeyinde olduğu görülmektedir. Sözelimi, bu oranın Wildes ve Seo'nun (2001) çalışmasında %32 seviyesinde; Heung ve Lam (2003) ile Kitapçı'nın (2008) araştırmalarında ise %40 düzeyinde olduğu saptanmıştır. Bu bilgi de kullanılarak oran yönteminden yararlanılmak suretiyle güven aralığı %95 ve hata payı %5 düzeyinde olmak üzere ($p=0,40$ ve $q=0,60$) örnekleme dahil edilecek kişi sayısının en az 369 olması gerektiği hesaplanmıştır. Olası veri kayıpları (eksik doldurulmuş formlar ve uç değerlerin atılması) dikkate alınarak 500'den fazla sayıda anket formunun dağıtılması hedeflenmiştir. Soru formları büyük bir şehrin işlek bir caddesinde 2013 yılının Temmuz ayında hafta içi dört gün boyunca 10.00-19.00 saatleri arasında dağıtılmıştır. Büyük bir şehrin ve işlek bir caddenin seçilmiş olması belirli bir sıklıkta dışarıda yemek yiyen insanlara burada ulaşılabilmesinin daha kolay olacağı düşüncesine dayanmaktadır. Potansiyel katılımcılara yaklaşılarak önce araştırmanın amacı açıklanmış ve elde edilecek verilerin sadece bilimsel araştırma amacı ile kullanılacağı vurgulanmış, ardından araştırma-ya katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Bu çerçevede 582 kişiye anket formu dağıtılabilmiştir. Yapılan inceleme sonucu 17 anket formunun eksik doldurulması neticesinde elenmesine karar verilmiştir. Uç değerleri saptamak üzere ölçek toplam puanları üzerinden Mahalanobis uzaklığı hesaplanmış ve bu hesaplamalar sonrası değeri 0,1'den küçük olanların elenmesi sonucu 190 anket formu

daha analiz dışı bırakılmıştır. Nihayetinde ilerleyen analizlere dahil edilebilecek 375 adet anket formu geçerli olarak kabul edilmiştir.

Ulaşılan bu sayının verilerin analizinde kullanılacak istatistikî modellerin gerektirdiği asgari örneklem büyüklüğü şartını karşılayıp karşılamadığına da bakmak gerekir. İlgili alanyazın analizler için örneklem büyüklüğünün değişken sayısına oranla belirlenebileceğini söylemektedir (Jayaram vd. 2004). Buna göre normal dağılımda değişken sayısının beş katı, diğer dağılımlarda ise on katı örneklem büyüklüğü önerilmektedir (Bentler ve Chau 1987). Anderson ve Gerbing (1988) ise gözlem sayısının en az 150 olması gerektiğini belirtmektedir. Bu çalışmada ölçeklerdeki toplam madde sayısı 19 olduğundan 375 adet gözlemin asgari sayının üzerinde ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri toplamak amacıyla anket yönteminden yararlanılmıştır. Soru formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm soru formunun hemen başında bulunmakta ve araştırmanın amacını kısaca ifade eden ve verilerin üçüncü kişilerce paylaşılmayacağını belirten açıklamadan oluşmaktadır. İkinci bölümde araştırma modelinin bağımlı ve bağımsız değişkenlerine ilişkin dört ölçek yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise katılımcıların yaş, cinsiyet, gelir, meslek ve eğitim durumu gibi demografik özelliklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. Yine aynı bölümde katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklıkları ve dışarıda yemek yeme için ortalama harcamalarına ilişkin sorular da yer almaktadır. Dışarıda yemek yeme sıklığı ortalama olarak ayda kaç kez dışarıda yemek yendiği; ortalama harcama da dışarıda yemek yendiğinde tek seferde ortalama ne kadar harcama (TL) yapıldığı şeklinde sorulmuştur.

Araştırma modelinin bağımsız değişkenlerinden ikisi olan algılanan davranışsal kontrol ve öznel normlar Cheng vd. (2005) ile Cheng ve Lam'ın (2008) çalışmalarında kullandıkları dörder maddeli ölçekler ile ölçülmüştür. Diğer bağımsız değişken olan tutum ise Velazquez vd. (2006; 2010) çalışmalarında kullanılmış olan dört madde ile ölçülmüştür. Diğer bağımsız değişkenlere ilişkin ölçekler de ilgili alanyazındaki mevcut çalışmalardan derlenmiştir. İki maddeden oluşan enformasyon düzeyi ölçeği Velazquez vd. (2010) çalışmasından

ve yine iki maddeli bir ölçek olan kendini önemseme ölçeği de Kim ve Chen'in (2010) çalışmasından alınmıştır. Araştırma modelinin bağımlı değişkeni olan şikâyete ilişkin niyetin ölçümünde de Velazquez vd. (2010) çalışmasında katılımcıların doğrudan restoran yönetimine şikâyet etme niyetlerini ölçmede kullandıkları üç maddeli ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeklerde kullanılan maddelere şu örnekler verilebilir: Algılanan davranışsal kontrol için *"Memnun olmadığım bir yemek deneyimini restoran yöneticisine söyleyip söylememek çoğunlukla bana bağlıdır"*; tutum için *"Bir restoranda sorun yaşadığımda çoğunlukla şikâyet ederim, para iadesi veya yemeğin değiştirilmesini isterim"*; öznel normlar için *"Düşüncesine önem verdiğim kişiler; memnuniyetsizliğimi restoran yöneticisine söylemem gerektiğini düşünür"*; enformasyon düzeyi için *"Bir şikâyetin nasıl yapılacağını bilirim"*; kendini önemseme için *"Diğer insanların izinden gitmektense kendi tarzımın olmasını tercih ederim"* ve niyet için *"Restoranda bir problem yaşadığımda hatalarını düzeltmesi için problemle ilgili yorumlarımı restoran yöneticisine söylerim"*.

Ölçekler Türkçe ve İngilizce dillerine hakim iki öğretim elemanı tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Ölçeklerin çevirileri beş öğretim üyesinin görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda ölçeklerdeki ifadelerin çevirilerinde kullanılan birkaç sözcük değiştirilmiş ve Türkçe olarak daha anlaşılır hale gelmeleri sağlanmıştır. Altı ölçekte yer alan toplam 19 ifadeden 18'ine katılımcıların 5'li Likert derecelendirmesi ile (1=Tamamen katılmıyorum ve 5=Tamamen katılıyorum) cevap vermeleri istenmiştir. Algılanan davranışsal kontrol ölçeğinde yer alan ve katılımcıların memnuniyetsizliklerini restoran yöneticilerine söylemenin ne dereceye kadar kendi kontrollerinde olduğunu ölçen madde ise 5 noktalı ölçek (1=Tamamen kontrolümün dışında ve 5=Tamamen kontrolümün altında) üzerinden cevaplanmıştır. PDK'nın geliştiricileri tarafından tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin ölçümünde iki kutuplu semantik diferansiyel ölçeğinin kullanılması önerilse de ölçeklerin çevirilerine ilişkin uzman görüşlerinin alınması sırasında iki kutuplu ölçeğin hedef katılımcılar tarafından anlaşılmasının ve yanıtlanmasının zor olabileceği belirtilmiştir. Bu nedenle bu ifadeler için 5 noktalı ölçek kullanılmıştır.

Soru formunun biçimini, formdaki ifadelerin anlaşılabilirliğini ve soruların sırasının uygunluğunu

test etmek amacıyla 25 kişinin katılımı ile bir ön-test gerçekleştirilmiştir. Ön-test ile birkaç sorunun ifade ediliş biçiminde küçük değişiklikler yapılmış, iki sorunun sırası değiştirilmiş ve soru formuna son şekli verilmiştir.

Analizler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler, frekans ve yüzde dağılımları ile incelenmiştir. Araştırma modeline ilişkin analizler ise Anderson ve Gerbing'in (1988) önerisine uygun olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yardımı ile ölçüm modeli test edilmiş ve ölçümün geçerliliği ve güvenilirliğine ilişkin bulgular elde edilmiştir. Bunun için öncelikle ölçek maddelerinin ilgili örtük değişkeni güvenilir bir şekilde yansıtıp yansıtmadığı standartlaştırılmış faktör yüklerine bakılarak incelenmiş; değişkenler için yapı güvenilirliği katsayıları, Cronbach's Alpha değerleri ve ortalama açıklanan varyans değerleri hesaplanmıştır. Yakınsama ve ayrışım geçerlilikleri için ortalama açıklanan varyans değerleri kullanılmıştır. İkinci aşamada Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) yardımı ile araştırmanın hipotezleri test edilmiştir. Uyum istatistiklerine bakılarak modelin uyumu değerlendirilmiş ve ardından standartlaştırılmış yol katsayılarının incelenmesi ile hipotezlerin öngördüğü ilişkilerin istatistikî açıdan değerlendirilmesi yapılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bulguların sunumu katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin elde edilen sonuçlarla başlamakta ve çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerine ilişkin bilgilerle devam etmektedir. Bu kısmın sonunda araştırma hipotezlerinin testi ne ilişkin bulgular ilgili alanyazındaki önceki araştırmaların bulguları ile karşılaştırılarak sunulmaktadır.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır. Katılımcıların %60,5'inin erkek ve %73,5'inin de lisans veya lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların %38,3'ünün 25-34 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların meslekleri ince-

lendiğinde %22,9'unun serbest meslek sahibi olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların %32,5'inin 2000-2999 TL civarında aylık gelir elde ettiği ve %41,1'inin ayda 1-5 kez dışarıda yemek yediği görülmektedir. Dışarıda yemek yendiğinde tek seferde ortalama harcama tutarı 50 TL'ye kadar olanların örneklemin çoğunluğunu (%70) oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Güvenirlilik ve Geçerliliğe İlişkin Bulgular

Ölçüm modelinin testi için gerçekleştirilen DFA sonuçları Tablo 4'te sunulmaktadır. Bu sonuçlar standartlaştırılmış faktör yük değerleri düşük olan iki ölçek maddesinin (algılanan davranışsal kontrol ölçeğinden bir madde ve tutum ölçeğinden bir madde) çıkarılması ile elde edilmiştir. Biri hariç (AlgKont3=0,42) olmak üzere tabloda gösterilen ölçek maddelerine ait tüm faktör yükleri 0,50'nin üzerindedir. Ölçek maddelerinin tamamı yüksek t değerlerine sahiptir ve istatistiki açıdan anlamlı bir şekilde ($p<0,05$) ilgili örtük değişkene yüklenmiştir. Diğer taraftan ölçek maddeleri ile ilişkili olarak çok değişkenli normallik varsayımın karşılanıp karşılanmadığı da dikkate alınması gereken bir husustur. Bu nedenle Tablo 4'te ölçek maddelerine ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayıları verilmiş ve bu değerlerin çarpıklık için 2'den; basıklık için de 7'den küçük olduğu (Şencan 2005) görüldüğünden çok değişkenli normallik varsayımı açısından bir sorun olmadığı sonucuna varılmıştır. Örtük değişkenlere ilişkin yapı güvenirliliği katsayıları 0,62 ile 0,83 arasında değişirken; Cronbach's Alpha değerlerinin de 0,61 ile 0,84 arasında olduğu görülmektedir. Bu değerler de ölçeklerin kabul edilebilir seviyede güvenilir olduklarına işaret etmektedir (Murphy ve Davidshofer 1988). Genel olarak modele ilişkin uyum iyiliği istatistikleri de (Ki kare değeri=190,25; serbestlik derecesi=104; ki kare/serbestlik derecesi=1,8; RMSEA=0,047; CFI=0,98; GFI=0,94; NFI=0,96) ölçüm modelinin kabul edilebilir bir model olduğunu göstermektedir.

Ölçümün yakınsama ve ayrışma geçerliliğine ilişkin bir değerlendirme yapmak üzere ortalama açıklanan varyans değerleri ve değişken çiftleri arasındaki korelasyonların kareleri hesaplanmıştır ve sonuçlar Tablo 5'te sunulmaktadır. Yakınsama geçerliliğini göstermek için ortalama açıklanan varyans değerlerinin 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Tablo 5'deki sonuçlara göre algılanan

davranışsal kontrol ve tutum için bu değerlerin sırası ile 0,37 ve 0,35 olduğu görülmektedir. Diğer ölçekler için ise kabul edilebilir değer üzerinde ol-

Tablo 3. Demografik Bulgular

	Değişkenler	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	227	60,5
	Kadın	148	39,5
	Toplam	375	100
Yaş	18-24	69	18,5
	25-34	143	38,3
	35-44	78	20,9
	45-54	51	13,7
	55 +	32	8,6
	Toplam	373	100
Eğitim	İlköğretim	21	5,7
	Lise	77	20,8
	Lisans	225	61,0
	Lisansüstü	46	12,5
	Toplam	369	100
Gelir	0-999	18	6,7
	1000-1999	60	21,8
	2000-2999	89	32,5
	3000-3999	46	16,7
	4000 +	61	22,3
	Toplam	274	100
Meslek	Serbest Meslek	85	22,9
	Memur	69	18,6
	İşçi	59	15,9
	Öğrenci	50	13,5
	Yönetici /Müdür	46	12,4
	Mühendis / Mimar	33	8,9
	Emekli	21	5,7
	Ev Hanımı	8	2,1
	Toplam	371	100
Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	1-5	146	41,1
	6-10	97	27,2
	11-15	47	13,2
	16-20	30	8,4
	21-25	10	2,8
	26-30	22	6,2
	30 +	4	1,1
	Toplam	356	100
	Ortalama Harcama	50 TL'ye kadar	251
50 TL'nin üzeri		107	30
Toplam		358	100

Tablo 4. Ölçüm Modeli ile İlgili Analiz Sonuçları

	S.F.Y	t değeri	Yapı Güvenilirliği	Cronbach's Alpha	Çarpıklık	Basıklık
Algılanan Davranışsal Kontrol			0,62	0,61		
Algkont1	0,56	10,31			-,58	-1,05
Algkont2	0,78	14,39			-,83	-,55
Algkont3	0,42	7,52			-,37	-1,16
Tutum			0,62	0,61		
Tut1	0,60	10,94			-,30	-1,10
Tut2	0,56	10,08			-,39	-,96
Tut3	0,61	11,15			-,06	-1,26
Öznel Normlar			0,80	0,80		
Öznorm1	0,75	15,53			-,94	,25
Öznorm2	0,77	15,97			-,75	-,05
Öznorm3	0,70	14,29			-,68	-,23
Öznorm4	0,61	12,00			-,52	-,37
Enformasyon Düzeyi			0,80	0,80		
Enfdüz1	0,76	15,16			-,55	-,55
Enfdüz2	0,87	17,30			-1,03	,32
Kendini Önemseme			0,70	0,67		
Kendönem1	0,59	10,31			-,39	-,95
Kendönem2	0,86	13,78			-1,13	,51
Niyet			0,83	0,84		
Niy1	0,79	17,20			-1,01	-,03
Niy2	0,82	18,12			-,76	-,64
Niy3	0,78	17,08			-,59	-,77

(S.F.Y.=Standartlaştırılmış faktör yükleri; Uyum istatistikleri: $\chi^2=190,26$; $p=0,000$, serbestlik derecesi=104; χ^2 /serbestlik derecesi=1,8; RMSEA=0,047; NFI=0,96; GFI=0,94; CFI=0,98)

dukları anlaşılmaktadır. Fornell ve Larcker'a (1981) göre ortalama açıklanan varyans değerlerinin değişken çiftleri arasındaki korelasyonların karelerinden büyük olması halinde ayrışma geçerliliği gösterilmiş olmaktadır. Tablo 5'teki sonuçlar da her bir örtük değişkene ilişkin ortalama açıklanan varyans değerinin o değişkenle diğer değişkenlerin korelasyonlarının karesinden büyük olduğunu göstermekte ve dolayısıyla tüm ölçeklerin ayrışma geçerliliğinin sağlandığına ilişkin kanıtlar sunmaktadır.

Ölçüm modelinin güvenilirlik ve geçerliliğine ilişkin değerlendirmeler sonucu algılanan davranışsal kontrol ve tutum ölçeklerinin yakınma geçerlilikleri tam olarak gösterilememiş olsa da güve-

nirlik ve ayrışma geçerliliği açısından kabul edilebilir değerlere sahip oldukları görülmüştür. Bu iki değişken PDK'nın da temel iki değişkeni olduğundan yakınsama geçerliliği açısından sorunları olmasına karşın ileriki analizlere dahil edilmelerinin uygun olacağına karar verilmiştir.

Hipotezlerin Testi

Araştırma modelinde öngörülen ilişkilerin testi için kurulan YEM'e ilişkin sonuçlar Tablo 6'da sunulmaktadır. Uyum istatistikleri (Ki kare değeri=249,98; serbestlik derecesi=114; Ki kare/serbestlik derecesi=2,23; RMSEA=0,056; GFI=0,93; NFI=0,95; CFI=0,97) modelin verilere uyum sağla-

Tablo 5. Değişken Çiftleri Arasındaki Korelasyonların Kareleri ve Ortalama Açıklanan Varyans

	1	2	3	4	5	Ortalama açıklanan varyans
Algılanan davranışsal kontrol						0,37
Tutum	0,24					0,35
Öznel normlar	0,07	0,04				0,50
Enformasyon düzeyi	0,17	0,14	0,12			0,67
Kendini önemseme	0,06	0,06	0,14	0,13		0,54
Niyet	0,28	0,29	0,18	0,25	0,19	0,63

(1=Algılanan davranışsal kontrol; 2=Tutum; 3=Öznel normlar; 4=Enformasyon düzeyi; 5=Kendini Önemseme)

dığını göstermektedir. Değişkenler arasındaki ilişkilere dair bulgulara göre standartlaştırılmış yol katsayılarının değerlerinin 0,52 ile 0,77 arasında olduğu ve t değerleri açısından da bunların istatistikî olarak anlamlı bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6'daki bulgulardan ilki tutumun şikâyet etme niyetini güçlü bir şekilde ($\beta=0,77$; $t=9,41$) etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna göre şikâyete ilişkin olumlu tutum sahibi olan cevaplayıcıların restoranlarda şikâyet etme niyetleri de güçlü olmaktadır. Böylece araştırmanın ilk hipotezi araştırma bulgularından destek bulabilmiştir. Bu sonuç Cheng vd. (2005); Kim ve Chen (2010); Kim ve Boo'nun (2011) araştırma bulguları ile tutarlılık gösterirken Cheng ve Lam'in (2008) bulgusu ile ters düşmektedir. Bunun bir nedeni iki araştırmanın örneklemelerinin farklı olması olabilir. Cheng ve Lam (2008) araştırmalarını Çinli restoran müşterileri üzerinde gerçekleştirmiştir ve yazarların da ifade ettiği gibi Çinliler sosyal baskılara oldukça açıktır. Kültürlerinde şikâyet etme yaygın biçimde kabul gören bir davranış değildir. Bu da onların şikâyete ilişkin tutum ve niyetlerini farklı şekillerde etkileyebilir. Cheng ve Lam'in (2008) çalışması

dışında, bu araştırma bulguları ile önceki çalışmaların bulgularının büyük oranda örtüşmüş olması PDK kapsamında tutumun şikâyet etmeye ilişkin niyetin önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilmesi gerekliliğini pekiştirmiştir. Böylece ilgili alanyazında kabul görmüş bir görüş olan *şikâyetçi bireyler şikâyete yönelik olumlu tutum sahibi iken olumsuz tutum besleyenlerin memnuniyetsizliklerini bildirme konusunda isteksiz oldukları* şeklindeki düşünce bu araştırma bulguları ile bir kez daha güçlü bir şekilde desteklenmiştir.

Araştırmanın ikinci hipotezi öznel normlar ile şikâyet etme niyeti arasında bir ilişki öngörmektedir. Tablo 6'daki bulgular da öznel normların şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisini ($\beta=0,52$; $t=8,38$) göstermektedir. Bir başka anlatımla düşüncesine önem verdiği insanların şikâyet etmesi yönündeki baskılarına maruz kalan cevaplayıcıların şikâyet etme niyetleri de güçlenmektedir. Bu durumda araştırmanın ikinci hipotezi de desteklenmiş olmaktadır. Bu bulgu Cheng vd. (2005) ile Cheng ve Lam'in (2008) çalışmalarında ulaştıkları bulgular ile uyumludur ve sosyal baskıların restoran müşterilerinin şikâyete ilişkin niyetlerini be-

Tablo 6. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Sonuçlar

Hipotezler	S. Y. K.	t değeri	Sonuç
1. Tutum → Niyet	0,77	9,41	Desteklendi
2. Öznel normlar → Niyet	0,52	8,38	Desteklendi
3. Algılanan davranışsal kontrol → Niyet	0,76	8,61	Desteklendi
4. Kendini önemseme → Niyet	0,60	6,77	Desteklendi
5. Enformasyon düzeyi → Niyet	0,66	9,96	Desteklendi

(S. Y. K.=Standartlaştırılmış Yol Katsayıları; Uyum istatistikleri: $\chi^2=249,98$, Serbestlik derecesi=114, χ^2 /serbestlik derecesi=2,23; RMSEA=0,056; GFI=0,93; NFI=0,95; CFI=0,97)

lirlediğini bir kez daha ortaya koymuştur. Wei vd. (2012) çalışmasında bu baskılar, birlikte yemek yenen insanların şikâyetle ilişkin tutumları şeklinde kavramsallaştırılmıştır ve şikâyet davranışı üzerinde etkilerinin olmadığı yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Şu halde Wei vd.'nin (2012) bulguları ile bu çalışmanın bulguları arasında çelişki olduğu söylenebilir. Ancak şu hatırlatılmalıdır ki Wei vd. (2012) birlikte yemek yenen insanların şikâyetle ilişkin tutumlarının etkisini yalıtarak ölçmemiş; aksine benlik kurgusu değişkeni ile etkileşimine göre şikâyet davranışı ile ilişkisini sınımlardır. Bu nedenle bu iki çalışmanın bulguları arasında farklılık ortaya çıkmış olabilir.

Tablo 6'ya bakıldığında algılanan davranışsal kontrolün şikâyet etme niyetini olumlu yönde etkilediği ($\beta=0,76$; $t=8,61$) görülmektedir. Bir başka ifade ile cevaplayıcıların bir restoranda şikâyet etme konusunda algıladıkları kontrolün seviyesinin artması onların şikâyet etme niyetlerinin de güçlenmesine yol açmaktadır. Bu durumda "algılanan davranışsal kontrol restoran müşterilerinin şikâyetle ilişkin niyetlerini etkilemektedir" şeklindeki üçüncü hipotez de ilgili alanyazına (Cheng vd. 2005; Cheng ve Lam 2008; McQuilken ve Robertson 2011) uygun şekilde bu araştırmanın bulguları ile görgül destek bulabilmiştir. Cheng vd. (2005) algılanan davranışsal kontrolün farklı şikâyet davranışlarını (dillendirme; ağızdan ağıza olumsuz iletişim; çıkış) gösterme niyetinin belirleyicisi olduğunu Çinli tüketicilerin restoran deneyimleri üzerine yaptıkları araştırmalarında ortaya koymuştur. Benzer bir şekilde, Çinli restoran müşterileri ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında Cheng ve Lam (2008) de algılanan davranışsal kontrolün şikâyet niyeti üzerindeki etkisini görgül bulgularla göstermişlerdir. Bu çalışma ile de Türkiye bağlamında restoran hizmetlerinin tüketiminde algılanan davranışsal kontrolün şikâyet niyetini güçlendiren önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Böylece bu çalışma ilgili alanyazında var olan bulguları Türkiye'den bir örnekleme elde edilen sonuçlarla desteklemiştir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi kendini önemseme ile niyet arasında bir ilişki öngörmektedir. Bulgular da kendini önemseme değişkeninin şikâyet etme niyetini etkilediğini ($\beta=0,60$; $t=6,77$) göstermektedir. Bir başka ifade ile kendini önemseyen cevaplayıcıların şikâyet etme niyetlerinin de güçlü olduğu söylenebilir. Böylece araştırma-

nın dördüncü hipotezi de bulgularla destek bulabilmiştir. İlgili alanyazına bakıldığında bu ilişkiyi doğrudan test eden çalışma sayısının çok az olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan biri olan Kim ve Chen'in (2010) araştırmasına göre kendini önemseme ile şikâyeti dillendirme davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. İki çalışmada bağımsız değişken (kendini önemseme) aynı iken bağımlı değişkenler (şikâyet etme niyeti ve şikâyet etme davranışı) farklıdır. PDK niyeti davranışın temel belirleyicisi olarak görse de niyet ve davranış aynı anlama gelen kavramlar değildir. Nitekim iki çalışmada niyet ve davranışa ilişkin ölçümler de farklıdır. Söz gelimi Kim ve Chen (2010) şikâyeti dillendirme davranışını garsona, yönetici ya da restoran sahibine doğrudan şikâyet şeklinde ölçmüştür. İki çalışmada birbiri ile çelişen bulgular elde edilmiş olmasının sebebi ölçümlerdeki bu farklılık olabilir. Şu halde ilgili alanyazında kendini önemsemenin şikâyeti dillendirme davranışı üzerinde etkisi gösterilememişken (Kim ve Chen 2010), bu çalışma ile şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisi saptanmış olmaktadır. Diğer taraftan Wei vd. (2012), benzer bir kavram olan benlik kurgusunu şikâyet davranışı (dillendirme) ile ilişkilendirmiş ve benlik kurgusu yüksek bireylerin şikâyetlerini dillendirme eğilimlerinin de yüksek olacağını saptamıştır. Benlik kurgusu yüksek kişilerin aynı zamanda kendilerini önemseyen kişiler olabileceği düşünüldüğünde bu çalışmanın bulguları ile Wei vd. (2012) tarafından elde edilen bulguların örtüştüğü söylenebilir.

Tablo 6'daki bulgular enformasyon düzeyinin şikâyet etme niyetini ($\beta=0,66$; $t=9,96$) etkilediğini işaret etmektedir. Tüketici olarak haklarını bilen ve restoranlarda nereye, nasıl şikâyet edeceği konusunda enformasyon sahibi olanların şikâyet etme niyetlerinin de güçlü olduğu söylenebilir. Bulgular, araştırmanın beşinci hipotezini de desteklemektedir. Benzer şekilde, bir İspanyol şehrinde yaşayan 388 kişi ile yaptıkları araştırma sonucu Velazquez vd. de (2010) sahip olunan enformasyon düzeyinin şikâyet etme niyetini etkilediğini saptamıştır. Ancak yazarlar, diğer değişkenler arasında (tutum, durumun önemi, şikâyetin başarı ile sonuçlanma olasılığı, memnuniyetsizlik düzeyi) şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisi en zayıf değişkenin enformasyon düzeyi olduğunu da belirtmektedir. Bu çalışmada ise standartlaştırılmış yol katsayılarına

göre enformasyon düzeyi en güçlü ya da en zayıf etkiye sahip değişken olarak nitelenemese de etkinin oldukça güçlü olabileceği söylenebilir. Bu iki çalışma arasındaki farkın kaynaklarından biri enformasyon düzeyi ile birlikte ölçülen diğer değişkenlerin farklı olması olabilir. Enformasyon düzeyi dışında iki çalışma arasındaki tek ortak değişkenin tutum olduğu görülmektedir. Standartlaştırılmış yol katsayılarına bakıldığında aslında her iki çalışmada da tutum en etkili değişken olarak belirlenmiştir. Velazquez vd. (2010) durumun önemi ile şikâyet etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki belirleyememişken sırası ile şikâyetin başarı ile sonuçlanma olasılığı ve memnuniyetsizlik düzeyinin niyetin belirleyicileri olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmada ise enformasyon düzeyi, tutum ve algılanan davranışsal kontrolden sonra standartlaştırılmış yol katsayısı en yüksek üçüncü değişken konumundadır. İki çalışmanın bulguları birlikte düşünüldüğünde enformasyon düzeyi açısından varılabilecek önemli bir sonuç, diğer değişkenlerin varlığına ve türüne göre bu değişkenin şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisinin farklılık gösterebileceği ve görece olarak düşük olabileceğidir. Ancak bu konu ile ilgili vurgulanması gereken nihai husus bu çalışma ile enformasyon düzeyinin şikâyet etme niyetini açıklarken dikkate alınması gereken önemli bir değişken olduğunun ortaya konmuş olmasıdır.

SONUÇ

Bu araştırma ile bireysel ve davranışsal faktörlerin müşterilerin restoranlarda şikâyet etme niyetlerine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Davranışsal faktörler olarak PDK'nın temel değişkenleri (tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol); bireysel faktörler olarak da enformasyon düzeyi ve kendini önemseme inceleme kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda geliştirilen beş hipotezin tamamı araştırma bulgularından destek bulabilmiştir.

Bu araştırma ile elde edilen bulgular şikâyet etme niyetinin, algılanan davranışsal kontrolün ve öznel normların restoranlarda müşterilerin şikâyet etmeye ilişkin niyetlerini belirleyen önemli faktörler olduğuna işaret etmektedir. Bu bulgular ışığında restoran işletmeleri bağlamında müşteri şikâyet davranışlarının anlaşılması için PDK'nın yararlı olabileceği söylenebilir. Diğer taraftan araştırma

bulguları PDK değişkenlerine ek olarak restoranlarda müşterilerin şikâyet etme niyetlerinin enformasyon düzeyi ve kendini önemseme değişkenleri ile de açıklanabileceğine işaret etmektedir. Bir anlamda bu çalışma PDK'nın restoranlarda müşteri şikâyetlerinin açıklanmasında kullanılması sırasında enformasyon düzeyi ve kendini önemseme şeklinde iki değişkenle genişletilebileceğine de işaret etmektedir.

Bu çalışmanın bulguları restoran yöneticilerinin müşteri şikâyet davranışlarını anlamasına da yardımcı olabilir ve şikâyet yönetimi konusundaki uygulamalarını iyileştirmeleri için bir referans çerçevesi sağlayabilir. Aslında PDK kapsamındaki iki önemli değişken olan tutum ve öznel normlar ile bu araştırmayla modele ilave edilen kendini önemseme restoran yöneticilerinin doğrudan etkileyebilecekleri faktörler olmayabilir. Ancak, restoran yöneticileri müşterilerin kendi şikâyet davranışları üzerindeki kontrol algılamalarını ve enformasyon düzeylerini geliştirmelerine yardımcı olabilirler. Restoranlarında şikâyetin nasıl yapılacağına ilişkin güvenilir bir sistem geliştirmeleri ve çalışanlarına şikâyetleri dinleme ve çözüm önerme konusunda eğitim vermeleri bu konuda yapılabileceklerin başında gelmektedir. Müşteriler şikâyete ilişkin prosedürlerin güvenilir olduğuna inanırsa ve çalışanlarla sorunsuz bir iletişim kurabilirlerse şikâyet davranışlarına ilişkin algılanan kontrol düzeyleri de yükselecektir. Bununla birlikte şikâyetlerin yapılacağı kişi ya da merciinin müşteriler tarafından bilinir ve kolay ulaşılabilir olması, şikâyetlerin elektronik ortamlar üzerinden de iletilebilmesi gibi uygulamalar müşterilerin enformasyon düzeyini arttırmakla birlikte şikâyet etmenin kolaylığına ilişkin algılamalarını da olumlu yönde etkileyecektir. İşletmeler müşterilerinden herhangi bir hata karşısında şikâyetçi olmaları için aktif olarak talepte de bulunabilir. Bu da müşterilerin şikâyet etme eğilimlerini güçlendirecektir. Böylece restoran yönetimi müşteri memnuniyetsizliğine yol açan hatalara ilişkin geri bildirim alma olanağını bulacaktır. Ancak buradaki kritik nokta restoran yöneticilerinin şikâyetleri sadece olumsuz birer geri bildirim olarak görmemeleri, aksine hatalarını düzeltmek için bir fırsat olarak kabul etmeleri gerektiğidir.

Kısıtlar ve İleriki Çalışmalar için Öneriler

Bu araştırmada, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve tek bir şehrin işlek bir caddesinde sınırlı

sayıda katılımcıya ulaşılabilmektedir. Ayrıca örneklemede yüksek eğitimliler daha büyük bir oranda temsil edilmektedir. Bu sebeplerle bu çalışma ile elde edilen bulguların genellenmesi doğru olmayacaktır. Ancak ileriki araştırmalarda bu çalışmada kullanılan ölçeklerden de yararlanılarak farklı şehirlerde ve daha büyük örneklemler üzerinde restoran müşterilerinin şikâyet davranışı ile ilgili modeller sınanabilir. Ayrıca bu modeller ilgili alanyazında da yer alan başkaca değişkenlerle genişletilebilir. Bu çalışmada şikâyetle ilişkin niyet, şikâyet davranışının göstergesi olarak kabul edilmiştir ve katılımcıların gerçek şikâyet davranışları gözlemlenmemiştir. Bu nedenle gözlemlenen davranış bir değişken olarak modelde yer almamıştır. Bu da niyet ile gözlenen davranış arasındaki ilişkinin testini olanaksız kılmıştır. Diğer taraftan, bazı durumsal faktörler (hatanın şiddeti, yemeğin önemi ve harcama tutarı gibi) niyet ile davranış arasındaki ilişkide aracılık rolü oynayabilir. Ancak bu tür ilişkilerin analizinde farklı bir araştırma desenine gerek duyulmaktadır. Araştırmacılar durumsal faktörlerin şikâyet davranışına etkisini incelerken daha çok senaryo yöntemini tercih etmektedir. İleriki araştırmalarda da şikâyetle ilişkin niyet ve şikâyet davranışı arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide aracılık rolü oynayan değişkenleri incelemek üzere senaryo yönteminden yararlanılabilir. Bu çalışmada şikâyet etme niyetini etkileyen bir değişken olarak analizlere dahil edilmese de sosyo-demografik değişkenler, ilgili alanyazında şikâyet davranışı ile ilişkilendirilmektedir. Ancak önceki araştırmaların bu konuyla ilgili bulguları tutarlılık göstermemektedir. Bu nedenle ileriki çalışmalarda sosyo-demografik değişkenlerin şikâyet etme niyetine etkisi üzerine odaklanılabilir ve ilgili alanyazındaki karmaşıklığı giderecek bulgular elde etmek olanaklı olabilir. Son olarak ileriki çalışmalarda restoran yöneticilerinin müşteri şikâyetlerini yönetmeye ilişkin algıları da ölçülebilir. Böylece madalyonun diğer tarafında yer alan aktörlerin de restoranda müşteri şikâyet yönetimine ilişkin tutumları hakkındaki bulgulara ulaşılabilecektir.

Bu çalışma restoranlar bağlamında müşteri şikâyet davranışlarını anlamada yabancı alanyazında az sayıda çalışmada ölçülmüş olan, ulusal yazında ise henüz kullanılmamış olan değişkenler (tutum, algılanan davranışsal kontrol, öznel normlar, kendini önemseme ve enformasyon düzeyi)

üzerine odaklanmıştır. Bu değişkenler arasında tutum diğerlerine göre daha fazla çalışmada kendisine yer bulabilse de ne ulusal ne de yabancı yazında bu çalışmada ele alınan değişkenlerin tamamı birlikte incelenmiştir. Bu nedenle bu çalışma restoranlarda müşteri şikâyet davranışının anlaşılmasına PDK değişkenlerine ek olarak kendini önemseme ve enformasyon düzeyi değişkenlerini de ilave ederek ilgili alanyazına önemli bir katkı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Anderson, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modelling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach, *Psychological Bulletin*, 103 (3): 411-423.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2): 179-211.
- Ajzen I. ve Fishbein, M. (1970). Attitude-behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research, *Psychological Bulletin*, 84 (5): 888-918.
- Antun, J. M., Frash, R. E., Costen, W. ve Runyan, R. (2010). Accurately Assessing Expectations Most Important to Restaurant Patrons: The Creation of the DineEx Scale, *Journal of Foodservice Business Research*, 13: 360-379.
- Bagozzi, R. P., Wong, N., Abe, S. ve Bergami, M. (2000). Cultural and Situational Contingencies and the Theory of Reasoned Action: Application to Fast Food Restaurant Consumption, *Journal of Consumer Psychology*, 9 (2): 97-106.
- Bentler, P. M. ve Chau, C. P. (1987). Practical Issues in Structural Modelling, *Sociological Methods & Research*, 16 (1): 78-117.
- Chang, J., Khan, M. A. ve Tsai, C. T. (2012). Dining Occasions, Service Failures and Customer Complaint Behaviors: An Empirical Assessment, *International Journal of Tourism Research*, 14: 601-615.
- Cheng, S. ve Lam, T. (2008). The Role of the Customer-Seller Relationship in the Intention of the Customer to Complain: A Study of Chinese Restaurateurs, *International Journal of Hospitality Management*, 27: 552-562.
- Cheng, S., Lam, T. ve Hsu, C. H. C. (2005). Testing the Sufficiency of the Theory of Planned Behavior: A Case of Customer Dissatisfaction Responses in Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 24: 475-492.
- Chua, L. B., Othman, M. ve Abkarim, M. S. (2010). Servicescape Failure and Recovery Strategy in the Food Service Industry: The Effect on Customer Repatronization, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11: 179-198.
- Çalışkan, O. (2013). Restoran İşletmelerinde Hizmet Hataları, Hizmet Telafi Stratejileri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD)*, 10 (3): 65-83.
- Day, R. L. ve Landon, E. L. (1977). Towards a Theory of Consumer Complaining Behavior, İçinde: Woodside, A. G., Sheth, J. N., Bennett, P. D. (Editörler), *Consumer and Industrial Buying Behavior*, (ss. 425- 437). New York: North-Holland Publishing Company.

- DeFranco, A., Wortman, J., Lam, T. ve Countryman, C. (2005). A Cross-cultural Comparison of Customer Complain Behavior in Restaurants in Hotels, *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, 10 (2): 173-190.
- Ekiz, E. H. (2009). Factors Influencing Organizational Responses to Guest Complaints: Cases of Hong Kong and Northern Cyprus, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (6): 539-573.
- Emir, O. (2011). Customer Complaints and Complaint Behaviors in Turkish Hotel Restaurants: An Application in Lara and Kundu Areas of Antalya, *African Journal of Business Management*, 5 (11): 4239-4253.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
- Gursoy, D., McCleary, K. W. ve Lepsito, L. R. (2003). Segmenting Dissatisfied Restaurant Customers Based on Their Complaining Response Styles, *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1): 25-43.
- Hansen, K. V., Jensen, Q. ve Gustafsson, I. (2005). The Meal Experience of A La Carte Restaurant Customers, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5 (2): 135-151.
- Heung, V. C. S. ve Lam, T., (2003). Customer Complaint Behavior towards Hotel Restaurant Services, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 283-289.
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge: Harvard University Press.
- Jayaram, J., Kannan, V. R. ve Tan, K. C. (2004). Influence of Initiators on Supply Chain Value Creation, *International Journal of Production Research*, 42 (20): 4377-4399.
- Johns, N. ve Kivela, J. (2001). Perceptions of the First Time Restaurant Customer, *Food Service Technology*, 1: 5-11.
- Jones, D. L., McCleary, K. W. ve Lawrence, R. L. (2002). Consumer Complaint Behavior Manifestation for Table Service Restaurants: Identifying Socio-demographic Characteristics, Personality, and Behavioral Factors, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26 (2): 105-123.
- Karatepe, O. M. (2006). Customer Complaints and Organizational Responses: The Effects of Complainants' Perceptions of Justice on Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Hospitality Management*, 25: 69-90.
- Kim, J. H. ve Lynn, J. (2007). Classification of Asian Complainers in Restaurant Services, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12 (4): 366-375.
- Kim, J. H. ve Chen, J. S. (2010). The Effects of Situational and Personal Characteristic on Consumer Complaint Behavior in Restaurant Services, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27: 96-112.
- Kim, M. G., Wang, C. ve M, A. S. (2010). The Relationship between Consumer Complaining Behavior and Service Recovery, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (7): 975-991.
- Kim, J. ve Boo, S. (2011). Influencing Factors on Customers' Intention to Complain in a Franchise Restaurant, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20: 217-237.
- Kivela, J., Inbakaran, R. ve Reece, J. (2000). Consumer Research in the Restaurant Environment. Part 3: Analysis, Findings and Conclusions, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12 (1): 13-31.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İlinde Bir Uygulama, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31: 111-120.
- Lam, T. ve Tang, V. (2003). Recognizing Customer Complaint Behavior: The Case of Hong Kong Hotel Restaurants, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14 (1): 69-86.
- Leong, K. L. ve Kim, W. G. (2002). Service Recovery Efforts in Fast Food Restaurants to Enhance Repeat Patronage, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2/3 (12): 65-93.
- Lodorfos, G. N. ve Dennis, J. (2008). Consumers' Intent in the Organic Food Market, *Journal of Food Products Marketing*, (14) 2: 17-38.
- Lundberg, C. (2011). Critical Service Encounters in Hotel Restaurants: The Personnel's Perspective, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11 (1): 1-19.
- Mattila, A. S. ve Ro, H. (2008). Discrete Negative Emotions and Customer Dissatisfaction Response in a Casual Restaurant Setting, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32 (1): 89-107.
- McQuilken, L. ve Robertson, N. (2011). The Influence of Guarantees, Active Request to Voice and Failure Severity on Customer Complaint Behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 30: 953-962.
- Murphy, K. R. ve Davidshofer, C. O. (1988). *Psychological Testing: Principles and Applications*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- O'Fallon, M., Gursoy, D. ve Swanger, N. (2007). To Buy or Not to Buy: Impact of Labeling on Purchasing Intentions of Genetically Modified Foods, *International Journal of Hospitality Management*, 26 (1): 117-130.
- Ok, C., Back, K. J. ve Shanklin, C. W. (2006). Service Recovery Paradox: Implications from an Experimental Study in a Restaurant Setting, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3 (14): 17-31.
- Rogers, J. C., Ross, S. C. ve William, T. G. (1992). Personal Values and Purchase Dissatisfaction Response, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5 (1): 81-92.
- Silber, I., Israeli, A., Bustin, A. ve Zvi, O.B. (2009). Recovery Strategies for Service Failures: The Case of Restaurants, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18: 730-740.
- Singh, J. (1988). Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues, *Journal of Marketing*, 52 (Ocak): 93-107.
- Su, W. ve Bowen, J. T. (2001). Restaurant Customer Complaints Behavior, *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4 (2): 35-65.
- Sujithamrak, S. ve Lam, T. (2005). Relationship between Customer Complaint Behavior and Demographic Characteristics: A Study of Hotel Restaurants' Patrons, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10 (3): 290-307.

- Susskind, A. M. (2005). A Content Analysis of Consumer Complaints, Remedies, and Repatronage Intentions Regarding Dissatisfying Service Experiences, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (2): 150-169.
- Susskind, A. M. ve Viccari, A. (2011). A Look at the Relationship between Service Failure, Guest Satisfaction, and Repeat-Patronage Intention of Casual Dining Guests, *Cornell Hospitality Quarterly*, 4 (52): 438-444.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlilik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Velazquez, B. M., Contri, G. B., Saura, I. G. ve Blasco, M. F. (2006). Antecedents to Complaint Behavior in the Context of Restaurant Goers, *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 16 (5): 493-517.
- Velazquez, B. M., Blasco, M. F., Saura, I. G. ve Contri, G. B. (2010). Causes for Complaining Behavior Intentions: The Moderator Effect of Previous Customer Experience of the Restaurant, *Journal of Service Marketing*, 24 (7): 532-545.
- Wei, W., Miao, L. Cai, L. ve Adler, H. (2012). The Influence of Self-Constual and Co-Consumption Others on Consumer Complaining Behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 764-771.
- Weiss, R., Feinstein, A.H. ve Dalbor, M. (2004). Customer Satisfaction of Theme Restaurant Attributes and Their Influence on Return Intent, *Journal of Foodservice Business Research*, 7 (1): 23-41.
- Wildes, J. W. ve Seo, W. (2001). Customers Vote with Their Forks: Consumer Complaining Behavior in the Restaurant Industry, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2 (2): 21-33.
- Wu, C. H. ve Liang, R. (2009). Effects of Experiential Value on Customer Satisfaction with Service Encounters in Luxury-hotel Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*. 28: 586-593.

Yeşil Bankacılık ve Yeşil Krediler: Antalya'daki 4-5 Yıldızlı Otel İşletmelerinin Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma

Green Banking and Green Credits: An Investigation on the Perspectives of Four and Five Star Hotels in Antalya

Ozan GÜLER*, Ekrem TUFAN**

*Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çiftlikköy Kampüsü, Yenişehir, PK 33110, Mersin.

E posta: ozanguler@mersin.edu.tr

** Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Terzioğlu Kampüsü, PK 17100, Çanakkale.

E posta: etufan@yahoo.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Aralık 2013

Birinci değerlendirme: 12 Mart 2014

Kabul: 22 Mart 2014

Anahtar sözcükler:

Yeşil bankacılık, Yeşil kredi, Otel performansları, Turizm, Antalya.

ÖZ

Doğal çevre ve kaynakları koruyan yatırımların desteklenmesi için ayrılan özellikli kaynaklardan biri olan yeşil kredilere otel işletmelerinin bakış açılarının araştırıldığı bu çalışmada, amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak 142 finans müdüründen anket formu aracılığıyla veri toplanmıştır. İşletmelerin yeşil yatırımlardan beledikleri getirileri araştıran nitel çalışmalardan yararlanılarak geliştirilen 16 performans göstergesinin, otellerin mevcut ve yeşil kredi kullanma durumlarına göre değişimi araştırılmıştır. Temel istatistiklerin yanı sıra, araştırmada eşleştirilmiş t-Testi, açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların mevcut durumda "sosyal", "ekonomik" ve "maliyet kontrolü" faktörleri altında algıladıkları performans göstergelerini, yeşil kredi kullanmaları durumunda "sosyal ve ekonomik" ve "maliyet kontrol" olarak iki faktör altında algıladıkları anlaşılmıştır. Ayrıca, yeşil kredi kullanma durumunda en olumlu performans değişiminin "rekabet avantajı elde etme", "maliyet kontrolü" ve "sosyal itibar" göstergelerinde gerçekleştiği buna karşın "kurumsal ekonomik itibar" ve "borçları ödeme gücü" nün yeşil kredi kullanma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı değişiklik göstermediği ortaya çıkmıştır.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 16 December 2013

Resubmitted: 12 March 2014

Accepted: 22 March 2014

Key words:

Green banking, Green credits, Hotel performances, Tourism, Antalya.

ABSTRACT

This study delves into hotels' perspective on green credits that are one of the specialized funds to support investments saving natural environment and resources. Data has been collected through questionnaires from 142 financial managements by using purposive sampling method. 16 performance criteria developed from hotels' expectations of green investment, has been evaluated by the participants considering their hotels' current and possible usage of green credit situation. In addition to basic statistics, paired sample t-Test, explanatory and confirmative factor analyses are applied. As a result of the study, it has been understood that, while in the current situation of the hotels, performance indicators have been perceived under three factors, which are "social", "economic" and "cost control", same indicators are perceived under two factors those are "social and economic" and "cost control" in presumption of using green credit. Moreover, the most significant positive performance differentiation has been observed among the "to get advantage of competitiveness", "cost control" and "social reputation" indicators, in presumption of using green credit. The indicators "corporate economical reputation" and "capacity to pay debt" however, show no significant differentiation in terms of using green credit.

GİRİŞ

Dünyada sınır kavramının azalması, ulaşım olanaklarının artması, insanların farklı kültürleri tanıma arzusu ve boş zamanlarının artması, seyahatlerde demokratikleşme ve teknolojik gelişmeler, turizm hareketlerine büyük bir ivme kazandırmıştır (Yılmaz 2007; Usta 2008). Zaman içerisinde turizmin sağladığı getirilerinden pay almak isteyen ülkeler ve bölgeler; tarihi, kültürel, sosyal ve çevresel tüm çekicilik unsurlarını turizm ürünü ola-

rak sunma yarışına girmiştir. Bu yarış sonucunda ortaya çıkan plansız ve kontrolsüz gelişmeler, 1970'li yılların başında uluslararası konferanslarda konu edilmeye ve turizmin geleceği açısından tartışılmaya başlanmıştır. Özellikle kitle turizmindeki hızlı artışın olumsuz etkilerinin ortaya çıkması ile birlikte çevreye sorumlu davranışı, doğal kaynakları adil bir şekilde tüketmeyi ve yerel toplumların sosyo-kültürel yapılarını korumayı amaçlayan sürdürülebilir yeşil-çevreci turizm modelleri üzerinde

durulmuştur (Forsyth 1997; Garrod ve Fyall 1998; Akış 1999; Swarbrooke 1999; Modinos 2000).

Bu gelişmelere ek olarak dünyanın ciddi biçimde etkilenmekte olduğu kirlenme ve küresel ısınma gibi çevresel sorunlar da turizm endüstrisinin iş yapış şeklini mecburen değiştirmeye itmiştir. İşletmeler zamanla iş yapış şekilleri, etik değerleri ve sosyal sorumlulukları ile yargılanmaya ve ortaya çıkan sosyal ve çevresel olumsuzlukların sorumlusu olarak görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla çevresel ve sosyal sorunların farkında olan insanlar, turizm endüstrisinden de bu doğrultuda hareket etmesini bekleyerek, işletmeleri sürdürülebilir faaliyetlere yönlendirmiştir (Lee vd. 2010). Ek olarak, uluslararası çevre konferanslarında yapılan tartışmalarda sürdürülebilirliğin finansal boyutu da dikkate alınarak, finans kuruluşlarından kaynaklarını sürdürülebilir yatırımlara yönlentmeleri (White 1996) ve ülkelerden finans-bankacılık sektörlerini bu konuda teşvik etmeleri istenmiştir (Aizawa ve Yang 2010).

Bu çalışmada, turizm endüstrisi için yeni bir finansal araç olarak görülen yeşil kredilerin, otel işletmelerinin performanslarında meydana getirebileceği değişiklikler araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle finans sektöründe sürdürülebilirlik, sürdürülebilir bankacılık, yeşil bankacılık ve yeşil kredi kavramları anlatılmıştır. Literatür taramasında işletmelerin geleneksel ve yeşil kredilerden beklentileri üzerinde durulduktan sonra çalışmanın alan araştırması bölümünde, Antalya’da faaliyet gösteren 4-5 yıldızlı otel işletmelerinden toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak, bulgular yorumlanarak kuramsal ve yönetsel çıktılar ortaya koyulmuştur.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Finansta Sürdürülebilirlik Anlayışının Gelişimi ve Sürdürülebilir Bankacılık

Verdikleri finansal yatırım ve borç verme kararları nedeniyle ekonomik kalkınma, çevresel koruma ve sosyal sorumluluk konularında önemli roller üstlenen finansal kuruluşlar için (Sullivan ve O’Dwyer 2009; Kurt 2009) sürdürülebilirlik kavramı karar alma ve borç verme aşamalarında “sosyal ve çevresel riskleri” yönetme anlamı taşır (IFC 2007). Sürdürülebilirlik, finansal kuruluşlarının sistematik ve sistematik olmayan risklerini yönetmesinde oldu-

ğu kadar finansal ürün çeşitliliği ile diğer endüstrilerin doğal, ekonomik ve sosyal çevreye etkilerini şekillendirmesinde rol oynar. Uluslararası Finans Kurumu (IFC) (2007) sürdürülebilir finansı “finansal sermayenin ve risk yönetiminin, ekonomik zenginlik, çevresel koruma ve sosyal adalete zarar vermeyecek ve bunları teşvik edecek projelere aktarılması” şeklinde tanımlamıştır.

İşletmeler için finans sektöründe yer alan bankacılık sisteminde görülen aksamalar ya da olası belirsizlikler, ekonominin tüm unsurlarını olumsuz etkiler. Aynı zamanda bankacılık sektörü çevresel ve sosyal yatırımları desteklemesi bakımından kilit bir role sahiptir (Sahoo ve Nayak 2008). İlk bakışta çevreye bir zararı olmayan, çevreyi kirletmeyen ya da zararlı atık üretmeyen bir sektör olarak görülen bankacılık sektörü için çevre konusu, kendi iç çevresel yönetimi ile sınırlı gibi görülebilir. Buna karşın bankaların finanse ettikleri yatırımlar çevreye doğrudan veya dolaylı zararlar verebilir (Thompson 1998; Cowton ve Thompson 2000). Bu zararları ortadan kaldırmak veya en aza indirebilmek için bankaların sürdürülebilirlik kapsamında doğal ve beşeri çevreyi korumaya yönelik yatırım projelerini desteklemesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda, Bouma vd. (2001) tarafından sürdürülebilir bankacılık; “finansal hizmet ve ürünlerin, aktivitelerinden doğabilecek çevresel ve sosyal etkileri hesaba katan şahıs ve işletmelere sağlanması” şeklinde tanımlanmıştır. Sürdürülebilirlik bankacılık faaliyetleri; çevre dostu yatırımların kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile desteklendiği ve çevresel raporların düzenlendiği “yeşil bankacılık” faaliyetlerinin önünü açan bir yaklaşım olmuştur (Bouma vd. 2001).

Yeşil Bankacılık

Scholtens (2006), çevre dostu proje finansı olarak adlandırdığı bu bankacılık faaliyetini, doğal ve beşeri çevrenin korunması ve gelişimi öncelikli olmak üzere kaynakların korunmasını önemseyen ve destekleyen yatırım projelerine finansal kaynak tahsis edilmesi olarak ifade etmektedir. 1980’li yıllarda Amerikan bankalarının, mahkemeler tarafından doğrudan ya da dolaylı çevresel zarara yol açtığı için büyük tutarda para cezasına çarptırılması, yeşil bankacılığın çıkış noktası olarak kabul edilebilir (Sahoo ve Nayak 2008). 11 Kasım 1980 tarihinde Amerikan Kongresi tarafından çıkartılan

CERCLA Yasası ile halk sağlığını ve çevreyi kirleten endüstrilerin sahipleri ve bankalar suçlu bulunarak işletmelere fon sağlayan bankalar tazminat ödemeye mahkûm edilmiştir (Weber 2008). Öyle ki bazı bankalar için verilen ceza tutarları, sağladıklarının finansal kaynağın tutarını büyük ölçüde aşmıştır (White 1996; Case 1996 aktaran Cowton ve Thompson 2004).

Scholtens (2006) ve Sahoo ve Nayak'ın (2008) ifadelerinden yola çıkarak yeşil bankacılık, işletmeleri daha çevreci politikalar uygulamaya iten, doğal çevrenin korunmasını esas alan ve çevresel ve sosyal sorunları azaltıcı yatırım projelerini destekleyici bir finansal araç olarak ifade edilebilir. Ülkelerin yüzleştiği çevresel, sosyal veya kültürel bozulmaların yoğunluğuna göre, kaynakların ayırımı değişiklik gösterebilir. Örneğin, 1988 yılında Almanya'da kurulan dünyanın ilk yeşil bankası olan Ökobank fonlarını çevresel sorunlar, sosyal adalet, eğitim ve eşit fırsatlar konularına yönlendirmişken, Amerika'da kurulan South Shore Bankası kaynaklarını yağmur ormanlarını koruma temeline dayandıran ve çevresel ve ekonomik kalkınmaya öncelik veren yatırımlara yönlendirmiştir (White 1996). Yeşil bankacılık stratejisini benimseyen bankalar, yatırımlara fon sağlarken uygulanan geleneksel firma ve proje risklilik kontrolünün yanı sıra, toplumun desteklediği ve aynı zamanda çevreye de faydalı olabilecek projelere kaynak sağlayarak çeşitli endüstriler için yeni finansal kaynaklar yaratmaktadır (Sahoo ve Nayak 2008).

Yeni Bir Finansal Araç Olarak Yeşil Kredi

Son yıllarda küresel ısınma, kuraklık, bitki ve hayvan türlerinde azalma gibi pek çok şiddetli çevresel sorunun sosyal ve ekonomik kalkınmayı etkilemesi sebebiyle (Aizawa ve Yang 2010), sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma anlayışını geliştirici yatırımlar, dünya çapında desteklenmeye başlamıştır. Dünya Bankası (DB), Avrupa Yatırım Bankası (AYB), Eximbank, Fransız Kalkınma Ajansı (FKA), Japon Kalkınma Bankası (JKB), Alman Kalkınma Bankası (AKB) vb. birçok finansal kuruluş, belirli koşullar altında farklı sektörler için projelere kaynak sağlamaya başlamıştır. Bu kaynaklar genellikle, sendikasyon kredisi başlığı altında, ülkelerdeki finans kuruluşlarına aktarılmaktadır ve riskler ülkede faaliyet göstererek kaynağa aracılık eden bankalara aittir. Projelerin onaylanmasının nihai ka-

rarı, fonu ülkeye aktaran finans kuruluşuna aittir. Son zamanlarda sağlanan kaynakların çok büyük kısmı KOBİ kapsamına giren yatırımlara, enerji ve verimliliği ve yenilenebilir enerji projeleri hazırlayan işletmelere aktarılmaktadır. Özellikle işletmelerin daha rekabetçi fiyatlarla enerji tüketimini sağlayan yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği projelerine ayrılan kaynaklar son yıllarda oldukça artmıştır (Haralambopoulos ve Polatidis 2003). Özellikle krediler olarak nitelenen yurt dışı kaynaklı kredilerin yanı sıra ülkelerin kendi finans kuruluşlarının ve ticari bankalarının "sektörel destek paketleri" de mevcuttur. Temelinde ödemesiz dönem kolaylığına sahip olan bu kredilerin, her finansal kuruluş ve bankanın kendi sübjektif değerlendirmeleri sonucu kullanıldıkları için yeşil kredi olarak adlandırılmaları doğru olmayacaktır.

Yeşil kredi tanımının hangi tür kredileri kapsadığına bir örnek vermek, tanımının daha anlaşılır olmasını sağlayabilir. 2007 yılında Çin Halk Cumhuriyeti Çevre Bakanlığı, Çin Bankalar Birliği Düzenleme Kurulu ve Çin Halk Bankası bir araya gelerek Çin'deki tüm bankalara fonlarını, doğal ve enerji kaynaklarını aşırı tüketen ve/veya kirliliğe sebebiyet veren firmalara, imtiyazlı şartlar ile proje hazırlanması koşuluyla kullanılmak üzere saklamalarını dikte eden "yeşil kredi politikasını" duyurmuştur (Aizawa ve Yang 2010). İşte bu tür çevresel ve sosyal bozulmayı durdurmak veya azaltmak amacıyla, projelendirilmiş yatırım başvuruları ile belirli çevresel ve sosyal sorumlulukları yerine getirme şartını taahhüt eden başvurulara, özel imtiyazlar ile kullanılan uzun vadeli kredilere "yeşil krediler" denmesi uygun olacaktır. Bu nedenle, DB, AYB vb. kuruluşların kullandıkları krediler "yeşil kredi" olarak adlandırılabilirken, çevresel ve sosyal fayda yaratmak amacından uzak, yalnızca finansal bir ürün çeşitlendirmesi olarak görülebilecek sektörel destek kredileri, "yeşil kredi" olarak değerlendirilmemelidir. Yeşil kredinin diğer kredilerden ayrılan yönü, finansal kaynak sahibinin (örneğin Dünya Bankası) dikte ettiği çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik bozulmalardan herhangi birinin azaltılmasını taahhüt eden projelere fon sağlamasıdır.

Türkiye'deki yeşil krediler Dünya Bankası, Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası, Alman Sanayileşme Fonu, Fransız Kalkınma Ajansı, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası gibi uluslararası finans kuruluşları tarafından verilmek-

tedir. Bu kredilerin yatırım projelerine aktarılmasına Türkiye’de faaliyet gösteren özel bankalar, Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası, Türk Eximbank, Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansmanı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Turizm Bakanlığı gibi özel ve yarı özel kamu kurumları aracılık etmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

Geleneksel ve Yeşil Banka Kredilerinin İşletmelerin Performanslarına Etkisi

İşletmelerin, sadece özkaynaklar ile finanse edilmeleri hemen hemen mümkün değildir. Bu anlamda bankacılık piyasası kapitalist sistemde vazgeçilmez bir yere sahiptir. Özkaynakları yetersiz olan işletmeler ya sermaye piyasasına ya da bankacılık piyasasına yönelmek durumundadırlar. Bankacılık piyasası, sermaye piyasasına göre daha hızlı ve kolay kaynak sağlayabildiği ve küçük işletmelerin sermaye piyasasına girme şanslarının neredeyse olmaması nedeniyle büyük öneme sahiptir. Alanyazında, küçük işletmelerin kredi anlaşmalarını birden çok banka ile yaptıkları gözlenmektedir. Ogawa vd. (2007) bu durumu Japonya için de gözlemleyerek yüksek borçlu ve nakit sıkıntısı çeken işletmelerin birden çok banka ile çalıştığını belirtmektedir. İsveç’te ileri teknoloji alanında yer alan 183 küçük işletmenin temel sermaye desteğinin de benzer şekilde bankalar tarafından karşılandığı gözlemlenmiştir (Aaboen vd. 2006). Öte yandan, ABD’de yapılan bir çalışmaya (Hooks, 2003) göre ise küçük işletmelerin aynen Japonya’da olduğu gibi bankalarla daha fazla kredi sözleşmesi yapmak zorunda kaldıklarını büyük işletmelerin ise eğer bankalardan aldığı kredi bilgisi dışarıdan kolayca elde edilemiyorsa, krediyi yoğun bir şekilde kullandıklarını ifade etmiştir. Dolayısıyla, bankalardan kredi kullanmak küçük işletmeler için bir zorunluluk iken büyük işletmeler için ise kısmen itibar kaybı olarak algılanmaktadır. Bu sebeple Hooks (2003), işletmelerin itibarlarının korunması hususunda devlet otoritelerine iş düştüğünü belirtmektedir.

Avrupa’da faaliyet gösteren 683 işletmenin verilerinden hareketle yapılan çalışmada, banka kredisi kullanımı ile varlık kârlılığı arasında bir ilişki olduğu sonucu bulunmuştur (Krivogorsky

vd. 2009). Bununla beraber Almanya için yapılan bir araştırma, bankalarla içli dışlı olan işletmelerin sermaye sıkıntısı çekmediklerini kanıtlarken, daha kârlı ya da daha hızlı büyüme performansı göstermeleri yönünde bir kanıt bulamamıştır (Agarwal ve Eltson 2001). Banka kredisi kullanımının işletmeler açısından yararlı olup olmaması, işletmenin faaliyet gösterdiği bölgenin sosyo-ekonomik gelişmişliği ile doğrudan ilintilidir (Ferri ve Messori 2000). Bankalarla güçlü işbirliğine sahip işletmelerin, nakit akımlarına karşı daha az duyarlı oldukları ve gelecekte yapacakları yatırımları için kasalarında daha az nakit bulduklarını belirlenmiştir (Shen ve Wang 2005). Bununla beraber, ılımlı borçlanma işletmelere rekabet üstünlüğü sağlarken, yüksek oranda borçlanma ise işletmelerin piyasadaki başarılarını düşürmektedir (Campello 2006). Japonya’da yapılan bir çalışmaya göre (Yao ve Ouyang 2007), ekonomik sıkıntı çekilen 1990’larda, bankalar kâr istikrarlarını sağlamak için müşterilerini aşırı borçlanmaya ve yatırım yapmaya zorlamıştır. Ek olarak Yao ve Ouyang, (2007) aynı dönemde kredi kullanan işletmelerin finansal performanslarının olumsuz etkilendiğini ifade etmiştir.

Buna karşın geleneksel banka işletme ilişkisi son yıllarda farklı bir boyuta geçerek, sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde şekillenmeye başlamıştır. Gerek kredi sağlayanlar gerekse kredi talep edenler için yatırımların sürdürülebilirliği önemli bir ön koşul olmaya başlamıştır. Yasal düzenlemeler, artan işletme maliyetleri, işletmelerin aktivitelerinden kaynaklı olumsuz ekolojik etkilerin farkına varması ve paydaş baskısı gibi nedenler işletmelerin doğal çevreye karşı bakış açılarını stratejik olarak yeniden gözden geçirmelerine sebep olmuştur (Kassinis ve Soteriou 2003). İşletmelerin çevreci olmayan yatırımları çeşitli yollardan gelir kaybetmelerine de yol açmıştır. Heinkel vd. (2001) yaptığı çalışmada işletmelerin etik yatırımlar yapmamları veya teknolojilerini yenilememeleri yüzünden yeşil yatırımcıların ilgili işletmelerin hisselerine daha az ilgi gösterdiklerini ve bu nedenle çevreyi kirleten işletmelerinin senetlerinin değerinin düştüğünü ifade etmektedir. Yazarlar, bu durumun işletmelerin sermaye maliyetlerini arttırdığını ve bu sebeple işletmelerin zorunlu olarak yeşil yatırımlara yöneldiğini ifade etmektedir. Bir işletmenin hisse senetlerinin %25’inin yeşil hisse olmasının yenileme maliyetleri için yeterli olduğunu ifade eden

Heinkel vd. (2001) buna karşın işletmelerin sahip olduğu yeşil hisse oranının %10 civarında olduğunu ifade etmektedir.

Philips ve Philips (2011), işletmeleri sürdürülebilir projelere iten en önemli güdülerden birinin kamuoyu önündeki imajları olduğunu ifade etmektedirler. Berns vd. (2009) araştırmalarda işletmeleri sürdürülebilir yatırımlara yönelten faktörleri önem sıralarına göre; işletme ya da marka imajı, maliyet tasarrufu, rekabet avantajı, çalışan memnuniyeti, ürün ve pazara yönelik yenilikler, iş veya sürece yönelik yenilikler, yeni gelir ya da nakit akışı ve etkin risk yönetimi şeklinde sıralamıştır. Bununla birlikte yeşil yönetim şeklinden etkilenmiş olan finans kuruluşlarının da finansal kaynaklarını çevresel risk içeren projelere aktarmamaya başlaması, turizm endüstrisi içerisinde yer alan sektörleri çevre dostu projelere yönelmeye iten bir diğer faktör olmuştur (Roarty 1997'den aktaran Faulk 2000: 4). Penny'nin (2007) otel genel müdürleri ile yapmış olduğu çalışmasında, katılımcıların %65'i sürdürülebilir yatırımların işletmelerin imajı ve rekabetçiliğine katkı yapan bir unsur olduğunu düşünmektedir. Çalışmada, sürdürülebilir yatırımlar için katlanılan girişim maliyetinin istenilen değeri yaratabilmesi için, maliyet kontrolünün önemli bir husus olduğu ancak bir yatırım projesini tek başına değerli kılabilecek kadar önemli algılanmadığı anlaşılmaktadır.

Bu açıdan geleneksel kredilerin işletmelere sağlayacağı getirilerin doğrudan ekonomik beklentilere yönelik olduğu söylenebilirken, sürdürülebilir yatırımları destekleyen yeşil kredilerden beklentilerin ekonomik beklentilere ek olarak işletmelerin bilinirliğinin artması ve toplum gözünde daha olumlu imaj elde edilmeye çalışılması gibi halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluğa yönelik beklentiler de söz konusudur. Geleneksel kredileri kullanmak büyük işletmeler açısından duyulması fazla istenen bir durum değilken yeşil kredi kullanmak küçük ya da büyük her işletme açısından itibar arttıran bir durum olabilir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Bir işletmenin varlığını ve rekabet edebilirliğini korumak ve geliştirmek adına yapacağı yatırımları (Usta 2005), en uygun kaynak bileşimi ile ger-

çekleştirebilmesi (Akgüç 1998; Ceylan ve Korkmaz 2008) piyasa değeri üzerinde önemli etkiler gösterir (Usta 2005). Yatırım harcamalarının işletmeye sağlayacağı yararların zaman içinde dağılımı ve yatırımın ekonomik ömrü gibi (Akgüç 1998) finansal göstergelere göre isabetli yatırımlara yönelmek ve sermayenin en rasyonel ve uygun (bedellerin en az, getirinin en çok) biçimde kullanılması oldukça önemlidir (Usta 2005). Dolayısıyla işletmelerin dış kaynak kullanımını bağlamında kullanacağı kredinin türü oldukça kritiktir. Son dönemde yaygınlaşan bir kaynak olan çevre dostu krediler, diğer adıyla yeşil krediler işletmelere önemli avantajlar sağlayan kredilerdir. Kullandırma şartı olarak işletmelerin faaliyetlerinden kaynaklı zararları en aza indirme, doğal-beşeri kaynakları dengeli kullanma ve enerji verimliliği gibi vaatleri taşıyan yeşil krediler, buna karşılık faiz oranı, vade ve geri ödemesiz dönem gibi olumlu özelliklere sahiptir. Bu çalışma kapsamında, yatırımlara finans kaynağı sağlamada yeni bir araç olan yeşil kredilere potansiyel müşteri olabilecek otel işletmelerinin bakış açıları araştırılmıştır. Evren ve örneklem olarak otelcilik sektörünün seçilmesinin üç temel sebebi vardır. Birincisi turizm endüstrisinin küresel ısınma ve benzeri çevresel faaliyetlerden en çok etkilenen endüstrilerden biri olması, ikincisi otelcilik sektörünün doğal ve beşeri kaynaklara olan yüksek bağımlılığı ve üçüncü olarak tüm dünyada otelcilik sektörünü yeşil işletmeler olmaya iten Yeşil Yıldız, Ecofriendly Hotels Worldwide, Ecotel ve Green Globe, Green Key, Green Leaf ve LEED gibi sertifika programlarının yaygınlaşmış olmasıdır. Bu sebeplerle, yeşil olmak isteyen işletmeler için yeşil kredilerin kullanılması uygun bir kredi türü olduğuna kanaat getirilmiştir. Sonuç olarak da bu kredi türünün otellerin finans yöneticileri tarafından nasıl algılandığının ve otellerin performanslarında nasıl bir değişime neden olabileceğinin araştırılmasının önemli olabileceği düşünülmüştür.

Bu amaç çerçevesinde öncelikle performans göstergelerinin mevcut durum ve yeşil kredi kullanma durumuna göre hangi boyutlar altında algılandığı araştırılmaktadır. Ek olarak otellerin yeşil kredi kullanılması durumunda, mevcut duruma kıyasla hangi performans göstergelerinde anlamlı değişimler oluşacağını ve yeşil kredi kullanmanın genel performansı ne yönde değiştireceğinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Çalışma, Türkiye'deki

otellerin yeşil kredilerden yararlanmalarının çeşitli performanslarına etkilerinin incelenmesi ve geleneksel krediler ile yeşil kredilerin performans etkileri açısından yaptıkları karşılaştırma bakımından alanyazına katkı sunmaktadır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni olarak, Antalya’da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri belirlenmiştir. T.C. Başbakanlık Bilgi Edinme Birimi’nden alınan bilgiye göre, 2012 yılı Nisan ayında Antalya’da aktif olarak faaliyet gösteren 451 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi mevcuttur. %5 anlamlılık düzeyinde %5 örneklem hatası ile her iki birimden birine ulaşma olasılığını (P:0,5 ve Q:0,5) göz önünde bulundurarak hesaplanan sınırlı örneklem hacmine göre (Karasar 2005) ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü 249 işletme olarak tespit edilmiştir. Ön testlerin tamamlanıp, anket formuna son şeklinin verilmesinin ardından, araştırmanın evrenini oluşturan 451 adet 4 ve 5 yıldızlı otelin finans müdürlerinden 348 tanesi ankete katılmayı kabul etmiştir. Elektronik ortamda oluşturulan anketin internet adresinin, kişilerin elektronik postalarına gönderilmesiyle veri toplama süreci başlatılmıştır. Tüm katılımcılara üçer defa hatırlatma amaçlı bilgi mesajı gönderilmiştir. Anket toplama dönemi sonunda gönderilen 348 anketten 150 tanesi geri dönmüştür. Sonuç olarak ankete katılmayı kabul eden kitleden %43’lük bir geri dönüş elde edilmiştir. Elde edilen veri havuzundan, eksik ve hatalı doldurulduğu anlaşılan 8 adet anket formu çıkartıldıktan sonra 142 anket geçerli olarak kabul edilmiş ve analize tabi tutulmuştur. Araştırmacının amacına uygun daha küçük sayıda örneklemi içermesi ve konuda daha fazla bilgi sahibi katılımcının seçilmesine olanak sağlaması (İslamoğlu 2009; Kuş 2009) nedeniyle araştırmanın örnekleme tekniği olarak olasılıksız örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme tercih edilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi ve Soru Formunun Hazırlanması

İki bölümden oluşan anketin, ilk bölümünde katılımcılardan otellerinin performans göstergelerini mevcut durumlarına ve yeşil kredi kullanmaları durumuna göre değerlendirmeleri istenmiştir. Bu çalışmanın amacıyla ilgili alanyazında daha önce yapılan bir çalışmaya rastlanmamış olması ne-

deniyle veri toplama aracı olarak, Tzchentke vd. (2004) tarafından İskoçya Yeşil Turizm İşletmelerine üye 30 otelin genel müdürü ve sahipleri ile yapılan “işletmeleri yeşil işletme olmaya yönelten nedenler” isimli nitel çalışma bulgularına ait 12 unsur ve yazarlar tarafından sekiz yeşil otel ile yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan dört unsur (“sezonluk yenilik yapabilme”, “doluluk oranı”, “operatör ve acentalarla pazarlık gücü” ve “pazarlama yönetimi”) olmak üzere toplam 16 performans göstergesinden oluşan anket formu kullanılmıştır. Bu göstergeler, Likert tipinde 5’li olarak derecelendirilmiş ve katılımcılardan ilgili ifadeleri, 1=çok kötü, 5=çok iyi, olacak şekilde değerlendirilmeleri istenmiştir. Katılımcılardan her bir performans göstergesini öncelikle mevcut durumlarına göre değerlendirmelerinin ardından aynı göstergeyi ankette yer alan özellikteki yeşil krediyi kullandıkları varsayımına göre tekrar değerlendirmeleri istenmiştir. Böylelikle işletmelerin yeşil krediyi kullanarak katlanacakları maliyetler ile elde edecekleri performans çıktılarını karşılaştırmaları sağlanmıştır. Önerilen yeşil kredi, Antalya’da faaliyet gösteren çeşitli bankaların kredi bölümü yöneticileri ile yapılan telefon görüşmeleri ve bankaların internet sitelerindeki kredi kullandırma koşulları göz önünde tutularak hazırlanmıştır. Buna göre değerlendirilmesi istenen yeşil kredi; yatırım kredisi bağlamında (ek bina, yenileme, ünite yapımı, ekipman alımı vb.) dövize endeksli geri ödeme (Dolar-Avro) şeklinde, yıllık faizi %5-7 aralığında (Libor+Risk primi) olan, ilk iki yılı ödemesiz toplam yedi yıl vadeli ve proje tutarının %50-75’i kadar destek sağlayan kredi türüdür. Anket formunun ikinci bölümü otel işletmelerinin genel ve finansal durumlarını belirlemeye yönelik sekiz kategorik maddeden oluşmaktadır.

Veri Analiz Teknikleri

Bu çalışmada, araştırma amacına uygun ve ekonomik olarak verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için gerekli koşulların düzenlenmesi şeklinde açıklanan araştırma modellerinden (Karasar 2005), tarama modeli tercih edilmiştir. Toplanan verilerin analizi SPSS 13.0 ve Lisrel 8.0 istatistik paket programında gerçekleştirilmiştir. Çalışmadaki analizlerin ön koşulları gereği verilere öncelikle sapan analizi, ardından çoklu normal dağılım analizleri yapılarak verilerin normal dağılıma uygun hale gel-

meleri sağlanmıştır. Normal dağılım verilerin güvenilirlik testi için güvenilirliğin bir ölçütü olan "Cronbach's Alfa" testi; yapısal geçerlilik testi için açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Çalışmada yararlanılan diğer istatistik yöntemleri ise yüzde ve frekans dağılımları ve bağımlı iki örnek t-testi'dir.

Araştırma Soruları

Araştırma amacına yönelik olarak iki tane araştırma sorusu belirlenmiştir. Birinci araştırma sorusunun nedeni katılımcıların mevcut durumdaki performanslarının yeşil kredi kullanma durumlarında ortaya çıkması muhtemel performanslarından farklılık taşıyıp taşımadığını belirlemektir. Daha önce yapılan çalışmalarda (Revila vd. 2001; Moreno vd. 2004; Tzschentke vd. 2004; Graci ve Dodds 2008) işletmelerin maliyetlerini düşürerek daha rekabetçi olacaklarını, rekabetçilikle motive olan bir işletmenin aktivitelerinden kaynaklı olarak çevresel açıdan olumlu bir itibar kazanacağını ve sonuç olarak toplum gözünde itibarının artacağını düşündükleri ifade edilmiştir. Araştırmanın birinci sorusu ile işletmelerinin yeşil kredi kullanmaları durumunda hangi performans göstergelerinde iyileşme olabileceği belirlenerek, bu finansal aracı otel işletmelerine pazarlamak isteyen bankalar için faydalı bilgiler sağlanması beklenmektedir. Ayrıca, bu araştırma sorusunun cevaplanması ile henüz yeşil krediyi kullanmamış potansiyel otel işletmeleri için yön gösterici bilgiler elde edilmesi hedeflenmektedir.

Araştırma Sorusu 1: Otellerin mevcut durum performans göstergeleri ile yeşil kredi kullanma durumu performans göstergeleri arasında anlamlı farklılık var mı?

Araştırmanın ikinci sorusu ile işletmelerin performans göstergelerini algıladıkları boyutların, mevcut durum ve yeşil kredi kullanma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılacaktır. Tzschentke vd. (2004), yüzyüze nitel görüşmeler sonucu gerçekleştirdikleri çalışmada, yeşil yönetim stratejilerinin fazla önemli görülmediği işletmelerde sosyal getiri, ekonomik getiri ve maliyet kontrolüne ilişkin değerlendirmelerin ayrı birer faktör olarak ele alındığını; yeşil yönetim stratejilerinin önemli görüldüğü işletmelerde ise sosyal faktörlerin de en az ekonomik nedenler kadar önemli güdüler olduğunu ve birlikte bir faktör oluşturduğunu,

nu, maliyet kontrolü faktörünün ise ayrı bir boyut oluşturduğunu belirlemiştir. Tzschentke vd.'nin (2004) çalışmasından yola çıkılarak oluşturulan araştırmanın ikinci sorusu ile otel işletmelerinin performans göstergelerinin ait olduğu boyutların, mevcut durum ve yeşil kredi kullanma durumuna bağlı olarak farklılık gösterip göstermeyeceği araştırılacaktır.

Araştırma Sorusu 2: Otellerin performans göstergelerinin ait olduğu faktör boyutları "Mevcut Durum" ve "Yeşil Kredi Kullanma Durumuna" göre farklılaşır mı?

VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırmanın bu bölümde öncelikle 142 işletmeye ait genel bilgiler anlatılmıştır. Daha sonra araştırma amacı çerçevesinde, otellerin performans göstergelerinin yeşil kredi kullanma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı ve performans göstergelerinin ait olduğu boyutların yeşil kredi kullanma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığına ait bulgular istatistiksel analizler sonucunda ortaya koyulmuştur.

Kategorik Özellikler

Çalışmaya katılan konaklama işletmelerinin büyük oranının sahil oteli (%78), mülkiyet sahipliklerinin tek sahipli patron ve ortaklık otelleri (%40), hukuki yapılarının çoğunlukla anonim şirket (%76) olduğu görülmüştür. Otel işletmelerinin yatırım sürecinde ağırlıklı özsermaye ve yurtiçi banka kredisi kullandıkları, son 5 yılda otellerine yenileme yatırımı yapan işletmelerinin oldukça yüksek olduğu (%80) ve bu yenileme yatırımlarını özsermaye (%52) ve yurtiçi banka kredileri (%39) kullanarak yaptıkları gözlenmiştir. Ek olarak araştırmaya katılan finans müdürlerinin % 86'sı, otellerinin yeşil otel olmasını önemli bir konu olarak bulduklarını ifade etmektedir.

Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Mevcut durum ve yeşil kredi kullanma duruma göre çalışmaya dahil edilen maddelerin tamamı için güvenilirliğin bir göstergesi olan Cronbach Alfa test değerleri, maddelerin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Tablo 1). Özdamar'ın (2011) belirttiği üzere $0,70 \leq \alpha < 0,90$ aralığındaki bir Alfa değeri, güvenilirliğin olduk-

ça iyi düzeyde olduğunu göstermektedir. Madde havuzunda güvenilirlik düzeyini bozan herhangi bir madde olmadığı, maddelerin tamamının her iki koşulda da Tukey'in Toplanabilirlik Testine göre toplanabilir özellikte olduğu ($p>0,05$), Hotelling's T-kare istatistiği sonucuna göre maddelerin homojen bir yapıda ve çoklu normal dağılımdan geldiği söylenebilir ($p<0,001$) (Özdamar 2011).

Ölçek Maddelerine İlişkin Betimleyici İstatistikler

Çalışmaya katılan finans müdürlerinden ilk olarak, otellerinin mevcut durumlarını göz önünde bulundurarak ankette yer alan performans göstergelerini 1=çok kötü, 5=çok iyi olacak şekilde derecelendirmeleri istenmiştir. Daha sonra ise kendilerine sunulan yeşil kredi şartını değerlendirerek, aynı performans göstergelerini yeşil krediyi kullanmaları varsayımına göre tekrar 1'den 5'e kadar derecelendirmeleri istenmiştir. Böylelikle, iki duruma göre işaretlenen anket maddeleri arasındaki puan farklılıklarından katılımcıların yeşil kredilere karşı olumlu ve olumsuz bakış açıları anlaşılacaktır. Tablo 2'de performans maddelerine ilişkin ortalama oranlar ve standart sapmalar verilmiştir. Maddeler incelendiğinde, performans göstergeleri arasında en yüksek değişimin, "sezonluk yenileme yapabilme gücü" (3,59 / 4,23), "sosyal sorumluluk faaliyetleri" (3,48 / 4,08), "yeni pazarlara giriş" (3,49 / 4,00), "fiyat rekabet gücü" (3,58 / 4,06), "operatör ve acentalarla pazarlık gücü" (3,62 / 4,08), "elektrik maliyet kontrolü" (3,61 / 4,04) ve "atık maliyet kontrolü" (3,35 / 3,98) değişkenlerinde ortaya çıktığı görülmektedir.

Katılımcıların yanıtlarından, mevcut performans göstergelerinde "iyi" olarak nitelendirdikleri maddeler için yeşil kredi kullanmayı çok gerekli görmedikleri, "kötü", "orta" ve "çok iyi" olarak nite-

lendirilen maddeler içinse yeşil kredi kullanmayı gerekli gördükleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların %84,47'si "yeşil kredi" kullanmaları durumunda performans göstergelerinin iyi ve üzeri olacağını ifade etmiştir. Katılımcıların %54,93'ü borçları ödeme gücünün, %50,7'si çevre yasalarına uymasının, %49,3'ü kurumsal sosyal itibarının, %47,89'u kurumsal ekonomik itibarlarının ve %40,85'i ise yenileme yapabilme güçlerinin yeşil kredi kullanmaları durumunda çok iyi olacağını düşünmektedir.

Performans Göstergelerinin Mevcut ve Kredi Kullanma Durumuna Göre Değişimi

Anketin birinci bölümünde yer alan 16 performans göstergesinin otel işletmelerinin mevcut durumu ile yeşil kredi kullanması durumuna göre istatistiksel açıdan önemli olarak farklılaşmış farklılaşmadığı, "Bağımlı İki Örnek t-Testi" ile araştırılmıştır. Buna göre "Mevcut Durum Performans" göstergeleri ile "Yeşil Kredi Kullanma Durumunda Performans" göstergeleri toplam ortalama puanları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (3,78/ 4,14 $p<0,001$, $|t| \geq t_{0,001}$, sd , $| -5,556 | > 3,357$). Yapılan analiz sonucunda yalnızca "kurumsal ekonomik itibar" (4,22 / 4,33) ve "borçları ödeme gücü" (4,27 / 4,39) performans göstergelerinin, mevcut durum ve yeşil kredi kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur ($p \geq 0,05$). Madde havuzunda yer alan diğer 14 maddenin tümünün, yeşil kredi kullanma lehine önemli düzeyde anlamlı farklılığa sahip olduğu bulunmuştur ($p>0,001$). Bu durumda araştırmanın birinci araştırma sorusuna yönelik, otellerin mevcut durumlarındaki performans ile yeşil kredi kullanma durumlarındaki performans göstergelerinin ortalama puanları arasında ileri düzeyde anlamlı fark bulunduğu söylenebilir. Buna göre çalışmanın birinci araştırma sorusuna yanıt verilerek, performans göstergelerinin 14 tanesinin yeşil kre-

Tablo 1. Ölçek Maddelerine İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Mevcut Durum Performans Göstergeleri	Yeşil Kredi Kullanma Durumunda Performans Göstergeleri
Maddelerin Toplam Cronbach Alfa Değeri	0,928	0,964
Maddelerin ilk yarısı için Cronbach Alfa	0,852	0,924
Maddelerin ikinci yarısı için Cronbach Alfa	0,899	0,943
Maddelerin bütün korelasyon değeri aralığı	0,520 – 0,749	0,677 – 0,844

Tablo 2. Katılımcıların Ölçekte Yer Alan Performans Göstergelerine İlişkin Verdikleri Puanların Betimleyici İstatistikleri (n=142)

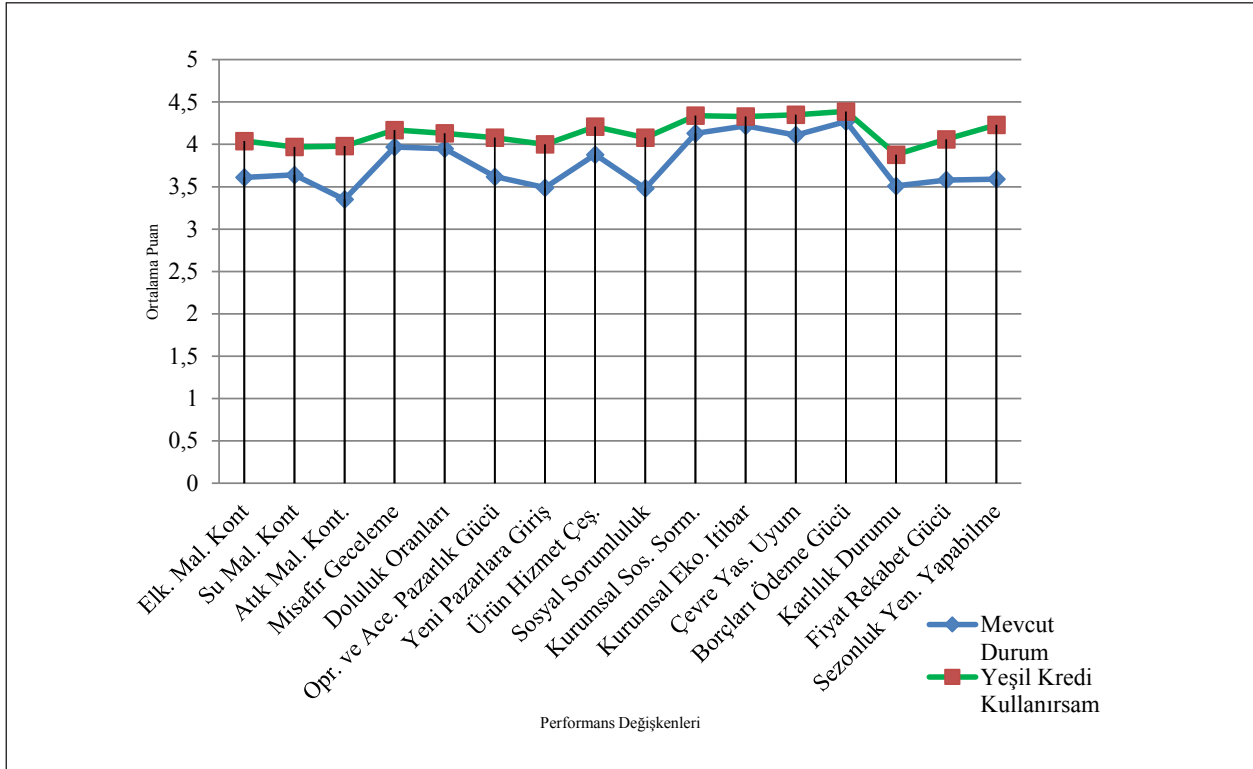
Performans İfadeleri	Mevcut durum performans		Yeşil kredi kullanılması durumunda beklenen performans	
	Ort.	Standart Sapma	Ort.	Standart Sapma
Elektrik maliyet kontrolü	3,61	,866	4,04	,846
Su maliyet kontrolü	3,64	,845	3,97	,833
Atık maliyet kontrolü	3,35	,923	3,98	,838
Doluluk oranları	3,95	,708	4,13	,801
Misafir geceleme sayısı	3,97	,714	4,17	,799
Operatör ve acenteler ile pazarlık gücü	3,62	,920	4,08	,868
Yeni pazarlara giriş	3,49	,797	4,00	808
Ürün ve hizmet çeşitliliği	3,88	,812	4,21	,713
Sosyal sorumluluk faaliyetleri	3,48	,873	4,08	,829
Kurumsal sosyal itibar	4,13	,810	4,34	,807
Kurumsal ekonomik itibar	4,22	,773	4,33	,805
Çevre yasalarına uyması	4,11	,800	4,35	,834
Borçları ödeme gücü	4,27	,816	4,39	,841
Kârlılık durumu	3,51	,692	3,88	,821
Fiyat rekabet gücü	3,58	,819	4,06	,849
Sezonluk yenileme yapabilme gücü	3,59	,755	4,23	,802
Genel Ortalama	3,78	,560	4,14	,658

di kullanılması durumunda mevcut duruma göre anlamlı şekilde olumlu yönde değişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Maddeler arasındaki farklılıklar Şekil 1'de daha net incelenebilir.

Performans Göstergelerinin Otellerin Mevcut Durumuna Göre Boyutları

Çalışmanın ikinci araştırma sorusuna yanıt verebilmek için, performans maddelerinin faktör yapıları araştırılmıştır. Bu amaçla gerçekleştirilen faktör analizi sürecinde, temel bileşenler yöntemi ve Ouartimax dönüştürme yöntemi kullanılarak özdeğeri 1'in üzerinde, binişiklik sorunu göstermeyen (maddeler arası yük değer farkları ve faktör yük kabul düzeyi 0,50'nin altında olmayan maddelerden meydana gelen faktör yapıları tercih edilmiştir (Çokluk vd. 2010). Ölçek içerisindeki "Kurumsal ekonomik itibar", "Doluluk oranları" ve "Misafir

geceleme sayısı" maddelerinin birden fazla faktör yapısına dağılarak, binişiklik gösterdiği belirlenmiştir. İlgili maddelerin ölçekten çıkarılmasıyla, faktör analizi yenilenmiş, ilk etapta 4 faktör boyutu ile varyansın %72,665'ini açıklayan maddeler, sorunlu maddelerin ölçekten çıkartılması ile üç faktör yapısında toplanarak, varyansın %68,606'sını açıklamıştır (Tablo 3). Analize dâhil edilen değişkenler ile ilgili toplam varyansın 2/3'ü kadar miktarın açıklanması önemli bir açıklayıcılık olarak değerlendirilebilir (Çokluk vd. 2010). Özdeğeri 1'in üzerinde üç alt faktöre ayrılan ölçeğin KMO test istatistiği 0,907, Bartlett küresellik testi sonucu ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0,001$). Örneklem hacmi ile veri yapısının uygunluğunu test eden bir ölçüm olan KMO değerinin $0,90 >$ üzeri çıkararak mükemmel uyumda olduğu söylenebilir (Çokluk vd. 2010). Buna göre; "ekonomik performans", "maliyet kontrol performansı" ve "sosyal



Şekil 1. Mevcut Durum ve Yeşil Kredi Kullanma Durumuna Göre Performans Göstergelerinin Ortalamaları Arasındaki Farklar

performans" alt boyutlarının, otel işletmelerinin mevcut performanslarını açıklayıcı birer alt faktörler olduklarına karar verilmiştir.

Otel işletmelerinin performanslarını ölçmek üzere geliştirilen maddelere, yapısal eşitlik modeli istatistik paket programı kullanılarak, birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizleri, ölçme aracı sonucu elde edilen verilerin, söz konusu olguyu açıklamada geçerli yapılar olup olmadığını test eder (Çokluk vd. 2010). Buna göre, otel işletmelerinin performanslarını ölçmeye çalışan ölçeğe, doğrulayıcı faktör analizi uygulanarak, Şekil 2'deki yol analizi diyagramı elde edilmiştir. Modeli incelediğimizde, ekonomik, maliyet ve sosyal performans örtük değişkenlerinin, 13 adet gözlenen değişken tarafından açıklandığı görülmektedir. Buna göre öncelikle modelin uyum iyiliklerinin yorumlanmasından önce, gözlenen değişkenlere ait kritik t-değeri istatistiklerini incelemek gerekmektedir. 0,05 düzeyinde anlamlılık için kritik t-değeri 1,96 iken, 0,01 düzeyinde anlamlılık için 2,576'dır (Jöreskog ve Sörbom 1994'ten aktaran Şimşek 2007: 86). Buna göre gözlenen değişkenlerin t-değerleri 7,11 ile

12,78 arasında bir değişiklik göstermiştir ($p < 0,001$). Bununla birlikte örtük değişkenler olan "sosyal", "ekonomik" ve "maliyet kontrol" performans boyutlarının arasındaki ilişkinin anlamlılığına yönelik t-değerleri 9,35 ile 17,31 arasında değişiklik göstererek anlamlı bulunmuştur ($p < 0,001$).

Modelde yer alan gizil değişkenler arası ilişkiye göz atıldığında maliyet kontrolü ile ekonomik performans değişkenleri arasında 0,72'lik, maliyet ile sosyal performans değişkenleri arasında 0,62'lik ve ekonomik performans ile sosyal performans değişkenleri arasında ise 0,80'lik bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Modelin en önemli uyum iyiliklerinden iki tanesi Şekil 2'nin altında yer almaktadır. Gözlenen ve beklenen kovaryans matrisi arasında fark yoktur hipotezine dayanan Ki-kare uyum indeksinin örneklem büyüklüğüne duyarlılığı nedeniyle önerilen Ki-karenin serbestlik derecesine bölünmesiyle elde edilen sonucun 2 veya 2,5'in altında olması mükemmel uyuma işaret eder (Çokluk vd. 2010). Buna göre $112,06 / 62 = 1,8074$ sonucu, modelin mükemmel uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Diğer bir önemli uyum iyiliği olan, yaklaşık hataların karekökü anlamına gelen RMSEA değeri

Tablo 3. Mevcut Durum Performans Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde Yükleri	Ort.	Özdeğer	Varyans Açıklama %	Alfa
Faktör 1: Ekonomik Performans (7 madde)		3,71	5,646	43,432	0,875
Operatör ve acenteler ile pazarlık gücü	,815				
Fiyat rekabet gücü	,796				
Kârlılık durumu	,787				
Borçları ödeme gücü	,754				
Yeni pazarlara giriş	,750				
Ürün ve hizmet çeşitliliği	,670				
Sezonluk yenileme yapabilmesi	,657				
Faktör 2: Maliyet Kontrol Performansı (3 madde)		3,55	1,696	13,044	0,873
Su maliyet kontrolü	,758				
Atık maliyet kontrolü	,684				
Elektrik maliyet kontrolü	,681				
Faktör 3: Sosyal Performans (3 madde)		3,93	1,577	12,131	0,833
Kurumsal sosyal itibar	,697				
Sosyal sorumluluk faaliyetleri	,683				
Çevre yasalarına uyum	,560				

Quartimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= % 68,606;
Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme uygunluk ölçümü=, 907; %90,7
Bartlett'in Küresellik Testi: $X^2 = 1022,967$, s.d= 78, $p < 0,001$

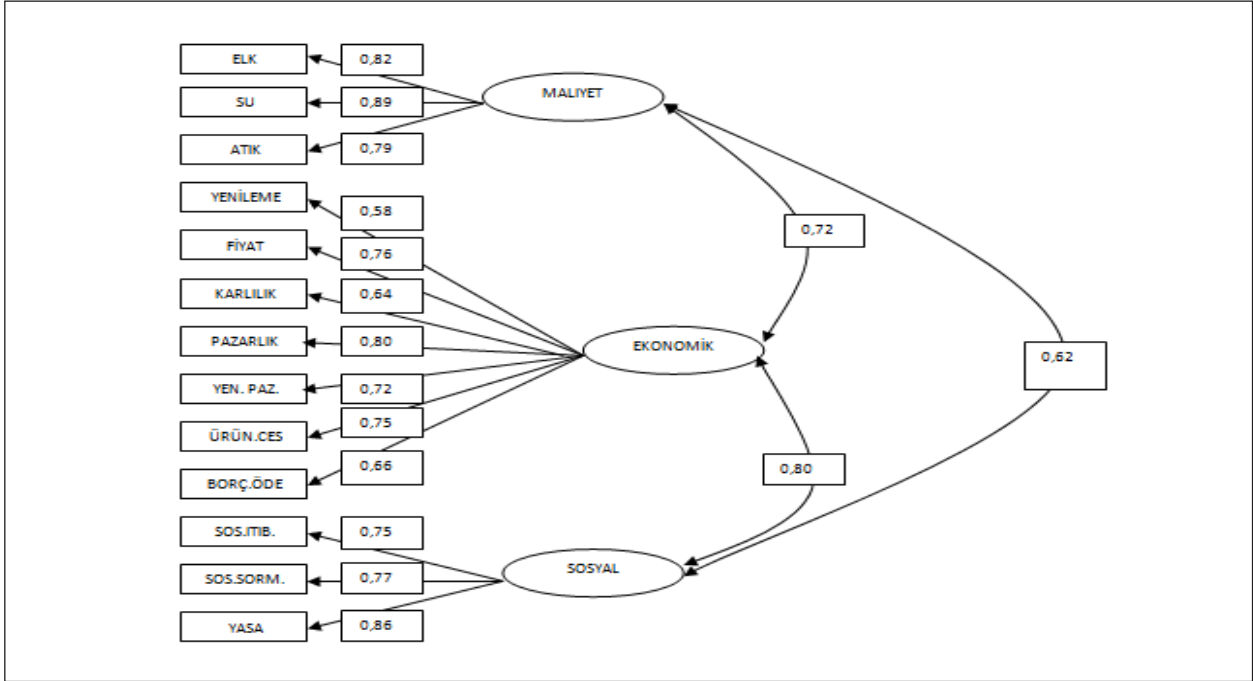
ri uyum iyiliğinin $\leq 0,5$ olması mükemmel uyumu, 0,06 – 0,08 aralığında olması ise modellerin iyi uyuma sahip olduğunu gösterir (Çokluk vd. 2010). Ölçeğin RMSEA uyum iyiliğinin, 0,076 olması yine ölçeğin iyi derecede uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ait diğer uyum iyilikleri (GFI=0,90, RMR=0,035, SRMR=0,053, NFI=0,95 VE NNFI=0,97) kriter kabul noktalarını karşılayarak iyi derecede uyumu işaret etmektedir (Çokluk vd. 2010: 271).

Performans Göstergelerinin Otellerin Yeşil Krediden Bekledikleri Faydaya Göre Boyutları

Parasuraman vd. (1985) hizmet kalitesinin kavramsallaştırılması üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında tüketicilerin kalite algısının beklenen hizmet ve karşılaşılan hizmet arasındaki farkın sonucunda oluştuğunu ifade etmektedir. Buna göre beklentinin karşılaşılan hizmet performansından büyük olmasının memnuniyetsizlik, aksi durumun ise memnuniyet yaratacağı ifade edilmektedir. Bu çalışmadan esinlenerek, finans yöneticilerinin çalışmada önerilen yeşil krediden bekledikleri faydayı, güncel performanslarını göz önünde tutarak değerlendirilecekleri varsayılmıştır. Ankette yer alan

performans göstergelerinde güçlü olduğunu düşünen bir yöneticinin yeşil kredi kullanma gerekliliğinin düşük, buna karşın performans göstergelerinde zayıf olduğunu düşünen yöneticinin ise yeşil kredi kullanma gerekliliğinin daha yüksek olabileceği söylenebilir. Böylelikle yeşil kredi kullanmadan kaynaklı gerçekleşecek performansın lehine pozitif farklar krediye yönelik olumlu bakış açısını, negatif farklar ise olumsuz bakış açısını göstermektedir. Bunun dışında genel bir ifadeyle, "Verdiğim bu bilgiler ışığında bende görüş sunmam istense bu kredinin alınmasını üst yönetime" 1=Kesinlikle önermem'den 5=Kesinlikle öneririm'e kadar değişen tepki kategorileriyle yöneltilen soruya, finans yöneticilerinin % 67'si öneririm yanıtı vermiştir.

Analizleri gerçekleştirebilmek için kredi kullanımından beklenen performanstan, mevcut performans puanlarının çıkarılmasıyla, aynı ölçek maddeleri üzerinden 9'luk Likert Tipi bir ölçek geliştirilmiştir. Beklentiden, mevcut performansın çıkarılmasıyla elde edilen ölçeğin -4/+4 aralığında değişmesinden ötürü, ölçeğin tepki kategorileri yeniden düzenlenerek, -4' puanının 1 puan, +4'ün 9 puan olacak şekilde tüm aralıklar yeniden kodlanmıştır. Likert tipi ölçeğin tepki kategorileri, 1=Çok olumsuz değişir' den, 9=Çok olumlu değişir' şeklinde



Şekil 2. Mevcut Performans Ölçeği DFA Yol Diyagramı

yeniden oluşturulmuştur. Böylelikle işletmelerin yeşil kredi kullanmadan kaynaklı memnuniyet dereceleri ortaya koyulmuştur. Verilerin tekrar düzenlenmesi ile oluşturulan bu bölüm, otellerin yeşil kredi kullanmaları durumunda performans göstergelerinde ne yönde bir değişim olacağını anlamaya ve bu performans göstergelerinin hangi faktör yapıları altında toplanacağını açıklamaya yardımcı olacaktır. Dolayısıyla, bu maddelere faktör analizi uygulanarak, performans göstergelerinin yeşil kredi kullanılması durumunda hangi boyutlar altında yer alacağı ortaya koyulmuştur. Temel bileşenler yöntemi ve Quartimax dönüştürme yöntemi kullanılarak özdeğeri 1'in üzerinde, binişiklik sorunu göstermeyen ve faktör yük kabul düzeyi 0,50'nin altında olmayan maddelerden meydana gelen faktörler yapıları tercih edilmiştir. Sapan değerlerinin analizi ve çok değişkenli normal dağılım analizleri sırasında 5 adet katılımcının cevaplarının sapan veri bulunarak ölçekten çıkarılmasıyla faktör analizine 137 veri ile girilmiştir.

Faktör analizi sonuçlarına geçmeden önce güvenilirlik analizi yapılan performans göstergelerinin Cronbach alfa istatistiği 0,951 bulunmuş, maddelerin toplam güvenilirliğini bozan herhangi bir maddeye rastlanmamış, maddelerin tümü bir

bütün olarak toplanabilir bulunmuş ($p>0,05$) ve Hotelling's T-kare istatistiği anlamlı bulunmuştur ($p<0,001$). Yeşil kredi kullanma durumundaki performans – mevcut performans formülünü işleterek ortaya çıkan sonuçlardan elde edilen performans göstergelerinin, iki faktörlü bir yapıda açıklandığı görülmektedir. Buna göre birinci faktör yapısı, daha önce mevcut durum performansını analizinde iki farklı faktör yapısına ayrılan "ekonomik performans ve sosyal performans" faktörlerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Toplam varyansın %41,61'ini açıklayan bu faktör yapısının ortalama puanı 5,44'dür. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan bir diğer performans boyutu ise "maliyet performans" boyutudur. Toplam açıklanan varyansın, %24,76'sını açıklayan "maliyet performansı" faktörünün ortalama puanı ise 5,51 olarak bulunmuştur. İki faktör yapısı toplamda %66,380 varyans açıklamıştır. Faktör analizine ilişkin istatistikler Tablo 4'te verilmiştir.

Faktör analizi sonuçlarına göre performans gözlenen değişkenlerinin, katılımcılar tarafından hangi örtük yapılar altında algılandığı belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda Şekil 3'deki yol analizi diyagramı elde edilmiştir. Yapılan t-değeri kontrolleri sonucunda tüm değişkenlerin

Tablo 4. Yeşil Kredilerin Algılanan Faydasını Açıklayan Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde Yükleri	Ort.	Özdeğer	Varyans Açıklama %	Alfa
Faktör 1: Sosyal ve Ekonomik Performans (10 madde)		5,44	5,410	41,61	0,931
Borçları ödeme gücü	,796				
Kurumsal sosyal itibar	,788				
Ürün ve hizmet çeşitliliği	,756				
Operatör ve acenteler ile pazarlık gücü	,732				
Fiyat rekabet gücü	,724				
Kârlılık durumu	,698				
Sezonluk yenileme yapabilmesi	,670				
Yeni pazarlara giriş	,663				
Çevre yasalarına uyum	,642				
Sosyal sorumluluk faaliyetleri	,636				
Faktör 2: Maliyet Kontrol Performansı (3 madde)		5,51	3,220	24,76	0,864
Su maliyet kontrolü	,863				
Atık maliyet kontrolü	,857				
Elektrik maliyet kontrolü	,734				

Quartimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= % 66,380;
Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluk ölçümü=,932;
Bartlett'in Küresellik Testi: $X^2 = 1181,954$, s.d= 78, $p < 0,001$

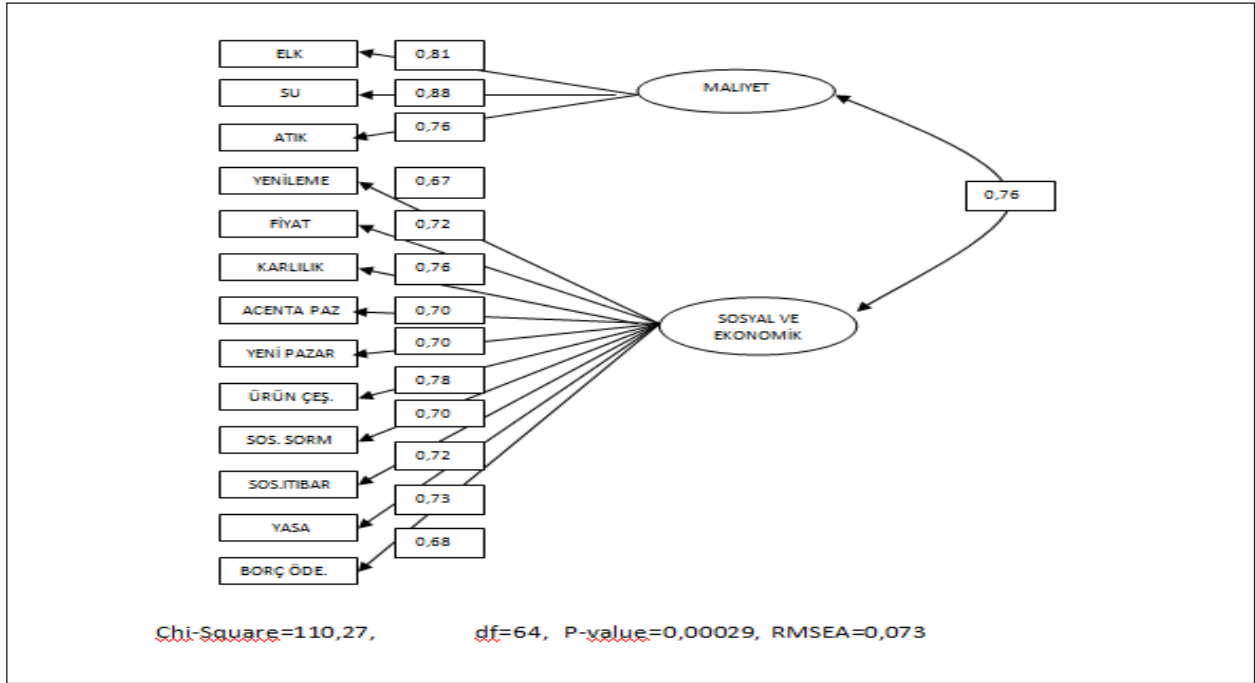
t-değerlerin 8,66 ve 12,35 aralığında değiştiği ve $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu bulunmuştur. Modelde yer alan gizil değişkenler arası ilişkiye göz atıldığında, maliyet kontrolü ile sosyal ve ekonomik performans değişkenleri arasında 0,76'lık bir ilişki olduğu görülmektedir.

DFA analizi yapılan ölçeğin en önemli uyum iyiliklerinden iki tanesi Şekil 3'ün altında görülmektedir. Buna göre $110,27 / 64 = 1,7229$ Ki-kare uyum iyiliği istatistiği modelin mükemmel uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Diğer bir önemli uyum iyiliği olan, RMSEA uyum iyiliğinin 0,07 olması yine ölçeğin iyi derecede uyuma sahip olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ait diğer uyum iyilikleri (GFI=0,90, RMR=0,048, SRMR=0,048, NFI=0,96 VE NNFI=0,98) kriter kabul noktalarını karşılayarak iyi derecede uyumu işaret etmektedir (Çokluk vd. 2010: 271).

Bu bulgular neticesinde araştırmanın ikinci sorusuna yanıt verilmiştir. Buna göre "Otellerin performans göstergelerinin ait olduğu faktör yapıları "mevcut durum" ve "yeşil kredi kullanma durumuna" göre farklılaşır mı?" sorusunun yanıtını bulabilmek için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Faktör analizleri sonucunda otellerin performans göstergelerinin mevcut durumuna ilişkin faktör analizi "eko-

mik", "sosyal" ve "maliyet kontrol" "olarak üç faktör yapısında algılanmıştır. Ekonomik performans boyutunun en yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu faktör analizi sonuçlarına göre, "maliyet kontrol" ve "sosyal" performans boyutları birbirlerine yakın oranda açıklayıcılığa sahip olarak, üç faktör toplam varyansın yaklaşık %69'unu açıklamıştır. Buna karşılık, otellerin mevcut performans göstergeleri puanlarının, yeşil kredi kullanma durumundaki performans göstergelerinden çıkartılması ile elde edilen "yeşil kredilerden algılanan faydayı" gösteren performans ölçeği ise katılımcılar tarafından iki boyutta, "sosyal ve ekonomik" ve "maliyet kontrol" performans boyutları şeklinde algılanmıştır. "Sosyal ve ekonomik" faktör boyutunun öncül açıklayıcı olarak bulunduğu analiz sonucunda iki faktör toplam varyansın yaklaşık %67'sini açıklamıştır.

İki ölçeğin birbirinden farklı boyutlara sahip olmasından ötürü, dahası yeşil kredi kullanma durumunda faktör boyutlarının gerek sayısının gerekse içeriğinin değişmesi, faktör ortalamaları arasında anlamlı bir farkı test etmeyi mümkün kılmamaktadır. Aynı performans göstergelerine sahip iki ölçeğin yeşil kredi kullanma durumu söz konusu olduğunda farklı faktör yapılarına ayrıldığı görülmektedir. Mevcut durum performanslarında sosyal



Şekil 3. Otellerin Yeşil Kredi Kullanma Nedenlerini Açıklayan Ölçeğin DFA Yol Diyagramı

performans göstergelerinin tek başına bir faktör olarak algılandığı, ancak aynı faktörün yeşil kredi kullanılması durumunda “ekonomik” performans boyutuyla birlikte yer alması oldukça dikkat çekicidir. Yeşil kredi kullanmadan önce performans göstergelerini üç faktörde algılayan katılımcılar, yeşil kredi kullanmaları durumunda benzer performans göstergelerini iki boyutta algılamıştır. Diğer bir deyişle, yeşil kredi kullanmadan beklenen fayda söz konusu olduğunda, otellerin sosyal performans beklentilerini ekonomik beklentiler ile aynı grupta algıladığı söylenebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kuramsal Çıktılar

Araştırmaya katılan finans müdürleri değerlendirdikleri performans göstergelerinin yeşil kredi kullanma durumunda, mevcut durumlarına göre daha olumlu yönde gelişeceğini belirtmişlerdir (3,78 / 4,14). Yeşil kredi kullanmanın işletmelerin finansal göstergelerine olası etkilerine bakıldığında katılımcıların yeşil kredi kullanma durumunda kârlılık durumu (3,51 / 3,88) ve fiyat rekabet gücü (3,58 / 4,06) göstergelerinde gelişme olacağını, buna karşın “kurumsal ekonomik itibar” (4,22 / 4,33)

ve “borçları ödeme gücü” (4,27 / 4,39) göstergelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşmayacağını düşündükleri ortaya çıkmıştır ($p \geq 0,05$). Hooks (2003) çalışmasında yüksek miktarda kredi çekilmesinin büyük işletmeler açısından sorun olabileceğini belirtmiştir. Her ne kadar mevcut duruma göre önemli bir farklılık içermese dahi yeşil kredilerin kullanılmasında böyle bir sıkıntı görülmediği ortadadır. Benzer şekilde yeşil kredilerin finansal etkileri Agarwal ve Elton (2001) ve Yao ve Ouyang’ın (2007) çalışmalarının aksine borçları ödeme gücü dışında kârlılık ve fiyat rekabeti elde etme bağlamında geleneksel kredilerden ayrıldığı görülmektedir. Bu sonuç, Krivogorsky vd. (2009) ve Shen ve Wang’ın (2005) bulguladığı geleneksel kredilerin getirileri ile benzerlik göstermektedir. Graci ve Dodds’un (2008) Kanada’daki otel işletmelerinin yeşile yönelmesine etki eden unsurları araştırdıkları çalışmalarında, işletmelerin yeşile yönelmesinden temel beklentilerin, maliyetlerin düşürülmesi ile daha rekabetçi bir işletme olunması ve bu yolla toplum gözünde itibarının artması olarak ifade edilmiştir. Revila vd. (2001) önceki çalışmalar ile benzer olarak yedi otel üzerinde yaptığı araştırmasında, otellerin yeşil yönetimle en çok rekabet edebilirlik güçlerinin artmasını bekledikle-

rini belirtmiştir. Diğer bir taraftan, Moreno vd.'nin (2004) 268 otel işletmelerinde yaptığı araştırmada çevresel yönetim anlayışının çevresel performans ile ilişkili olduğu, ancak ekonomik performans ile doğrudan ilişkili olmayabileceğini göstermektedir. Benzer şekilde, Tzschentke vd.'nin (2004) 30 otel müdürü ile yüz yüze gerçekleştirdiği nitel görüşme sonuçlarına göre, görüşülen küçük bir kesim, maliyetten kaynaklı faydaları net olarak izleyemelerinden dolayı, yeşil odaklı davranışlarının temelinde sosyal güdülerin olduğunu belirtmiştir.

Çalışmada ortaya çıkan bir diğer bulgu yeşil kredi kullanma durumunda, performans göstergelerinin ait olduğu boyutların değişmesidir. Yeşil kredi kullanmadan önce performans göstergelerini üç boyutta algılayan finans müdürleri, aynı göstergeleri yeşil kredi kullanma durumunda iki boyutta algılamışlardır. Faktör analizi incelendiğinde, mevcut durum performansında tek başına bir faktör olarak ayrılan sosyal performans göstergelerinin, yeşil kredi kullanıldığı düşünülen durumda, ekonomik performans göstergeleri ile biraraya geldiği anlaşılmıştır. Moreno vd. (2004) ve Tzschentke vd.'nin (2004) nitel gözleme dayalı çalışma sonuçları iki farklı faktör analizi sonuçlarını doğrular niteliktedir. Her iki çalışma da otel müdürlerinin yanıtları doğrultusunda yeşil yönetim anlayışına sahip işletmelerde, sosyal beklentilerin de en az ekonomik beklentiler kadar önemli güdüler olduğunu, işletmelerin sosyal boyutlu endişelerinin, ekonomik beklentilerle paralel beklentiler olduğunu buna karşın maliyet faktörünün işletmeler için zaten olmazsa olmaz olarak tek bir boyut olduğunu ifade etmiştir. Yazarlar ayrıca, işletmelerin maliyetlerini kontrol etmelerinin halkla ilişkiler ve reklam bütçelerine daha fazla kaynak ayırmalarını sağlayacak itici bir unsur olduğu belirtmiştir. Sonuç olarak, yeşil krediler, kendisinden beklenen sosyal performans göstergeleri sebebiyle salt ekonomik beklenti temelli geleneksel kredilerden açık bir şekilde farklılaşmaktadır. Çalışmanın alanyazına bu noktada katkı sunması beklenmektedir. Ayrıca işletmelerin yeşil yatırım yapmalarından bekledikleri performans göstergelerine ilişkin geliştirilen ölçeğin iyi derecede güvenilirlik ve uyum istatistiklerine sahip olması, bundan sonra yapılabilecek çeşitli araştırmalar için alanyazına kullanılabilir bir ölçek sunmaktadır.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

Duran varlık maliyetlerinin büyüklüğü sebebiyle yatırım harcamalarının çok yüksek olması otelleri kredi kullanımına yöneltirken, göreceli olarak daha düşük tutardaki yenileme-modernizasyon yatırımları için otellerin daha çok özsermayelerini (%52) kullandıkları anlaşılmaktadır. Buna karşın, araştırmaya katılan otellerin % 39'unun yenileme yatırımları için dahi yurtiçi banka kredileri kullandıklarını belirtmeleri, yeşil yatırımların yeşil krediler için uygun bir pazar olabileceğini göstermektedir. Araştırmaya katılan finans müdürlerinin yeşil otel olmayı önemli bir unsur olarak buldukları da hesaba katıldığında, otellerin yenileme yatırımları yapabilmeleri için başvurdukları yurtiçi banka kredilerinin, bankacılık sektörü tarafından yeşillenen oteller ya da çevre dostu turizm kredisi gibi isimler ile turizm endüstrisine servis edilmesi faydalı olacaktır. Kredi kullandırma koşullarını çevreci faaliyetlerin yerine getirilmesi taahhüdü ile uygun faiz ve vadelerde kullandıracak bankalar için bu uygulama bir anlamda sosyal sorumluluk faaliyeti olarak değerlendirilebilir.

Çalışmaya katılan finans müdürleri maliyetleri düşürerek otellerini daha rekabetçi yapan performans göstergelerinde ve otellerin toplum gözünde itibarını yükseltecek performans göstergelerinde yeşil kredi kullanmanın anlamlı ve önemli değişimlere yol açacağını düşünürken, "kurumsal ekonomik itibar" ve "borçları ödeme gücü" göstergelerinde anlamlı ve önemli bir değişim olmayacağını düşünmektedirler. Dolayısıyla yöneticilerin yeşil kredi kullanımından beklenen faydayı değerlendirmeleri durumunda, kısa vadeli gelir getirici beklentilerden ziyade uzun vadeli ve dolaylı gelir getirici beklentiler içinde olmaları rasyonellik açısından uygun olacaktır.

Komple yeni yatırım ya da yenileme yatırımı için kaynak arayışında olan konaklama işletmeleri, bankaların aracılık ettiği, çevre dostu ismiyle de adlandırılan yeşil fon kaynaklarını daha dikkatli inceleyerek, diğer fon kaynakları ile karşılaştırabilir. Çalışmaya katılan finans yöneticilerinin algılamaları, kaynak arayan yatırımcılar için yönlendirici olabilir. Çalışmanın bir diğer uygulamaya yönelik çıktısı da bankacılık sektörüne yöneliktir. Otel finans müdürlerinin yeşil kredi kullanma durumunda performans göstergelerindeki "sosyal ve ekonomik" boyutları bir algılamaları, bankaların

kredi tutundurma faaliyetleri açısından oldukça önemlidir. Sosyal performans göstergelerinin neden ekonomik performans göstergelerinin yanına gittiğinin anlaşılması, gerek yatırımcılar gerekse yatırımlara fon sağlayanlar açısından önemli bir unsurdur. Buna göre bankalar konaklama işletmelerine yeşil kredi tutundurma çabalarında işletmelerin elde edecekleri getirileri yalnızca “maliyet kontrolü” boyutuyla değil, sağlayacağı pazarlama ve sosyal itibar boyutlarıyla da vurgulamalıdır.

Antalya şehrinde yapılan bu araştırmaya katılan finans müdürlerinin %67'sinin yeşil kredileri getiri ve bedelleri göz önüne alındığında otellere avantaj sağlayacak bir finansal kaynak olarak algıladıkları görülmektedir. Çeşitli niteliklerdeki performans göstergelerinin yeşil kredi kullanımında anlamlı olarak daha olumlu değişeceğini düşünen finans müdürlerinin aynı doğrultuda yeşil krediyi üst yönetime önerilebilir bir kredi olarak görmeleri, bankacılık sektörü adına önemli işaretler taşımaktadır. Bankalar, yeşil krediyi üst yönetimlere önermeye niyeti yüksek olduğu anlaşılan sahil şeridi otelleri için tutundurma faaliyetleri geliştirebilirler.

Sınırlılıklar

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bir dizi sınırlılıkları vardır. İlk olarak, alanyazındaki çalışmalardan geliştirilen performans ölçeğine, müşteri memnuniyeti, çalışan tatmini, yasal sorumluluklar ve risk yönetimi gibi diğer performans göstergeleri dâhil edilmemiştir. İkinci sınırlılık anket içerisinde katılımcılara sunulan banka kredisinin, nitelikleri itibarıyla tek bir kredi türünü temsil etmesidir. Dolayısıyla katılımcılar tarafından değerlendirilmesi istenen performans göstergeleri, katılımcıların alternatif kredilerin performans göstergelerinde yol açabileceği değişimleri göz önünde tutmaksızın veri sağlamalarına yol açmıştır. Bunun dışında araştırmaya dâhil olan işletmelerin hali hazırda ödemeleri gereken kredilerin bulunması, çalışma içerisinde önerilen krediye bakış açısını olumsuz yönde etkileyebilecek bir sınırlılıktır. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise 4 yıldızın altındaki otel işletmelerinde finans müdürü unvanına sahip çalışanların çoğunlukla bulunmaması, bu nedenle de bir krediyi değerlendirme yetkisi olmayan kişilerden bilgi toplanmasına engel olmak amacıyla alan araştırmasının yalnızca 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ile sınırlı tutulmuş olmasıdır.

KAYNAKÇA

- Aaboen L., Lindelöf, P., Koch, V.C. ve Löfsten, H. (2006). Corporate Governance and Performance of Small High-Tech Firms in Sweden, *Technovation*, 26: 955-968.
- Agarwal, R. ve Elston, J. A. (2001). Bank-Firm Relationships, Financing and Firm Performance in Germany, *Economics Letters*, 72: 225-232.
- Aizawa, M. ve Yang, C. (2010). Green Credit, Green Stimulus, Green Revolution? China's Mobilization of Banks for Environmental Cleanup, *Journal of Environment and Development*, 19: 119-144.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Akış, S. (1999). Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10: 36-46.
- Berns, M., Townend, A., Khayat, Z., Balagopal, B., Reeves, M., Hopkins, M. ve Kruschwitz, N. (2009). The Business Of Sustainability: What It Means to Managers Now, *MIT Sloan Management Review*, 51-1: 6-20.
- Bouma, J. J., Jeucken, M. ve Klinkers, L. (2001). *Sustainable Banking: The Greening of Finance*. Sheffield. Greenleaf Publishing and Deloitte&Touche.
- Campello, M. (2006). Debt Financing: Does it Boost or Hurt Firm Performance in Product Markets?, *Journal of Financial Economics*, 82: 135-172.
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2008). *Finansal Yönetim*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Cowton, C. J. ve Thompson P. (2000). Do Codes Make a Difference? The Case of Bank Lending and The Environment, *Journal of Business Ethics*, 24: 165-178.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik - Spss ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Faulk, S. (2000). *A Survey of Environmental Management by Hotels And Related Tourism Business*. Presentation Paper for Oikos PhD Summer Academy.
- Ferri, G. ve Messori, M. (2000). Bank-Firm Relationships and Allocative Efficiency in Northeastern and Central Italy and in the South, *Journal of Banking & Finance*, 24: 1067-1095.
- Forsyth, T. (1997). Environmental Responsibility and Business Regulation: The Case of Sustainable Tourism, *Geographical Journal*, 163: 270-280.
- Garrod, B. ve Fyall, A. (1998). Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?, *Tourism Management*, 19: 199-212.
- Graci, S. ve Dodds, R. (2008). Why Go Green? The Business Case for Environmental Commitment in the Canadian Hotel Industry, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19: 251-270.
- Haralambopoulos, D. A. ve Polatidis, H. (2003). Renewable Energy Projects: Structuring a Multicriteria Group Decision-Making Framework, *Renewable Energy*, 28: 961-973.
- Heinkel, R., Kraus, A. ve Zechner, J. (2001). The Effect of Green Investment on Corporate Behavior, *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36-4: 431-449.
- Hooks, M. L. (2003). The Impact of Firm Size on Bank Debt Use, *Review of Financial Economics*, 12: 173-189.
- İslamoğlu, H. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İzmit: Beta Yayınevi.

- Kassinis, G. I. ve Soteriou, A. C. (2003). Greening the Service Profit Chain. The Impact of Environmental, Management Practices, *Production and Operations Management*, 12: 386-403.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Krivogorsky V., Grudnitski, G. ve Dick, W. (2009). Bank Debt and Performance of Continental European Firms, <http://ssrn.com/abstract=1209022>. Erişim tarihi: 15 Mart 2014.
- Kurt, H. (2009). Finansal Kurumlar İçin Çevre ve Sürdürülebilir Bankacılık, *Bankacılar Dergisi*, 70: 70-80.
- Kuş, E. (2009). *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri. Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri, Nicel mi? Nitel mi?* Ankara: Anı Yayıncılık.
- Lee, J. S., Hsu, L. T., Han, H. ve Kim, Y. (2010). Understanding How Consumers View Green Hotels: How a Hotel's Green Image Can Influence Behavioural Intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, 18: 901-904.
- Modinos, M. (2000). Sustainability and Regional Development: The Case of the Tourism Sector in Southern Europe, *Global Nest: The Int. Journal*, 2-3: 301-310.
- Moreno, C. E., Lorento, C. J. ve Jimenez, D. B. (2004). Environmental Strategies in Spanish Hotels: Contextual Factors and Performance, *The Service Industries Journal*, 24: 101-130.
- Ogawa, K., Sterken, E., ve Tokutsu, I. (2007). Why do Japanese Firms Prefer Multiple Bank Relationship? Some Evidence From Firm-Level Data, *Economic Systems*, 31: 49-70.
- Özdamar, K. (2011). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49-4: 41-50.
- Penny, W. Y. K. (2007). The Use of Environmental Management As A Facilities Management Tool in The Macao Hotel Sector, *Facilities Review*, 25: 286-295.
- Phillips, P. P. ve Phillips, J. J. (2011). *Şirketler İçin Yeşil Karne, Sürdürülebilir Girişimlerde Yatırım Getirisi Nasıl Ölçülür?* İstanbul: Soyak Holding.
- Revilla, G., Dodd, H. T., ve Hoover, C. L. (2001). Environmental Tactics Used by Hotel Companies in Mexico, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3: 111-127.
- Sahoo, P. ve Nayak, B. P. (2008). Green Banking in India, *Indian Economic Journal*, 1: 1-22.
- Scholtens, B. (2006). Finance As a Driver of Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 68: 19-33.
- Shen, H. C. ve Wang, A. C. (2005). Does Bank Relationship Matter for a Firm's Investment and Financial Constraints? *The Case of Taiwan, Pacific-Basin Finance Journal*, 13: 163-184.
- Sullivan, N. ve O'Dwyer, B. (2009). Stakeholder Perspectives on a Financial Sector Legitimation Process: The Case of NGOs and the Equator Principles, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22: 553-587.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Yayınları.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.
- Thompson, P. (1998). Assessing the Environmental Risk Exposure of UK Banks, *International Journal of Bank Marketing*, 16: 129-139.
- Tzschentke, N., Kirk, D., ve Lynch, P. A. (2004). Reasons for Going Green in Service Accommodation Establishments, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16: 116-124.
- IFC (Uluslararası Finans Kuruluşu) (2007). "Sustainability" www.ifc.org, Erişim tarihi: 12 Şubat 2012.
- Usta, Ö. (2005). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm, Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Weber, O. (2005). Sustainability Benchmarking of European Banks and Financial Service Organizations, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 12: 73-87.
- White, M. A. (1996). Environmental Finance: Value and Risk in an Age of Ecology, *Business Strategy and The Environment*, 5: 198-206.
- Yao, J. ve Ouyang, H. (2007). Dark-Side Evidence on Bank-Firm Relationship in Japan, *Japan and The World Economy*, 19: 198-213.
- Yılmaz, D. Ö. (2007). *Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. İçinde İçöz, O. (Editör) : 1-19 Ankara: Turhan Yayınevi.

Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on Evaluation of Accessible Tourism Expectations of People with Disabilities

Zeki AKINCI*, Nesrin SÖNMEZ**

* Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 07058, Arapsuyu Kampusu, Antalya.

E-posta: zakinci@akdeniz.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, 07058, Arapsuyu Kampusu, Antalya.

E-posta: ndilersonmez@gmail.com

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 1 Ekim 2013

Birinci değerlendirme: 23 Aralık 2013

İkinci değerlendirme: 4 Şubat 2014

Üçüncü değerlendirme: 5 Mart 2014

Kabul: 14 Nisan 2014

Anahtar sözcükler:

Engelli, Kamu ve sivil toplum örgütleri, Erişilebilir turizm.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 1 October 2013

Resubmitted: 23 December 2013

Resubmitted: 4 February 2014

Resubmitted: 5 March 2014

Accepted: 14 April 2014

Key words:

Disabled, Governmental and non-governmental organizations, Accessible tourism.

ÖZ

Engelli insanlar için hazırlanan bütün yapıların, süreçlerin ve sistemlerin başta erişilebilirlik olmak üzere belirli özelliklere sahip olmaları ve bu özelliklerin zaman içerisinde geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, engellilerin turizm hizmetleri ile ilgili genel beklentilerinin derinlemesine değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, ilgili kamu ve sivil toplum kuruluşları yöneticileriyle engelliler ve engelli ailelerinin beklentilerine ilişkin görüşlere ulaşma konusunda çalışma yapılmıştır. Araştırma verilerinin toplanabilmesi için ilki görüşme yapılan kişilerin demografik bilgilerinin yer aldığı bilgi formu, diğeri ise yarı-yapılandırılmış görüşme sorularını içeren iki adet ölçü aracı geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Bu çalışmada, engelli insanların turizm faaliyetine katılmasında en önemli engellerin; ekonomik, fiziki ve ulaşırma ile ilgili koşulların olduğu belirlenmiştir. Belirtilen bu koşulların sağlanması durumunda erişilebilir turizm kapsamında her türlü turizm faaliyetinin engelli insanları mutlu edebileceği ortaya konulmuştur.

ABSTRACT

All structures, processes and systems for people with disabilities must have certain features, notably accessibility, and these features must be developed in the course of time. In this study, it is aimed to evaluate expectations of people with disabilities from tourism services thoroughly. In this context, it was tried to gather opinions related to expectations of administrators of concerned public bodies and non-governmental organisations, people with disabilities and their families. Two measurement tools were developed and used in order to gather research data, first of which is an information form with demographic information about interviewees on, and the other one contains semi-constructed interview questions. In this study, it was set that major barriers before people with disabilities for joining tourism mobility were; economical, physical and transportation related factors. It was manifested that, if the above mentioned conditions were provided, all kinds of touristic activities in the scope of accessible tourism would gratify disabled people.

GİRİŞ

Doğuştan ya da sonradan çeşitli nedenlerle engelli olan insanlara sunulacak hizmetler, sadece engelli insanların değil, aynı zamanda başta yaşlı insanlar, hamile kadınlar ve çocuklar olmak üzere diğer nor-

mal insanların da faaliyetlere daha rahat ve kolay bir şekilde erişebilirliğini sağlayacak ve onların da yaşam kalitelerinin artmasına katkı sağlayacaktır. Çağdaş toplum oluşturulmasında, engelli insanların toplumsal yaşama katılımının önündeki engellerin kaldırılması ve yaşamın tüm kesimlerine uyumlarının sağlanması önemli bir göstergedir. Sunulacak olan hizmetlerin belirlenmesi ve kriterlerinin sağlanmasında engelli ve engelli yakınlarının doğru bir şekilde ihtiyaç ve beklentilerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylece, hem

¹ Bu makale Akdeniz Üniversitesi Proje Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi (APGEM) ve Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) tarafından yürütölen "Engelsiz Antalya-Engelsiz Turizm" başlıklı sanayi ve turizm sektörlerinde rekabetçiliğin artırılması çerçevesinde yürütölen projeden üretilmiştir.

engelli insanların eşit ve onurlu bir şekilde turizm faaliyetlerinden yararlanması, hem de turizm işletmelerinin yoğun rekabet koşulları altında istenilen doluluk ve gelir hedeflerine ulaşması söz konusu olabilir.

Uluslararası Birleşmiş Milletler Örgütü tarafından dünyanın en büyük azınlığı olarak adlandırılan engelli insanların sayısı, nüfusların yaşlanması ve yaşlı insanların engelli hale gelme riskinin yüksek olması ile birlikte daha da artacaktır. Engelli insanların ve bütün toplumun faydalanması adına; engelleri ortadan kaldıracak koşullar yaratmak, rehabilitasyon ve destek hizmetlerini geliştirmek, yeterli sosyal koruma sağlamak, kapsayıcı politikalar ve programlar oluşturmak, var olan ve yeni evrensel standartlar ile yasaları yürürlüğe sokmak için bütün ilgili paydaşlara, hükümetlere, sivil toplum örgütlerine ve engelli insanların örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Bu çabaların merkezinde engelli insanlar olmalıdır (WHO 2011). Bu bağlamda, Dünya Turizm Örgütü tarafından seyahat etme hakkının insan mutluluğu için gerekli temel bir insan hakkı olduğu ve turizmin insan sağlığına hizmet eden temel bir gereksinim olduğu öngörülmektedir. Turizmde Global Etik İlkeler kapsamında; dünyanın sahip olduğu değerler tüm insanlara açık olduğu, turizm faaliyetinin, insan haklarının gelişmesine katkı sağlaması gerektiği, tüm insanların turizme katılma hakkı çerçevesinde, engellilerin turizm hareketine katılmasının kolaylaştırılması ve teşvik edilmesi vurgulanmıştır (WHO 1999).

Yaşamlarını geçici ya da kalıcı herhangi bir tür engellilik ile sürdürmek zorunda kalan insanlara hizmet sunmayı hedefleyen erişilebilir turizm, engellileri toplumdan dışlamayı değil, topluma katmayı öngörmektedir. Engellilerin topluma bağımsız dâhil edilmesi stratejisi doğrultusunda engelli bireylerin saygın ve eşit muamele ile özgürce tatil yaparak toplumsal yaşama katılma haklarına erişimlerinin sağlanması yer almaktadır. Erişilebilir turizmi, sunulan ürün ve hizmetler ne olursa olsun başta engelli insanlar olmak üzere tüm insanlara kısıtlı fiziksel hareket kabiliyetine sahip olup olmadıklarına bakılmaksızın sürdürülebilir hizmet sunma ve beklentilerin karşılanması çabası olarak tanımlayabiliriz. Bu bağlamda erişilebilir turizm, yerli ve yabancı turistlerin tatillerini sorunsuzca geçirmelerine imkân sağlayacak erişilebilirlik çalışmalarının evrensel boyutta doğru biçimde yapılması ile mümkün olabilir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2012 Konaklama İstatistikleri Raporu'na göre, Antalya Bölgesi Türkiye'nin turistik işletme belgeli konaklama işletmelerinin yatak kapasitesinin %42,18'ini ve geceleme sayısının %56,15'ini karşılamaktadır. Yıllık doluluk oranının %63,22 ve ortalama geceleme sayısının kişi başı 5,3 geceleme olduğu rapordan anlaşılmaktadır (KTB 2013). Bu rapordan elde edilen verilere göre, yıllık %37 dolayında atıl yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bu bağlamda, erişilebilir turizmin hayata geçirilmesinin Türkiye ve Antalya Bölgesi turizmüne önemli katkılar sağlayacağı aşikârdır. Bu nedenle, herhangi bir nedenle engellilik durumu ile geçici veya kalıcı olarak yaşamlarını sürdürmek zorunda kalan insanların turizm faaliyetlerine katılabilmesi için erişilebilir turizmin önündeki ekonomik, fiziksel ve ulaştırma ile ilgili engellerin ortadan kaldırılması ve ilgili kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmeleri gerekmektedir.

TÜRSAB (2008) raporuna göre, İngiliz Üniversitesi Surrey tarafından yürütülen OSSATE (One-Stop-Shop Accessible Tourism in Europe) "Erişilebilir Pazar ve Paydaş Analizi-2005" çalışmasında Avrupa'da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel sorunu bulunan engellinin yaşadığını ortaya koymaktadır. Hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus göz önüne alındığında bu rakam 130 milyon kişiye ulaşmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre bu nüfusun yaklaşık yüzde 70'i seyahat ediyor. Bu kişilerin genellikle bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri düşünüldüğünde Avrupa'da seyahat eden potansiyel rakamın 130 milyon kişi ve bunların yaklaşık turizm harcamasının 80 milyar Avrodan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca, ABD'deki engellilerin toplam nüfusunun ise 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin alım gücünün 175 milyar dolara ulaştığı ifade edilmektedir. Yıllık turizm harcaması tutarı 13,6 milyar dolardır. Dünyanın büyüyen ekonomisi Çin'de 60 ve gelişmiş Japonya'da 5 milyon engelli bulunmaktadır. Engelli insanların büyük bölümünün en az bir refakatçi ile seyahate çıkması ve turizm faaliyetine katılması düşünüldüğünde daha fazla geceleme ürettikleri ortaya çıkmaktadır. KTB (2013) yıllık raporuna göre 2012 yılında Türkiye'ye gelen toplam turist sayısının 31,7 milyon ve elde edilen turizm gelirlerinin 23,4 milyar dolar olduğu ve rileri göz önüne alınırsa, engelli insanların oluş-

turduğu turizm pazarının önemi daha iyi anlaşıl-
maktadır. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler Örgütü
tarafından “dünyanın en büyük azınlığı” olarak
tanımlanan engelli insanların beklentilerinin belirlenmesi ve bu doğrultuda düzenlemelerin (hukuksal, kamusal ve sektörel) yapılması turizm sektörü ve bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet edebilmeleri ve yaşamlarını sürdürebilmeleri açısından büyük bir önem arz etmektedir.

Nitel Araştırmanın Amacı

Nitel araştırmalar genelleme yapma amacı taşımadığından, incelenen olay ya da olguyu ölçmekten ziyade derinlemesine anlamaya çalışmak daha önemlidir. Bu nedenle geniş bir örneklem kitlesiyle çalışmak yerine araştırmanın amacına uygun küçük bir örneklem grubuyla çalışılması daha faydalı olmaktadır. Dolayısıyla nitel araştırmalarda sıklıkla amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmaktadır. Amaçlı örneklemin mantığı ve gücü derinlikli çalışmalar için bilgi açısından zengin durumlar seçilmesini sağlar (Glesne 2013). Derinlemesine görüşme bir veri toplama tekniği olarak; açık uçlu soruların sorulması, etkin dinlenmenin yapılması, yanıtların kaydedilmesi ve ilişkili ek sorularla araştırma konusunun detaylı bir şekilde incelenmesini mümkün kılar. Derinlemesine görüşme yoluyla sosyal dünyada görünür halde bulunan birçok olgu, süreç ve ilişkinin görünümünden çok özüne inilmesi, bunların ayrıntılarının kavranması ve bütüncül bir şekilde anlaşılması hedeflenmektedir (Kümbetoğlu 2005).

Bu nitel çalışmada, Akdeniz Bölgesinde bir üniversitenin turizm sektöründe rekabetçiliğin artırılması kapsamında yürütülen “Engelsiz Turizm Projesi” çerçevesinde aynı bölgede üç ilin Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri ve Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlükleri ile engelli insanlara hizmet sunmak amacıyla kurulmuş sivil toplum örgütleri temsilcileri ile görüşmeler yapılmıştır. Engelli insanların ve ailelerinin çeşitli nedenlerden dolayı eşit ve onurlu bir şekilde turizm faaliyetlerine yeterince katılamadıkları ve seyahat etme haklarından faydalanamadıkları genel bilinen bir durumdur. Engellilerin ve ailelerinin en doğal hakları olan turizm faaliyetine katılmasında engel olarak gördükleri unsurlar söz konusudur. Bu nedenle görüşmelerde turizm faaliyetine katılma konusunda engelliler ve engelli ailelerinin sorunlarına ve bek-

lentilerine ilişkin görüşlere ulaşılması amaçlanmıştır. Çalışmanın genel amacına dönük olarak değerlendirilmek üzere alt amaçlara yanıtlar aranmıştır. Bu nitel çalışmada engellilerin turizm hizmetleri ile ilgili genel beklentilerinin derinlemesine değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, bu çalışmanın engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımı önündeki engellerle mücadele çalışmalarına ve bu alanda yapılacak olan bilimsel nicel araştırmaların alt yapısını oluşturmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın ana amacı, genel olarak tatil yapmak konusunda engelliler ve engelli ailelerinin beklentilerine ilişkin görüşlere ulaşmaktır. Çalışmanın amacına dönük olarak değerlendirilmek üzere aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- 1) Katılımcıların görme/işitme/bedensel engellilerin tatil yapma olanakları hakkındaki görüşleri nedir?
- 2) Görme/işitme/bedensel engelli bireyler ne tür tatil yapmayı tercih etmektedir?
- 3) Katılımcılara göre tatil organizasyonu için buldukları yerden, gittikleri kuruluşlara, tatil yöresine ve tatil binasına erişimleri ve tatil ortamı içinde hareketlilikleri açısından engellilerin ne tür talepleri/gereksinimleri olmaktadır ya da olabilir?
- 4) Katılımcılara göre mevcut turizm hizmetleri, engellilerin taleplerini/gereksinimlerini ne düzeyde karşılayabilmektedir? Karşılaştıkları sorunlar nelerdir?
- 5) Katılımcılara göre engellilerin turizm hizmetlerinden yararlanmasını sağlamak üzere turizm araçları, engelli STK'ları ve devletin ilgili organlarına ne gibi görevler düşmektedir?
- 6) Katılımcıların engellilerin tatil konusunda karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik ne tür önerileri vardır?

ALANYAZIN TARAMASI

Engelli, faaliyetlerini sınırlayan fiziksel bir bozukluğa sahip olan bir birey olarak tanımlanabilir (Burnett ve Baker 2001). Bu yaklaşım Nicolle ve Peters'in (1999) engelli olmanın, kullanıcının ihtiyaçları ile yetenekleri ve çevresi arasındaki bir uyumsuzluğun sonucu olduğu yaklaşımı ile uyumludur. Özürlüler İdaresi Başkanlığı (ÖZİDA) (2010) raporunda

engelli, “doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle normal yaşamın gereklerine uyamama durumunda olup; bağımsız hareket edebilmesi için yapılarda ve açık alanlarda özel fiziki düzenlemelere gereksinim duyan kişi” olarak tanımlanmaktadır. Aynı raporda, özürlü kişiler ile bunların çevreleri arasındaki bir ilişki sonucu, özellikle toplumsal faktörlerle ortaya çıkan ve engelliliğe yol açan, yapıyı çevre içindeki fiziksel, kültürel veya sosyal kısıtlılıklar ise engel olarak ifade edilmiştir (ÖZİDA 2010).

Engellilik heterojen bir yapıya sahiptir. Engelliliğin çeşitli şekilleri (cinsiyet, yaş, ırk / etnisite, kültür, sosyo-ekonomik durum, cinsel yönelim gibi diğer öznellikleri ile birlikte) turist deneyimlerini farklılaştırmaktadır. Hatta benzer engelli grubu içerisinde engellilik düzeyinin tipine ve seviyesine göre farklı seyahat şekilleri planlamak gerekmektedir (Small vd. 2012). Fiziksel engellilerle yaşamak birçok güçlüğü de beraberinde getirmektedir. Fiziksel engellilerle turizm faaliyetlerine katılmak da bir orkestra gibi fiziksel, ruhsal birçok problemle başa çıkmakla mümkündür. Kabul edilen görüşe göre, turizm faaliyetlerine katılmak fiziksel engeli olan ve olmayan tüm insanlar için gerekli bir aktivitedir. Ama fiziksel engelliler için turizm faaliyetlerine katılıp mutlu olmak, sosyal ve pratik olarak değişik türde güçlüklerin üstesinden gelmeyi de gerektirmektedir (Germ ve Schleien 1997).

Bir milyardan fazla insanın veya dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15’inin (2010 dünya nüfus tahminlerine göre) bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir (WHO 2011). Uluslararası Birleşmiş Milletler Örgütü tarafından dünyanın en büyük azınlığı olarak adlandırılan engelli insanların sayısı (Artar ve Karabacakoğlu 2003), nüfusların yaşlanması ve yaşlı insanların engelli hale gelme riskinin yüksek olması ile birlikte daha da artacaktır. Yapılan çalışmalar, nüfusun %30’unun yaşamının herhangi bir noktasında belirli bir aşamada engelli olacağını ve erişim gereksinimlerine ihtiyacı olacağını göstermektedir (Darcy 2009). Bu sayıya hareketleri kısıtlanmış yaşlı insanlar, hamileler, çocuklar ve aileleri eklenecek olursa, engelli dünyasının toplam rakamı dünya nüfusunun neredeyse yarısını oluşturduğu görülmektedir.

Kişilerin doğuştan veya sonradan herhangi bir hastalık veya kaza sonucu bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle engelli olması ve yaşamsal kapasitelerinin engellenmesi, bu durumdaki kişilerin yaşamsal aktivitelerini kısmi ya da tam olarak engellemekte ve de en önemlisi sosyal yaşamlarını sürdürmelerini zorlaştırmaktadır (TUİK 2002). Dünya Sağlık Araştırması sonuçlarına göre, engellilik düşük gelirli ülkelerde yüksek gelirli ülkelere göre daha yaygındır. Aynı zamanda, en yoksul beşte birlik refah diliminde yer alan insanlarda, kadınlarda ve yaşlı insanlarda engellilik daha fazla yaygınlık gösterir (AIHW 1997). ICF (International Classification of Functioning, Disability and Health-Uluslararası İşlevsellik, Engellilik ve Sağlık Sınıflandırması) ve CRPD (Convention on the Rights of Persons with Disabilities-Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi) kriterlerine göre çevrenin engelli insanların katılımını kısıtlayan yaygın engelleyici faktörler; yetersiz politikalar ve standartlar, olumsuz tavırlar, yeterli hizmet sağlanmaması, hizmet iletimi sorunları, yetersiz finansman, yetersiz erişilebilirlik, danışma ve katılım yetersizliği ve veri ve bulgu yetersizliği olarak belirtilmiştir (WHO 2011).

1981 yılının Birleşmiş Milletler tarafından “Uluslararası Engelliler Yılı” olarak ilân edilmesiyle, bu gruptaki insanlara yönelik davranışlarda önemli ölçüde anlayış değişikliği gözlenmiştir. Bu değişikliği pekiştirmek amacıyla, yine Birleşmiş Milletlerce 1983 – 1992 yılları “Engelli İnsanlar On Yılı” olarak belirlenmiş, bu dönemde belirginleşen ve “Engelli İnsanlara Yönelik Dünya Eylem Programı” ile daha da gelişen anlayış, günümüzde çağdaş toplumun vazgeçilmezleri arasına girmiştir (Artar ve Karabacakoğlu 2003). 2006 yılında benimsenen Engellilerin Haklarına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi’nin amacı, “tüm engelli insanların temel özgürlüklerden ve bütün insan haklarından tam ve eşit bir şekilde faydalanmasını teşvik etmek, sağlamak, korumak ve insan olmaktan ileri gelen haysiyetlerine yönelik saygıyı arttırmaktır” (ÖZİDA 2013). Bu, dünya çapında engelliliğe yönelik anlayışta ve verilen tepkilerde büyük bir değişimi ifade etmektedir.

Her ülke, turistik destinasyonlarının ortak ve farklı özelliklerine ve değerlerine dikkat çekmeyi, turizmin sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebi-

lirliğini sağlayarak ekonomik gelişmeyi teşvik etmeyi amaçlamaktadır (KTB 2013). Bir yandan her ülke, küresel boyutta yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe deniz, kum, güneş üçgeni olarak adlandırılan kitle turizminde en uygun fiyatla en iyi hizmeti vererek turizm pastasından istenilen payı almak için uğraşırken, diğer yandan farklı alternatif turizm türlerine yönelerek turizm pastasından payını artırmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, Birleşmiş Milletler Organizasyonu tarafından dünyanın en büyük azınlığı olarak adlandırılan engellilerin oluşturduğu turizm pazarı en önemli ve özel pazarlardan birini oluşturmaktadır.

Engelli turizmi yerine daha kapsayıcı ve ayırıcı olmayan, herkesi kapsayan erişilebilir turizm kavramını kullanmak, daha genel kabul gören bir yaklaşımdır. Erişilebilir turizm kavramı konusunda kabul görmüş tek ve evrensel bir tanım yoktur. Bu kavramın içeriğinin süreç içerisinde dünyada yapılan araştırmalar ve uygulamalar doğrultusunda geliştirileceği muhakkaktır. Erişilebilir turizm kavramının aynı zamanda “evrensel turizm”, “engelli turizmi” “engelsiz turizm”, “herkes ve/veya her şey dâhil turizm” gibi farklı adlarla da kullanıldığı görülmektedir. 2009 yılında UNESCAP tarafından yapılan ESCAP-Takayama 2009 Kongresi sonucunda yapılan bildirmede erişilebilir turizm; “hareket, işitme, görme, bilişsel veya entelektüel ve psikososyal engelliler, yaşlılar ve geçici engelliler dâhil olmak üzere tüm engelli ve engelsiz insanların erişilebilirliğini sağlayan turizm ve seyahat faaliyeti” olarak tanımlanmaktadır (ENAT 2012).

Erişilebilir turizm; hareketlilik, görme, işitme ve bilişsel erişim boyutu dâhil olma üzere, erişim gereksinimine sahip olan insanlara bağımsız, eşit ve onurlu bir şekilde evrensel tasarımlı turizm ürün ve hizmetlerini ve çevreyi kullanma imkânını sağlamaktadır (Darcy ve Dickson 2009). Engelliler için erişilebilir turizm imkânının sağlanması hükümetlerin sorumluluğundadır (Poria vd. 2010). Dünyanın en büyük azınlığı olarak nitelenen engelliler, turizm sektörü için dünyanın en büyük özel pazarı haline gelmiştir. Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemeler birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmeye ve yavaş yavaş etkisini göstermeye başlamıştır. Geçmişe oranla çok daha mobil hale gelmiş, çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş engellileri, seyahat etmeye ve turizm faaliyetlerine katılmaya giderek daha da yakınlaştırmıştır (TÜRSAB 2008).

Günümüzde, turizm endüstrisi için engelliler önemli bir niş pazar konumunda olmalarına rağmen, bugüne kadar üzerinde fazla durulmamıştır (İsraeli 2002). Bununla birlikte turizm alanyazınında engelli turistlere giderek dikkat çekildiği görülmektedir (Chou ve Chao 2007; Huh ve Singh 2007; Gröschl 2007; Yates 2007; Eichhorn vd. 2008). Akademik alanda yeterli olmasa da yapılan çalışmalarla engelli insanların turizm sektörü açısından önemli bir potansiyel oluşturduğu ifade edilmesine rağmen ne yazık ki; kamu ve özel sektör temsilcileri bu pazarın varlığı ve önemi konusunda yeterince bilince sahip değildirlere (Tellan ve Yılmaz 2007). Son on yılda engellilerin turizme katkıları yapılan bilimsel çalışmalarla da ortaya konulmuştur (Neumann ve Reuber 2004; Buhalis vd. 2005; Van Horn 2007; Dwyer ve Darcy 2008). Ancak, günümüzde hala insan hakları ve ekonomik argümanlar alanında iyileştirmelere rağmen, engellilerin turizmin tüm bileşenlerine ulaşmaları konusunda engeller var olmaya devam etmektedir (Smith 1987; Turco vd. 1998; Darcy 2002; Daniels vd. 2005).

Engelli insanların da diğer insanlar gibi turizm faaliyetlerine katılmaları en doğal hakları olmalarına rağmen, turizm faaliyetleri sanki engeli olmayan kişiler için tasarlanmış şekildedir (Yau vd. 2004). Hatta engelli insanların da rahat bir şekilde turizm faaliyetine katılabilmeleri için tasarlanmış kamuya ait Avrupa'nın ve Türkiye'nin en büyük ve donanımlı engelli oteli Marmaris Panorama Park Otel'in, “engelli insanlar geliyor ve konaklıyor” diye engelsiz diğer insanların oteli terk etmesi ve otele gelmeyi tercih etmemesi nedeniyle sadece engelli insanlara hizmet sunması gibi olumsuz bir örnek oluşturması, insanların ve kamunun erişilebilir turizm konusundaki bilinç yetersizliğini ortaya koymaktadır (Akıncı 2013). Görüldüğü gibi engellerle yaşamak birçok güçlüğü de beraberinde getirmektedir. Kabul edilen görüşe göre, turizm faaliyetlerine katılmak engeli olan ve olmayan tüm insanlar için gerekli bir aktivitedir. Ancak, engellilerin turizm faaliyetlerine katılma ve mutlu olmaları için sosyal ve pratik olarak değişik türde güçlüklerin üstesinden gelmeleri gerekmektedir (Germ ve Schleien 1997).

Ne yazık ki, erişilebilir turizm konusunda yapılan akademik çalışmaların yetersiz olduğu ilgili alanyazından anlaşılmaktadır (Burnett ve Baker 2001; Darcy 2002; Ray ve Ryder 2003). Konu ile il-

gili çalışmalar 1980'li yılların sonları ile 1990'lı yılların ortalarından itibaren özellikle yasal düzenlemelere paralel olarak hız kazanmıştır. Ray ve Ryder (2003) çalışmalarında; ABD engelli pazarı üzerinde durarak, ADA'nın (The Americans With Disabilities Act) getirdiği sonuçlara bağlı olarak 36 milyon kişinin seyahat etme fırsatından bahsetmiştir. Bu bağlamda, araştırmacılar engellilerin seyahat planlamasında daha önceden seyahate çıkan engellilerin tavsiyesi, internet ve seyahat acentelerinin tavsiyeleri ile seyahat kararları aldıkları, engellilerin seyahatlerinde sportif aktivitelere de katıldıkları ve engellilerin seyahatlerini planlar-ken bilinçli davrandıklarını ortaya koymuşlardır (Yaylı ve Öztürk 2006). Coles ve Shaw (2003) yaptıkları çalışma ile İngiltere'de engellilere yönelik 1995 yılında Engellileri Koruma Kanunu'nun (DDA-Disability Discrimination Act) çıkarılmasından sonra, söz konusu pazar diliminin ekonomik anlamda gittikçe daha önemli hale geldiğini ortaya koymuşlardır. Türkiye'de de 2005 yılında "Özürlüler Kanunu"nun kabul edilmesiyle birlikte ülkemizde yaşayan veya ülkemize gelen engelli insanların turizm hareketi içerisinde yaşam standartlarını iyileştirmek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çeşitli düzenlemelerin yapılmasında ve yaptırımların uygulanmasında ivme kazanılmıştır (TÜRSAB 2008). Yau vd. (2004) engellilerin seyahatleri sürecinde; kişisel faktörler, bağlantılar kurma, analiz, seyahati gerçekleştirme, deneyim ve geri besleme olmak üzere beş farklı aşamadan geçtiğini ortaya koymuşlardır. Cavinato ve Cuckovich'in (1992) yaptığı çalışmada ise ABD ulaştırma sektörünün engelliler için uyumlaştırılması konusunu ele almıştır. Öte yandan, Daniels vd. (2005), engellilerin seyahatlerinin tüm aşamalarında ihtiyaçlarını giderici tedbirlerin alınması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Bankası tarafından hazırlanan 2011 Dünya Engellilik Raporu'nda engellilerin beklentilerinin karşılanması için bütün alanlarının kesiminde dokuz öneride bulunmuştur. Bu önerilerin uygulanabilmesi için hükümetler, sivil toplum örgütleri (engelli örgütleri de dâhil olmak üzere), profesyoneller, özel sektör, engelli insanlar ve aileleri, kamu ve medya birlikte hareket etmek durumundadır. Bu öneriler; tüm politikalara, sistemlere ve hizmetlere erişimin sağlanması, engelli insanlara yönelik özel program ve

hizmetlere yatırım yapılması, ulusal bir engellilik stratejisi ve eylem planı benimsenmesi, engelli insanların süreçlere dâhil edilmesi, insan kaynağı kapasitesinin geliştirilmesi, yeterli finansmanın temin edilmesi ve hizmetlerin insanların bütçesine uygun olmasının sağlanması, toplumun engelliliğe dair farkındalığının ve anlayışının geliştirilmesi, engellilikle ilgili yeterli veri toplanması ve engellilik araştırmalarının desteklenmesi ve geliştirilmesi şeklinde sayılabilir (WTO 2011).

YÖNTEM

Nitel Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem, alanyazında nicel çalışmalara yer verilmekle birlikte bu konuda yapılmış nitel çalışmaların son derece az olması nedeniyle ve tüm aktörlerin derinlemesine görüşlerine ulaşılabilmesi için seçilmiştir. Ayrıca, bu konu ile ilgili yapılacak olan nicel bir araştırma çalışmasına katkı sağlama-sı hedeflenmiştir. Genel olarak nitel araştırma yöntemi uygulamanın amacı; bu yöntemin, üzerinde araştırma yapılan kişilerin sahip oldukları deneyimlerden doğan anlamların sistematik olarak incelenmesine, doğal ortama duyarlılık sağlanmasına, araştırmacının katılımcı rolünün olmasına, algıların belirlenmesini sağlanmasına, araştırma deseninde esnekliğin olmasına ve tümevarımcı bir analize sahip olmasına imkân sağlamasıdır.

Nitel çalışmada elde edilen bulguların genelle-mesi güçtür. Araştırmanın raporlanması aşamasında herhangi bir genelleme yerine, bizimle araştırma sürecini paylaşmış kişilerin görüşlerini yansıttıkları anlam sistemlerini, sosyal hayata dair algılarını ortaya koymak önemlidir. Bütüncül bir anlama çabası, her görüşmeden çıkan farklı anlamlardan ortak çizgileri, benzerliklerin yanı sıra beliren farklılıkları raporlamada açıklıkla sunmayı, araştırma sürecinde paylaşılan bilgilerden gerçekliğin resmini doğru kavramayı içermelidir (Kumbetoğlu 2005). Bu yüzden insan bilimlerinde –bir kez bulundu mu daima ve her yerde geçerli olacak-genel doğa yasalarına ulaşma durumu bir yanılsama (kurgu) olarak tanımlanır. Araştırma sonuçlarının genelleştirilebilirliği, nitel düşünce biçimine göre daima özgül olaylarla gerekçelendirilmelidir. Bu bağlamda bulunan sonuçların diğer durum ve zamanlar için nasıl bir geçerliliği olacağına ilişkin

argümanlar verilmeli; hangi durumlarda, hangi zamanda geçerli olduğu açıklığa kavuşturulmalıdır (Mayring 2011). Ayrıca, nitel araştırmalarda davranışların, tutumların ve olayların zaman içinde farklı dönemlerde, farklı toplumlarda/bireylerde değişiklik gösterebileceği düşüncesi ile sonuçların genellenmesi amaçlanmaz. Bunun aksine nitel araştırmalarda derinlemesine inceleme, detaylarıyla anlama çabası hâkimdir. Bu nedenle, nitel araştırmalarda, bilimsel araştırmaların özelliklerinden biri olan genellenebilirlik boyutunun sağlanabilmesi için yapılan çalışmanın nicel bir araştırma ile desteklenmesi gerekmektedir (Ataseven 2012).

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü hesaplamanın belli bir kuralı yoktur. Örneklem; araştırmanın amacına, araştırma için ayrılan kaynağa, araştırma sorularına ve sınırlılıklarına göre değişir (Büyüköztürk vd. 2008). Şimşek ve Yıldırım'a (2006) göre, araştırmanın amacı belli bir ortam ve belli bir süreçteki sosyal olayların incelenmesi olduğu için, çalışmanın aynen yinelenmesi olanaksızdır. Bu nedenle, nitel araştırmalarda her ortam için geçerli kurallar ve standartlar geliştirmek mümkün değildir. Yapılan her araştırma, yapıldığı ortam ve kişilerle sınırlıdır. Nitel araştırmalar gerçek yaşamın sürekli değişkenliği nedeniyle aynen tekrarlanamaz ve kopya edilemez. Glesne ve Peshkin (1992), araştırma sürecinde elde edilen verilerin ve oluşturulan bulguların iyi tanımlanması halinde bu alanda çalışacak diğer araştırmacılara yardımcı olacağını, çalışılan alandan elde edilen notların, görüşme kopyalarının, araştırmacının verileri yorumlamak için geliştirdiği kodlamaların ayrıntılı bir şekilde betimlenmesinin araştırmanın niteliği açısından faydalı olacağını belirtmişlerdir. Hammersley'e (1998) göre yapılan bu nitel çalışmalar, o alanda incelemelerde bulunan diğer uygulayıcıların karşılaştıkları problemlere uyarlanmasında çözümler sunabilmelidir.

Yapılan araştırmada verilerinin toplanabilmesi için iki adet ölçü aracı geliştirilmiştir. İlki, görüşme yapılan kişilerin demografik bilgilerinin yer aldığı bilgi formu, diğeri ise yarı yapılandırılmış görüşme sorularıdır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolünü hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını açmasını ve ay-

rıntılandırmasını sağlayabilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, yapılandırılmış görüşme tekniğinden biraz daha esneklerdir. Bu görüşme tekniği, nitel araştırma içerisinde görülebilir (Ekiz 2003). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürmesi nedeniyle daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Şimşek ve Yıldırım 2006). Yarı yapılandırılmış görüşmelerde bir araştırmacı, karşılaştırmalı veriler topladığına dair güven içindedir. Ancak, bu durumda kişilerin belli bir konuyu nasıl yapılandırdıklarını görme şansını yitirme durumu söz konusu olabilmektedir (Özdamar vd. 1999).

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunun geçerliliği için çeşitli ölçütler bulunmaktadır. Bunlardan biri katılımcı teyididir. Bu noktada belirlenen kuruluşların temsilcilerin seçiminde gönüllülük esas alınmış ve sorulara içten yanıt vermelerini sağlamak için isimlerinin gizli tutulacağı ve hiçbir şekilde açıklanmayacağı belirtilmiştir. Şimşek ve Yıldırım (2006), katılımcıların gönüllü olmalarının araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlama açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bundan dolayı temsilcilerin araştırmaya gönüllü katılmalarını sağlamak için temsilcilere araştırmanın önemi ve kendilerinin sunacakları katkı anlatılmıştır. İkinci ölçüt ise verilerin katılımcılar ile yüz yüze derinlemesine görüşülerek toplanmasıdır. Bunun için araştırmacılar ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve veriler bu yolla toplanmıştır. Bir diğer ölçüt de ortaya konan görüş ve önerilerin araştırma konusuna ilişkin ana temaları açıklayıcı ve yorumlayıcı bir niteliğe sahip olmasıdır. Bu doğrultuda temsilcilerin bu alanda yaşanan sorunlara ve çözüm önerilerine ilişkin açık bir yorum getirmeleri için uygun ortam oluşturulmuştur. Bütün bunların araştırmanın iç geçerliliğini kanıtlayan ölçütler olduğu kabul edilmektedir.

Görüşme formunun uzman görüşüne sunularak teyit edilmesi de araştırmanın güvenilirliğini sağlayan önemli bir ölçüttür. Bu çerçevede konu ile ilgili olarak üniversitede özel eğitim bölümünde görevli bir engelli eğitim uzmanı akademisyen ve turizm bölümünde görevli iki akademisyen ile engelli ve engelliler için faaliyet gösteren sivil toplum örgütünün iki temsilcisinin görüşlerine başvurulmuştur. Güvenirliği sağlayan bir diğer ölçüt ise katılımcıların görüşlerinin bulgular kısmında doğ-

rudan aktarım yoluyla gösterilmesidir. Bunun için temsilci görüşleri aynen olduğu gibi aktarılmıştır. Soruların temsilcilerin anlayabileceği açıklık ve belirginlikte olmasına; karmaşık, anlaşılması güç olmamasına ve yanlış anlamaya yol açmayacak nitelikte olmasına dikkat edilmiştir. Bu yolla toplanan verilerin geçerlik ve güvenilirliğinin olumsuz yönde etkilenmesi engellenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, yukarıda yer alan altı alt amacı ölçmeye hizmet edecek şekilde engellilerin tatil olanakları, tatil tercihleri, ihtiyaçları, ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, sorunlar ve öneriler temelinde yapılanmış 8 adet açık uçlu soru hazırlanmıştır.

Görüşmeler katılımcılarla önceden belirlenen gün ve saatlerde görevli oldukları kurumlarda kendi belirledikleri mekânlarda yüz yüze görüşmeye dayalı ve bire-bir olarak yürütülmüştür. Görüşme sırasında katılımcının izni doğrultusunda ses kaydı yapılmıştır. Görüşmelerden il dışındakiler 04.05.2012 tarihinde, Antalya'da gerçekleştirilenler ise 06.06.2012 tarihinde yapılmıştır. Görüşmeler, projenin engelli eğitim uzmanı olan bu çalışmanın ikinci yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir.

Nitel Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Akdeniz Bölgesi'nde engelli STK'ları temsilcileri, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü ve Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü yöneticileri ile görüşmeler planlanmıştır. Araştırmada katılımcıların seçiminde, araştırma amacına uygun olarak erişilebilir turizm kapsamında hem arz hem de talep cephesinden temsilcilerin görüşlerinin alınmasının yararlı olacağı düşünülmüş ve bu nedenle amaçlı örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırma verileri yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler dört aşamada betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır (Şimşek ve Yıldırım 2006). Görüşmeye dayalı nitel araştırma veri-

lerinin analizinde, ses kayıtlarının yazıya dökülmesi, dökümlerin doğruluğunun kontrol edilmesi, görüşme indekslerinin oluşturulması ve güvenilirlik çalışmasının yapılması önemli aşamalardır (Kvale 1996). Araştırmada kullanılan betimsel analiz sürecinin aşmaları ve her bir aşamada yapılan işlemler şöyle özetlenebilir:

Analiz Öncesi Hazırlık

Bunun için öncelikle yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası ses kayıtları bilgisayar ortamında yazıya aktarılmıştır. Ses kayıtlarının doğruluğu dökümler üzerinde kontrol edilmiştir. Araştırmacılar bu kontrol işlemini birbirlerinden bağımsız olarak yapmışlardır. Analiz sürecinde kullanılan görüşme dökümü formu, bağlamsal bilgiler, betimsel indeks, betimsel veri, görüşmeci yorumu ve genel yorum bölümlerinden oluşmaktadır.

Veri Eşleştirme

İlk aşamada oluşturulan betimsel indeks bölümündeki veriler gruplandırılarak ilgili olduğu görüşme sorusu altında eşleştirilmiştir. Görüşme soruları tema olarak kabul edilmiştir. Görüşme kodlama anahtarının oluşturulmasında, katılımcıların her bir soruya verdikleri yanıtların bulunduğu betimsel indeks bölümü esas alınmıştır. Daha sonra, araştırmacılar bir araya gelerek kodlama anahtarlarındaki eşleştirmeleri gözden geçirmiştir. Yeniden okuyarak yapılan inceleme sonrasında her bir sorunun altına girebilecek yanıt kategorileri yazılarak "Görüşme Kodlama Anahtarı" oluşturulmuştur. Bulguların tanımlanması için nitel veriler sayısal verilerle ifade edilmeye çalışılmıştır. Bulguların yorumlanması için veriler, görüşme sorularının sırasıyla verilmiş, ilişkilendirilmiş, doğrudan alıntılarla bulgular desteklenmeye çalışılmıştır. Uygun olmayan eşleştirme varsa, uygun olduğu temayla ilişkilendirilmiştir.

Veri Sınıflandırma

Veri eşleştirilmesi aşamasında elde edilen sonuçlara göre katılımcıların görüşleri sınıflandırılmıştır. Bir önceki aşamada görüşme sorularına dayalı temaların altında oluşturulan alt temalar gözden geçirilmiştir. Engellilerin tatil olanakları, tatil tercihleri, tatil organizasyonundan gerçekleştirilene kadar olan gereksinim ve talepleri, taleplerin ger-

çekişme düzeyi, sorunlar, ilgililere düşen görevler ve öneriler olmak üzere altı ana tema çerçevesinde sorular yöneltilmiştir. Sorulara verilen yanıtlar her bir sorunun altına gelecek şekilde tema ve alt temalar kesinleştirildikten sonra, verilere son biçimi verilmiş ve veriler düzenlenmiştir.

Veri Analizi

Veri sınıflandırma aşamasında belli temalar altında kodlanan katılımcı görüşlerinden hangilerinden doğrudan alıntı yapılacağına bu aşamada karar verilmiştir. Böylece, bu aşamada katılımcıların belirttikleri görüşler arasında bağlantılar kurulmuş ve görüşleri destekleyen alıntılar yapılmıştır. Bu işlemlerden sonra analiz işlemine son verilerek araştırma bulgularının yazımına geçilmiştir.

Yukarıda belirtilen analiz sürecinin her bir aşaması iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı yapılmıştır. Ayrıca, araştırmada inanılabilirliği sağlamak amacıyla farklı işlemler yapılmıştır. Bunlar; verilerin öncelikle yorumsuz olarak sunulması, verilerinin analizini birden fazla araştırmacının yapması, verilerin analizinde sürekli karşılaştırma yönteminin benimsenmesi ve verilerin analizinde kuramsal çevreye bağlı kalınması biçiminde sıralanabilir (Lincoln ve Guba 1985; Freeman vd. 2007).

Nitel Araştırma Bulguları

Akdeniz Bölgesindeki engelli STK'ları, Turizm Müdürlükleri ve Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüklerinde görevli toplam 12 kişiyle (katılımcıya=K) görüşülmüştür. Bunlardan altısı engelliler ile ilgili STK yetkilisidir. Her üç ilde de mevcut olup engellileri temsil edecek ve veri alınabilecek kamu ve STK birimleri önceden randevu alınarak görüşülmüştür.

Katılımcılara İlişkin Demografik Göstergeler

Görüşmenin hemen öncesinde katılımcılardan bir bilgi formu doldurmaları istenmiştir. Bilgi Formu ile katılımcıların öğrenim düzeyi, görev süresi, varsa engeli, yaşantısında engelli kişi olup olmadığı, varsa yakınlığı, en az bir kez engelli biriyle iletişim geçip geçmediğine ilişkin bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların başlıca demografik özellikleri Tablo 1'de verilmiştir.

Katılımcıların dördü engelli olup bunların ikisi görme engelli, diğer ikisi ise bedensel yetersizliğe

sahiptir. Yaşantısında (kendisi dışında) engelli bireyler olup olmadığına ilişkin sorulara beş kişi evet cevabını vermiştir. Bunlardan ikisinin zihinsel, üçünün ise bedensel yetersizliği olduğu belirtilmiştir. Bu kişilerin dışında kalan, yaşantısında engelli kişi olmadığını bildiren yedi kişiden beşi hayatında en az bir kez engelli bir bireyle iletişime geçtiğini, iki kişi ise hiç iletişime geçmediğini bildirmiştir. Dolayısıyla 12 katılımcıdan ikisinin engelli bir kişiyle bir kere bile olsa iletişime geçmediği görülmektedir.

Engellilerin "Tatil Yapma Olanaklarına" İlişkin Katılımcı Görüşleri (Amaç 1)

Yapılan görüşmelerde ilk olarak "görme/işitme/bedensel engellilerin tatil yapma olanaklarından bahsedebilir misiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan yedisi mimari engellerden dolayı engellilerin istedikleri gibi bir tatil yapamadıklarını, dört katılımcı olanakları olmadığını, üçü ise maddi imkânsızlıklar nedeniyle tatile çıkamadıklarını belirtmiştir. İki katılımcı ise tatil yapma olanağı olan kişilerin de tek başlarına değil, mutlaka refakatçileriyle birlikte tatil yapmak zorunda olduklarını ifade etmiştir. Bir katılımcı engelli kamplarına gittiğini, diğer bir katılımcı çevredekilerin tutumundan, bir diğer katılımcı da yabancı turistlerin çokluğundan olumsuz yönde etkilendiğini dile getirmiştir.

Engellilerin tatil yapma olanaklarına ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K6. "...Alana gidip onları komisyonla evde de ziyaret etme zorunluluğumuz var. Özürlüyü ve bakan kişiyi görme, yaşadığı ortamı görme. Yerinde de değerlendir-

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (K=12)

	Özellikler Grup	(K) Katılımcı Sayısı
Cinsiyet	Kadın	5
	Erkek	7
Öğrenim durumu	Yüksek Lisans	2
	Lisans	6
	Lise	1
	Ortaokul	3
Hizmet yılı	0-5 Yıl	2
	6-10 yıl	-
	11-15 yıl	2
	16-20 yıl	3
	20 yıl ve üzeri	
Kendisinde engel olma durumu	Var	4
	Yok	8

dirdiğimizde bu kişilerin aile yapıları orta ve alt sosyo-ekonomik düzey grubuna girendir. Yani eve giren her türlü geliri evde yaşayan kişi sayısına böldüğümüzde 420 liranın altında kişi başına düşen rakama ulaşanlar ki bu kişilerin tatil şanslarının olduğunu pek düşünmüyorum.”

K8. “Ben aslında en çok şeyi düşündüm siz sorduğunuzda, kişilerden çok bu kişileri bakan kişileri yani o bakıcılar bankaya gidemiyorlar. Belediyeye fatura ödemeye gidemiyorlar. Sosyal hayatları sıfırlanmış durumda. Kapı komşuları onlara geliyor ama onlar evden dışarıya çıkamıyorlar. Aslında evet bakanların tatile daha çok ihtiyacı var.”

K11. “Görebildiğim kadarıyla çok fazla böyle bir imkânâna sahip olmadıklarını düşünüyorum. Mesela diyelim ki ailede çocuğu engelliye işte mümkün olduğunca zor şartlarda yani tatile çıkmada sıkıntı yaşadıklarını düşünüyorum ben gittikleri yerlerde. Çünkü bu imkânları bulamayabiliyorlar ya da orda bir hoşgörüyü bulamayabiliyorlar. İşte görme engellilerin zaten kendileri bizzatlı annesi, babası ya da yakınının desteği olmadan hareket etmesi mümkün değil...”

Engellilerin “Tatil Tercihlerine” İlişkin Katılımcı Görüşleri (Amaç 2)

Katılımcılara engellilerin tatil tercihlerine yönelik olarak “Tatil imkânına sahip olan görme/işitme/bedensel engelli bireyler ne tür tatil yapmayı tercih etmektedir? Nasıl bir tatil onları mutlu eder?” soruları yöneltilmiştir. Bu sorulara katılımcıların dokuzu fiziki koşulların sağlanması durumunda her türlü tatil şeklinin onları mutlu edeceğini, sağlıklı insanlardan farklı şekilde tatil yapmayı tercih etmeyeceklerini belirtmiştir. Bir katılımcı termal kaplıca turizmini, bir katılımcı bakanlıktan belge her şey dâhil hizmet veren büyük otelleri ve bir katılımcı da grupça gitmeyi tercih ettiklerini belirtmiştir.

Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlardan bazıları aşağıda verilmiştir:

K3. “Tatil yapmada tercihleri fiziksel koşullar ile orantılıdır. Kişi çok fazla hareketli değil tekerlekli sandalye kullanıyor ise ki bizim gurubun çoğunluğu böyledir. Otelin içinde rahat hareket edebileceği, daha aktif olacağı, gezebileceği alışveriş edebileceği, oteldeki etkinliklerin kullanılabilirdiği ve ailemiz ile gidebileceği tatilleri tercih ediyoruz.”

K1. “Ben şöyle düşünüyorum, biz insanoğlu doyumsuz kişileriz. Birlikte hareket edilen bütünlü bir organizasyonda deniz tatili de olabilir, kıy tatili de olabilir veya da turizme açık tatil yöreleri var, örneğin Pamukkale. Hepsisi de onları tatmin eder. Belki tek olarak bireysel olarak gitseler o kadar tatmin etmez ama grup olarak gittikleri için onları çok güzel tatmin eder. Birbirlerini motive etmiş olurlar diye düşünüyorum.”

K8. “...o anlamda tatil seçenekleri açısından deniz tatili işte kayak tatili, kar tatili diye bir ayrım yapabileceklerini zannetmiyorum. Onlar için nefes almakla eş değer olacağı için hangi mevsimde ve nereye gittiklerinin çok büyük bir önem taşıdığını düşünmüyorum. Hani soluk alacaklar çünkü.”

K9. “Ben sağlıklı birey grubunda bir kadın olarak nasıl bir tatil yapmak istersem herhalde engelli olan kardeşim de aynı talepleri dile getirecektir, o da denize gitmek isteyecektir, o da dağa tırmanmak isteyecektir, o da özgürce koşmak yürümek isteyecektir. Ne yapmak istiyorsa yapmak isteyecektir. Kitap okumak isteyecektir bunların hepsi bir hak. Engelli şöyle tatil yapar, bunu yapsın yeter bunu kabul etmiyorum. Ben ne istiyorsam aynı onun da kişisel seçme hakkı vardır. Dayatılmaz. ...Ben nasıl sağlıklı bir birey olarak tatil yapmak istiyorsam engelli de aynı şekilde o da seçimleri vardır. Bize sağlanan koşullar onlara da sağlanmalıdır. İki gün sonra vazgeçmem herhalde alıştığım tesise gitmekten, aygımda bir sakatlık meydana gelse veya görmemde bir sorun olsa ben zevk aldığım sahilde yüzmeye devam etmek isterim. Kimse sen artık burada yüzme, biz sana burayı yaptık git orada suya gir çık demesin bunu istiyorum. Ben neyi istiyorsam onlara da o olsun”

Engellilerin “Tatil Organizasyonu, Seyahat ve Konaklama Süreçlerindeki Taleplerine” İlişkin Görüşler (Amaç 3)

Engellilerin tatil öncesi ve sonrasında taleplerinin neler olabileceğine ilişkin soru yöneltilmiştir. Katılımcılar, “Tatil organizasyonu için buldukları yerden, gittikleri kuruluşlara, tatil yöresine ve tatil binasına erişimleri ve tatil ortamı içinde hareketlilikleri açısından düşündüğünüzde engellilerin ne tür talepleri olmaktadır ya da olabilir?” sorusunu yanıtlamışlardır. Katılımcıların verdikleri yanıtlar ve dağılımı Tablo 2’de verilmiştir.

Katılımcıların engellilerin tatil taleplerine ilişkin görüşleri, araştırmanın hedef kitlesi olan görme, işitme ve bedensel engelliler ve genel kategorileri altında incelenmiş ve her bir kategoriye giren yanıt seçenekleri gruplanmıştır. Buna göre görme engelliler için ifade edilen taleplerden en fazlası altı katılımcı ile oda ya da asansörlerde sesli uyarı sistemleri olmuştur. Altı katılımcı, bedensel engelliler için en çok mimari düzenlemeleri, bir katılımcı işitme engelliler için işaret dili bilen eleman talebini, bir katılımcı ise görsel uyarıcıları ifade etmiştir. Tüm grupları ortak etkileyen durumların gruplandığı genel kategorisinde ise dört katılımcı yanlarına refakat edecek yardımcı personele ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir. Bu konuda katılımcılardan bazıların görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 2. Engellilerin Katılımcı Görüşlerine Göre Tatil Organizasyonu Kapsamlı Talepleri

Engel Türü	Katılımcılara Göre, Engelli Tatil Organizasyonu Talepleri	K. Sayısı
Görme Engelliler	Oda ya da asansörlerde sesli uyarı sistemleri	6
	Kabartma yazılı materyaller, levhalar, yönlendiriciler	2
	Engelsiz internet	1
	Dokunsal uyarıcılar	12
Bedensel Engelliler	Standartlara uygun mimari düzenlemeler	6
	Özel transfer aracı	5
İşitme Engelliler	İşaret dili bilen eleman	1
	Görsel uyarıcılar	1
Genel	Rehber/refakatçi/yardımcı personel	4
	Engelsiz oda dekorasyonu	1
	Maddi destek	1
	Engelsiz hizmet	1

K12. "...Her şey dâhil olan Bakanlığımızdan belgeli büyük otellerde sıkıntı olmuyor. Asıl sıkıntı uçaktan otele kadar olan kısım. Tur operatörlerinin acentelerinin yeni getirttikleri asansörlü olan otobüslerden ne yazık ki fazla yok sadece birkaç tane var. Tabi bu anlamda çok talep var. Engelli bir birey Antalya havaalanına geldi diyelim, tur operatörünün karşılamaya imkânı yok ise ya da otele geldi, tarihi yerleri görmek istiyor. Yani tarihi yerleri görmek isteyen bireylerde çok şehir merkezine indi diyelim, şehir merkezinde alışveriş merkezlerinde kaldırımlarda engelli rampalar istiyorlar. Tarihi yerlerde şehir merkezlerinde gezileri anlamında rahat etmek istiyorlar. Genelde refakatçi ile geldikleri için sorun çıkmıyor halkımız da çok misafirperver ve çok güler yüzlü sadece bizim halkımız değil insanoğlu yardım ediyor."

K4. "Evden çıkıp nereye gitmek istiyorsa bunların sağlanması gerekiyor. Evden sağlıklı olarak çıkabilmesi gerekiyor. İletişim kaynaklarıyla sağlıklı tatil imkânlarını görebilmesi lazım, şu anda daha kolay, internetimiz bilişim sistemlerimiz var, bunlar gelişti evimizde bunları bir tık ile yapabiliyoruz ama görme engellilerin içinde aynı şekilde teknik donanımına sahip araçların da olması gerekiyor. Hadi bunları da temin ettik diyelim. Evden çıkacak şirketlere ulaşacak evden çıkarken rampası küçük asansörleri kendisini bu bölüme taşıyacak araçlar olacak.Transferinden uçakta yer ayrılmasından, sırasından, bilet almasından, bilgilendirilmesinden görmeyen vatandaşımız için bunu çok iyi tasarlayacak anlayışın olması gerekiyor. Kabartma falan kullanılabilir belirli materyallerin kullanılması gerekiyor bunlar da çok önemli, biz görüyoruz onların da bunu hissetmesi gerekiyor. ...Evden çıkamadıktan sonra tatile gidebilme imkânı nasıl olabilir ki yeni yeni büyük şehirlerde engelliler için engelli taksileri, otobüslerin rampalı olanları oluşturuldu..."

"... tabi başlangıçta işitme engelli dilinden, işaret dilinden anlayan genelde yetişmiş elemana ihtiyaç var.

Siparişleri alacak garsondan tutun rezervasyonu yapacak görevliye kadar. Orda bu desteğe ihtiyaç var. Tabi ki de yabancı dil bilen resepsiyon görevlisine olacağı gibi. ...Oralarda yine kaldırımlardaki sinyalizasyon gibi asansör yapılarını buna uygun şekilde sesli komutlarla olması düşünülebilir. Odada telefonu kullanabiliyor, görme engelliler ama işitme engelliler sipariş alacağı zaman onlar da başka bir iletişim dilleri var mı bilmiyorum. ..."

Engellilerin "Tatil Organizasyonu, Seyahat ve Konaklama Süreçlerinde Karşılaştıkları Sorunlara" İlişkin Görüşler (Amaç 4)

Katılımcılara yöneltilen "Sizce mevcut turizm hizmetleri, görme/işitme/bedensel engellilerin bu taleplerini ne düzeyde karşılayabilmektedir?" sorusunu 10 katılımcı mevcut turizm hizmetlerinin engellilerin gereksinimlerini karşılamadığı yönünde yanıtlamış, ancak farklı sorun alanlarını da dile getirmiştir. Altı katılımcı mimari düzenlemeler konusundaki sorunlardan bahsetmiştir. Bunlar arasında, bina girişlerindeki rampaların yüksek eğimli olması ya da hiç rampanın olmaması, kaldırımların yüksekliği, engelliye saygılı mimarinin olmayışı şeklinde görüşler yer almıştır. Dört katılımcı transfer için kullanılan araçların bedensel engellilerin gereksinimine uygun olmadığını belirtmiştir. Katılımcılardan ikisi olumsuz tutumlardan, ikisi eğitim eksikliğinden ve ikisi de işaret dili bilen elemanların olmayışından bahsetmiştir. Bir katılımcı engelli turizminin pazar olarak görülmemesini, bir katılımcı dokunsal işaretçilerin yetersizliğini ve diğer bir katılımcı da düşük geliri sorun olarak belirtmiştir.

Bazı katılımcının bu konudaki görüşleri şu şekildedir:

K5. "Karşılayamıyor. Yeterli değil. Yani şu anda hala biz özürünü çok iyi kabul etmiş değiliz. O nedenle belki toplum olarak fiziksel çevre düzenlemesi olsun, olanaklar olsun yeni yeni düzenleniyor diye düşünüyorum".

K2. "Ben kesinlikle karşılandığını düşünmüyorum. Yeni yeni adımlar var ama çok yetersiz. Engelliler için yapılan organizasyonda bilgi yetersizliği var birçok firma kontenjan ayırmıyor, engellileri düşünmüyorlar. Çünkü gelir düzeyleri düşük ve talep yok".

K7. "Engelliye tatile getiren firmalar transferi yaptıklarında tatil ihtiyaçlarını karşılanmış sayıyor. Havaalanından alıp otele bırakmak ve otelden alıp havaalanına bırakmak ile tatil organizasyonu tam anlamı ile yapılmıyor. ...Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu oda sayısı, kotası var, otel o kotayı doldurmak için oda yapıyor. Paranızla süit odada kalma imkânınız yok. Odalarında alanı geniş tutarak tutunma barı yapılması ile

daha kullanışlı hale getirilebilir odalar ama bir oda bu şekilde düzenleniyor, bu kota otelin müşteri kaybetmesine neden oluyor”.

K1. “Ama bizim bir de öncelikle dile getirmemiz gereken konu karayolu taşımacılığında bedensel engelli vatandaşların maalesef yani onlara yönelik hiç bir çalışmaları yok. Ben kendim dokuz sene oldu kazayı yapalı. Bir yıllığına alletraksiyon aleti takınarak devam ettim. ... sarsıntıdan vidalar batıyor. ... diyorsun ki işte benim durumum bu, raporum var, rahatsızım diyorsun firma sahiplerine, mümkünse önden yer.. İşine gelirse boş yerimiz yok...”

Engellilerin tatil yapabilmelerini sağlamak için “turizm araçlarına, engelli STK’ya ve devlete düşen görevlere” yönelik görüşler (Amaç 5)

Katılımcılara “Görme/işitme/bedensel engellilerin tatil yapabilmelerini sağlamak için turizm araçlarına, engelli STK’ya ve devletin ilgili organlarına düşen görevler konusunda ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar turizm araçları, engelli STK ve devletin ilgili birimleri için düşüncelerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlara Tablo 3’te yer verilmiştir.

Katılımcılardan ikisi, grubun özelliklerine göre hizmetlerin düzenlenmesi ve donanımların güçlendirmesini, turizm araçlarının görevleri arasında belirtmişlerdir. Bunun yanında birer katılımcı da turizm araçlarının engelliler konusunda otelleri bilgilendirmesi, otelleri engellilere yönelik hizmetler konusunda zorlaması, onları doğru yönlendirmesi, engelli dostu otellerle işbirliği yapması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca turizm araçlarının engelliler konusunda kendini yetiştirmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Engellileri temsil eden sivil toplum kuruluşlarının yapması gerekenlere ilişkin olarak ise beş katılımcı temsil ettikleri grubun ihtiyaçlarını, sorunlarını ilgililere bildirmesi gerektiğini belirtmiştir. İki katılımcı ise denetlemeye katılmaları, sorunları direkt yerinde tespit etmelerini sağlayacaktır, şeklinde görüş bildirmiştir. Bir katılımcı toplumda engelli bilinci oluşturmaya yönelik çalışmalar, diğer bir katılımcı ise temsil ettikleri gruplar için turizm etkinlikleri organizasyonu yapmaları gerektiğini ifade etmiştir.

Aşağıda bazı katılımcı görüşlerine yer verilmiştir:

K7. “Tur operatörlerinin engellilere özel getirdiği asansörlü transfer araçlarının yaygınlaştırılmalıdır. Ayrıca yasal olarak zorunlu hale getirilmesi gerekiyor. Tıpkı otellerdeki engelli odaları tuvaletleri, asansörler, bakan-

Tablo 3. Engellilerin Tatil Yapabilmeleri İçin Tarafra Düşen Görevler

	Görevler	K. Sayısı
Turizm araçları	Grubun gereksinimlerine göre hizmetleri, donanımı güçlendirme	2
	Otelleri bilgilendirme	1
	Otelleri zorlama	1
	Doğru yönlendirme	1
	Engelli dostu otellerle işbirliği	1
	Bu konuda kendini yetiştirme	1
Engelli STK	Yaşadıkları sorunları, ihtiyaçları bildirme	5
	Denetlemeye katılım	2
	Toplumda engelli bilinci oluşturma	1
	Organizasyon	1
Devletin İlgili Birimleri	Engelliye tatil için maddi destek	4
	Vergi indirim	2
	Fiziki düzenlemeler için cezai yaptırım	1
	Belediyeleri destekleme	1
	Fiziksel çevre düzenlemeleri	1

lık tarafından nasıl zorunlu tutulmuşsa, böyle bir düzenleme yapılabilir”.

K4. “Bütün STK’lara görev düşüyor. Özellikle engelli gurupları temsilen kurulmuş olan STK’lar hakların ve işlemlerin takipçisi olabilirler, kendilerini rahat anlatabilecekleri onların ihtiyaçlarını kamuoyunun daha sağlıklı duymasını sağlayabilirler. Ben bir görme engellinin ne zorluklar yaşadığını anlamam, istediğim kadar duygudaşlık yapayım anlamam mümkün değil. İşitme engellinin durumunu anlayamam bu alanda duygudaşlık yapılamaz, sadece daha duyarlı davranılabilir. Özellikle STK’lar bu duyguyu aktarmaları gerekir. Bütün STK’ların turizm içindeki stoklardan hizmet kalitesinin artırılması için bir hizmet yanışı oluşturabilirler”.

K2. “Devlet engellilere tatil amaçlı yaptırımlar yaratması lazım, örneğin turizmle ilgili sektörlerle finans sağlayabilir. Engellilere turizmden faydalanabilmesi için ödenek çıkarılabilir. Fiziki ortamlar için yaptırımlar uygulanabilir, ceza yaptırımı gibi. Engelli ve hükümlü yasalarından bir fona para akıyor, o fon ile proje sunulabilir, istendiği takdirde olmayacak bir şey yok”.

K3. “Devlet sadece engelli bireyler için tatil düzenlemesi yapması zor geliyor ama tatil yapma hakkı herkese verilmiş ise devlet destek sağlamalı, ama birey dört kişilik ailesi ile tatile gidiyor. İçlerinden sadece engelli bireyin tatilini desteklemesi bir çözüm değil. Gelir düzeyi tatile elverişli olmayanları desteklenmeli”.

Engellilerin Turizm Hizmetlerinden Yararlandırılması Önerileri (Amaç 6)

Katılımcıların engellilerin turizm hizmetlerinden yararlanmasına yönelik önerilerini alınmak istenmiştir. Bunun üzerine “Görme/işitme/bedensel engellilerin turizm hizmetlerinden yararlanması-

nın sağlanmasına yönelik ne tür önerileriniz bulunmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar, önerileri aşağıdaki gibi belirtmişlerdir.

Katılımcılardan beşi bu soruya engellilerin refakatçileriyle birlikte maddi olarak desteklenmesi durumunda daha fazla tatil yapma isteğinde olduklarını belirtmiştir. Yine beş katılımcı çeşitli fiziki ve mimari engellerin ortadan kaldırılması gerektiğini, iki katılımcı işletmelere teşvikler uygulanabileceğini ve diğer iki katılımcı ise toplumda engellere yönelik farkındalık yaratılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bir katılımcı, devlete bağlı kurumların yazlık kamplarının engellilerin kullanımına açılabilirliğini, diğer bir katılımcı yurtdışındaki gibi engellinin yanında refakat edecek hemşirelerin görevlendirilmesini önermiştir. Bir katılımcı ise sivil toplum kuruluşları, turizm işletmecileri ve devletin kurumları ile üniversitelerin ortak akıl yürütmesinin faydalı olacağını belirtmiştir. Bir katılımcı ölü sezonların kullanılabileceğini, bir katılımcı ise otellere verilen engelli odası oranının artırılmasının faydalı olacağını belirtmiştir.

ARAŞTIRMA SONUÇLARI, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Katılımcılara yönlendirilen altı araştırma sorusu ile onların engellilerin tatil olanakları, tatil tercihleri, ihtiyaçları, ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, sorunlar, ilgililere düşen görevler ve önerilere ilişkin görüşlerinin derinlemesine incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada görüşleri alınan Turizm İl Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü ve engelli STK'ları temsilcilerinin ikisi hariç diğerlerinin ya kendinde ya da yaşantısında engelli bireylerin bulunduğu, dolayısıyla bir şekilde en az bir kez engelli bireyle karşılaştıkları görülmektedir.

Katılımcıların, engellilerin tatil olanaklarının olmadığına dair görüşleri bulunmaktadır. Büyük kısmının maddi açıdan güçlük içinde olduğu ve tatili düşüncecek durumda olmadıkları belirtilmiştir. Katılımcıların birçoğu tatil olanağı olan engelli birey ve ailelerinin ise tatil tercihlerinin herkes gibi değişebileceği, fiziki koşulların sağlanması durumunda her türlü tatilin onları mutlu edebileceği yönünde görüş bildirmiştir. Erişilebilir turizm üzerine yaptığı çalışmalarla turizm alanyazınında önemli bir etkiye sahip olan Darcy de (1998) elde edilen bulgulara benzer görüşleri öne sürmektedir.

Darcy'ye (1998) göre, engellilerin turizm faaliyetlerine katılmasına engel oluşturan etkenlerin başında ekonomik sorunlar gelmektedir. Bunun dışında kişilerin fiziksel olarak bağımsız hareket edememeleri, uygun konaklama işletmeleri bulamamaları, gidecekleri yer ve bölgelere ulaşımında yaşanan teknolojik yetersizlikler (otobüs ve taksilerin uygun düzenlenmemesi) diğer önemli engeller olarak ifade edilmektedir.

Tatil organizasyonundan tatilin gerçekleştirilmesi aşamasına kadar engellilerin taleplerinin ne olabileceğine dair görüşler arasında en fazla fiziki koşullar konusunda talepler bildirilmiş, bunun yanında refakatçi ihtiyaçlarının olacağına dair görüşler de yer almıştır. Nitekim Öztürk vd.nin (2008) araştırmasında da benzer şekilde engellilerin taleplerinin fiziki koşulların iyileştirilmesi yönünde görüşler olduğu bildirilmiştir. Araştırmacılar, otel ve seyahat acentesi yöneticilerine yönelik olarak uyguladıkları ankette bedensel engellilerin ihtiyaçlarının karşılanma durumunu belirlemeyi amaçlamıştır. Yöneticilerin bu konudaki görüşleri arasında çevresel koşulların eksik olduğu, otellerin en çok merdiven, banyo ve tuvaletlerinde sıkıntı yaşadığı ifade edilmiştir. En sık bahsedilen bir diğer sorun ise transfer araçlarının uygunsuzluğudur. Öztürk vd.nin (2008) çalışmasında da bedensel engellilerin seyahatlerinde en önemli sorunlardan biri olarak transfer koşullarının yetersizliği vurgulanmıştır.

Engellilerin taleplerinin karşılanma düzeyinin yetersiz olduğu bildirilmiştir. Tatil organizasyonundan gerçekleştirme aşamasına kadar engellilerin yaşadıkları sorunlar arasında mimari engellerin en fazla sorun yarattığına ilişkin görüşler yer almıştır. Ray ve Ryder'in (2003) bedensel engellilerin tatil seçenekleri, tatil planlama ve seyahat aşamalarında beklentileri ve yaşadıkları sorunları araştıran çalışmasında engelli bireylerle yaptıkları odak grup görüşmesinde katılımcılar, "erişilebilir" olarak bildirilen tesislerin bile gerçek anlamda erişilebilir olmadığını, bu konuda acentelere güvenmediklerini belirtmiştir. Artar ve Karabacakoğlu'nun (2003) yaptığı araştırmada 4 ve 5 yıldızlı otellerin engellilere yönelik düzenlemeleri ortaya konulmuştur. Buna göre engellilere yönelik düzenlemesi olduğunu bildiren otellerin oranı %61 iken düzenleme olmadığını bildirenlerin oranı %31 olarak bulunmuştur. Bu düzenlemeler arasında asansör-

de sesli uyarı sistemi olan otel oranı %18; ışıklı ve yazılı uyarıcıları olanların oranı %35; işitme engelliler için görsel levhaları olanların oranı %21; havuza giriş için lift vb. özel sistemi olanların oranı %9 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla bu sonuçlara bakıldığında özellikle hareketlilik konusunda düzenlemelerin yetersiz olduğu görüşünü destekler niteliktedir.

Engellilerin gereksinimlerinin karşılanması için turizm araçlarının görevleri konusundaki görüşler değişiklik göstermiştir. Grubun gereksinimlerine göre hizmetlerini, donanımını güçlendirmeleri, kendilerini eğitmeleri gerektiğine ilişkin görüşler dikkat çekmektedir. Engelli STK'larının ise temsil ettikleri grubun ihtiyaçları ve sorunları konusunda bilgilendirici rol üstlenmeleri gerektiği, öne çıkan bir görüş olmuştur. Devlete düşen görevler konusunda ise engelliye maddi destek vermesi gerektiğine yönelik görüşler ağırlıkta olmuştur. Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ve Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı tarafından 2002'de yayınlanan Türkiye Özürlüler Araştırması verilerine göre engellilerin beklentileri arasında parasal katkı beklediğini ifade eden engelli birey oranı %61,22 iken iş bulmaya yardım beklentisinde olanların oranı %9,55'tir. Eğitim olanaklarından yararlanma beklentisini ifade edenlerin oranı ise %3,31 olarak bulunmuştur. Yine aynı çalışmaya göre engellilerin iş gücüne katılım oranı %21,71 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar engellilerin maddi sıkıntı çektiğini ve devletten beklentisinin maddi destek olduğunu belirten katılımcıların görüşlerini destekler niteliktedir. İş gücüne katılmayan %78,29'luk çoğunluğun tatil yapabilmesi için devlet desteği şart gibi görünmektedir. Bu bağlamda Miller ve Kirk (2002) tarafından yapılan çalışmada da benzer bulgular elde edilmiştir. Bu çalışmada elde edilen diğer bir bulgu da engellilerin turizmden yeterli ölçüde faydalanmalarında devletin büyük sorumluluk sahibi olması gerektiğidir.

Katılımcıların, engellilerin turizm hizmetlerinden yararlandırılması için önerileri çeşitlilik göstermiştir. Ancak engellilerin maddi açıdan desteklenmesi ve mimari engellerin kaldırılmasına yönelik öneriler öne çıkmıştır. Bunun yanında hizmet götürecek kişilerin eğitilmesi konusuna da değinilmesi önemli görülmüştür. Toplumda engelliler konusunda farkındalık yaratılması, teşviklerin yapılması, turizm aktörleri arasında ortak aklın

kullanılması yönünde önerilerde bulunulmuştur. Öztürk vd.nin (2008) çalışmasında da katılımcıların turizm endüstrisinde koşulların iyileştirilmesine yönelik önerileri arasında, toplumsal bilincin oluşturulması, hükümetin engellilerin seyahate katılımını artırıcı önlemler alması, resmi ve özel kurumlarla işbirliği, otellerde fiziki değişikliklerin yapılması ve personelin eğitilmesi gibi önerilerde bulunulmuştur.

Engellilerin turizm faaliyetlerine katılmalarında, ulaşımdan kaynaklanan güçlükleri kurumların dikkate almaları (Cavinato ve Cuckovich 1992), havayollarının engelliler için yapmaları gereken düzenlemeleri hayata geçirmeleri (Abeyraine 1995), ihtiyaç duyulan bilgilere hızlı ve rahat bir biçimde ulaşabilmeleri (Brown vd. 1999) ve engellilerin seyahatlerinin tüm aşamalarında ihtiyaçlarını giderici tedbirleri almaları (Daniels vd. 2005) gerektiği ifade edilmektedir. Tütüncü ve Aydın'a (2013) göre, turizm sistemi içinde yer alan tüm turizm paydaşlarının, erişilebilirlik kapsamında ayrıntılı bir şekilde gerçekleştirilmeleri gereken faaliyetler belirlenmelidir. Engelli birey turistik bir hizmet aldığı anda, ulaşımdan konaklamasına kadar her şey ulaşılabilir nitelikte olmalıdır. Bunların da ötesinde engellilerin de yaşam hakkı bulduğundan, engellilere yönelik geliştirilecek her faaliyet bir insanlık gereğidir.

Elde edilen bulgulara göre aşağıdaki önerileri sunmak mümkündür:

Engelli insanlar ile ilgili alınacak her kararda ve uygulanacak her tasarrufta engelli insanlar ve onları temsil eden sivil toplum örgütleri karar verme mekanizmasının merkezinde yer almalıdır. Ayrıca, engellilerin turizm aktivitelerinden engelsiz ve onurlu bir şekilde yararlanabilmesi için engelliler ile ilgili yasaların hızlı bir şekilde hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde, daha fazla engellinin turizm faaliyetine katılması sağlanacaktır.

Engelli insanların turizm faaliyetine katılmasında önemli bir engel olan ekonomik yetersizlikler konusunda devlet, sosyal bir devlet olmanın sorumluluğu doğrultusunda ekonomik katkı sağlamalıdır. Yılda en az bir kez olmak şartıyla ekonomik yetersizlikleri olan engelli insanların erişilebilir turizm hizmeti sunan turizm işletmeleri aracılığıyla turizm faaliyetlerinden yararlanması sağlanmalıdır. Bu şekilde sadece engelli insanlar değil,

aynı zamanda erişilebilir turizm hizmeti sunma konusunda turizm işletmeleri de teşvik edilmiş olacaktır.

Devlet, kamu sektörünün (bakanlıklar ve belediyeler), ulaştırma (hava yolu, karayolu, denizcilik ve demiryolu) ve turizm (konaklama, seyahat ve yeme-içme vs.) işletmelerinin engelsiz turizm hizmetlerini evrensel tasarımla sunmaları için standartlar getirmelidir. Bu standartların uygulanması teşvik ve yaptırımlar yöntemiyle sağlanmalıdır. Belirtilen standartları sağlayan işletmelere “engelli dostu işletme” belgesi verilmelidir.

Erişilebilir turizm kapsamında turizm eğitimi veren okulların müfredatlarında engellilere yönelik hizmet unsurlarını içeren dersler olmalıdır. Bununla birlikte, engelli insanlara hizmet sunacak turizm elemanlarının yeterliliklerini belgeleyecek sertifika programları düzenlenmelidir. Sertifika programında başarılı olan ve belge almaya hak kazanan turizm elemanlarının istihdam edilmesine öncelik verilmelidir.

Engellilik ve engelli insanlar hakkında toplumsal bilinç oluşturulmalıdır. Okullarda ve medyada bilinçlendirici, eğitici ve öğretici empati kurmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalarda herkesin engelli adayı olduğu ve bir gün muhakkak geçici ya da kalıcı bir engellilik ile yaşamak zorunda kalacağı bilinci oluşturulmalıdır.

Ülkemizde çok fazla sayıda gizli engelli insan vardır. Devlet, sosyal sorumluluk gereği, engelli insanları ve ailelerini bilinçlendirerek evlerinde izole olmaları yerine topluma katılmalarını sağlamalıdır. Engelli insanların aile bireyleri refakatinde turizm faaliyetlerine onurlu bir şekilde katılmaları, bu insanların mutlu olmasına katkı sağlayacaktır.

Turizm işletmeleri engelliler için bir rehabilitasyon merkezi gibi algılanmamalıdır. Turizm işletmeleri engelli insanlar ile diğer insanların birlikte turizm faaliyetlerinden onurlu bir şekilde faydalanabileceği tesisler olarak hizmet sunmalıdır. Bu bağlamda mevcut kapasitede ek düzenlemeler yapılması daha uygun olacaktır.

Engellilerin turizm faaliyetlerine katılabilmeleri için doğru ve gerekli bilgilere erişilebilirlik büyük önem arz etmektedir. Engelli insanlara her konuda olduğu gibi turizm faaliyetleri konusunda da kamu yararına hizmet sunan kurumların bilgilen-

dirme hizmeti sunan birimleri ve internette web siteleri olmalıdır. Ayrıca, kamu spotlarıyla tüm iletişim araçları kullanılarak bilgilendirme sürekli bir şekilde yapılmalıdır.

Engelli insanların turizm faaliyetlerine katılmalarıyla çok önemli ve özel bir turizm pazarı oluşmuştur. Sürdürülebilir turizm yaklaşımı kapsamında başta engelli insanların oluşturduğu pazara hizmet sunmayı öngören erişilebilir turizm yadsınamayacak bir öneme sahiptir. Sosyal devletin destekleri ve yaptırımlarıyla engellilerin turizm faaliyetlerine katılması, hem engelli insanlar ve yakınları hem de turizm işletmeleri için yararlı olacaktır.

Sonuç olarak, yapılan bu çalışma, herhangi bir tür geçici veya kalıcı engellilik ile yaşamak zorunda kalan insanların eşit ve onurlu bir şekilde turizm faaliyetlerine katılmaları için katılımcıların görüşleri doğrultusunda öneriler sunmaktadır. Engelli insanların önünde başta ekonomik, fiziksel (genel alanlar, yapı iç ve dış mekânları) ve ulaştırma ile ilgili sorunlar bulunmaktadır. Bu çalışmada, belirtilen sorunları ortadan kaldırmaya yönelik yukarıda belirtilen önerileri uygulamak için devlet (kamu kurumları), sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler, özel sektör, uzmanlar, engelli insanlar ve aileleri, toplum ve medyanın işbirliği ve eşgüdüm içerisinde olmaları gerektiği vurgulanmaktadır.

Engellilerin de turizm hizmetlerinden yararlanmasının hak olduğunun hatırlanarak, Türkiye’de engellilerin tatil olanaklarını, tatil seçimlerini, hareketlilikle ilgili ihtiyaçlarını, mevcut durumu sayısal verilerle ortaya koyacak ve konunun tüm aktörlerinin kapsamlı bir şekilde fikirlerini ortaya koyacak nicel araştırmalara gereksinim vardır. Yurtdışı kaynaklarda, bu konuyla ilgili çok sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte Türkiye’de yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya rastlanması da bu konuda bilimsel yayınların yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Erişilebilir turizmin turizm endüstrisi içerisinde önemli bir paya sahip olabilmesi için yapılacak olan nitel ve nicel araştırmaların çok yönlü ve kapsamlı olarak ele alınması gerekmektedir. Yapılan bu çalışmanın, bu konuda yapılacak sonraki nitel çalışmalara bir kaynak olacağı, bu alanda yapılacak olan bilimsel nicel araştırmaların alt yapısını oluşturmasına katkı sağlayacağı ve engelli insanların turizm faaliyetlerine katılımı önündeki engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abeyraine, R.I.R. (1995). Proposals and Guidelines for the Carriage of Elderly and Disabled Persons by Air, *Journal of Travel Research*, 33 (3): 52-59.
- AIHW (The Australian Institute of Health and Welfare - Avustralya Sağlık ve Sosyal Yardımlaşma Enstitüsü), Demand for Disability Support Services in Australia: Size, Cost and Growth 1997, <http://www.aihw.gov.au/WorkArea/DownloadAsset.aspx?id=6442455501>, Erişim tarihi: 4 Temmuz 2013.
- Akıncı, Z. (2013). Management of Accessible Tourism and Its Market in Turkey, *International Journal of Business and Management Studies*, 2 (2): 413-426.
- Artar, Y. ve Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye'de Özürlüler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Olarak Konaklama Tesislerindeki Altyapı Olanaklarının Araştırılması, Özürlülerin Toplumsal Gelişimine Yönelik Proje*. Milli Produktivite Merkezi, Ankara.
- Ataseven, B. (2012). Nitel Bilimsel Araştırmalarda Veri Kalitesinin Önemi, *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 33 (2): 543-564.
- Brown, T. J., Kaplan, R. ve Quaderer, G. (1999). Beyond Accessibility Preference for Natural Areas, *Therapeutic Recreation Journal*, 33 (3): 209-221.
- Buhalis, D., Michopoulou, E., Eichhorn, V. ve Miller, G. (2005). *Accessibility Market and Stakeholder Analysis – One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE)*. Surrey Üniversitesi, Birleşik Krallık.
- Burnett, J. J. ve Baker, H. B. (2001). Assessing the Travel-related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40 (1): 4-11.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Cavinato, J. L. ve Cuckovich, M. L. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment, *Transportation Journal*, 31 (3): 46-53.
- Chou, S. H. ve Chao, W. C. (2007). Seeing Voices: Travel Experience and Individual Risk of the Hearing Impaired, In *Proceedings of the 2007 Advanced in Tourism Marketing Conference*, Eylül 2007, Valencia, İspanya: 1-10.
- Coles, T ve Shaw, G. (2003). Disability, Holiday Making and The Tourism Industry in The UK: A Preliminary Survey, *Tourism Management*, 25 (3): 397-403.
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D. ve Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales": An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical Disabilities, *Tourism Management*, 26 (6): 919-930.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of Disabled New South Wales People with a Physical Disability Tourism*. Sydney: South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalised Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9 (1): 61-72.
- Darcy, S. ve Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16 (1): 32-44.
- Dwyer, L. ve Darcy, S. (2008). Economic Contribution of Disability to Tourism in Australia. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, *Gold Coast*: 15-21.
- Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E. ve Buhalis, D. (2008). Enabling Access to Tourism through Information Schemes?, *Annals of Tourism Research*, 35 (1): 189-210.
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- ENAT (European Network for Accessible Tourism - Avrupa Erişilebilir Turizm Ağı) What is Accessible Tourism?, www.accessibletourism.org/?i=enat.en.faq.744, Erişim tarihi: 2 Ağustos 2013.
- Freeman, M., deMarrais, K., Preissle, J., Roulston, K. ve St. Pierre, E. A. (2007). Standards of Evidence in Qualitative Research: An Incitement to Discourse, *Educational Researcher*, 36: 25-32.
- Germ, P. ve Schleien, S. (1997). Inclusive Community Leisure Services: Responsibilities of Key Players, *Therapeutic Recreation Journal*, 31: 22-37.
- Glesne, C. ve Peshkin, A. (1992). *Becoming Qualitative Researchers an Introduction*. Londra: Longman Group Ltd.
- Glesne, C. (2013). *Nitel Araştırmaya Giriş*. 2. Baskı (A. Ersoy ve P. Yalçinoğlu, Çev.), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gröschl, S. (2007). An Exploration of HR Policies and Practices Affecting the Integration of Persons with Disabilities in the Hotel Industry in Major Canadian Tourism Destinations, *Hospitality Management*, 26: 666-86.
- Hammersley, M. (1998). Partisanship and Credibility: The Case of Anti-Racist Educational Research. İçinde: Connolly, P. ve Troyna, B. Eds. Researching "Race" içinde *Educational Setting*. Buckingham: Open University Press.
- Huh, C. ve Singh, A. J. (2007). Families Traveling with a Disabled Member: Analyzing the Potential of an Emerging Niche Market, *Tourism and Hospitality Research*, 7 (3/4): 212-29.
- Israeli, A. A. (2002). A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors For Disabled Tourists, *Journal of Travel Research*, 41 (1): 101-104.
- KTB. Kültür ve Turizm Bakanlığı Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi, <http://disiliskiler.kulturturizm.gov.tr/TR,22229/eden-european-destination-of-excellence-avrupali-seckin.html>, Erişim tarihi: 20 Eylül 2013.
- KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı). 2012 Yılı Konaklama İstatistikleri Raporu, Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5913,iletme-ve-yatirim-belgeli-tesis-istatistikleri.pdf?0>, Erişim tarihi: 2 Eylül 2013.
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Kaliforniya: Sage Yayınları.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Yayınları.
- Mayring, P. (2011). *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş*. (A. Gümüş, & M. Durgun, Çev.), Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Miller, G. A. ve Kirk, E. (2002). The Disability Discrimination Act: Time for the Stick?, *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (1): 82-88.
- Neumann, P. ve Reuber, P. (2004). *Economic Impulses of Accessible Tourism for All*. Belge No 526, Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı, Berlin.

- Nicolle, C. ve Peters, B. (1999). Elderly and Disabled Travelers: Intelligent Transport Systems Designed for the 3rd Millennium, *Transportation Human Factors*, 1 (2): 121-34.
- Özdamar, K., Odabaşı, Y., Hoşcan, Y., Bir, A.A., Kırcaali, G., Özmen, A. ve Uzuner, Y. (1999). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1081.
- ÖZİDA (Özürülüler İdaresi Başkanlığı) (2010). *Ulaşılabilirlik Stratejisi ve Ulusal Eylem Planı (2010-2011) Raporu*, Özürülü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- ÖZİDA (Özürülüler İdaresi Başkanlığı) Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi, http://www.ozida.gov.tr/ulasilabilirlik/Belgeler/2_MEVZUATSTANDART/ULUSLARARASI_SOZLESME/BM_ENGELLIHAKLARISOZLESMESI.pdf, Erişim tarihi: 1 Eylül 2013.
- Öztürk, Y., Yaylı, Y. ve Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish Tourism Industry Ready for Disabled Customer's Market? The Views of Hotel and Travel Agency Managers, *Tourism Management*, 29: 382-389.
- Poria, Y., Reichel, A. ve Brandt, Y. (2011). Dimensions of Hotel Experience of People with Disabilities: An Exploratory Study, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (5): 571-591.
- Ray, N. M. ve Ryder, M. E. (2003). Eibilities" Tourism: An Exploratory Discussion of the Travel Needs and Motivations of the Mobility-disabled, *Tourism Management*, (24): 57-72.
- Şimşek, H. ve Yıldırım, A. (2006). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Small, J., Darcy, S. ve Packer, T. (2012). The Embodied Tourist Experiences of People with Vision Impairment: Management Implications beyond the Visual Gaze, *Tourism Management*, 33: 941-950.
- Smith, R.W. (1987). Leisure of Disable Tourists: Barriers to Participation, *Annals of Tourism Research*, 14 (3): 376-389.
- Tellan, D. ve Yılmaz, A. (2007). Turizm Sektöründe Sayısal Ortamların Kullanımını Değerlendirmek: Türkiye Örneği, *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu*, 21-23 Kasım, İzmir.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). Türkiye Özürülüler Araştırması 2002, <http://kutuphane.tuik.gov.tr/pdf/0014899.pdf>, Erişim tarihi: 8 Mayıs 2013.
- Turco, D. M., Stumbo, N. ve Garncarz, J. (1998). Tourism Constraints – People with Disabilities, *Parks and Recreation Journal*, 33 (9): 78-84.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği). Dünyada ve Türkiye'de Engelsiz Turizm Pazarı 2008 Raporu, http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazarı_487.html, Erişim tarihi: 18 Ocak 2013.
- Tütüncü, Ö. ve Aydın, İ. (2013). Ulaşılabilir Turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2): 261-263.
- Van Horn, L. (2007). Disability Travel in the United States: Recent Research and Findings, *11th International Conference on Mobility and Transport for Elderly and Disabled Persons*, the Palais des congrès de Montréal.
- WHO (World Health Organization- Dünya Sağlık Örgütü). Summary World Report On Disability 2011, http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_en.pdf, Erişim tarihi: 5 Temmuz 2013.
- WHO (World Health Organization- Dünya Sağlık Örgütü) Turizmde Global Etik İlkeler 1999, <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf>, Erişim tarihi: 6 Temmuz 2013.
- Yates, K. (2007). Understanding the Experience of Mobility-Disabled Tourists, *International Journal of Tourism Policy*, 1 (2): 153-66.
- Yau, M. K., McKercher, B. ve Packer, T. L. (2004). Traveling with a Disability: More Than An Access Issue, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 946-960.
- Yaylı, A. ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açılıarı Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1): 87-97.



Turizm Problemolojisi: Bilgi Üretmenin Özdüşünümselliği

*Tourism Problemology: Reflexivity Of Knowledge Making**

Kun LAI**, Jun LI**, Noel SCOTT***

** Sun Yat-sen University, Çin

*** Griffith University (Gold Coast Campus), Avustralya

Türkçeye çeviren:

Engin BAYRAKTAROĞLU****

****Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 03200, Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: enginbayraktaroglu@anadolu.edu.tr.

MAKALE BİLGİLERİ

Anahtar sözcükler:

Problemoloji, Bilgi üretimi,
Özdüşünümsellik, Araştırma topluluğu,
Kuramsallaştırma.

Key words:

Problemology, Knowledge production,
Reflexivity, Research community,
Theorizing.

ÖZ

Turizm bilgisi üretim sürecinin temelinde problemlerin yatıyor olmasına rağmen, turizm problemlerine ya da turizm problemolojisine münhasır, sistematik ve derinlemesine bir araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma turizm problemolojisinin doğasını keşfetmeye ve bu boşluğu doldurmaya çalışması açısından bir ilktir. Çalışma kapsamında kuramsal model geliştirilmiş ve 212 Çinli turizm araştırmacısı üzerinde kısmen test edilmiştir. Sonuçlara göre araştırmacılar turizm problemlerini çözüm bekleyen zorluklar ya da çelişkiler olarak görmektedir. Dahası kişisel/çevresel faktörler araştırmacıların problemlere yönelik anlayışını etkilemektedir. Ayrıca etkilenen bu anlayış da, araştırmacının erken evresinde araştırmacıların problem seçimini ve değerlendirmesini etkilemektedir. Çalışma, turizm problemlerini, önemini ve henüz üzerinde durulmamış olan turizm bilgisi üretiminin özdüşünümselliğini öne çıkarmaktadır.

ABSTRACT

Although problems are a fundamental dynamics of tourism knowledge production, a systematic, exclusive, and in-depth study of tourism problems or tourism problemology has been overlooked. This study, which represents the first time to examine the nature of tourism problemology, aims to fill this gap. A theoretical model is developed and partially tested through a survey of 212 Chinese tourism researchers. Results show that researchers generally consider problems as difficulties or contradictions that require resolution. Moreover, personal/environmental factors influence the researchers' understanding of problems, and such understanding further affects their evaluation and selection of problems at the early stage of research. The study highlights the significance of problems as an important, yet overlooked reflexivity of tourism knowledge production.

GİRİŞ

Son yıllarda turizm bilgisinin hızla artması bu bilginin özdüşünümselliği üzerine³ olan ilginin artmasını da sağlamıştır. Bu özdüşünümselliğin önemli bir şekli şu önerme ile ortaya konmuştur;

*Kun Lai, Jun Li ve Noel Scott (2015). Tourism problemology: Reflexivity of knowledge making. *Annals of Tourism Research* 51, ss. 17-33. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2014.12.003> künyesini taşıyan makaleden dergi yayıncısının izni alınarak çevrilmiştir.

** Sorumlu yazar: Tel.: +86 20 84114584; faks: +86 20 84114569, e-posta: laikun@mail.sysu.edu.cn (K. Lai), lijun36@mail.sysu.edu.cn (J. Li), noel.scott@griffith.edu.au (N. Scott).

Çevirmenin notu: Özdüşünümsellik (dönüşlü düşünce, düşümsellik, reflexivity, self-reflexivity), en genel anlamı ile araştırmacının kavrama yaptığı "öznel yüklemeler" olarak

"özellikle turizme yönelik olan dergilerde, kitaplarda ve konferanslardaki gelişmeler apaçık ortada olmasına rağmen genel analitik düzeyde bu gelişmeler, eksik kuramsallaştırılmış, eklektik ve nispetimsiz (kuramla benzeşmeyen, kurama uyumsuz) kalmaktadır" (Meethan 2001: 2) ya da "bu tarz bir gelişme (bu tarz çalışmalar) basitçe, daha önce ya-

açıklanabilir (bkz. Karabağ Sarı, Ç. (2014) *MomentDergi*, 1(1): ss.137-146). Bu görüşe göre toplanan verilerin çoğu, araştırmacının süzgecinden geçmekte, onun kendi izlenimleri ve kuramsal yönelimindeki önyargıları bu süzgecin deliklerinin ebatını belirlemektedir. Buna göre, toplumsal ve kültürel dünyanın, araştırmacının "ben'i" olmadan incelenmesi mümkün değildir (bkz. Pala, Ş. (2004). *Antropoloji ve Onun Almeti Farikası: Katılarak Gözlem, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 21 (1): ss.123-141).

pılmış bir araştırmannın temel olarak doğrulanması ve tekrarlanmasına dayanan daha geniş bir sürümüyle sonuçlanmaktadır” (Ateljevic, Pritchard ve Morgan 2007: 12). Bunun daha yaygın ve örgütlü tezahürü, ancak, turizm bilgisinin kendisini (ör., Xiao, Jafari, Cloke ve Tribe 2013; Xiao ve Smith 2006), tüketimini (ör., Cooper 2006; Xiao ve Smith 2007) ve üretimini (ör., Franklin ve Crang 2001; Hall 2004; Platenkamp ve Botterill 2013) yeniden ele alan araştırmacıların artan ilgisi ile yansıtılabilir. Böyle bir ilgi turizm bilgisine sosyolojik bir yaklaşım da kazandıracaktır.

Turizm bilgisi üretmeye yönelik özdüşünüm bilhassa önemlidir çünkü mantıken bilginin üretimi, bu bilginin kendisinden ve tüketiminden daha önce gelmektedir. Bilgi üretim sürecini paradigma bağlılık (ör., Ateljevic vd. 2007; Hall 2004; Philimore ve Goodson 2004; Platenkamp ve Botterill 2013), araştırma yöntemleri (ör., Ritchie, Burns ve Palmer 2005), disiplin arka planı (ör., Tribe 2004), araştırmacı ağı (ör., Benckendorff ve Zehrer 2013) ve yeni teknolojiler (ör., Liburd 2012) tireler arasındaki bölümü, “gibi” den önceye alabilirmiyiz, gibi çok sayıda faktör etkilemektedir. Mevcut çalışma, turizm bilgisi üretiminde ortaya çıkan – önemli ancak nispeten daha az incelenmiş bir faktör olan – araştırma probleminin rolünü inceleyerek bu özel ilgi alanının takibini devam ettirmektedir. Problemler genel olarak araştırma faaliyetlerinin merkezi olarak kabul edilmiştir. Karl Popper, Thomas Kuhn ve Larry Laudan gibi ünlü bilim felsefecileri problemleri önemli ölçüde vurgulamışlardır.

Araştırmada problemlerin oynadığı bu önemli rol, bilim felsefesinin yeni yeni ortaya çıkan bir alt dalı olarak “problemolojiyi” ön plana çıkarmıştır (Lin, 1990, 1991, 2005). “Problemoloji” terimi ilk olarak 1987 yılında düzenlenen 8. Uluslararası Bilim Mantığı, Metodolojisi ve Felsefesi Kongresi’nde ortaya atılmıştır (Lin, 2005). Problem araştırması anlamına gelen problemoloji, problemlerin bir bütün olarak felsefi şekilde incelenmesi olarak kabul edilmektedir. İlk olarak felsefeciler tarafından tartışılmış olmasına rağmen, fizik (ör., Einstein ve Infeld 1961), matematik (ör., Hilbert 2009), yapay zeka (ör., Luger 2009) ve psikoloji (ör., Davidson ve Sternberg 2003) alanlarında çalışan araştırmacılar da bu başlığa ilgi göstermişlerdir. Böylelikle problemolojinin yaptığı çağrışımlar 1990’lardan bu yana genişlemiştir. Problemoloji günümüzde, ge-

nel anlamda sorunları incelemeye odaklanmış her çeşit çalışmayı ifade etmektedir (Zhang 2005).

Problemolojinin 1980’lerden itibaren kazandığı ivmelenmeye rağmen, turizm araştırması topluluğu buna pek ilgi göstermemiştir. Turizm araştırmacıları problemlerin genel doğasını anlamak yerine, tekil problemlerin çözümüne daha çok ilgi göstermiştir. Turizm alanyazını, ağırlayan-konuk çatışmaları, cinsiyet eşitsizliği, ikincil konutlar, turizm ile ilgili suçlar, bir kavram olarak turizmin belirsizliği ve turizmin disiplin olup olmadığı üzerine yapılan tartışmalar gibi spesifik sorunları içermektedir. Buna rağmen alanyazında doğrudan doğruya “bu problemlerin doğasının ne olduğunu” ve “bunların turizm bilgisi üretme sürecindeki rollerinin ne olduğunu” sorgulayan çalışmalar bulunmamaktadır. Problemlerin doğasına odaklanmış çalışmaların bulunmaması yanlış değildir; spesifik sorunları çözmeye çabalamak somut turizm bilgisinin üretilmesi açısından vazgeçilmez bir iştir. Ancak, problemler turizm araştırmalarının (diğer tüm bilimsel araştırmalarda olduğu gibi) temelini oluşturmaktadır; bu sebeple problemler hakkında daha fazla şeyin bilinmesi önemlidir. Çözülmesi gerekenin ne olduğuna yönelik oluşturulan özbilinç daha iyi çözümlerin ortaya konulabilmesine katkıda bulunabilir.

Bu çalışma ile turizm araştırması problemleri sistematik ve derinlemesine bir bütün olarak ele alınarak, yukarıda bahsedilen boşluğu doldurmak amaçlanmaktadır. Diğer bir deyişle bu çalışmada iki aşamalı bir araştırma ile, ilk defa olarak, bir turizm problemolojisi (TP) oluşturulmaya yada turizm için bir problemoloji uygulaması oluşturulmaya çalışılmıştır: ilk aşamada problemoloji yazını temelinde bir model yapısı oluşturulmuş, ikinci aşamada ise model ampirik açıdan tanımlanmış ve test edilmiştir. Bu noktada özellikle birbiri ile ilişkili üç soru ele alınmıştır: (a) Turizm problemlerinin doğası nedir? (b) Turizm problemlerine ne etki eder? ve (c) Turizm sorunlarının etkileri nelerdir? Bu çalışma ile turizm problemlerine ve turizm bilgisi üretiminin özdüşünümelliğine yönelik olan mevcut anlayış geliştirilebilir.

TURİZM PROBLEMLERİNİN KURAMSALLAŞTIRILMASI

Turizm problemolojisi (TP), tümevarım ya da tüm-dengelimi yolu ile gerçekleştirilebilir. Tümevarım

ile, TP aracılığında ne gibi spesifik turizm problemlerinin çözüldüğü özetlenebilir. Tümdengelim ile ise, mevcut problemoloji yazınından turizm problemolojisi ortaya çıkarılabilir. Bu çalışmada, mantıksal açıdan kullanılabilir ve pratik olarak gerekli bulunduğundan dolayı tümdengelim yaklaşımına başvurulmuştur. TP, problemolojinin turizm alanında somutlaştırılması ile ilgilidir; problemolojinin temel ilkeleri bu sayede TP'ye uygulanabilir. Problemoloji yeni yeni ortaya çıkmakta olan bir alan olsa da (Lin, 2005; Zhang, 2005), TP'nin kuramsal altyapısına hizmet edecek somut bir yazın yapısı oluşturulmuş durumdadır. Hâlihazırda mevcut olan bir yapıdan (ör. problemoloji yazını) yola çıkıldığından ve felsefe ile turizm arasında yapıcı bir dialog kurabildiğinden dolayı tümdengelim yaklaşımı uygulanabilir.

Tümdengelim yaklaşımı seçildikten sonra, TP'nin kuramsal altyapısı ortaya konulmuştur. Problemoloji ilk başlarda problemlerin felsefi açıdan incelenmesini ifade ederken, sonraları ortaya çıkan gelişmelerle birlikte daha geniş bir anlama kavuşmuştur (Lin 2005; Zhang 2005). Problemolojinin üç hiyerarşik düzeyi kapsadığı düşünülebilir. Bunlar; (a) etkili filozoflar tarafından işlenen klasik problem *çekirdeği*, (b) problemoloji terminolojisini kullanarak hazırlanmış problem odaklı çalışmalardan oluşan *ara düzey* ve (c) kendi disiplinleri ya da alanlarında faaliyet gösteren bilim insanları tarafından çalışılan problemler üzerindeki tartışmaları içeren *çeperdir*. Problemolojinin bu farklı düzeylerinin nasıl bir ilişki içerisinde olduğu ve birleşik bir sistemi nasıl oluşturdukları ise kendi başına önem arz eden bir sorudur. Ancak bu endişeler mevcut çalışmanın kapsamı dışındadır. TP'nin yapısı içerisinde bahsi geçen tüm bu düzeyler bulunmaktadır fakat bu çalışmada *çekirdek* düzeyine daha fazla ağırlık verilmiştir.

Eleştirel yazın taraması, problemolojinin üç temel bileşenden oluşan karmaşık bir içeriğe ve yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bunlar; problemlerin doğası, problemlerin öncülleri ve problemlerin sonuçlarıdır. İlk bileşen problemlerin ne olduğu ile ilgilenmektedir. Problemlerin birden çok anlamı vardır ve gerçekte bunlar kesin tanımların gözden kaçmasına yol açmaktadır (Lin 2005; Zhang 2005). Mantığın tanım kuramı ile sınınanan problemoloji yazını (Copi ve Cohen 2005; Hurley 2008), hem problemlerin çağrıştırdığı anlamları hem de problemler tarafından ifade edilen

anlamları ortaya koymuştur. Problemler üzerine yazında yer alan çok sayıda tanımdan altısı dikkate değerdir. Buna göre problemler; (a) araştırmacıların üstesinden gelmesi gereken zorluklar (Collingwood 1948; Dewey 1910; Popper 1972), (b) mevcut koşullar ile arzulan hedefler arasındaki engeller (Sternberg ve Spear-Swerling 1996), (c) açıklama idealleri ile mevcut kabiliyetler (Toulmin 1972) ya da mevcut ve ideal durumlar arasındaki boşluklar (He 1983; Lin 2005; Simon 1981), (d) herhangi bir kuramsal sistemdeki çelişkiler (Laudan 1977; Liu 1987), (e) insanların çözmesi gereken labirentler (Zhang 2005) ve (f) insanların bir durumdan ya da gözlemden türettikleri bulmacalar (Laudan 1977; Lin 2005) olarak tanımlanmıştır.

Problemlerin ifade edilmesine ilişkin çok sayıda sınıflandırma bulunmaktadır. Bu hakiki ve sahte, gerçek ve potansiyel, kontrol edilebilen ve edilemeyen, normal ve anormal, kavramsal ve ampirik, çözülmüş ve çözülmemiş, pratik ve kuramsal, açık ve kapalı, felsefi ve bilimsel gibi sınıflandırmalardır. Bunlar arasından Laudan (1977) tarafından yapılan kavramsal ve ampirik sınıflandırma diğerlerine nazaran daha kullanışlı görünmektedir. Ampirik problem "doğal dünya ile ilgili bize garip gelen ya da diğer bir deyişle açıklamaya ihtiyaç duyan herşey" (s. 15) iken; kavramsal problem, bir kuram "bazı içsel tutarsızlıklar sergilediğinde... [ya da] başka bir kuram ile çatıştığında" ortaya çıkar (p. 49). Bugüne kadar problemlerin anlamı ve sınıflandırılması üzerine evrensel bir uzlaşıya henüz ulaşılmamıştır.

Problemolojinin ikinci bileşeni, problemleri ortaya çıkaran çok sayıda faktörü içermektedir. Bu faktörler, kişisel ve çevresel olarak iki grupta ele alınabilirler (Zhang 2005: 293-296). Kişisel faktörler, araştırma tecrübesi (Popper 2001), paradigma bağlılık (Kuhn 1962), dünya görüşü (Patterson ve Williams 1998), bilgiye yönelik ilgi (Habermas 1978), araştırmacının bilgi altyapısı -arkaplan bilgisi- (Popper 1959; Laudan 1977), araştırmacının öznel -subjektif- durumu (ör. varsayım, şüphe, imgelem -hayal gücü-) (Einstein ve Infeld 1961) ve felsefi bakış açısı (Rosenberg 2008) gibi parçalardan oluşurken, çevresel faktörler araştırma topluluğunu (Kuhn 1962), araştırma geleneğini (Laudan 1977), tarihsel bağlamı (Collingwood 1948), kültürel bağlamı (Lyotard, 1984), problem durumunu (Sternberg ve Spear-Swerling 1996), bilimsel bilgiye

ve bilgi üretim şekline yönelik kamusal beklentiyi içerir (Gibbons 1994; Nowotny, Scott ve Gibbons 2001). Bu faktörler problemin tanımlanmasını, ortaya konmasını, değerlendirilmesini, seçilmesini ve çözülmesini etkileyebilirler. Yukarıda bahsedilen listeler detaylı olmamasına rağmen, kişisel-çevresel model bu faktörlerin ve aralarındaki karmaşık ilişkilerin anlaşılması için faydalıdır.

Problemolojinin üçüncü bileşeni ise problemlerin değeri üzerine odaklanmıştır. Problemlerin genel etkileri farklı bağlamlar içinde ele alınmıştır. Bu noktada Zhang (2005: 1)'in bahsettiği anekdot bu durumu anlatmaktadır: Bertrand Russell bir keresinde Cambridge Üniversitesi'nden felsefeci George Moore'a en iyi öğrencisinin kim olduğunu sormuştur. Moore'un buna cevabı derslerinde kendisine çok sayıda soru yönelten (problemlerin dışı vurumu) "Ludwig Wittgenstein" olmuştur. Yıllar sonra Wittgenstein gerçekten de Russell'dan daha fazla ün sahibi oldu. Bunun nedeni sorulduğunda, Moore'un cevabı; "Russell'ın sonraki kariyerinde çözeceği fazla bir problemi yoktu." olmuştur. Bu örnekte görüldüğü, felsefeciler motive olmak ve çalışmak için problemlere ihtiyaç duyarlar. Öyleki felsefeciler yaygın olarak *Çin'in Problemi* (Russell 1922), *İnsanın Problemleri* (Dewey 1965), *Hayat Problem Çözmektir* (Popper 1999) gibi kitaplarında problemlerin bu genel önemini vurgulamışlardır.

Yaygın şekilde atfedilen bu önemden ayrı olarak, problemlerin araştırmalar üzerinde doğrudan ve daha belirgin etkileri vardır. Problemler, araştırma faaliyetlerini başlatmanın, yönetmenin ve değerlendirmenin esasıdır. Bu fikir, ya da belirli bazı parçaları, Dewey'in (1910) beş aşamalı araştırma metodolojisinde, Popper'ın (1959) bilimsel araştırmanın mantığında, Laudan'ın (1977) bilimsel ilerleme modelinde, Lakatos'un (1978) araştırma programı kavramında bulunabilir. Popper'ın (1972: 164) ünlü araştırma modeli. P1—GK—HA—P2 bu fikir için için iyi bir açıklamadır.

P1 başlangıç problemidir. GK ("geçici kuram⁴") ise ilk olarak ulaştığımız imgesel varsayımsal çözümdür (ör. ilk geçici yorumumuz). HA ("hata ayıklama") ise varsayımımız, geçici yorumumuz üzerinde yapılan ciddi bir eleştirel incelemeden ibarettir... P2, problemlerimizin çözümü için yaptığımız ilk ciddi girişimin sonucunda ortaya çıkan problem vaziyetidir. Bu bizi ikinci (ve da-

ha çok) denemeyi yapmaya itecektir. Eğer yorum—hipotez—...yeni problemlere yeni bir ışık tutabilirse... ya da eğer... kimileri başlangıç olarak görülmemiş bir çok alt problemi açıklayabilirse... tatmin edici bir anlayışa ulaşılabilecektir. Böylece, P1'i daha sonraları karşılaştığımız problemler (Pn) ile karşılaştırarak yaptığımız ilerlemeyi ölçebileceğimiz söylenebilir.

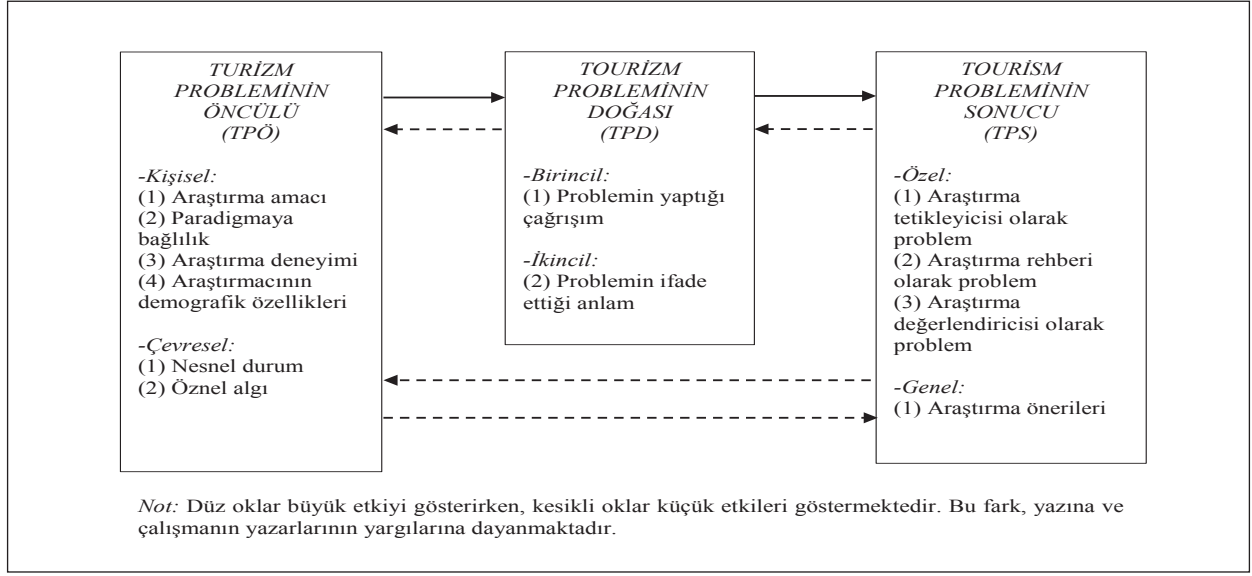
Bu atfın temelindeki fikir, herhangi bir bilimsel araştırmanın problem çözme etkinlikleri ile güdülendiği, bu etkinlikler tarafından yönlendirildiği ve bu etkinlikler aracılığıyla değerlendirildiğidir. Bilim, problemlerin genel ve özel etkilerini kendi başlarına önemli araştırma konuları haline getirmektedir (Lin 2005; Zhang 2005).

Problemolojinin temel kavramları (ör. problemin doğası, problemin öncülü ve problemin sonucu) ortaya konulduktan sonra TP oluşturulmuştur. Bu çalışmada tündengelim mantığı temelinde TP; turizm araştırması problemlerinin doğasını, öncüllerini ve sonuçlarını bir bütün olarak kendine özgü şekilde, sistematik ve derinlemesine inceleyen bir çalışma alanı olarak tanımlamıştır. Problemoloji gibi TP de üç parçadan oluşmaktadır: (1) turizm probleminin doğası (TPD), turizm probleminin öncülleri (TPÖ) ve turizm probleminin sonuçları (TPS). Bu parçalar, iki tip etkinin birarada olduğu, içiçe geçmiş bir yapı içerisinde bulunmaktadır: temel etki olarak TPÖ→TPD→TPS; küçük etkiler olarak TPD→TPÖ, TPS→TPD/TPÖ ve TPÖ→TPS (Şekil 1).

Bu yapılar ve yapıların birbirleri ile ilişkileri problemoloji yazını ve model kuramlarının incelenmesi tarafından belirlenir (Giere, 2004; Hodges, 1993). Model, yapıları üç aşamadan oluşmaktadır: (a) ilk aşamadaki TPD, TPÖ ve TPS; (b) ikinci aşamadaki kişisel ve çevresel TPÖ'leri, birincil ve ikincil TPD'ler, özel ve genel TPS'ler; ve (c) üçüncü aşamada (b)'ye ait yapılar.

(a) ve (b)'deki yapılar doğrudan doğruya problemoloji yazınından çıkartılmıştır. (c)'deki yapılar ise problemoloji yazını ile yazarların deneyimlerinin bir sentezinden oluşmaktadır. Kişisel TPÖ, araştırma amacı, paradigmaya bağlılık, araştırma deneyimi ve araştırmacının demografik özellikleri olarak dört boyut altında sınıflandırılmıştır. Çevresel TPÖ, nesnel durum ve öznel algı olmak üzere ikiye bölünmüştür. TPS, problemlerin araştırmanın erken, orta ve sonuç aşamalarındaki etkilerini temsil edecek üç alt boyut şeklinde düzenlenmiştir.

⁴ Çevirmenin notu: Geçici kuram (tentative theory), test edilmek üzere önerilmiş olan kuramdır.



Şekil 1. Turizm Problemolojisi (TP) Kuramsal Modeli

Bu boyutlar, araştırma tetikleyicisi olarak problem, araştırma rehberi olarak problem ve araştırma değerlendiricisi olarak problemdir. Yapılar arasındaki ana ilişkiler, problemoloji yazınında TPÖ, TPN ve TPS arasındaki doğal mantık temelinde ele alınmıştır. Sosyal bilimlerde yapılar arasındaki ilişkiler ikili ve dinamik (Neuman, 2006) olma eğiliminde olduğundan dolayı küçük etkiler de ele alınmıştır. Bu etkiler modeli daha gerçekçi hale getirmek için ilave edilmiştir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Önemli özellikler: Kuramsal model oluşturduktan sonraki aşama, modelin ampirik olarak test edilmesidir. TP modeli Çin'de faaliyet gösteren turizm araştırmacılarından anket yoluyla toplanan veriler üzerinden test edilmiştir. Ampirik testin üç önemli özelliği bulunmaktadır. Bu özelliklerin ilki, modelin test edilmesinin ve belirlenmesinin eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiş olmasıdır. Geleneksel olarak, test edilecek modelin tamamen belirlenmiş olması yani gerçeği ne ölçüde temsil ettiğinin bilinmesi gerekmektedir (Giere, 2004; Hodges, 1993). Hâlbuki TP modeli henüz tamamen belirlenmemiştir. Modelin üçüncü düzeyinde yer alan çok yönlü yapıların (ve bu yapıların kendi alt boyutlarının) belirlenmesi gerekmektedir. Bu belirleme işlemi ise gerçek bir ölçüme tabi tutulmadan başarılamaz.

İkinci özellik ise, testin, yapılar arasındaki özel ilişkilerin belirlenmesi amacı ile üçüncü düzeydeki yapılara uygulanmış olmasıdır. Birinci ve ikinci düzeydeki ilişkilere, teste dayalı sonuçlardan ulaşılmıştır. Üçüncü düzeye ait dört yapı (ör. ikincil TPD, genel TPS, araştırma rehberi olarak problem ve araştırma değerlendiricisi olarak problem), modeldeki diğer üçüncü düzey yapıların karmaşıklığı ve veri toplamanın olanaklılığı açısından çalışma dışında bırakılmıştır. Çünkü tüm yapıları birleştirerek oluşturulacak bir veri toplama aracı (anket) gereksiz şekilde uzun olacaktır. Bu kısıtlamalar göz önüne alındığında, testin, modelin anahtar yapılarının temel etkilerini kapsadığı görülmektedir.

Üçüncü özellik ise, modelin karmaşık doğası gereği ortaya çıkan, veriler arasındaki doğrusal olmayan ve belirsiz ilişkiler, geleneksel model testini gerçekleştirmeyi engellemiştir (ör. modelleri, belirli hipotezlere çevirerek test etmek). Buna alternatif olarak açık uçlu sorular test hipotezleri yerine kullanılmıştır (bilgi için, Cooley ve Lewkowicz 2003): (a) Bir problemin çağrıştırdığı şey nedir? (b) Kişisel TPÖ'leri (ör. araştırma amacı, paradigmaya bağlılık, araştırma deneyimi ve araştırmacının demografik özellikleri) ve çevresel TPÖ'leri (ör. nesnel durum ve öznel algı) problemin yaptığı çağrışımı nasıl etkilerler? ve (c) Araştırma tetikleyicisi olarak problemin yaptığı çağrışımın, problemin üzerindeki etkisi nedir?

Veri toplama aracı: Veri toplamak amacı ile yapılandırılmış anket kullanılmıştır. Anket ile üçüncü düzeye dâhil olan sekiz yapı grubunun ölçülmesi amaçlanmıştır. Yazarların, veri toplama aracı olarak kalitesini meslektaşlarının önerileri ve işbirlikleri ile oluşturduğu nihai anket dört bölümden oluşmaktadır (Tablo 1). I. Bölüm, TPD'nin göstergeleri arasından görece direkt olan problemin yaptığı çağrışımı ölçmek için kullanılmıştır. Bu yapıyı ölçmek için iki madde kullanılmıştır: [a] altı problem tanımını içeren, yedi seçenekten oluşan çoktan seçmeli bir soru (problemoloji yazınından çıkartılmış altı soru; 1= turizmdeki çelişkiler, 2= turizm fenomeni içindeki bulmacalar, 3= ideal/normal ve mevcut/anormal turizm koşullarının arasındaki boşluklar, 4= turizm fenomeni labirenti, 5= turizm gelişmesinin önündeki engeller ve 6= turizm araştırmacılarının baş etmeleri gereken zorluklar ve alternatif olarak 7= diğer) ve [b] alternatif seçenek olan diğer seçildiğinde cevaplanması için koyulan bir açık uçlu soru (Peki, turizm problemleri üzerine sizin tanımınız nedir?).

II. bölüm ile kişisel TPD'nin dört alt boyutunu ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma amacı, Habermas'ın (1987) "insanın ilgisi ya da bilgide aksiyolojik⁵ inanç" da yapmış olduğu teknik, pratik ve özgür bırakan, sınıflandırması temel alınarak, bir soru ile ölçülmüştür. Bu soru beş seçeneğe sahip bir çoktan seçmeli sorudur: 1= [turizm araştırmasının amaçları] turizm fenomenini kontrol etmek ve olasılıkları tahmin etmek amacı ile turizmin düzenini⁶ bulmak (güçlü teknik amaç), 2= turizm fenomenini kontrol etmek ve bir ölçüde olasılıkları tahmin etmek için açıklamalar getirmek (zayıf teknik amaç), 3= olumlu değişiklikler yapabilmek için turizmin gerçeklerini kritize etmek (özgür bırakan amaç), 4= etkileyebilmek amacı ile turizm fenomenini anlamak (pratik amaç), ve 5= bu sayılanların hepsi olabilir (içiçe geçmiş amaç). İkinci ve beşinci seçenekler, araştırmanın amacının içiçe geçtiği durumları yansıtmak üzere eklenmiştir.

⁵ Çevirmenin notu: Aksiyoloji (değerbilgisi, değer öğretisi), değerler üzerine çalışan, değerlerin doğasını, ne türden şeylerin kendi içinde "değer" taşıdığını bir sıradüzen içinde ele alarak, etik, din ve estetiği de göz önünde tutarak inceleyen felsefe dalıdır (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü, Uzun, Uzun ve Yolsal. (2003). Felsefe Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat).

⁶ Çevirmenin notu: Burada yazarlar turizm olayının iç işleyişini kontrol eden dinamiklerin ortaya koyduğu ilişkiler bütünü nü ifade etmek için "düzen" terimini kullanmışlardır. Ör. Dünya'nın düzeni.

Paradigma bağlılığı üç madde ile ölçülmüştür: (a) ontolojik⁷ inanış (çoktan seçmeli: 1= turizm fenomeni bizim dışımızda gerçekleşmektedir ve tarafımızdan tamamen bilinebilir [naif gerçekçilik⁸]; 2= turizm fenomeni bizim dışımızda gerçekleşmektedir fakat tarafımızdan ancak kısmen bilinebilir [gerçekçilik⁹]; 3= turizm fenomeni gerçektir ve bu gerçek, tarih, iktisat, etik, cinsiyet vb. tarafından birarada belirlenir [tarihsel gerçekçilik¹⁰]; 4= gerçek turizm fenomeni yoktur, bunların hepsi öznel olarak inşa edilmiştir [öznellik¹¹]; ve 5= bunların hepsi olabilir [görecelik¹²]; (b) epistemolojik¹³ inanış (çoktan seçmeli: 1= araştırmacı ve konu kesinlikle ayrı tutulmalıdır [nötralizm]; 2= araştırmacı ve konu ayrı tutulmalıdır [revize nötralizm]; 3= araştırmacı ve konu etkileşim içinde olmalıdır [etkileşimcilik]; 4= araştırmacı ve konu içiçe geçmelidir [öznelerarasılık]; ve 5= bunların hepsi olabilir [görecilik]); (c) metodolojik inanış (çoktan seçmeli: 1= [turizm araştırması] kesinlikle nicel olmalıdır; 2= öncelikle nicel olmalıdır; 3= öncelikle nitel olmalıdır; 4= kesinlikle nitel olmalıdır; ve 5= bunların hepsi olabilir). Madde değerleri paradigma yazınından elde edilmiştir (Guba 1990; Guba ve Lincoln 2005; Patterson ve Williams 2005).

⁷ Çevirmenin notu: Ontoloji (varlıkbilgisi), varoluşun doğası ile gerçekliğin varlıksal yapısını soruşturan varlık bilimi, varlık felsefesidir (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü vd. a.g.e., 2003).

⁸ Çevirmenin notu: Naif gerçekçilik (naive realism), dünyada var olan şeylerin, belirsizlikler ve kuşku dikkate alınmaksızın, doğrudan doğruya anlanabileceğini savunan öğretidir.

⁹ Çevirmenin notu: Gerçekçilik (realizm) en genel anlamı ile nesnelere, her ne kadar aykırı görünselerde, olayları da aynı şekilde oldukları gibi içtenlikle kabul etme tutumudur (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü vd. a.g.e., 2003).

¹⁰ Çevirmenin notu: Tarihsel gerçekçilik (historical realism), görünümünün kökenine inilmesi ve ontolojik temellerinin sorgulanması, tarihsel gelişiminin ortaya konması ve gelecekte sergileyeceği mümkün gelişim eğrilerine dair bazı esnek çıkarımlarda bulunulmasını esas alan öğretidir (Kavram ile ilgili bkz. Göçmen, D. ve Kaya, G. (2013). Adam Smith'in Siyaset Felsefesine Dair Bir Kuramsal Çerçeve. FLSF 15, ss85-109).

¹¹ Çevirmenin notu: Öznellik (sübjektivizm), nesne ile nesnel olana karşı, her koşulda özne ile özneye ilgili olanı temele koyarak değerlendirme tutumu; bütün değer yargılarının kişinin öznelliğine indirgenerek anlaşılması yaklaşımıdır (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü vd. a.g.e., 2003).

¹² Çevirmenin notu: Görecelik, diğer adı ile relativizm, en genel anlamı Protagoras'ın "Her şeyin ölçüsü insandır" anlayışında bulan, bütün bilgi ve değerlerin görel olduğunu ileri süren öğretidir (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü vd. a.g.e., 2003).

¹³ Çevirmenin notu: Epistemoloji (bilgikuramı, bilgebilim, bilgi felsefesi, bilgi öğretisi), bilimlerin ortaya koydukları felsefi sorunları inceleyen, tek tek bu bilimlerin yöntemlerini, ilkelere, varsayımlarını ve sonuçlarını eleştirel bir gözle soruşturan felsefe dalıdır (Kavram ile ilgili bkz. Güçlü vd. a.g.e., 2003).

Araştırma tecrübesi beş madde ile ölçülmüştür: kaç yıldır turizm araştırması ile uğraşıyorsunuz (boşluk doldurma), yayın özelliği (çoktan seçmeli: 1= uluslararası düzeyde önemli, 2= uluslararası, 3= yerel düzeyde önemli, 4= yerel, ve 5= diğer ya da yayını yok), yazına hakimiyet (5'li Likert ölçeği, 1= çok düşük, 5= çok yüksek), katılan konferans sayısı (boşluk doldurma), ve yüklendiği araştırma projesi sayısı (boşluk doldurma). Araştırmacıların demografik özelliklerini ölçmek üzere yaş (boşluk doldurma), cinsiyet (çoktan seçmeli, 1=erkek ve 2=kadın), eğitim (çoktan seçmeli: 1= doktora, 2= yüksek lisans, 3= lisans, ve 4= diğer), akademik durum (çoktan seçmeli: 1= turizm profesyoneli ve 2= turizm mezunu), ve akademik uzmanlık (boşluk doldurma).

Üçüncü bölümde çevresel TPÖ'nün alt boyutlarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Nesnel durum (araştırma çevresinin), iki madde ile ölçülmüştür: çalışılan kurumun yeri (Çin'deki 33 il/eyalet arasında çoktan seçmeli) ve kurum çeşidi (çoktan seçmeli: 1= uluslararası tanınırlığı olan Çin üniversiteleri [bu üniversiteler "985"ler olarak anılmaktadır], 2= yerel tanınırlığı olan üniversiteler [bu üniversiteler "985"ler dışlanarak "211"ler olarak anılmaktadır], 3= sıradan üniversiteler, 4= kolej/yüksekokul, ve 5= diğer). "985" ve "211" üniversitelerinin Çin hükümetinin güttüğü ve hükümet yatırımları yoluyla dünyaca ünlü araştırma odaklı üniversiteler oluşturma politikaları sonucu ortaya çıktıkları not edilmeli-

dir. Hükümet 1995 yılında 112 üniversiteyi "211" üniversiteleri olarak belirlenmiştir. Bu listede yer alan en iyi 39 üniversite ise 1998 yılında "985" üniversiteleri olarak seçilmiştir.

Araştırma çevresine dair öznel algı mikro, mezo ve makro düzeylerde ölçülmüştür. Mikro çevre algısı katılımcıların çalıştıkları bölüm/okulların beş boyutta değerlendirilmesi ile ölçülmüştür: ortalama araştırma atmosferi, araştırma çıktısı için talebin katılığı, araştırma rekabeti, araştırma koşullarının uygunluğu, araştırma kaynaklarının ulaşılabilirliği (5'li Likert ölçeği, 1= çok düşük, 5= çok yüksek). Mezo çevre algısı araştırmacıların çalıştıkları kurumları beş boyut altında değerlendirmesi ile ölçülmüştür: gevşek-katı, kaotik-organize, faydacı-faydacı olmayan, işbirlikçi-işbirlikçi olmayan, araştırmayı engelleyen-araştırmaya teşvik eden (7'li semantik farklılıklar ölçeği). Makro çevre algısı ise Çin'in akademik ortamını, mezo düzeyde kullanılan beş madde ile ölçülmüştür.

IV. bölümde, TPS'nin odağı olan araştırma tetikleyicisi olarak problem, problem önerisi, değerlendirme ve seçimi boyutları altında ölçülmüştür. Problem önerisi bir madde ile ölçülmüştür: Lütfen, çözülmesi önemli olan üç adet turizm problemi öneriniz. Problem değerlendirme, Çin Ulusal Turizm İdaresi tarafından turizm araştırma projesi olarak önerilen (2007-2011) ve yazarlar tarafından genel turizm yazınından derlenen 20 madde (prob-

Tablo 1. Ölçüm Araçları

Veri Kategorisi	Ölçülen Değişkenler	Madde Sayısı	Ölçek Tipi
TPD (Birincil)	Problemin yaptığı çağrışım	2	Çoktan seçmeli Açık uçlu soru
TPÖ (Kişisel)	Araştırmanın amacı	1	Çoktan seçmeli
	Paradigmaya bağlılık	3	Çoktan seçmeli
	Araştırma deneyimi	5	Boşluk doldurma Çoklu seçmeli 5'li Likert
TPÖ (Çevresel)	Araştırmacının demografik özellikleri	5	Boşluk doldurma Çoktan seçmeli
	Nesnel durum	2	Çoktan seçmeli
	Öznel algı (mikro)	5	7'li Likert
	Öznel algı (mezo)	5	7'li Semantik farklılıklar
TPS (Araştırma tetikleyici olarak problem)	Öznel algı (makro)	5	7'li Semantik farklılıklar
	Problem önerisi	1	Açık uçlu soru
	Problem değerlendirmesi	20	5'li Likert
	Problem seçimi	1	Açık uçlu soru

Not: TPD (Turizm probleminin doğası), TPÖ (Turizm probleminin öncülü), TPS (Turizm probleminin sonucu).

lem) ile ölçülmüştür (5'li Likert ölçeği, 1= hiç önemli değil, 5= çok önemli). Bu problemler, Tribe'in (2009) turizm soruları sınıflandırması (gerçeklik-, erdem- ve estetik-yönelimi) temel alınarak üç gruba ayrılmıştır: gerçeklik, erdem, estetik. Problem seçimi ise bir madde ile ölçülmüştür: Bu 20 turizm problemi arasından hangi üçünü, araştırma konusu olarak seçersiniz?

Veri toplama ve araştırmacıların demografik özellikleri. Anket, Çin anakarasında faaliyet gösteren turizm araştırmacılarına dağıtılmıştır. Uluslararası turizm topluluğuna dâhil olan Çin'li araştırmacılar çalışmaya katılmamış olmasına rağmen, bu örneklem doğru bir örneklemdir. Katılımcılar, turizm profesyonelleri ve turizm mezunları olarak iki ana grupta toplanmıştır. Birinci grupta, rassal olarak seçilmiş 40 adet turizm eğitim kurumundan 396 tane profesyonel araştırmacı ve 2010 Lisansüstü Turizm Eğitimi Fuarına katılmış olan 34 Çinli turizm uzmanı bulunmaktadır. İkinci grupta ise Çin'in önde gelen turizm okullarında yüksek lisans eğitimi alan 31 kişi ve 2011 Lisansüstü Turizm Araştırmaları Forumu'na katılmış 25 doktora adayı bulunmaktadır. Katılımcılar Çin'in farklı bölgelerinden dâhil olduklarından dolayı, Çin lisansüstü öğrencilerini temsil edecek uygunlukta bir örneklemdir. Katılımcıların e-posta adresleri, çalıştıkları kurumlardan, fuar ve forum listelerinden elde edilmiştir.

Lisansüstü eğitim alan ve turizm uzmanı olan katılımcılar amaca yönelik olarak, kotalı ve tabaka-

lı rassal örnekleme yöntemleri bir arada kullanılarak seçilmişlerdir. 2012 yılı verilerine göre Çin'de 436 kurum lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi vermektedir: "985"lerden (n=20), "211"lerden (n=41), sıradan üniversitelerden (n=123) ve kamu/özel kolej/yüksekokul'lardan (n=252). Her dört kategori için 10 üniversite rassal olarak seçilmiştir; ilk iki kategoriye, araştırma odaklı olduklarından dolayı öncelik tanınmıştır. Seçilen araştırmacıların e-posta adresleri, çalıştıkları kurumların resmi internet adreslerinden alınmıştır. İnternet sayfası olmayan ya da sayfasında araştırmacılarının e-posta adresleri bulunmayan üniversitelerin yerine, aynı bölgede faaliyet gösteren benzer dereceye sahip üniversiteler kullanılmıştır. Seçilen kurumlara bağlı olarak faaliyet göstermesine rağmen, herhangi bir nedenden e-posta adresi kullanılmayan araştırmacılar, çalışma dışında bırakılmışlardır.

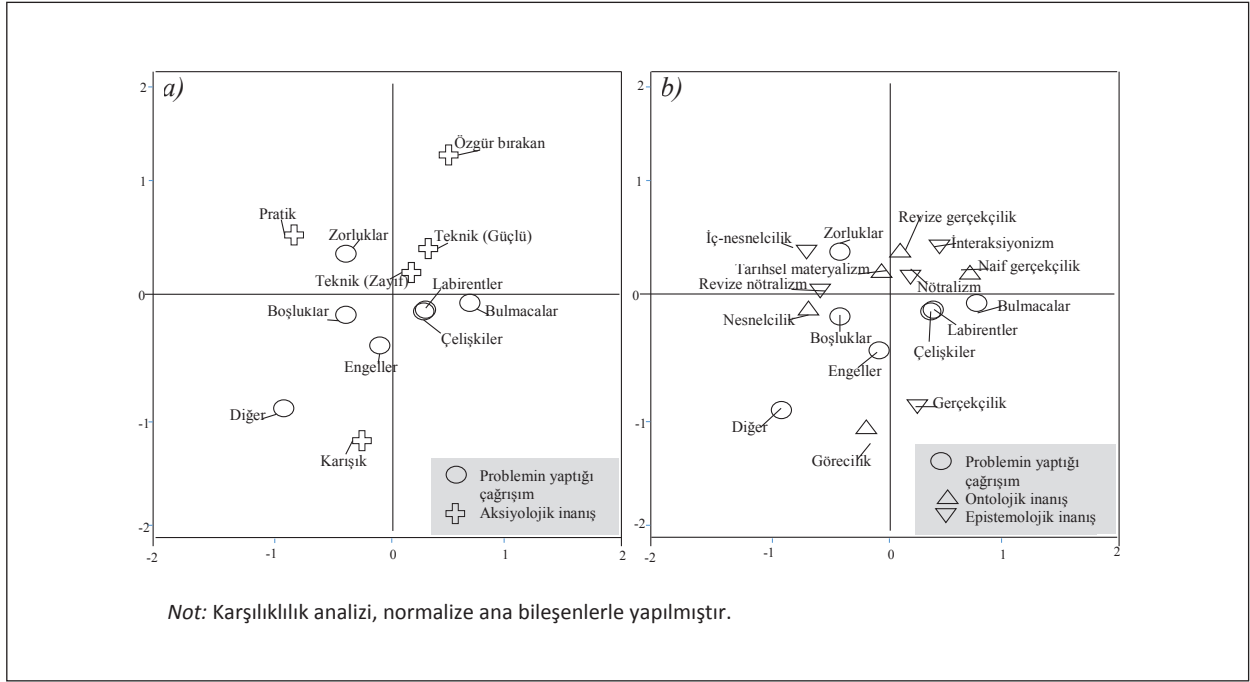
Hedef araştırmacılarla, ticari bir çevrimiçi anket sağlayıcısı aracılığı ile üç-aşamalı anket için iletişime geçilmiştir. İlk aşamada (Aralık 2011), anket davetinin yer aldığı e-postalar 486 araştırmacıya gönderilmiştir; bunun sonucunda 92 geçerli dönüş sağlanmıştır. İkinci aşamada (Ocak 2012), dönüş alınamayan araştırmacılara tekrar e-posta atılmıştır. Bunun sonucunda 84 adet dönüş daha sağlanmıştır. Üçüncü aşamada (Mayıs 2012), 36 ek dönüş daha sağlanmıştır. Bu üç aşama sonunda toplam

¹⁴ Correspondence analysis.

Tablo 2. Problemin Yaptığı Çağrışımlı Tahmin Etme Özelliğine Sahip TPÖ'ler

	β	Standart hata	df	F	p
Bağımsız değişkenler			3		
Düzen (Üniv.)a	-.583	.341	5	2.921	.036
Düzen (Çin)	-.506	.316	4	2.563	.030
Katılık (Çin)	.445	.273	4	2.667	.035
Epistemolojik inanış	.279	.107	4	6.757	.000
Kurum tipi	.218	.102	4	4.514	.002
Aksiyolojik inanış	.209	.102	4	4.148	.003
Ontolojik inanış	.179	.097	4	3.427	.011
	Düzeltilmiş R2	F	p		
Ölçüm özeti	.222	1.758	.002		

Not: aBu değişken katılımcıların görev yaptıkları kurumun araştırma çevresi hakkındaki algılarını, kaotik-düzenli olup olmadığını ölçmektedir (7'li semantik farklılıklar ölçeği). Aynı durum "Katılık" (Çin) ve "Düzen" (Çin) değişkenleri için de geçerlidir. bBu istatistik, bootstrap tahminine dayanmaktadır (bootstrap örnekleme= 1000).



Şekil 2. Kişisel TPÖ'nün, Problemin Yaptığı Çağrışım Üzerindeki Etkileri

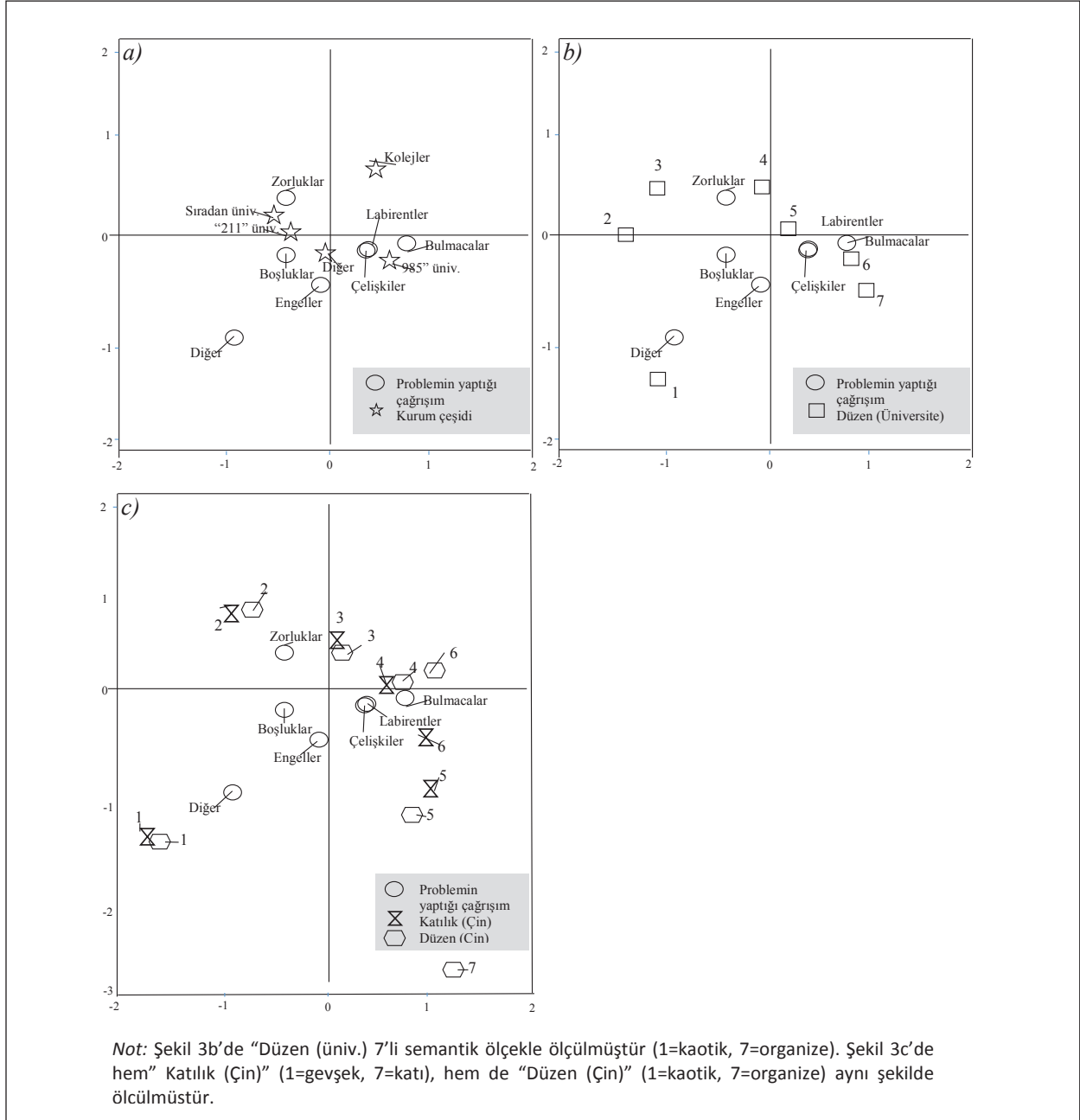
212 örnek (%43,62 dönüş oranı) toplanmıştır. Katılımcılar arasında turizm profesyonelleri %73,68 iken, turizm mezunları %26,32 olarak ortaya çıkmıştır. Cinsiyet dağılımları, %51,2 erkek ve %48,8 kadın olmak üzere neredeyse eşit çıkmıştır. Yaş grupları göz önüne alındığında katılımcılar beş grupta toplanmıştır: 21–25 (%14,6), 26–30 (%10,4), 31–40 (%44,8), 41–50 (%24,5), ve 51–60 (%5,7). Eğitim durumu göz önüne alındığında katılımcıların %57,4'ünün doktora, %37,3'ünün yüksek lisans ve %5,3'ünün lisans derecesine sahip olduğu görülmüştür. Branşlar göz önüne alındığında 17 akademik disiplin üzerinde bir dağılım gözlenmiştir. Bu disiplinler arasında ilk üç %54,25 ile yönetim-organizasyon, %23,58 ile coğrafya ve %5,66 ile iktisat olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcılar arasında "985"lerden mezun olanların oranı %40,1 iken, "211"lerden %9,9, sıradan üniversitelerden %44,3, kolej/yüksekokullardan %2,4 ve diğer kurum türlerinden %3,3'lük bir mezuniyet oranı ortaya çıkmıştır.

Veri analizi: Veriler öncelikle çok değişkenli analize ve nitel içerik analizine tabi tutulmuşlardır. İstatistiksel açıdan anlamlı ilişkileri saptamak için kategorik regresyon modellemesi kullanılmıştır. Verilerin çoğunluğu süreklilik arz etmemektedir (Tablo 1). Regresyon modeli istatistikleri (ör. b, q ve

R2), istatistiki düzeyleri ve ilişkilerin yoğunluğunu yakalamıştır. Kovaryans değerlerini yorumlayabilmek üzere karşılıklılık analizi¹⁴ yapılmıştır. Bu yöntem, değişkenlerin değerleri arasındaki ilişkilerin görsel açıdan tespiti için, iki ya da daha fazla değişkenin iki boyutlu bir uzayda gösterilmesine dayanmaktadır. Genel olarak, iki değişkenin değerleri arasında benzer bir rota varsa ve bu değerler aynı boşluğa denk düşüyorsa, bu değişkenler birbirleri ile ilişkilidir, ya da diğer bir değişkenle kovaryansa sahiptirler (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2010). Ayrıca, problemin yaptığı çağrışımın, problemin değerlendirilmesi üzerindeki etkisini saptamak üzere, 20 test probleminin farklı problem tanım grupları arasında ortaya çıkan anlamlılığının değerlendirilmesi için tek-yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Turizm problemlerinin doğası: Turizm problemlerinin tanımlanmasına yönelik katılımcı cevapları geniş bir eksenle çeşitlilik göstermektedir. Yedi seçenek arasında en çok tercih edilen seçenek "turizm araştırmacılarının baş etmeleri gereken zorluklar (%39,7)" seçeneğidir. Bu seçeneği "turizmdeki ilişkiler (%21,1)", "turizm fenomeni içindeki bulmaca-



Şekil 3. Çevresel TPÖ'nün, Problemin Yaptığı Çağrışım Üzerindeki Etkileri

lar (%13,4), "turizm gelişmesinin önündeki engeller" (%9,1), "ideal/normal ve mevcut/anormal turizm koşullarının arasındaki boşluklar" (%6,7), "turizm fenomeni labirenti" (%6,7), ve "diğer" (%3,4) olarak takip etmektedir. Bu sonuçlar, katılımcıların çoğunun turizm problemlerini uğraşması zor ve çelişkili bulduğunu göstermektedir.

Turizm problemlerinin tanımına yönelik açık uçlu cevaplar ise üç grup altında toplanmıştır. İlk grup turizm problemlerine yönelik açık tanımlamaları içermektedir. Bu tanımlamalar: "gerçeklikten gelen ve kuramsal önemi olan bir problem" (Katılımcı #81, doçent doktor, kadın, 37); (turizm gelişmesi sürecinde yaygın olarak bulunan bilim-

sel problemler ve turizm kuramlarının gelişimi içinde bulunan yapısal bilimsel problemler" (Katılımcı #114, doçent doktor, erkek, 38), ve "turizmin kavramsal sistemleri ve genel düzeni ile ilgili tartışma ve uygulamalar" (Katılımcı #199, lisansüstü, erkek, 35). İkinci grup ise turizm problemlerini tanımlamanın zorluklarına değinmiştir. Bunlara göre: "[turizm problemini tanımlama] büyük bir projedir ve [turizm problemleri] kolaylıkla açıklanamaz" (Katılımcı #129, profesör, erkek, 58) ve "[turizm problemlerini tanımlamak] zorluklar içerir ve [turizm] ancak kendini adayarak bilinebilir" (Katılımcı #172 doçent doktor, erkek, 37).

Üçüncü grup ise yöneltilen soru karşısında kafası karışan iki katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcılardan biri, "[Ben] bunu daha önce düşünmemiştim. Ben sadece yukarıda verilmiş tanımların hiç profesyonel olmadığını düşünüyorum. Akademik turizm problemi nedir? Turizm araştırma problemleri, turizm araştırmasının problemlerinden farklı mıdır? Sorunuz karşısında kafam karıştı (Katılımcı #164, profesör, erkek, 52)" şeklinde yanıtlamıştır. Anlaşıldığı kadarı ile ikinci ve üçüncü gruplar araştırma aracının (anketin) geçerliliği konusunda şüphe duymaktadırlar. Fakat bu sayının az olması sebebi ile anketin uygun olduğu düşünülmektedir.

Turizm problemlerinin öncülü: Veri analizi sonucu, bir problemin yaptığı çağrışımın hem kişisel hemde çevresel TPÖ'den etkilendiği görülmüştür (Tablo 2). Kişisel TPÖ'nün incelenmesi sonucu, problemim yaptığı çağrışımın araştırmacının aksiyolojik inanışına göre değişim gösterdiği görülmüştür. Şekil 2a'de karşılıklılık analizi sonucu elde edilmiş üç ilişki sunulmuştur. Bu ilişkiler, zorluklar/boşluklar ile pratik ilgi, çelişkiler/bulmacalar/labirentler ile güçlü teknik/zayıf teknik ilgi ve engeller/diğer ile karışık ilgiler arasındadır. Buna ek olarak, paradigmaya bağlılığa ait iki değişken (ör. ontolojik inanış ve epistemolojik inanış) ile problemin yaptığı çağrışım arasındaki ilişkilerde sunulmuştur. Şekil 2b ontolojik inanış ile problemin yaptığı çağrışım yani, tarihsel materyalizm ile zorluklar, öznelcilik ile boşluklar, naif gerçekçilik ile çelişkiler/bulmacalar/labirentler ve görecelik ile engeller/diğer arasındaki ilişkileri vermektedir.

Epistemolojik inanışın problemin yaptığı çağrışım ile ilişkisi ise, öznelarasılık/revize nötralizm ile zorluklar, revize nötralizm ile boşluklar, nötralizm/etkileşimcilik ile çelişkiler/bulmacalar/la-

birentler, ve görecelik ile engeller üzerinden açıklanmıştır. Bu ilişkiler sonucunda, farklı araştırma amaçlarına ve farklı paradigma bağlılıklarına sahip araştırmacıların, turizm problemlerini farklı şekillerde algıladıkları ortaya çıkmıştır. Diğer iki kişisel TPÖ faktörü olan araştırma deneyimi ve araştırmacının demografik özellikleri ile problemin yaptığı çağrışım arasında ilişki olmadığı görülmüştür.

Çevresel TPÖ'nün, problemin yaptığı çağrışım üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır. Şekil 3a'da, kurumlara çeşitlerine ait dört değişkenin, problemin yaptığı çağrışımına ait değişkenler ile ilişkileri sunulmuştur: sıradan üniversiteler/"211"ler ile zorluklar, "211"ler ile boşluklar, "985"ler ile çelişkiler/bulmacalar/labirentler ve diğer ile engeller/diğer.

Katılımcılara göre mikro araştırma çevresi (birim/okul) ile problemin yaptığı çağrışım arasında bir ilişki yoktur. Buna karşın, meso (üniversite) ve makro (ülke) araştırma çevresi, problemin yaptığı çağrışım ile ilişki içerisindedir.

Mezo düzeyde yer alan beş değişkenden biri olan "organizasyon"un, problemin yaptığı çağrışım üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Şekil 3b'de ilişkiler tanımlanmıştır: görev yaptıkları üniversitenin organizasyonuna nötr-olumsuz olan katılımcılar turizm problemlerini "zorluklar" olarak tanımlarken, üniversitelerine karşı pozitif algısı olan katılımcılar turizm problemlerini, çelişkiler/bulmacalar/labirentler olarak tanımlamıştır. Bunun yanı sıra düzen (üniversite), faydacılık (üniversite), işbirliği (üniversite) ve araştırma promosyonu (üniversite) değişkenlerinin, problemin yaptığı çağrışım üzerinde bir etkisi olmadığı bulunmuştur.

Makro düzeyde ise, beş değişkenin ikisi olan katılık (Çin) ve organizasyon (Çin) değişkenlerinin, problemin yaptığı çağrışım ile ilişkisi olduğu saptanmıştır. Özellikle, Çin'in araştırma çevresini "katılık" bağlamında çok gevşek, gevşek yada nötr bulan katılımcılar, turizm problemlerini ankette verilen altı tanımdan farklı şekilde tanımlamışlardır (Şekil 3c). Benzer bir dağılım da organizasyon (Çin) ile problemin yaptığı çağrışımda görülmektedir (Şekil 3d). Faydacılık (Çin), işbirliği (Çin), ve araştırma promosyonu (Çin) değişkenlerinin, problemin yaptığı çağrışım üzerinde bir etkisi olmadığı görülmelidir.

Turizm problemlerinin sonuçları: Analiz sonuç-

larına göre, problemin yaptığı çağrışım, araştırma tetikleyicisi olarak problem ile ilişkilidir. Problem önerisi, araştırma tetikleyicisi olarak problemden etkilenmemesine rağmen, problemin değerlendirilmesi ve problem seçimi bundan etkilenmektedir. Tablo 3'te, araştırmacıların turizm problemlerinin doğasına yönelik anlayış farklarından dolayı, verilen 20 problem arasından yedisini daha önemli olarak değerlendirdiğini ortaya koyan ANOVA sonuçları sunulmuştur. Tribe'in (2009) turizm araştırmalarının sınıflandırmasına göre, bu 7 problem üç farklı grupta incelenmiştir: estetik ile ilişkili (Problem #8), gerçeklikle ilişkili (Problem #15, #16), ve erdemle ilişkili (Problem #4, #5, #7 ve #13). Bu incelemeye ait sonuçlar Tablo 3'te görülmektedir. Yapılan karşılıklık analizi sonucunda, problemin yaptığı çağrışım ile bu yedi problem arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır (Şekil 4a-c). Turizm problemlerini labirent/diğer, zorluk/bulmaca, ve engel/boşluk/çelişki olarak niteleyen katılımcılar, problemlerin araştırma için önemini sırasıyla olumsuz, nötr ve olumlu olarak değerlendirmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında, problemin yaptığı çağrışımın, problem seçimi ile ilişkili olduğu görülmektedir ($b = .298$, $F = 30.884$, $p < .001$; düzeltilmiş $R^2 = .061$, $F = 3.247$, $p < .01$). Şekil 4d'de diğer ilişkiler görülmektedir: boşluk/bulmaca ile gerçeklik-estetik/gerçeklik-erdem, diğer ile erdem, zorluk/labirent ile gerçeklik-erdem-estetik/gerçeklik, engel/çelişki ve erdem/estetik, ve engel ile estetik. Yine de problemin yaptığı farklı bir çağrışım, problemin seçimini etkilememektedir.

TARTIŞMA

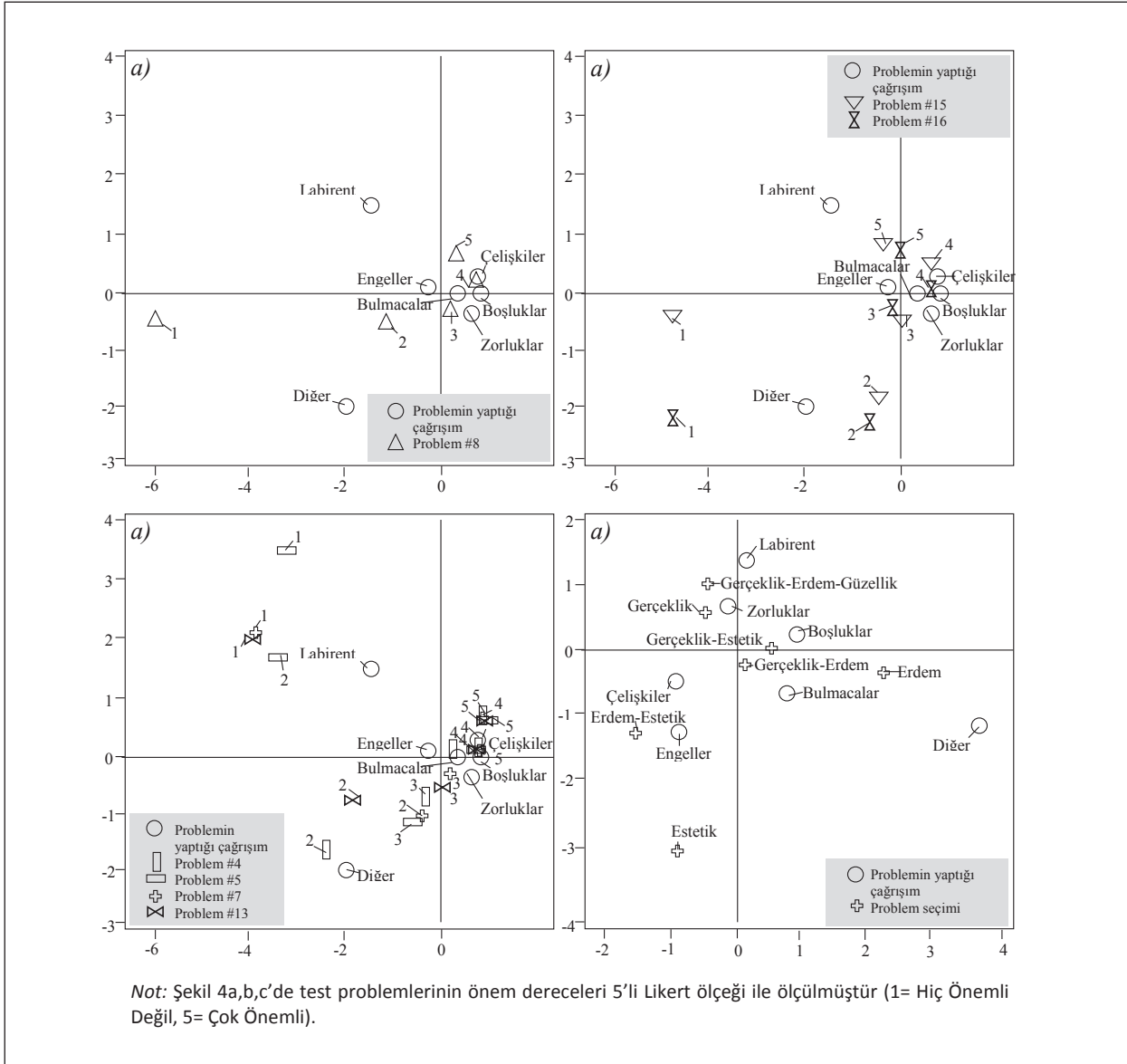
Ana sonuçların açıklanması/yorumlanması: Ampirik çalışma sonucunda: (a) katılımcıların çoğunluğu turizm problemlerini, zorluklar ve çelişkiler olarak ifade etmişlerdir; (b) problemin yaptığı çağrışımın hem kişisel hemde çevresel TPÖ'den etkilendiği ve (c) problemin yaptığı çağrışımın hem problemin değerlendirilmesini hem de problem seçimini etkilediği bulunmuştur. Bu bulgular ayrıca, kuramsal modelde yer alan TPÖ, TPD ve TPS arasındaki ilişkileri de destekleyici niteliktedir. Bu çalışmada tanımlanmış olan ilişkilerin özü, modelde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin değerlerinin sistematik ilişkileri göz önüne alınarak yorumlanmalıdır. Toplamda yedi ilişki grubu bulunmaktadır (Tablo 4). Bu grupların benzerlikleri ve altlarında yatan aksiyolojik ve pragmatik görüşler göz önüne alınarak (Guba 1990; Guba ve Lincoln 2005; Habermas 1978), temelde daha büyük üç ilişki grubu tanımlanmıştır. Bunlar (Tablo 4); yapısalılık (Grup 1 ve 2), post-pozitivizm (Grup 3, 4 ve 5), ve pragmatizm (Grup 6 ve 7).

Yapısalılık grubu, turizm araştırmasının turizm fenomenini anlamaya ve onu etkilemeye odaklanmış olması gerektiğine inanan araştırmacılar tarafından oluşturulduğuna ve konularla araştırmacıların birbirinden ayrı tutulmaması gerektiğine inanılmaktadır. Bu araştırmacılar yerel düzeyde tanınan ya da sıradan Çin üniversitelerinde çalışmaktadırlar. Dahası bu araştırmacılar kurumsal/ulusal boyutlu araştırma çevresine dair

Tablo 3. Farklı Problem Tanımı Grupları Arasından Seçilen 20 Test Probleminin Değerlendirilmesi

Problema	Kategori	Ortalama ^b	F	Sig. (2-üçlü)
#8 Turizmin sunduğu manzaranın monotonluğu ve buna yönelik çözümler.	Estetik	3.679	4.781	.000
#15 Kültürel çevre ve destinasyon imajı algısı.	Gerçeklik	3.670	2.195	.045
#16 Turizmin yeni yeni ortaya çıkan bir disiplin olarak doğası ve yeri.	Gerçeklik	3.981	2.296	.036
#4 Duyarlı turist davranışı ile sürdürülebilir turizm kalkınması arasındaki ilişki.	Erdem	4.019	2.260	.039
#5 Çin'in, turizm ile ilgili hukuki düzenlemeleri.	Erdem	3.920	3.159	.006
#7 Çinli turistlerin yabancı destinasyonda yaptıkları uygun olmayan davranışlar ve buna karşı alınabilecek önlemler.	Erdem	3.241	3.121	.006
#13 Turizm işletmeleri için sorumluluk sistemi kurmak.	Erdem	3.726	2.928	.009

Not: aSözcük sınırından dolayı yalnızca anlamlı olan sonuçlar sunulmuştur (Raporlanmamış olanlar istek üzerine temin edilebilirler). bBu problemlerin önem dereceleri 5'li Likert ölçeği ile ölçülmüştür (1= Hiç Önemli Değil, 5= Çok Önemli).



Şekil 4. Problemin Yaptığı Çağrışımın, Araştırma Tetikleyicisi Olarak Problem Üzerindeki Etkileri

olumsuz tutumlar içerisinde ve turizm problemlerini, turizm araştırmasının başa çıkması gereken zorluklar olarak tanımlamaktadırlar. Yapısalcılık grubu ikinci olarak, gerçeklik/erdem/estetik problemlerini, sırasıyla nötr'den olumluya doğru değerlendirmişlerdir. Ayrıca gerçekle ilintili turizm problemlerine, araştırmaya başladıkları ilk dönemlerde ağırlık vermişlerdir. Post-pozitivist ve pragmatik gruplarda da dağılım benzer şekildedir.

Peki, TPÖ, TPD ve TPS arasındaki sistematik iliş-

kiler nasıl tanımlanabilir? Sonuç olarak, araştırma sonuçları problemolojinin öncülü-doğası-sonuçları mantığının, verilen araştırma çerçevesi dâhilinde bir dizi araştırma prosedürü ile yakalanarak somutlaştırılmış hali olarak görülebilir. Bu şekilde, herbirinin sonuçlara ayrı ayrı nasıl etki ettiğini tartışmak verimli olmasa da, ortaya konan örnekler faydalıdır. Ontolojik ve epistemolojik inanışlar arasındaki eşleşmelerin, paradigma bileşenleri arasındaki eğilime öz-örgütlenme yönünde etki etmesi

gerekmektedir. Guba'ya (1990,2005) göre, naif gerçekçilik nötralizm ile, nesnelcilik ise iç-nesnelcilik ile eşleşmeye meyillidir. Bu tarz bir meyil, bu çalışmada karşılaşılan benzer yapıları açıklayabilir.

Araştırma bağlamının karakteristikleri; çalışılan kurumun çeşidi ile düzen(üniversite)/katılık (Çin)/düzen (Çin) arasındaki bağ ve çalışılan kurumun çeşidi ile aksiyolojik/ontolojik/epistemolojik inanış arasındaki bağ yardımıyla açıklığa kavuşturulabilir. Örnek olarak Çin'de faaliyet gösteren "985"ler olarak bilinen üniversiteler – "211"ler/sıradan üniversiteler ile karşılaştırıldığında – daha sıkı bir araştırma yönetimine, daha fazla araştırma kaynağına ve daha fazla akademik üne sahiptirler. Bu durum "985"lerde çalışan turizm araştırmacılarının, çalıştıkları kurumu neden daha organize, daha düzenli ve Çin'deki araştırma çevresini daha katı olarak tanımladıklarını anlamamıza yardımcı olabilir (Bu yukarıda bahsedilen bağların ilkidir). Diğer bağ ise üç alt faktör ile açıklanabilir: (a) "985"lere dâhil olan üniversiteler sayıca en çok turizm araştırmasını özellikle teorik çalışmaları yapan üniversitelerdir çünkü bu üniversiteler diğerlerine nazaran daha araştırma odaklıdır; (b) turizm

araştırması pozitivism ve post-pozitivism tarafından domine edilmektedir (ör., Ateljevic vd. 2007; Phillimore ve Goodson 2004; Platenkamp ve Botterill 2013); ve (c) "985"lerde görev yapan araştırmacılar ülkedeki diğer kurumlarda görev yapan araştırmacılara nazaran daha güçlü bir dürtü ile ayakta kalabilmek için, kurallara uymaya ve uluslararası turizm bilgisi üretimine katılmaya, daha fazla çalışmaktadırlar.

Bunlara ek olarak, seçilen araştırma yöntemi de (ör. modelleme, ölçüm, örnekleme ve analitik araçlar) TPÖ, TPD ve TPS arasındaki ilişkilerin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. İstatistikler, farklı yöntemlerin seçilmesine göre değişim gösterecektir. Örnek olarak, Tablo 2'de verilen değerler, kategorik regresyon analizi ile incelendiğinde sonuçlar bir parça değişecektir çünkü bu yöntem doğrusal regresyon analizi kadar sağlam sonuçlar vermeyecektir. Bu çalışmada sistematik ilişkileri anlayabilmek için faktörler göz önüne alınmamıştır, hatta bir dereceye kadar bu tesadüfte olabilir. Bu, problemin yaptığı çağrışım ile problem değerlendirme/seçimi arasında oluşan daha az doğrusal eşleşmelerin boyutlarını rasyonalize edebilir.

Tablo 4. Araştırma Bulgularının Özeti

Grup	Kişisel TPÖ ^a			Kurum türü ^b	Çevresel TPÖ			TPD (Birincil)	TPS (Araştırma tetikleyicisi olarak problem)	
	Aksiyolojik inanış	Ontolojik inanış	Epistemolojik inanış		Düzen (Üniv.)	Katılık (Çin)	Düzen (Çin)		Problem yaptığı çağrışım	Problem değerlendirme ^c
1	Pratik	Tarihsel materyalizm	Öznelerarasılık; Revize nötralizm ^d	Sıradan Üniv.; "211" üniv.	4; 3	3; 2	2; 3	Zorluklar (%39,71)	3	Gerçeklik-Erdem-Estetik; Gerçeklik
2	Pratik	Nesnelcilik	Revize nötralizm	"211" üniv.	/	/	/	Boşluklar (%6,7)	4; 5	Gerçeklik-Estetik; Gerçeklik-Erdem
3	Teknik (zayıf); Teknik (güçlü)	Naif gerçekçilik	Nötralizm; Etkileşimcilik	"985" üniv.	5; 6	4	4; 6	Çelişkiler (%21,05)	4; 5	Erdem-Estetik
4	Teknik (zayıf); Teknik (güçlü)	Naif gerçekçilik	Nötralizm; Etkileşimcilik	"985" üniv.	6; 7	4; 6	4; 6	Bulmacalar (%13,4)	3; 4	Gerçeklik-Erdem
5	Teknik (zayıf); Teknik (güçlü)	Naif gerçekçilik	Nötralizm; Etkileşimcilik	"985" üniv.	5; 6	4	4; 6	Labirentler (%6,7)	2; 1	Gerçeklik-Erdem-Estetik
6	Karışık	Görecilik	Görecilik	Diğer; "211" üniv.	/	/	/	Engeller (%9,09)	5	Erdem-Estetik; Estetik
7	Karışık	Görecilik	/ ^e	Diğer	1	1	1	Diğer (%3,35)	2; 1	Erdem

Not: aTPD = Turizm Probleminin Doğası, TPÖ = Turizm Probleminin Öncülüğü, TPS = Turizm Probleminin Sonucu. b"985" üniv.= Çin'deki üst düzey üniversiteler, "211" üniv.= Çin'deki ikinci üst düzey üniversiteler. cSonuçlar Şekil 3a,3b,3c'ye dayanmaktadır. dBazı hücrelerde iki değişken değerleri bulunmaktadır çünkü yapılan karşılıklılık analizi sonucunda bu tip hücrelerde değişken değerleri benzer/yakın çıkmıştır. Buna rağmen ilk sırada gelen değer ana bağımlı(bağımsız) değişken veya değişkenlere aittir.

TP için öneriler: Bu çalışmanın öncelikli hedefi Turizm Problemolojisi'nin oluşturulmasıdır. Yukarıda sunulan sonuçlar ışığında bu hedefe yönelik üç öneri geliştirilmiştir. Turizm problemlerini kuramsallaştırmak açısından ilk girişim olan bu çalışma ile bu olasılığın yerinde olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte çalışmanın varsayımı bir soruya cevap bulamamıştır: henüz problemolojinin yeni yeni ortaya çıkmakta olduğu anlayışına rağmen, turizm problemolojisini oluşturmak mümkün müdür (Lin, 1990; Lin, 1991, 2005)? Neyse ki bu varsayım teyit edilmiştir. Kavramsal TP modeli, bu çalışmada yapılan felsefi öngörüler ve ampirik doğrulamalar sayesinde yeteri kadar ampirik desteğe sahiptir. Ortaya konan model, bu çalışmanın çoklu karşılaştırmalar¹⁵ vasıtası ile doğrulanmasını önermektedir. İkinci olarak, bir proje olan TP'nin oluşturulmasının henüz tamamen sonuçlanmadığının da eklenmesi gerekmektedir. Bu çalışma ortaya koyduğu gelişmelere rağmen, modeli tamamı ile belirleme noktasında (üçüncü/dördüncü kavramsal düzeyde) başarısız olmuş ve yalnızca temel düzeyde TPÖ, TPD ve TPS arasındaki ilişkileri test etmiştir. Üçüncü ve son olarak da, TP ile ilgilenen araştırmacıların çoğulcu bir tutum içinde olmaları tavsiye edilmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, bu çalışmanın sonuçları, çeşitli faktörler ile açıklanabilir (ör. problemolojinin mantığı, araştırma bağlamı, araştırma yöntemleri, gizil ve rassal durumlar). Bu faktörlerin değişkenliği TP'nin kendi içinde de tekil olamayacağını göstermektedir.

Problemoloji için önerileri: Bu çalışma ile problemolojinin kuramsal yapısına yönelik bazı öneriler getirilmiştir. Problemoloji terimi ilk kez 1980'lerde kullanılmıştır ve henüz tam olarak yerleşmiş değildir (Lin, 2005). Problemlerin doğasını parça parça inceleyen çalışmalar ve problemlerin doğası üzerindeki uzlaşma eksikliği iki temel engeldir. İlk sorunla başa çıkmak için problem araştırmalarının

öncü-doğa-sonuç çerçevesi içerisinde planlanması önerilmektedir. Bahsedilen çerçeve problemoloji yazını temel alınarak oluşturulmuştur. Bu çerçeve problemolojistler tarafından ortaya konmamış olsa da, bu çalışma ile –özellikle de parça parça problem araştırmalarını anlamlı bilgi blokları halinde yapılandırmak açısından- kullanışlı olduğu kanıtlanmıştır.

İkinci engeli aşmak için ise felsefe ile bilim arasındaki diyalogun artırılması önerilmektedir. Şimdiye kadar bilim felsefecileri, problemolojiye en çok katkıyı yapan araştırmacılar (Lin, 2005; Zhang, 2005). Ayrıca felsefe de geniş kabul görmüş bir kural da vardır; henüz çözülmüş olandan daha fazla problem vardır (Rosenberg, 2005). Filozoflar iddiaları haklı çıkarmak için - farklı fikirlerin ortaya çıkmasını engellemekten ziyade cesaretlendiren- tartışmaya ağırlık verirler. Bu durumdan kaçınmak için bilimsel bakış açısı önemlidir. Çünkü bilim insanları, filozoflardan farklı olarak, bir kuramsal iddiayı kabul etmeden önce onun doğruluğunu sınamak için ampirik verilerin peşine düşerler. Bu iddialar ampirik açıdan test edilebilirlerse, belki bu sayede problemlerin doğası üzerindeki tartışmalar azaltılabilecektir. Bu düzeltmeler mevcut çalışmada da görülmektedir. Turizm araştırmacıları, problemoloji yazınından derlenen altı tanım arasından zorlukları ve çelişkileri tercih etmiştir. Bu tarz bir yargıya yalnızca felsefi tartışmalar yaparak ulaşmak zordur. Bunun yanında problemolojinin gelişmesi için hem filozofların hem de bilim insanlarının katkıda bulunması gerekmektedir.

Turizm bilgisi üretiminin yeniden düşünülmesi üzerine öneriler: Daha önceki çalışmalarda turizm bilgisi üretiminin, paradigmaya bağlılık, araştırma yöntemleri, disipline dayalı arka plan, araştırmacı ağı ve yeni teknolojiler gibi faktörlerden etkilendiğinden bahsedilmiştir. Bu çalışmada, araştırma problemleri özelinde, hem kişisel hemde çevresel TPÖ'nün –fakat özellikle çevresel TPÖ'nün- TPD/TPS'yi etkilediği bulunmuştur (Tablo 2 ve 3). Araştırma problemi, turizm bilgisi üretimi süreçlerinin faktörleri arasındadır. TPÖ'ler ise bu süreçleri etkileyen faktörleri içine almaktadır. Bu tip faktörler farklı düzeylerde önem arz edebilirler ve tek tek etkilemekten ziyade toplu halde etkilerler. Bu çalışma TPÖ, TPD ve TPS arasındaki ilişkileri ortaya çıkararak, turizm bilgisi üretiminin kendisinin de aslında karmaşık bir sistem olduğunu öne sürmek-

¹⁵ Çevirmenin notu: Çoklu karşılaştırma (post hoc) testleri, gruplararası farkın olduğu durumda, farklılığın hangi gruptan kaynaklı olduğunu tespit eden istatistik testlerdir. Çoklu karşılaştırma testleri çok faktörlü bir deneyde veya araştırmada, varyans veya regresyon analizi gibi istatistiksel analizler sonucunda genel bir anlamlılık belirlendikten sonra hangi karşılaştırmaların anlamlı bir fark gösterdiğini bulmak amacıyla yapılmaktadır (ör. LSD, Sidak, Bonferroni, Tukey HSD, Hochberg's GT2, Gabriel, Scheffe) (Ayrıntılı bilgi için bkz. Köklü, N., Büyüköztürk Ş. ve Bökeoğlu, Ç.Ö. (2006). Sosyal bilimler için istatistik. Ankara: PegemA).

tedir. Bu tarz bir sistemde, araştırma problemleri, turizm bilgi üretimini, etki faktörlerine bağlayan, etki sahibi bir alt sistem ya da görünmeyen bir etken olarak rol oynarlar. Turizm problemleri hakkında daha fazla bilgiye sahip olmak, turizm bilgisi üretimini etkileyen faktörler üzerindeki anlayışı da geliştirebilir.

Uygulamaya dönük öneriler: Bu çalışma bir grup Çinli araştırmacıyı nesne olarak incelemiş ve bu sebeple de onlara (ve onların temsil ettiği araştırmacılara) yönelik öneriler getirmiştir. Araştırmacılara yönelik en önemli görülen öneri, araştırmacıların yürüttükleri turizm araştırmaları içerisindeki problem sisteminin farkında olmaları gerekliliğidir. Bu sebeple, bu sistem içerisindeki anahtar bileşenlere ait yeterli bilgilerin edinilmesi gerekmektedir. Örneğin paradigma bilgisi, araştırmacılara paradigma körlüğünü ve felcini ortadan kaldırmaya yardım edebilecektir. Bu çalışma ile Çin bağlamında şu öneriler ileri sürülmüştür: (a) önde gelen üniversitelerde görev yapan turizm araştırmacıları post-pozitivizmin hâkimiyetini kabul etmeli ve turizm bilgisini dar/tek bir paradigmaya bağlı kalmadan üretmelidir; (b) daha düşük düzeyli kurumlarda çalışan araştırmacılar ise tercih ettikleri paradigmayı post-pozitivizm ile dengelemelidirler.

Turizm araştırması yapılarının (ör. kurumlar içindeki araştırma komiteleri, Çin Ulusal Turizm İdaresi ve Çin Ulusal Sosyal Bilimler ve Doğa Bilimleri Kurumu), çevresel faktörlerin turizm problemleri üzerindeki güçlü etkisini göz önüne alarak, turizm araştırmalarının değerlendirmelerini sıkılaştırmalı ve turizm araştırmacıları için daha sağlıklı ve daha simülatif bir dış ortam yaratmalıdır. Ulusal düzeyde, Çin'in eğitim kurumlarının tabakalara ("985"ler – "211"ler – Sıradan üniversiteler – Kolej/diğer) ayrılmış olması yeniden gözden geçirilmelidir. Bu hiyerarşik sistem araştırma emeğinin dağıtılması ve daha fazla bilgi üretilmesi açısından verimli olsa da, yalnızca belirli problem tiplerini desteklemeye meyillidir. Bunun sonucu olarak ise yanlış bilgi üretilmektedir. Yukarıda sayılan durumlar, araştırma idaresi yapılarının ve kanun düzenleyicilerini ilgilendiren konulardır.

SONUÇ

Bu çalışma genel anlamda turizm bilgi üretiminin tüm süreçlerinde önemli bir rol oynayan turizm problemlerini anlamaya çalışmıştır. Çalışmanın

hedefi, turizm problemlerinin doğasını, öncülünü ve sonuçlarını kendine has, sistematik ve derinlemesine bir şekilde çalışmak anlamına gelen turizm problemolojisini oluşturmaktır. Çalışma iki temel aşama şeklinde uygulanmıştır. İlk aşamada, turizm problemolojisinin teorik modeli henüz yeni yeni ortaya çıkmakta olan problemoloji yazınından (genel olarak bilim felsefesi) türetilmiştir. İkinci aşamada, İkinci aşamada ise model Çin'in araştırma topluluğunu temsil edecek geçerli bir örneklem oluşturan bir grup araştırmacı üzerinden test edilmiştir.

Turizm araştırmacıları turizm problemlerini, çözülmesi gereken çatışmalar ve aşılması gereken zorluklar olarak tanımlanmışlardır. Bu tanımlamalar doğal olarak hem kişisel (aksiyolojik, ontolojik ve epistemolojik inanışlar) hem de çevresel (kurum çeşitleri ve araştırmacıların algıları) birçok faktör tarafından etkilenmektedir. Dahası, araştırmacıların turizm problemlerinin anlama düzeyleri, çalışılan turizm problemlerinin çözüm seçimi ve değerlendirilmesi üzerinde dikkate değer bir etkide bulunmaktadır (kaldı ki bu da turizm araştırmasının ilk aşamasını oluşturur). Bir kere problemler belirlendiğinde, bilginin doğasını (çözülmüş problemler olarak) ortaya koyacak (Laudan 1977; Popper 1972) bu başlangıç aşaması, tüm araştırma süreci için hayati bir rol üstlenecektir.

Bu çalışmanın en önemli katkısı, turizm sorunlarını bir bütün olarak ele alan öncü bir çalışma olmasıdır. Çalışmada bir problem sistemi içerisindeki çeşitli bileşenler açıklanmış ve bu bileşenler arasındaki temel ilişkiler tanımlanmıştır. Bu bulgular turizm problemleri üzerine bir yarı-kuram ortaya koymuştur. Bu tarz bir yarı-kuram geliştirilmeye ihtiyaç duyuyor olsa da, gelecek araştırmalara bir temel oluşturmaktadır. Ayrıca bu çalışma problemoloji için de anahatlar sunmaktadır. Problemolojinin (turizm problemolojisini de içerecek şekilde) yapılandırılması felsefi öngörüler ile ampirik bulgular birleştirilmez ise zorlayıcı olacaktır. Bu çalışma –turizm problemolojisini oluşturma anlamında– yalnızca öne sürülen iddiaların doğruluğunu kanıtlamakla kalmamış, aynı zamanda bunun nasıl gerçekleştirilebileceğini de ortaya koymuştur. Bu katkı turizm bilgisinin artan refleksivitesi ile alakalıdır. Bu çalışma, problemleri ve paradigmaya bağlılık gibi etki sahibi faktörleri analiz ederek, turizm bilgisi üretiminin arkasındaki üstü kapalı dü-

zeneğe ışık tutmuştur. Dahası, turizm problemolojisinin kuramsal modelinin farklı durumlara göre spesifikasyonu, turizm araştırması ile onun çeşitli öncüllerinin arasındaki bağı da aydınlanmasını sağlayacaktır.

Daha önce bilinmeyen bir alana girdiğinden dolayı bu çalışmanın karşılaştığı bazı sınırlılıklar vardır. Modelin kendi karmaşıklığı ve problemoloji yazınından beklenen ön desteğin eksikliğinden dolayı, kuramsal modelin dördüncü ve beşinci düzey yapıları henüz tam anlamıyla belirlenememiştir. Ek olarak modelin ampirik sınaması da tamamlanamamıştır. Metodolojik açıdan, örnekleme yöntemi tam anlamıyla rassal değildir ve Çin anakarasında görev yapan bir grup araştırmacıyı kapsamaktadır. Bunların dışında farklı yapılara sahip araştırmacıların araştırmaya dâhil edilmesinin, araştırma modeli üzerinde etkisi olabilir. Çalışma kapsamında karmaşık ve tahmin edilmesi zor değişkenlerin ölçülmesi, katı güvenilirlik ve geçerlilik tartışmalarının yapılmasını engellemektedir.

Gelecekteki çalışmalar açısından, yukarıdaki sınırlılıklar adres gösterilmektedir. Çalışma kapsamında geliştirilmiş olan kuramsal modelin farklı koşullar altında da test edilmesi gerekmektedir. Özellikle birkaç alan üzerinde düşünülmesi gerekmektedir: (a) modelin sürekli ölçekler ile nicelleştirilmesi ya da modelin basitleştirilerek daha büyük model düzenlemelerinin sağlanması ve (b) turizm problemlerinin doğasının ve içyapısının daha detaylı olarak anlaşılabilmesi için derinlemesine görüşme gibi niteliksel tekniklerin de kullanılması gerekmektedir. Bu çalışma ile turizm problemolojisinin henüz sınırları tam olarak çizilmemiş topraklarına mecerada dolu bir seyahat yapılmıştır. Bu çabalar ile turizm araştırmacılarının ilgisini problemleri sadece çözmekten çok, problemleri ve bu problemlerin turizm araştırmasına yaptığı etkileri anlamaya yöneltebilmek umulmaktadır.

TEŞEKKÜR

Bu çalışma Çin Ulusal Doğa Bilimleri Kurumu tarafından desteklenmiştir [Proje no: 71202094]. Ankete katılan tüm araştırmacılara, özellikle de yanıtladıktan kısa bir süre sonra vefat eden Profesör Yuming Wang'a teşekkür ederiz. Ayrıca, Profesör Honggang Xu ve diğer tüm anonim inceleycilere teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Ateljevic, I., Pritchard, A. ve Morgan, N. J. (Ed.). (2007). *The Critical Turn in Tourism Studies*. Oxford, UK: Elsevier.
- Benckendorff, P. ve Zehrer, A. (2013). A Network Analysis Of Tourism Research, *Annals of Tourism Research*, 42: 121-149.
- Collingwood, R. G. (1948). *The Idea Of History*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Cooley, L., ve Lewkowicz, J. (2003). *Dissertation writing in practice: Turning ideas into text*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Cooper, C. (2006). Knowledge Management And Tourism, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 47-64.
- Copi, I. M. ve Cohen, C. (2005). *Introduction to Logic* (12. Bs.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Davidson, J. E. ve Sternberg, R. J. (Ed.). (2003). *The Psychology Of Problem Solving*. Cambridge. Büyük Britanya: Cambridge University Press.
- Dewey, J. (1910). *How We Think*. Büyük Britanya, Londra: Heath.
- Dewey, J. (1965). *Problems of Men*. Shanghai: Shanghai People's Press [Çince].
- Einstein, A. ve Infeld, L. (1961). *The Evolution Of Physics: The Growth Of Ideas From Early Concepts To Relativity And Quanta* (2. Bs.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The Trouble With Tourism And Travel Theory?, *Tourist Studies*, 1 (1): 5-22.
- Gibbons, M. (1994). *The New Production of Knowledge: The Dynamics Of Science And Research in Contemporary Societies*. Londra, UK: SAGE Publications.
- Giere, R. N. (2004). How Models Are Used To Represent Reality. *Philosophy of Science*, 71 (5), Supplement, 742-752.
- Guba, E. G. (Ed.). (1990). *The Paradigm Dialogue*. Londra, UK: Sage.
- Guba, E. G. ve Lincoln, Y. S. (2005). Paradigmatic Controversies, Contradictions, And Emerging Confluences. İçinde, N. K. Denzin ve Y. S. Lincoln (Ed.), *Handbook of qualitative research* (3. Bs., 191-215). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Habermas, J. (1978). *Knowledge and Human Interests* (2. Bs.). Londra, UK: Heinemann.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (Ed.). (2010). *Multivariate Data Analysis* (7. Bs.) Upper Saddle River, N.J.: Pearson.
- Hall, C. M. (2004). Reflexivity and Tourism Research. İçinde, J. Phillimore ve L. Goodson (Ed.), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies And Methodologies* (ss. 137-155). Londra, UK: Routledge.
- He, H. (1983). *An Introduction to Artificial Intelligence*. Beijing: Air Force Engineering Institution Press [Çince].
- Hilbert, D. (2009). *Mathematical Problems* (W. Li ve X. Yuan, Trans.). Dalian: Dalian University of Technology Press [Çince].
- Hodges, W. (1993). *Model Theory*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hurley, P. J. (2008). *A Concise Introduction To Logic* (10. Bs.). Belmont: Thomson Wadsworth.
- Kuhn, T. S. (1962). *The Structure Of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Laudan, L. (1977). *Progress and Its Problems: Toward a Theory of Scientific Growth*. Berkeley, Calif.: University of California Press.

- Liburd, J. (2012). Tourism Research 2.0, *Annals of Tourism Research*, 39 (2): 883–907.
- Lin, D. (1990). The Study Of Problemology and Definition Of Problems, *Philosophical Studies*, (4): 92–101 [Çince].
- Lin, D. (1991). *On the Aim Model of Scientific Progress*. Social Sciences in China, 12 (4): 29–38.
- Lin, D. (2005). *Problem and Scientific Research: A Study Of Problemology*. Guangzhou: Sun Yat-sen University Press [Çince].
- Liu, Y. (Ed.). (1987). *Epistemology and Methodology in Sciences*. Beijing: Tsinghua University Press [Çince].
- Luger, G. F. (2009). *Artificial Intelligence: Structures And Strategies For Complex Problem Solving* (6. Bs.). Boston: Pearson Addison- Wesley.
- Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report On Knowledge*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Meethan, K. (2001). *Tourism in Global Society: Place, Culture And Consumption*. Londra, UK: Palgrave.
- Neuman, W. L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches* (6. Bs.). Boston: Pearson.
- Nowotny, H., Scott, P. ve Gibbons, M. (2001). *Re-Thinking Science: Knowledge And The Public in An Age of Uncertainty*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Patterson, M. E. ve Williams, D. R. (1998). Paradigms and Problems: The Practice Of Social Science in Natural Resource Management, *Society and Natural Resources*, 11 (3): 279–295.
- Patterson, M. E. ve Williams, D. R. (2005). Maintaining Research Traditions On Place: Diversity of Thought And Scientific Progress, *Journal of Environmental Psychology*, 25 (4): 361–380.
- Phillimore, J. ve Goodson, L. (Ed.). (2004). *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies And Methodologies*. Londra, UK: Routledge.
- Platenkamp, V. ve Botterill, D. (2013). Critical Realism, Rationality And Tourism Knowledge, *Annals of Tourism Research*, 41: 110–129.
- Popper, K. R. S. (1959). *The Logic Of Scientific Discovery*. Londra, UK: Hutchinson.
- Popper, K. R. S. (1972). *Objective Knowledge: An Evolutionary Approach*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Popper, K. R. S. (1999). *All Life is Problem Solving* (P. Camiller, Trans.). Londra, UK: Routledge.
- Popper, K. R. S. (2001). *Emancipation Through Knowledge II* (J. Fan ve B. Li, Trans.). Hangzhou: China Fine Art Academy Press [Çince].
- Ritchie, B. W., Burns, P. M. ve Palmer, C. A. (Ed.). (2005). *Tourism Research Methods: Integrating Theory With Practice*. Oxfordshire, UK: CABI Publishing.
- Rosenberg, A. (2005). *Philosophy of Science: A Contemporary Introduction* (2. Bs.). New York: Routledge.
- Rosenberg, A. (2008). *Philosophy of Social Science* (3. Bs.). Boulder, CO: Westview Press.
- Russell, B. (1922). *The Problem of China*. London, UK: Allen & Unwin.
- Simon, H. A. (1981). *The Sciences Of The Artificial* (2. Bs.). Cambridge, USA: MIT Press.
- Sternberg, R. J., ve Spear-Swerling, L. (1996). *Teaching for Thinking* (1. Bs.). Washington, DC: American Psychological Association.
- Toulmin, S. E. (1972). *Human Understanding*. Oxford, UK: Clarendon Press.
- Tribe, J. (Ed.). (2009). *Philosophical Issues in Tourism*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Tribe, J. (2004). Knowing about Tourism: Epistemological Issues. İçinde, J. Phillimore ve L. Goodson (Ed.), *Qualitative Research in Tourism* (ss. 46–62). Londra, UK: Routledge.
- Xiao, H., Jafari, J., Cloke, P. ve Tribe, J. (2013). Annals: 40–40 Vision, *Annals of Tourism Research*, 40: 352–385.
- Xiao, H. ve Smith, S. L. J. (2006). The Making Of Tourism Research: Insights From A Social Sciences Journal, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 499–507.
- Xiao, H. ve Smith, S. L. J. (2007). The Use Of Tourism Knowledge: Research Propositions, *Annals of Tourism Research*, 34 (2): 310–331.
- Zhang, Z. (2005). *The Philosophical Studies On “Problems”*. Beijing: Renmin University Press [Çince].



20 Yıl Sonrasında Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisini Değerlendirmek

Assessing Hierarchical Leisure Constraints Theory after Two Decades¹

Geoffrey GODBEY*, Duane W. CRAWFORD**, Xiangyou Sharon SHEN***

* The Pennsylvania State University

** Texas Tech University

*** The Pennsylvania State University

Türkçeye çeviren:

Kamil YAĞCI ****

**** Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, 20030, Denizli, Türkiye.

E-posta: kyagci74@yahoo.com

MAKALE BİLGİLERİ

Anahtar sözcükler:

Hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisi, Boş zaman kısıtları, Kısıt araştırmalarının gözden geçirilmesi, ampirik doğrulama.

Key words:

Hierarchical leisure constraints theory, Leisure constraints, Review of constraints research, Empirical validation.

ÖZ

Bu makale hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisinin (Crawford ve Godbey 1987; Jackson ve Godbey 1991) durumunu birçok yönden değerlendirmeye yöneliktir. Ele alınan konulardan bazıları orijinal modelin bazı yönlerinin açıklığa kavuşturulması ve detaylandırılması, modelden yararlanan ya da inceleyen çalışmaların ne derece doğrulayıcı oldukları bakımından değerlendirilmesi, çeşitli yazarlar tarafından orijinal modele yöneltilen eleştiriler ve gelecek çalışmalar için olasılıklardır. Varılan sonuçlara göre; modelin kültürlerarası kullanıma uygun olduğu, modelin boş zaman değerlendirilmeden başka davranışları incelemek amaçlı kullanılabileceği, günümüze kadar yapılan çalışmalar her ne kadar doğrulayıcı nitelikte olsalar da boş zaman kısıtlar teorisinin bir sonraki basamağa taşınabilmesi için önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir.

ABSTRACT

This article assesses the status of hierarchical leisure constraints theory (Crawford & Godbey, 1987; Crawford, Jackson, & Godbey 1991) regarding many issues. Such issues include clarification and elaboration of some aspects of the original model, a review of studies which have used or examined the model and the extent to which they are confirmatory, critiques of the original model by various authors, and avenues for further research. Conclusions drawn include that the model is cross culturally relevant, that the model may examine forms of behavior other than leisure, and that, while research to date has been largely confirmatory, there is a high potential for the theory to be expanded in order to advance leisure constraints research to the next level.

GİRİŞ

Hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisi modelleri ilk olarak bundan yaklaşık 20 yıl önce Crawford ve Godbey (1987) ve Crawford, Jackson, Godbey (1991) tarafından sunulmuş ve ardından Jackson, Crawford ve Godbey (1993) tarafından genişletilerek, boş zaman davranışlarının incelenmesine yardımcı olan önemli bir araç olarak kabul görmüştür. Bu modeller birlikte ele alındığında, aslında

verilen her bir modelin gerekli olarak denenebilir yeni sav ve öneri kümeleri varsaydığı, boş zaman kısıtlar hiyerarşik teorisi olarak neyin daha iyi tanımlanabileceğini ihtiva etmektedirler. Bu üç modelin her biri soyut kavramsallaştırma olarak tartışılabilmesine rağmen aslında kısıtları boş zaman davranışları teması olarak ele alan daha soyut teorik yönelimin üç gözlemlenebilir göstergeleridir. Teknik olarak sadece teorilerin test edilebileceği, modellerin de genel olarak metafor ve örnekseme türlerinden birisinden biçimleneceği ve doğrudan test edilemeyeceğinin farkında olmamıza rağmen bu çalışmada 'model ve teori' kavramları zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılmıştır. Son yir-

¹ "Godbey, G., Crawford, D. W., ve Shen, X., S. (2010). "Assesing Hierarchical Leisure Constraints Theory after Two Decades", *Journal of Leisure Research*, 42 (1): 111-134." künyesini taşıyan makaleden dergi yayıncısının izni alınarak çevrilmiştir.

mi yılda boş zaman kısıtlarının doğası ve fonksiyonları ile ilgili kavramların geliştirildiğinin ve bu formüllemelerin boş zaman ilgi alanını engelleyecek şekilde farklı bakış açıları haline geldiğinin farkındayız. Bununla birlikte bu makalede, boş zaman davranış kısıtlamalarının hiyerarşik olarak düzenlenmesinin önerildiği hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisinin 1991 (Crawford, Jackson ve Godbey 1991) yinelemesine odaklandık.

Bu modeller, boş zaman kısıtlar teorisinin üç temel bileşimi olarak görüldüğünde, boş zaman “engelleri” hakkında var olan bakış açılarından önemli ayrılıkları ve aynı zamanda birkaç yılda hızlı bir şekilde bir araya gelmiş birbiriyle ilişkili düşünce kümeleri teşkili teorisinin basamaklarını temsil ederler. Bu düşünceler dikkat çekmeye ve yorum almaya devam etmektedir. Buna karşın daha önemlisi kısıtlar teorisi son yirmi yılda yapılan araştırmaların önemli bölümü için temel olarak hizmet etmiştir. Bundan dolayı bu noktaya nasıl geldiğini anlamak ve sonraki yirmi yıla nasıl daha yararlı şekilde ilerleyeceğini mevcut durumla sorgulamak için iyi bir zaman olduğunu düşünüyoruz. Halen devam etmekte olan çalışmaların sonuçları sürpriz bir şekilde hoşumuza gitmeyecek şekilde çıkabilir, bunun nedeni, devam eden araştırmaların kökenlerini yeniden değerlendirmek tehlikeli bir girişim olarak değerlendirilebilir, bununla beraber bu durum (a) orijinal modelin yönlerini açıklığa kavuşturmak ve ayrıntılarına girmek (b) çalışmaları modeli kullanarak gözden geçirmek ve Kuzey Amerika ve çoklu kültürlerde, modelden türeyen öngörülerin kapsamını teyit etmek (c) modelin eleştirilerini incelemek ve (d) gelecek çalışmalar için bazı olası öneriler sunmak için bize iyi bir fırsat sunuyor.

TEORİNİN ÖZELLİKLERİ

1987 yılında tanıtılan orijinal teori, boş zaman değerlendirme faaliyetlerini teşvik eden ve engelleyen *faktörler* hakkındaki modern düşünceye yönelik analiz seviyeleri boyutlarını ortaya koymuştu (Crawford ve Godbey 1987). Böyle yaparak bireysel, bireylerarası (ikili ve daha fazla) ve bağlamsal analiz seviyeleriyle örtüşen içe donuk, bireylerarası ve yapısal kısıtların teorik yapısını ortaya koyduk. Orijinal model kısıtlar ve boş zaman aktivite tercihleri ve müteakip boş zaman etkinlikleri arasındaki ilişkilerin tanıtılması ve açıklanmasıyla ilgilidir; öyle ki bu kısıtlar, durumsal aktivite tercih-

leri (bireysel), tercihler ve katılımların her ikisiyle de alakalı (bireylerarası) veya tercih-katılım ilişkisi arasında, farazi önermenin koşullu parçası olarak görülür. 1991 hiyerarşik modeli, en yakınsaldan (bireysel) en ıraksağa (yapısal) hiyerarşik olarak dizilen üç teoriyi birbirine bağlayarak başlangıçtaki teoriyi genişletir (Crawford, Jackson, Godbey 1991). 1993 modeli nihai boş zaman davranışının, bu kısıtlar seviyelerinin ardışık olarak başarılı uzlaşmalarına dayalı olduğunu ileri sürer (Jackson, Crawford, Godbey 1993). Bundan dolayı; modellerdeki değişikliklerle birlikte faktörler arasındaki karşılıklı ilişkileri ve bundan dolayı teorideki sürece nasıl gördüğümüzdeki değişiklikleri yansıtan kısıtlar teorisinin temel öğeleri bu döngü içinde durağan kalmışlardır.

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisi Üzerine Ampirik Araştırmalar

Başlangıcından bu yana, hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisi modeli (Crawford vd. 1991) fazlasıyla dikkat çekmiştir (Jackson 2005; Jackson ve Scott 1999) ve (a) modeli ana temel rehber teorik çerçeve olarak kullanan (örnek olarak, Burns ve Graefe 2007; Elkins 2004; Gilbert ve Hudson 2000; Han 2004; Nyaupane, Morais ve Graefe 2004; Nyaupane ve Andereck 2008; Oh 2005; Pennington-Gray ve Kerstetter 2002; Young, Ross ve Barcelona 2003; Raymore, Godbey ve Crawford 1994; Walter, Jackson ve Deng 2007) ya da (b) ampirik doğrulamaya özne olarak kullanan birçok araştırmaya (örnek olarak, Raymore, Godbey, Crawford ve Von Eye 1993; Alexandris, Grouios, Tzorbatzoudis ve Bliatsou 2001; Hawkins, Peng, Hsieh ve Eklund 1999) ilham kaynağı olmuştur. Hiyerarşik boş zaman kısıtlar modelini, üç boyutlu boş zaman kısıtları kavramı, modelle ilişkili üç sav ve bunlardan çıkan öngörülerini de kapsayacak şekilde, çevreleyen 20 yıllık ana deneysel çalışmaları gözden geçireceğiz.

Boş Zamanlar Kısıtları Boyutsallığı ve Ölçüm Sorunları

Hiyerarşik model, boş zaman kısıtlarının gerçekleşmesi veya sürecin ilerlemesi için sırasıyla izlenmesi gereken üç seviye olduğunu belirtir: bireysel, bireylerarası ve yapısal. Üç seviyeye bağlı kalacak şekilde kısıtların çeşitlerini doğrudan veya dolaylı olarak tanımlayan birçok araştırmannın yanı sıra üç seviyeli kısıtların farklı kategori veya yapılar

oluşturup oluşturmadığını birçok araştırmacı test etmektedir. Örneğin Raymore vd. (1993) doğrulayıcı faktör analizini kullanarak üç boyutlu yapının geçerliliğini göstermişlerdir. Onların sonuçları üç alt grubun varlığının gösterilmesini destekleyen ön kanıtlar sağlamıştır. Benzer şekilde Hawkins vd. (1999), Hubbard ve Mannell (2001) ve Nyaupane vd. (2004) farklı madde gruplarıyla üç boyutlu modeli tekrar etmişlerdir.

Bununla birlikte boyutsallık durumu çeşitli sebeplerden dolayı ilk bakışta görüldüğünden çok daha karmaşıktır. Özellikle üç seviyeyi oluşturan faktörler arasındaki etkileşimler gözlemlendiğinde¹, bu faktörlerin her birinin ayrı kategoriler olarak görülüp görülmeyeceği sorusu ortaya çıkmaktadır. Auster (2001) örneğin içsel kısıtların bireyin içinde tanımlanmasını sorgulamıştır çünkü birçokları toplum tarafından etkilenen veya toplumdaki kaynaklanan kökenlere sahiptir (Bkz. Philipp 1995). Benzer şekilde Shaw ve Henderson (2005) bakım etiği ve yetki vermeden kaçınmanın -içsel seviye faktörleri- kadınları bakım ile ilgili faaliyetleri boş zamandan daha öncelikli olarak değerlendirmelerine, bunun sonucu olarak ta en azından kısmi olarak boş zaman faaliyetlerine zaman ayıramamaya -yapısal bir kısıt- yöneltmektedir. Diğer araştırmacılar (örnek olarak, Gilbert ve Hudson 2000; Scott ve Munson 1994) içsel, bireylerarası ve yapısal kısıtlar arasındaki olası etkileşimlerden bahsetmişlerdir. Bu tartışmalar, modelin doğrusal hiyerarşik varsayımına meydan okuyan iç içe geçmiş ilişkileri önermiş gibi görünmektedir. Bir sonraki bölümde bu konuyu daha ayrıntılı inceleyeceğiz. Burada, kavramsal olarak farklı yapıların bağlantılı olabileceğini (birçok faktör, faktör analiz çözümünde ilintili olabilir) akıldan çıkarmadan bu tur kanıtları kullanarak boyutsallığı ilgilendiren sorulara cevap vereceğiz. Aslında sosyal yaşamla bağlantılı ilgili değişkenlerin (veya faktörlerin) ta-

mamen bağımsız olduğunu söylemek makul değildir. Bunun güzel örnekleri boy ve kilo, sıcaklık ve yüzmeye giden kişi sayısı veya tüketilen dondurma vb. olarak görülebilir ki bunlar aslında farklı ama bağlantılı kavramlardır. Bizim durumumuzda, kantitatif çalışmalar üç boyutlu kısıtlar arasındaki korelasyonu ortaya koymaktadır. (örneğin Raymore vd. 1993 ortadan yükseğe doğru: $r=0,42-0,695$ ve %16-%49 arasında değişen paylaşılan varyansa işaret eden korelasyonlar bulmuşlardır) ama bu bulgu yapılar arasında farklılığın olmadığını belirtisi olarak alınmamalıdır (bazı çalışmalarda öyle olsa bile). Bunun yerine yapıların teorik olarak, interaktif süreçlerle veya altında yatan müşterek sebeplerle tam da yukarıda bahsedilen çalışmaların önerdiği gibi bağlı olabileceğini gösterebilir.

Bu bağlamda, her bir kategoride homojenliklere şüpheyle yaklaşan her bir üç alt skala için içsel tutarlılıklar açısından düşük güvenilirlikler (örneğin $\alpha=0.42-0.55$ Hubbard ve Mannell 2001) bildirilmiştir. Hubbard ve Mannell ile hiyerarşik modeldeki her bir kategorideki belirli kısıtların ister istemez heterojen ve birbirleriyle güçlü bir korelasyona sahip olmayabilecekleri konusunda hemfikiriz (örneğin her bir kategorinin öz ilgi alanı çok geniş olabilir). Örneğin, boş zaman faaliyetlerinin uygunluğunun negatif öznel değerlendirmesi sonucundaki içsel kısıtlarla “(algılanan) kişisel beceriler eksikliğinden” kaynaklanan içsel kısıtlar arasında yüksek korelasyon beklemek gerçekçi olmayacaktır (örneğin “ben güçlüyüm, esneğim ve çok iyi bir boksör olabileceğimi düşünüyorum ama yapmayacağım çünkü bu kadınlar için uygun bir aktivite değil) veya benzer şekilde “zamansızlıktan” kaynaklanan yapısal kısıt ile rekreasyon alanlarına ulaşabilme arasında yüksek korelasyon beklememek gerekir (Nyaupane vd. 2004). Bundan dolayı eğer üç kategori kesin şekilde yapının üç boyutu olarak işlevselleştirilebilecekse, düşükten orta seviyeye kadar iç tutarlılıklar beklemeliyiz. Bu durumun iki sonucu ortaya çıkar (a) hiyerarşik modeli çerçeve olarak kullanan yapılar geliştirirken ifade seçiminde yüksek iç tutarlılıklar, kabul edilebilir güvenilirlik ve model uyumu için kapsam geçerliliğinden feda edilerek, körü körüne aranmamalıdır (örneğin diğerleriyle benzeşmeyen ifade dışarıda bırakılmalıdır) ve (b) her bir kategori içerisinde üç boyutlu çerçevede ikincil sıra faktörleri geliştirmek ve alt boyutları araştırmak daha uygun olabilir. İkinci yöndeki

² Etkileşim kavramı yerine “örtüşme” kavramı sıklıkla bu tip tartışmalarda kullanılmaktadır. Ancak, bu tartışmalara kaynaklık yapan ampirik bulgulara dayanarak “etkileşim” kavramının daha uygun olduğunu düşünmekteyiz: Bahsi geçen üç tür kısıt hakkındaki algılar birbirlerini etkileyebilirler ya da altlarında yatan sebepler örtüşebilirler. Başka bir deyişle, belirli bir seviyedeki kısıtların (bir içsel kısıt gibi) ortaya çıkmasına neden olan faktörler farklı bir seviyede yer alabilirler (bir toplumsal seviye faktörü olan kısıtlayıcı sosyal kurallar gibi). Ancak, kısıt kategorileri kavramsal olarak tartışmaya yer bırakmayacak şekilde açıktır.

çalışmaların başladığını görmekten mutluluk duy-
maktayız (örneğin Nyaupene ve Andereck 2008;
Walker vd. 2007).

Dahası homojenlik konusunda ikinci bir nüans mevcuttur, adlandırmak gerekirse değişen boş zaman faaliyetlerinin doğasıyla (örneğin spora karşın sanat beğenisi, dışarıda yapılanlara karşı ev içi faaliyetleri), çalışılan örneklemin farklı karakteristikleri (örneğin yaş, cinsiyet, fiziksel ve zihinsel kabiliyet, aile hayatı döngüsü, etnisite vb.) ve değişik katılım seviyeleri (örneğin yeni bir boş zaman faaliyeti, mevcut durumdan daha yüksek veya istenen seviyeye doğru uzmanlık veya kalite deneyimini aramak, vb.) ile ilişkili çok farklı kısıt mevcuttur. Birçok araştırmacı bu durum hakkında bilgi sahibidir ve bazıları faaliyet, anakütle veya belirli temel özellikli yaklaşımların savunuculuğunu yapmaktadır (bkz., Clayton 2002; Hawkins vd. 1999; Hultsman 1993; Jackson 1994, 2005; Jackson ve Dunn 1991; Jackson ve Rucks 1995; Jackson ve Scott 1999; Mannell ve Loucks-Atkinson 2005; Nadirova ve Jackson 2000; Nyaupane vd. 2004; Searle ve Brayley 1992). Aslında, genel yaklaşım her bir araştırma grubunun belirli bir araştırma çerçevesine ve/veya ihtiyaca göre özelleştirilmiş enstrümana göre kısıt kategorileri tanımlamasıdır (örnek olarak, Alexandris ve Carroll 1997a; Arab-Moghadam, Henderson, ve Sheikholeslani 2007; Backman 1991; Backman ve Crompton, 1989, 1990; Brown, Brown, ve Hansen 2001; Dunlop 2006; Frederick ve Shaw 1995; Gilber ve Hudson 2000; Harrington 1991; Henderson ve Ainsworth 2000; Henderson, Bedini, Hecht, ve Shuler 1995; Hultsman 1995; James 2000; Lee ve Tideswell 2005; Lu 2006; McCarville ve Smale 1993; Norman 1995; Petrick, Backman, Bixler, ve Norman 2001; Philipp 1995; Scott ve Munson 1994; Stodolska 1998; Tian, Crompton, ve Witt 1996; Tsai ve Fung 2005; Williams ve Fidgeon 2002; Wright ve Goodale 1991; Wright ve Backman 2001; Xiong 2007; Zhang 2007). Sonuç olarak kısıtları ölçebilmek için standart bir ölçek bulunmamaktadır (Hubbard ve Mannell 2001). Araştırma sırasında araştırılan fenomene bağlı kalmak ve deneklerin algı ve deneyimlerine duyarlı olmaya yardım etmek açısından yerleştirilmiş yaklaşımların önemini biliyoruz. Bununla birlikte iki noktaya dikkat etmek gerekmektedir. Birincisi, bu yaklaşımın avantajları, bizim ikinci husustaki görüşümüzün ana fikrini de oluşturan, belirli bir teorik

temel olmadan veriye dayalı araştırmanın onaylanması için kullanılmamalıdır. Belirli bir ortak teorik çerçeveyi temel almayan veya var olan çalışmaların verilerini kullanan (özellikle değişik alt alanlardan gelen) yerel parça parça araştırma uygulamaları çalışmalar arası karşılaştırmaları zorlaştırmakta ve bunun sonucunda bu alana bilgi transferini ve birikimini zorlaştırmaktadır. İki durumdan da kaçınabilmek için, “araştırmacıların ihtiyaçlarına göre düzenleyebilecekleri bir kısıtlar havuzu oluşturmak yararlı olabilir” diyen Hubbard ve Mannell (2001) in önerisini destekliyoruz. Eşit olarak inanıyoruz ki hiyerarşik boş zaman kısıtlar modeli (Crawford ve Godbey 1987; Crawford vd. 1991) ve onun önemli uzantısı olan kısıt inkar teorisi (Jackson vd. 1993) kısıtların ve bağlantılı olguların sistematik olarak araştırılmasında deneyimsel çerçeveye hizmet edebilir. Araştırmacılar bu çerçeveyi, boş zaman faaliyetleri ve katılımcıların doğası ve karakteristiklerini dikkate alacak şekilde geniş bir kısıtlar listesi geliştirmede iyi bir başlangıç noktası olarak kullanabilirler (bkz., Auster 2001; McQuarrie ve Jackson 1996). Bu yaklaşım birçok ampirik çalışmada başarılı bir şekilde uygulanmıştır (örneğin, Elkins 2004; Han 2004; Hubbard ve Mannell 2001; Kohlleppel 2002; Nyaupane ve Andereck 2008; Nyaupane vd. 2004; Oh 2005; Raymore, Godbey ve Crawford 1994; Walker vd. 2007).

Ek bir bilgi olarak, çoklu popülasyonlar arasında (kültürler arası çalışmalar gibi) boş zaman kısıt ölçümlerinin karşılaştırılabilirliği ya da değişik çalışmalar için kısıt enstrümanlarını ödünç alma/deneme çalışmaları yapacak araştırmacılara bahsi geçen üç seviyeyi dikkatli bir mantıksal sıralamayla ayırt etmelerini öneriyoruz. İlk olarak araştırmacılar kısıtları, gruplar arasında içeriklerine ya da türlerine göre karşılaştırılabilirliğini test etmek isteyebilirler. Çoklu örneklem ya da faktöriyel invaryans analizi olarak ta bilinen çoklu grup analizleri kullanılacaksa yapısal eşitlik modeli kullanılarak yapılacak bir doğrulama, yapısal invaryans veya eşit faktör yapılarının (faktör sayılarının ve faktör yüklerinin gruplar arasında özdeş olması gibi) varlığını gerektirmektedir. İkinci olarak, ilk seviye karşılaştırılabilirlik doğrulandığı takdirde araştırmacı alt boyutlar ve kısıt yapısının ortalamalarını doğrulamak üzere araştırmasına devam edebilir. Yapısal eşitlik modeli (YEM) açısından ele alındığında, bu tür bir doğrulama, metrik invaryansın ya da eşit faktör

yüklerinin (örnek olarak; ölçeklerin, farklı katılımcı grupları için aynı ortalamalara ve yapıya sahip olup olmadığı) test edilmesini gerektirir. Üçüncü olarak, ölçek ortalamaları eşitse araştırmacılar ortalamalar arasında karşılaştırmalar yapma yolunu tercih edebilirler. Yapısal eşitlik modeli bakımından bu adım, göstergeler ve/veya gizli değişkenlerin ortalamalarının eşitliğinin (örnek olarak; farklı gruplardan insanların her kısıt için aynı değerleri vermesi) test edilmesini içerir (Brown 2006). İnanıyoruz ki bu ayrımlar kısıtların yapısal homojenliği konusunda ortaya çıkabilecek tartışmalara, kavramsal bir açıklık getirecektir.

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Modelinin Üç Önermesi

Crawford vd. (1991) üç belirgin önerme varsaymaktadır: (a) boş zaman kısıtları birbirini takip eden hiyerarşik bir yapı içinde dizilmişlerdir (örnek olarak, bireyler; bireylerarası, içsel ve yapısal kısıtlarla ardışık bir yapı içinde karşılaşmakta ve değerlendirmektedirler), (b) bu dizi bir önem sırasına göre var olmaktadır (üç seviye en kuvvetli olan yakından, en uzakta olan şeklinde oluşmaktadır), (c) bu sınıflandırma aynı zamanda bir sosyal imtiyaz hiyerarşisine de işaret etmektedir (gelir, eğitim, cinsiyet, ırk vb. gibi sosyal sınıflar ve algılanan kısıtlar arasındaki korelasyon sonucunda ortaya çıkan). Bu bölümde bu üç önermeden yola çıkarak oluşturulan hipotezlerin test edildiği ampirik çalışmaları gözden geçireceğiz.

Ardışık Hiyerarşi: Ampirik Bulgular

Boş zaman kısıtlarının ardışık bir hiyerarşik yapı sergilediğinden bahseden ilk önerme sık ve yoğun bir şekilde incelenmiştir. Meta modelleme ilkesini kullanan Raymore vd. (1993) ardışık hiyerarşi önermesini test etmek için istatistiksel prosedürler geliştirmiştir. Elde ettikleri sonuçlar önermenin varlığını destekleyen kanıtlar içermektedir. Geliştirdikleri prosedürler müteakip çalışmalarda tekrar edilmiştir (örnek olarak; Gilbert ve Hudson 2000; Hawkins vd. 1999; Walker vd. 2007) ancak raporlanan bulgular karışık sonuçlar içermektedir. Örnek olarak, Gilbert ve Hudson bireylerin kayak yapma tercihinde bulunmak için yapısal kısıtlarla karşılaşmadan önce içsel kısıtların üstesinden gelmeleri gerektiği sonucuna ulaşmışlardır ancak aynı zamanda tüm kayakçılar için bu tip kısıtın var

olup olmadığı şüphesine neden olan, insanların içsel kısıtlarla yüzleşmelerinin de bir zorunluluk olmadığı ortaya çıkmıştır. Walker vd. ve Hawkins vd. aynı yöntemleri kullanarak tam aksi sonuçlara ulaşmışlardır. Walker vd. Kanada ve Çin'den iki grup üniversite öğrencisinin örneklemini oluşturduğu çalışmalarında hiyerarşik modeli destekleyen kanıtlara ulaşmışlardır. Hawkins vd. ise zihinsel gelişim bozukluğu olan yetişkinlerden oluşan örnekleminde Raymond vd.'nin sonuçlarını tekrarlamamışlardır.

Önerimiz bu tutarsız bulguların büyük ihtiyatla yorumlanmasıdır. Raymond vd. (1993) tarafından kullanılan prosedürün temelini oluşturan "daha az sayıdaki denek, hiyerarşi içindeki konumları yükseldikçe, ileri giderler" (s.109) varsayımının genelleştirilebilirliğini incelemek uygun olabilir. Raymond vd. ve Walker vd. (2007) tarafından yürütülen araştırmalar bağlamında doğru olsa da, bu varsayım, üzerinde çalışılan örneklemin karakteristik özelliklerine bağlı sebeplerden dolayı bazı durumlara uygulanamayabilir. Örnek vermek gerekirse, Gilbert ve Hudson (2000) tarafından Birleşik Krallık'ta kayak kısıtları çalışmasında, katılımcılarının %55'i kayak konusunda önceden deneyim sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Bu, Birleşik Krallık genel nüfusundaki aynı oranla karşılaştırıldığında (%17'den az, Mintel 1996, Gilbert ve Hudson tarafından aktarılan) "dikkat çekici" (s.915) bir şekilde yüksektir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun hâlihazırda içsel (hatta kişilerarası) kısıtları müzakere edip, kayak yapma için bir tercih oluşturduklarını, bu nedenle de Raymond vd. tarafından ortaya konan önermeyi desteklemeyen önceden var olan bir durumun ortaya çıktığından şüphelenmek mantıklı olacaktır.

Ampirik doğrulamaların yanı sıra, çok sayıda araştırmacı konu hakkındaki anlayışımızın pekişmesine yardımcı olabilecek değerli bulgular sağlamaktadır. Yetişkin amatör buz patencilerin karşılaştıkları kısıtları ele aldıkları çalışmada McQuarterie ve Jackson (1996) "yapısal ve öncül kısıtları birbirinden ayırmanın problemlidir" (s. 475) olduğundan bahisle, eşzamanlı etkileşim modeli (Herderson ve Bialeschski 1993), Crawford vd. (1991) tarafından ortaya konan orijinal hiyerarşik modelinden türetilen geliştirilmiş bir modelin, buz patencilerin kısıtlarla olan deneyimlerini lineer ve hiyerarşik modelden daha iyi açıklayabileceğini

önermektedirler. Benzer fikirler başka araştırmacılar tarafından da ileri sürülmektedir. Örnek olarak, geri besleme döngüleri formunda etkileşimler sergileyen üç kategoriden ibaret kısıtlar (Gilbert ve Hudson 2000), umulan (yapısal veya kişilerarası) kısıtların rasyonelleştirilmesi sonucunda ilginin azalması (Davies ve Prentice 1995'den aktaran Gilbert ve Hudson 2000; ayrıca bkz. Jackson vd. 1993), algılanan erişilebilirlik problemlerinin (yapısal kısıtlar) tesislere yönelik tutumları etkilemesi (içsel kısıtlar, Scott ve Munson 1994), her kategori içinde hiyerarşik bir yapı (Nadirova ve Jackson 2000) ve döngüsel bir düzende meydana gelen kısıtlar (Domingues 2003), verilebilir. Crawford vd. (1991) tarafından ortaya atılan ardışık hiyerarşi önermesinin katı bir biçimde yorumlanmasına karşı bir uyarı olarak algılanabilecek gözlenen bir örneğin, kalıcı ve genelleştirilebilir bir model mi yoksa örneğe özgü yerel bir fenomen mi olduğunu söylerken ihtiyatlı olunmasını önermemize rağmen bütün bu fikirlerin boş zaman kısıtlarının artan bir biçimde kapsamlı ve sofistike olarak anlaşılabilmesi sürecine katkıda bulunduğu inaniyoruz. Özellikle üzerinde durduğumuz nokta, kavramsal modelin hiyerarşik yapısına rağmen, gerçekte bir bireyin karşı karşıya kaldığı gerçekleşen kısıtların içsel kısıtlarla başlamak zorunda olmadığıdır. Bireyin karşılaşılabileceği kısıtlar; duruşu, tutumları, ilgisi ya da katılım düzeyi, konu ile ilgili bilgi düzeyi ve becerisi, mekân ya da tesislere ulaşılabilirlik, sosyal ağ, kültürel geçmiş ve daha birçok unsur halinde karşımıza çıkabilir. Dahası, yukarıda belirtilen parametreler değiştiğinde, kısıtlar da evrilmeye devam edeceklerdir.

Diğer taraftan, üç seviyedeki faktörler arası bir etkileşim olduğunu da kabul ediyoruz. Kısıtlarla ardışık bir biçimde *karşılaşıldığı* görüşünün aksi ispat edilmedikçe, bir *kısıtın oluşumu*, içselleştirme ya da müzakere süreci yoluyla akla gelebilecek herhangi bir seviye/alan kaynaklı bir *faktör* olabilir. Ancak, kısıtların kendileri ve nedenleri arasındaki ayrım, kavramsal karmaşayı engellemek ve/veya aşırı geniş tanımlamaların önüne geçmek amacıyla, dikkatli bir biçimde yapılmalıdır. Bir örnek vermek gerekirse, yaşlı kadınların, sosyal olarak daha fazla onaylanan aktivitelere ayıracakları zamandan çalarak spor aktivitelerine katılmaları sonucunu hissettikleri "suçluluk", boş zaman faaliyetinden alabilecekleri hazı tam olarak yaşayamama-

larına neden olmaktadır (Heuser 2005). Suçluluk duygusunu şekillendiren sosyal *faktörlere* rağmen (toplumun beklentileri gibi) bu kısıt tartışmasız bir biçimde içsel seviyede ortaya çıkmıştır, çünkü sosyal faktörlerin etkisi birey tarafından engelleyici unsurlar olarak algılanmadığı sürece fark edilmezler. Daha ileri giderek, araştırmacıların basit bir biçimde boş zaman kısıtlarını tanımlamanın ya da sınıflandırmanın ötesine geçerek daha zorlu bir süreç olan nasıl ortaya çıktıklarını (altlarında yatan sebepler gibi) anlamaya çalışmalarının daha yararlı olacağına inanıyoruz. Daha önce bahsi geçen alternatif argümanların, hiyerarşik boş zaman kısıtlar teorisini olumsuzlamak değil de mevcut modelin gelişimi için yön göstericiler olarak önem arz ettiğine inanıyoruz. Örnek vermek gerekirse; sonraki aşamalardan olan kısıtlarla nasıl karşı karşıya geldiğini ele alan -müzakere ve motivasyon gibi ilgili süreçlerle ilgili -çok sayıdaki çalışmanın (Carroll ve Alexandris 1997; Jackson vd. 1993; Frederick ve Shaw 1995; Henderson vd. 1995; Hubbard ve Mannell 2001; Little 2002; Livengood ve Stodolska 2004; McQuarrie ve Jackson 2002; Oh 2005; Scott 1991; Scott ve Jackson 1996; Son vd. 2008) yanı sıra her tip kısıtın öncüllerini araştırılması gibi. Bu bulgular, araştırmacılara bireylerin tecrübe ettikleri kısıtları şekillendiren kaynaklar ya da güçlerin (bunlar cinsiyete bağlı roller, akran beklentileri, kültürel normlar, ırk ayrımcılığı, önyargılar, boş zamanların değerlendirilebileceği tesislerin yokluğu ya da sosyo-kültürel geçmişimizden kaynaklanan herhangi bir faktör olabilir) takibi konusunda yardımcı olurlar. Bu faktörlerin dikkate alınması demek, algıların yüzeysel olarak ölçümünden öteye geçerek, bu algıların ortaya çıkmasına katkıda bulunan geniş bir kişisel-sosyo-kültürel faktör ağının derinlerine inmek demektir (ayrıca bkz. Shaw ve Henderson 2005). Bazı kısıtların kalıcı olabileceğine özellikle dikkat çekmek isteriz (örnek olarak, toplumun yapısına bağlı olarak boş zaman kaynaklarının mevcut olmaması ya da algılanan sosyal normların kişisel boş zaman faaliyetlerine katılım veya alınan haz üzerindeki olumsuz etkileri gibi, bkz. Iso-Ahola ve Mannell 2005). Bu tip bir kısıtın etkileri çok derin ve geniş kapsamlıdır ve üstesinden gelinmesi ya da ortadan kaldırılması genellikle hem birey tarafında müzakere (örnek olarak, davranışın çeşitli yollarla değiştirilmesi, Henderson vd. 1995; Jackson ve Rucks 1995; Samdahl ve Jekubovich 1997) hem de toplum, kurumlar ya da diğer

aracı kurumlar tarafında kolaylaştırma çabalarının varlığını gerektirir. Bu yönde çalışmaların halihazırda başlamış olduğunu görmekten memnuniyet duyuyoruz (Crawford ve Stodolska 2008).

Önem Hiyerarşisi: Ampirik Bulgular

Tekrar vurgulamak isteriz ki, hiyerarşi önermesi (potansiyel) boş zaman değerlendiricilerinin karşılaşılabileceği her kısıtın yoğunluğu ya da gerçekte algılanan önemini harfiyen tarif eden bir reçete olarak yorumlanmamalıdır. Bunun yerine, her bir tür kısıtın, müzakere sürecindeki rolü ve boş zaman etkinliğine katılma/katılmama (örnek olarak; *içsel kısıtlar* en kuvvetli olanlardır çünkü onların üstesinden gelmeden boş zamanı değerlendirecek bir aktiviteye katılma isteği ya da tercihi ortaya çıkmaz, önceden var olan bir istekte de azalma veya yok olma görülür) kararının alınmasındaki önemini tartışmak istiyoruz.

Ancak, tüm bireylerin – tüm sosyal, kültürel ve tarihsel bağlamlarda- aynı tip kısıtları deneyimleyeceği ve aynı önemde ya da kuvvette algılayacağını beklemek naif bir davranış olurdu. Daha önce ifade edilen heterojenlik konusu insanların boş zaman kısıt algıları hakkındaki değişkenliği yeterince açık bir biçimde ortaya koymuştur. Jackson ve Scott (1999) tarafından belirtildiği gibi, boş zaman arayışının ne seviyede olduğundan bağımsız olarak (yeni bir aktiviteye başlamak, önceki bir aktivitedeki katılımı sonlandırmak, katılımın sıklığı, alınan hazzın kalitesi, ya da uzmanlaşma bakımından katılımın istenen bir düzeyde gerçekleşmesi gibi) bazı ortak temel kısıtların var olma eğilimine rağmen ifade ve boyutların görece kuvvetleri ve önemleri kayda değer değişiklikler gösterir (Hultsman 1993; Jackson 1993; Jackson ve Dunn 1991; Jackson ve Rucks 1995; Searle ve Brayley 1992; Xiong 2007). Her bir tip kısıtın algılanan önemi, bireyin durumuna ve/veya özelliklerine bağlı olarak ta değişiklik gösterir. Mesela, Hawkins vd. (1999) zeka geriliği olan yetişkinlerde, içsel kısıtların öneminin toplumla yaşadıkları özgün ilişki ağları nedeniyle daha fazla olabileceğini öne sürmüşlerdir.

Yukarıdaki görüşlere bağlı olarak önermenin geçerliliği daha az muğlak bir konudur. İncelememiz, önermeyi destekleyen kanıtların varlığına işaret etmektedir. Alexandris ve meslektaşları, rekreasyonel spor faaliyetlerine bağlılık ve kısıtlar arası ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında, kişilerarası

kısıtların, bağlılığın en kuvvetli belirleyicileri olduğunu bulmuşlardır (Alexandris vd. 2001). Kısıtların motivasyon üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada, kişilerarası kısıtların bireyin motivasyonu üzerinde olumsuz etkileri tespit edilmesine rağmen motivasyon ve diğer iki tip kısıt arasında bir ilişkiye rastlanamamıştır (Alexandris, Tsobatzoudis ve Grouios 2002). Bu çalışmayla Crawford vd. (1991) tarafından ortaya konan hiyerarşik önem önermesi kısmi olarak desteklenmektedir. Samdahl ve Jekubovich (1997) hiyerarşik modeli, bireylerin gündelik hayatta karşılaştıkları kısıtları yorumlayabilmek için, gerçekleşmiş bir durumu açıklayan (s.432) bir rehber (ex post facto) olarak kullanmışlar ve önem hiyerarşisi önermesini destekleyen doğrulayıcı kanıtlara ulaşmışlardır.

Sosyal İmtiyaz Hiyerarşisi: Ampirik Bulgular

Crawford vd. (1991) genellikle gelir ve eğitim tarafından şekillenen sosyal sınıfların, nihai olarak boş zaman faaliyetlerine katılımlarını etkileyen, kişilerin kısıtlar hakkındaki algıları ve deneyimleri üzerinde çok kuvvetli bir tesiri olduğunu tahmin etmektedirler. Her ne kadar bu önermeden, doğrudan ya da dolaylı bir biçimde var olan yayınlarda bahsedilmese de demografik değişkenler (cinsiyet, gelir, eğitim, etnik geçmiş gibi) ve algılanan kısıtlar (bkz. Jackson 2005) arası ilişkilerin ele alındığı bir çok çalışma ampirik kanıtlar içermektedir.

Sosyo-demografik değişkenler ve kısıtların yaygınlığı ve ölçeği arasında yakın ilişkiler olduğu kabul edilmektedir (Jackson ve Henderson 1995; Scott ve Munson 1994; Shaw ve Henderson 2005). Macarville ve Smale (1993) boş zaman aktivitelerine katılımı etkileyen, algılanan kısıtları beş ana alanda incelemişlerdir (fiziksel aktivite ve egzersiz, sanat ve eğlence, hobiler, sosyal aktiviteler ve evde eğlence). Elde edilen bulgular kısıtların toplam popülasyon içinde dengeli bir dağılım göstermediğine işaret etmektedir. Düşük gelir grubuna dahil insanlar, varlıklı olanlara göre daha fazla kısıt rapor etmektedirler (algılanan yaş uygunluğu, sağlık, iletişim dili zorlukları, maliyetler, eşlik eden kişi olmaması, bilgi, erişilebilirlik/uygunluk). Alexandris ve Carrol (1997b) bireysel/psikolojik, ilgi/negatif geçmiş tecrübeler, eşlik eden kişi olmaması, bilgi eksikliği, erişilebilirlik/finansal gibi algılanan kısıtların düşük eğitimli bireyler arasında daha yaygın olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Elde edi-

len bu bulgular Raymore vd. (1994) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile uyum içerisindedir. Çalışmalarında sosyo-ekonomik statü (algılanan hane halkı geliri ve ebeveynlerin eğitim seviyeleri) ve algılanan kısıtlar arasındaki ilişkileri incelemişler ve sosyo-ekonomik statünün kişilerarası kısıtlar ile ters yönlü bir ilişki içinde olduğunu, yanı sıra diğer iki tip kısıt ve sosyo-ekonomik statü arasında dikkate değer bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Özetlemek gerekirse, mevcut çalışmalarda kısıtların sosyo-ekonomik basamaklar içinde dağılımı, Crawford vd. (1991) tarafından yapılan spesifik tahminlere tam olarak uygun olmasa da kanıtlar genel olarak boş zaman kısıtlarının tecrübe edilmesinde bir sosyal imtiyaz hiyerarşisinin varlığını destekler durumdadır. Dahası mevcut literatürden kaynaklanan ortak bir bulgu, kadınların, özellikle kişilerarası kısıtlar bakımından, erkeklere göre boş zaman konusunda daha fazla kısıt tecrübe ettiğini göstermektedir (Culp 1998; Frederick ve Shaw 1995; Harrington 1991; Henderson 1991; Henderson ve Ainsworth 2000; Henderson vd. 1995; James 2000, literatür araştırması için bakınız Shaw ve Henderson 2005). Özünde cinsiyetle ilgili olan eşitlik meselelerinin de hiyerarşik sosyal imtiyaz önermesine dolaylı yoldan da olsa destek verdiği inaniyoruz (Crawford vd. 1991).

Teoriye Yönelik Eleştiriler

Kısıtlar teorisi farklı yorumlamalara maruz kalmasına rağmen, biz kısıtların ilk kavramlaştırımının oldukça net olduğuna inanıyoruz. Aşağıda kısıtların kavramlaştırılmasına dair konulara ve bu konulara dair bakış açımıza yer verilmiştir.

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Modelleri Kültüre mi bağlıdır?

Bazı araştırmacılar kısıtların tipolojilerinin kültürü göz ardı ettiğini ve bu nedenle kültüre bağlı olduğunu savunmaktadırlar. Örneğin Chick ve Dong'a göre:

Crawford, Jackson ve Godbey tarafından geliştirilen hiyerarşik kısıtlar modeli görünüşe göre kısıtlar sınıflandırma sistemleri arasında kabul görmeye başlamıştır... Bu üç kısıt kategorisi bir antropoloğa göre çok bireysel odaklı algılanabilir... Üstelik bizler kültürün, sosyal bilimler düşününde dikkate değer bir geçmiş olan bir yapı olarak Crawford ve Godbey'in (1987) sınıflama sis-

teminden –kültürün bu sınıflandırmada diğer üç kategoriye göz ardı edilebilecek şekilde dağılmış olmasından dolayı-kolaylıkla ayrılabilmesine inanmaktayız. (s.170-171)

Bizler bu argümanı iki sebepten reddediyoruz. Kısaca açıklamak gerekirse ilki, gereksiz olması riskine rağmen, böyle bir iddiayı desteklemek deneye dayalı kanıtlar (örn. deneysel yanlıştır) gerektirmektedir, ancak baktığımızda ilgili literatürde genelleştirilebilen, sistematik yanlıştır ortaya koyan çok az çalışmaya yer verildiğini görüyoruz. İkincisi, bireylerin içsel kısıtlar seviyeleri makro düzeyde farklılıkları kapsamaktadır. Örneğin, 1987'de biz şunları yazmıştık:

İçsel kısıtlar kişinin psikolojik durumunu ve yaklaşımlarını içerir, tercihlere ve katılımlara müdahale etmekten ziyade dinence seçimlerine hitap etmeyi hedefler. Bazı içsel bariyerlere örnekler şu şekilde sıralanabilir: stres, depresyon, anksiyete, sofuluk, akraba ve akraba olmayan grup yaklaşımları, belirli dinlenme aktivitelerine dair önceden edinilmiş sosyalleşme, algılanan kişisel beceriler ve çeşitli serbest zaman aktivitelerinin uygunluğu ve mevcudiyetinin öznel değerlendirilmesi. (s.122)

Bütün bu örnekler ve buraya yazmadığımız dahası (bu tür kısıtların detaylı bir araştırmasını yapmaya çalışmadığımızı düşünürsek) ancak kültüre bağımlı düşünülduğünde (örneğin, referans grup tutumları, sosyalleşme ve uygunluk algıları) bir anlam ifade etmektedir. İçsel kısıtlar daha önce bahsedildiği gibi temel olarak serbest zaman aktivitelerine bahsi geçen kişinin katılımın uygunluğuna ve ilintisine ilişkin öznel değerlendirmeleri ve algıları ile ilgilidir. Uygunluğa ve ilintiye dair verilecek kararın temelleri psikolojik, kültürel ve/veya genetik yatkınlık olabilmektedir. Bu faktörler değişik ülkeler, dinler, kişilik, cinsiyetler, siyasi özgürlük, etnisite, psikolojik tutum ve bunun gibi diğer etmenler söz konusu olduğunda yoğunluk ya da öncelik bakımından farklılık gösterebilmektedir. Buradaki önemli soru söz konusu bireyin, söz konusu aktivitenin, uygun bir biçimde katılacağı, tadını çıkarabileceği ve/veya başarıyı deneyimleyebileceği bir boş zaman aktivitesi olup olmadığı sonucuna varıp varamayacağıdır.

Kültürün her üç kısıt kategorilerine 'göze çarpmayacak şekilde yayılmış' olduğunu söylemekten se, kültürün her üç kategorinin de temel açıklayıcı yapıtaşı olduğunu ifade etmek daha doğru olacaktır. Örneğin, kişilerarası kısıtlar belli bir kültür içinde uygulanmalıdır. Bir toplumda din, insanla-

rın katılacakları serbest zaman aktivitesini seçerken ağırlıklı rolü üstlenebilirken, başka bir toplumda hiçbir rolü olmayabilir. Bir kültürde 'tesis noksanlığı' yetişkin erkeklerin futbol oynamasına engel olurken, diğerinde sokakta oynayabilmektedirler. Bizim kısıtlar kategorilerimiz ise bireysel düzeyde ortaya konulduğundan, ağırlıklı olarak kültür tarafından şekillendiği anlaşılmaktadır.

Chick ve Dong'un (2005) iddialarının bir kısmının nedeni de modeli eleştirirken kişisel kısıtların tam tanımını yerine bunu sadece 'kişisel kısıtlar' (örn. Stres ya da depresyon gibi psikolojik nedenler, "Hayatta yapmam" s.170) olarak ele almış olmalarıdır. Tanımın bu kısaltılmış hali 1987 tarihli makalemizde bahsedilen ve oldukça net ve ağırlıklı olarak kültürden etkilenen önemli örnekleri dışarıda tutmaktadır; akraba ve akraba olmayan grup referans tutumları, sofuluk, belirli serbest zaman aktivitelerine geliştirilen geçmiş sosyalleşme deneyimleri gibi. Chick ve Dong tarafından ortaya konulan şu görüşe saygı duymaktayız:

Bir antropoloğa göre bu üç kısıtlar kategorisi fazlasıyla birey merkezli olabilir. Her şeyden öte insan oldukça sosyal bir hayvandır ve sosyal çevremiz kişisel ve kişilerarası ilişkilerimizi yönlendiren hukuk, kural, norm ve bunun gibi – daha özellikle kültür- sistemlerinden oluşmaktadır (s170).

Kültürün kısıtları şekillendirdiğini söyleyerek sonlandırırken tanımlarımızın bu tür konuları da kapsadığını incinındayız. Üstelik öyle ya da böyle gönüllü olarak içselleştirilmiş kültürel normlar ve dayatılmış kültürel normları ayırt edebilmekteyiz. Köktendinci Hıristiyan inancına göre herkesin Pazar sabahı kiliseye gitmesi gerektiği gibi dayatılmış kültürel normlar yapısal bir kısıt oluşturabilmektedir. Yani, herhangi bir birey Pazar sabahı ormanda bir yürüyüşten keyif alabilecek ya da o sabah ormana yürüyüşe gitmek isteyen arkadaşlara sahipken kiliseye devamlılık gibi normatif bir mecburiyetle karşı karşıya kalabilir. Kişilerarası kısıtlar bakımından ele alındığında, kişi ormanda yürüyüşe gitmek isteyebilir ancak aynı kiliseye giden üyelere eşlik etmesi söz konusu olduğunda bu seçimi kısıtlanabilir. Bir şekilde gönüllü olarak içselleştirilmiş olan normlar genelde kişiye dönük kısıtlar olarak karşımıza çıkabilir ve katılım isteğine yön verebilir. (örneğin: benim gibi insanlar Pazar sabahı ormanda yürümezler. Ben iyi bir Hıristiyan'ım ve kiliseye gitmek istiyorum. Bu yüzden, Pazar sabahı yürüyüşe gitmek istemiyorum)

Bireyler ve kültürler arasındaki ilişkiyi incelemek için Walker ve arkadaşları öz benlik kurgusunun etnik/ırksal serbest zaman araştırmalarına yeni bir ara değişken olarak dâhil edilmesini önerdiler. (Walker, Deng ve Dieser 2005). Eleştirmenlerimizden birinin de belirttiği üzere bu önermenin sosyal normların kişisel değerler ve inançlara dönüşmesi sürecine müdahil olması sonucunda kısıt algılarının artmasına yol açtığını kabul etmekteyiz. Kültürler arası kapsamda incelendiğinde, bu tarz araştırmalar kısıtlar ile ilintili psikolojik yapıların ne ölçüye kadar farklı işlediğini ve içsel, kişiler arası ve yapısal kısıtların yoğunluğunun kültüre göre nasıl farklılaşabildiğini ortaya koymaktadırlar. Aynı zamanda Walker ve arkadaşlarının (2008) çalışmasında bireysellik ve toplumsallık arasındaki farkların öz benlik kurgusunu tanımlamak için kullanıldığına dikkat çekmek istiyoruz ki bu, kurgunun incelenilebileceği birçok boyut arasından sadece bir tanesidir. Serbest zaman yapılanmaları tartışılırken serbest zaman aktivitelerinin doğası ve özelliklerine bağlı olarak farklı kurallar ya da kişisel inançlar için içine girmektedir (ayr. Bkz. Caldwell 2005). Söylenenlerin ışığında, bize göre öz benlik kurgusu tartışılabilir yeni bir değerdir. (Walker 2007; Walker vd. 2007; Walker vd. 2008). "Öz" kavramına dair oldukça geniş bir çerçeve mevcuttur – özgüven, öz değerlendirme, öz yeterlilik, bireysel imaj ve benzeri- ve bu bağlamda "benlik algısı" kavramını eşsiz olarak ifade etmek keyfi olarak görülmekte ve daha fazla kanıtı ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır.

Boş Zaman İle İlgili Tüm Kısıtları Kaldırmak Mümkün Müdür ve İstenen Bir Durum Mudur?

Belirtmek isteriz ki bütün kısıtları ortadan kaldırmak mümkün değildir ve zaten istenen de bu değildir. Belirli bir serbest zaman aktivitesi için belirlenen içsel ve kişilerarası kısıtlar en aza indirildiğinde, katılım isteği artmakta; bunun sonucu olarak da kalabalık, sırada bekleme, maliyet gibi diğer yapısal sorunları çoğalacaktır. Kısıtlar mutlak olmadığına göre, kişiler sadece kendi istekleriyle bunların üstesinden gelebilirler mi? Biz bunun mümkün olmadığını düşünmekteyiz. Örneğin, kenar mahallelerden birinde yaşayan birisi daha önce koşuya çıkan birkaç kişinin saldırıya uğradığı bir yerde koşmak isteyebilir, böyle bir karar boşuna bir kahramanlık olurdu. Çoğu durumda kısıtlama-

nın yoğunluğu o denli artar ki mutlak olmadığı bilirse bile kısıtlamaya boyun eğmek zorunda kalılabilmektedir. "Hatırlatmakta fayda var ki kısıtlamalar boş zaman davranışlarımızın üstünde sadece etki yapabilirler, karar verici olamazlar ve serbest zaman davranışımızı belirleyen, tercihlerimize baktığımızda üstün gelen kısıtlamadır. (Crawford ve Godbey 1987: 124). Çan eğrisinin kenarlarında olduğu gibi, kısıtlar ağırlığını artırdıkça katılım ihtimali olumsuz doğru değişim gösterir.

Tahminlerimize göre, modelin geleneksel sosyal değişim teorisini kapsadığını görerek zamanla bu düzeylerin kısıtlardan ziyade 'faktörler' ya da 'etkiler' olduğunu düşünmeye başladık. Bu analiz uygulandığında kısıtlar, etkileşim teorisinin 'bedeli' olarak yeniden yer bulabilir, ancak 'ödül' paralel konsepti, model içinde tam anlamıyla yerini bulmamaktadır. Serbest zaman davranışlarını bedel ve ödülün etkileşimi olarak düşünmek mümkündür, karlılık da bunun içine katıldığında serbest zaman davranışı tanımının bir dizi aktivite içinden insanların zihinsel hesaplamalarıdır. Ne yazık ki bazen yapmaya değer bir aktiviteye dair tahminlerimiz boşa çıkabiliyor (örn. Her gün yağmur yağan bir yerde balığa çıkmak, film boyunca arkanızda oturan insanların sürekli konuştuğu bir sinemaya gitmek gibi). Thibaut ve Kelly'nin (1959) karşılıklı bağımlılık teorilerinin –daha sonra maalesef etkileşim teorisi olarak bilinmeye başladı- temellerinde sıradan bir aktiviteye katılımı kişilerin koordinasyonunun gerekli olduğunun önemini vurgulamaktadır. Bu, kişisel tercihlerin karmaşık doğasını ve peş peşe katılımın gerçekleştiği serbest zaman aktivitelerini eşit zeminlere indiren, modeldeki kişilerin düzeyde oluşan enerjidi.

Bizler özgür irade/önyargının hala yürürlükte olduğunun ve bir eylemin zaman içinde herhangi bir noktada birden çok kısıtlamanın olabileceğinin farkındayız. Örneğin, içsel düzeyde, basketbol oynamayı çok sevmeme rağmen bu akşam oynayamayacak kadar yorgun olabilirim. Başka bir örnekte; eşleriyle hoşlanmadıkları halde paylaştıkları ancak erkeğin hoşuna giden boş zaman faaliyetleri mutsuz evliliklerin kuvvetli bir öncülü olarak karşımıza çıkmaktadır (Crawford, Houts, Huston ve George 2002). Bu örnekte, kadının aktivitede (örn. tenis) yer almaktaki isteksizliği eşiyile birlikte bir aktivitede yer alma isteğiyle karşılaşabilir (ve evlilikte güç dengesinde radikal asimetriye kadar gi-

debilir). Bu durumda, kadının, eşiyile bir aktivitede yer almak (kişilerarası etken) isteği (ya da belki zorunluluk) adına tenise karşı geliştirdiği kişisel tercihlerini bir kenara bırakır. Tam tersi düşünülürse, kadın tenis oynamaktan keyif alabilir ancak bundan önceki birkaç tenis maçında çift tartıştıysa, oyuna katılmak istemeyebilir ki bu da başka bir kişilerarası engel olarak karşımıza çıkar. Bu nedenle, çok faktörlü çözümler normlar olacaktır ve biz her zaman bu üç düzeyi etkilerin (çok faktörlü bir şekilde) kümesi (genellikle dengeleyici) olarak görmekteyiz.

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlamaları İçsel Kısıtlamalarla mı 'Başlar'?

Esasen, model döngüsel olduğundan başlama noktası kişinin ya da grubun günlük yaşamları içinde nerede olduğudur. Squash oynamayı çok seven ancak squash sahalarının bulunmadığı küçük bir kasabaya taşınan birinden başlarsak, kortların olmayışı yapısal bir kısıtlama teşkil etse de, zaman içinde bu durumu kişi için içsel bir engel haline getirecektir, tıpkı Ezop'un tilki ve üzüm hikâyesinde² olduğu gibi. Yani, bir noktadan sonra squash oynamak için fırsat aramaktan vazgeçecektir. Ayrıca, imkânlar el verdiği takdirde raketbol³ ya da başka bir raket sporuna ilgi duyabilecektir. Grup söz konusu olduğunda, eğer kadınların squash oynamak için gerekli olan koşmasını engelleyen geleneksel kıyafetler giymeleri gerekiyorsa, yine kıyafetin rahatlığı konusu katılım isteğini içsel bir engele dönüştürebilir. Bu durumda, oynanabilecek uygun kortlar ve kişiler olduğunda, bu kadınlar squash oynayabileceklerdir.

Hiyerarşik Boş zaman Kısıtlar Teorisinin Disiplin içi ve Disiplinlerarası İlişkisi

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisi Tüm Serbest zaman Davranışlarına Uygulamayı mı amaçlamaktadır?

Çiftler arasındaki katılım konusunu bu kadar vurguladıktan sonra çiftlerden birinin ya da her ikisinin bir tür uzlaşmaya vardığını görmekteyiz. Samdahl ve Jekubovisch'e (1997) göre: "Eğlence

² Çevirenin notu: Ezop hikâyesinde tilki, girdiği asma bahçesinde yüksekte asılı duran üzümlere erişemeyeceğini anlayınca "nasılsa olgunlaşmamışlardı" diye özetlenebilecek kendince bir bahane üretir.

³ Çevirenin notu: Squash ve hentbol karışımı bir tür oyun.

kısıtlamaları asla tüm serbest zaman davranışını belirleyecek evrensel bir çerçeve çizmek niyetinde olmamıştır, bu yüzden bir noktaya kadar eleştirilerimiz haksız olacaktır.”(s.447). Aslında, itiraf etmek gerekirse modelimizin tüm serbest zaman katılımına ya da katılmamasına evrensel bir açıklama getirmesini hedefledik. Bilginin başka birçok türü elbette gereklidir. Samdahl ve Jekubovich’in doğru bir biçimde gözlemlediği gibi katılımın, tamamı ile özgür irade, önyargının sonu, sosyal adalet sağlanması ve hatta eğlenmek anlamına gelmediğini görmeli ve dikkatli olmalıyız. Ancak 21 yıl önce tahmin etmek ve açıklamak amacıyla kurulan modelin ortaya koyduğu gibi bir boş zaman aktivitesinde katılımın gerçekleştiği ve bunun bir davranış olduğu – özgür irade, adaletsizlik veya haz olmadığı- anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle, modelin nihai hedefi fiili davranışı tahmin etmektir. Boş zaman aktivitesine katılımın öncüllerini anlamamıza yardım etmesi için muhtelif zihinsel ve sosyal fenomenler farklı boyutlarda incelenmiştir.

Yinelemek gerekirse, kişilerarası uzlaşma olgusu – eş, arkadaş, kardeş, aile ya da çocuklar arasında olması fark etmez- kişiler arası modele verdiğimiz önemin altını çizmektedir. Evlilik sorunları üzerinde çalışan biri uzlaşmanın iki ucu keskin bıçak olduğunun farkına varacaktır; çiftler ikisinin de istediği bir aktiviteye çift olarak katılmak isteyebilirler, ya da hiçbirinin aslında katılmayı istemediği ve sonunda katılmaktan vazgeçtikleri bir durumla da karşılaşabilirler. Bu tür çıkar çatışmaları aynı zamanda Kelley’nin (1979) karşılıklı bağımlılık eserinin temelini oluşturmaktadır, çünkü kişiler arası uyum talebi bu durumlarda en üst düzeye çıkmaktadır. Kelley’in merkezi gelişim modeli ve kişiler arası faktörlerdeki fikirleri bize göre 1987’de aktardığımız kadarından çok daha fazlaydı, yine Kelley’nin (1979) gözleminde belirttiği gibi:

Sonucun hem her bir kişi tarafından hem de çift tarafından birlikte kontrol ediliyor olması sonucun karşılıklı bağımlılık yapısının en temel özelliğini ortaya koyarken yakın ilişkileri karakterize etmektedir. Bu şu demektir ki çift sadece etkileşim sorunu ile değil diğeri için bir şey yapma ve -eşit derecede önemli olan- müdahale etmeden diğeri yönetme, birlikte ortak aktivitelerde ‘uyum’ sorunuyla karşı karşıya kalırlar. (s.23).

Başka bir deyişle, çift birinin sevdiği ama diğeri hoşlanmadığı bir aktivitede yer almazsa (Bkz. Crawford vd. 2002. *account of the effects of such leisure on wives’ marital satisfaction*) – ya da kendi sev-

dikleri aktivitelere ayrı ayrı katılmazlarsa- uzlaşma gerekli hale gelmektedir. Ne yazık ki, eleştirmenlerimizden birinin de belirttiği gibi kişilerarası ve bunun gibi birçok kısıtlama türünün var olmasına rağmen, çok az araştırmacı kısıtlar teorisini detaylı bir şekilde bu düzeyde incelemiştir. Kısıtlama araştırma sürecine dâhil edilen sosyo-psikolojik süreçler ve uzlaşma davranışında görülen bedeller daha sonraki çalışmalarda etraflıca incelenecektir.

Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisi Sadece Serbest Zaman Davranışına mı uygulanabilir?

Teori görüldüğü kadarıyla çeşitli insan davranışlarına uygulanabilir görünmektedir. Örneğin, mesleki tercihler konusunda anlayış kazandırmak üzere kullanılabilir. Örneğin bir genç bir erkek hemşire olmak isteyebilir ve kişisel olarak hemşire eğitimi ‘uygunluk ve mevcudiyet öz değerlendirmesi’ tarafından kısıtlanabilir (Crawford ve Godbey 1987: 122). Öz değerlendirmenin olumsuzlukları aşıldığında bu kez bu eyleme beraber katılacağı kişiler ve onların uygunlukları sorunları gündeme gelecektir. Bu engel de aşıldığında belki hemşire olmak isteyen başka erkekler bulmak ya da bu isteğine sempati duyan kadınlar bulma sorunu aşıldığında son engeller ulaşım ve öğrenim ücretleri gibi yapısal olacaktır.

Bu nokta aynı zamanda George Herbert Mead’in tam olmasa da retorik sorusuna varmaktadır: toplum nasıl kişinin ‘içine girebiliyor’, sosyal normları, beklenen davranışları nasıl öğreniyoruz? Zaman içinde yapısal/kültürel kısıtlamalar makro düzeyde içselleştirilmiş ve tarafımızdan sosyal olarak koşullandığında kendi ‘seçimimizmiş’ gibi görülmeye başlamıştır (olumlu ya da olumsuz yaptırım olduğuna bakılmaksızın). Bu nedenle model serbest zamanın ötesinde birçok aktivite türüne dair sosyalleşmeyi ya da ondan uzaklaşmayı konu alan sorulara dair yaklaşım sunmuştur.

Boş Zaman Kısıtı Kavramı Çok Mu Genel?

Mannell ve Loucks-Atkinson (2005) araştırmacılar arasında boş zaman kısıtları teriminin ‘rahatça’ kullanılmaması konusunda uyarıda bulunmuşlardır (örneğin katılımı etkileyen her bir faktörün kısıtlama olarak adlandırılması gibi s.229). Bu sonuçlara biz de katılıyoruz ve özellikle vurgulamak istediğimiz nokta, boş zaman tercihlerinin oluş-

masına engel olan faktörlerin, içsel kısıtlar olarak kavramsallaştırılmasının önemini farkında olmamıza rağmen bu kavram araştırmacıların kolaylıkla *gevşeyebildikleri* bir durumdadır. Konuyu açıklık getirmek adına, 'ilgi azlığı' ifadesinin sıklıkla içsel bir kısıtlama olarak adlandırıldığını belirtmeliyiz. Araştırmacılar olarak bizler insanların belli serbest zaman aktivitelerinde karşılaştıkları kısıtlamaları ele almak üzere yola çıktığımızdan, kayak örneği mesela, az ilgi gösteren bir kişiyi içsel olarak kısıtlanmış olarak adlandırmaktayız. Kişi snowboard'a ilgi duyuyorsa ne olur? Peki ya kişiye farklı araştırmacı grupları tarafından farklı araştırmaların konusu olarak ilgi alanının tamamen dışında belirli aktiviteler konusunda sorular sorulduysa? Tüm araştırmacılar tarafından içsel olarak kısıtlanmış olarak adlandırılmasına rağmen, bu kişi son derece sağlıklı ve kendi serbest zamanını mutlu bir şekilde geçiriyor olabilir, tek sorun onun aktivitelerinin araştırmacının listesinde bulunmamasıdır. Asıl mesele her birimizin sadece sınırlı sayıda serbest zaman aktivitesine sahip olmamızdır. Bir aktiviteye ilgi duyduğumuzda diğerine olan ilgimiz azalabilir ya da tamamen kaybolabilir. Araştırmacılar ikincisini "kısıtlama" olarak adlandırırken dikkatli olmalıdır, Walker ve Virden (2005) bu konuyu aydınlatıcılardır "motivasyon insanın eğlence performansını belli bir noktaya yönlendirdiğinden, diğer yönleri *kısıtlayabilmekte* veya *sınırlayabilmekte*" (s. 203). Tercih listemizde olmayan şeyleri kısıtlamanın bir sonucu olarak görmek doğru mudur? Cevap evetse, kısıtlamanın bu denli geniş olan tanımını nasıl işimize yarayabilir? Kendi içinde hiçbir tercihi bulunmayan kapsamlı bir listeye sahip olmak mümkün ve istenen durum mudur?

Bununla birlikte, peki ya kişinin inanç ve tutumları doğrultusunda bir ilgi azlığından söz etmek gerekirse? Örneğin, avcılıkla ilgili bir araştırmalarında Wright ve Goodale (1991) son derece ilgisiz, katılımcı olmayan ve avcılıkla ilgili çok güçlü karşıt inançlara ("av yasaklanmalı, çünkü artık hayatta kalmak için avlanmaya gerek kalmadı", "avlanmak savunmasız hayvanları öldürür ve yasaklanmalıdır", "avlanmak ahlaka aykırıdır" gibi) sahip, avlanmak dışında başka aktiviteler yapma konusunda net tercihleri olan bir gruba rastlamıştır (s.324). Bütün bu ilgisiz, katılımda bulunmayanları içsel olarak kısıtlanmış olarak nitelendirebilir miyiz? Bu noktada değer yargılarının işin içine girdi-

ği görülebiliyor. Burada tartışmamızın anlaşılabilirliği açısından kabul etmemiz gereken serbest zaman kısıtları, Mannell ve Loucks-Atkinson'ın deyişiyle (2005) insanların onlar için 'iyi olan' şeyleri yapmalarını engelleyen faktörlerdir. Çoğu zaman 'neyin iyi' olduğu konusunda çok az muğlaklık bulunmaktadır. Buradaki ayırım, özellikle kültürler arası çalışmalarda çok hassas olabilir (örn. Walker vd. 2007, Walker vd. 2008). Başka bir kültürden bakıldığında 'iyi' ya da 'sağlıklı' olarak görülen bir aktivite kişileri kültürel değerleri doğrultusunda bu aktiviteye katılmaktan alıkoyabilir, böyle bir durumda inançları hareketlerini kısıtladığından bu 'engellemeler' konusunda kişi eğitilmeli ya da ikna edilmeli midir?⁴ Kültürel farklılıklarla ilgili bu soru aynı zamanda kişisel farklılıklarla da ilgilidir. Ya insanın karakteri önümüze çıkıyorsa? (Mannell ve Loucks-Atkinson). Birey karakterinden mi kurtulmalı? Ve bunu yapmak mümkün müdür?

Şunu belirtmekte fayda var ki araştırmamız ayırım yapmaksızın var olan bütün değer/inançları ya da bireysel farklılıkları kapsayan bir söylem değildir. Bundan ziyade, kadınlar için sosyal gerçeklerce dayatılan eşitsizliklerden kaynaklanan eğlence kısıtlayıcı tutum/inançları (örn. yetkilendirme eksikliği) tanımlayan feminist çalışmaların katkısının da farkındayız. Söylemeye çalıştığımız şey, 'kısıtlama' etiketini kullanırken daha dikkatli olmak gerektiği ve tercih oluşumunda ve/veya katılım aşamasında etkili olan tüm faktörleri 'kısıtlayıcılar' olarak tanımlama hatasına düşmemek gerektiğidir. Bu soruna basit bir çözümün olmadığını biliyoruz, ancak en azından araştırma konularının sosyal-tarihi boyutlarıyla ele aldığımız iyi ve sağlıklı boş zaman ile ne anlatmak istediğimizi açık bir şekilde ortaya koyarak başlayabiliriz

Gelecek Araştırmalar için Öneriler

Var olan boş zaman kısıtları öğelerini ele aldığımızda, ileriki araştırmalar için yapılması gereken en önemli şeyin ölçek geliştirme olduğuna inanıyoruz (kısıt faktörü havuzu oluşturarak, kısıtın ikinci sırada gelen yapısını araştırmak gibi). Böyle bir araştırma meselenin özünü daha net kavramamı-

⁴ Bunun yanı sıra, bir hakemin öngördüğü gibi "bir aktivitenin diğerinden daha iyi veya sağlıklı olacağına kim karar verebilir? Kendi değerlerini başkalarına dayatanlar mı?" Buna benzer soruların kültürler arası araştırmalar için oldukça değerli olduğuna inanıyoruz.

za yardımcı olacaktır. Bu, sadece değişik alt alanlardan gelmiş araştırmacıların aynı ölçeğe yatırım yapmasının tekrarına önüne geçmekle kalmayacak, aynı zamanda farklı ortamlarda aynı kısıtlamaları hedef alan çalışmalarda bir noktaya kadar ölçekte standartlık sağlayacaktır ki bu da çalışmalar arası referans, karşılaştırma ve bilgi birikimini kolaylaştıracaktır. Diğer bir nokta, kısıtlamaların oluşumuna katkı sağlayan faktörlerin geçmişini inceleyen birçok araştırma sistematik araştırmalar için-her ne kadar bazıları bunu dolaylı olarak yapmışsa da- temel bir birikim oluşturmaktadır. Bu tür bir araştırma sonuç itibarı ile boş zaman davranışını kısıtlayan engelleri ortaya çıkarabilmekte ve azaltılması ya da ortadan kalkması için müdahale programları hazırlamaya yardımcı olabilmektedir.

Bütünleyici başka bir araştırma için bir diğer yön de ilgili parametrelerin (demografik/kültürel geçmiş, aktivitenin türü, katılım düzeyi ve bunun gibi) kısıtlama algısını şekillendirmede, kısıtlama ve bununla ilgili ilişkilendirme süreçlerinin moderatörü olarak etkilerini inceleyerek heterojenliğin haritasını çıkarmak olacaktır. Yukarıda bahsedilen bütün faktörleri incelemek için gereken deneysel çaba oldukça zahmetlidir ve araştırmacılar tek bir faktöre odaklanmak ve onun etkileri konusunda sistematik araştırmalar yürütmek durumunda kalabilmektedirler. Örneğin, kısıtlama ile ilgili çalışmaları yaşam süreci konularına bağlayan araştırmaları yaşam süreci düşünün. Tercih oluşumunu – kariyer ile ilgili tercihlerin oluşması gibi serbest zaman ile ilgili olanlar gibi (Schuienberg 1984)- konu alan birçok araştırma ergenlik ve ilk çocukluk yıllarına odaklanır çünkü bu yaşlarda bu tür tercihlerin oluşmaya başladığına inanılır. Benzer şekilde, alanın bu anlamda yaşamın diğer ucuyla (emeklilik ve sonrası) ilgili de faydalı bilgiler sağlayacağını savunmaktayız. Burada model şunu da öngörmektedir ki norma benzer kısıtlamalar kişinin olgunlaşma/yaşlanma ile ilişkilendirilen fiziksel yeteneklerde değişiklik, sağlık engelleri, serbest zaman aktivitesinde istikrarsızlık gibi kişisel kısıtlamalarını da etkilemektedir.

Örneğin, Festinger'in (1957) 'doğruluk' ya da 'mantık' ilkesinde önerdiği gibi insanlar yapamadıklarını düşündükleri bu tür etkinliklerden uzak dururlar. Bunu dışında, tahminler kısıtlama düzeylerine yayılabilir, aktiviteye beraber gidilen kişinin olmayışı (yine burada kişiler arası düzeyde içsel

kısıtlamayı görmekteyiz) azalan gelir ve imkânlarla ulaşım kadar (yapısal kısıtlamalar) etkilidir. Aynı doğrultuda, serbest zaman kısıtlamaları ve davranışları arasındaki karşılıklı oyunların detaylı anlaşılması için şunlara gereksinim duyarız; zamanla kısıtlamaların kendi içinde ve bireylerin, grupların onları algılama biçimlerindeki değişiklikler ile ilgili soruları boylamasına sormaya ve cevaplamaya başlamalıyız. Başka bir deyişle, sosyal ve tarihsel zamanlar arası değişimlerle – sosyal/kültürel yapıdaki yeni değerlendirmeler sonucunda cinsiyet rolünde, değerlerde, kadının modern serbest zamanını geçirmesine bağlı artan fırsatlar gibi- ilgilenen eş zamanlı araştırmalar, bireysel zaman içinde serbest zaman kısıtlamaları deneyimlerinin önemini vurgulayan yaşam süreci çalışmalarıyla beraber yürütmektedir. Bu tür birey- ve kültürler arası ilişkileri belirleyen istatistikî araçlara ulaşmanın mümkün olduğunu (hiyerarşik lineer modelleme, gelişim çanı analizi vb.) mutlaka burada belirtmeliyiz.

SONUÇ

Bu çalışmada kısıtlar teorisinin mevcut durumuna dair düşüncelerimizi sunduk ve burada bahsedemediğimiz birçok konunun olmasının yanı sıra özellikle önemli olduğunu düşündüğümüz ileriki araştırmalara yol gösterecek önerilerimizi belirttik. Savunduğumuz aslında oldukça basit: kendi fikrimiz. Teorinin kavramsal eleştirilerini anlıyor ve sistematik deneysel boşa çıkarmaları bekliyoruz. Bu konuda incelenen deneysel çalışmalar bizi kısıtlar teorisini destekleyen genel kavramların geçerli olduğuna ve analiz çerçevesinin düzeyleri ile serbest zamanı içeren ama bunun da ötesine giden davranışsal seçimleri konu alan karar verme süreci ile tutarlı olduğuna inandırdı. Bu nedenle, teorinin temel prensiplerinin – bireysel, kişilerarası ve yapısal kısıtların yapısı- uygun ve faydalı olduğunu bilmemize rağmen şu konulardaki ileriki araştırmaları görmek için sabırsızlanıyoruz: (a) bu öğelerin öneminin tekrar vurgulanması; (b)ilgili olabilecekleri başka yöntemler önermeleri ve (c) onları temsil eden ölçülebilir değişkenleri ortaya çıkarmalarıdır. Bilim tarihine bakıldığında, teorilerin onları test etmek için kullanılan metotlardan çok daha önce var olduğunu görmekteyiz. Neyse ki, bu, boş zaman kısıtlamalarının sonucu ve geçmişi ile ilgili bir durum değildir ve ampirik çalışmalar alanımızdaki bilimselliğe katkıda bulunacak niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Alexandris, K. ve Carroll, B. (1997a). An Analysis of Leisure Constraints Based on Different Recreational Sport Participation Levels: Results from a Study in Greece, *Leisure Sciences*, 19: 1-15.
- Alexandris, K. ve Carroll, B. (1997b). Demographic Differences in the Perception of Constraints on Recreational Sport Participation: Results from a Study in Greece, *Leisure Studies*, 16 (2): 107-125.
- Alexandris, K., Grouios, G., Tsobatzoudis, H. ve Bliatsou, P. (2001). Relationship between Perceived Constraints and Commitment to Recreational Sport Participation of University Students in Greece, *International Journal of Sport Management*, 2: 282-297.
- Alexandris, K., Tsobatzoudis, C. ve Grouios, G. (2002). Perceived Constraints on Recreational Sport Participation: Investigating Their Relationship with Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation and Amotivation, *Journal of Leisure Research*, 34 (3): 233-252.
- Arab-Moghaddam, N., Henderson K. A. ve Sheikholeslami, R. (2007). Women's Leisure and Constraints to Participation: Iranian Perspectives, *Journal of Leisure Research*, 39 (1): 109-126.
- Auster, C. J. (2001). Transcending Potential Antecedent Leisure Constraints: The Case of Women Motorcycle Operators, *Journal of Leisure Research*, 33 (3): 272-298.
- Backman, S. (1991). An Investigation of the Relationship between Activity Loyalty and Perceived Constraints, *Journal of Leisure Research*, 23: 332-344.
- Backman, S. J. ve Crompton, J. L. (1989). Discriminating Between Continuers and Discontinuers of Two Public Leisure Services, *Journal of Park and Recreation Administration*, 7: 56-71.
- Backman, S. J. ve Crompton, J. L. (1990). Differentiating Between Active and Passive Discontinuers of Two Leisure Activities, *Journal of Leisure Research*, 22: 197-212.
- Berger, P. ve Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Doubleday & Company.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*. New York, NY: Guilford Press.
- Brown, P. R., Brown, Y. M. ve Hansen, V. (2001). Perceived Constraints and Social Support for Active Leisure among Mothers with Your Children, *Leisure Sciences*, 23: 131-144.
- Burns, R. C. ve Graefe, A. R. (2007). Constraints to Outdoor Recreation: Exploring the Effects of Disabilities on Perceptions and Participation, *Journal of Leisure Research*, 39 (1): 156-181.
- Caldwell, L. L. (2005). Self-Constraint in Context: A Response to Walker, Deng, and Dieser, *Journal of Leisure Research*, 37: 106-116.
- Carroll, B. ve Alexandris, K. (1997). Perception of Constraints and Strength of Motivation: Their Relation to Recreational Sport Participation, *Journal of Leisure Research*, 29: 279-299.
- Chick, G. ve Dong, E. (2005). Cultural Constraints on Leisure. E. J. Jackson (Ed.), *Constraints to leisure* (ss. 169-185). State College, PA: Venture.
- Clayton, L. B. (2002). The Use of Concept Mapping to Evaluate the Isomorphism of the Hierarchical Leisure Constraint Typology. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Clemson University. (Yayın no. AAT 3071548).
- Crawford, D. W. ve Godbey, G. (1987). Reconceptualizing Barriers to Family Leisure, *Leisure Sciences*, 9: 119-127.
- Crawford, D. W., Jackson, E. L. ve Godbey, G. (1991). A Hierarchical Model of Leisure Constraints, *Leisure Sciences*, 13: 309-320.
- Crawford, D. W., Houts, R. M., Huston, T. L. ve George, L. J. (2002). Compatibility, Leisure, and Satisfaction in Marital Relationships, *Journal of Marriage and the Family*, 64: 433-449.
- Crawford, J. L. ve Stodolska, M. (2008). Constraints Experienced By Elite Athletes with Disabilities in Kenya, With Implications for the Development of a New Hierarchical Model of Constraints at the Societal Level, *Journal of Leisure Research*, 40 (1): 128-155.
- Culp, R. H. (1998). Adolescent Girls and Outdoor Recreation: A Case Study Examining Constraints and Effective Programming, *Journal of Leisure Research*, 30 (3): 356-379.
- Dominguez, L. A. (2003). Constraints and Constraint Negotiation by Women Sea Kayakers Participating in a Women-Only Course. *Doktora tezi*. Michigan State University. (Yayın No. AAT 3100416).
- Dunlop, P. M. (2006). Active Employees! Exploring the Relationship between Job Characteristics, Perceived Constraints and Participation in Leisure-Time Physical Activity. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). The University of North Carolina at Chapel Hill. (Yayın No. AAT 1432756).
- Elkins, D. J. (2004). Levels of Perceived Constraint: A Comparative Analysis of Negotiation Strategies in Campus Recreational Sports. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Indiana University. (Yayın No. AAT 3152800).
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Frederick, C. J. ve Shaw, S. M. (1995). Body Image as a Leisure Constraint: Examining the Experience of Aerobic Classes for Young Women, *Leisure Sciences*, 17: 57-53.
- Gilbert, D. ve Hudson, S. (2000). Tourism Demand Constraints: A Skiing Participation, *Annals of Tourism Research*, 27: 906-925.
- Han, W. (2004). Leisure Participation and Constraints: The Case of Korean Americans. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). The Pennsylvania State University. (Yayın No. AAT 3147618).
- Harrington, M. A. (1991). Time after Work: Constraints on the Leisure of Working Women, *Loisir et Société*, 14 (1): 115-132.
- Hawkins, B. A., Peng, J., Hsieh, C. M. ve Eklund, S. J. (1999). Leisure Constraints: A Replication and Extension of Construct Development, *Leisure Sciences*, 21 (3): 179-192.
- Henderson, K. A. (1991). The Contribution of Feminism to an Understanding of Leisure Constraints, *Journal of Leisure Research*, 23 (4): 363-377.
- Henderson, K. A. ve Ainsworth, B. E. (2000). Enablers and Constraints to Walking for Older African American and American Indian Women: The Cultural Activity Participation Study, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 71 (4): 313-321.
- Henderson, R. A. ve Bialeschki, M. D. (1993). Exploring an Expanded Model of Women's Leisure Constraints, *Journal of Applied Recreation Research*, 18: 229-252.
- Henderson, K. A., Bedini, L. A., Hecht, L. ve Shuler, R. (1995). Women with Physical Disabilities and the Negotiation of Leisure Constraints, *Leisure Studies*, 14: 17-31.

- Heuser, L. (2005). "We're Not Too Old to Play Sports": The Career of Women Lawn Bowlers, *Leisure Studies*, 24: 45-60.
- Hubbard, J. ve Mannell, R. (2001). Testing Competing Models of the Leisure Constraint Negotiation Process in a Corporate Employee Recreation Setting, *Leisure Sciences*, 23 (3): 145-163.
- Hultsman, W. Z. (1993). Is Constrained Leisure an Internally Homogeneous Concept? An Extension, *Journal of Leisure Research*, 25: 319-334.
- Hultsman, W. Z. (1995). Recognizing Patterns of Constraints: An Extension of the Exploration of Dimensionality, *Journal of Leisure Research*, 27 (3): 228-244.
- Iso-Ahola, S. ve Mannell, R. (1985). Social and Psychological Constraints on Leisure. M. G. Wade (Ed.), *Constraints on leisure* (ss. 111-151). Springfield, IL: C. C. Thomas.
- Jackson, E. L. (1993). Recognizing Patterns of Leisure Constraints: Results from Alternative Analyses, *Journal of Leisure Research*, 25: 129-149.
- Jackson, E. L. (1994). Activity-Specific Constraints on Leisure, *Journal of Park and Recreation Administration*, 12 (2): 33-49.
- Jackson, E. L. (1997). In the Eye of The Beholder: A Comment on Samdahl ve Jekubovich (1997), "A Critique of Leisure Constraints: Comparative Analyses and Understandings.", *Journal of Leisure Research*, 29: 458-468.
- Jackson, E. L. (2005). Leisure Constraints Research: Overview of a Developing Theme in Leisure Studies. E. L. Jackson, (Ed.), *Constraints to leisure* (ss. 3-19). State College, PA: Venture.
- Jackson, E. L. ve Dunn, E. (1991). Is Constrained Leisure an Internally Homogeneous Concept?, *Leisure Sciences*, 13: 167-184.
- Jackson, E. ve Henderson, K. (1995). Gender-Based Analysis of Leisure Constraints, *Leisure Sciences*, 17: 31-51.
- Jackson, E. L. ve Rucks, V. C. (1995). Reasons for Ceasing Participation and Barriers to Participation: Further Examination of Constrained Leisure as an Internally Homogeneous Concept, *Leisure Sciences*, 15: 217-230.
- Jackson, E. L. ve Scott, D. (1999). Constraints to Leisure. E. L. Jackson ve T. L. Burton (Ed.), *Leisure studies: Prospects for The Twenty-First Century* (ss.299-321). State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- James, K. (2000). "You Can Feel Them Looking At You": The Experiences of Adolescent Girls at Swimming Pools, *Journal of Leisure Research*, 32: 262-280.
- Kelley, H. H. (1979). *Personal Relationships: Their Structures and Processes*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kohlleppel, T. C. (2002). Specialization, Motivation, and Constraints: What is the Garden Path? (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). University of Florida. (Yayın No. AAT 3084015).
- Lee, S. H. ve Tideswell, C. (2005). Understanding Attitudes towards Leisure Travel and the Constraints Faced by Senior Koreans, *Journal of Vacation Marketing*, 11 (3): 249-263.
- Little, D. E. (2002). Women and Adventure Recreation: Reconstructing Leisure Constraints and Adventure Experiences to Negotiate Continuing Participation, *Journal of Leisure Research*. 34 (2): 157-177.
- Livengood, J. S. ve Stodolska, M. (2004). The Effects of Discrimination and Constraints Negotiation on Leisure Behavior of American Muslims in the Post-September 11 America, *Journal of Leisure Research*, 36 (2): 183-208.
- Lu, J. (2006). Perceived Constraints on Participating in Walking or Hiking Along the Trans Canada Trail. (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). University of Manitoba (Kanada). (Yayın No. AAT MR22555)
- Mannell, R. C. ve Loucks-Atkinson, A. (2005). Why Don't People Do What's "Good" For Them? Cross-Fertilization among the Psychologies of Nonparticipation in Leisure, Health, and Exercise Behaviors. E. L. Jackson (Ed.), *Constraints to Leisure* (ss. 221-232). State College, PA: Venture.
- McCarville, R. E. ve Smale, B. J. (1993). Perceived Constraints to Leisure Participation within Five Activity Domains, *Journal of Park and Recreation Administration*, 11 (2): 40-59.
- McQuarrie, F. A. ve Jackson, E. L. (1996). Negotiation of Leisure Constraints and Serious Leisure: Exploring Connections in a Case Study of Adult Amateur Ice Skaters, *Leisure and Society*, 19: 459-483.
- McQuarrie, F. A. ve Jackson, E. L. (2002). Transitions in Leisure Careers and Their Parallels in Work Careers: The Effect of Constraints on Choice and Action, *Journal of Career Development*, 29 (1): 37-53.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, And Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nadirova, A. ve Jackson, E. L. (2000). Alternative Criterion Variables against which to Assess the Impacts of Constraints to Leisure, *Journal of Leisure Research*, 32 (4): 396-405.
- Norman, W. (1995). *Perceived Constraints: A New Approach to Segmenting the Vacation Travel Market*. 1995 Symposium on Leisure Research Bildiri Özetleri (s. 113). Arlington, VA: National Recreation and Park Association.
- Nyaupane, G. P. ve Andereck, K. L. (2008). Understanding Travel Constraints: Application and Extension of a Leisure Constraints Model, *Journal of Travel Research*, 46 (4): 433-440.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B. ve Graefe, A. R. (2004). Nature Tourism Constraints: A Cross-Activity Comparison, *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 540-555.
- Oh, S. (2005). Successful Aging through Leisure Gardening: A Study on Constraints Negotiation. (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). The Pennsylvania State University. (Yayın No. AAT 3172993).
- Oh, S. ve Caldwell, L. L. (1999). Examining Leisure Constraints among Older Adults Using the Theory of Selective Optimization and Compensation. *Leisure Research Symposium Bildiri Kitabı*: 59.
- Pennington-Gray, L. ve Kerstetter, D. (2002). Testing a Constraints Model within the Context of Nature-Based Tourism, *Journal of Travel Research*, 40 (4): 416-423.
- Petrick, J. F., Backman, S. J., Bixler, R. ve Norman, W. C. (2001). Analysis of Golfer Motivations and Constraints by Experience Use History, *Journal of Leisure Research*, 33 (1): 56-70.
- Philipp, S. F. (1994). Racial Differences in Perceived Leisure Constraints, *Perceptual and Motor Skills*, 79 (3): 1339-1343.
- Raymore, L. A., Godbey, G., Crawford, D. W. ve Von Eye, A. (1993). Nature and Process of Leisure Constraints: An Empirical Test, *Leisure Sciences*, 15: 99-113.
- Raymore, L., Godbey, G. ve Crawford, D. (1994). Self-Esteem, Gender, and Socioeconomic Status: Their Relation to Perceptions of Constraint on Leisure among Adolescents, *Journal of Leisure Research*, 26 (2): 99-118.
- Samdahl, D. M. ve Jekubovich, N. J. (1997). A Critique of Leisure Constraints: Comparative Analyses and Understandings, *Journal of leisure Research*, 29 (4): 430-452.

- Scott, D. (1991). The Problematic Nature of Participation in Contract Bridge: A Qualitative Study of Group-Related Constraints, *Leisure Sciences*, 1: 321-336.
- Scott, D. ve Munson, W. (1994). Perceived Constraints to Park Usage among Individuals with Low Incomes, *Journal of Park and Recreation Administration*, 12: 79-96.
- Scott, D. ve Jackson, E. L. (1996). Factors That Limit and Strategies That Might Encourage People's Use of Public Parks, *Journal of Park and Recreation Administration*, 14 (1): 1-11.
- Searle, M. S. ve Brayley, R. E. (1992). Is Constrained Leisure an Internally Homogeneous Concept? A Further Examination, *NRPA Symposium on Leisure Research*, Cincinnati, Ohio.
- Shaw, S. M. ve Henderson, K. (2005). Gender Analysis and Leisure Constraints: An Uneasy Alliance. E. L. Jackson (Ed.), *Constraints to leisure* (23-34). State College, PA: Venture.
- Son J. S., Kerstetter, D. L. ve Mowen, A. J. (2008). Do Age and Gender Matter in the Constraint Negotiation of Physically Active Leisure?, *Journal of Leisure Research*, 40 (2): 267-289.
- Stodolska, M. (1998). Assimilation and Leisure Constraints: Dynamics of Constraints on Leisure in Immigrant Populations, *Journal of Leisure Research*, 30 (4): 521-551.
- Tian, S., Crompton, J. L. ve Witt, P. A. (1996). Integrating Constraints and Benefits to Identify Responsive Target Markets for Museum Attractions, *Journal of Travel Research*, 35 (2): 34-45.
- Tsai, E. ve Fung, L. (2005). Perceived Constraints to Leisure Time Physical Activity Participation of Students with Hearing Impairment, *Therapeutic Recreation Journal*, 39 (3):192-206.
- Walker, G. L. (2007). Multicultural Perspectives. R. McCarville ve K. MacKay (Ed). *Leisure for Canadians* (ss.155-161). State College, PA: Venture.
- Walker, G. J., Deng, J. ve Dieser, R. B. (2005). Culture, Self-Constraint, and Leisure Theory and Practice, *Journal of Leisure Research*, 37: 77-99.
- Walker, G. J., Jackson, E. L. ve Deng, J. (2007). Culture and Leisure Constraints: A Comparison of Canadian and Mainland Chinese University Students, *Journal of Leisure Research*, 39 (4): 567-590.
- Walker, G. J., Jackson, E. J. ve Deng, J. (2008). The Role of Self-Constraint as an Intervening Variable between Culture and Leisure Constraints: A Comparison of Canadian and Mainland Chinese University Students, *Journal of Leisure Research*, 40 (1): 90-109.
- Walker, G. ve Virden, R. (2005). Constraints on Outdoor Recreation. E. L. Jackson (Ed.), *Constraints to Leisure* (ss.201-219). State College, PA: Venture.
- Williams, P. ve Fidgeon, P. R. (2000). Addressing Participation Constraint: A Case Study of Potential Skiers, *Tourism Management*, 21: 379-393.
- Wright, B. A. ve Goodale, T. (1991). Beyond Non-Participation: Validation of Interest and Frequency of Participation Categories in Constraints Research, *Journal of Leisure Research*, 23: 314-331.
- Wright, B. A., Drogin Rodgers, E. B. ve Backman, K. F. (2001). Assessing the Temporal Stability of Hunting Participation and the Structure and Intensity of Constraints: A Panel Study, *Journal of Leisure Research*, 33 (4): 450-469.
- Xiong, F. (2007). Constraints on Leisure Activities Participation among Chinese Immigrants in Canada. *Yüksek lisans tezi*. Lakehead University, (Kanada). (Yayın No. AAT MR31872).
- Young, S. J., Ross, C. M. ve Barcelona, R. J. (2003). Perceived Constraints by College Students to Participation in Campus Recreational Sports Programs, *Recreational Sports Journal*, 27 (2): 47-62.
- Zhang, M. L. (2007). An Analysis of Recreational Golfer Motivation, Constraints, and Satisfaction on the Mastery and Frequency of Play in the Gulf Coast Region of Mississippi. (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). United States Sports Academy (Yayın No. AAT 3285712).



Ulaşılabilir Konaklama Tesisleri

Özkan TÜTÜNCÜ

*Dokuz Eylül Üniversitesi
Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu*

İpek AYDIN

*Dokuz Eylül Üniversitesi
Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulu*

Engelliler ve yaşlılar için seyahat, spor, rekreasyon ve turizm hizmetleri günden güne önem kazanmakta ve bu sektör hızla büyümektedir. Ulaşılabilirlik sadece engeli olan bireyler için değil tüm insanlar için bir gereklilik haline gelmiştir. Çünkü her birey yaşlanmakta ve yaşlandıkça potansiyel bir engelli olma durumuna gelmektedir. Birleşmiş Milletlere göre dünyada 650 milyon insan engellidir. Engellileri aileleri ile bir bütün olarak alırsak bu sayı iki milyar kişiye ulaşmaktadır. Engelliler ve aileleri neredeyse dünya nüfusunun üçte birini oluşturmaktadır. Avrupa'da yaşayan yaklaşık 37 milyon engelli ve 120 milyon engelli grubuna giren yaşlı birey bulunmaktadır (EU 2004).

Engelli ve yaşlı nüfusunun günden güne artması, onların ihtiyaç ve beklentilerindeki değişimler, toplumdaki engellilere karşı olan bakış açısının değişmesi ve toplumda engelli bireylerle bir arada yaşama bilincinin gelişmesi ile birçok alanda ulaşılabilirlik ile ilgili çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Engelli ve yaşlılara yönelik mevzuat çerçevesinde, birçok alanda tamamlanmış veya sürmekte olan düzenlemeleri görmek mümkündür. Şu anda genellikle yerel yönetimler tarafından sürdürülen bu düzenlemeler, engelli ve yaşlı bireylerin mümkünse tüm ürün ve hizmetlere ulaşabilmelerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmektedir.

Engelli ve yaşlılar ile ilgili toplum bilincinin artması ve onların ihtiyaçlarını karşılayabilme olanaklarını geliştirmek amacıyla oluşturulan yasal düzenlemeler, kurulan komisyonlar ve toplumsal faaliyetler hem uluslararası hem de ulusal düzeyde yaygınlaşmaya başlamıştır. Engellilik ağırlıklı olarak fiziksel kısıtlılık ile ilgili olabildiği gibi zihinsel kısıtlılık ile ilgili de olabilir. Ayrıca bireylerin yaşları ilerledikçe de engelli kapsamında değerlendirilmektedir. Bu konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen

akademik çalışmalar ağır ilerlemesine rağmen, son dönemde toplumun engelli bireylere yüklediği önem sayesinde, akademik ve pratik çalışmalarda artış olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda, engelliler için sosyal, ekonomik, kültürel ve politik olarak alışlagelmiş "işgöremez" düşüncesi yerini "engellerin ortadan kalkması" anlayışına bırakmıştır (Barnes ve Mercer 2010). Bu yaklaşımla herhangi bir birey için engelli olmak, bireysel bir problem olmaktan çıkıp, toplumun ve sosyal hayatın bir parçası olarak ele alınmaya başlanmıştır.

Nussbaum (2006) tarafından geliştirilen yetenekler yaklaşımı, engelli bireylerle ilgili önemli bir adım olarak görülmektedir. Yaklaşım, bireysel özerklik ve potansiyel ile ilgili konuları içermektedir. Bu yaklaşım ile İnsan Hakları Bildirgesi'nde engellilerin yer alması sağlanmıştır. Bazı insanlar engelli olmayı hayatlarının bir parçası olarak görmektedir (Laplante 1991; Quinn 1998). Hâlbuki bu yaklaşım da engelliliğin karmaşıklığını göz önünde bulundurarak, sürekli veya kalıcı olarak hayatın herhangi bir noktasında engelli olunabileceğini vurgulamaktadır. Yaşlıların da engelli kapsamında değerlendirildiğini göz önünde bulundurursak herkesin bir gün engelli olacağını söylemek mümkün olabilir. Toplumda yer alan her sağlıklı birey dahi, aslında potansiyel bir engellidir.

Engelli birey tanımlanırken kullanılan dil, bireylerin veya örgütlerin engelliler ile ilgili düşüncelerine yönelik önemli bir ipucu vermektedir. Darcy (1998) engelli olmak ile özürlü olmak arasında anlam farkının olduğunu savunmaktadır. Engelli olmak, öncelikle kişiye daha sonra onun özüne odaklanmak iken özürlülük kavramında kişinin öncelikli olarak özüne odaklanıldığı savunulmaktadır. Bu bağlamda özürlü yerine, engelli kelimesinin kullanılması daha doğru olmaktadır. Engelli olmak,

yaş, etnik köken, cinsiyet, din gibi bir özelliktir. Bu nedenle toplumdaki sağlıklı bireylerin engellilere yönelik olarak önyargılı ve ayrımcı davranmaması gerekmektedir.

Engelli kavramının ortaya konmasından sonra, engellilerin ihtiyaç ve beklentilerini daha iyi karşılamak ve bu ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda düzenlemeler yapmak amacıyla sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Engellilik bir yaklaşımda tıbbi durum veya kendi kendine yetebilme düzeyi şeklinde sınıflandırılmıştır (Oliver 1996). Reedy (1993) engelliliği hareket, görme, işitme ve konuşma bozuklukları şeklinde dört farklı kategoride sınıflandırmıştır. Diğer yaygın olarak kullanılan bir sınıflandırma da bireylerin günlük yaşam aktivitelerini gerçekleştirme yeteneğine dayanmaktadır. Sosyoloji, antropoloji ve gerontoloji gibi alanlarda da genellikle bu sınıflandırma kullanılmaktadır (Burnett and Baker 2001). Avrupa Komisyonu (1996) tarafından engelliler beş farklı temel kategoride değerlendirilmektedir. Bunlar; fiziksel engellilik, duygusal engellilik, öğrenme engelliliği, ruh sağlığı problemleri ve diğer engelliliklerdir.

Yaklaşımlar, tanımlamalar ve sınıflandırmalar ışığında engelliler için uluslararası ve ulusal düzeyde bazı yasal düzenlemeler ve standartlar oluşturulmuştur. Uluslararası düzeyde Avrupa Engelliler Forumu (European Disability Forum-EDF) tarafından "Yaşlı ve Engelli Bireylerin Ulaşılabilirlik Düzeylerini Arttırmaya Yönelik Standart Oluşturma Rehberi" yayınlanmış (EDF 2009) ve bu rehber, konu ile ilgili olarak yasal çerçevede yol gösterici olmuştur. Bu rehberde engelli bireylerin hizmete ulaşmada güvenliklerinin sağlanması, destek ve bakım hizmetleri için eğitim ve yardım, şikâyet ve tazminat prosedürlerine ilişkin konulara yer verilmektedir (CEN-CENELEC 2002).

Ulaşılabilir turizm kapsamındaki imkânlardan yararlanacak nüfusun günden güne artmasına rağmen birçok turizmci ulaşılabilirlik açısından herhangi bir faaliyette bulunmamaktadır. Ülkemizde de engelli bireylerin haklarını koruyan yasal mevzuat olmasına rağmen gerekli yapısal düzenlemelerin eksik olduğunu görmek mümkündür. Turizm hizmetlerine ulaşmak herkesin dolayısıyla engellilerin de hakkıdır ve bu hizmetleri kullanabiliyor olmaları gerekmektedir. Engellilerin turistik faaliyetlere ulaşımı, faaliyet süreci ve sonrasında herhangi bir engelle karşılaşmaması gerekmektedir.

Ülkemizde engelliler için ulaşılabilirlik konusunda temel bir çerçeve çizen mevzuat ve standartların konaklama tesislerine özel kriterleri içermediği görülmektedir.

Turizm hizmetleri kapsamında engellilere yönelik ulaştırma, konaklama ve diğer hizmetlerin sunumu konusunda çeşitli iyileştirmeler yapılmakla birlikte, henüz tüm turizm bileşenlerinin ulaşılabilir olduğunu söylemek mümkün değildir. Büyük bir pazar olarak görülen engelli ve yaşlı bireylerin turistik ürüne ulaşmada karşılaştıkları sıkıntıların ortadan kaldırılması, engelli turizminin geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir.

Turizm sektöründe potansiyel bir pazar olan engelli ve yaşlı bireylerin, ihtiyaç ve beklentilerinin anlaşılması, uygun ulaşım, tesis ve hizmet sunumu imkânlarının oluşturulması, engellilerin turizm faaliyetlerine katılımlarını arttırabilir. Böylelikle bu pazarda önemli bir başarı elde edilmesi söz konusu olabilir (EU 2003). Engellilerin ihtiyaçlarına yönelik uygun hizmet alabilmeleri için ülkemizde bazı yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Ancak bunların hem uygulanabilirliği hem de sürdürülebilirliği ile ilgili sıkıntılar yaşanmaktadır. Duyarlı bazı yerel yönetimlerin gayretiyle özellikle ulaştırma boyutunda çeşitli düzenlemelerin gerçekleştirildiği görülmektedir.

Turizm sektöründe engelliler için gerçekleştirilecek faaliyetlerin maliyetli olacağı düşüncesi oldukça yaygındır. Bunun yanında toplumdaki engellilere karşı olan bilinç, mevcut pazarın henüz anlaşılammış olması gibi nedenlerden dolayı, ulaşılabilir turizm yeterince önem görmemektedir. Genel açıdan bakıldığında engellilere yönelik gerçekleştirilecek düzenlemeler engellileri ilgilendirdiği gibi onların aileleri ve arkadaşlarını da ilgilendirmektedir. Tüm bu grupların oluşturduğu pazar da göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür (Burnett ve Bender-Baker 2001; Darcy 2002; McKercher vd. 2003; Ray ve Ryder 2003). Bunun yanında dünyada ulaşılabilir konaklama tesisi ile ilgili bir standart düzenlemesinin olmadığını da söylemek mümkündür (Darcy 2010). Ülkemizdeki engellilere yönelik standartların da genel mahiyette olduğu görülmektedir. Bir turistik ürüne erişirken sadece engelli değil, onlara refakat eden diğer sağlıklı vatandaşlar için de ulaşım olanakları, konaklama tesisinin durumu ve hizmet sunumu önem arz etmektedir. Bir bütün olarak bakıldığında, bu parçalardan her-

hangi birinde olan sıkıntı, turistik ürün veya hizmete ulaşımı zorlaştıracaktır. Dünya Engelliler Vakfı (DEV) tarafından 2003 yılında engelli turizmine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmekle birlikte, bu sadece genel turizm çerçevesinde ve durum tespiti niteliğindedir. İnsanlığın gereği olarak DEV'in (2013) önerdiği standart ve kılavuzlar ise genel mahiyettedir.

Ülkemizde engelliler ve haklarını korumaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir takım yasal düzenlemelerin olduğunu söylemek mümkündür. Özürlülerin ulaşılabilirliklerini artırmak amacıyla oluşturulmuş imara yönelik, özürllülere yönelik ve yerel yönetimlere yönelik mevzuatın yanında özellikle Türk Standartlar Enstitüsü tarafından oluşturulmuş özürllülere yönelik standartlar da mevcuttur. Engellilere yönelik TSE tarafından oluşturulan standartlar aşağıdaki şekildedir:

- TS 9111: Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gereklere
- TS 12576: Şehir içi yollar - Kaldırım ve Yaya Geçitlerinde Ulaşılabilirlik İçin Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları
- TS 12460: Şehir İçi Yollar- Raylı Taşıma Sistemleri- Özürlü ve Yaşlılar İçin Tesislerde Tasarım Kuralları
- TS 13536: TS ISO 23599 Türkiye Uygulaması

Engelliler için ulaşılabilirlik konusunda temel bir çerçeve çizen mevzuat ve standartların turizm özelinde konaklama tesislerine özgü kriterleri içermediği tespit edilmiştir. Bu saptama sadece ülkemizle de sınırlı değildir. Uluslararası Standartlar Örgütü'nün (ISO) de bu alanda bir standardı bulunmamaktadır.

Turizm sektöründe engelli bireylere yönelik hizmet geliştirmek önemli olduğu kadar zordur. Konaklama tesislerinde engellilere yönelik otopark, girişler, lobi, önbüro, asansör, merdiven, koridor, toplantı salonları, dinlenme-fuaye alanları, restoran, kafe, bar, tuvaletler, havuz ve plaj gibi genel alanlarda özel uygulamalara gidilmesi gerekmektedir. Bunların da ötesinde konaklama tesisinin sunduğu en önemli hizmetlerden biri olan barınmanın, bir engelli için uygun şartlarda yerine getirilebilmesi gerekmektedir. Konaklama tesisinin sunduğu oda

hizmetinde yer alan tuvalet, banyo, dolap ve yatak ulaşılabilirliğinin, engellilere ve yaşlılara göre ele alınması ihtiyacı bulunmaktadır.

Sonuç olarak ulaşılabilir turizmdeki potansiyel pazar payı, ülkelerin ve işletmecilerin göz ardı edemeyeceği kadar büyüktür. Bunların da ötesinde engellilerin ve yaşlıların da sağlıklı bir yaşam hakkı bulunduğundan, onlara yönelik geliştirilecek her faaliyet bir insanlık gereğidir. Dünya genelinde toplumların yaklaşık yüzde onu engellidir. Engelli kapsamında yaşlıların da alınması bu nüfusun daha da artması anlamına gelmektedir. Diğer bir ifade ile engelliler ve yaşlılar büyük bir potansiyel pazar oluşturmaktadır. Bununla birlikte konaklama tesislerinin sunduğu odaların, genel olarak çoğunluğu sağlıklı insanlar içindir. Almanya ve İskandinav ülkelerinde ulaşılabilirliği arttırmak amacıyla bazı otellerin internet siteleri ve bazı özel siteler, engelli ve yaşlı bireylere yönelik oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, bu pazara da hizmet vermeyi amaçlayan oteller, diğerlerine göre rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Ulaşılabilir konaklama tesislerine yönelik standardizasyon oluşturmaya odaklanmak, ülkemizdeki engelli turizminin geliştirilmesi ve pazarın canlandırılmasına yönelik pratik katkı sağlayabilir. Bu sayede engelli turizmne yönelik arzın oluşturulması desteklenebilecek ve potansiyel taleple, yeni bir alan açılacaktır. Bu çerçevede ülkemizde ve hatta dünyada konaklama tesisleri için ulaşılabilir bir tesis standardının oluşturulması ayrı bir önem arz etmektedir. Standardın oluşturulması kadar, uygulanması ve bunları uygulayan ulaşılabilir tesislerin tanıtımının yapılması, turizmden aldığımız payın artmasına yardımcı olacaktır.

Prof. Dr. Özkan TÛTÛNCÛ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknoloji Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr

İpek AYDIN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Spor Bilimleri ve Teknoloji Yüksekokulu, Rekreasyon Bölümü
E-posta: ipek.aydin@deu.edu.tr

KAYNAKÇA

- Barnes, C., Mercer, G. (2010). *Exploring Disability*. UK: Polity Press.
- Burnett, J. J. ve Baker, H. (2001). Assessing The Travel-related Behaviors of the Mobiliy-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40: 4-11.

- CEN-CENELEC (2002). Guide 6- Guidelines for Standards Developers to Address the Needs of Older Persons and Persons with Disabilities. <http://www.cenelec.eu/membersandexperts/referencematerial/guides.html>. Erişim tarihi: 17 Eylül 2013.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a Physical Disability*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalised Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9: 61-72.
- Darcy, S. (2010). Inherent Complexity: Disability, Accessible Tourism and Accommodation Information Preferences, *Tourism Management*, 31 (6): 816-826.
- DEV. (2003). Türkiye’de Engelliler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Konaklama Tesislerindeki Altyapı İmkânlarının Araştırılması. <http://www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz-Tatil-Koyu/Engelsiz-Turizm-Raporu/>. Erişim Tarihi: 25 Eylül 2013.
- DEV. (2013). Engelliler İçin Evrensel Standartlar Kılavuzu. <http://www.devturkiye.org/upload/files/engelliler-icin-evrensel-standartlar-kilavuzu.pdf>. Erişim Tarihi: 25 Eylül 2013.
- EDF. (2009). EDF Position On the AFNOR Study – Feasibility and Opportunity to develop a Standardisation Work Programme concerning “Criteria for Accessibility to Tourist and Transport Services for Disabled People.” www.edf-feeph.org. Erişim tarihi: 16 Eylül 2013.
- EU. (2003). Barrier-Free Tourism for People with Disabilities in the Asian and Pacific Region. http://www.unescap.org/ttdw/Publications/TPTS_pubs/pub_2316/pub_2316_tor.pdf. Erişim Tarihi: 16 Eylül 2013.
- EU. (2004). Improving Information on Accessible Tourism for Disabled People. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf Erişim tarihi: 16 Eylül 2013.
- European Commission (1996) Making Europe Accessible for Tourists with Disabilities: *Handbook for the Tourist Industry*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Laplante, M. P. (1991). The Demographics of Disability. İçinde West, J. (Editör), *The Americans with Disabilities Act: From Policy To Practice*. New York: Milbank Memorial.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. Ve Lam, P. (2003). Travel Agents: Facilitators or Inhibitors of Travel for People with Disabilities?, *Tourism Management*, 24: 465-74.
- Nussbaum, M. (2006). *Frontiers of Justice: Disability, Nationality, Species Membership*. Cambridge, MA: Harvard Üniversitesi The Belknap Yayınları.
- Oliver, M. (1996). *Understanding Disability, from Theory to Practice*. Londra: MacMillan Press Ltd.
- Quinn, P. (1998). *SAGE Sourcebooks for the Human Services 35: Understanding Disability: A Lifespan Approach*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Ray, N. ve Ryder, M. (2003). “Eibilities” Tourism: An Exploratory Discussion of the Travel Needs and Motivations of the Mobility-disabled, *Tourism Management*, 24: 57-77.
- Reedy, J. (1993). *Marketing to Consumers with Disabilities*. Chicago, IL: Probus Publishing Co.
- TS 9111 (2012). *Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gereklere*. Ankara: Türk Standardları Enstitüsü.
- TS 12460 (1998). *Şehir İçi Yollar- Raylı Taşıma Sistemleri- Özürlü ve Yaşlılar İçin Tesislerde Tasarım Kuralları*. Ankara: Türk Standardları Enstitüsü.
- TS 12576 (1999). *Şehir İçi Yollar-Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemlerin Tasarım Kuralları*. Ankara: Türk Standardları Enstitüsü.
- TS 13536:TS ISO 23599’un Uygulamasına Yönelik Tamamlayıcı Standard. Ankara: Türk Standardları Enstitüsü.



Tunca Toskay: Alman Ekolünden Turizmin Akademik Öncülüğüne

Mithat Zeki DİNÇER

*İstanbul Üniversitesi
İktisat Fakültesi*

GİRİŞ

Prof. Dr. Tunca Toskay üzerine bir yazı hazırlarken, bu tür yazılarda eylemin neresinden başlanması zorluğu vardır; çünkü renkli kişiliklerin derin yapılar olmasından kaynaklanan en önemli kaygı, ne kadar yazılırsa yazılısın bazı eksikliklerin kalacağıdır. Gerek akademik, gerekse siyasi yaşamı dolu dolu geçen Toskay'ı tanıtmak gurur kaynağı olduğu gibi, eksikliklerin altında kalınması da bir o kadar sorumluluğu beraberinde gerektirmektedir. Turizm üzerine olan araştırmaları ve verdiği eserleriyle turizmin bilimsel olarak incelenmesinin öncülerinden Toskay, turizmi bilimsel platformun üst noktalarına taşıyan isimlerdendir. Bu çalışmalar, kendisinden sonra gelen araştırmacılar için değerli bir kaynak niteliğindedir. Akademik kariyerinin yanı sıra, bürokrasi ve siyasi yaşamında da başarılarını sürdüren Toskay, Türk turizminin bilimsel olarak gelişmesinde önemli katkılarda bulunur. Eşim Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer'in de hocalığını yapmış olan Toskay, Türkiye ekonomisini ve turizm ekonomisini açık ve akıcı bir şekilde anlatarak üzerimizde önemli bir etkiye sahip olarak ve bizim bu konular üzerinde derin düşünmemizi sağlayarak anılarımızda her zaman yer almıştır. Hem Doktora tez danışmanım hem de nikâh şahidim olması nedeniyle, kendisinin benim gözümdeki anlamı daha da önemli olmaktadır. Bu tür kısa genel bir giriş yaptıktan sonra, aşağıdaki bölümlerde, Türk turizminin bilimsel alanda öncülerinden biri olan Toskay'ı sadece bir akademisyen olarak değil, eğitici ve siyasetçi yönleriyle de tanıtmaya çalışacağım.

YAŞAM ÖYKÜSÜ

Tunca Toskay, İstanbul'da doğar (1939). Vefa Lisesi'nden mezun olup, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne girer (1957). 1961 yılında mezun olarak aynı Fakülte'ye asistan olur (1962) ve Dok-

tora derecesini de burada tamamlar (1965). İki yıl süreyle Almanya Hür Berlin Üniversitesi'nde çalışmalar yapar (1966–1968); Türkiye'ye dönüşünde Doçent unvanını alır (1969). Daha sonra yine çalışmalarına devam ederek Profesör unvanını alır (1979). Bunun yanı sıra; İktisat Fakültesi'nde akademik yaşamına devam ederken, İstanbul Yıldız Devlet Mimarlık ve Mühendislik Akademisi ve Eskişehir İktisadi İlimler Akademisi'nde dersler verir. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde turizm alanındaki ilk Yüksek Lisans programının kurulmasına katkıda bulunan Toskay, öğretim faaliyetlerine de katılır. Almanca ve İngilizce bilen Toskay, evli ve bir çocuk babasıdır.

AKADEMİK GELİŞİMİ

Üniversite Seçme Sınavı'nda ilk tercihi İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi olan Toskay'ın öğrencilik yaşantısı, ilk yılından mezuniyetine değin yakın ve samimi dostlukların kurulduğu bir zaman dilimini oluşturur. Her fırsatta birbirine yardımcı olmayı adet edinen arkadaş grubunun bu dayanışması ve dostluğu üniversite öğrenimi boyunca sürer. İşte bu dönemi paylaşanlardan birisi olan Prof. Dr. Cemal Şanlı, aklında kalan bir anıyı şöyle dile getirir:

Derslerimiz, fakültenin sinema salonu büyüklüğündeki en büyük dershanesi olan 2 no'lu sınıfta yapılıyordu. Öğrenci mevcudunun sınıf kapasitesinin 2–3 katı olması nedeniyle, bazı derslerde arka kapıyı kullanarak ayakta ders dinlemeye çalışan öğrenci sayısının 30–40 kişiyi aştığı olurdu. Bu şartlarda bile en önlere, hemen hemen aynı sıralarda Tunca Toskay, Atalay Şahinoğlu, Güngör Adak gibi diğer bazı arkadaşlarımızın oturduğunu görürdük. Aslında bu sanıldığı kadar kolay bir iş değildi. Ekip çalışmasının başarılı bir örneği idi. Oluşturdukları grubun her bir öğrencisi haftanın veya ayın belli bir gününde yer tutmak görevini yerine getirebilmek için sabahın alacakaranlığında, kışın dayanılmaz soğuğuna karşın kar-yağmur demeden Üniversitemizin Beyazıt Meydanına açılan kapısı önünde başlayan kuyruğa girmek zorundaydı. Bu işe, onların henüz Adam Smith'i öğrenmeden iş bölümünün faydalarını keşfetmelerinin

bir sonucu idi. Böylece belli bir hedefe kilitlenmiş, başarılı kişilerden oluşan gruplarının, her zaman başarılı olacaklarının göstergesi olurken, insan kaynakları yönetiminin de iyi bir örneği verilmiş oluyordu.

İktisat bölümünü severek ve isteyerek seçen Toskay, Fakülte'nin ikinci sınıfına geçtikten sonra aynı Fakülte'de öğretim üyesi olmaya karar verir. O dönemde, hem İktisat Fakültesi'nde hem de diğer Üniversitelerde yayınlanan iktisat kitaplarının tamamını okumaya başlayan Toskay, İktisat Fakültesi'ni hiçbir dersin sınavına ikinci defa girmeden bitirir. Mezuniyetinden hemen sonra, Fakülte'nin iktisat, işletme ve maliye kürsülerinden asistanlık teklifi alır ve tercihi doğrultusunda İktisat kürsüsüne asistan olur (1961).

Bilinçli bir tercihle bilim insanı olmaya karar veren Toskay, turizmi çalışma alanı olarak seçmesinin nedenini bu alanın çok-disiplinli bir yapıya sahip olmasından kaynaklandığını her zaman ifade eder. Ayrıca, Doçentlik tezini hazırladığı dönemlerde (1965–1969), Türkiye'deki yükseköğrenim kurumlarında turizm konusunda öğretim, günümüzün aksine, yoğunluk kazanmış değildi. Bu nedenle, turizm alanında yapılan ve yapılacak çalışmaların tamamı, konuyla ilgili değişik disiplinlerde öğrenim görmüş ancak konuya ilgi duyan bilim insanları tarafından gerçekleştiriliyordu. Çok yönlü ve cazip bir disiplin olan turizmin bu özelliği, Toskay'ın bu alanda uzmanlaşma kararı vermesinde etkili olur. Türkiye için turizm sektörünün ne kadar önemli olduğu dikkate alınrsa, kendisinin 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren bu alanda uzmanlaşma kararını vermesinin ne kadar yerinde bir öngörü olduğu anlaşılacaktır.

TURİZM DİSİPLİNİNE SAĞLADIĞI KATKI

Tunca Toskay, 1966–1968 yılları arasında Batı Almanya'da Hür Berlin Üniversitesi'nde Doçentlik çalışmalarını sürdürürken, Münih ve Viyana Üniversitelerine bağlı Turizm Enstitüsü'nde yakın ilişkide bulunur. Bu dönemde Almanya, Avusturya ve İsviçre'de turizm alanında 1850'li yıllardan 1960'lı yılların sonuna kadar yayınlanmış literatürü inceler. Bu nedenle, kendisinin "Turizm Olayını" ele alma ve inceleme yöntemi, Kıta Avrupası yaklaşımı ile benzerlik gösterir. 1973 yılında Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) üyeliğine kabulünden sonra, birçok kongre ve bilimsel etkinliklere katılır. Ayrıca, kişisel olarak da bağlantı kurma

olanağına sahip olduğu turizm alanının çok değerli bilim insanlarının eserleri de çalışmalarında yol gösterici olur.

Bu konuda gerçekleştirilen ilk çalışmaları başlatan Toskay, İktisat Fakültesi bünyesindeki kürsü başkanı Prof. Dr. Abdullah Türkoğlu'ndan etkilenir. Türkoğlu'ndan özellikle bahsetmekte yarar vardır. Türkoğlu'nun girişimi ile İstanbul Üniversitesi bünyesinde bir İktisadi Coğrafya ve Turizm Enstitüsü kurulur ve Yüksek Lisans düzeyinde ilk program yine bu Enstitü tarafından başlatılır. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi bünyesinde kurulan bu Enstitü, Türkiye'de turizm alanında kurulan ilk enstitü konumundadır (1969). Bu Enstitü, turizm alanında bilim insanı ve sektörün ihtiyacı olan eleman yetiştirilmesi alanında gerçekten olumlu katkılar yapar ve öncü rol üstlenir. Abdullah Türkoğlu'nun rehberliği, gelecekte önem kazanan disiplinlerde bilimsel çalışmalara yaptığı katkı, öngöruları ve sağladığı özgürlük ortamı kürsü asistanlarını derinden etkiler. Böylece, İktisat Fakültesi İktisadi Coğrafya ve Turizm Enstitüsü başta kurucusu Abdullah Türkoğlu olmak üzere, Tunca Toskay, Münir Kutluata, Mithat Zeki Dinçer, Füsun İstanbullu Dinçer ve Adem Şahin gibi bilim insanlarını ve daha sonra birçok sayıda akademisyeni turizm disiplinine kazandırır. Toskay'ın turizm öğretimine ve turizmin akademik düzeyde ele alınmasına öncülük ettiğini belirttiği bir görüşmesinde Münir Kutluata şu ifadeleri kullanır.

Tunca Toskay, Türkiye'de turizm anlayışının doğru bir eksene oturtularak önünün açılmasında öncü rolü olan bir kişiliktir. Ülkemizde turizmin gelişmesinde iki büyük aşamadan söz edilebilir. Bunlardan birincisi, turizmin Bakanlık düzeyinde ele alınması; diğeri ise, üniversitelerin turizm alanına yönelmesidir. Birinci önemli hamle, 1963 yılında devletin Turizm Bakanlığı'ni kurması; ikincisi ise, Tunca Bey'in öncülük etmesi sonucu 1977 yılından itibaren İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nin turizmi ana ilgi alanlarından biri haline getirmesi ile gerçekleşir. Önceleri sadece döviz getirici yönü ile ele alınan, bu nedenle de yüzeysel kalan turizm anlayışı, üniversitelerin devreye girmesi ile bilimsel eksene oturtularak önü açılır. Bu gelişmeleri gözleyenler Tunca Toskay'ı sadece turizm alanında çalışmaları ve eserleri olan bir bilim insanı olarak değil, turizm anlayışının yetersiz politikalar içine hapsedilmekten kurtarılıp sağlam bir zeminde gelişme sürecine sokulmasındaki rolü ile de tanır. Toskay, genç bir öğretim üyesi iken, üniversite içinde üstlendiği bu öncü rolünün yanı sıra, turizme ilgisini ve hizmetlerini daha sonra üstlendiği bütün görevlerde ciddiyetle devam ettirir. Turizm Atışeliği görevinden TRT Genel Müdürlüğü'ne, Milletve-

killiğinden Bakanlığa kadar bulunduğu bütün görevlerde turizmi bilen ve turizm sektörünü tanıyan bir uzman kişilikle ilgisini ve desteğini eksik etmez.

Turizm disiplininin akademik ekolü olan söz konusu Enstitü'den Turizm Yüksek Lisans derecesi almış çok sayıda kişi halen sektörde başarı ile yöneticilik yapmaktadır. Yüksek Lisans programının ilk kayıtlı öğrencisi Füsun İstanbullu Dinçer o günleri şöyle anlatır:

Tunca Toskay'ı, ilk kez Turizm Yüksek Lisans derslerine başladığım zaman tanıdım. Bildiğim kadarıyla, Turizm Yüksek Lisansı programının açılması ve Boğaziçi Üniversitesi'nde kadrolu önde gelen turizm akademisyenlerinin İktisat Fakültesi'nde ders vermeye ikna edilmesi hep onun sayesinde gerçekleşir. Bu işe, kendisinin ileri görüşlü olduğunun bir göstergesidir. Türkiye Ekonomisi ve Genel Turizm derslerini kendisinden aldım. Kendisi, ilk danışmanımı (daha sonra görev gereği Üniversiteden ayrılınca danışmanım Münir Hoca olur). Yüksek Lisans derslerini aldığım ve kısa bir süre danışmanlığımı yürüten Toskay üzerinde edindiğim izlenimlerin başında, disiplinli ve son derece zeki oluşu gelir. Akademik açıdan turizmi kendisinden öğrendim. Dersleri okumadan, örneklerle anlatırdı. Öğrencileri yakından tanırdı. O dönemler AİEST adlı kuruluşa üye olunması, kuruluşun Alman ekolüne bağlı üyelerinin turizm kavram ve tanımlarının anlatılması, Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım kitabında bunların Türkçe diline kazandırılması, ilklerin yaşatıldığı ama kurallara bağlı bir Üniversite için dikkat çekici adımlardır. Hele Atatürk'ün kurduğu köklü, geleneklerine aşırı derecede bağlı bir Fakülte 'de (İktisat Fakültesi) bu atımların atılması başlı başına önemli bir hamledir. Bir turizm akademisyeni olarak, bu kitabın akademik değerinin hala devam ettiğine inanıyorum. Bu kitabın aktardığı derli toplu bilgiyi aşan bir Türkçe kitaba henüz rastlamadım. Siyasete atılmasaydı ve Üniversitede kalsaydı, hem daha fazla öğrenci kendisi tanır, hem de günümüzde turizmin bir uzmanlık alanı olduğunu anlatmada ve İktisat Fakültesi'nde Turizm Bölümü'nü geliştirmede bu kadar sıkıntıya maruz kalmazdım.

Toskay, yukarıda da değinildiği üzere, *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım* isimli eserini Türkiye'de turizm alanında kendisini şiddetle hissettiren teorik eser boşluğunu doldurmak gayesi ile hazırlamıştır. Kitapta, turizm ve turist kavramları, olayın tarihi gelişimi, öznesi, turistik mahal ve turizm kurumları belli bir teorik model içinde incelenir. Bu eserin, başlangıcından itibaren bu doğrultuda araştırmacılar için önemli bir kaynak olduğu gibi, gelecekte de araştırmacılar için eşsiz bir kaynak olmaya devam edeceğini söyleyebiliriz. Bu kitap, Fransa ve İsviçre kaynaklı yazarlardan yararlanmış olsa da, daha çok Alman araştırmacı ve akademisyenleri referans alınmıştır. Alman

ekolünden etkilenen ve Türkiye'de turizm akademisyenlerinin öncülerinden kabul edilen Toskay, İktisat Fakültesi'nin tam zamanlı bir öğretim üyesi olduğu için diğer yayınları genellikle Türkiye İktisadi ve İktisadi Düşünce Tarihi ağırlıklıdır.

ÜNİVERSİTE DIŞI GÖREVLER

Toskay, akademik çalışmalarla yetinmeyerek bunların yanında üniversite dışında da önemli görevlerde bulunarak Türkiye'yi uluslararası platformlarda temsil eder. Türk turizmüne getirmiş olduğu değerli çalışmalar sonucu, 1973 yılında Avusturya'da AİEST tarafından gerçekleştirilen kongrede bu birliğe üye olarak kabul edilir. 1980-1982 yılları arasında, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Federal Almanya'da Basın ve Enformasyon Koordinatörü olarak görevlendirilir, aynı zamanda Frankfurt Turizm ve Tanıtma Bürosu Müdürlüğü görevini de yerine getirir. Turizm alanındaki başarılarını sürdürürken, Radyo Televizyon Yüksek Kurulu'nda da görev yapar. Bu görevlerdeki başarısı, daha sonra kendisinin TRT Genel Müdürlüğü görevine getirilmesini sağlar (1984-1988). TRT Genel Müdürlüğü ve Asya Pasifik Yayın Birliği Başkan Yardımcılığı görevlerini başarıyla tamamlayan Toskay, önce Başbakanlık Baş Müşavirliği'ne (Nisan 1988), sonrasında da Başbakanlık Özel Çevre Koruma Bölgesi Başkanlığı'na atanır (Eylül 1988). Bu başkanlık sırasında, Fethiye, Göcek, Dalyan, Dalaman, Gökova ve Ölüdeniz yerleşimlerini içine alan bölgenin 1/25000, 1/5000 ve 1/1000 ölçekli koruma ağırlıklı imar planlarının 1989 yılı sonunda hazırlanıp yürürlüğe konulmasına katkıda bulunur. Bu imar planlarının turizm açısından önemi, konaklama tesisleri yatırımlarının sınırlandırılıp, bölgenin coğrafi özelliklerine uygun olarak yat turizminin teşvik edilmesine ön ayak olmasından kaynaklanır.

SIYASİ YAŞAMI

Tunca Toskay, 1991 yılında emekli olarak siyasete girer ve 19. Dönem İstanbul, 21., 23., 24. Dönem Antalya Milletvekili olarak Meclis'te görev yapar. Kurulan 57. Hükümet'te Dış Ticaretten Sorumlu Devlet Bakanı olarak atanır. Almanca ve İngilizce bilen ve bilim dünyasına önemli eserler kazandıran Toskay, çeşitli kanun tekliflerine de imza atar. 2011 yılında aldığı bir karar sonucu, 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Seçimlerinde aday olmayarak milletvekilliği bağlamında siyaseti bırakır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tunca Toskay ile ilgili böyle bir çalışmanın yapılması görevi bana verildiğinde, öncelikle yaşantımın önemli bir bölümünü geçirdiğim ve halen de akademisyen olarak hizmet verdiğim İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ndeki öğrencilik yıllarımı hatırladım. Henüz daha Fakülte'nin birinci sınıfına yeni başlamıştık. 1973 yılının güz döneminin ilk dersleriydi. Öğrenciler olarak, Türkiye'nin en önde gelen ekonomi profesörleri arasında yer alan öğretim üyeleriyle tanışıyor ve onlardan ders almanın heyecanını yaşıyorduk. Daha ilk haftaydı. Bir dersimize genç bir Doçent geldi. Azimli, öğretme konusunda kararlı, tatlı-sert görünümlü bir kişi ile karşı karşıya idik. İlk dersten itibaren öğrenci üzerinde etki kurabilen bu kişi, Tunca Toskay idi.

Toskay'ın akademik yaşantımın daha başlangıcında "Hocam" olması, Füsun İstanbullu Dinçer ile birlikte, kendisinden Türkiye Ekonomisi ve Turizm derslerini almış olmam, Doktora danışmanlığı yapması beni her zaman etkilemiş ve turizm alanında uzmanlaşmama neden olmuştur. Kendisini kısa bir şekilde anlatırken zorlanılmaması mümkün değildir. Yine de, son söz olarak, Tunca Toskay'ın öğrencilerine örnek olduğu akademik yaşamı kadar, yaptıkları ve gelecekte yapacakları ile de geleceğimizde ışık tutmaya devam edeceğini söyleyebilirim.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Toskay, T. (1969). *Turizmde Kuruluş Yerleri ve Bu Konuda Etkili Olan Faktörler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 158 sayfa (Doçentlik Tezi).

Toskay, T. (1970). *Turizm Olayı ve Tarihsel Gelişimi*, İktisat Dergisi, Haziran, Sayı 72.

Toskay, T. (1971). *Tarım Kesimimizin Bazı Problemleri ve Reform İhtiyacı*. İktisadi Gelişme Meseleleri, Cilt I, İstanbul: Sermet Matbaası.

Toskay, T. (1972). *Tourism Perspectives*. Newsletter, Current Turkish Thought, New Series, No. 14, December: 1-16.

Toskay, T. (1978). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayın No: 2534, İktisat Fakültesi Yayın No. 431, 261 sayfa (Profesörlük Tezi).

Toskay, T. (1978). *Güney Doğu Anadolu Bölge Kalkınma Planı (Gaziantep, Urfa, Diyarbakır, Adıyaman, Mardin İlleri)*. Ankara: Turizm Sektörü Planlaması Toprak Reformu Müsteşarlığı.

Toskay, T. (1978). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. Birinci Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

Toskay, T. (1979). *Turistik Mahallerin Korunmasının Önemi, Çevre Koruma*, Türkiye Çevre Koruma ve Yeşillendirme Derneği Yayın Organı, 1(2): 23.

Toskay, T. (1982). *Diesmal Alternative, Der Fremdenverkehr-Das Reisebüro*, Mart, 14.

Toskay, T. (1982). *Wir sind das Preiswerteste Urlaubsland, Fremdenverkehrswirtschaft International*, 100.

Toskay, T. (1983). *Changes in World Tourism and the Turkish Tourism Sector, Economic and Tourism Bazaar International*, February: 29-31.

Toskay, T. (1983). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İkinci Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

Toskay, T. (1989). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, Üçüncü Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

RAPORLAR

Toskay, T. (1978). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gelişme Planı, Turizm ve Tarım Dışı Gelişme Hedefleri*, Ayrı Basım, İstanbul, ss. 2932-3050.

Toskay, T. (1978). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gelişme Planı - Enerji*, Ayrı Basım, İstanbul, ss. 2450-2554.

DERS NOTLARI

Toskay, T. (1970). *Türkiye İktisadının Bünyesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 249 sayfa.

Toskay, T. (1972). *Ekonomi ve Kanunlar*. İstanbul: İstanbul Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi, 165 sayfa.

Toskay, T. (1973). *Türkiye'nin İktisatı*. Harp Akademileri Komutanlığı Yayınları, İstanbul: Harp Akademileri Basımevi, 122 sayfa.

Toskay, T. (1977). *İktisadi Düşünce Tarihi*. Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi, 220 sayfa.

Prof. Dr. Mithat Zeki Dinçer, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, Merkez Bina, 34452, Beyazıt, İstanbul. E-posta: mzdincer@gmail.com

Ertuğrul Çetiner: Akademik ve Bilinmeyen Diğer Yönleri

Meryem Akoğlan KOZAK

*Anadolu Üniversitesi
İşletme Fakültesi*

GİRİŞ

Kendisini, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doktora öğrenimim sırasında aldığım *Konaklama İşletmelerinde Mali Analiz Teknikleri* dersi vesilesiyle tanıdım. Sayısal nitelikte ve hesap

işleri ile ilgili dersler pek ilgi alanıma girmediği halde, anlaşılır ve sevecen tarzı, benim için önemli bir engel olan bu dersi anlamamı, sevmemi ve başarılı olmamı sağladı. Ancak yönetim ile ilgili bir konuda tez yapmayı planladığım için, son-

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tunca Toskay ile ilgili böyle bir çalışmanın yapılması görevi bana verildiğinde, öncelikle yaşantımın önemli bir bölümünü geçirdiğim ve halen de akademisyen olarak hizmet verdiğim İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ndeki öğrencilik yıllarımı hatırladım. Henüz daha Fakülte'nin birinci sınıfına yeni başlamıştık. 1973 yılının güz döneminin ilk dersleriydi. Öğrenciler olarak, Türkiye'nin en önde gelen ekonomi profesörleri arasında yer alan öğretim üyeleriyle tanışıyor ve onlardan ders almanın heyecanını yaşıyorduk. Daha ilk haftaydı. Bir dersimize genç bir Doçent geldi. Azimli, öğretme konusunda kararlı, tatlı-sert görünümlü bir kişi ile karşı karşıya idik. İlk dersten itibaren öğrenci üzerinde etki kurabilen bu kişi, Tunca Toskay idi.

Toskay'ın akademik yaşantımın daha başlangıcında "Hocam" olması, Füsun İstanbullu Dinçer ile birlikte, kendisinden Türkiye Ekonomisi ve Turizm derslerini almış olmam, Doktora danışmanlığı yapması beni her zaman etkilemiş ve turizm alanında uzmanlaşmama neden olmuştur. Kendisini kısa bir şekilde anlatırken zorlanılmaması mümkün değildir. Yine de, son söz olarak, Tunca Toskay'ın öğrencilerine örnek olduğu akademik yaşamı kadar, yaptıkları ve gelecekte yapacakları ile de geleceğimizde ışık tutmaya devam edeceğini söyleyebilirim.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Toskay, T. (1969). *Turizmde Kuruluş Yerleri ve Bu Konuda Etkili Olan Faktörler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 158 sayfa (Doçentlik Tezi).

Toskay, T. (1970). *Turizm Olayı ve Tarihsel Gelişimi*, İktisat Dergisi, Haziran, Sayı 72.

Toskay, T. (1971). *Tarım Kesimimizin Bazı Problemleri ve Reform İhtiyacı*. İktisadi Gelişme Meseleleri, Cilt I, İstanbul: Sermet Matbaası.

Toskay, T. (1972). *Tourism Perspectives*. Newsletter, Current Turkish Thought, New Series, No. 14, December: 1-16.

Toskay, T. (1978). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayın No: 2534, İktisat Fakültesi Yayın No. 431, 261 sayfa (Profesörlük Tezi).

Toskay, T. (1978). *Güney Doğu Anadolu Bölge Kalkınma Planı (Gaziantep, Urfa, Diyarbakır, Adıyaman, Mardin İlleri)*. Ankara: Turizm Sektörü Planlaması Toprak Reformu Müsteşarlığı.

Toskay, T. (1978). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. Birinci Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

Toskay, T. (1979). *Turistik Mahallerin Korunmasının Önemi, Çevre Koruma*, Türkiye Çevre Koruma ve Yeşillendirme Derneği Yayın Organı, 1(2): 23.

Toskay, T. (1982). *Diesmal Alternative, Der Fremdenverkehr-Das Reisebüro*, Mart, 14.

Toskay, T. (1982). *Wir sind das Preiswerteste Urlaubsland, Fremdenverkehrswirtschaft International*, 100.

Toskay, T. (1983). *Changes in World Tourism and the Turkish Tourism Sector, Economic and Tourism Bazaar International*, February: 29-31.

Toskay, T. (1983). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İkinci Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

Toskay, T. (1989). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, Üçüncü Baskı, İstanbul: Der Yayınları.

RAPORLAR

Toskay, T. (1978). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gelişme Planı, Turizm ve Tarım Dışı Gelişme Hedefleri*, Ayrı Basım, İstanbul, ss. 2932-3050.

Toskay, T. (1978). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gelişme Planı - Enerji*, Ayrı Basım, İstanbul, ss. 2450-2554.

DERS NOTLARI

Toskay, T. (1970). *Türkiye İktisadının Bünyesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 249 sayfa.

Toskay, T. (1972). *Ekonomi ve Kanunlar*. İstanbul: İstanbul Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi, 165 sayfa.

Toskay, T. (1973). *Türkiye'nin İktisatı*. Harp Akademileri Komutanlığı Yayınları, İstanbul: Harp Akademileri Basımevi, 122 sayfa.

Toskay, T. (1977). *İktisadi Düşünce Tarihi*. Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi, 220 sayfa.

Prof. Dr. Mithat Zeki Dinçer, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, Merkez Bina, 34452, Beyazıt, İstanbul. E-posta: mzdincer@gmail.com

Ertuğrul Çetiner: Akademik ve Bilinmeyen Diğer Yönleri

Meryem Akoğlan KOZAK

*Anadolu Üniversitesi
İşletme Fakültesi*

GİRİŞ

Kendisini, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doktora öğrenimim sırasında aldığım *Konaklama İşletmelerinde Mali Analiz Teknikleri* dersi vesilesiyle tanıdım. Sayısal nitelikte ve hesap

işleri ile ilgili dersler pek ilgi alanıma girmediği halde, anlaşılır ve sevecen tarzı, benim için önemli bir engel olan bu dersi anlamamı, sevmemi ve başarılı olmamı sağladı. Ancak yönetim ile ilgili bir konuda tez yapmayı planladığım için, son-

raki dönemlerde Ertuğrul Çetiner'in verdiği diğer seçimlik dersleri almayacak ve tez çalışmamın son dönemlerine kadar bir daha O'nunla karşılaşmayacaktım. Tez çalışmamı kadın yöneticiler ile ilgili bir konuda ve Prof.Dr. Öznur Yüksel ile yazmaya başladım. Bitirmeme birkaç ay kala tez danışmanım bir yıl için Kıbrıs'ta bir üniversitede görevlendirildiği için tezimi Ertuğrul Çetiner ile tamamlarım. Bu süre içinde öğrenciye verdiği önem, çalışmama gösterdiği titizlik ve olumlu yaklaşımından dolayı Çetiner, benim için her zaman takdir edeceğim bir rol model oldu. Bu süreçte tezim için elinden geleni yaptı, Anadolu Üniversitesi'ne bir öğretim üyesi kazandırabilmek için adeta benimle beraber çabandı. Çünkü Çetiner, aslen Eskişehirli idi ve Anadolu Üniversitesi'ne gönülden bir yakınlık duyuyordu.

Çetiner tatillerini, doğum yeri olan (1947) Eskişehir'in İnönü ilçesindeki ailesi ile geçirirdi. Buradaki bir görüşmemiz sırasında, bu ilçenin in'lerinin ünlü olduğunu ve ilçenin bu in'ler önünde kurulduğu için bu ismi aldığını öğrenmiştim. İsmet Paşa'nın ise soyadını bu ilçeden aldığını söyleyince, herkes gibi ben de İsmet İnönü'nün bu ilçeye kendi soyadını verdiğini düşündüğümünden şaşırılmıştım. Tezimi tamamladıktan sonra, birkaç bilimsel platform ve danışmalar dışında, Çetiner ile bir daha görüşme fırsatım olmadı. 2008 yılında kendisinin hastalandığını, ciddi bir ameliyat geçirdiğini yakınlarından ve ailesinden öğrenince, Batıkent'teki evinde ziyarete gittim. Kendisi ve eşi, her zaman ki gibi, mütevazı ve güleryüzlü bir şekilde karşılar ve (bir hasta ziyareti için uzun bir süre) sıradan bir ziyaretmiş gibi ağırladılar. Çetiner, konuşma sırasında bir ara "... Sanırım atlattık... Kafadaki melun uru hallettik ama sonrasında ödemle uğraştık... Neyse gelmemek üzere gitti bu dert... Şimdi çok iyiyim..." diyerek adeta bizi teselli ediyordu. Oysa çevresindekiler sağlık durumunun iyi olmadığını biliyordu. Yine de bu ziyarette Çetiner'i iyi görmüş ve onun azmi ve inancıyla bu sıkıntıdan kurtulacağını düşünmüştüm.

Bu ziyaretten sonra yaklaşık bir yıl kadar Atılım Üniversitesi'ndeki görevine devam etti. Ancak zaman içinde bu melun hastalığa yenik düştü ve 2010 yılı karlı bir Aralık günü (beyin kanserinden) yaşama veda etti. Çetiner ile ilgili bu kısa girişten sonra yazıma, kendisinin turizm alanına yaptığı çeşitli hizmetleri anlatarak başlamak istiyorum.

HİZMETLERİ

Ertuğrul Çetiner, dönemin Türkiye'sindeki tek turizm okulu olan ve birçok turizmciyi yetiştiren Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu'ndan 1969 yılında mezun olur. Bu okul, ticaret eğitiminin önemli olduğu o yıllarda, birçok Ticaret Meslek Lisesi öğretmeni yanında, geleceğin turizm çalışanlarını yetiştirecek öğretmenleri yetiştirmiş bir kurum olarak, turizm eğitimindeki önemli kilometre taşlarından biridir. Mezuniyetinden sonra, Isparta Ticaret Lisesi'ne Öğretmen olarak atanan Çetiner, 1971 yılına kadar bu alana öğretmenlik yaparak hizmet verir. İlk öğretmenliğini, 1965 yılında Siirt İli Beşiri İlçesi'nin bir köyünde yaptığını da yeri gelmişken burada belirtmek gerekir. 1971 yılına kadar Öğretmen olarak çalışan Çetiner, bu yıllarda akademik ortama katılmayı düşünmeye başlar ve Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu, İşletme ve Muhasebe Bölümü'ne asistan olur (1971-1975). Sonrasında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen bir proje kapsamında burslu olarak Yüksek Lisans yapmak üzere Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Chicago-Roosevelt Üniversitesi'ne gider (1975-1977). Döndükten sonra askerlik görevini İzmir'de protokol şubesinde ifa eder.

1980 yılında eş durumu nedeniyle, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'ne geçer. 1984 yılına kadar Bolu'da çalışır. Bu süreçte Eskişehir-İnönü'de ikamet eder ve dersler vermek amacıyla her hafta Ankara ve Bolu'ya gidip gelir. Şehirlerarası bu gidip gelişler, Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi, Muhasebe Bölümü'nde Yardımcı Doçent olarak atanması ile son bulur (1984). Aynı yıl, Yüksek Öğretim Kurumu'nun 38. Madde kapsamında, Milli Eğitim Bakanlığı'nda Bakan Özel Müşaviri Bilgi İşlem Dairesi Başkanı olarak görev yapmaya başlar. Dört yıllık görevi süresince Milli Eğitim Bakanlığı Film ve Radyo ile Eğitim Merkezi'nde orta eğitim turizm politikalarıyla ilgili önemli projelere imza atar ve koordinatörlükler yapar (1984-1988). Mesleki eğitime en önemli katkısı ise bilgisayar destekli eğitim programlarını başlatması ve bu sistemin kurulmasını sağlaması olur. Bu katkı, turizmde eğitim eksikliğinin ciddi olarak hissedilmeye başlandığı 1980'li yıllar için pratik karşılığı olan önemli bir çalışmadır. Türkiye turizmi birinci atılım ve en büyük teşvikleri aldığı bir dönemin sonunda, turizm eğitimi için çalışmalar yapıyor

ve bir elin parmaklarından daha az sayıdaki turizm eğitimcisi ve kısıtlı altyapı olanaklarıyla turizm sektörüne eleman yetiştiriliyordu. Çetiner'in bu dönemdeki turizm eğitimine diğer hizmetleri şöyle özetlenebilir:

- Anadolu Ticaret Liseleri için *Ticaret Matematiği, Lise 1*.
- Anadolu Otelcilik ve Turizm Liseleri için *Resepsiyon- Muhasebe Teknikleri, Lise 1-2* kitaplarını hazırlanması ve TV kanalında yayımlanması.
- Otel İşletmelerinde Oda Fiyatının Bulunuşu, Otel İşletmelerinde Ücret Sistemleri, Otel İşletmelerinde Gider Analizi ve Kara Geçiş Analizi, Otel İşletmelerinde Yemek Fiyatının (Menu Price) Belirlenmesi, Otel İşletmelerinde İşçilik Giderlerinin Denetim Metotları, Ülke Kalkınmasında Mesleki ve Teknik Eğitimin Önemi, Konaklama İşletmelerinde Yeniden Değerleme, Üretim İşletmelerinde Stok Miktarı ve Sorunları ve Maliyet Muhasebesi ile ilgili makale ve seminerler.
- YÖK toplantılarında Bakanlık Temsilciliği, İslam Kalkınma Bankası Özürlü Çocuklar Eğitim Proje Koordinatörlüğü, Kitap Yazma Seferberliği Yüksek İcra Kurulu Üyeliği, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İlkokul Öğretmenleri Önlisans Eğitimi Proje Koordinatörlüğü, İlkokul ve Ortaokul sonrası Giriş Sınavları Koordinatörlüğü, Bakanlık Personel Bilişim Sistemin (PERSİS Projesi) Koordinatörlüğü, Bilgisayar Destekli Eğitim Projesi Koordinatörlüğü, PİAR Araştırmalar Koordinatörlüğü, Yabancı Diller Eğitim Merkezi Kurulması Proje Koordinatörlüğü, Orta Öğretim Kurumlarına Üretim Proje Koordinatörlüğü, Suudi Kalkınma Fonu Proje Koordinatörlüğü.
- Bakanlık Bilgisayar Sistemleri ve Ortaöğretim Kurumları Bilgisayar Satın Alma Komisyon Başkanlığı.
- Türkiye Sanayii Sevk ve İdare Enstitüsü (TÜS-SİDE) Danışma Kurulu Üyeliği, Dünya Bankası Endüstriyel Okullar Projesi Yürütme Kurulu Üyeliği, Ortaöğretimde Bilgisayar Eğitimi Özel İhtisas Komisyonu Üyeliği, Bilgisayar Eğitimi Danışma Kurulu Üyeliği, Eğitim Maliyetleri Özel İhtisas Komisyon Üyeliği, Gençlik Araştırmaları Komisyon Üyeliği, Avrupa Konseyi EUDİSED (Avrupa Bilgi Bankası) Türkiye Üyeliği, DPT Bilgisayar Eğitimi Özel İhtisas Komisyonu Üyeliği,

Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği Üyeliği.

Ayrıca, 1984 yılında İngiltere'ye Bilgisayar Eğitimi konulu inceleme gezisinde bulunur. 1985 yılında ise, Belçika'da yapılan Avrupa Milli Eğitim Bakanları Toplantısı'nda Delegasyon Üyeliği ve aynı ülkede Bilgisayar Eğitiminin İncelenmesi gezilerine katılır. Aynı amaçlarla 1987 yılında tekrar İngiltere'ye gider.

AKADEMİK YAŞAMI

Ertuğrul Çetiner'in akademik yaşamı, Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu İşletme ve Muhasebe Bölümü'ne asistan olarak atanmasıyla başlar (1971). Amerika Birleşik Devletleri Chicago Roosevelt Üniversitesi'nde üç yıl süreyle Yüksek Lisans çalışması (MBA) için bulunur (1975–1978). Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı'ndan *Otel İşletmelerinde İşçilik Giderlerinin Denetimi* konulu tezi ile Doktor unvanını alır (1982). Gazi Üniversitesi'nde Muhasebe-Finansman alanında Yardımcı Doçent kadrosuna atanır (1983); bundan sonraki tüm akademik unvanlarını bu üniversiteden alır. 1989 yılında İşletme-Muhasebe alanından Doçent olur ve 1992 yılına kadar, bu unvanla Dekan Yardımcılığı görevini yürütür. Muhasebe-Finansman alanında Profesör olduktan sonra (1995), Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi (şimdi ki ismi Turizm Fakültesi) Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bölüm Başkanlığı görevinde bulunur. Bölüm Bakanlığı, 2002 yılına kadar devam eder. Aynı yıl emekli olarak Atılım Üniversitesi'ne geçer ve vefatına kadar olan süre içerisinde Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, İşletme Fakültesi Dekanlığı ve İşletme Bölüm Başkanlığı, Sürekli Eğitim Merkez Müdürlüğü görevlerinde bulunur.

Yazdığı ve yürüttüğü tezler yanında, makale ve bildirilerine bakıldığında, Çetiner'in turizm akademik alanına işletme ve muhasebe konularında önemli katkıda bulunduğu söylenebilir. Öğretim üyeliği süresince muhasebe ile ilgili konularda farklı üniversitelerde Türkçe ve İngilizce çeşitli dersler veren Çetiner'in verdiği dersler şöyle sıralanabilir:

- Konaklama Yönetim Muhasebesi,
- Maliyet Muhasebesi,
- Seyahat İşletmeleri Muhasebesi,
- Genel Muhasebe,

- Stok Kontrolü,
- Mali Analiz Teknikleri,
- Defter Sistemleri,
- Ticari ve Mali Matematik,
- Üretimde Maliyet Hesapları,
- Konaklama İşletmelerinde Maliyet Kontrolü,
- Konaklama İşletmelerinde Mali Analiz Teknikleri,
- Finansal Matematik,
- Mali Tablolar Analizi.

Çetiner, verdiği derslerin kitabını da yazan, bu anlamda çok üretken bir kişiliktir. Gerçek ustalığın bir konuyu bilmek kadar, iyi aktarabilmek, bir bakıma iyi anlatabilmek ve yazabilmek ile ilgili olduğunu söyler. Ben de yıllar sonra yürüttüğüm dersler ile ilgili kitaplar hazırlarken, bu işin aslında bir başka öğrenme süreci olduğunu görür, kendisini saygıyla anırım. Çetiner, turizm alanında muhasebe, maliyet ve mali analiz gibi işletme yönetiminin hesap-kitap isteyen ve turizmcilerin pek fazla ilgilenmediği bilgi boşluğu olan alanlara çok sayıda eser kazandırır. Kitaplarının (sadece bir tanesi Tütübay tarafından) neredeyse tamamı Gazi Kitabevi tarafından yayımlanır. Bu arada Ertuğrul Çetiner, kitaplarını tek yazarlı olarak hazırlar, ortak çalışmalara pek ilgi göstermez. Ancak vefatından sonra 2011 yılında basılan son çalışmasının üç yazarlı hazırlandığı görülür. Kitap yazmanın yanısıra, okuma ve arşivleme konusunda da özenli olan Çetiner, son derece titiz ve düzenli bir kişisel kütüphaneye sahiptir. Vefatından sonra kişisel kütüphanesinin önemli bir kısmı ailesi tarafından Atılım Üniversitesi Kadriye Zaim Kütüphanesi'ne bağışlanır.

Alana sunduğu kitapları yanında, dönemin dergilerinde 14 makalesi yayımlanır. Makaleleri, turizm işletmeciliği alanında o zamana kadar ele alınmayan işçilik giderleri, stok kontrolü, mali analiz teknikleri ve maliyet sistemleri konusundadır. Muhasebe alanındaki bu yöndeki katkıyı, 1982 ile 2005 yılları arasında hazırladığı yaklaşık 24 adet yurtiçi ve yurtdışı tebliğlerinde de görmek mümkündür. Bu süreçte ayrıca, farklı kurumlarda altı seminer ve çok sayıda bilgilendirme toplantılarına katılır. Yüksek Lisans döneminden vefatına kadar geçen sürede yaptığı çalışmalarına bakarak kendisinin, turizm işletmeciliği alanına özellikle, muhasebe

konusunda iz bırakan, önemli bir katkıda bulunduğu söylenebilir.

Akademik katkılar anlatılırken elbette yetiştirilen akademisyenler ve üretilen tezlerden de söz etmek gerekir. Ertuğrul Çetiner, turizm işletmeciliğinde boşluklara yanıt verecek nitelikteki tezler kazandırmanın yanında, günümüzde birçoğu Doçent ve Profesör olan akademisyenler de yetiştirir. Bu kapsamındaki incelemeler sırasında, 1994 ve 2009 yılları arasında Turizm ve Otel İşletmeciliği alanında yönettiği toplam 27 tez çalışmasına ulaşılır. Bazı tezlerin kalite, personel eğitimi, yönetsel davranış ve turist tatmini konularında olmasına karşın, genelde muhasebe, maliyet yöntemleri, maliyet kontrolü, kar planlaması ve bütçeleme üzerinedir. Çetiner ile lisansüstü çalışmalarda bulunmuş akademisyenlerden bazıları; *Hamide Özyürek, Aysın Paşamehmetoğlu, Alper Duran, Serkan Bertan, Ahmet Özdal Değirmencioğlu, Cafer Topaloğlu, Meryem Akoğlan Kozak, Burhan Kılıç, İrfan Yazıcıoğlu, Mehmet Arslan, Ali Yaylı, Dilek Sevin, Burhan Şener*. Bu yazıyı hazırlamam sırasında Çetiner'in oğlu Tamer Çetiner yanında, tez öğrencilerinin ve meslektaşlarının da görüşlerine başvurdum. Bunlardan bazılarını aşağıda paylaşmak istiyorum:

Kendisi hem bölüm başkanım, hem doktora danışmanım, hem de bir ağabey olarak gönlümüzde taht kurmuş bir insandı. Örnek davranışları, motive edici kişiliği, hep pozitif, güler yüzlü, ancak derslerinde son derece ciddi bir bilim insanı idi. Yokluğunu hepimiz hissediyoruz. (A. Özdal Değirmencioğlu)

Ankara-Doğantepe İlçesi'nde öğretmenlik yaptığım sıralarda, Yüksek Lisans tez danışmanım olarak kendisiyle görüşmeye gittiğimde, Konaklama İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi dersiyle ilgili ders öncesi hazırlık yapmaktaydı. Uzun yıllar bu derse girmesine karşın her ders öncesi hazırlık yaparak daha farklı neler anlatabileceğini düşünen bir insandı. Bu durum, öğretmenliğimin ilk yıllarında benim için oldukça önemliydi. Sonraki yıllarda, Carolina Üniversitesi'ne Doktora sonrası araştırma ve inceleme için gittiğimde, Roosevelt Üniversitesi ziyaretimde bir personelin Ertuğrul Çetiner'i tanıyıp tanımadığını sorduğunda şaşkınlığımı gizleyemedim. (Sertan Bertan)

Ertuğrul Çetiner, öncelikle eşimin sınıf arkadaşı, benim meslektaşım, sonrasında kızıma muhasebe dersini veren öğretim üyesidir. İyi bir eğitici, sınıf arkadaşı, meslektaş, eş, bahçıvan ve iyi bir babaydı. Onu anlatmaya kelimeler yetmez. Ailesine çok düşküncü, bir keresinde kendisine vermiş olduğum sarmaşık beyaz gülü görmek için gittiğimde, oğluna bisiklete binmeyi öğretirken karşılaştım. Oğlu bisikleti kullanmaya çalışırken

düşmesin diye çocuğunun peşinden koştuğunu gördüm. O gün saatlerce bahçe ve çiçek hakkında sohbet ettik. Her yıl bahçeyi beller, çimini değiştirdi. Ertuğrul Çetiner, kurallara çok bağlıydı. Bir defasında şahit olduğum şu sözleri söylediğini hatırlıyorum: "Daha arabada 90 km hızı geçmiş değilim" ama aramızdan hızlıca ayrıldı. (Mustafa Balaban)

Yaptığım görüşmeler sırasında çocukları ve eşi tarafından bana iletilen bir konuyu da burada paylaşmak istiyorum. Birçok kişinin akademi ile tanışmasına neden olan Çetiner, kendi çocuklarının akademisyen olmasını, 'zorlu kariyer süreci ve fazla özveri isteyen bir meslek olması' nedeniyle istemez. Onların farklı alanlarda çalışmalarını tavsiye eder. Bugün her iki oğlu da, Ankara'da farklı kamu kurumlarında görev yapmaktadır.

BİLİNMEYEN YÖNLERİ

Vefatından sonra, oğlu Tamer Çetiner ile yaptığım görüşme sırasında Çetiner'in bazı yeteneklerini de öğrendim. Şöyle ki, önemli bir havacılık merkezi olan Eskişehir-İnönü'de yaşamış olması nedeniyle havacılık ile de ilgileniyordu. Ayrıca olağanüstü bir elektronik kafaya sahiptir. Dolayısıyla, uzun yıllar önce havacılığa ilgi duymaya başlar. Nihayet 1968 yılında Türk Hava Kurumu'ndan *Planör Pilotluğu C Brövesi* olarak, bu konudaki ilgisini bir başarı öyküsüne dönüştürür. Bu bağlamda, birçok yarışma ve gösteriye katılır; 1969 yılında Almanya'da düzenlenen bir şampiyonada madalya alır. Pilotluk konusundaki başarılarına yer veren gazeteler Çetiner'in arşivindedir.

Çetiner, lise yıllarında müzikle uğraşır; Türk halk müziği ve Caz orkestraları kurar. Bu orkestralarda ses ve saz sanatçılığı yapar. Orkestralarda bağlama, org, akordeon, keman ve trompet çalar. Çetiner'in yakınları halen O'nu bir keman ustası olarak ifade eder. Hatta gençlik yıllarında üniversite eğitimini müzik alanında yapmak ister ve Müzik Öğretmenliği Bölümü'nü ikinci olarak kazanır. Ancak babasının "çalgıcı mı olacaksın!" diye karşı çıkması üzerine müzik bölümünden vazgeçerek, Ticaret ve Turizm Öğretmenliği Bölümü'ne kayıt yaptırmak zorunda kalır. Müzik ile amatörce uğraşmaktan hiçbir zaman vazgeçmez, her zaman elinin altında çalacağı bir enstrüman bulundurur, besteler yapar ve bunları kayıt altına alır. Özellikle, Türk halk müziğini çalıp söylemeyi çok seven Çetiner'in arşivinde kendi sesinden doldurduğu bant kayıtları da yer alır. Bir dönem Özay Gönülüm ile de, Türk halk müziği konusunda ortak çalışmalarda bulunur.

Çetiner'in kayıt ve arşivleme konusundaki titizliğini bu çalışmayı hazırladığım sırada bir kez daha gördüm ve takdirle andım. Kendisi ile ilgili bütün konuları özenli bir şekilde dosyaladığını söyleyebilirim. Öyle ki, Yüksek Lisans için gittiği Amerika Birleşik Devletleri'nden İnönü'deki ailesine telefon ile ulaşmayı başardığı ilk denemeyi (o zamanın ülke şartlarında uluslararası iletişim çok zordu), beş farklı santral aktarımını, beklemleri ve babası ile yaptığı konuşmayı da kayıt altına alarak arşivine koyar.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kısaca birkaç sayfaya sığdırmaya çalıştığım Ertuğrul Çetiner ile ilgili olarak anlatılacakların aslında bu kadarla sınırlı olmayacağını düşünüyorum. Ancak bu çalışkan ve üretken akademisyenin tüm akademik serüveninin bu çalışmaya sığdırılması da mümkün görülmemektedir. Uzun bir akademik yaşamı bu kısacık anlatıya sığdırmaya çalışırken, Çetiner ile ilgili doğru bilgiyi birinci elden sunmanın yanısıra, bu yazıyı okuyan, O'nunla çalışmış, öğrencisi olmuş ya da herhangi bir akademik platformda O'nu tanıma fırsatı bulmuş olan kişileri tekrar tebessüm ettirmeyi ve Çetiner'i bir kez daha özlem ile anmalarını amaçladım.

Nitekim bu tür yazıların amacı, hızla akıp giden bu yaşamda kısa bir süre ara vererek soluk alınması, geçmişin penceresini aralayarak bir farkındalık yaratılması ve yaşama bir değere katılmasıdır. "Bize katkı verenler kimlerdir, turizm alanına bizden önce kimler emek verdi, neler yaptılar, biz bayrağı nereden aldık nereye taşıdık?" gibi birçok soruya, bu tür etnografik araştırmalar sonucunda yanıt verilmeye çalışılır. Bu nedenle, profil anlatılarının da bilimsel alana önemli bir katkıda bulunduğunu düşünüyorum ve bu tür çalışmaların önemsenmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu konuyu ilk kez turizm yazınında başlatmayı başaran, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin tüm ekibine ve bu yazının hazırlanmasında bana destek veren meslektaşlarıma teşekkürlerimi sunarken "Ruhun şad olsun, mekanın cennet olsun Sevgili Hocam" diyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Çetiner, E. (2002). *Konaklama İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E. (2000). *Üretimde Maliyeti*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E. (2000). *İşletmelerde Mali Analiz*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2006). *Genel Muhasebe, Teori ve Uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Seyahat İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Maliyet Muhasebesi, Teori ve Uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Ticari ve Mali Matematik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2009). *Otel İşletmeleri Muhasebesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E. (2009). *Otel İşletmeleri Yönetim Muhasebesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E., Söyler, H. B., Çolak, İ. (2011). *Devlet Muhasebesi, Teori, Bütçeleme İşlemleri ve Muhasebe Kayıtları*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Prof. Dr. Meryem Akoğlan KOZAK, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Yerleşkesi, Eskişehir:

E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

Hasan Fikri Bilgin: Bir Turizm Aşığı

Kemal BİRDİR

Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

1980'li yıllarda çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile turizmin ülke ekonomisinde önemli sektörlerinden birisi haline gelmesi, yeni binlerce otel işletmesinin önünün açılması ve 2014 yılında dünyanın en çok turist çeken altıncı ülkesi olarak 35 milyon dolayında ziyaretçinin ağırlanması, uzun ve önemli bir öyküyü içinde barındırmaktadır. Bu öykü içerisinde tam olarak 1979 yılında, Çukurova Üniversitesi'ne bağlı olarak Mersin'de faaliyetine başlayan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (günümüzdeki ismiyle Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi), en zengin, en farklı ve belki de en renkli olarak yerini almaktadır. Hasan Fikri Bilgin, bu öykünün yazılmasında büyük bir rol oynamış ve unutulmaz katkılar sağlamış en değerli hocalardan birisidir. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun işletme alanı kökenli tek öğretim elemanı olması ve eğitim süreçlerine turizm ve otel yönetimi kavramlarını etkin bir biçimde sokabilmesi, H. Fikri Bilgin'i Yüksekokulun en değerli öğretim elemanlarından biri konumuna getirmiştir. Bilgin, aynı zamanda bir turizm aşığıdır. Daha 1980'li yılların başında turizm sektörünün kalkınma ve istihdam alanlarına etkisini, ödemeler dengesi ve döviz sorunlarına katkısını ve önemi kavramış ve etkin bir biçimde öğretir. Eğitimde titiz, öğretme ve öğrenci aşığı Bilgin'in portresini yazma şansına sahip olduğumdan dolayı mutlu olduğumu ve bu çalışmayla kendisine hak ettiği saygı ve öğrencilerinin içten teşekkürünü sunduğumuzu umuyorum.

AKADEMİK YAŞAMI

Tarsus doğumlu olan H. Fikri Bilgin (1933), Tarsus Amerikan Koleji'nden mezun olur (1948). Askerliğini yedek subay olarak 1953-54 yılları arasında Kore'de yapar ve 1985 Sayılı Yasa ile 'Gazi' unvanını alır. Michigan Üniversitesi'nden aldığı İngilizce için Yeterlilik Belgesi'nin ardından (1955), Gazi Eğitim Enstitüsü'nde (1957) sınavını vererek 'pekiyi' derece ile İngilizce Öğretmenliği Yeterlilik Belgesi alır. Aynı yıl, Ankara Üniversitesi'ne İngilizce Okutmanı olarak tayin edilir ve 1960 yılına kadar bu göreve devam eder. Yabancı dil derslerini gece saatlerinde verme şansını bulabildiği için, aynı zamanda Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin (ODTÜ) İdari İlimler Fakültesi'ne öğrenci olarak girer (1957). O dönemde uygulanmakta olan yoğunlaştırılmış ders programı nedeniyle, 4 yılda 11 sömestre ve biri Hollanda'da olmak üzere, iki yaz stajı tamamlayarak, 1960-61 eğitim-öğretim yılında ODTÜ'den B.S. (Lisans) ve M.S. (Yüksek Lisans) derecelerini alarak mezun olur.

Ankara Üniversitesi Hacettepe Bilimsel Araştırma Enstitüsü'ne Teknik Uzman olarak tayin edilir ve Enstitü'nün Dış Siparişler Servis Şefi ve İngilizce Öğretmeni olur (1960). Bu görevi sırasında, Türkiye Üniversiteleri Tıp Fakülteleri tarafından organize edilen uluslararası bir kongre ve sempozyumun (2. Doğu Akdeniz Çocuk Sağlığı Kongresi ve Öğretimi Sempozyumu) İdari Müdürü olarak görev yapar. 1961 yılındaki bir sınavı başarıyla vererek, Devlet bursu ile Ankara Üniversitesi'nden katıldığı Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nden, 1962 yılında 'diploma' alır. Son-

Çetiner, E. (2000). *İşletmelerde Mali Analiz*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2006). *Genel Muhasebe, Teori ve Uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Seyahat İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Maliyet Muhasebesi, Teori ve Uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2007). *Ticari ve Mali Matematik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
Çetiner, E. (2009). *Otel İşletmeleri Muhasebesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E. (2009). *Otel İşletmeleri Yönetim Muhasebesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Çetiner, E., Söyler, H. B., Çolak, İ. (2011). *Devlet Muhasebesi, Teori, Bütçeleme İşlemleri ve Muhasebe Kayıtları*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Prof. Dr. Meryem Akoğlan KOZAK, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Yerleşkesi, Eskişehir:

E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

Hasan Fikri Bilgin: Bir Turizm Aşığı

Kemal BİRDİR

Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

1980'li yıllarda çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile turizmin ülke ekonomisinde önemli sektörlerinden birisi haline gelmesi, yeni binlerce otel işletmesinin önünün açılması ve 2014 yılında dünyanın en çok turist çeken altıncı ülkesi olarak 35 milyon dolayında ziyaretçinin ağırlanması, uzun ve önemli bir öyküyü içinde barındırmaktadır. Bu öykü içerisinde tam olarak 1979 yılında, Çukurova Üniversitesi'ne bağlı olarak Mersin'de faaliyetine başlayan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (günümüzdeki ismiyle Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi), en zengin, en farklı ve belki de en renkli olarak yerini almaktadır. Hasan Fikri Bilgin, bu öykünün yazılmasında büyük bir rol oynamış ve unutulmaz katkılar sağlamış en değerli hocalardan birisidir. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun işletme alanı kökenli tek öğretim elemanı olması ve eğitim süreçlerine turizm ve otel yönetimi kavramlarını etkin bir biçimde sokabilmesi, H. Fikri Bilgin'i Yüksekokulun en değerli öğretim elemanlarından biri konumuna getirmiştir. Bilgin, aynı zamanda bir turizm aşığıdır. Daha 1980'li yılların başında turizm sektörünün kalkınma ve istihdam alanlarına etkisini, ödemeler dengesi ve döviz sorunlarına katkısını ve önemi kavramış ve etkin bir biçimde öğretir. Eğitimde titiz, öğretme ve öğrenci aşığı Bilgin'in portresini yazma şansına sahip olduğumdan dolayı mutlu olduğumu ve bu çalışmayla kendisine hak ettiği saygı ve öğrencilerinin içten teşekkürünü sunduğumuzu umuyorum.

AKADEMİK YAŞAMI

Tarsus doğumlu olan H. Fikri Bilgin (1933), Tarsus Amerikan Koleji'nden mezun olur (1948). Askerliğini yedek subay olarak 1953-54 yılları arasında Kore'de yapar ve 1985 Sayılı Yasa ile 'Gazi' unvanını alır. Michigan Üniversitesi'nden aldığı İngilizce için Yeterlilik Belgesi'nin ardından (1955), Gazi Eğitim Enstitüsü'nde (1957) sınavını vererek 'pekiyi' derece ile İngilizce Öğretmenliği Yeterlilik Belgesi alır. Aynı yıl, Ankara Üniversitesi'ne İngilizce Okutmanı olarak tayin edilir ve 1960 yılına kadar bu göreve devam eder. Yabancı dil derslerini gece saatlerinde verme şansını bulabildiği için, aynı zamanda Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin (ODTÜ) İdari İlimler Fakültesi'ne öğrenci olarak girer (1957). O dönemde uygulanmakta olan yoğunlaştırılmış ders programı nedeniyle, 4 yılda 11 sömestre ve biri Hollanda'da olmak üzere, iki yaz stajı tamamlayarak, 1960-61 eğitim-öğretim yılında ODTÜ'den B.S. (Lisans) ve M.S. (Yüksek Lisans) derecelerini alarak mezun olur.

Ankara Üniversitesi Hacettepe Bilimsel Araştırma Enstitüsü'ne Teknik Uzman olarak tayin edilir ve Enstitü'nün Dış Siparişler Servis Şefi ve İngilizce Öğretmeni olur (1960). Bu görevi sırasında, Türkiye Üniversiteleri Tıp Fakülteleri tarafından organize edilen uluslararası bir kongre ve sempozyumun (2. Doğu Akdeniz Çocuk Sağlığı Kongresi ve Öğretimi Sempozyumu) İdari Müdürü olarak görev yapar. 1961 yılındaki bir sınavı başarıyla vererek, Devlet bursu ile Ankara Üniversitesi'nden katıldığı Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nden, 1962 yılında 'diploma' alır. Son-

rasında, birincilikle kazandığı Fulbright bursu ile Doktora çalışmaları yapmak üzere Amerika Birleşik Devletleri Arizona Üniversitesi'ne gider (1963). Bu üniversitede bir yıldan biraz fazla süren başarılı bir çalışma yapar ve New York'ta Columbia Üniversitesi Lisansüstü İşletmecilik Fakültesi'nde Doktora çalışmalarına devam eder. Columbia Üniversitesi'nde Ford Vakfı Bursu ile ve Araştırma Asistanlığı yolu ile çalışmalarını sürdürür. Beraber çalıştığı Profesörlerin araştırma programlarına katıldığı gibi, sınavların verilmesi ve yanıtların değerlendirilmesi ve ders programlarının hazırlanmasına yardım edilmesi gibi görevler üstlenir.

Columbia Üniversitesi'nde doktora sahası olarak işletme ekonomisi ve uluslararası işletmecilik konularını seçer ve işletmeciliğin temel kurumları ile muhasebe (yönetim muhasebesi) dallarında Doktora sertifikası alır. Bilgin, 1967-68 yıllarında Türkiye'ye dönerek gerek kendi tezi ve gerekse asistanı olarak görev yaptığı Prof.Dr. Sidney Robbins'in, Harvard Üniversitesi ile ortak olarak yürüttüğü *Çokuluslu Şirketlerde Para* konulu araştırmaya destek verir. Türkiye'de yaptığı çalışmalar için gerekli olan fon, Columbia Üniversitesi tarafından sağlanır. Sidney Robbins ile iki yıldan daha uzun bir süre çalışır. Robins'in, Robert B. Stobaugh ile beraber yazdığı *Çokuluslu Şirketlerde Para* isimli eserinde, kitabın yazılmasında H. Fikri Bilgin'den alınmış materyal için birkaç yerde referans verildiği görülmektedir. Yine Columbia'da Profesör Charles F. Stewart ile enerji seminerinin yürütülmesinde görev alır. Ve nihayet, Columbia Üniversitesi'nin Üst Düzey Yöneticiler İçin İşletmecilik Programı'na Müdür Yardımcısı olarak atanır ve bir süre bu görevi başarı ile yürütür.

Amerika Birleşik Devletleri'ne dönüşte Harvard-Columbia ortak projesinin Türkiye ile ilgili kısmını 8 ayda tamamlayarak altı bölümlük bir metin halinde teslim eder. Ancak kendi tezi için topladığı bilgi ve veriler yetersiz kalınca çalışmasını tamamlayamadığı için Doktora derecesi alamaz. Yeni bir tez araştırmasına girmeğe mali gücü yetmediği için, daha uygun bir zamanda geri dönmek üzere, Doktora çalışmalarına kendi isteğiyle ara verir (1971). Üniversite'den ayrıldıktan sonra, staj kategorisi altında, varlıklarının tutarı 20 milyar doları geçen 'Investors' Diversified Services' adlı yatırım firmasında 'Zone Manager (Bölge yöneticisi)' ve daha sonra da 'East-West Trading Company of New York'

isimli firmada Pazar Koordinatörü olarak görev yapar.

Amerika Birleşik Devletleri'nde Doktora sınıfını tamamladıktan kısa bir süre sonra ölen kardeşi nedeniyle, Doktora programını tamamlama fırsatını bulamadan Türkiye'ye dönmek zorunda kalır. Dönüşünde, Ankara İktisadi ve İdari İlimler Akademisi Muğla İşletmecilik Yüksekokulu'nda görev ister ve burada Öğretim Görevlisi sıfatıyla işletme finansmanı ve üretim yönetimi derslerini verir (1977-1983).Verdiği dersler ötesinde, çalıştığı kurumun birçok faaliyetinde gönüllü görevler alır. Muğla Eğitim Vakfı'nın yazmanı olarak, Yüksekokul ile müşterek yürütülen İngilizce kurslarını yönetir.

Bilgin, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne bağlı Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'na dışarıdan ücretli olarak derse girer (1983) ve sonrasında kadrolu Öğretim Görevlisi olarak buradaki yeni görevine başlar (1984). İşletme alanında öğrenim görmüş olması ve sahip olduğu MBA (Master's of Business Administration) derecesi kendisine, işletmecilik ile ilgili birçok dersi vermesini sağlar. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndaki görevi süresince verdiği bazı dersler arasında, Turizm Giriş, İşletme, Konaklama İşletmeleri Yönetimi, Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü, Turizm Pazarlaması, Turizm Politikası ve Planlaması, Finansal Yönetim ve Turistik Yatırım Projelerinin Analizi gelir.

Aynı zamanda bir Kore gazisi olan Bilgin, 1992 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde inşa edilen Kore savaş anıtı temel atma töreninde Muharip Gaziler Derneği tarafından Türkiye'yi temsil etmek üzere seçilir ve törenlere katılır. Milli Prodüktivite Merkezi tarafından düzenlenen Turizm İşletmelerinde Verimlilik başlıklı proje yarışmasında Mansiyon Ödülü kazanır (1980). Bilgin,Mersin Sanayici ve İşadamları Derneği (MESİAD) Şeref Üyeliği'ne seçilir ve Turizm Danışmanı olarak görev yapar (1996). Aynı yıl turizm çalışmaları ve Mersin'e katkılarından dolayı MESİAD tarafından törenle plaket sunulur.

KATKILARI

Yukarıda özetlenen kısımda da görüleceği gibi, H. Fikri Bilgin'in akademik yaşantısının büyük bir kısmını eğitim çalışmaları oluşturmaktadır. Öte

yandan, çeşitli dönemlerde ara verdiği Doktora çalışmalarını tamamlamak için uğraş verdiği de bilinmektedir. Bu kapsamda, 1980'li yılların ortalarında Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne "tez" aşamasında kabul edildiğini, Prof. Dr. Hasan Olalı ile çalıştığını ve bu konuda en son 1992 yılında (59 yaşında iken) tekrar bir girişimde bulunduğunu yine Yüksekokul Müdürlüğü'ne yazdığı bir dilekçeden anlıyoruz. Bilgin, her ne kadar Doktora derecesini bitirme şansını bulamamış olsa da, bütün arkadaşlarının ve öğrencilerinin gözünde önemli bir öğretim elemanı olarak her zaman yerini alır. Dr. Şule Çetin, Fikri Bilgin'i "bilgisini esirgemeyen, öngörüsü yüksek, çok sevecen ve dost canlısı" olarak tanımlar. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun uzun yıllar yöneticiliğini yürütmüş olan Prof. Dr. Halil Yılmaz'a göre ise, "çok çalışkan, turizmi çok seven, öğrencisiyle ilgili, içten, çok dürüst, herkeşe eşit, öğrencilerine saygılı, çok meraklı ve araştıran, bir öğretim elemanında bulunması gereken tüm önemli özellikleri üzerinde toplayan" birisidir. Prof. Dr. Bahar Taner, kendisinin "girişimci" yönünü vurgular. Gerçekten de uğraşlarına göz atıldığında, özellikle Mersin bölgesi ve ülke genelinde turizm sektörünün gelişmesi için, emekli olduğu 20 Eylül 2000 tarihine kadar, çaba gösterdiği görülmektedir.

Mersin'de 14-16 Nisan 1986 yılında düzenlenen Turistik Kaynakların Korunması, Çoğaltılması ve geliştirilmesi Sempozyumu'nun hazırlanmasında önemli bir görevi üstlenir ve sempozyum dönemin önemli akademik turizm çalışmalarından biri olarak kayda geçer. Bilgin, 16. Mersin Kültür ve Sanat Şenlikleri kapsamında düzenlenen "İçel ve Turizm" konulu panele konuşmacı olarak katılır, panelde İçel'in turizmde en büyük avantajının yaylalar olduğunu belirterek bölgede yapılacak safari turlarıyla yöre turizmine yeni boyutlar kazandırmanın mümkün olacağını vurgular (Kozak, 1990). Dosyasında yer alan ancak yayım tarihi ve kaynağı belli olmayan "İç Turizm ve Yaylalarımız" başlıklı makalesinde, Türk turizminin gelecekte karşılaşabileceği en önemli sorunun "iç turizmimizin gelişmemesinden kaynaklanacağı" yönündeki tespiti ve gelişen iç turizmin "halkımızın yükselmesi, yücemesi, kendi içinde kaynaşması yolunda oynayabileceği büyük roller" olduğunu ileri sürmesi ilgi çekici tespitler olarak değerlendirilebilir. Bu bağ-

lamda sunduğu yayla turizmi, kendisi tarafından "yumuşak turizm" kavramı ile tanımlanır ve ayrıntılarını sunduğu istimlak modeliyle yaylalarda iç turizmi canlandıracak yatırımların yapılabileceğini tartışmaya açar.

Öte yandan, Mersin Sanayici ve İşadamları Derneği'nin yayın organı olan Gözlem isimli dergide yer alan birkaç köşe yazısında, ağırlıklı olarak Türkiye ve Mersin'de turizm sektörünün geliştirilmesi konusunu işlediğini görülür. Örneğin, "Rekresyon Merkezleri Üzerine Bir Öneri" başlıklı yazısına "bu yazımla bundan 13 sene evvel yapmış olduğum öneriyi yeniden gözden geçirmek ve günümüzün ihtiyaçları açısından ele almak istiyorum. İnaniyorum ki, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne girmek üzere aday olduğu bu günlerde, iç turizmin öğretilmesine ve mekan ihtiyaçlarına cevap verecek 'rekresyon merkezleri'nin önemi daha iyi anlaşılacaktır" şeklinde başlamaktadır. Bu yazısında, Mart 1987 döneminde Aydın'da düzenlenen I. Turizm Sempozyumu'nda, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinin her birinde büyük çaplı rekreasyon merkezlerinin kurulmasını önerdiği görülmektedir. Bu alanların, kıyı kesimlerinden uzakta, orman ve benzeri doğal alanların içinde olmayan ama onlara da yakın, ucuz konaklama tesisleri ve zengin rekreatif faaliyetler içeren özellikler taşıması gerektiğinin altını çizer. Çünkü Bilgin'e (2000) göre, "turizm ve rekreasyon, insanın kendisine gösterdiği özenin, varlığına duyduğu saygının, başkaları ile dostluk ve barış içinde haşır-neşir olma isteğinin bir ifadesidir."

Bilgin, aynı derginin bir başka sayısında (Haziran-Temmuz 2000) yazdığı makale "Bir Geliştirme Stratejisi: İçel Örneği" adını taşıırken, turizm sektörünün Mersin'de gelişme süreci ve ekonomiye olası katkılarını tartışmaktadır. Son olarak aynı derginin Aralık 2000- Ocak 2001 tarihli sayısında "Türk Turizminin İlginç Gerçekleri" isimli makalesi görülür. Bu makalede de, Türkiye'deki altyapı yetersizliğine vurgu yaparak ulaştırma sistemlerinin geliştirilmesinin, hedeflenen turist sayılarına ulaşmak için ne denli önemli olduğuna dikkat çekmektedir.

Bilgin'in özellikle Mersin'e ve gerçekleşmesi durumunda hem tüm bölgeye (Adana, Antakya dahil) hem de Türkiye'ye kazandırmaya çalıştığı en önemli çalışması, o dönemde Mersin'de yayın yapan Pota Dergisi'nde Nisan 1992 tarihli yazısıyla gündeme taşıdığı ve ömrü boyunca var olması için mücadele

ettiği dönemin Seyhan–Kazanlı (bugünkü ismiyle Tarsus-Kazanlı) turizm projesidir. Projenin ilk kez sunulduğu Turizm Bakanı Bahattin Yücel’in, yaşama geçirilmesi durumunda 50 bin yatak ve 100 bin istihdam hedefleriyle desteklediği proje 1996 yılında Mersin Sanayici İşadamları Derneği tarafından çok güçlü bir biçimde gündeme taşınır, tahsisler yapılır, ancak değişik nedenlerden dolayı proje yarım kalır.

Fikri Bilgin’in, Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nun 25. kuruluş kutlamaları kapsamında davet edilen Vural Öger’e, Tarsus-Kazanlı projesini ve hedeflerini heyecanla anlatması halen gözümüzün önündedir. “Turizm bölgesi” olarak planlanan Tarsus-Kazanlı bölgesinin uluslararası yatırımcılar için çekici bir alan haline getirilmesi için denizde kazıklar üzerine yükselen bir eğlence parkını siyasilere kabul ettirmek için ilginç bir yöntem bulur ve bu eğlence parkının dönemin iktidar partisinin amblemi olan petek şeklinde tasarlanmasını önerir.

Bilgin, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nun 1988 ve 1990 yıllarında düzenlemiş olduğu çeşitli sempozyumlara katılır. 21-23 Kasım 1991 tarihleri arasında yine Kuşadası’nda düzenlenen II. Ulusal Turizm Kongresi’ne bu kez “Türk Turizmine Yeni ve Çok Etkin Bir Kaynak: Kültür Sergileme Ocakları” isimli bildirisi ile katılır. Bu bildiri aynı zamanda kendisinin bir diğer önemli hedefi olan “Türk Kültürköyü” projesinin bir anlatımıdır. Dosyasında bulunan 31 Ekim 1996 tarihli dilekçesinde “İçel’de bir ‘Kültürköy Projesi’ başlatmak, bunun için de bir vakıf kurmak istiyorum. Kuruluş mal varlığını (dört milyarlık menkul ve gayrimenkul) bizzat taahhüt ettiğim bu vakıf, amaçlarına ulaştığında, hem büyük bir turistik çekicilik oluşturacak hem de Türk kültürünün en verimli bir tanıtıcısı olacaktır diye düşünüyorum” şeklindeki bir açıklaması yer alır. Kongrede sunduğu bildiride de, “güneş-deniz-kum gibi yanlış bir çerçeve içine sokulan Türk turizminin rekabet imkanları daraltılmıştır” demekte, kültürköy ve benzeri projelerin tarihi ve kültürel zenginliği olan

Türkiye’nin turizm sektörünü güçlendirici çekicilikler olacağını vurgulamaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

2007 yılında yaşama veda eden Hasan Fikri Bilgin, Türkiye’de çalışmalarda bulunan turizm akademisyenleri arasında belki de en ilginç ve en yaratıcı akademisyenlerden birisidir. Yukarıda özetlemeye çalışılan yaşamı ve kariyerinin, kendi dönemi açısından incelenmesinde yarar görülmektedir. Turizm sektörünün emekleme dönemlerinde, turizm okullarında okutulan kitapların (özellikle İngilizce olanlar) TUGEV Kütüphanesi’nden izin alınarak fotokopi yoluyla temin edildiği dönemlerde, öğrencilerine hem Türkiye hem de Dünyada yaşanan turizm gelişmelerini aktarmayı başarabilen, sürekli yenilik ve yeni projeler peşinde koşan bu “Bilgin”in genç nesillere örnek olmasını diliyorum. Daha 1980’li yıllarda rekreasyon kavramının önemini anlayan ve öğreten, rekreasyon merkezleri, kültürköy, yayla turizmi ve benzeri projeler ile hem turizmi geliştiren ve zenginleştiren hem de turizmi halka ulaştıracak ve halk ile bütünleştirecek öneriler sunan bu ileri görüşlü insanın anısı önünde saygıyla eğiliyorum.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Bilgin, F. H. (1991). Türk Turizmine Yeni ve Çok Etkin Bir Kaynak: Kültür Sergileme Odakları. II. Ulusal Turizm Kongresi, 21-23 Kasım, Kuşadası.

Bilgin, F. H. (2000). Rekreasyon Merkezleri Üzerine Bir Öneri, *MESİAD Gözlem*, 5: 31-32.

Bilgin, F. H. (2000). Bir Geliştirme Stratejisi: İçel Örneği, *MESİAD Gözlem*, 8: 14-15.

Bilgin, F. (2001). Türk Turizminin İlginç Gerçekleri, *MESİAD Gözlem*, 10: 25-26.

KAYNAKÇA

Kozak, M. (1990). Mersin’de İçel ve Turizm Konulu Panel, *Anatolia: Aylık Turizm ve Kültür-Sanat Dergisi*, 1(8-9).

Prof.Dr. Kemal Birdir, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi. E-posta: kemalbirdir@mersin.edu.tr

Turizm Eğitiminde Öncü Bir İsim: *Orhan Mesut Sezgin*

Duygu YETGİN

Anadolu Üniversitesi
Turizm Fakültesi

GİRİŞ

“Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi” kapsamında yaptığım ilk görüşmemi daha dün gibi hatırlıyorum. Gazi Üniversitesi Ticaret Turizm Eğitim Fakültesi mezunu olduğum için bu kurumun tarihini yazma görevini de ben üstlenmişim. Bu süreçte Gazi Üniversitesi’ne bağlı Ticaret Öğretmen Okulu mezunlarına, yöneticilerine, öğretim elemanlarına, kısacası orayı en iyi şekilde anlatabilecek kaynak kişilere ulaşmam gerekiyordu. Prof. Dr. Nazmi Kozak ile ilk aklımıza gelen kişi, bu okulun ilk mezunlarından olan Orhan Mesut Sezgin idi. Sezgin’e ulaşmak hiç de zor olmamıştı. Telefonla aradığımda kısacık görüşmemizde bile bana verdiği bilgiden kendisinin doğru kaynak kişi olacağını sezmişim. Bursa’da yaşıyordu ve 20 Haziran 2013 gününde görüşmek üzere randevulaştık. Belirtilen gün ve saatte Sezgin’in evindeydim. Eşi ile birlikte beni çok içten karşıladılar. Proje kapsamında gerçekleştireceğim ilk görüşmemdi ve haliyle biraz heyecanlıydım. Görüşme öncesi yaptığımız sohbetin ardından görüntü ve ses kaydı almak üzere hazırlıklarımı tamamladım. Ardı ardına sorduğum sorulara aldığım yanıtlar, Sezgin’in bilgi birikimi ile birlikte konuya hakim oluşunu da gösteriyordu. Bu konuda kendimi çok şanslı hissetmişim. Doğru kişi ile güzel bir başlangıç yapmışım. Öyle ki, bu yazıyı yazmam istendiğinde hiç zorlanmadım; çünkü “Türkiye Turizmi Sözlü Tarih Projesi” kapsamında yapılan görüşmelerde, turizm eğitime katkılarından dolayı Sezgin’den sıkça bahsedilmişti. Bu yazıda çevresi tarafından oldukça sevilen ve saygı duyulan Orhan Mesut Sezgin’in özgeçmişi, turizm eğitime katkıları ve kendisinin anılarında yer eden kişilerden bahsetmeye çalışacağım.

ÖZGEÇMİŞİ

Orhan Mesut Sezgin, Sinop ilimizde doğar (1935). Babası maliye memuru; annesi ise, ev kadınıdır. İki kız kardeşi olan Sezgin; çok mutlu, huzurlu ve sevgi dolu bir ailede büyür. İlkokulu Sinop Cumhuriyet İlkokulu’nda tamamlar. Sinop Ortaokulu’nu ise, birincilikle bitirir. Erzurum Erkek Öğretmen Okulu’nu ‘parasız yatılı’ olarak kazanır, üç

yıl süren öğrenimi sonunda buradan da birincilikle mezun olur. Öğretmen Okulu’nu birincilikle bitirmesi, O’na istediği yere Öğretmen olarak tayin edilme hakkı sunar ve bu hakkını memleketi olan Sinop’tan yana kullanır. Sinop Merkez Avdan Köyü’ne Öğretmen olarak atanır (1951), üç yıl süre ile bu köyde ve civar köylerde öğretmenlik yapar. O dönemin koşullarında Öğretmen Okulu mezunlarına üniversiteye girme hakkı verilmez. Oysa Sezgin, yükseköğrenime devam etme ister; bu nedenle, Kastamonu Lisesi’ni dışarıdan bitirmek zorunda kalır. Daha sonra Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi’ni kazanarak kaydını yaptırır; ancak maddi durumunun elverişli olmaması nedeniyle Hukuk Fakültesi’ne devam edemez. Yükseköğrenim görmesi için şehir değiştirmek ve dolayısıyla öğretmenlikten vazgeçmek zorundadır. Başka çareler arayışında iken, Ankara’da 16 Ocak 1956 tarihinde “Sekreterlik Öğretmeni Yetiştirme Merkezi” ve aynı yıl “Ticaret Öğretmen Okulu” adı altında öğretim süresi üç yıl olarak Ankara Olgunlaşma Enstitüsü’nde öğretime başlayan bu okulu burslu olarak kazanır. Alacağı burs, Öğretmen maaşından biraz daha fazladır ve bu O’nun hem öğrenim görmesi hem de geçimini sağlaması için yeterlidir. Başarısını bu okulda da sürdürür ve bu okulun ilk mezunlarından olur. Sezgin, bu dönemden şöyle bahseder:

Ticaret Öğretmen Okulu, 1956 yılında kuruldu. O zaman Türkiye’de kısa adı AID olan Amerikan Yardım Teşkilatı bulunmaktaydı. Teşkilatın Türkiye’deki başkanı, İtalyan asıllı Prof. Dr. Anthony Lanza isminde bir Amerikalıydı.

Amerika’daki New York Üniversitesi profesörlerinden olan Anthony Lanza, Türkiye’de ticaret öğretimini başlatmak, özellikle ticaret liselerinde daktilo, stenografi, Türk klavyesi üzerine daktilo öğretimi vermek, ayrıca Türkiye’de sekreterlik mesleğini okul haline getirmek amacıyla 1955–1968 yılları arasında Türkiye’de görev yapar. Anthony Lanza, Sezgin’in yükseköğrenim sürecinde en fazla etkisinde kaldığı kişidir. Lanza’dan bahsederken kullandığı ifadelerden de bu durum anlaşılmaktadır:

Üniversite eğitiminde bana en çok etki eden, beni en çok duygulandıran, hatta rehber olarak gördüğüm okulu-

mun kuruluşunda bulunan Prof.Dr. Anthony Lanza'dır. Ölene kadar kendisiyle mektuplaştık, temasımızı kaybetmedik ve Anthony Lanza da aynı zamanda benim öğretmenlik yaşantımda öğretmenlik yeteneğiyle en çok saygı duyduğum, rol model aldığım rehber öğretmenimdi.

Orhan Mesut Sezgin, Ticaret Öğretmen Okulu'nu bitirdikten sonra, Malatya Ticaret Lisesi'ne müdür yardımcısı olarak atanır (1960). Bundan sonraki dönemde akademik yaşamının ilk adımlarını atmaya başlar.

TURİZM EĞİTİMİNE KATKILARI

Orhan Mesut Sezgin, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Muhasebe Anabilim Dalı'nda asistanlığa hak kazanır ve orada çalışmaya başlar (1961). Bu arada bir yandan da Ankara Otelcilik Okulu'nun kuruluş çalışmalarında bulunur. Kürsü profesörü akademiden ayrılınca, O da Ankara Otelcilik Okulu'na Öğretmen olarak atanır (1963). Ankara Otelcilik Okulu ilk defa 1961-1962 öğretim yılında, Milli Eğitim Bakanlığı Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak bir yıllık Otel Teşkilatı ve Eğitimi ile ilgili bilgi vermek üzere açılır. Okul Türkiye'de ilk açılan orta dereceli turizm okuludur. 1963-1964 öğretim yılında üç yıllık öğretime geçer ve okul 1964-1965 öğretim yılından itibaren kız öğrencilerini de bünyesine kabul eder. Bekir Yalçınkaya'ya ait olan internet bloğunda K. Ünsal Barış; Ankara Otelcilik Lisesi'nde muhasebe ve resepsiyon derslerinin öğretmeni olan Sezgin'den ve bu okulda ders kitaplarında yaşadıkları sıkıntılardan şöyle bahseder:

İtalya'da staj görmüş olan Orhan Mesut Sezgin'den, muhasebe ve resepsiyon derslerini alıyorduk. O dönemdeki en büyük sıkıntımız ise, mesleki konularda kitap sıkıntısının olması idi. Mesleki derslerimizin hiç birinin yazılmış kitabı yoktu. O yıllarda bize eğitim veren Orhan Hoca gibi uzman öğretmenler boş vakitlerinde ders konularını daktilo ile yazar, teksir cihazlarında çoğaltır, bize dağıtırlardı.

Hüsnü Gümüş, yapılan görüşmede Sezgin'in turizm eğitimine katkılarını ve birçok okulun kuruluş çalışmalarında yer almasını şu şekilde dile getirir:

1963, Türkiye'de turizm eğitiminin yeni başladığı yıllardı. Orhan Mesut Sezgin, turizm ile ilgilenen hocamızdı. Kendisi, Türkiye'de ilk olan turizm eğitimini Ankara'daki Turizm Otelcilik Okulu'nu kuranlardan, Sinop'tan da hemşehrimiz olan değerli bir bilim insanıdır. 1962-1963 yıllarında ortaokulu bitirdiğimiz zaman, Türkiye'de

turizm eğitimi de yeni başlıyordu ve gerçekten oraya seçkin öğrenciler alıyorlardı. Yani ortaokulların son sınıflarında başarılı olmuş öğrencileri davet ederek alıyorlardı. Sezgin, daha sonra da Nevşehir'de Turizm Fakültesi'nin kuruluşunda da görev almıştır.

Birçok okulun kuruluş aşamasında yer alan Sezgin, öğrenmeye ve öğretmeye çok açık bir kişiliğe sahiptir. Her fırsatta yeni şans kapılarını aralar ve 1964 yılında Avrupa Konseyi bursunu kazanarak bir yıl süreyle İtalya'ya otelcilik ve turizm konusunda ihtisas yapmaya gönderilir. Türkiye'ye döndükten sonra askerliğini yedek subay olarak iki yıl süreli yapar. 1970 yılında Türkiye'nin ilk özel Açıköğretim Turizm Okulu olan Motelo, İstanbul-Beyazıt semtinde açılır. Sezgin, bu okulun açılışında da görev alır. Motelo, İsviçre Otelciler Birliği ile yaptığı anlaşma ile her yıl İsviçre'ye 25 stajyer öğrencisini gönderir. Bu okul, uzaktan otelcilik ve turizm eğitimi veren Türkiye'nin turizm alanındaki ilk açıköğretim okuludur. Bu okul ile İsviçre Otelciler Birliği arasında bir antlaşma imzalanarak her yıl 25 öğrenciye İsviçre'de staj yapma olanağı tanınır. Üç yılın sonunda Sezgin sayesinde, 75 öğrenci İsviçre'ye gönderilir.

Modern Otel Yönetimi (1970) adlı kitabı basılır ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın 29.03.1971 tarihli ve 1731 sayılı kararıyla Otelcilik Okulu Öğrencilerine Tebliğler Dergisi'nde tavsiye edilen ve okul kitaplıkları için satın alınabilecek nitelikte görülen kitaplar listesine girer. Otel Muhasebesi başlıklı kitabı ise, Milli Eğitim Bakanlığı'nın 12.06.1974 tarih ve 05851 sayılı kararıyla otelcilik okulları için yardımcı ders kitabı olarak tavsiye edilir.

Daha sonra, Turizm Bankası Eğitim Müdürlüğü'ne atanır. İstanbul'da görev yaptıktan sonra 1972 yılında Banka'nın Genel Merkezi İstanbul'dan Ankara'ya taşındığından kendisi de Ankara'ya nakil olur. 1979-1982 yılları arasında Turizm Bankası Genel Müdürlüğü'nde işletme uzmanı ve Eğitim ve Araştırma Dairesi Başkanı olarak görev yapar. Bu görevleri yürütürken 1971-1978 yılları arasında Cumhuriyet Gazetesi'nde çok okunan bir turizm yazarı olur.

1984 yılında Erciyes Üniversitesi'ne bağlı Nevşehir Otelcilik ve Turizm Yüksekokulu'na Kurucu Müdür olarak atanır ve böylece çok sevdiği üniversite ortamına tekrar döner. O dönemi kendisi de akademisyen olan Prof. Dr. Salih Kuşluyan:

1980'li yılların ortasından, bir bakıma Türkiye'de turizmin daha yeni yeni gelişmeye başladığı dönemlerden bahsediyorum. Uygulamayı bilen öğretim elemanı sayısı çok azdı. Bu açıdan Turizm Bakanlığı'ndan bize derse gelen Orhan Mesut Sezgin vardı. Uygulamayı bilen tek öğretim elemanı olarak kendisinden çok yararlandık

şeklinde bahseder. Sezgin, Nevşehir'de yaptığı görev dönemde kütüphane ve kafeterya yaptırdı. Görev sürecinde unutamadığı bu anları şöyle anlatır:

Nevşehir'de çalıştığım süre içerisinde, bir kütüphane yaptırdım. Altta giriş kısmında öğrencilerin oturacakları, çay, kahve, limonata, gazoz içecekleri bir kafeterya yaptırdım. Sınıflar yetmediği bazı günlerde, orayı da sınav salonu olarak kullandık ve orada öğrencilerime meslek dersleri verdim.

Sonrasında, 1985–1989 yılları arasında Erciyes Üniversitesi'ne bağlı Nevşehir Otelcilik ve Turizm Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışır. Bu arada, İstanbul Üniversitesi'nden turizm alanında "Türk Turizminin Gelişme İhtiyacı Açısından Teşvik Tedbirlerinin Önemi" başlıklı teziyle Doktora derecesi alır (1988). Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi'ne öğretim görevlisi olarak tayin olduktan sonra Yardımcı Doçent unvanını alır (1990). Dünya Bankası Avrupa Konseyi Endüstriyel Eğitim Projesi kapsamında bir yıl süreyle araştırmalar yapmak üzere İngiltere–Manchester şehrine gönderilir (1992). Burada "Kuzey–Batı İngiltere'deki Turizm Eğitim Kurumlarının İncelenmesi" konulu bir araştırma raporu hazırlar. Bu rapor daha sonra Manchester College tarafından çoğaltılarak İngiltere'nin ilgili makamlarına gönderilir. 1990–2002 yılları arasında Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi'nde öğretim üyeliği görevini başarıyla yürütür.

Bu sırada, *Kıyı Alanları ve Denizlerimizde Turizm Güvenliği Yönetimi ve Eğitimi* (Bülent Yanaşık, 2001), *Animasyon Aktivitelerinde Kullanılabilecek Türk Folkloru Öğelerinin Turist Tatmini Üzerine Etkileri – Antalya Örneği* (Fatma Acar, 1999), *Turizm Sektöründe Sertifikasyonun Yeri ve Önemi* (Taşkın Fırat ince, 1998), *Anadolu Otelcilik Ve Turizm Meslek Liselerinde Servis Bölümü Eğitiminin Sorunları ve Çözüm Önerileri* (Özcan Şimşek, 1998), *Anadolu Selçukluları Han ve Kervansaraylarının Turizme Kazandırılması Amacıyla Değerlendirilmesi* (Coşkun Çankaya, 1995) gibi Yüksek Lisans tezlerine danışmanlık yapar. Mesleki ve Teknik Öğretim Dergisi başta olmak üzere çeşitli dergilerde 171 adet makale yazar. Gazi Üniversite-

si Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Turizm Eğitimi Bölümü'nde Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı Başkanı olarak görev yaparken, yaş haddinden emekli olur (2002).

TANIYANLAR ANLATIYOR...

Orhan Mesut Sezgin çevresindeki çalışma arkadaşlarına ve öğrencilerine örnek olduğu gibi, torunu Yasemin Toros Kurtoğlu için de bir rol model olur. Her konuda kendisine dedesini örnek aldığını söyleyen Yasemin Toros Kurtoğlu sözlerine şöyle devam eder:

Dedemin yaşamıyla ilgili öncelikle söylenmesi gereken, bütün yaşantısını öğrenmeye ve öğretmeye adanmış olmasıdır. Dedem emekliye ayrıldığında, ben daha 13 yaşındaydım ve o günden beri bir gün dahi dedemin evde boş oturduğunu görmedim. Kendisine her zaman okuyacak yeni bir kitap, öğrenecek yeni bir bilgi bulur. En boş kaldığı zamanlarda bile açıp sayfa sayfa ansiklopedi okur. Dedemin bu çalışkanlığı, bu azmi bana da hep örnek olmuştur. Okumayı olduğu kadar anlatmayı da çok sever. Her şeyi tane tane anlatır ve bize de konuşurken hep tane tane konuşmamızı öğütler. Aynı zamanda çok düzenli ve planlıdır. Her gününü bir önceki günden planlar ve ertesi gün ona uygun hareket eder. Bugün dahi her akşam 'yarınki planımız ne' diye sorması klasikleşmiştir artık. Böylece hiçbir işini geciktirmez, geciktirilmesini de sevmez. Ben de henüz akademik yaşantımın başında bir araştırma görevlisi olarak dedemin yürüdüğü yolu her zaman kendime örnek aldım ve almaya da devam ediyorum. Dedem gibi yaşadığı zorluklara hiçbir zaman yenilmeyen, azimli ve başarılı bir örnek insanın torunu olmaktan dolayı da gurur duyuyorum.

Orhan Mesut Sezgin'in turizm sektörüyle ilişkileri de kuvvetlidir. Salih Kuşluvan öğrencilik yıllarında Orhan Mesut Sezgin'in desteğini hiç unutamadığını şöyle anlatır:

Üç aylık bir mecburi staj dönemi söz konusuydu ve staja gitmemiz teşvik ediliyordu. Orhan Mesut Sezgin, otel yöneticileriyle görüşerek bizi çeşitli otellere yönlendiriyordu. Ben de Orhan Hoca'nın vasıtasıyla İzmir Turban Çeşme Oteli'ne stajyer olarak iki yıl gittim ve orada da sektöre ve uygulamaya dair çok şey öğrendim.

Mustafa Örs'ün anlatılarında ise, Sezgin'in öğrencilerine ve işine olan sevgisi şöyle yer bulur:

Orhan Mesut Sezgin, Ankara'dan haftada bir ya da iki gün de olsa gelirdi. Onun yaşam tecrübesi, sektör ve pratik tecrübesi vardı, müthiş bir insandı. Nasıl seviyordu öğrencileri, bilemezsiniz! O, sevgiyi ve birliği beraberliği aşıyordu öğrencilerine. Zor şartlarda konakladığı bu okula, severek gelir giderdi.

Sezgin'in bilinmeyen bir yönü daha vardır. Kendisi müziğe aşık birisidir. Aynı zamanda çok güzel ud ve tambur çalar, şarkı söyler. Enis Erdem Ece, O'nun neşeli bir kişiliği olduğundan ve müzik sevgisinden bahseder. İbrahim Yolageldi de onun neşeli bir kişiliğe sahip olduğunu destekler nitelikte şöyle konuşur:

Orhan Sezgin ile okulda beraber kalırdık, o zaman bizim mekân okuldu. Hem okulu beklerdik hem de orada kalırdık. Ankara'dan gelip giden Orhan Hoca, uydı. Akşamları video salonuna girer 'Gesi Bağları'nı söyledik.

Gazi Üniversitesi'nde öğretim üyesi olan Yalçın Arslantürk, yine aynı üniversitede Yüksek Lisans yaparken sık sık görüştüğü Sezgin'den içtenlikle şöyle bahseder:

Birçok kişinin aksine Orhan Mesut Sezgin ile tanışıklığım çok eskiye değil; Yüksek Lisans yapmaya başladığım 1999 yılına dayanır. Emekli olduğu tarihe kadar belki de en çok görüştüğüm hocaların başında gelmektedir. Görüntü itibarıyla 'tonton dede' imajını kendisine çok yakıştırdım. Bu sıfat sadece görüntü olarak geçerli değil, aynı zamanda karakter olarak da kesinlikle atlanılması gereken bir sıfattır. Şöyle ki, kimseyi geri çevirmezdi. Onunla konuştuğunuz zaman yılların tecrübesiyle konuştuğunuzu hissedersiniz.

Gözlüklerini hafifçe indirip baş biraz eğik biçimde sallamak suretiyle 'yaaa yaa' deyişi hep aklıma gelir. Meşhur semaverini unutmamak lazım. Sonradan daha eski mezunlardan öğrendiğim üzere, muhtemelen Gazi Üniversitesi'ndeki odasına gelip meşhur semaverinden çay içmeyen yoktur. Emekli olduktan sonra en son kendisiyle, Beşevler'deki eski fakülte yanından araçla geçerken gördüm ve araçtan inip hatrını sordum. İkimiz de çok duygulanmıştık. Ayaküstü biraz konuştuk. Hocaların hocası, üzerimde çok emeği var. Kattığı her şey için ona çok teşekkür ederim.

Orhan Mesut Sezgin, onu tanıyanların anılarında saygıdeğer, sevgi dolu, başarılı ve yardımsever olarak yer eder. Sözlü tarih görüşmeleri ve yazılı metinler; Sezgin'in özel bir insan olduğunu açıkça ortaya koymuştur.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Orhan Mesut Sezgin, ilk öğrencilik yıllarından bu yana hep başarılı kişiliği ile ön plana çıkmış, bu yeteneğini de çeşitli ilklere imza atarak değerlendirmiş bir kişidir. Daha çocuk yaşta iken aldığı birincilik dereceleri, O'nun ileride yapacaklarının adeta

bir işareti olur. Akademik yaşamına dönem dönem ara vermiş olsa da asla kopamaz, her fırsatta kendini akademik ortamın içinde bulur. Bu dönüşler belki de, turizm eğitim camiasının kayda değer şanslarıdır. Önemli turizm eğitim kurumlarının kuruluşlarında görev alarak, turizm eğitimine önemli katkılar sağlar. 2002 yılında yaş haddinden emekli olana kadar aktif bir biçimde eğitim yaşamını sürdürür. Kapadokya Dedeman Otel'i'nde düzenlenen Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi kapsamında Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi tarafından kendisine Nevşehir Turizm Eğitimi'ne Hizmet Ödülü verilir (2010). Yapılan sözlü tarih görüşmeleri de, Sezgin'in anılarda her zaman sevgi ve saygı ile kalacağını kanıtlar niteliktedir.

SEÇİLMİŞ ESERLERİ

Sezgin O. M. (1970). *Modern Otel Yönetimi Organizasyon, Resepsiyon, Kat Hizmetleri, Muhasebe*. İstanbul: Çavaş Matbaası.

Sezgin O. M. (1976). *Konaklama Muhasebesi*. Ankara: Güneş Matbaacılık.

Sezgin O. M. (1995). *Genel Turizm, Turistik Kavramlar, Ekonomi, Pazarlama, Turizm Mevzuatı*. Ankara: Tutubay Yayınları.

Sezgin O. M. (2000). *Konaklama İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi (Uygulamalı ve Açıklamalı)*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Sezgin O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı (Turistik Kavramlar Ekonomi-Pazarlama)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

KAYNAKÇA

Kurtoğlu, Y. T., 21.04.2015 tarihli yazılı ileti

Arslantürk, Y., 15.04.2015 tarihli yazılı ileti.

Kuşluyan, S. 13.09.2013 tarihli görüşme.

Örs, M. 27.08.2013 tarihli görüşme.

Yolageldi, İ., 23.08.2013 tarihli görüşme.

Ece, E. E. 01.08.13 tarihli görüşme.

Sezgin, O. M. 24.07.2013 tarihli görüşme.

Sezgin, O. M. 20.06.2013 tarihli görüşme.

Gümüş, H. 02.05.2013 tarihli görüşme.

İNTERNET KAYNAKÇASI

Türkiye Turizminin geçmiş Günleri (2013).<http://www.turizm-haberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=2250>, Erişim Tarihi: 15.04.2015.

Ankara Otelcilik Okulu Tarihi (2010). <http://bekiryalcinkaya.tr.gg/Ankara-Otelcilik-Okulu-Tarih%E7esi-.htm>, Erişim Tarihi: 17.04.2015.

Öğr.Gör. Duygu YETGİN, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Yunus Emre Yerleşkesi, Tepebaşı- Eskişehir. E-posta: dyetgin@anadolu.edu.tr



KONFERANS NOTLARI

Editör: Osman GÜLDEMİR
E-posta: osmanguldemir@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 26, Sayı 1, Bahar: 168 - 174, 2015.
Copyright © 2015 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2015)

Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı Ardından

Emrah YILDIZ

*Adnan Menderes Üniversitesi
Didim Meslek Yüksekokulu*

“Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı” 26-27 Şubat 2015 tarihlerinde, yedincisi düzenlenen *Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı* dizisi kapsamında Antalya’da gerçekleştirildi. “Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*’nin ve Türkiye Aşçılar Federasyonu’nun (TAFED) koordinatörlüğünde düzenlendi. Konferansın gerçekleştiği yerleşim alanında “22. Uluslararası Gıda İhtisas Fuarı” ve “4. Uluslararası İçecek İhtisas Fuarı”nın da aynı tarihlerde düzenlenmesi, gastronomiyi oluşturan unsurların bir kısmını iç içe var eden bir ortam sağladı. Toplantıya, konuyla ilgili Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinin öğretim elemanları, aşçılık mesleğini icra edenler, gastronomi alanında araştırmaları ve yayınları bulunanların da dahil olduğu, kamu ve özel sektörden temsilciler katılmıştır. TAFED sponsorluğunda şehir dışından gelen katılımcıların konaklaması, 25-28 Şubat tarihleri arasında The Marmara Antalya Hotel’de yarım pansiyon (Bed & Breakfast) olarak sağlandı. Ayrıca otelden arama konferansının yapıldığı fuar alanına sabah ve akşam saatlerinde servis sağlandı. Öğlen yemekleri ise çoğunlukla Türk Mutfağı konsepti düşünülerek hazırlanan Ezogelin Çorbası, Humus, Hünkâr Beğendi gibi mini porsiyonlu ve çok çeşnekli yiyecekler sunularak açık büfe şeklinde gerçekleşti.

26 Şubat 2015 günü saat 09:30 da gerçekleşen konferansın açılış konuşmasında Prof. Dr. Nazmi KOZAK bu konferans ile gastronomi eğitiminin amaçları, sorunları, eksiklikleri ile ilgili etkin bir bilgi havuzu ortaya çıkacağını belirtmiştir. Arama konferansının amacı ile ilgili öz bilgi paylaşıldıktan sonra, Dr. İrfan MISIRLI’nın moderatörlüğünde “Sistem, İş, Süreç, Meslek, Analiz” (SİSMA) metodu ile çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

SİSMA metoduna göre yapılan ortak akıl arama çalışmasında, gastronomi eğitimi ile alakalı beyin fırtınası yapılarak temel konular, ana sorun alan-

ları, alt sorunlar ve sorun analizleri belirlenmiştir. Gastronomi eğitimi ile ilgili temel konular ve ana sorunlar belirlendikten sonra çalışma komisyonları oluşturulmuştur. Çalışma komisyonları müfredat, sektör, gastronominin algılanması, bütçe ve akademik kadro ile ilgili sorunlar olmak üzere beş temel başlık altında toplanmıştır. Konferansın ilk gününün sonlarına doğru her bir komisyon grubunun sorun analizlerini yaparak çözüm önerileri getirmeleri istenmiştir. Konferansın ikinci gününde üretilen çözüm önerileri belirli bir formata dönüştürülerek komisyon grupları tarafından sunulmuştur. Çalışma komisyonları tarafından yapılan sunumlarda ilk olarak gastronomi okullarındaki müfredat lisans ve lisansüstü düzeyde incelenmiştir. Yapılan müfredat değerlendirmesinde gastronomi alanının ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasına ve öğrencilerin gastronomi alanında uzmanlaşmak istedikleri yöne göre seçmeli derslerin artırılması ve müfredatların planlanması gerekliliği üzerine durulmuştur. Sektör konusunda ise üniversite ve sektör işbirliği yapılarak gastronomi bölümlerine maddi destek olunması aynı zamanda staj sürelerinin uzatılması dile getirilmiştir. Gastronominin doğru algılanması özellikle gastronomi tanımının net olarak ifade edilmesiyle ve toplumu doğru bilgilendirmekle gerçekleşecek bir durum olarak anlatılmıştır. Gerek uygulamalı eğitim gerekse yurt içi ve yurt dışı gezi, fuar katılımlarında kaynak ve bütçe yaratmakta zorluk çeken birçok gastronomi bölümü için maddi planlamaların doğru ve gerçekçi yapılması gerekliliği vurgulanmıştır. Beslenme, gıda, turizm, tarih, antropoloji, arkeoloji, sanat gibi birçok disiplinden beslenen gastronominin bu alanda eğitim verecek akademik kadronun oluşturulması ile birlikte kendi alanlarını gastronomiye uyarlayacak çalışmalar yapması ve eğitimlerini bu yönde planlaması konusu gündeme gelmiştir.

Komisyon grupları tarafından sunulan çözüm önerileri doğrultusunda diğer katılımcılar tarafından

da geliştirilen fikirler toparlanarak sonuç bildirgesi halinde bütün katılımcılarla paylaşılmıştır ve kitap olarak basılıp dağıtılmıştır. TAFED başkanı Zeki AÇIKÖZ tarafından verilen katılım belgeleri ile arama konferansı sona erdirilmiştir.

Gönderilme tarihi

: 13 Mart 2015

Kabul

: 15 Mart 2015

Öğr. Gör. Emrah YILDIZ, Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu, 09270 Didim, Aydın.

E-posta: emrahyildiz@hotmail.com

Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu'nun Ardından...

Zeynep ASLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu 3-5 Nisan 2015 tarihinde Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Ankara Üniversitesi ve Adli Bilimciler Derneği iş birliği ile Türkiye'de ilk kez Nevşehir'de düzenledi. Turizm Fakültesi tarafından 'Turizm, Sağlık ve Hukuk Sempozyumu' adı altında gerçekleştirilen sempozyumda, turizm, sağlık ve hukuk alanında konusunda uzman akademisyenler bir araya geldi. Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu, sempozyum eş başkanı Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Zeynep Aslan'ın açılış konuşmasının ardından Adli Bilimciler Derneği Başkanı Prof. Dr. Hamit Hancı'nın "Ölüme Felsefi Bakış" adlı konuşması ve sonrasında piyano ve klarnet dinletisi ile başladı. Sempozyuma aralarında Nevşehir Belediye Başkanı Yardımcısı Yusuf Kaya, Avanos Belediyesi Başkanı İsmet İnce, Nevşehir Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Bayram Ekici, Türk ve Sanayici ve İş Adamları Vakfı Başkanı Veli Sarıtoprak, Kosova Anayasa Mahkemesi Üyesi Dr. Altay Suroy, Uluer Grup Yönetim Kurulu Üyesi Mahmut Sami Uluer, Kapadokya Dedeman Oteli Genel Müdürü Gündüz Yeşil, turizm, sağlık ve hukuk alanından temsilciler, basın temsilcileri, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi akademik ve idari personeli, öğrenciler ve davetliler katıldı. Her üç disiplini kesiştiren konu ve sorunların tartışıldığı sempozyum çok sayıda dinleyici tarafından ilgi ile izlendi.

Sempozyumun başlıca amacı; turizmin, disiplinlerarası özelliğini vurgulayarak özellikle, turizmin sağlık ve hukuk alanlarıyla olan ilişkisini ele almak ve bu yönde yapılacak çalışmalarını destekleyerek ilgili akademik çalışmalarını farklı disiplinlerden katılımcılarla paylaşmaktır. Ayrıca bilim insanları ile kamu kurumları ve özel sektör temsilcileri-

nin bir araya gelmesini sağlamak, bununla birlikte genç araştırmacıların alanlarında uzman bilim insanlarıyla tanışma ve fikirlerini tartışabilme olanağı sunmaktır.

Bu amaçlarda planlanan ve organize edilen sempozyumda toplam 19 sözel bildiri, 4 poster bildiri yer aldı. Turizm-Sağlık ve Hukuk ilişkisinin ele alındığı sempozyumda, "toplum tüketim yerleri için hijyen ve HACCP uygulamaları", "termal turizm işletmelerinde hizmet standartları", "dental turizm", "uluslararası turizm hukuku", "sivil toplum kuruluşları ve turizm", "konaklayanların getirdikleri eşyaların yol olması, zarara uğraması veya çalınmasından otel işletenin sorumluluğu", "turistlere yapılan ve turistlerin yaptığı cinsel dokunulmazlığa karşı suçlar", "Türk ve ceza hukukunda yabancılar hakkında soruşturma, kovuşturma ve infaz", "turizm ve ceza hukuku", "turizm bölgelerinde halk sağlığı ve hijyen", "nitelikli otellerin belgelendirilmesinde davranışsal kalite sorunları: karşılaştırmalı bir mevzuat incelemesi", "turizm işletmelerinde mobing sorunları: sorunun sağlık ve hukuk açısından incelenmesi", "turist psikolojisi", "turizm ve biyogüvenlik", "turizm bölgelerinde emniyet", "turizm antropolojisi", "destinasyon karşıtlığına neden olan hukuki suçlar üzerinde bir inceleme", "turizm, rekreasyon ve sağlık amacıyla Kapadokya Bölgesi'nde jeotermal enerji kaynaklarının kullanımı: Kozaklı termal kaplıcaları örneği" başlıklı bildiriler sunuldu.

Oturuşların ardından yapılan genel değerlendirme kısmında, konuşmacılar ve katılımcılar tarafından sempozyumun son derece başarılı ve yararlı bir disiplinlerarası sempozyum olduğu vurgulandı. Sempozyum, katılımcılara teşekkür ve katılım belgelerinin verilmesi ile son buldu. Sempozyumun sosyal programında Kırşehir Kaman Japon Bahçesi,

da geliştirilen fikirler toparlanarak sonuç bildirgesi halinde bütün katılımcılarla paylaşılmıştır ve kitap olarak basılıp dağıtılmıştır. TAFED başkanı Zeki AÇIKÖZ tarafından verilen katılım belgeleri ile arama konferansı sona erdirilmiştir.

Gönderilme tarihi

: 13 Mart 2015

Kabul

: 15 Mart 2015

Öğr. Gör. Emrah YILDIZ, Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu, 09270 Didim, Aydın.

E-posta: emrahyildiz@hotmail.com

Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu'nun Ardından...

Zeynep ASLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu 3-5 Nisan 2015 tarihinde Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Ankara Üniversitesi ve Adli Bilimciler Derneği iş birliği ile Türkiye'de ilk kez Nevşehir'de düzenledi. Turizm Fakültesi tarafından 'Turizm, Sağlık ve Hukuk Sempozyumu' adı altında gerçekleştirilen sempozyumda, turizm, sağlık ve hukuk alanında konusunda uzman akademisyenler bir araya geldi. Turizm-Sağlık ve Hukuk Sempozyumu, sempozyum eş başkanı Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Zeynep Aslan'ın açılış konuşmasının ardından Adli Bilimciler Derneği Başkanı Prof. Dr. Hamit Hancı'nın "Ölüme Felsefi Bakış" adlı konuşması ve sonrasında piyano ve klarnet dinletisi ile başladı. Sempozyuma aralarında Nevşehir Belediye Başkanı Yardımcısı Yusuf Kaya, Avanos Belediyesi Başkanı İsmet İnce, Nevşehir Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Bayram Ekici, Türk ve Sanayici ve İş Adamları Vakfı Başkanı Veli Sarıtoprak, Kosova Anayasa Mahkemesi Üyesi Dr. Altay Suroy, Uluer Grup Yönetim Kurulu Üyesi Mahmut Sami Uluer, Kapadokya Dedeman Oteli Genel Müdürü Gündüz Yeşil, turizm, sağlık ve hukuk alanından temsilciler, basın temsilcileri, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi akademik ve idari personeli, öğrenciler ve davetliler katıldı. Her üç disiplini kesiştiren konu ve sorunların tartışıldığı sempozyum çok sayıda dinleyici tarafından ilgi ile izlendi.

Sempozyumun başlıca amacı; turizmin, disiplinlerarası özelliğini vurgulayarak özellikle, turizmin sağlık ve hukuk alanlarıyla olan ilişkisini ele almak ve bu yönde yapılacak çalışmalarını destekleyerek ilgili akademik çalışmalarını farklı disiplinlerden katılımcılarla paylaşmaktır. Ayrıca bilim insanları ile kamu kurumları ve özel sektör temsilcileri-

nin bir araya gelmesini sağlamak, bununla birlikte genç araştırmacıların alanlarında uzman bilim insanlarıyla tanışma ve fikirlerini tartışabilme olanağı sunmaktır.

Bu amaçlarda planlanan ve organize edilen sempozyumda toplam 19 sözel bildiri, 4 poster bildiri yer aldı. Turizm-Sağlık ve Hukuk ilişkisinin ele alındığı sempozyumda, "toplum tüketim yerleri için hijyen ve HACCP uygulamaları", "termal turizm işletmelerinde hizmet standartları", "dental turizm", "uluslararası turizm hukuku", "sivil toplum kuruluşları ve turizm", "konaklayanların getirdikleri eşyaların yol olması, zarara uğraması veya çalınmasından otel işletenin sorumluluğu", "turistlere yapılan ve turistlerin yaptığı cinsel dokunulmazlığa karşı suçlar", "Türk ve ceza hukukunda yabancılar hakkında soruşturma, kovuşturma ve infaz", "turizm ve ceza hukuku", "turizm bölgelerinde halk sağlığı ve hijyen", "nitelikli otellerin belgelendirilmesinde davranışsal kalite sorunları: karşılaştırmalı bir mevzuat incelemesi", "turizm işletmelerinde mobing sorunları: sorunun sağlık ve hukuk açısından incelenmesi", "turist psikolojisi", "turizm ve biyogüvenlik", "turizm bölgelerinde emniyet", "turizm antropolojisi", "destinasyon karşıtlığına neden olan hukuki suçlar üzerinde bir inceleme", "turizm, rekreasyon ve sağlık amacıyla Kapadokya Bölgesi'nde jeotermal enerji kaynaklarının kullanımı: Kozaklı termal kaplıcaları örneği" başlıklı bildiriler sunuldu.

Oturuşların ardından yapılan genel değerlendirme kısmında, konuşmacılar ve katılımcılar tarafından sempozyumun son derece başarılı ve yararlı bir disiplinlerarası sempozyum olduğu vurgulandı. Sempozyum, katılımcılara teşekkür ve katılım belgelerinin verilmesi ile son buldu. Sempozyumun sosyal programında Kırşehir Kaman Japon Bahçesi,

Kırşehir Cacabey Medresesi ve Ahi Evran Külliyesi; Nevşehir Ürgüp, Avanos, Uçhisar, Ortahisar, Ebru Sanatı Atölyesi, Göreme Açık Hava Müzesi, Aksaray Eğri Minare, Somuncu Baba Külliyesi ve Tuz Gölü ziyaretleri gerçekleştirildi.

Gönderilme tarihi
Kabul

: 09 Nisan 2015
: 14 Nisan 2015

Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Merkez Kampüsü, Turizm Fakültesi, 50300, Nevşehir

E-posta: z.aslan.izmir@gmail.com

4. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nun Ardından...

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun ev sahipliğinde 4. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* Hatay'da 17 Nisan 2015 tarihinde üniversitenin Tayfur Sökmen Kampüsü'nde yer alan Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. Bu yılki sempozyumun ana teması, "Doğu Akdeniz Bölgesinde Gastronomi Turizmi" olarak belirlenmişti. Belirlenen tema ile başta Türk mutfağının ve onun ayrılmaz bir parçası olan Hatay mutfağının tanıtılması olmak üzere, bilgi ve deneyimlerin paylaşılması, kazanımların sağlanması, gastronomi turizmi potansiyelini ve sektörde mevcut ya da potansiyel sorunların değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu yıl dördüncüsü gerçekleştirilen sempozyumda 43 bildiri sunuldu.

Sempozyuma ev sahipliği yapan Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Cemil Kaya Gökçek açılış konuşması yaptı. Ardından davetli konuşmacı olarak Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Celil Çakıcı konuşma yaptı. Prof. Dr. Celil Çakıcı, Doğu Akdeniz Bölgesini oluşturan Mersin, Adana, Hatay, Osmaniye ve Kahramanmaraş illeri ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin de içinde bulunduğu bölgede, turizm ile ilgili konuların kamu ve özel sektör paydaşlarının katılımıyla tartışılması, turizm potansiyelinin kullanımının önündeki sorunlara ışık tutulması ve hemen her konuda güç ve işbirliği yollarının araştırılmasına zemin hazırlamak amacıyla, her yıl 15-22 Nisan tarihleri arasında kutlanan Turizm Haftası'nın cuma günlerine denk getirilen Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumunun 2011 yılından beri düzenlendiğini belirtti. Prof. Dr. Celil Çakıcı; bölgesel turizm potansiyelinin bilimsel veriler ve profesyonellerin uygulama sonuçları ışığında tartışılması, uygulanabilir öneriler geliştirilerek potansiyelin farkunda-

lığının artırılması ve harekete geçirilmesi, sorunların turizm akademisyenleri, ilgili kamu bürokratları ve sektör temsilcileri gözüyle irdelenmesi ve çözüm önerileri geliştirilmesi, Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nun en önemli hedefleri arasında olduğunu ifade ederek, Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün ismini taşıyan ve sempozyumda ev sahipliği yapan Mustafa Kemal Üniversitesi yetkililerine teşekkür etti. Sempozyumun diğer davetli konuşmacısı olan Cornelia Oteller Grubu İnsan Kaynakları Müdürü Gökhan Ataman ise konaklama işletmelerinde yiyecek- içecek departmanı hakkında bilgiler aktardı. Konuşmaların ardından sempozyuma sponsorluk yapan kişi ve kurumlara teşekkür plaketi takdim edilerek, kahve molasının ardından oturumlara geçilmiştir.

17 Nisan 2015 Cuma günü öğleden önce ve öğleden sonra oturum şeklinde üç ayrı salonda sempozyum bildirilerinin sunumuna geçildi. Sempozyumda öğleden önceki oturumlarda restoran kartvizitlerinin fiziksel ve iletişimsel sunumu, yiyecek- içecek mesleği, yabancı şeflerin Türk mutfağına ilişkin değerlendirmeleri, gastronomi tur rotaları, gastronomi turizmi, aşçılık kültürü, üniversitelerde gastronomi eğitimi, yiyecek- içecek işletmelerinde engellilere yönelik düzenlemeler, kalkınma planları perspektifinden turizm gelişiminin pazarlama yönlü değerlendirilmesi, Pamukkale destinasyonunda otellerde müşterilerin yiyecek- içecek memnuniyeti, üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ile güneydoğu mutfağından memnuniyet düzeyleri, tripadvisor.com'da yer alan müşteri şikayetlerinin analizi, kırsal turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi konulu bildiriler sunuldu. Üniversite yemekhanesinde yöreye özgü yemeklerden hazırlanan bir münüden oluşan öğle yemeğinin ardından kahve arası sonrasında öğleden son-

Kırşehir Cacabey Medresesi ve Ahi Evran Külliyesi; Nevşehir Ürgüp, Avanos, Uçhisar, Ortahisar, Ebru Sanatı Atölyesi, Göreme Açık Hava Müzesi, Aksaray Eğri Minare, Somuncu Baba Külliyesi ve Tuz Gölü ziyaretleri gerçekleştirildi.

Gönderilme tarihi
Kabul

: 09 Nisan 2015
: 14 Nisan 2015

Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Merkez Kampüsü, Turizm Fakültesi, 50300, Nevşehir

E-posta: z.aslan.izmir@gmail.com

4. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nun Ardından...

Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun ev sahipliğinde 4. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* Hatay'da 17 Nisan 2015 tarihinde üniversitenin Tayfur Sökmen Kampüsü'nde yer alan Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. Bu yılki sempozyumun ana teması, "Doğu Akdeniz Bölgesinde Gastronomi Turizmi" olarak belirlenmişti. Belirlenen tema ile başta Türk mutfağının ve onun ayrılmaz bir parçası olan Hatay mutfağının tanıtılması olmak üzere, bilgi ve deneyimlerin paylaşılması, kazanımların sağlanması, gastronomi turizmi potansiyelini ve sektörde mevcut ya da potansiyel sorunların değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu yıl dördüncüsü gerçekleştirilen sempozyumda 43 bildiri sunuldu.

Sempozyuma ev sahipliği yapan Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Cemil Kaya Gökçek açılış konuşması yaptı. Ardından davetli konuşmacı olarak Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Celil Çakıcı konuşma yaptı. Prof. Dr. Celil Çakıcı, Doğu Akdeniz Bölgesini oluşturan Mersin, Adana, Hatay, Osmaniye ve Kahramanmaraş illeri ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin de içinde bulunduğu bölgede, turizm ile ilgili konuların kamu ve özel sektör paydaşlarının katılımıyla tartışılması, turizm potansiyelinin kullanımının önündeki sorunlara ışık tutulması ve hemen her konuda güç ve işbirliği yollarının araştırılmasına zemin hazırlamak amacıyla, her yıl 15-22 Nisan tarihleri arasında kutlanan Turizm Haftası'nın cuma günlerine denk getirilen Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumunun 2011 yılından beri düzenlendiğini belirtti. Prof. Dr. Celil Çakıcı; bölgesel turizm potansiyelinin bilimsel veriler ve profesyonellerin uygulama sonuçları ışığında tartışılması, uygulanabilir öneriler geliştirilerek potansiyelin farkunda-

lığının artırılması ve harekete geçirilmesi, sorunların turizm akademisyenleri, ilgili kamu bürokratları ve sektör temsilcileri gözüyle irdelenmesi ve çözüm önerileri geliştirilmesi, Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu'nun en önemli hedefleri arasında olduğunu ifade ederek, Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün ismini taşıyan ve sempozyumda ev sahipliği yapan Mustafa Kemal Üniversitesi yetkililerine teşekkür etti. Sempozyumun diğer davetli konuşmacısı olan Cornelia Oteller Grubu İnsan Kaynakları Müdürü Gökhan Ataman ise konaklama işletmelerinde yiyecek- içecek departmanı hakkında bilgiler aktardı. Konuşmaların ardından sempozyuma sponsorluk yapan kişi ve kurumlara teşekkür plaketi takdim edilerek, kahve molasının ardından oturumlara geçilmiştir.

17 Nisan 2015 Cuma günü öğleden önce ve öğleden sonra oturum şeklinde üç ayrı salonda sempozyum bildirilerinin sunumuna geçildi. Sempozyumda öğleden önceki oturumlarda restoran kartvizitlerinin fiziksel ve iletişimsel sunumu, yiyecek- içecek mesleği, yabancı şeflerin Türk mutfağına ilişkin değerlendirmeleri, gastronomi tur rotaları, gastronomi turizmi, aşçılık kültürü, üniversitelerde gastronomi eğitimi, yiyecek- içecek işletmelerinde engellilere yönelik düzenlemeler, kalkınma planları perspektifinden turizm gelişiminin pazarlama yönlü değerlendirilmesi, Pamukkale destinasyonunda otellerde müşterilerin yiyecek- içecek memnuniyeti, üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ile güneydoğu mutfağından memnuniyet düzeyleri, tripadvisor.com'da yer alan müşteri şikayetlerinin analizi, kırsal turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi konulu bildiriler sunuldu. Üniversite yemekhanesinde yöreye özgü yemeklerden hazırlanan bir münüden oluşan öğle yemeğinin ardından kahve arası sonrasında öğleden son-

raki oturumlara geçilmiştir. Bu oturumda da yine üç ayrı salonda sunumlar gerçekleştirilmiştir. Alakart restoranlarda alkollü içecek fiyatlaması, gastronomik miras, Doğu Akdeniz mutfak kültürü, yerel yemeklerin turizm amaçlı kullanımı, Türkiye ve İspanya’da kongre turizmi (İngilizce), Akdeniz mutfak kültürü, niş pazarlamada Adıyaman örneği, Hatay yemekleri, zeytin ve zeytinyağı, üçüncü dalga kahve, gastronomi turizminde Adana sokak lezzetleri, çoban yemekleri, bölge halkının yöresel mutfak kültürü araştırması, Hatay’da kabak tatlısı, seyahat motivasyonunda yerel mutfağın rolü, keşkeğin bilinirliği, işgören avukatlığı ölçeğinin Türkiye’ye uyarlanması, sürdürülebilir gastronomi turizminde yeni bir alternatif: surf&turf, ziyaretçilerin yemek tercihleri, otellerin yiyecek-içecek bölümlerinin örgütlenmesi, yöresel yemeklerin önemi, Hatay mutfağının farkındalık düzeyi, başarılı bir girişimcilik örneği: ciğerci Apo, gastronomi turizminde yerel yönetimlerin önemi konulu bildirimler sunulmuştur. Sunumların tamamlanmasından sonra kapanış ve değerlendirme konuşması yapılmıştır.

Sunulan bildirimlerin tamamına yakınının sempozyum ana temasına uygun olarak gastronomi ve yiyecek-içecek konularında olduğu göze çarpmaktadır. Sempozyum, farklı üniversite ve kurumlardan gelen katılımcılara fikirlerini paylaşma ve tartışabilme olanağı sağlamıştır. Sempozyuma dair tüm duyurular katılımcılara 4. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu internet sitesi ve e-posta yolu ile iletilmiştir. Sempozyumda sunulan bildirimlerin özet kitapçığı ve sempozyum çantası (Hatay’a özgü nar ekşisi, tuzlu yoğurt ve tatlı biber salçası kavanozlarından oluşan) katılımcılara dağıtılmıştır. Sempozyumda katılımcılarda katılım ücreti alınmamış olup, katılımcıların büyük bir bölümünün konaklama yaptığı Mustafa Kemal Üniversitesi Misafirhanesi’nden sempozyumun gerçekleştirildiği Tayfur Sökmen Kampüsü Atatürk Konferans Salonu’na ulaşmaları da sağlanmıştır.

Sempozyumda katılımcılara katılım belgeleri de takdim edilmiştir. Sempozyumda sunulan bildirimlerin tam metinleri hakem değerlendirme süreci sonrasında “Journal of Tourism and Gastronomy Studies” dergisinde özel sayı olarak yayınlancaktır. Sempozyumda emeği geçen herkese bir kez daha teşekkür ederek, gelecek sempozyumda daha fazla katılımın olmasını diliyoruz.

Gönderilme tarihi

: 05 Mayıs 2015

Kabul

: 08 Mayıs 2015

Yrd. Doç. Dr. Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, 41080, Derbent, Kartepe, Kocaeli.

E-posta: hguclu@anadolu.edu.tr

9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (TOURMAN2014)

Sebahattin KARAMAN

Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Gençay SAAATÇI

Uludağ Üniversitesi
Harmancık Meslek Yüksekokulu

“9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) / 9. International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality Management”, 25 – 27 Eylül 2014 tarihleri arasında Balıkesir’in Burhaniye ilçesindeki, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Otelinde gerçekleştirildi. Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Polonya Bialy-

stok Finans ve Yönetim Üniversitesi (University of Finance and Management, Poland) arasında oluşturulan ve dokuz yıldır devam eden işbirliği çerçevesinde, bir yıl Polonya’da, bir sonraki yıl da Türkiye’de olmak üzere uluslararası bilimsel toplantılar düzenlenmektedir. Bu yıl, Türkiye’de düzenlenmiş olan kongre, iki üniversite arasındaki işbirliğin bir devamı olarak gerçekleştirilmiştir.

raki oturumlara geçilmiştir. Bu oturumda da yine üç ayrı salonda sunumlar gerçekleştirilmiştir. Alakart restoranlarda alkollü içecek fiyatlaması, gastronomik miras, Doğu Akdeniz mutfak kültürü, yerel yemeklerin turizm amaçlı kullanımı, Türkiye ve İspanya’da kongre turizmi (İngilizce), Akdeniz mutfak kültürü, niş pazarlamada Adıyaman örneği, Hatay yemekleri, zeytin ve zeytinyağı, üçüncü dalga kahve, gastronomi turizminde Adana sokak lezzetleri, çoban yemekleri, bölge halkının yöresel mutfak kültürü araştırması, Hatay’da kabak tatlısı, seyahat motivasyonunda yerel mutfağın rolü, keşkeğin bilinirliği, işgören avukatlığı ölçeğinin Türkiye’ye uyarlanması, sürdürülebilir gastronomi turizminde yeni bir alternatif: surf&turf, ziyaretçilerin yemek tercihleri, otellerin yiyecek-içecek bölümlerinin örgütlenmesi, yöresel yemeklerin önemi, Hatay mutfağının farkındalık düzeyi, başarılı bir girişimcilik örneği: ciğerci Apo, gastronomi turizminde yerel yönetimlerin önemi konulu bildirimler sunulmuştur. Sunumların tamamlanmasından sonra kapanış ve değerlendirme konuşması yapılmıştır.

Sunulan bildirimlerin tamamına yakınının sempozyum ana temasına uygun olarak gastronomi ve yiyecek-içecek konularında olduğu göze çarpmaktadır. Sempozyum, farklı üniversite ve kurumlardan gelen katılımcılara fikirlerini paylaşma ve tartışabilme olanağı sağlamıştır. Sempozyuma dair tüm duyurular katılımcılara 4. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu internet sitesi ve e-posta yolu ile iletilmiştir. Sempozyumda sunulan bildirimlerin özet kitapçığı ve sempozyum çantası (Hatay’a özgü nar ekşisi, tuzlu yoğurt ve tatlı biber salçası kavanozlarından oluşan) katılımcılara dağıtılmıştır. Sempozyumda katılımcılarda katılım ücreti alınmamış olup, katılımcıların büyük bir bölümünün konaklama yaptığı Mustafa Kemal Üniversitesi Misafirhanesi’nden sempozyumun gerçekleştirildiği Tayfur Sökmen Kampüsü Atatürk Konferans Salonu’na ulaşmaları da sağlanmıştır.

Sempozyumda katılımcılara katılım belgeleri de takdim edilmiştir. Sempozyumda sunulan bildirimlerin tam metinleri hakem değerlendirme süreci sonrasında “Journal of Tourism and Gastronomy Studies” dergisinde özel sayı olarak yayınlancaktır. Sempozyumda emeği geçen herkese bir kez daha teşekkür ederek, gelecek sempozyumda daha fazla katılımın olmasını diliyoruz.

Gönderilme tarihi

: 05 Mayıs 2015

Kabul

: 08 Mayıs 2015

Yrd. Doç. Dr. Hatice GÜÇLÜ NERGİZ, Kocaeli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, 41080, Derbent, Kartepe, Kocaeli.

E-posta: hguclu@anadolu.edu.tr

9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (TOURMAN2014)

Sebahattin KARAMAN

Balıkesir Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Gençay SAAATÇI

Uludağ Üniversitesi
Harmancık Meslek Yüksekokulu

“9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) / 9. International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality Management”, 25 – 27 Eylül 2014 tarihleri arasında Balıkesir’in Burhaniye ilçesindeki, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Otelinde gerçekleştirildi. Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Polonya Bialy-

stok Finans ve Yönetim Üniversitesi (University of Finance and Management, Poland) arasında oluşturulan ve dokuz yıldır devam eden işbirliği çerçevesinde, bir yıl Polonya’da, bir sonraki yıl da Türkiye’de olmak üzere uluslararası bilimsel toplantılar düzenlenmektedir. Bu yıl, Türkiye’de düzenlenmiş olan kongre, iki üniversite arasındaki işbirliğinin bir devamı olarak gerçekleştirilmiştir.

Kongrenin genel amacı; hem ulusal hem de uluslararası platformda, turizm işletmeciliğindeki yeni perspektiflerin tartışılması ve turizm sektöründe yer alan paydaşların bilinç düzeyinin artırılmasıdır. Bu kapsamda kongrenin amacına uygun olarak kongre bildiri konuları, “Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler” ana başlığı altında, “Turizm Pazarlamasında Yeni Perspektif ve Yaklaşımlar, Turizm Yönetiminde Yeni Perspektif ve Yaklaşımlar – Yönetim, Organizasyon ve Strateji, Turizm Sektöründe İKY’de Yeni Perspektif ve Yaklaşımlar, Turizm İşletmelerinde Güncel Muhasebe Uygulamaları, Turizm İşletmelerinde Güncel Finans Uygulamaları, Turizm İşletmelerinde Güncel Süreç Yönetimi, Hizmet Yönetimi ve Operasyon Yönetimi, Turizmde Güncel Ekonomik Sorunlar, Gelişmeler ve Trendler, Turizm İşletmeleri Yönetimi ve Yerel Yönetimler, Turizm İşletmelerinde Yeni Teknoloji Uygulamaları, Turizm İşletmelerinde İstihdam Politikaları, Turizmde Mali Konular ve Teşvik Mevzuatı, Turizm ve Uluslararası İlişkiler Etkileşimi ve İşletme Alanında Yeni Perspektif ve Yaklaşımlar” olarak sıralanmıştır.

Tüm oturumların Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde yapıldığı kongre, 25 Eylül 2014 Perşembe günü saat 10.30’da sırasıyla, Kongre Başkanı Prof. Dr. Erdoğan Koç, Burhaniye Belediye Başkanı Necdet Uysal, Burhaniye Kaymakamı Osman Yenidoğan, Balıkesir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahir Alkan ve Prof. Dr. Clayton W. Barrows’un yapmış oldukları açılış konuşmaları ile başlamıştır. “Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler” temalı kongrenin açılış konuşmasını yapan kongre başkanı Prof. Dr. Erdoğan Koç; ülkemizin önemli değerlerinden olan turizmin, dünyadaki payından bahsetmiştir. Turizmin ülkemiz için çok önemli bir sektör olduğunu vurgulayan Burhaniye Kaymakamı Osman Yenidoğan ise yaptığı konuşmada, kongrenin düzenlenmesinde emeği geçenlere teşekkür etmiştir. Ardından, Balıkesir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahir Alkan kongrenin, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde gerçekleşmesinden duyduğu memnuniyeti dile getirirken, turizmin, toplumun yaşam standartlarının yanı sıra seyahat ve ulaşımın da modernleşmesi ile dünyadaki ekonomik öneminin daha da yükseldiğini belirtmiştir. Kongrede ayrıca, ABD New Hampshire Üniversi-

tesi Turizm Fakültesi Dekanı olan ve konaklama endüstrisinin yeniden tasarlanması konusunda pek çok mesleki ve profesyonel kuruluşun danışmanlığını yürüten Prof. Dr. Clayton W. Barrows da “Turizm ve Konaklama İşletmelerinde Teknolojiye Dayalı Yenilikler” konulu bir konuşma yapmıştır. Kongrenin açılış töreni, Balıkesir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mahir Alkan’ın kongrenin düzenlenmesinde emeği geçenler ile kongreye destek olanlara plaket sunmasının ardından sona ermiştir.

Aynı gün, öğleden sonra eş zamanlı olarak, üç farklı salonda, üç ayrı oturum gerçekleştirilmiştir. Söz konusu oturumlarda, 83 yazara ait toplam 36 bildiri sunulmuştur. Kongrenin ikinci gününde ise yine üç farklı salonda, dört ayrı oturum gerçekleştirilerek; 88 yazara ait 44 bildiri sunulmuştur. Kongrede toplam, 40 üniversiteden yaklaşık 150 katılımcı yer almıştır. Kongre süresince toplam 20 oturumda, oturumları yönetenler; Adam Edward Szczepanowski, Prof. Dr. Mehmet Arslan, Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt, Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu, Prof. Dr. Hüseyin Kanıbir, Prof. Dr. Erdoğan Koç, Prof. Dr. Ivanka Nestoroska, Doç. Dr. Hasan Abdioglu, Doç. Dr. M. Emin Akkılıç, Doç. Dr. Sedat Azaklı, Doç. Dr. Mustafa Boz, Doç. Dr. M. Oğuzhan İlban, Doç. Dr. Suna Korkmaz, Doç. Dr. Sima Nart, Doç. Dr. Yaşar Sarı, Doç. Dr. Göknül Nur Sever, Yrd. Doç. Dr. Sabriye Çelik Uğuz, Yrd. Doç. Dr. Recep Kılıç, Yrd. Doç. Dr. Erkan Taşkiran ve Yrd. Doç. Dr. Ferhat Topbaş’tır. Bildiri sunumları tamamlandıktan sonra, oturum başkanları, bildiri sahipleri ve katılımcılar ile birlikte genel bir değerlendirme yapmışlardır. Kongre süresince sunulan toplam 80 bildirinin, 27 tanesi İngilizce, 53 tanesi ise Türkçe olarak hazırlanmıştır. Kongrede sunulan bildirilerin tamamı genişletilmiş özet şeklinde sunulmuş olup, çalışmaların tam metinleri, kongre esnasında geri bildirim alınarak görüş ve öneriler ile şekillendirilerek, en geç 13 Ekim 2014 tarihinde kongre düzenleme kuruluna iletilecektir. Tam metin bildirimler, kongre sonrasında elektronik ortamda hazırlanacak ve bildiri kitabı, kongrenin internet sayfasında çevrimiçi olarak yayımlanacaktır. Bu anlamda çalışmaların tam metinleri oluşturulurken farklı görüş ve bakış açılarından yararlanılacak olması, kongrenin verimli ve amacına ulaşmış bir şekilde gerçekleşmiş olduğunu ifade etmektedir.

Devamlı gelişim sürecinde yer alan bir bilim dalı olarak turizmin, farklı perspektifler ile alışagelmis

kalıplarının ötesine geçebilmesi için farklı bakış açılarına ihtiyacı vardır. 9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) Kongresi, bu anlamda turizmin gelişimine katkı sağlaması ve turizm akademisyenlerinin çalışmalarını desteklemesi açısından önemli bir katkıda bulunmuştur. Gelecek yıllarda düzenlenecek olan, Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Polonya Bialystok Finans ve Yönetim Üniversitesi (University of Finance and Management, Poland) arasında oluşturulan uluslararası bilimsel toplantıların da, en az 9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) kadar başarılı

ve verimli geçmesi dileğiyle, emeği geçen herkese teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Gönderilme tarihi : 01 Ekim 2014

Kabul : 12 Ekim 2014

Yrd. Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çağış Kampüsü, 10145, Balıkesir

E-posta: skaraman@balikesir.edu.tr

Öğr. Gör. Gencay SAATCI, Uludağ Üniversitesi, Harmançık Meslek Yüksekokulu, Merkez Mah. Zekai Gümüşdiş Cad. No:1, 16770, Harmançık, Bursa

E-posta: gencaysaatci@uludag.edu.tr

15. Ulusal Turizm Kongresi

Seray GÜLERTEKİN GENÇ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Volkan GENÇ

Anadolu Üniversitesi
Eskişehir Meslek Yüksekokulu

Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde düzenlenen 15. Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Kasım 2014 tarihleri arasında Barceló Altınel Hotel Ankara'da düzenlendi. 55 farklı üniversiteden turizm alanında çalışan akademisyenlerin yanı sıra sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katıldığı, ana teması "Engelsiz Turizm" olan kongrede 29 oturumda 112 bildiri sunulmuştur.

15. Ulusal Turizm Kongresi, 14 Kasım 2014 Cuma günü saat 09.30'da, Gazi Üniversitesi Rektörlük Mimar Kemaleddin Salonu'nda saygı duruşu ve İstiklal Marşı'nın okunmasıyla başladı. Ardından Türk Müziği Devlet Konservatuarı hocaları tarafından mini bir konser verildi. Daha sonra, Kongre Dönem Yürütme Kurulu Başkanı Doç. Dr. Arzu Kılıçlar, Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Kurban Ünlüönen, Gazi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Süleyman Büyükberber ve Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Dr. Abdurrahman Arıcı'nın açılış konuşmaları ile devam etti. 15. Ulusal Turizm Kongresi'nin ana teması olan "Engelsiz Turizm" in önemine vurgu yapıldı. Açılış konuşmalarının ardından 15. Ulusal Turizm Kongresi'ne destek veren kurum ve kuruluşlara plaket verildi.

Plaketlerden sonra verilen aranın ardından, Prof. Dr. Azize Hassan'ın (Gazi Üniversitesi) panel başkanlığında, "Engelsiz Turizm" başlıklı açılış paneli gerçekleştirildi. Açılış panelinde, Prof. Dr. Ahmet Aktaş (Okan Üniversitesi) "Geçmişten günümüze Ankara ve Ankara Turizm ve Otelcilik Lisesi", Prof. Dr. Ozan Bahar (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi) "Engelsiz Turizm Kapsamında Yaşanılan Sorunlar ve Öneriler", İrfan Önal (Kültür ve Turizm Bakanlığı) "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Engelsiz Turizm Kapsamında Yaptığı Faaliyetler", Gamze Feyzioğlu (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) ise "Engelsiz Turizm Bileşenleri" başlıklı konulara değindiler.

Açılış panelinden sonra, kongrenin yapılacağı Barceló Altınel Hotel'e geçildi. Kayıt işlemleri ve öğle yemeğinin ardından, beş farklı salonda başlayan paralel oturumlarda, kongreye kabul edilen 112 bildirinin sunumlarına geçildi. 14.30-16.00 saatleri arasında yapılan ilk grup paralel oturumlarda, toplam 20 bildiri sunulmuştur. 16.30-18.00 saatleri arasında yapılan ikinci grup paralel oturumlarda ise 20 bildirinin sunumunun gerçekleşmesinin ardından kongrenin 14 Kasım tarihli sunumları tamamlanmıştır. Oturumlarda bildirilere ve soru

kalıplarının ötesine geçebilmesi için farklı bakış açılarına ihtiyacı vardır. 9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) Kongresi, bu anlamda turizmin gelişimine katkı sağlaması ve turizm akademisyenlerinin çalışmalarını desteklemesi açısından önemli bir katkıda bulunmuştur. Gelecek yıllarda düzenlenecek olan, Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Polonya Bialystok Finans ve Yönetim Üniversitesi (University of Finance and Management, Poland) arasında oluşturulan uluslararası bilimsel toplantıların da, en az 9. Uluslararası Kongre: Turizm İşletmeciliğinde Yeni Perspektifler (Tourman 2014) kadar başarılı

ve verimli geçmesi dileğiyle, emeği geçen herkese teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Gönderilme tarihi

: 01 Ekim 2014

Kabul

: 12 Ekim 2014

Yrd. Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çağış Kampüsü, 10145, Balıkesir

E-posta: skaraman@balikesir.edu.tr

Öğr. Gör. Gencay SAATCI, Uludağ Üniversitesi, Harmançık Meslek Yüksekokulu, Merkez Mah. Zekai Gümüşdiş Cad. No:1, 16770, Harmançık, Bursa

E-posta: gencaysaatci@uludag.edu.tr

15. Ulusal Turizm Kongresi

Seray GÜLERTEKİN GENÇ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Volkan GENÇ

Anadolu Üniversitesi
Eskişehir Meslek Yüksekokulu

Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde düzenlenen 15. Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Kasım 2014 tarihleri arasında Barceló Altınel Hotel Ankara'da düzenlendi. 55 farklı üniversiteden turizm alanında çalışan akademisyenlerin yanı sıra sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katıldığı, ana teması "Engelsiz Turizm" olan kongrede 29 oturumda 112 bildiri sunulmuştur.

15. Ulusal Turizm Kongresi, 14 Kasım 2014 Cuma günü saat 09.30'da, Gazi Üniversitesi Rektörlük Mimar Kemaleddin Salonu'nda saygı duruşu ve İstiklal Marşı'nın okunmasıyla başladı. Ardından Türk Müziği Devlet Konservatuarı hocaları tarafından mini bir konser verildi. Daha sonra, Kongre Dönem Yürütme Kurulu Başkanı Doç. Dr. Arzu Kılıçlar, Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Kurban Ünlüönen, Gazi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Süleyman Büyükberber ve Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Dr. Abdurrahman Arıcı'nın açılış konuşmaları ile devam etti. 15. Ulusal Turizm Kongresi'nin ana teması olan "Engelsiz Turizm" in önemine vurgu yapıldı. Açılış konuşmalarının ardından 15. Ulusal Turizm Kongresi'ne destek veren kurum ve kuruluşlara plaket verildi.

Plaketlerden sonra verilen aranın ardından, Prof. Dr. Azize Hassan'ın (Gazi Üniversitesi) panel başkanlığında, "Engelsiz Turizm" başlıklı açılış paneli gerçekleştirildi. Açılış panelinde, Prof. Dr. Ahmet Aktaş (Okan Üniversitesi) "Geçmişten günümüze Ankara ve Ankara Turizm ve Otelcilik Lisesi", Prof. Dr. Ozan Bahar (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi) "Engelsiz Turizm Kapsamında Yaşanılan Sorunlar ve Öneriler", İrfan Önal (Kültür ve Turizm Bakanlığı) "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Engelsiz Turizm Kapsamında Yaptığı Faaliyetler", Gamze Feyzioğlu (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) ise "Engelsiz Turizm Bileşenleri" başlıklı konulara değindiler.

Açılış panelinden sonra, kongrenin yapılacağı Barceló Altınel Hotel'e geçildi. Kayıt işlemleri ve öğle yemeğinin ardından, beş farklı salonda başlayan paralel oturumlarda, kongreye kabul edilen 112 bildirinin sunumlarına geçildi. 14.30-16.00 saatleri arasında yapılan ilk grup paralel oturumlarda, toplam 20 bildiri sunulmuştur. 16.30-18.00 saatleri arasında yapılan ikinci grup paralel oturumlarda ise 20 bildirinin sunumunun gerçekleşmesinin ardından kongrenin 14 Kasım tarihli sunumları tamamlanmıştır. Oturumlarda bildirilere ve soru

cevap bölümüne ayrılan sürenin yeterli olduğu ve tartışmaların dolu dolu geçtiği görülmüştür. Bildirilerle ilgili karşılıklı tartışma ortamı, araştırmaların güçlü ve zayıf yanlarının ortaya çıkartılmasını sağlarken, özellikle genç araştırmacıların bu noktaları göz önünde bulundurmaları doğrultusunda yol gösterici oldu. Daha sonra otelde akşam yemeği gerçekleştirilmiştir.

15 Kasım günü, bildirilerin sunumuna yine beş farklı salonda gerçekleşen paralel oturumlar ile devam edilmiştir. 15 Kasım günü başlayan, üçüncü grup paralel oturumlar (20 bildiri) 09.00-10.30 ve 10.45-12.15 saatleri arasında yapılan dördüncü grup paralel oturumlarda (20 bildiri) toplam 40 bildiri sunulmuştur. Verilen öğle yemeği arası ardından, 14.00-15.30 arası 20 bildiri ve 15.45-16.45 saatleri arası ve bu son grup paralel oturumlarda 12 bildirinin sunumu gerçekleştirilmiştir. Ayrıca 15.45-16.45 saatleri arasında Ankara Kalkınma Ajansı yetkilileri tarafından "Ankara Kalkınma Ajansı'nın Ankara Turizmüne Verdiği Destekler" isimli bir panel gerçekleştirilmiştir.

15. Ulusal Turizm Kongresi'nin kapanış oturumu 17.30-18.00 saatleri arasında Barceló Altınel Hotel İstanbul Salonu'nda gerçekleştirilmiştir. Kapanış oturumunda, ilk olarak Prof. Dr. A. Celil Çakıcı (Mersin Üniversitesi) tarafından kongrede sunulan bildirilere ilişkin genel değerlendirme yapılmıştır. Kongre'de sunulan bildirilere ilişkin genel değer-

lendirmenin ardından, Kongre Dönem Yürütme Kurulu Başkanı Doç. Dr. Arzu Kılıçlar, kapanış konuşmasını yapmıştır. Doç. Dr. Kılıçlar, kongre katılımcılarına teşekkürlerini ifade ederek, kongrenin organizasyonu ve yürütülmesinde emeği geçen yürütme kurulu üyelerine teşekkür etmiş ve plaketlerini sunmuştur. Kapanış oturumunda son olarak, 2015 yılında, Çanakkale'de Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenecek olan 16. Ulusal Turizm Kongresi'nin tanıtımı, Yrd. Doç. Dr. Ş. Okan Mercan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi) tarafından yapılmıştır. Kapanış konuşmasının ardından 15. Ulusal Turizm Kongresi'nin gala yemeğine geçilmiştir.

Kongrenin sosyal programı kapsamında 16 Kasım günü, Beypazarı ilçesine gezi düzenlenmiştir. Beypazarı gezisinin ardından katılımcıların Beypazarı merkezini gezebilmeleri için serbest zaman tanınmış ve 15. Ulusal Turizm Kongresi başarı ile tamamlanmıştır.

Gönderilme tarihi

: 24 Şubat 2015

Kabul

: 28 Şubat 2015

Seray GÜLERTEKİN GENÇ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Meşelik Kampüsü, 26480, Eskişehir.

E-posta: seraygulertekin@gmail.com

Araş. Gör. Volkan GENÇ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Yunusemre Kampüsü, 26470, Eskişehir

E-posta: volkangenc@anadolu.edu.tr

Çevrimiçi Otel Değerlendirme Yorumlarına Ait İçeriklerin Otel Tercihindeki Önemi: Çeşme'deki Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Ramazan Ufuk BAYER. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ).

Bu çalışmada, Çeşme'deki otel işletmelerinde konaklayan yerli turistlerin, çevrimiçi yorumlarda otellerin hangi yönleriyle değerlendirilmesini daha fazla önemsediklerinin ortaya çıkarılması ve söz konusu içeriklerin hangi faktör boyutları altında toplanacağına ilişkin sonuçların elde edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı, çevrimiçi otel değerlendirme yorumlarının satın alma sürecindeki rolünün tespit edilmesidir. Araştırma kapsamında analize tabi tutulan 388 anket, hem yüz yüze görüşme tekniğinden hem de elektronik ortamlardan yararlanılarak toplanmıştır. Çeşme'deki otellerde konakladıktan sonra değerlendirme topluluklarında içerik paylaşan 200 yerli turist çevrimiçi anket formuna katılım göstermiştir. Anketlerden 188 tanesi ise Çeşme'deki dört büyük otelin önbüro ekibinin desteği ile toplanmıştır. Çeşme'deki otellerde konaklayan yerli turistlerin otel tercih kararlarında, yorumlarda sırasıyla "personel", "yiyecek-içecek", "genel" ve "odalara" yönelik içerik paylaşılmasının önemli bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, çevrimiçi otel değerlendirme yorumlarının, turistlerin satın alma sürecinin bilgi araştırma ve alternatifleri değerlendirme aşamalarında çok önemli bir role sahip olduğu anlaşılmıştır. Çevrimiçi otel değerlendirme yorumlarının, turistlerin satın alma sürecinin satın alma kararı verme ve satın alma sonrası davranışları aşamalarında daha az etkili olduğu görülmüştür. Fakat satın alma sürecinin ihtiyacın ortaya çıkması aşamasında otel yorumlarının kayda değer bir rolünün olmadığı anlaşılmıştır.

Konaklama İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının İş Doymu ve Öznel İyi Oluşlarına Etkisi (Doktora Tezi). Gülseren YURCU. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU).

Turizm işletmelerinin en önemli kaynağı çalışanlardır. İşletme çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını sergilemesi iş doymu ve öznel iyi oluşlarının temelidir. Çalışanların iş ortamında kendilerini iyi hissetmeleri hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmelerine rekabet avantajı sağlayacaktır. Daha önceki turizm çalışmalarında çalışanların öznel iyi oluşlarına yönelik yeterli çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada, turizm çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını ne ölçüde sergiledikleri, dolayısıyla çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarının, iş doyumlarının ve öznel iyi oluş düzeylerinin nasıl birbirlerinden etkilendiklerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda veriler, Antalya İli Merkez ve Serik İlçesine bağlı Belek \Kadriye bölgesindeki 5 yıldızlı 50 otelde çalışan 2.051 personelden elde edilmiştir.

Bu araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırma hakkında açıklamalar yer almaktadır. İkinci bölümde, araştırmanın temelini oluşturan örgütsel vatandaşlık davranışı, iş doymu, öznel iyi oluş kavramları ve birbirleriyle ilişkileri irdelenmiştir. Üçüncü bölümde, elde edilen verilerle ilgili bulgular ve analizleri değerlendirilmiştir.

Araştırmanın sonucunda, örgütsel vatandaşlık davranışı boyutlarının, iş doymu ve öznel iyi oluşun birbirleriyle ilişkili oldukları ve birbirlerini etkiledikleri ortaya çıkmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışlarına sahip çalışanların iş doymu ve öznel iyi oluş düzeyleri yükselecektir. Araştırma sonuçlarının konaklama işletmelerinde çalışanların öznel iyi oluşlarının artırılmasında otel yöneticilerine ve ilgili literatüre katkıda bulunması öngörülmektedir.

Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Ela Nazlı KÖZ. Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ).

Bu çalışmada, turistler açısından İstanbul'da sürdürülebilir kültür turizmi algılamaları ortaya konmuştur. 21. yüzyılda ziyaretçilerin ekolojik ve sürdürülebilir gelişmeye önem veren, aynı zamanda otantik deneyimlerden hoşlanan bireylerden oluştuğu ve seyahat tercihlerinde kültür faktörünün ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de kültür turizmi alanında İstanbul'un sahip olduğu potansiyel oldukça dikkat çekicidir. İstanbul'un, özgün tarihi ve kültürü ile ağırladığı ziyaretçi sayısı her yıl yaklaşık olarak %10 oranında artış göstermektedir. Ancak her yıl artış gösteren ziyaretçi sayısı, İstanbul'un taşıma kapasitesi ile doğal ve kültürel kaynaklarının olumsuz yönde etkilenme riskini de beraberinde getirmekte ve bölgenin sürdürülebilir kültür turizmi açısından ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Buradan yola çıkarak hazırlanan araştırmanın temel amacı, İstanbul'u ziyaret eden turistlerin sürdürülebilir kültür turizmüne yönelik algılarının belirlenmesi ve bu algının tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Sürdürülebilir kültür turizmi algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında memnuniyetin aracılık etkisini belirlemek ise çalışmanın alt amacı olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, ziyaretçilerin ilgi ve isteklerinin demografik özelliklerden yaş unsuruna göre farklılık göstereceği göz önünde bulundurulmuş; konu, nesillere göre ayrı ayrı yapılarak ele alınmıştır.

Ulusal ve uluslararası alanda yapılan literatür taraması ile hazırlanan kavramsal çalışmanın ardından, 398 yerli ve yabancı kültür turisti ile Sultanahmet bölgesinde gerçekleştirilen anket uygulamasının verilerinin analizi ve yorumlanmasıyla çalışma tamamlanmıştır. Araştırma sonuçları; frekans analizi, ANOVA testi, T testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile değerlendirilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre; sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere göre farklılık göstermediği ancak milliyete göre farklılık gösterdiği ve memnuniyetin, sürdürülebilir kültür turizmi algısı ile tekrar ziyaret niyeti arasında aracılık etkisi olduğu görülmüştür.

Gönüllü ve Gençlik Turizmi: Eskişehir'e Yönelik Bir Öneri (Yüksek Lisans Tezi). Begüm İLBAY. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Dilek ACAR GÜREL).

Gönüllü ve gençlik turizmi, sosyal turizmin önemli türleri arasında yer alır. Gönüllü turizmi, hem gönüllüleri kabul eden bölgeye hem de katılımcılarına pek çok katkısı olan ve kâr amacının

öncelikli hedef olmadığı bir alternatif turizm türüdür. Gençlik turizmi ise 15-25 yaş arasındaki bireylerin ailelerinden bağımsız ve genellikle kurumların desteğiyle turizme katılmalarıyla ortaya çıkan bir turizm türüdür. Birbirine yakın özellikleri olması nedeniyle, gönüllü turizmi ve gençlik turizminin birlikte ele alınması, bu çalışmanın temel dayanağını oluşturmaktadır. Bu özellikler arasında, gönüllü turizminin başlıca katılımcılarının gençlerden oluşması, katılımcıların nihaî amaçlarının gençlik turizmiyle benzerlik göstermesi ve her ikisinin uygulamasında kurumsal desteğin önemli rol oynaması sayılabilir. Dünyada yaygın uygulamalara karşın, Türkiye’de hem gönüllü hem de gençlik turizmi beklenen düzeyde değildir. Bu çalışmada, öncelikle gönüllü ve gençlik turizminin temel aktörleri olarak gençler ve kurumsal yetkililerin konuyla ilgili eğilimlerinin incelenmesine ve uygulamaya yönelik öneri getirilmesine karar verilmiştir. Araştırma alanı olarak belirlenen Eskişehir’de, karma desene dayalı bir araştırma yürütülmüştür. Gönüllü ve gençlik turizmiyle ilgili olarak üniversiteli gençlerin yaklaşımlarında nicel veri derleme tekniği ve analizinden, kurumsal destek boyutunda ise yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının (STK) görüşleri nitel veri derleme tekniği ve analizinden yararlanılmıştır. Üniversiteli gençlerin turizm ve gönüllü turizmine katılım eğilimleri anket tekniğiyle elde edilmeye çalışılmış ve gençlerden 384 anket toplanmıştır. Gençlerin yaklaşık dörtte biri yıl içinde hiç tatile çıkmazken, büyük çoğunluğu gönüllü turizmine katılmaya olumlu yaklaşmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi sonucuna göre, gençlerin gönüllü turizmine katılmalarıyla ilgili motivasyon unsurları fedakârlık, özerklik, gündelik hayattan uzaklaşma ve farklı insanlar tanıma boyutları altında toplanmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında, yerel yönetim ve STK kapsamında il merkezi ve ilçelerinden dokuz kişiye ulaşılmıştır. Bu aşamadaki veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiş ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kurumsal yetkililer Eskişehir’de gönüllü ve gençlik turizmine genel olarak olumlu yaklaşırken, destekleri daha çok kaynak sağlama boyutundadır. Planlama ve koordinasyonda aracı ya da araçlara ihtiyaç duyulması, yerel halkın etkisi, üniversitelerin desteği ve kurumların eğitimi gibi konular diğer önemli sonuçlar arasındadır. Araştırma bulguları birlikte değerlendirildiğinde, Eskişehir’de gönüllü ve gençlik turizminin birlikte ele alınmasına yönelik önemli bir potansiyelin bulunduğu, kurumlar arasında farklı bakış açılarına rastlansa da, konuya olumlu yaklaştığı görülmektedir. Buna dayanarak, Eskişehir’de sosyal turizmin geliştirilmesine önemli bir katkı sağlayacağı düşünülen gönüllü ve gençlik turizminin uygulanmasına yönelik öneriler sunulmuştur.

Araç Kiralama Sektöründe Rekabet Belirleyicilerinin İşletme Performansına Etkisi: Turizm Destinasyonlarında Bir Araştırma (Doktora Tezi). Bayram AKAY. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014- Aralık (Danışman: Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY).

Turizm sektörünün ulaştırma alt sistemlerinden karayolu ulaşımı içinde yer alan araç kiralama işletmeleri turistlere bir destinasyona ulaşmada hız, esneklik, konfor ve bireysellik sunmaktadır. Araç kiralama işletmeleri, XX. yüzyılda otomobilin seri üretime başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Günümüzde önemli bir sektör haline gelen araç kiralama diğer sektörler gibi artan küresel rekabetten ve hızlı değişimden etkilenmektedir. Böyle bir değişme ve gelişme sonucunda her sektörde işletme başarısına etki eden bazı rekabet unsurları öne plana çıkmaktadır. Bu

doğrultuda çalışmanın amacı, araç kiralama sektöründe rekabet belirleyicilerinin işletme performansı üzerine etkisini tespit etmektir.

Araştırma toplam dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm sektörü ve turizm ulaştırmasına yer verilmiştir. İkinci bölümünde araç kiralama sektörünün yapısı incelenmiştir. Üçüncü bölümde rekabet araç kiralama işletmeleri bağlamında ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise araştırma bulgularına yer verilmiştir.

Çalışma hem nitel hem de nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Araştırmada önce İstanbul ve Antalya’daki 24 araç kiralama işletmesi yöneticisi ile görüşme yapılmıştır. Daha sonra İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya’daki toplam 230 araç kiralama işletmesinden anket yoluyla veriler elde edilmiştir.

Araştırma sonucunda araç kiralama sektöründe bilgi teknolojileri kullanımı, stratejik işbirlikleri, hizmet kalitesi, birleşme veya satın alma, pazarlama iletişimi ve rekabetçi fiyat sunma rekabet belirleyicileri olarak saptanan ana unsurlardır. Rekabet belirleyicilerinden bilgi teknolojileri kullanımı, hizmet kalitesi ve pazarlama iletişiminin işletme performansını etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, verilere dayanarak kavramsal bir model önerilmiş ve araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesi yardımı (Amos) ile analiz edilmiştir. Öte yandan farklılık analizleri sonucunda, işletmelerin faaliyet gösterdiği il, çalışan sayısı, araç sayısı, şube sayısı ile bilgi teknolojileri kullanımı, pazarlama iletişimi, işletme performansı, rekabet yoğunluğu ve hizmet kalitesi faktör ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Çalışmanın temel kısıtı, araştırmanın İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir illerinde faaliyet gösteren araç kiralama işletmelerinde yapılmış olmasıdır. İleride bu çalışmaya benzer yapılacak çalışmalara öneri olarak Türkiye genelini kapsayan araştırmalar yapılabilir. Ayrıca ortaya çıkan sonuçlar bu araştırma ile karşılaştırılabilir.

Sakin Şehir (Cittaslow) Yöneticilerinin Sakin Şehir Hareketine ve Sürdürülebilirliğe Yönelik Değerlendirmeleri (Yüksek Lisans Tezi). Sema EKİNCEK. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ).

Dünyada hızla gelişen sakin şehir hareketi, son yıllarda Türkiye’de de gelişim göstermeye başlamıştır. Bu hareket, şehirlerimizin sürdürülebilir destinasyonlar haline gelmesinde önemli bir araç haline dönüşmektedir. Bu bağlamda, sakin şehir hareketinin yayılmasında hareketin paydaşı ve yürütücüsü olan sakin şehir yöneticileri büyük önem arz etmektedir. Buradan yola çıkarak çalışma, sakin şehir yöneticilerinin; profillerini ve sakin şehirlerin amaçlarına, kriterlerine, katılım sürecine ve sürdürülebilirlik açısından destinasyona ve sakin şehirlere yönelik değerlendirmelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışma kapsamında alanyazın taraması ve uzman görüşleri alınarak soru formu geliştirilmiştir. Çalışma evrenini sakin şehir yöneticileri oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan soru formu evrenin tamamına (167 yönetici) ulaştırılmış, 70 yöneticiden geri dönüş alınmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testlerinden faydalanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda sakin şehir yöneticilerinin profilleri tespit edilmiş, sakin şehirlerin amaçları önem derecesine göre, kriterleri ise zorluk derecesine göre yöne-

ticiler tarafından sınıflandırılmış, sakin şehir hareketine katılım süreci, sakin şehirlerin sürdürülebilirliğe ve destinasyonun sürdürülebilirliğine olan katkısı yöneticiler tarafından değerlendirilmiştir. Çalışma, alanyazına katkı sağlamanın yanında sakin şehir olmaya aday yöneticilere de öneriler getirmeyi amaçlamıştır.

Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). Gökhan YILMAZ. *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Doç. Dr. Bahattin ÖZDEMİR).*

Araştırmada bir turizm destinasyonunda ne tür restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkabileceğinin belirlenmesi ve destinasyonda farklı restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkmasında turizmin nasıl bir rol oynadığının anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın temel sorularını şu şekilde sıralamak mümkün olmaktadır.

- Belirli bir turizm türünün egemen olduğu bir destinasyonda farklı restoran uygulamaları ortaya çıkabilir mi?
- Bu uygulamalar farklı türlerdeki restoran biçimleşmelerinin oluşmasına yol açabilir mi?
- Bu biçimleşmelerin ortaya çıkmasında turist davranışının rolü var mıdır? Varsa bu rol anlaşılabilir mi?
- Bu biçimleşmeler belirli özellikleri itibarıyla tanımlanabilir mi?

Araştırmanın alanı Ürgüp, Uçhisar, Avanos, Göreme, Derinkuyu ve Kaymaklı bölgelerini içeren Kapadokya bölgesi olarak belirlenmiştir. Araştırma Haziran – Kasım 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın deseni iç içe geçmiş tek durum çalışması olarak belirlenmiştir. Nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak doküman incelenmesi ile yarı yapılandırılmış görüşme; veri analiz yöntemi olarak da içerik analizinden faydalanılmıştır. Bu çerçevede araştırma yöntemi birbirini izleyen ve tamamlayan beş ana aşamadan oluşmaktadır. İlk dört aşama Türkiye genelinde gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanların incelenmesi; Kapadokya bölgesinde gastronomi ve turizm ilişkisine dair dokümanların incelenmesi; Kapadokya bölgesine ait tanıtım materyalleri ile web sitelerinin incelenmesi ve bölgedeki paydaşlarla görüşmeler yapılması şeklinde sıralanmaktadır. Bu dört aşamada toplanan veriler her bir aşamayı takiben analize tabi tutulmuştur.

Araştırmanın ana bulgularına temel teşkil eden verileri toplamak için yarı yapılandırılmış görüşmeler 21 – 26 Temmuz 2014 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olarak seçilen 12 turizm paydaşı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan paydaşlar profesyonel turist rehberleri, seyahat acentası yetkilileri, il kültür ve turizm müdürlüğü şube müdürü, öğretim üyeleri, aşçıbaşları, dernek başkanları ve otel genel müdüründen oluşmaktadır. Araştırma bulguları restoran biçimleşmelerinin kavramsal yapısının dört adet ana kategori ile on dokuz adet alt kategoriden oluştuğunu göstermektedir. Turist profili ve seyahat davranışı ana kategorisinin milliyet çeşitliliği, seyahat motivasyonları, seyahat şekli, konaklama türü, harcama düzeyi ve satın alma davranışı alt kategorilerinden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bölgede günlük turların düzenlenmesi, tur programlarının katı olması ve bölgede maliyet ve satış kaygısının baskın olması egemen turizm anlayışının alt kategorilerini oluşturmaktadır. Turistlerin enformasyon arayışı, yerel mutfağı deneyimleme ve gastronomik turizm ürünlerini tüketme şeklindeki davranışları

da yerel gastronomi ile ilişkili turist davranışları ana kategorisinin alt kategorileridir. Son olarak restoranlar bağlamında hedef pazar seçimi, maliyet kaygısı, uyarlanma, otantik atmosfer, yerel sunum ve restoran biçimleşmeleri bölgedeki restoran uygulamaları ve biçimleşmeleri ana kategorisinin alt kategorileri olarak belirlenmiştir.

Kapadokya bölgesinde restoran biçimleşmeleri otel restoranları, grup restoranları, butik restoranlar, etnik restoranlar ve kebab ve pide restoranları şeklinde ortaya çıkmaktadır. Otel restoranları bölgeye paket turla seyahat eden turistlerin yemek yediği, yıldızlı otellerin bünyesinde yer alan ve açık büfe servis sunan restoranlardır. Grup restoranları bölgede düzenlenen günlük turlara katılan turist gruplarının yemek yediği ve acentalarla anlaşmalı olan restoranlardır. Butik restoranlar bireysel olarak seyahat eden turistlerin yerel yemekleri tatmak için ziyaret ettiği ve bağımsız şekilde ya da bir butik otel bünyesinde hizmet veren restoranlardır. Etnik restoranlar bölgeye gelen turistlerin milliyetleri ve damak tatları çerçevesinde yiyecek sunan ve Uzakdoğudan ya da Hindistan'dan gelen turistler için hizmet veren Japon, Kore, Hint restoranı gibi restoranlardır. Pide ve kebab restoranları ise yerel halkın yemek yediği, menüsünde pide - kebab çeşitleri ya da dönerin ağırlıkta olduğu ve daha çok şehir merkezinde konumlanmış olan restoranlardır.

Tüm bunların ışığında araştırmada bölgeyi ziyaret eden turistlerin profili ve davranışlarında milliyet ve seyahat şeklinin önemli belirleyiciler olması ve bunların diğer davranışsal değişkenleri etkilemesi; paket turla gelenlerin ağırlıkta olmasına da bağlı olarak bölgedeki egemen turizm anlayışının günlük turlar üzerine kurulmuş olması ve bu turlarda yemeğe çok az zaman ayrılması; milliyet ve seyahat şekli ile turizm anlayışı arasındaki etkileşim çerçevesinde turistlerin yerel gastronomi ile ilgili davranışlarının da farklılık gösterebilmesi ve bu bağlamda bireysel olarak seyahat edenlerin yerel gastronomiye daha çok ilgili olması; turistlerin yerel gastronomi ile ilgili davranışlarına göre bölgedeki restoranların hedef kitle seçimlerinin ve dolayısıyla maliyet konusundaki kaygılarının şiddetinin farklılık göstermesi; hedef kitle seçimi ve maliyet kaygısının restoran uygulamalarını etkilemesi ve bu uygulamaların da restoran biçimleşmelerini belirlemesi şeklindeki ilişkilerin ortaya çıktığı söylenebilir.

Tez çalışmasının, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde belirli bir turizm türünün egemen olduğu bir bölgedeki başlıca paydaşların görüşleri doğrultusunda restoran uygulamalarının ve bu uygulamaların yol açtığı farklı restoran biçimleşmelerinin ortaya çıkarılmış olması ve restoran biçimleşmelerinde turizm türü ve turist davranışlarının etkilerine ilişkin bulguların saptanması yoluyla ilgili alanyazına katkı verdiği düşünülmektedir.

Çevreci Otel Restoranında Yemek Yeme Davranışının Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi (*Yüksek Lisans Tezi*). Özlem YAY. *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Osman ÇALIŞKAN).*

Tez çalışmasının temel amacı, otel müşterisinin çevreci otel restoranında yemek yeme niyetini etkileyen faktörlerin PDT bağlamında belirlenmesidir. Ayrıca demografik değişkenlerin çevreci otel restoranında yemek yemeye ilişkin tutum, öznel norm ve algılanan davranışı kontrol üzerinde etkisi olup olmadığı incelenmiştir. Araştırmanın temel amacının yanında çevreci otel müşterilerinin çevreci uygulamalara attıkları önem, çevreci otel restoranına karar vermede etkili olan faktörlerin neler olduğu ve müşterilerin bireysel çevreci uygulamaları kendi evinde uygulayıp uygulamadıkları incelenmiştir.

Tezin ilk iki bölümünde çevreci restoranlar, çevreci aktörler, çevreci uygulamalar, planlı davranış teorisi ve çevreci restoranda yemek yeme niyetine ilişkin alanyazın taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümünde ise oluşturulan araştırma modeli çerçevesinde hipotezler test edilmiştir. Hipotezleri test etmek için bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi ve regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Araştırmada, Antalya Belek bölgesinde beş yıldızlı otel olarak faaliyet gösteren çevreci bir oteldeki 533 müşteriden toplanan veriler analiz edilmiştir. Çevreci otel müşterilerinin yemek yeme niyetini ölçmek için Ajzen'in (1991) Planlı davranış teorisinden (PDT) yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda planlı davranış teorisinin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Araştırmada, çevreci otel müşterilerinin toksik madde içermeyen kimyasal temizleyici kullanma, organik gıda ya da içecek servis etme, yerel gıdalar satın alma, restoranın her alanında geri dönüşümü sağlama, lavabolarla otomatik musluk kullanma, strafor bardak kullanımından kaçınma ve restoranlarda su tasarruflu klozetleri kullanma gibi çevreci uygulamaları daha fazla önemseydiği saptanmıştır. Bunların dışında çevreci otel müşterilerinin geri dönüştürülmüş kağıt ürünlerin (peçete vb.) kullanımı, harekete duyarlı aydınlatma sistemi, çalışanlar için organik pamuklu üniforma tercih etme, enerji tasarruflu aydınlatma kullanma, arıtılmış musluk suyu tercih etme, geri kazanılmış ahşaptan üretilmiş mobilya kullanma gibi çevreci uygulamaları çok fazla önemseyemediği tespit edilmiştir. Bunun yanında müşterilerin çevreci otel restoranında yemek yemesine ilişkin cinsiyetin tutum ve niyete, medeni durumun öznel normlara, eğitim durumunun tutuma bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Bunların dışında müşterilerin yaş ve gelirinin çevreci otel restoranında yemek yemesine ilişkin hiçbir bağımsız değişkenle bir ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca çevreci otel restoranında yemek yemeye ilişkin ADK'nın hiçbir demografik değişkene etkisi olmadığı görülmektedir.

Bulgulara göre otel müşterisinin çevreci otel restoranında yemek yeme niyetini tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün etkisi olduğu saptanmıştır. Çevreci otel restoranında yemek yeme niyetine ilişkin en güçlü etkiyi tutum oluşturan en zayıf etkiyi algılanan davranış kontrol oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda uygulayıcılara ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Destinasyon İmajı ve Destinasyon Kişiliğinin, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği (Doktora Tezi). Mehmet UMUR. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Duygu EREN).

Bu çalışmanın amacı Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin destinasyona yönelik imaj ve kişilik algılamalarının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışları üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaçla Kapadokya Bölgesi'nde yabancı turistler tarafından algılanan destinasyon imajı ve destinasyon kişiliğinin, ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisini belirlemek için bir model önerilmiştir. Modelde, destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği bağımsız değişkenler olup, ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı ise bağımlı değişkenlerdir. Örneklem yöntemi olarak amaca göre örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Alan araştırmasının kapsamına Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yabancı turistler dâhil edilmiştir. Veriler anket

yoluyla elde edilmiş ve verilerin analizi için merkezi eğilim ölçütleri, faktör, korelasyon ve regresyon gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerin destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği algılamalarının yüksek ve olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği ile ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerinde destinasyon imajı ve destinasyon kişiliği algılamalarının etkisinin olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak, destinasyon imajı ve destinasyon kişiliğinin, turistlerin memnuniyet düzeylerini ve gelecekte destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini ve yakınlarına tavsiye etmelerini etkilediği tespit edilmiştir.

Türkiye'ye Seyahat Eden Güney Koreli Turistlerin Güdülerinin ve Turizm Tercihlerinin Belirlenmesi Konusunda Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Jeong-An CHOI. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'ye gelen Güney Koreli turistlerin Türkiye'ye gelmelerinde rol oynayan güdüler ve turizm tercihlerinin belirlenmesidir. Bu araştırma, anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması 28 Kasım – 26 Aralık 2013 tarihleri arasında İstanbul Atatürk Havalimanı ve Sultanahmet semtinde toplam 394 kişiye uygulanmıştır. Bu 394 kişi arasında 203 kişi paket tur ile gelen turistlerden ve 191 kişi bağımsız gezginlerden oluşmaktadır. Çalışmanın iki gruba ayrılmasının nedeni; turistlerin sayısından daha çok turistlerin çeşitleri, ülke veya bölge ekonomisini etkilemesidir. Bu sebeple çalışmada iki grubun özelliğine de dikkat edilmiştir. Araştırmanın verileri SPSS 18 programı kullanılarak frekans analizi ile ölçülmüştür. Araştırma sonucunda Türkiye'ye gelen Güney Koreli turistlerin genel turizm profili tespit edilmiş, turistlerin güdüleri ve Türkiye'deki turizm tercihleri belirlenmiştir.

Ankara'daki Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Eğilimlerinin Saptanması (Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi). Arzu Sibel GÜLTEKİN. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU).

Bu çalışmada, Ankara'daki üniversitelerin değişik programlarında eğitim gören öğrencilerin rekreatif faaliyetlere olan eğilimlerinin saptanması amaçlanmıştır. Çalışmada önce bazı temel kavramların tanımı yapılmış, özellikle gençlik ve boş zaman ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Araştırmada uygulanan yöntem belirlendikten sonra örneklem katılan öğrencilerin bazı özellikleri ortaya konmuştur. Öğrencilerin boş zaman etkinlikleri sıralanarak öğrencilerin boş zamanlarında sırasıyla en çok neler yaptıkları, ne gibi etkinliklere katıldıkları istatistiksel verilerle tespit edilmiş ve bunlar üzerinde yorumlar yapılmıştır. Bu bağlamda, öğrencilerin özellikleri araştırılmış, ekonomik ve sosyo-kültürel durumları belirlenerek rekreatif faaliyetlere eğilimleri ölçülmeye çalışılmıştır. Denekler, 2012-2013 eğitim öğretim yılı güz yarısında Ankara'daki Kredi ve Yurtlar Kurumu'na bağlı 18 yurdun çeşitli programlarında okuyan 463 öğrenciden oluşmaktadır. Öğrenciler tesadüfi örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Çalışma aracı olarak standart anket formu kullanılmıştır. Uygulanan anketler SPSS 17.0 istatistik programının yardımıyla değerlendirilerek, tablolar ve grafikler halin-

de özetlenmiştir. Çalışma bitiminde elde edilen sonuçlardan bir takım öneri ve düşünceler ortaya konulmuştur, ayrıca araştırmada ortaya çıkan sonuçlar üniversite öğrencilerinin rekreasyonel taleplerinin gerçekleşmesi için yapılacak düzenlemelere yardımcı olabilecek, ayrıca söz konusu taleplerin karşılanmasına yönelik fiziksel gelişim planlarına ışık tutabilecektir.

Beş Yıldızlı Otellerde Aşçılık Eğitimi Alan ve Almayan Yönetici Pozisyonundaki Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi ve Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Berker ÇİFTÇİ. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2014 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Yasemin ERSOY).

Bu araştırmada, beş yıldızlı otellerde çalışan aşçılık eğitimi alan ve almayan yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin gıda güvenliği konusundaki bilgi ve uygulamaları incelenmiştir.

Bu çalışmada, Türkiye'nin turizm bakımından en büyük üç kenti olan İstanbul, Antalya ve Ankara'daki beş yıldızlı otellerde çalışan aşçılık eğitimi alan ve almayan yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin oluşturulan, toplam 259 anket yoluyla bilgilere toplanmıştır.

Araştırma kapsamındaki yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin gıda güvenliği, hijyen, depolama, pişirme ve hazırlama gibi konulardaki bilgi ve uygulamalarını belirlemek amacıyla 57 kriterden oluşan "Gıda güvenliği değerlendirme formu" kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin analizinde %, frekans, t testi, varyans analizi teknikleri kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda: 5 yıldızlı otellerde aşçılık eğitimi alan ve almayan yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin %28.2'si 30-34 yaşında, %95.8'i erkek, %47.1'i lise mezunu, büyük çoğunluğunu kısım şefi (%45.9) ve mutfak şefi asistanı (%35.5) olduğu saptanmıştır, %35.5'i günde 10 saat çalışmakta ve %29.3'lük oranla 10-14 yıldır bu mesleği yapmaktadır. Yarından çoğunluğu (%60.6) aşçılık eğitimi almış ve bu eğitimi %29.3 ile aşçılık eğitimi veren liselerde almıştır. Gıda güvenliği hijyen-sanitasyon, beslenme ve sağlık konularında %93.8'lik oranla eğitim alınmış ve bu eğitim %41.0'lık oranla iş yeri yöneticisi tarafından verilmiştir. Yönetici pozisyonundaki personelin %95.4'ü hizmet içi eğitimi almış ve bu eğitimin büyük bir kısmı %70.3'lük oranla sağlıklı beslenme konusunda alınmış ve işe alınmadan önce %95.0'ı sağlık kontrolünden geçmiştir, bu sağlık kontrolü en fazla %80.7 ile Personel %89.2'lik oran ile periyodik olarak sağlık kontrolünden geçmiş ve bu kontrol %43.3'lük oran ile 6 aylık periyotlarla tekrarlanmıştır.

Personel %81,5'lik oran ile her gün temiz çalışma giysisi giymiş ve çalışma giysisi dışında %96,1'lik oran ile önlük kullanmıştır. Yönetici pozisyonundaki personel hastalık geçiren çalışan için %68,0'lık oran ile çalışanın rapor almasını sağlayacağını belirtmiştir. 5 yıldızlı yönetici pozisyonundaki mutfak personelinin almış olduğu gıda güvenliği bilgi düzeyi ve gıda hazırlama sırasındaki uygulama düzeyi puanları incelendiğinde aşçılık eğitimi alan ve almayan personel arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Bu sonuçlar ışığında; yönetici konumundaki personelin pozisyonu ne olursa olsun gıda güvenliği konusunda etkin bir hizmet içi eğitim verilmeli ve bu eğitimlerin uygun aralıklarla tekrarlanarak bilgi ve uygulamaların kalıcı olması sağlanmalıdır. Ayrıca aşçılık ve beslenme eğitimi veren kurumların programlarında gıda güvenliği konusuna daha çok yer verilmeli, bu kurumlara alanında uzman kişiler davet edilerek çeşitli eğitimler verilmeli;

bu eğitim kurumları ile konaklama işletmeleri iş birliği içinde olmalıdır.

Rekreasyon Araştırmaları ve Rekreasyon Bölümleri için Araştırma ve Müfredat Kapsamı Önerisi: Bilimetric Bir Çalışma (Yüksek Lisans Tezi). Mehtap ÖZKAN BUZLU. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Doç. Dr. Göknil Nur SEVER).

Farklı araştırma alanlarında başlı başına bir araştırma konusu olan rekreasyon Türkiye'de hem beden eğitimi spor yüksekokulları ve fakülteleri hem de turizm fakülteleri ve yüksekokullarında bölüm olarak açılmaya başlanmıştır. Turizmde ayrı (distinctive) bir akademik alan olarak beliren rekreasyon konusunda yapılacak bilimsel çalışmalara yön vermek, lisans eğitimindeki müfredat tasarımı ve ders içerikleri konusunda yol ve yön belirlemek için, öncelikle alanın tanınması gerekmektedir. Bu haliyle, farklı fakülte ve yüksekokullar altında açılan bölümler için yol haritası belirsizdir. Bu çalışmada, hem farklı alanlardan çıkan rekreasyon tezlerindeki temel araştırma konularının belirlenerek hem de diğer alanlarla turizm alanı arasındaki örtüşme ve farklılaşmaların tespit edilerek rekreasyonun multidisipliner yapısının ortaya çıkarılması ve açılan bölümler için müfredat kapsamın önerilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada bilimetric bir yaklaşım benimsenmiş olup, Proquest veri tabanında 1917-2014 yılları arasında yayınlanmış rekreasyon konulu 619 yüksek lisans ve doktora tezinin başlıklarına ve tezlerin çıktığı anabilim dalı/bölüm adlarına görsel veri analizi tekniklerinden kelime bulutu analizi uygulanmıştır. Rekreasyonun; eğitim, turizm, sosyoloji, tarih, psikoloji, sağlık, kinesiyojoloji, spor, coğrafya, ekonomi, ormanlık, işletme, ziraat, çevre tasarımı ve planlaması ve peyzaj mimarlığı alanlarıyla ilişki halinde olduğu tespit edilmiştir. Turizm ile ilgili alanlar ve diğer araştırma alanlarındaki rekreasyon tezleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları belirleyebilmek için, tezler anabilimdalı/bölüm adlarına göre 'turizm/boş zaman/ağırlama/otel/restoran' ile ilgili alanlardan çıkan tezler ve diğer alanlardan çıkan tezler olarak iki kategori altında sınıflanarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen kelimeler, "araştırılan değişkenler (ne), araştırma kapsamı (nerede), örneklem türü (kim), araştırma yaklaşımı (nasıl), araştırılan aktivite, zaman ifadeleri (ne zaman) ve yöntem yaklaşımı" parametrelerine göre sentezlenmiştir. Rekreasyonun farklı alanlar altındaki konumlanışını tespit edebilmek için, tezler insanın duygusal düşünsel doğası ile ilgili alanlar, insanın fiziksel doğası ile ilgili alanlar, doğal çevre ile ilgili alanlar ve yapılandırılmış çevre ile ilgili alanlar olmak üzere dört farklı kategori altında gruplanarak analiz edilmiştir. Bulgulara dayanarak, beden eğitimi spor ile ilgili fakülte ve yüksekokullar ile turizm fakülte ve yüksek okullarında açılan rekreasyon bölümlerinin müfredat kapsamı, müfredat tasarımı ve ders içerikleri konusunda yol gösterici olabilecek çeşitli öneriler sunulmuştur.

Rekreasyon Araştırmaları için Temel Bir Değişkenin Kavramsal ve Operasyonel Tanımlarıyla Sunumu ve Geleneksel Ön Kabullere Yönelik Eleştirel Sinamalar (Yüksek Lisans Tezi). Gamze YILDIZ. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014 (Danışman: Doç. Dr. Göknil Nur SEVER).

Geçmiş literatür genel olarak incelendiğinde; rekreasyon ve turizm kavramlarının her ikisinin de, boş zamanda, gönüllük esasıyla yapılan ve bireyin olumlu kendilik haline (mutlu olma, stresten uzaklaşma, kafa dağıtma ve eğlenme) ulaşma amacıyla

yaptığı faaliyetlere işaret ettiği görülmektedir. Bu haliyle turizm ve rekreasyon kavramlarını birbirinden ayırmak güçtür ve bu ayırım konusunda ampirik bir çalışma bulunmamaktadır. Bunun sebebi; rekreasyonun literatürde bir kavram (concept) olarak tanımlanması ve bu tanımın bir araştırma yapısı (research construct) formuna uygun olmaması olabilir. Bu tezin temel iddiası; yenilenmenin ayrı bir bilimsel yapı (distinctive construct) olarak betimlenebileceği ve bir değişken olarak ölçülebileceğidir. Bu iddiadan hareketle tezin temel amacı; rekreasyonu kavramsal ve operasyonel düzeyde ayrı bir yapıda betimlemektir. Tezin diğer amaçları; rekreasyonun, turizm, boş zaman, gönüllük ve bireyin kendilik haliyle olan ilişkilerini incelemektir. Tezde bir yapı olarak rekreasyon "yenilenme" olarak etiketlenmiştir. Araştırmada dört ayrı saha çalışması gerçekleştirilmiş, toplamda üç ayrı şehirden 735 katılımcıyla görüşülmüştür. Sürecin sonunda psikometrik nitelikleri bakımından tekrarlı sınamalara tabi tutulmuş, güvenilirlik ve geçerlilik bakımından araştırmacılara önerilebilecek bir "yenilenme" ölçeği geliştirmiştir. Tezin özgün katkısı, yeni bir yapı önermesi ve bu yapıya ilişkin ölçeği beraberinde sunmasıdır. Yeni geliştirilen ölçek kullanılarak yapılan araştırmanın bulguları; yenilenmenin turizmde farklı bir yapı olmakla birlikte, tıpkı turizm gibi bireyin kendilik haliyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Bulgularda dikkat çekici olan; turizm boş zaman ön koşuluyla ilişkili olmakla birlikte, yenilenmenin boş zamandan bağımsız gerçekleştirilebilmesidir. Bu haliyle; bireyin yenilenme faaliyetlerini boş zaman ve mekân ön koşullarından bağımsız gerçekleştirebilmesi, olumlu kendilik haline destek vaadinde olan turizm için yenilenmeyi önemli bir rakip haline getirebilir.

Türkiye'de Turizm Sektöründe İstihdam Politikalarının İnsan Onuruna Yakınsı İş Kavramı Bakımından İncelenmesi (Doktora Tezi). Demet TÜZÜNKAN. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Prof. Dr. Mustafa DELİCAN).

Tüm kadın ve erkeklerin eşitlik, güvenlik, özgürlük ve saygınlık ilkeleri kapsamında çalışmalarına yönelik bir kavram olan İnsan Onuruna Yakınsı İş (Düzenli İş) bu çalışmada turizm sektörünün en büyük ekonomik kalemi olan konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanı çerçevesinde incelenmektedir. Araştırmada, insan emeğine dayalı bir sektör olan ve ekonomiye önemli katkıları bulunan konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanında çalışanların Düzenli İş kriterlerine uyumlu çalışıp çalışmadıklarını ve bu çalışanların Türkiye'deki diğer ekonomik faaliyet alanları arasındaki konumunu tespit ederek ortaya koymak amaçlanmıştır. Düzenli İş'in Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından geliştirilen 10 adet göstergesi bulunmaktadır ve bu göstergelerin her biri istatistikî alt göstergeler ile Uluslararası Çalışma Örgütü'nün sözleşmelerini referans alan yasal çerçeveye sahiptirler. Türk konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanı çalışanlarının Düzenli İş göstergelerine uyumlu olarak, insan onuruna yakınsı şekilde çalışıyor oldukları öngörülmektedir. Varılan sonuçta, konaklama ve yiyecek-içecek faaliyet alanının Türkiye'deki diğer faaliyet alanları arasında Düzenli İş kriterlerine uyum açısından 13. sırada olduğu, mevzuatın on Düzenli İş göstergesinden sekiz adetinde Uluslararası Çalışma Örgütü sözleşmelerine uyumlu olduğu görülmektedir. Çalışma, turizm sektöründe Düzenli İş'in tüm göstergeleri incelenerek yapılan ilk çalışma olarak önem taşımaktadır.

Otel İşletmelerinde İş Yükü Algısı ve İş Yükünün İnsan Kaynakları Yönetiminde Kullanımı (Yüksek Lisans Tezi). Ezgi ATİK.

Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015 (Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK).

Otel işletmelerinde çalışanların performansı son derece önemlidir. Çalışanların performanslarında ise iş yükü önemli bir faktördür. Aynı zamanda, iş yükünün yöneticiler tarafından dikkate alınması insan kaynakları yönetimindeki birçok sorunun önlenmesine de katkı sağlamaktadır. İş yükü ile ilgili personel algılarının belirlenmesi amacıyla hazırlanan bu çalışmada ayrıca, yöneticilerin insan kaynakları fonksiyonlarının yürütülmesinde iş yüküne önem verip vermediklerinin belirlenmesine de çalışılmaktadır. Çalışma, Eskişehir'de bulunan 28 otelden 262 çalışan ve 90 yönetici olmak üzere toplam 352 personelin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma verilerinin toplanmasında, anket tekniğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler; faktör analizi, bağımsız örneklem T testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Araştırmada; personelin iş yükü algılarının, fiziksel, zihinsel, konumsal, çevresel ve duygusal olmak üzere toplam beş faktörden oluştuğu belirlenmiştir. İş yükü algısında konumsal faktörün birincil öncelikle tercih edildiği görülmüştür. Çalışanların ve yöneticilerin demografik özellikleri ile iş yükü algıları arasında eğitim durumu, departman, yaş ve iş tecrübesi açısından anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Çalışanların ve yöneticilerin genel iş yüküne ilişkin algılamalarının ise orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, yöneticilerin insan kaynakları yönetimi ile ilgili faaliyetleri yürütürken iş yüküne en fazla planlama ve kariyer yönetimi fonksiyonlarında önem verdiklerine yönelik bulgulara da ulaşılmıştır.

Otel İşletmelerinde Çalışan Motivasyonunun Sağlanmasında ABCD Modelinin Kullanılması (Doktora Tezi). Onur ÇAKIR. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015, (Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK).

Otel yöneticilerinin en temel görevlerinden biri, çalışanlarının motivasyonlarını sağlamaktır. Ancak gerçekleştirilen birçok araştırma, otel işletmelerinde düşük çalışan motivasyonu sorunun örgütsel bir patoloji haline geldiğini göstermektedir. Bu sorun çalışanların tüketim, müşterilerin ise üretim süreçlerinden soyutlanamamasından dolayı sadece çalışan performansı açısından değil; aynı zamanda otelin satış, müşteri tatmini, maliyetleri ve finansal performansı açısından da büyük sorunlara yol açmaktadır. Araştırmada bu soruna çözüm önerileri sunmak adına farklı disiplinlerden elde edilen güncel bilgilerin yer aldığı ve farklı motivasyon teorilerini bir araya getiren yeni bir dürtü temelli motivasyon modeli olan ABCD modeli denenmiştir. Antalya ve İstanbul bölgelerinden toplanan 805 geçerli anketten elde edilen veriler üzerinde gerçekleştirilen AFA ve DFA sonuçları ABCD modelinin otel işletmelerinde çalışan motivasyonu olgusunu açıklamada oldukça iyi performans sergilediğini göstermiştir. Otel işletmelerinin kazanma dürtüsü boyutunda ücret ve maaşlar, terfi olanakları, ödüllendirme sıklığı, çalışanların onurlandırılması ve sosyal yardımların sağlanması; öğrenme dürtüsü boyutunda işletme dışı eğitimleri alabilmeleri, yöneticilerin çalışanların öğrenmelerine ve kendilerini geliştirmelerine yardımcı olmaları, performans değerlendirme kriterlerinin çalışanlara aktarılması ve çalışanlara işletmenin genel durumlarına ilişkin doğru ve zamanlı bilgi sağlanması; koruma dürtüsü boyutundaysa çalışanlar arasında ayrımcılık yapılmaması ve hakkaniyetin sağlanması konularında yetersiz kaldıkları görülmüştür. Bu konular üzerinde daha fazla yoğunlaşarak çalışanların iş motivasyonlarının anlamlı düzeyde arttırabilecekleri

tespit edilmiştir. Bağlanma dürtüsü boyutunda ise aşırılıkların gözlemlendiği ve çalışanların klikler oluşturarak örgüt amaçlarından çok kliklerinin amaçları doğrultusunda hareket ettikleri gözlenmiştir. Bu nedenle, bağlanma dürtüsü tatmini için harcanacak çaba, kaynak ve zamanın kazanma ve koruma dürtüleri için harcanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Lider Üye Etkileşim Algısı ile Örgütsel Sessizlik Davranış Algısı Arasında Öz Denetim Kişilik Özelliğinin Aracılık Rolü: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma (Doktora Tezi). Serdar ÇÖP. Ankara : Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2015 (Danışman: Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK).

21. Yüzyılda işletmelerin sahip olduğu sosyal sermaye giderek önem kazanmaktadır. Özellikle emek yoğun faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde yöneticiler ile işgörenler arasındaki sosyal sermayenin gücü, işletmelerin başarısındaki önemli bir kriter olarak görülmektedir. Sosyal sermayesini güçlü tutmak isteyen yöneticiler, çalışanları ile ilgili etkileşimlerini önemsemelidir. Lider ile üyenin etkileşim kalitesi ve sıklığı tarafların davranışlarının temelini oluşturmaktadır. Lider-üye etkileşim algısının, çalışanların davranışlarını şekillendirebileceğinden hareketle, örgütlerde fikir, öneri ve olumlu eleştirilerin kasıtlı olarak ifade edilmemesi olarak tanımlanan örgütsel sessizlik davranışı ele alınmıştır. İşletmelerde görülen örgütsel sessizlik, gelişim, yenilik, etkin karar alma, verimlilik, motivasyon ve performans için potansiyel bir engeldir. Bilinçli, amaçlı, kasıtlı ya da proaktif şekilde sergilenen örgütsel sessizlik davranışının temelinde, kişilik önemli bir yer edinmektedir. Kişilik özelliklerine bağlı olarak yapılan sınıflandırmalarda beş temel kişilik özelliği üzerinde durulmuştur. Bu araştırmada işletmelerde en önemli ve vazgeçilemez olarak tanımlanabilecek olan öz denetim kişilik özelliği ele alınmıştır. Öz denetim kişilik özelliğini betimleyen sıfatlar ile bireylerde başarı için olması gereken nitelikler benzerdir. İşletmelerde çalışanların öz denetim sahibi olması,

hedeflenen amaçlara ulaşmayı kolaylaştıracak önemli bir anahattır.

Bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmanın temel amacı lider-üye etkileşim algısı ile örgütsel sessizlik davranışı arasındaki etkileşimi ve bu etkileşimde öz denetim kişilik özelliğinin aracılık etkisini belirlemektir. Araştırmanın amacı çerçevesinde, lider-üye etkileşimi, öz denetim ve örgütsel sessizlik konularında ayrıntılı literatür çalışması yapılmış; Türkiye’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde görev yapan 420 yönetici ve 640 işgörenden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Lider-üye etkileşimi, öz denetim ve örgütsel sessizlik ölçeklerine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları tamamlandıktan sonra, Kültür ve Turizm Bakanlığı internet sayfasından ulaşılan konaklama işletmelerinin e-posta adreslerine online şekilde hazırlanan anket gönderilmiş ayrıca Antalya, İstanbul, Muğla, Ankara ve İzmir’de bulunan otellere anketler elden ulaştırılmıştır. Toplanan verilerin analizinde “yüzde”, “frekans”, “bağımsız örneklem için t-testi”, “tek faktörlü varyans (Anova) analizi”, “Tukey (HSD) testi”, “korelasyon”, “basit ve hiyerarşik regresyon”, yapısal eşitlik modellemesi-LISREL analizleri kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre lider-üye etkileşim algısı, örgütsel sessizlik ve öz denetim, cinsiyet, yaş, medeni durum, çalışılan işletmenin yıldız sayısı, konumu, sahip olunan deneyim ve çalışılan departmana göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir. Araştırma hipotezlerinin testine yönelik olarak gerçekleştirilen analizler sonucunda ise, yöneticilerin ve işgörenlerin lider-üye etkileşim algısının örgütsel sessizlik davranışını etkilediği; yöneticilerin ve işgörenlerin lider-üye etkileşim algısı ile örgütsel sessizlik davranışı ilişkisine öz denetim kişilik özelliğinin aracılık ettiği tespit edilmiştir. Bulgulara bağlı olarak konaklama işletmelerinde örgütsel sessizlik davranışının optimum seviyeye çekilmesinin, lider-üye etkileşim algısının güçlendirilmesinin ve öz denetimin harekete geçirilmesinin önemi üzerinde durulmuş ve konuya ilişkin öneriler geliştirilmiştir.