



TURİZM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ
JOURNAL OF TOURISM AND RESEARCH

Hakemli Dergi

ISSN : 2147-0618

Cilt / Volume:9

Sayı / Number:1

Yıl / Year:2020

Yönetici Editör / Executive Editor

Prof.Dr. Sayım Yorgun

Baş Editör / Editor-in-Chief

Prof.Dr. Muhsin Halis

Editörler / Editors

Prof.Dr. Abdülkadir Şenkal
Prof.Dr. Mehmet Sarıışık
Prof.Dr. Gazi Uçkun

Doç.Dr. Semra Aktaş Polat
Dr.Öğretim Üyesi İskender Gümüş
Dr.Öğretim Üyesi Serkan Polat

Editör Sekreteryası / Editorial Secretary

Dilek Yıldız

Elmas Akkaba

Erdi Şener

TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi / Journal of Tourism and Research

Adres : Aksaray Mah. Küçük Langa Cad. Bilir İş Merkezi No: 18 E 301 Fatih / İstanbul

Telefon : 0212 585 52 07

Fax : 0212 530 72 99

E-Mail : info@turar.org

Turizm araştırma Dergisi hakemli bir dergidir. Derginin amacı turizm sektörü ve çalışma hayatına ilişkin bilimsel çalışmaların yapılmasına, geliştirilmesine ve paylaşılmasına katkıda bulunmaktadır. Yılda iki kez yayınlanır. Gönderilen yazılar yayın kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmalarını ile tanınmış üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda makaleler yayınlanır, düzeltilmek koşuluyla yayınlanır veya yayınlanması reddedilir. Hakemlerin gizli tutulan raporları dergi arşivlerinde beş yıl süre ile saklanır.

Hakem Kurulu

Prof.Dr.Perran Akan	(Boğaziçi Üniversitesi)	Doç.Dr.Şevki Ulama	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)
Prof.Dr.Orhan Akova	(İstanbul Univesitesi)	Doç.Dr.Burhanettin Zengin	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)
Prof.Dr.Renzi Altunışık	(Sakarya Univesitesi)	Doç.Dr. Lütfi Mustafa Şen	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)
Prof.Dr.Cevdet Avcıkurt	(Balıkesir Üniversitesi)	Doç.Dr. Canan Tanrısever	(Kastamonu Univesitesi)
Prof.Dr.A.Celil Çakıcı	(Mersin Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Suna Muğan Ertuğral	(İstanbul Üniversitesi)
Prof.Dr.Şenol Çavuş	(Adnan Menderes Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Ali Şükrü Çetinkaya	(Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr.Mustafa Gülmez	(Akdeniz Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Olgun Kitapçı	(Akdeniz Üniversitesi)
Prof.Dr.Ebru Günlü	(Dokuz Eylül Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Halil Özekicioğlu	(Akdeniz Üniversitesi)
Prof.Dr.Kurtuluş Karamustafa	(Erciyes Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Bayram Akay	(Kırklareli Üniversitesi)
Prof.Dr.Muhammed Karataş	(Akdeniz Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Nilüfer V. Toyran	(Kırklareli Üniversitesi)
Prof.Dr.Sait Kingir	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Erkan Taşkıran	(Kocaeli Üniversitesi)
Prof.Dr.İsmail Kızıllırmak	(İstanbul Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Serkan Polat	(İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Prof.Dr.Mustafa Koyuncu	(Nevşehir Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Şehnaz Demirkol	(İstanbul Üniversitesi)
Prof.Dr.Nergis Mutevellioglu	(Akdeniz Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Mine Halis	(Kocaeli Üniversitesi)
Prof.Dr.Kutay Oktay	(Kastamonu Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Güzel Sadıkova	(Kastamonu Üniversitesi)
Prof.Dr.İge Pınar	(Yaşar Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Hande Uyar	(Bartın Üniversitesi)
Prof.Dr.Mehmet Sarıışık	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Aydoğın Aydoğdu	(Kastamonu Üniversitesi)
Prof.Dr.Kurban Ünlüöner	(Gazi Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Burak Eryılmaz	(Amasya Üniversitesi)
Prof.Dr.Atilla Akbaba	(İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Kaplan Uğurlu	(Kırklareli Üniversitesi)
Prof.Dr.Oğuz Türkay	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Abdulmenaf Korkutata	(Sakarya Üniversitesi)
Doç.Dr. E.Ozan Aksöz	(Anadolu Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Mehmet Nuri Salur	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç.Dr.Maria Dolores Alvarez	(Boğaziçi Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Ceyhan Can Özcan	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç.Dr. Muharrem Avcı	(Kastamonu Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Oğuz Başol	(Kırklareli Üniversitesi)
Doç.Dr.Murat Azaltun	(Okan Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Cenk Murat Koçoğlu	(Karabük Üniversitesi)
Doç.Dr.Oya İnci Bolat	(Balıkesir University)	Dr.Öğr.Üyesi Aslan Tolga Öcal	(Marmara Üniversitesi)
Doç.Dr.Hüseyin Çeken	(Muğla Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Armağan Türk	(Kırklareli Üniversitesi)
Doç.Dr.Kazım Ozan Özer	(Nişantaşı Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Lokman Toprak	(Mardin Artuklu Üniversitesi)
Doç.Dr.Emrah Özkul	(Kocaeli Üniversitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Özlem Yaşar Uğurlu	(Gaziantep Üniversitesi)
Doç.Dr.Semra Aktaş Polat	(İstanbul Medeniyet Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Ebru Güven	(Sakarya Üniversitesi)
Doç.Dr.Murat Selim Selvi	(Düzce Univesitesi)	Dr.Öğr.Üyesi Burcu Türkcan	(Ege Üniversitesi)
Doç.Dr.Bayram Şahin	(Balıkesir Üniversitesi)	Dr.Öğretim Üyesi Didar Sarı Çallı	(Sakarya Uyg.Bilim.Univesitesi)

İÇİNDEKİLER

ALIŞVERİŞ TURİZMİ KAPSAMINDA KAPALIÇARŞI ZİYARETÇİLERİNİN E-ŞİKÂyetLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

EXPLORING E-COMPLAINTS OF VISITORS TO THE GRAND BAZAAR: A SHOPPING TOURISM PERSPECTIVE

Alışveriş Turizmi, E-şikâyet, TripAdvisor, Kapalıçarşı
Shopping Tourism, E-complaint, TripAdvisor, Grand Bazaar

Ezgi ERŞAHİN, Şehnaz DEMİRKOL

4- 25

TURİST REHBERLERİNİN YABANCI DİL EĞİTİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA A STUDY ON FOREIGN LANGUAGE TRAININGS OF TOURIST GUIDES

Turizm Eğitimi, Yabancı Dil Eğitimi, Turist Rehberliğinde Yabancı Dil Eğitimi
Tourism Education, Foreign Language Education, Foreign Language Education in Tourist Guidance

Emrullah CANSU, Canan TANRISEVER

26 - 44

TARİHSEL OLAYLAR IŞIĞINDA, SENDİKAL HAREKETLERİN TURİZM GELİŞİMİNE ETKİLERİ IMPACT OF TRADE UNION MOVEMENTS ON TOURISM DEVELOPMENT IN HISTORICAL EVENTS

Sendika, Endüstri 4.0, Turizm, Sosyal Turizm, Üçünü Yaş Turizmi
Trade Union, Industry 4.0, Tourism, Social Tourism, Third Age Tourism.

Serhat YOZCU, Füsun İSTANBULLU DİNÇER

45 –76

TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SİNİZM: TEORİK BİR İNCELEME ORGANIZATIONAL CYNICISM IN TOURISM BUSINESSES: A THEORETICAL

Örgütsel sinizm, Bilişsel sinizm, Duyuşsal sinizm, Davranışsal sinizm, Turizm işletmeleri.
Organizational cynicism, Cognitive cynicism, Affective cynicism, Behavioral cynicism, Tourism businesses

K. Seçkin KARAHAN, Faruk KALAY

77- 93

Dergimiz ASSOS INDEX ve INDEX COPERNICUS tarafından taranmaktadır.

ALIŞVERİŞ TURİZMİ KAPSAMINDA KAPALIÇARŞI ZİYARETÇİLERİNİN

E-ŞİKÂyetLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ezgi Erşahin¹, Şehnaz Demirkol²

Özet

Sosyal paylaşım siteleri, deneyim ve görüşlerin kolayca paylaşılması, farklı kişilerin yaşadıklarına ulaşılabilirliğinin olması sebebiyle turistin satın alma motivasyonlarını ciddi biçimde etkilemektedir. Turizm işletmeleri, özellikle turist deneyimlerinin paylaşıldığı TripAdvisor gibi sanal platformların yaygınlaşması ile birlikte, kitlesel ve hızlı yayılım gösteren memnuniyet ve şikâyetleri önemseyerek, süreçlerini bu yönde az maliyetle etkin hale getirebilmektedirler. Araştırmada alışveriş turizmine katılan ziyaretçilerin memnuniyetsizlik faktörlerini belirlemek ve turizm endüstrisinde mevcut e-şikâyet çalışmalarına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu kapsamda, alışveriş turizmi ve tarihi çekicilikleri ile önem arz eden İstanbul Kapalıçarşısı, TripAdvisor sitesinde paylaşılan e-şikâyetler kapsamında değerlendirilmiş, Nvivo 12 programı yardımıyla tematik içerik çözümlemesi yapılarak ziyaretçilerinin şikâyet sebepleri tespit edilmiştir. Daha sonra bu şikâyetler; fiyat, ürün, personel, fiziksel alan, sürdürülebilir miras ve diğer şikâyetler olmak üzere altı ana kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler de kendi içerisinde alt temalara bölünmüş ve her birinden örnekler verilerek sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada en fazla şikâyetin, her yerde bulunabilen özelliksiz ürünlerin, ederinden yüksek fiyatlarla satılması olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Alışveriş Turizmi, E-şikâyet, TripAdvisor, Kapalıçarşı

JEL Kodları: L83, L81

Geliş Submitted 18.06.2019

Kabul Accepted 04.10.2019

¹ Öğr.Gör., İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Plato Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, ezgiersahin@ayvansaray.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7851-5966

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, sdemirkol@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2122-4551

EXPLORING E-COMPLAINTS OF VISITORS TO THE GRAND BAZAAR: A SHOPPING TOURISM PERSPECTIVE

Abstract

Tourists' purchase motivations and intentions are largely influenced by the content shared on social networking sites given the ease of share and accessibility of this content. shared, tourism businesses can harness the power of these online travel platforms with low cost by considering complaints shared by customers online. The key objective of the current investigation is to determine the dissatisfaction factors of shopping-driven visitors and to contribute to the existing body of literature on e-complaining in tourism. Complaints shared on TripAdvisor about the Grand Bazaar (Istanbul), an important shopping center and a historical attraction, were thematic content analyzed using Nvivo 12 qualitative analysis software and the key types complaints identified. The analysis yielded six main categories: price, product, staff, physical space, sustainable heritage, and other complaints. These categories were divided into sub-themes and examples were presented using authentic citation. The findings show that most complaints were about high prices.

Keywords: Shopping Tourism, E-complaint, TripAdvisor, Grand Bazaar

JEL Codes: L83, L81

Giriş

Alışveriş çok yaygın bir turizm etkinliği olmakla birlikte, sınır ötesi gibi bazı seyahat türleri için de ana motivasyon kaynaklarından. Ziyaretçiler; sosyal veya kültürel yükümlülükleri yerine getirmek, ihtiyaçlarını karşılamak ya da yerel kültürü tecrübe etmek adına alışveriş yapmaktadır (Moscardo, 2004; İstanbullu Dinçer & Kanay, 2017) Alışveriş, eğlence ve turizm aktivitesi olarak daha fazla harcama yapılmasını sağladığı gibi, bazı destinasyonlarda ziyaretçi gelirlerinde ilk sırada yer almaktadır (Yüksel , 2004). Yerel ve ülke çapında ekonomiyi olumlu yönde etkilemekte, bölgesel gelir ve istihdam için fırsatlar yaratarak dengesizlikleri azaltmaktadır (Choi, Heo, & Law, 2016). Bu nedenle farklı kültürlerden gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarını doğru anlayarak yanıt vermek, olumlu deneyimlerin oluşması ve destinasyon yönetim başarısı için bir önkoşuldur (Jovicic, 2019). Turistik, ekonomik ve sosyokültürel açıdan sürdürülebilirliğinin sağlanması, küreselleşme karşısında destinasyon imajının zarar görmemesi için, yönetici ve paydaşların

önerilere/şikâyetlere önem vermesi, memnuniyetsizlik arz eden durumları tespit etmesi gereklidir.

Turizm işletmelerinin bilgilerinin ve değerlendirmelerinin yer aldığı, deneyimlerinin paylaşıldığı TripAdvisor gibi sanal ortamların yaygınlaşması ile birlikte, turistler satın alma işleminden önce paylaşılan duygu ve düşünceleri inceleyerek kararlarını verme eğilimi göstermektedir. Yapacakları seyahat ile ilgili araştırma sürecinde sanal platformları, işletmelerin uyguladığı pazarlama çabalarından daha güvenilir bulmakta (Dinçer & Alrawadieh, 2017), kolay ve hızlı ulaşılabilirliği nedeniyle daha çok tercih etmektedirler. Bu noktada işletmeler ise paylaşılan şikâyet ve memnuniyetleri değerlendirerek, daha az maliyetle bir nevi pazar analizi yapabilir, süreç yönetimini etkin hale getirerek rekabet üstünlüğünü ve sürdürülebilirliğini artırabilmektedir. Bu noktada işletmeler, kendilerine müşteri açısından bakarak eksik yanlarını iyileştirmek ve şikâyet yönetimini etkin sürdürebilmek için bu sitelerden yararlanmaktadır.

Çalışmanın amacı, alışveriş turizmine katılan ziyaretçilerin memnuniyetsizlik faktörlerini belirlemek ve turizm endüstrisinde mevcut e-şikâyet çalışmalarına katkı sağlamaktır. Ayrıca alışveriş turizmi kapsamında hizmet veren işletmelere ve destinasyon yöneticilerine alınması gereken tedbirler hususunda yol göstermesi beklenmektedir. Bu kapsamda, alışveriş turizmi ve tarihi çekicilikleri ile önem arz eden İstanbul Kapalıçarşı'sı, TripAdvisor sitesinde paylaşılan e-şikâyetler kapsamında değerlendirilmiş, içerik çözümlemesi yöntemi ile ziyaretçilerin şikâyet sebepleri tespit edilmiştir. Daha sonra bu şikâyetler kategorileştirilerek temalara ayrılmıştır. Temaların; alışveriş turizmi kapsamında seyahat eden ziyaretçilerin hizmet algılarının ortaya çıkarılması, işletme ve destinasyondan beklentilerinin tespit edilmesi adına önemli bir bilgi kaynağı olacağı düşünülmektedir. Olumsuzluk yaratan faktörlerin saptanarak pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde, işletme ve destinasyon imajına zarar verecek etkenlerin elimine edilmesinde de katkı sağlayacaktır. Literatürde e-şikâyetler yada şikâyet davranışları ile ilgili çalışmalar daha çok konaklama işletmeleri ve destinasyon bağlamında ele alınmıştır (Sparks & Browning, 2010; Ekiz, Khoo-Lattimore, & Memarzadeh, 2012; Alrawadieh & Alrawadieh, 2019; Liu & Li, 2019). Fakat alışveriş turizmi kapsamında yapılan çalışmaların kısıtlılığı ve e-şikâyet kapsamında değerlendirilmemiş olması, ileride yapılacak araştırmalara kaynak oluşturması açısından da çalışmayı önemli kılmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Alışveriş Turizmi ve İstanbul Kapalı Çarşısı

Alışveriş, insanların tatilde katıldıkları en yaygın ve eğlenceli aktiviteler arasındadır. “Mal satın alma amacıyla seyahat etme” anlamına gelen “Alışveriş Turizmi”, alternatif bir kazanç sağladığı gibi etkinlikleri çekici kılar, seyahat etmeye teşvik eder, çekici bir turist ürünü geliştirir ve hazcılık kaynağı olarak kabul edilmektedir (Kurt Konakoğlu, Kurdoğlu, & Demirel, 2018; Karakaya & Cihangir, 2016; Arnold & Reynolds, 2003). Alışveriş seyahat etmenin temel nedeni olarak belirtilmese de, turizm faaliyetlerinde en evrensel ve yerel bağlamda en ekonomik etki yaratandır. Birçok araştırmacı, pek çok ziyaretçi için, alışverişe çıkmadan hiç bir seyahatin tamamlanmadığı sonucuna varmıştır (Turner & Reisinger, 2001; Yüksel, 2004; Timothy & Butler, 1995). Tatil sürecinde alışveriş deneyimi işlevsel fayda ya da zorunluluktan çıkıp deneyimsel faydaya ulaşmaktadır. Alışverişin turizm kaynağı haline gelme potansiyeli, sadece mal tedarikine değil, çevrenin kalitesine ve çekiciliğine de bağlıdır. Dolayısıyla, alışverişin gelişmesi turizmi teşvik etmede önemli bir araçtır. (Ryan & Page, 2011). Destinasyon imajının sağlanmasında, geleneksel kent merkezlerinin ya da kırsal alanların canlandırılmasında ve rekabet edebilirliğinde alışveriş turizminin etkisi vardır (Jansen-Verbeke, 1991).

Boş zaman aktivitesi deneyimi olarak alışverişin, turizm faaliyetleri süresince çekiciliğinin oluşmasında içsel ve dışsal faktörler vardır. Birincil içsel faktörler; müşterilerin demografik ve psikografik özellikleri, kişisel ihtiyaçları ile kültürel arka planı iken, dışsal faktörler; satış mekan özellikleri, müşteri hizmetleri, satış yönetimi ve fiyatlardır (Timothy, 2005). Bu faktörler, müşteri sadakatini korumada, işletme ya da destinasyonda var olan başarısız hizmetlerin tespit edilerek çözümünde rol oynamaktadır (Yılmaz, Arı, & Doğan, 2016).

Alışveriş turizmi kapsamında bakıldığında; Kapalıçarşılar tarihi ve kültürel dokusunun yanında kendine has adabı ve yerel ürünleri ile de çekicilik kaynağıdır. Ayasofya’ya gelir kaynağı sağlama amacıyla yapılan İstanbul Kapalıçarşı’sının (Caykara, 2001) 64 cadde ve sokağı, 16 adet hanı, 22 adet kapısı ve yaklaşık dört bin dükkânı bulunmaktadır. Ayrıca 40.000 metrekare kapalı alana yayılmış, 20.000 personelle küresel anlamda en eski ve büyük alışveriş merkezi olma özelliğine sahip çarşı, günde 300.000-500.000 ziyaretçi karşılamaktadır (The Guide İstanbul, 2018). Tarih boyunca genellikle kuyumculuk, değerli taşlar, gümüş, halı, baharat ve halı gibi geleneksel Türk kültürüne ait ürünlerin yoğunlaştığı Kapalıçarşı’nın (Mortan & Küçükerman, 2010), kapitalist düzen karşısında geleneksel

çekiciliği değişse de (Kapıcıoğlu, 2008), İstanbul'un tarihini ve özgün ölümsüz kimliğini yansıtmaması bakımından modern alışveriş merkezlerinden ayrılmakta, gerek yerli gerekse yabancı turistler için bir cazibe merkezi olmaya devam etmektedir (Gürz, 2014; Tıra, 2017).

1.2. Müşteri Şikâyetleri ve E-Şikâyet Kavramları

Beklenen performans ile gerçekleşen performans arasında fark oluştuğunda tatminsizlik meydana gelir. Tatminsizlik, sadece ürün/hizmetlerin performansının müşteri beklentilerine cevap verememesi değil müşteri ile oluşturulan ilişkinin sağlanamamasından da oluşabilir (Barış, 2006). Şikâyet, *“ihtiyaç, istek ve beklentilerin karşılanmaması sonucu ortaya çıkan memnuniyetsizliğin sözle veya yazıyla belirtilmesidir”* (Kozak, 2006: 139). Her şikâyet, müşteri ile işletme arasındaki ilişkinin tehlikeye girmesi durumunda, bu tehlikeyi ortadan kaldırmak ve ilişkinin düzeltilmesi için bir fırsattır. Online şikâyet (e-şikâyet) ise; *“bir ürün veya hizmetten faydalanan bireyin, bu deneyimde yaşadığı sorunları elektronik ortamlar aracılığıyla dile getirmesidir”* (Şahin, Girgin, & Kazaoglu, 2018, s. 71). Tüketiciler hatalı ya da beklentilerinin altında hizmet sunulduğunda, fayda karşılığını bulamadıklarında memnuniyetsizlik oluşur ve şikâyet etme davranışına yönelirler (Zorlu & Erkuş, 2018). Bu durumda tüketici ürünü bir daha satın almama, sesli olarak sorununu bildirerek çözüm arama ya da işletmeye zarar vermeye çalışma davranışlarına girebilmektedir. Özellikle bir e-şikâyet paylaşımının mevcut ve potansiyel tüketiciye ulaşması ile işletmenin faaliyetlerine, marka güvenilirliğine, itibar ve imajına zarar verebilmektedir (Hsiao, Chenb, Choy, & Suc, 2016). Buna yönelik tüketici memnuniyetini arttırmak adına beklentilerinin tespit edilerek karşılanması gerekmektedir. Fakat beklenti ve isteklerin müşteriler tarafından bildirilmedikçe saptanması zordur. Şikâyetler bu anlamda memnuniyetin sağlanması ve isteklerin önceden öngörülerek çözümlenmesinde en kapsamlı ve en etkin geri bildirim kaynağı olarak kullanılabilir (Alabay, 2012).

Şikâyetler işletmeler için kaygı faktörü olsa da, ürün ve hizmette iyileştirmeler yapılmasına olanak sağlayan müşteri dönütlerinin elde edilmesine olanak tanır (Şahin, 2018). Her şikâyet, işletme etkinliğini yükseltirken, tüketici ile işletme arasındaki kötü deneyimi düzeltme noktasında bir fırsattır (Kozak, 2007). Araştırmalar şikâyet sonrasında çözüme ulaştırılıp geri kazanılan müşterilerin, daha önce hiç sorun yaşamayan müşterilere oranla, daha fazla memnun olduklarını göstermiştir (Çulha, Hacıoğlu, & Kurt, 2009). Şikâyetlerin tamamına yakını problem yaşayan/yaşadığını düşünen kişiler tarafından oluşturduğu için bu konuya önem veren işletmeler müşteri sadakati ve memnuniyetini sağlama anlamında avantajlar elde edebilmekte, uzun vadeli satış ve kar oranını artırarak olumsuz durumu fırsat

haline çevirebilmektedirler (Barutçugil, 2009). Ağızdan ağıza pazarlama özellikle maddi olmayan ürün tüketimi olan ağırlama ve turizm sektöründe tüketicinin satın alma kararlarında etkin rol oynamakta, müşteri şikâyet yönetimini daha önemli kılmaktadır. Bu nedenle işletmeler kişilerarası etkiyi yönetmeye çalışabilir (Litvin, Goldsmith, & Pan, 2008), e-şikâyetleri değerlendirerek çok memnun ve sadık müşteri yaratmak adına kendilerini daha donanımlı hale getirebilirler (Johnston, 2001). Eğer kötü ya da etkisiz bir şikâyet politikası uygulanırsa tatmin olmamış müşteri ile işletme arasında olumsuz hava artacak, olumsuz deneyimin daha fazla kişiye ulaşmasıyla pazardaki risk büyüyecektir (Barlow & Moller, 2009). Şikâyetleri olumlu bir şekilde çözüme ulaşan tüketiciler ise, ileriki zamanlarda satın alma süreçlerinde yaşanacak olumsuz durum ile ilgilenileceğini bildiklerinden daha bağlı tüketici haline gelirler. İşletme için bu durum yeni tüketici kazanma ya da mevcut müşteriye kaybetme maliyetinin çok altında seyretmektedir (Avcı & Doğan, 2018). Operasyon ya da kurumsal çapta süreç yönetimi maliyet yaratarak finansal anlamda olumsuz etkiye neden olsa da, süreçlerin iyileşmesi ile uzun vadede, çalışanların şikâyetler karşısında yıpranma payını azaltmakta, işletme maliyetleri düşmekte ve itibar kayıplarını önlemektedir (Johnston, 2001; Bowen, 1999). Ayrıca memnuniyetsiz müşterinin tekrar kazanılmasıyla oluşan sadık müşteri, paylaşımına cevaben ya da çevresine, işletmenin şikâyet yönetimini nasıl ele aldığını ve çözümlediğini aktarması da muhtemeldir (Bengül, 2018)

Tüketiciler memnuniyetsizlik arz eden bir deneyim yaşadıklarında bunu direk hizmeti veren işletmelere, kamu kurum ve kuruluşlarına ya da sivil toplum kuruluşlarına iletebilmekte, ağızdan ağıza pazarlama yoluyla diğer tüketicilere aktarabilmektedirler (Litvin, Goldsmith, & Pan, 2008). Tüketiciler geçmişte şikâyet edilecek kişi/kurumu bilmemesi, süreçlerin belirsizliği ve yavaş işlemesi nedeniyle şikâyet iletmekten kaçınma davranışı gösterebilirler de (Güzel, 2014), gelişen teknoloji ile birlikte artan sanal ortamlar yaşanan deneyimin paylaşılmasını hızlandırmış ve kolaylaştırmıştır. Günümüzde bu amaçla yapılandırılmış e-şikâyet sitelerinin, ağızdan ağıza iletişime göre bilginin başkalarına ulaştırma konusunda daha etkin rol oynaması (Çetin Gürkan & Dömez Polat, 2014), medyanın dikkatini çekerek kamuoyu oluşturması (Tokay Argan, 2014), dijital ortamlara ulaşım ve kullanım kolaylığı bilgiyi paylaşma niyetini direk etkilemektedir. Sosyal mecraların kullanıcılarının artmasının yanı sıra dijital verilerin giyilebilir teknoloji ile hızlı senkronizasyonu da, elektronik ortamlardaki bu paylaşımların hacmini artırmıştır (Williams, Inversini, Ferdinand, & Buhalis, 2017). Yapılan paylaşımların olumlu olumsuz nitelikleri, satın alma davranışı ve ziyaret sürelerini etkilemektedir (Bilgihan, Barreda, Okumuş, & Nusair, 2016). Turistik tüketicilerin destinasyonlar hakkında çevrimiçi paylaşımları,

bölgelerin imaj ve potansiyelini ölçmede, ziyaretçilerin algı, davranış ve beklentilerini anlamada önemli veriler sağlamaktadır (Alrawadieh, Dinçer, İstanbullu Dinçer, & Mammadova, 2018). Dijital ortamların dinamik yapısı ve paylaşılan görüşlerine verilen önem, algılanan güvenilirliği artırmakta, destinasyon seçimi ve satın alma niyetini etkilemektedir. Özellikle e-şikâyet kapsamında değerlendirilebilecek olumsuz görüşler daha dikkat çekmekte ve daha fazla ziyaret edilmektedir (Bigne, Ruiz, & Curras-Perez, 2019).

Turistin memnuniyeti kapsamında süreçler destinasyona varıldığı anda başlayıp ayrılışına kadar sürmekte ve olası olumlu olumsuz faktörler domino etkisi yaratarak tüm tatil deneyimini etkileyebilmektedir. Bu nedenle oluşacak zararların giderilmesi, müşteri memnuniyetinin sağlanması, istek ve ihtiyaçların saptanarak karşılanması ve memnuniyetsizlik arz eden durumların ortadan kaldırılmasıyla mümkündür. Tatminsiz müşteriler e-şikâyet yöntemi ile zaman ve yer maliyeti yaşamadan problemi geniş kitlelere ulaştırabilmekte, ilgili mercilerden de daha hızlı yanıtlar alabilmektedir. İnsan faktörünün önemli olduğu turizm sektöründe, işletmelerin/destinasyonun imajını korumak, maliyetleri düşürmek, müşteri memnuniyetini ve sadakatini yükseltmek adına her şikâyetin dikkate alınması gerekmektedir.

2. Çalışma Metodolojisi

Bu araştırmada, İstanbul Kapalıçarşı'sını ziyaret eden turistlerin şikâyetleri incelenerek, ana ve alt temalar çerçevesinde kategorileştirilmiştir. Çalışmanın amacı; ziyaretçiler tarafından memnuniyetsizlik addedilen noktaları belirlemek ve turizm endüstrisinde mevcut e-şikâyet araştırmalarına katkı sağlamaktır. Ayrıca, alışveriş turizmi kapsamında hizmet veren işletmeler ile destinasyon yöneticilerine güncel ve kapsamlı bilgi sunması, alınması gereken tedbirler bağlamında da yol göstermesi beklenmektedir. Çalışmanın örneklemini oluşturan İstanbul Kapalıçarşı'sı, alışveriş turizmi kapsamında günde yüzbinlerce ziyaretçi çeken önemli bir çekim noktasıdır. Ayrıca TripAdvisor değerlendirmelerine göre "İstanbul içerisinde yapılacak en iyi şeyler" kapsamında da 1.176 kategori içerisinde 10. Sırada yer almaktadır (TripAdvisor,2019).

Verilerin toplanması için 661 milyonu aşkın yorum ve görüşün olduğu, turistler tarafından paylaşılan e-şikâyetler kapsamında yeterli envanteri olan TripAdvisor kullanılmıştır. 2017'de dünyanın en büyük seyahat sitesi seçilen (TripAdvisor, 2019) TripAdvisor, seyahat deyimlerinin geliştirildiği, genişletildiği, değerlendirildiği, tarafların yorum ve katkı sağlamasına olanak sağlayan güçlü platformlardandır (Bilgihan, Barreda, Okumuş, & Nusair, 2016). Sitenin dinamik yapıda olmasından dolayı her an yeni bir yorumun

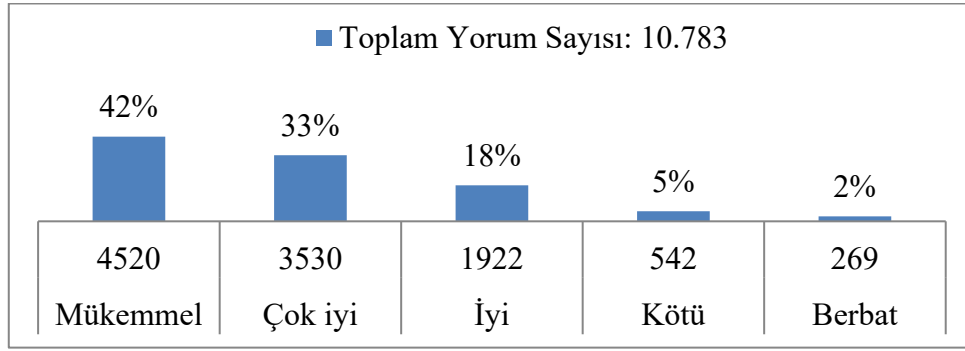
eklenmesi söz konusudur. Bu nedenle çalışmaya zaman sınırlaması getirilmiş ve 01.01.17-30.02.2019 tarihleri arasında yapılan yorumlar değerlendirilmiştir.

TripAdvisor web sitesinde deneyimlerin paylaşılması adına 5’li Likert derecelendirmesi bulunmaktadır. Bu derecelendirme; “mükemmel”, “çok iyi”, “ortalama”, “kötü” ve “berbat” şeklindedir. Araştırma e-şikâyetler kapsamında olduğundan amaçsal örnekleme gidilmiş, bütününe yakını şikâyet içeren “kötü” ve “berbat” kategorisinde yer alan (tüm diller) yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. Bu yorumlar araştırmacı tarafından tek tek okunmuş, şikâyetler çözümlenmiş Nvivo 12 programına aktarılarak, içerik analizi türlerinden tematik analize (kategorisel) tabi tutulmuştur. Tematik analiz, veri içindeki kategorileri saptamak, analiz etmek ve raporlamak için bir yöntemdir (Braun & Clarke, 2006). Verilere bütüncül ve ayrıntılı bakış açısının oluşmasını sağlayarak, ana alanların ortaya çıkarılmasını sağlamak mümkündür (Çalık & Sözbilir, 2014). Şikâyetler Nvivo’12 programına aktarılırken, paylaşımın tarihi ve hangi ülke vatandaşı tarafından yapıldığı da girilerek, araştırma temalarına olası etkisi görülmek istenmiştir. Analiz sürecinde şikâyetler, nedenleri baz alınarak benzer başlıklar altında toplanmış ve alt temalar oluşturulmuştur. Bu alt temalar daha sonra tekrar incelenmiş, benzerliklerine göre küme gruplandırılmasına gidilerek, fiyat, ürün, personel, fiziksel alan, sürdürülebilir miras ve diğer şikâyetler olmak üzere altı ana tema altında toparlanmıştır.

3. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Sitede bulunan Kapalıçarşı ile ilgili genel yorum sayısı ve değerlendirme istatistikleri Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde; siteye İstanbul Kapalıçarşı’sı ile ilgili toplam 10.783 adet değerlendirme yapıldığı gözlemlenmiştir. Bunların %44’lük (4520 yorum) kısmının mükemmel, %32’lik (3530 yorum) kısmının çok iyi, %17’lik (1922 yorum) kısmının ortalama, %5’lik (542 yorum) kısmının kötü, %2’lik (269 yorum) kısmının ise berbat olarak değerlendirildiği gözlemlenmiştir. Bunlar yıl bazında kısıtlandığında (01.01.17- 30.02.2019) değerlendirmeye alınan “kötü” yorum sayısı (2 puan) 131, “berbat” yorum (1 puan) sayısı ise 65 tanedir. Kapalıçarşı ile ilgili en çok “mükemmel” (5 yıldız) ve “çok iyi” (4 yıldız) değerlendirmelerinin yapıldığı ve genel ortalamasının 4 yıldız olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Kapalıçarşı Genel Değerlendirme Puanı ve Yorum Sayısı



Araştırmada değerlendiricilerin hangi ülke vatandaşı olduğu “kötü” ve “berbat” kategorilerinde ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bu kapsamda Tablo 2 verilerine ulaşılmıştır.

Tablo 2. Ükelere Göre Şikâyet Değerlendirme Sayıları

Ülke	Yorum sayısı					
	Berbat	Yüzde	Kötü	Yüzde	Toplam	Yüzde
RUSYA	14	22%	25	19%	39	20%
İngiltere	5	8%	14	11%	19	10%
Türkiye	8	12%	10	8%	18	9%
İtalya	3	5%	10	8%	13	7%
ABD	4	6%	6	5%	10	5%
İspanya	2	3%	7	5%	9	5%
Arap Emirlikleri	1	2%	7	5%	8	4%
Almanya	2	3%	5	4%	7	4%
Çin	2	3%	5	4%	7	4%
Diğer	24	37%	42	32%	66	34%
Toplam	65		131		196	100%

Tablo 2 incelendiğinde; Kapalıçarşı’yı “kötü” olarak değerlendirenleri sırasıyla Rusya (%22), Türkiye (%12), İngiltere (%8) vatandaşları oluştururken, “berbat” olarak değerlendirenleri sırasıyla Rusya (%19), İngiltere (%11), Türkiye (%8) vatandaşlarının oluşturulduğu saptanmıştır. Ayrıca çalışma kapsamındaki toplam yorum sayısı incelendiğinde en fazla yorum yapanların Rusya (%20), İngiltere (%10), Türkiye (%9), İtalya (%7), ABD (%5), İspanya (%5) vatandaşlarının olduğu görülmektedir.

Yapılan içerik analizi sonucunda; Kapalıçarşı ile ilgili belirtilen şikâyetler sebeplerine göre kategorileştirilmiş, ana ve alt temalar elde edilmiştir. Bu sonuçlar berbat ve kötü kategorilerinde ayrı ayrı değerlendirilerek referans sayıları ile birlikte Tablo 3’te

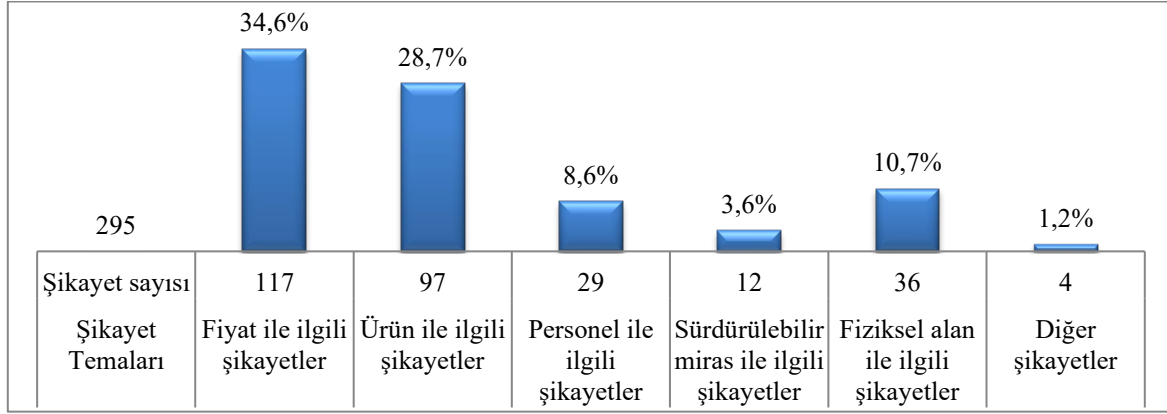
gösterilmiştir. Ayrıca 196 değerlendirmeden 3 tanesinin yorumunun olumlu olduğu, 1 tanesinin ise somut bir sorunu belirtmediği tespit edilmiştir.

Tablo 3. Şikâyet Ana/Alt Temaları

Şikâyet Ana ve Alt Temaları	Berbat	Kötü	Referans sayısı
Fiyat ile ilgili			117
Yüksek Fiyat (Turist Tuzağı)	38 (6)	79 (20)	117 (26)
Ürün ile ilgili			116
Kalitesiz Ürün	15	20	35
Sahte Ürün	9	27	36
Standart Ürün (Her Yerde bulunabilen)	8	16	24
Ürün Çeşitliliği Yok (Çarşıdaki Benzerlik)	4	17	21
Personel ile ilgili			46
Satıcı Israrı Ve Takibi	4	19	23
Cinsel Fiziksel/Sözlü Taciz	4	1	5
Kaba/Saldırgan Davranış	7	5	12
Satıcı Davranışları (Diğer) (Kalite, Aldatıcı Davranış)	4	2	6
Fiziksel alan ile ilgili			44
Kalabalık	5	14	19
Kirlilik (Ses)	2	4	6
Kirlilik (Genel Alan)	2	0	2
Kirlilik (Koku-Sigara)	5	2	7
Pazarın Büyüklüğü/Karışık Olması	3	7	10
Sürdürülebilir miras ile ilgili			12
Sürdürülebilir Miras	3	9	12
Diğer			7
Diğer (Tatil Günü Ve Çalışma Saatleri)	0	2	2
Diğer (Ulaşım)	0	1	1
Diğer (Arap Turist Yoğunluğu)	1	1	2
Diğer (Yabancı dil zayıflığı)	0	1	1
Yerli turistle ilgilenmemeleri	0	1	1
Toplam	120	248	342

Tablo 3'te görülebileceği gibi; 196 Kaynaktan toplamda 342 referans elde edilmiştir. 342 şikâyet unsuru ilgi düzeyine göre 6 ana (fiyat, ürün, personel, fiziksel alan, diğer), 20 alt kategoriye ayrılmıştır.

Tablo 4. Kaynak Bazında Şikâyet Teması Yüzdeleri



Şikâyetlerin kaynak üzerinden dağılımına bakıldığında ise (Tablo 4) en fazla şikâyet temasının %34.6 oran ve 117 yorum ile fiyat olduğu görülmektedir. Fiyat kategorisindeki toplam 117 şikâyetin 26 tanesi ise turist tuzağı referanslarını taşımaktadır. İkinci en sık bildirilen şikâyet ise %28.7 oran ve 97 yorum ile ürün teması olmuştur. Bunları sırasıyla; fiziksel alan (%10.7), personel (%8.6), sürdürülebilir miras (%3.6) ve diğer şikâyetler (%1.2) izlemektedir.

Tablo 5. Şikâyet Temalarının Kaynak Bazında Referans Sayıları

Ana tema	Kaynak sayısı	Referans sayısı
Fiyat yüksekliği	117	117
Ürün ile ilgili	97	116
Personel ile ilgili	29	46
Fiziksel alan ile ilgili	36	44
Sürdürülebilir miras ile ilgili	12	12
Diğer şikâyetler	4	7
Toplam	295	342

Tablo 5’de ana kategoride yer alan şikâyet temalarının kaynak ve referans sayılarına yer verilmiştir. Buna göre en fazla belirtilen şikâyet teması sırasıyla; fiyat yüksekliği, ürün, personel, fiziksel alan, sürdürülebilir miras ve diğer şikâyetler şeklindedir. Aşağıda şikâyet kaynak ve referansları, temalar bazında değerlendirilerek örneklendirilmiştir. Örneklerde paylaşımda bulunan kişiler için, tema bazında kodlama yapılmıştır. Örneğin; fiyat yüksekliği teması kapsamında yorum yapan kişiler için F1,F2,F3... olarak kodlama yapılırken, ürün teması ile ilgili yorum yapan kişiler için Ü1,Ü2,Ü3... olarak kodlama yapılmıştır.

3.1. Fiyat ile İlgili Şikâyetler

Kapalıçarşı ile ilgili yapılan şikâyetlerin büyük bölümünü “Fiyat yüksekliği” temasında olanlar oluşturmaktadır. Toplam 196 yorumun 117 tanesinde fiyat ile ilgili sorun belirtilmiştir. Ziyaretçiler bu ürünlerin çarşı dışında daha uygun fiyatlı olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca çarşıda pazarlık edilebilme kültürü oturduğu için asıl satış fiyatının çok yüksek söylendiğini de ifade etmişlerdir. Bu temaya örnek olarak; F1: “Çok, çok kötü, her zaman size değerinden iki kat ya da daha fazla aşırı fiyatlar sunuyorlar...” , F2 “....Fiyatlar İstanbul'un diğer yerlerine göre daha pahalı, pazarlık yapıyorlar, ancak ilk fiyat başlangıçta iki ila üç kat fazla tahmin ediliyor...” örnekleri verilebilir. Ayrıca yüksek fiyatlamamanın (117 referans) 26 adedini “turist tuzağı” alt teması oluşturmaktadır. Ziyaretçiler çarşıda turistlere para kaynağı ve av olarak bakıldığını ifade etmiştir. Bu sebeple ironik bir yaklaşımla çarşının av olan turiste yönelik tuzaklarla dolu olduğu belirtilmiştir. Çarşıda yapılan pazarlıklar her ne şekilde sonuçlanırsa sonuçlansın, dışarıya oranla yüksek fiyatlı bir alım gerçekleştiğini söylemişlerdir. Turist olmanın otomatik yüksek bir etiketle karşılaşmakla eşdeğer tutulduğunu, yüksek indirimli alışverişlerin dahi dışarıdan daha fiyatlı olduğunu, çarşının etrafındaki dükkanlarda aynı ürünün yarı fiyatından daha düşüğüne bulunabileceğini belirtmişlerdir. Bu temaya örnek olarak; F3: “... Satıcılar kelimenin tam anlamıyla dış piyasa oranını iki katına çıkarırlar ve gerçekten pazarlık yapmazlar ...”, F4: “...Turistleri yakalamak için kasten şişirilmiş fiyatları olan bir turist tuzağı....”, F5: “.....Tüm satıcılar turistleri rahatsız ediyor.....Ayrıca kg başına 240 lira lokum gördüm, fakat diğer yerde aynı şey 53 lira idi....” yorumları örnek verilebilir.

3.2. Ürün ile İlgili Şikâyetler

Ürün ile ilgili şikâyetler, fiyat bazlı olanlardan sonra en fazla kaynak ve referansa sahip şikâyet temasıdır. Ziyaretçilerin 97 tanesi ürün teması altında toplam 116 adet referans belirtmiştir. Ürün kaynaklı şikâyetler kendi içerisinde “kalitesiz ürün”, “sahte ürün”, “standart ürün” ve “ürün çeşitliliği” olmak üzere dört alt temaya ayrılmıştır (Tablo 3). En çok belirtilen şikâyet, ürünün sahte (36) ve kalitesiz (35) olmasıdır. Berbat olarak değerlendirilmiş yorumlarda daha çok kalitesiz üründen (15) şikâyetçi olunurken, kötü değerlendirilmiş yorumlarda daha çok sahte üründen (27) şikâyetçi olunmuştur.

Ürün kalitesiyle ilgili yapılan yorumlara örnek olarak; Ü1: “...Giysiler korkunç kalitede ve diğer şeyler sadece turist çöplüğüydü...” , Ü2: “...tüm ürünler sahte, düşük kaliteli...”, Ü3: “yalnızca çok düşük kaliteli ürünler bulabileceğiniz, düşük maliyetli bir İtalyan pazarından farkı yok...” verilebilir. Ayrıca kalitesiz ürünler ile ilgili; Çin malı

kalitesiz ürünlerin yüksek fiyatlı satıldığı yer olarak da fazlaca yorum bulunmaktadır. Gıda ürünlerinin bozuk ya da kurtlu oluşu, giysilerin tek kullanımlık derecesine vasat kalitede olduğu, sanat adı altında satılan hiçbir şeyin değeri olmadığı da belirtilmiştir.

Sahte ürünler ile ilgili örnek olarak; Ü4:“*Sadece sahte giysi ve düşük kaliteli aksesuarlarla dolu korkunç bir yer...*” , Ü5:“*Buralarda satıcılar ve dükkanlar küçük bir Ortadoğu yolsuzluk ve sahte eşya panoraması sergiliyor...*” yorumları verilebilir. Sahte ürünler alt temasında toplam 36 referans bulunmaktadır. Bu tema altındaki yorumlarda marka değeri olan lüks kategorideki ürünlerin sahtelerinin, orijinal adı altında, normal fiyatıyla satıldığı belirtilmiştir.

Standart ürün alt temasında, her yerde bulunabilen, çarşıya özgü bir yanı olmayan ürünlerin satıldığına dair yorumlar bulunmaktadır. Toplam 24 referansı bulunmaktadır. Ü6:“*...Hepsi başka bir yerde bulabildiğim şeylerdi...*” , Ü7: “*...Şehirdeki diğer herhangi bir turist dükkanında bulabileceğiniz şeyler ama aynı zamanda çok daha yüksek fiyatlarla..*” yorumları bu alt temaya örnek olarak verilebilir. Son olarak toplam 21 referanslı “ürün çeşitliliği” alt temasında, çarşı boyunca hep aynı ürünlerin olduğuna, gezmeye değer bir şey bulunmadığına dair yorumlar bulunmaktadır. Ü8:“*...Her dükkanda aynı şeyler var...*”,Ü9: “*...hazineleri aramayın, her alışveriş şeridi aynıdır...*”,Ü10: “*aynı malları satan 1000 dükkan var...*” , Ü11:“*...aynı 4 veya 5 mağaza x 1000 kez tekrarladı...*” yorumları bu temaya örnek verilebilir.

Ürün temasındaki yorumlar değerlendirildiğinde; ziyaretçilerin çarşıya tarihi ve mimari güzellikleri görmek amacıyla gidilmesi gerektiği fakat alışveriş maksatlı düşünülecek bir yer olmadığını, çarşının yakın civarındaki yerlerin alışveriş için tercih edilmesinin daha uygun olduğunu, kalitesiz ve sahte ürünlerin yüksek fiyatla sunulduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

3.3. Personel ile İlgili Şikâyetler

Ziyaretçilerin Kapalıçarşı personeli ile ilgili toplam 29 kaynaktan 46 referans belirttikleri tespit edilmiştir. Bu kategorideki alt temalar referans sayılarıyla birlikte; “Satıcı ısrarı ve takibi (23)”, “Cinsel fiziksel/sözlü taciz (5)”, “Kaba/saldırgan davranış (12)” ve “Satıcı davranışları (Diğer)(6)” olarak oluşturulmuştur. Ziyaretçilerin en çok, çalışanların satış amaçlı ısrarları ve kendilerini takip etmelerinden rahatsız oldukları görülmektedir. Bunu kaba ve saldırgan davranış göstermeleri izlemektedir.

Satıcı ısrarı ve takibi alt teması bazında yapılan yorumlara; P1:“*...satıcılar sizi taciz eder, ürünleri almanız için zorlar ve uyruğunuzu bilmek için sizi sürekli takip eder..*”, P2:

“Vitrinlere bakmak istiyorsunuz hemen yanınızda bir eleman beliriyor..” örnek olarak verilebilir. Kaba/saldırğan davranış alt temasında P3:“...Bir Türk kocamın omzunu tuttu ve dükkânına bakmayı reddettiği için onu tehdit etti...” , P4:“...satıcılar son derece saldırğan...” gibi yorumlar bulunmaktadır. Diğer satıcı davranışlarında ise P5:“Esnaf kalitesi düşmüş...”, P6:“...sinir bozucu tüccarlar...” gibi sıfatlar tespit edilmiştir.

Cinsel fiziksel/sözlü taciz alt temasında; P7:“...Çoğunlukla cinsel ilişkiye aç satıcılar. Dikkatli olun...” , P8: “eğer bir kadınsanız, cinsel müstehcenlikler de derler. Kadın turistlerin burada yalnız gitmelerini önermiyorum...” gibi yorumlar bulunmaktadır. Ayrıca Kapalıçarşı’ya tek değil, bir arkadaş ile gidilmesini önerdikleri görülmektedir.

3.4. Fiziksel Alan ile İlgili Şikâyetler

Fiziksel alan ile ilgili yapılan şikâyetler “kalabalık”, “kirlilik” ve “pazarın büyüklüğü/karışık olması” şeklinde kategorileştirilmiştir. En fazla referans alan 19 ile “kalabalık”, daha sonra 15 referans ile “kirlilik”, son olarak 10 referans ile “pazarın büyüklüğü/ karışık olması” temasının olduğu gözlemlenmiştir. Alt temalardan “kirlilik” kendi içerisinde; ses, genel alan, koku-sigara şeklinde de kategorileştirilmiştir. Kalabalık temasında insan ve turist çokluğundan, kirlilik temasında ise daha çok koku ve sesten şikâyetler bulunmaktadır. Koku konusunda özellikle sigaranın kapalı bir mekânda içilmesine ve böyle bir şeye izin verilmesine karşı yorumlar yapılmıştır. F1:“...Sigara içmek yasaklanmalı...”, F2:“Kir ve gürültü”, F3:“Temizlik ve hijyen hiç yok”, F4:“kir ve berbat bir koku” gibi yorumlar bunlara örnek verilebilir. “Pazarın büyüklüğü/ karışık olması” temasında; F5:“büyük ve labirent pazar”, F6:“...Çok kalabalık, güneş ışığı gelmiyor, kaybolunur, çok büyük ve çıkış işaretleri kötü yerleştirilmiş..”, gibi yorumlar yapılmıştır. Daha çok yetersiz tabela ve işaretlerden şikâyetçi olduğu saptanmıştır.

3.5. Sürdürülebilir Miras ile İlgili Şikâyetler

Sürdürülebilir miras teması ziyaretçilerin Kapalıçarşı’nın eski havası ve değerlerinin kalmadığına ilişkin değerlendirmeleriyle oluşturulmuştur. Bu yorumlara örnek olarak; S1:“...Türkler, bu yerdeki bütün Osmanlı mirasını kirletti, bütün tarihi işaretler, kaplamalar...” , S2: “Bu yerle ilgili otantik bir şey yok...” , S3:“...Dükkânlar benzersiz geleneksel ürünler veya başka bir yerde bulamadığınız şeyler satsalardı beni çok etkilerdi. Ancak bu, aynı hediyelik eşyaların ve çay bardağı, mücevher ve sahte marka mağazalarının (iki katından daha fazla fiyatla) (ki buna değmeyeceğini biliyorsun) kazanı olduğu ortaya çıktı...” verilebilir. Yorumlar ele alındığında, daha çok “sahte ürün” alt temasıyla ilintili

şikâyetlerde olduğu gözlemlenmiştir. Geleneksel kültürü yansıtan, el işçiliği ürünler ve çarşı esnafının davranış kültürünün kalmaması ile birlikte AWM den farksız olduğu belirtilmiştir.

3.6. Diğer Şikâyetler

Ana ve alt kategorilere uymayan referanslar “Diğer” kapsamında ayrılmıştır. Bu temada toplamda 7 referans bulunmaktadır. Bunlar Kapalıçarşı'nın tatil günleri ve çalışma saatleri, ulaşımı, çalışanların bildiği yabancı diller ve yerli turist ile ilgilenmemeleri şeklindedir.

4. Sonuç ve Tartışma

Günümüzde bilgi ve deneyim paylaşımının ulaşılabilirliğini kolaylaştıran sanal platformlar tüm mecralarda olduğu gibi turistik faaliyetlerde de önem arz etmektedir. Turistik destinasyonların ziyareti sonrası geri bildirim ve değerlendirmelerin yapıldığı, dünyanın en büyük seyahat sitesi olarak lanse edilen TripAdvisor yorumları çalışmanın ana beslenme alanını oluşturmuştur. İstanbul Kapalıçarşı'sı, turistlerin alışveriş ve kültür amaçlı ziyaret ettiği, Anadolu ve Osmanlı kültürüne ait eserlerin bulunabildiği otantik bir yapıdır. Çalışmada, çarşı ziyaretçilerinin yapmış olduğu tümel geri bildirimler sonrası tikel negatif değerlendirmeler, e-şikâyet kapsamında analiz edilmiştir. Bu analizde negatif deneyimlemenin alt nedenleri incelenmiştir. Bu bilgiler ışığında ziyaretçi değerlendirmelerinin büyük oranda olumlu olduğu, belirtilen olumsuzlukların çözümlenmesi halinde çarşı otantikliğine daha uygun ve turistik bir yapı olacağı kanaati gözlemlenmiştir.

Çalışmamızın ana eksenini %7'lik oran ve 811 değerlendirmeye sahip kötü ve berbat yorumları oluşturmaktadır. Bunlar içerisinde zaman kısıtına gidilerek son 2 yılda yapılan % 24'lük orana sahip 196 değerlendirme baz alınmıştır. Geri bildirimler ülke vatandaşları bazında değerlendirildiğinde Rusya, İngiltere, Türkiye, İtalya ve Almanya ilk 5 içerisinde yer almaktadır. Sıralamada Türk vatandaşlarının ilk 5 içerisinde yer alması Kapalıçarşı'nın iç ve dış turizm hareketlerinde etkili olduğunu göstermektedir.

Ziyaretçilerin e-şikâyetleri, sebepleri bazında analiz edilerek; fiyat, ürün, personel, fiziksel alan, sürdürülebilir miras ve diğer şikâyetler olmak üzere 6 ana tema ve 20 alt temaya ayrılmıştır. Ana temalarda toplam da en büyük oranı fiyatla ilgili şikâyetler oluşturmaktadır. Fiyatlamamın bu kadar yüksek oranda e-şikâyet olarak yansımaları, ürünler temasındaki yorumlarla da ilişkilidir. Nitekim ziyaretçiler çarşıda satılan ürünleri kalite ve eder boyutuyla

değerlendirmiş, piyasadan yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca fiyat yüksekliğinin özellikle turistlere yönelik olduğu da ifade edilmiştir.

Şikâyetler içerisinde ikinci sırayı ürün ana teması oluşturmaktadır. Bu temada en çok sahte ürün alt temasındaki şikâyetler oluşturmaktadır. Ziyaretçiler Kapalıçarşı içerisinde otantik ürünler dışında global marka ürünlerin de olduğunu, bu ürünlerin orijinal olarak ifade edilip satıldığını oysa tamamen sahte olduklarını belirtmişlerdir. Kalitesiz ürünler alt teması ile ilgili ise; satın alınan ürünlerin deneyim sonrası farkına varılacak şekilde kalitesiz olduğu belirtilmiştir. Kalite ekseninde yerli ürünlerin bozuk, çürük ve Çin menşei olmasından kaynaklı şikâyette bulunulmuştur. Bu durum özellikle müşteri sadakatinin ve marka kimliğinin oluşmasında büyük zararlara sebebiyet verebilmektedir. Standart ürün alt teması altında ziyaretçiler, Kapalıçarşı beklentisi içerisinde yer alan otantiklikten uzak birçok ürün barındırdığını, bunun da beklentinin hayal kırıklığı olarak sonuçlanmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir. Ürün çeşitliliği alt temasında ise, Kapalıçarşı içerisinde yer alan işletmelerin benzer nitelik ve nicelikte hizmetler sunduğu ifade edilmiştir. Ürün kaynaklı şikâyetler ele alındığında, ziyaretçiler Kapalıçarşı içerisinde bulunan birçok ürünün sıradan, kötü ve tarihi dokuyu yansıtmadığını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerin temel algısında yerel ürün beklentisi ile çakışan bir durum olduğu görülmektedir. Buna istinaden çarşının tarihi dokusu dışında herhangi farklılığının olmadığını, daha çok sıradan bir alışveriş merkezi ile benzerlik gösterdiğini ifade etmişlerdir.

Ziyaretçilerin ürün ve fiyatlama sonrası geri bildirimde bulunduğu bir diğer ana tema ise fiziksel yapı ve görünüm olmuştur. Bu kapsamda hem kalabalık hem de büyüklük şikâyetlerinde bulunulmuştur. Bu iki şikâyet her ne kadar kendi içerisinde tezatlık içerse de geri bildirimlerin alt metinleri incelendiğinde böyle olmadığı anlaşılmaktadır. İstanbul Kapalıçarşı'sının dünyanın en eski ve en büyük alışveriş merkezi olduğu bilinmektedir. Bu büyüklük kendi içerisinde bir şehir yapısı olarak incelendiğinde işlek caddeler ve tali yollar barındırmaktadır. Ziyaretçilerin yoğun olarak işlek caddelerde bulunması sebebiyle ciddi bir kalabalık görüntüsü oluşmaktadır. Oysa ziyaretçilerin verdiği alt geri bildirimler incelendiğinde tali yol olarak belirtilen güzergâhların daha sakin olduğu görülmektedir. Büyüklük noktasındaki şikâyetlerin temel alt kırılımları incelendiğinde aslında ziyaretçinin bulunduğu noktayı anlayamamasından, yönlendirici tabela ve işaretlerin azlığından kaynaklı karışıklık olduğu gözlenmiştir. Bu kategorideki diğer alt tema kirlilik üzerinedir (koku/sigara, genel alan, ses). Bu şikâyetlerin yorumları incelendiğinde daha çok kapalı alanda sigara içiminin olmasından, satıcı ve kalabalığın oluşturduğu ses kirliliğinden rahatsızlık duyulduğu tespit edilmiştir.

Kapalıçarşı personeli ile ilgili şikâyetleri ise satıcıların ısrarı ve takipleri, saldırgan ve kaba davranışlar, cinsel/fiziksel/sözlü tacizler ve diğer satıcı davranışları oluşturmaktadır. Personel ile ilgili şikâyetlerin en büyük oranının, satıcıların ürün satışı için takip ve ısrarları olduğu görülmektedir. İlgili yorumlar incelendiğinde ziyaretçilere bir şekilde ürün alma zorunluluğu dayatıldığı ifade edilmiştir. Çarşının sadece görsel olarak ziyaret edilme olasılığının bile bu davranışlar sebebiyle zor olduğu, çoğunlukla erkeklerden oluşan satıcıların fazla ısrar ve hareketlerinin satış amacından uzaklaşıp cinsel tacize girdiği belirtilmiştir. Türkiye’de “hanutçuluk” olarak da ifade edilen bu tutum ve davranışlar, turistler tarafından olumsuz algılanıp tüketim şekillerini, deneyimlerini ve sadakatini etkilemektedir (Üngüren, Arslan, & Kaçmaz, 2015).

Geri kalan şikâyetleri ise sürdürülebilir miras, ulaşım, turistik algı ve işleyiş üzerine olan geri bildirimler oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik açısından yorumların alt metinleri incelendiğinde ziyaretçilerin tarihsel yapıdan beklentilerinin dışında bir ticaret kültürünün oturduğu ifade edilmiştir. Beklentiyi tarihi, folklorik ve otantik sadelik oluştururken, gerçekte karşılaşılan durumun bunun dışında olduğu ifade edilmektedir. Türklerin kâr beklentisinin örüntüsü olarak günümüz basit ürünlerinin satışa sunulduğu, tarihi dokuya ait yazı ve işlemleri göremeyecek kadar duvarlara ürünlerin asıldığı bir yer olarak belirtilmiştir. Temalar arasında minimal derecede olan diğer şikâyetlerin alt kırılımları ise ulaşım, trafik ve Pazar günlerinin kapalılığı ve Arap turistlerin yoğunluğu olmuştur.

Nihai olarak Kapalıçarşı, İstanbul ve Türkiye için global anlamda imajı olan tarihi bir destinasyondur. Genel analizlerde görüldüğü gibi şikâyetlerin yüksek bir oranda olmadığı fakat önemsenmesi gereken temalardan oluştuğu görülmektedir. Ziyaretçiler bir destinasyon olarak Kapalıçarşı’nın kendi öz yapısına ihanet edilerek turistik bir yapıdan daha çok ticari bir merkez olarak kullanılmasından şikâyet etmişlerdir. Bu hususa İstanbullu Dinçer ve Kanay (2017) tarafından yapılan çalışmada da dikkat çekilmiş, fiyatlardaki değişkenliklerin, çarşıda fiziksel ve sosyal değişimin yaşanmasının turistler açısından güvensizlik ortamı oluşturduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda Kapalıçarşı kendi öz dokusuna uyum noktasında hala bazı eksiklikler barındırmaktadır. Kapalı çarşının bu algı dışına çıkabilmesi, tarihsel, kültürel ve sosyal anlamda sürdürülebilirliğin sağlanması adına çarşı esnafı ve yöneticilerine, kamu kurum ve kuruluşlarına bazı roller düşmektedir. Bu noktada çarşı yönetiminin işletme sahipleri ile bir araya gelerek fiyat politikaları belirlemesi, yetkili kamu kurum ve kuruluşların kurallar koyması ve denetlemesi gerekmektedir. Turistler tarafından beklenen otantizm ve yerel ürün beklentisi kapsamında; ürünlere görsel ve içerik standartlarının getirilmesi, çarşı ve destinasyon kimliğine uygun ürünlerin satışının sağlanması, çarşı esnafının bu kurallara

uyuması ile mümkün olacaktır. Kapalıçarşı derneğinin çarşı esnafıyla toplantı ve eğitimler yapması hem çarşının sosyo-kültürel sürdürülebilirliğini hem de çarşıya olan ilginin artmasını sağlayacaktır. Özellikle çarşı çalışanlarının turizm, müşteri ilişkileri, iletişim konularında eğitim ve kurslar alması, istihdamda kadın sayısının artırılması için düzenlemelerin yapılması, çarşı ziyaretçileri ile olan iletişime katkı sağlayacak, esnafa karşı olan güvensiz tutumu azaltacak/kaldıracaktır. Tarihsel dokunun korunması ve yapılacak düzenlemelerin sürdürülebilirlik kapsamında yasal düzenlemelerle denetlenmesi de bir başka önemli husustur. Kapalı çarşı yönetimi tarafından bu hususta belirlenen ve cezai yükümlülükler arz eden kurallar mevcuttur (Kapalıçarşı Ticari ve Yaşam Kuralları Klavuzu). Fakat şikâyetlerin devam etmesi, bu hususlara uyum noktasında eksikliklerin varlığını göstermektedir. Çarşı içinde sigara yasağının kontrolü, temizliğin sağlanması, tabela ve yönlendiricilerin düzenlenmesi, tarihsel ve kültürel yapının kendine has dokusuna uygun çevre düzenlemesine gidilmesi ve uyulmasının sağlanması adına, çarşı yönetimi ile ilgili kamu kurum ve kuruluşların süreç yönetimine giderek, yönetim ve denetimi daha etkin hale getirmeleri gerekmektedir.

Türkiye konumu itibariyle alışveriş turizmi kapsamında stratejik öneme sahip bir ülke, İstanbul ise ulaşılabilirlik noktasında merkezi bir şehirdir. Kapalıçarşı lokasyonu haricinde bilinen en eski ve en büyük kapalı çarşı olma özelliğindedir. Turistik deneyimlerin özellikle dijital platformlarda bu kadar domino etkisi yarattığı bir çağda şikâyet ve önerilerin dikkate alınması; kültürel mirasın sürdürülebilir olmasını sağlarken, öngörülen tüketici talebi ve ekonomik getiriye ulaşmaya da imkân sağlayacaktır. Bu sebeple değerlerimize sahip çıkmalı, belli standartlar getirilerek kontrolünün sağlanması gerekmektedir.

Çalışma, turizmden yüksek anlamda ekonomik yarar sağlayan bir destinasyonda, alışveriş turizmi kapsamında önemli bir yapıyı inceleyerek, kısıtlı mevcut literatüre teorik katkıda bulunmaktadır. İlerleyen teknoloji sayesinde deneyim paylaşımlarının hızlı bir şekilde yayılması ve satın alma motivasyonlarını yüksek derece etkilemesi nedeniyle şikâyet yönetimin iyi yapılması, olumsuz ve eksik yönlerin düzeltilmesi önem arz etmektedir. Çalışmada tespit edilen temalar, destinasyon yöneticileri ve işletme sahiplerinin sürdürülebilir turizm kapsamında mevcut turistin korunması ve daha fazlasının çekilmesi noktasında uygulayacakları faaliyetler için de veri sağlamaktadır. Ayrıca etkili pazarlama stratejileri tasarlamada ve politikaların belirlenmesinde de katkı sağlayacaktır. Bu çalışma ziyaretçi görüşlerinden yola çıkılarak, tek taraflı bir bakış açısını içermektedir. Bundan sonraki yapılacak çalışmalarda, Kapalı Çarşı derneği ve çarşı esnafıyla da görüşmeler gerçekleştirilerek, tespit edilen şikâyet ve nedenler kapsamında önerilere gidilebilir, proje kapsamında değerlendirilebilir. Ayrıca Kapalı Çarşı'da birçok restorasyon çalışması

gerçekleşmektedir. Yapılan değişikliklerin ziyaretçi üzerindeki algı ve etkisi, çalışmada tespit edilen şikâyet temaları çerçevesinde süreçlere yayılarak incelenebilir. Şikâyetlerin tekrar ziyaret etme niyeti ya da destinasyon imajına etkisi de araştırılabilir.

Kaynakça

Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16): 137-157.

Alrawadieh, Z., & Alrawadieh, Z. (2019). Developing a typology of tourist harassment in archeological sites: a netnographic approach. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-17.

Alrawadieh, Z., Dinçer, M. Z., İstanbullu Dinçer, F., & Mammadova, P. (2018). Understanding destination image from the perspective of Western travel bloggers: the case of İstanbul, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(2): 198-212.

Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations, *Journal of Retailing*, 79(2): 77-95.

Avcı, E. ve Doğan, S. (2018). E-şikâyetler turist rehberleri hakkında ne söylüyor? *Journal of Travel and Hospitality Management*, 15(1): 133-148.

Barış, G. (2006). *Kusursuz müşteri memnuniyeti için şikâyet yönetimi*, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Barlow, J. and Moller, C. (2009). *Her şikâyet bir armağandır.* (Çeviren, Bilgili, G.) İstanbul: Rota Yayınları.

Barutçugil, İ. (2009). *Müşteri ilişkileri ve satış yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri.

Bengül, S. S. (2018). Customer complaint management quality: Measurement and dimensions. (Editör) M. Rusev, E. Strauss, C. Avcıkurt, A. Soykan, and B. Parlak, *Social Sciences Researches in the Globalizing World* içinde (s. 105-119). Sofia: ST. Kliment Ohridski University Press.

Bigne, E., Ruiz, C., and Curras-Perez, R. (2019). Destination appeal through digitalized comments, *Journal of Business Research*.

Bilgihan, A., Barreda, A., Okumuş, F. and Nusair, K. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related online social networks, *Tourism Management*, 52: 287-296.

Bowen, D. E. (1999). Internal service recovery: Developing a new construct. *International Journal of Service Industry Management*, 10(2): 118-131.

Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psycholog. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2): 77-101.

Caykara, E. (2001). Türkiye'nin aynası: Kapalıçarşı, *Kapalıçarşı İstanbul*, 12-20.

Choi, M. J., Heo, C. Y. and Law, R. (2016). Progress in shopping tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(sub1): 21-24.

Crie, D. (2003). Consumer's complaint behaviour. Taxonomy, typology and reterminants: Towards a unified ontology. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 11(1): 60-79.

Çalık, M., ve Sözbilir, M. (2014). Parameters of content analysis. *Eğitim ve Bilim*, 39(174): 33-38.

Çetin Gürkan, G., & Dömez Polat, D. (2014). Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren resort konaklama işletmeleri hakkında yapılan şikayetler üzerine nitel bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2): 45-61.

Çulha, O., Hacıoğlu, G., & Kurt, G. (2009). Otel müşterilerinin e-şikayetlerine yönelik bir içerik çözümlemesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(4): 42-49.

Day, R. L., & Landon, L. E. (1976). Collecting comprehensive consumer compliant data by survey research. *NA - Advances in Consumer Research*(3): 263-268.

Dedeoğlu, R. (2002, Ocak-Şubat). Şark gitti, garp gelmedi. *Kapalıçarşı İstanbul*, 1: 16-18.

Dinçer, M. Z., ve Alrawadieh, Z. (2017). Negative word of mouse in the hotel industry: A content analysis of online reviews on luxury hotels in Jordan. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8): 785-804.

Ekiz, E., Khoo-Lattimore, C., & Memarzadeh, F. (2012). Air the anger: Investigating online complaints on luxury hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(2): 96-106.

Gürz, Ş. (2014). *Alışveriş Merkezlerinin Tarihi ve Kapalıçarşı'nın İncelenerek Modern Alışveriş Merkezleriyle Karşılaştırılması*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.

Güzel, Ö. F. (2014). Marka itibarını korumada şikâyet takibi: Çevrimiçi seyahat 2.0 bilgi kanallarında bir uygulama, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1), 5-19.

Hsiao, Y.-H., Chen, L.-F., Choy, Y. L., and Suc, C.-T. (2016). A novel framework for customer complaint management. *The Service Industries Journal*, 36(13-14): 675-698.

<https://www.theguideistanbul.com/grand-bazaar-guide/> [Erişim Tarihi: 01.02.2019].

<http://kapalicsarсийonetim.com/wp-content/uploads/pdf/kilavuz.pdf> [Erişim Tarihi: 28.04.2019]

https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294496-Reviews-Kapali_Carsi-Istanbul.html [Erişim Tarihi: 03.01.2019]

<https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us> [Erişim Tarihi: 03.01.2019]

https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d294496-Reviews-Kapali_Carsi-Istanbul.html [Erişim Tarihi: 03.01.2019]

İstanbullu Dinçer, F. ve Kanay, D. (2017). Kapalıçarşı'da gerçekleştirilen alışveriş turizminin ekonomik ve sosyal etkilerinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 1(2).

Jansen-Verbeke, M. (1991, March). Leisure shopping: A magic concept for the tourism industry? *Tourism Management*, 12(1): 9-14.

Johnston, R. (2001). Linking complaint management to profit, *International Journal of Service Industry Management*, 12(1): 60-69.

Jovicic, D. Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276-282.

Kapıcıoğlu, E. (2008, Haziran). *Alışveriş Merkezlerinin Mekansal Dönüşümüne Eleştirel Bir Bakış: İstanbul- Kapalıçarşı Örneği ve Hanlar Bölgesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Karakaya, K., ve Cihangir, İ. S. (2016). Ahilik kültürü ve alış-veriş turizmi: Konya Bedesten Çarşısını ziyaret eden turistlerin algısı üzerine bir araştırma, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(2): 110-122.

Kozak, M. (2007). Turizm sektöründe tüketicilerin şikayetlerini bildirme eğilimleri, *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1): 137-151.

Kurt Konakoğlu, S., Kurdoğlu, B. and Demirel, Ö. (2018). Shopping tourism in the context of amasya cultural heritage. *International Symposium on Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*, (72-78). Montenegro.

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. and Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3): 458-468.

Liu, X., ve Li, Z. (2019). Grouping tourist complaints: What are inbound visitors' problems with Chinese destinations?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(4): 348-364.

Mortan, K., ve Küçükerman, Ö. (2010). *Çarşı, pazar, ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Moscardo, G. (2004). Shopping as a destination attraction: An empirical examination of the role of shopping in tourists' destination choice and experience. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4):294-307.

Özbey, A. (2009). *Dünden bugüne Kapalıçarşı İstanbul*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Ryan, C., and Page, S. (2011). *Tourism Management Towards the New Millennium*. New York: Taylor&Francis.

Sparks, B. A., ve Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7): 797-818.

Şahin, S. (2018). *Konaklama İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama uygulamaları ile Müşteri Şikâyet Davranışı ve Tekrar Satın alma Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Akademisyenleri Tarafından Bir Değerlendirme*, Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Şahin, S., Girgin, G. K., & Kazaoğlu, İ. H. (2018). Gastronomi turistlerinin e-şikâyet davranışları üzerine bir araştırma: Alaçatı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 68-82.

Timothy, D. J. (2005). *Shopping tourism, retailing and leisure*. Channel View Publications.

Timothy, D. J. and Butler, R. W. (1995). Cross-boder shopping: A North American perspective. *Annals of tourism research*, 22(1): 16-34.

Tıra, Y. (2017). *Resistive traits of traditional bazaars in the globalized world "Istanbul Grand Bazaar and The Medina of Tunis Bazaars"*. Msc. Thesis, Yıldız Technical University, İstanbul.

Tokay Argan, M. (2014). E-şikâyetle ilgili tanımlayıcı bir çalışma: şikâyet forumu olarak bir web sitesinin sosyal ağ analizi, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1): 49-66.

Turner, L. W. and Reisinger, Y. (2001). Shopping satisfaction for domestic tourists, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(1): 15-17.

Üngüren, E., Arslan, S., ve Kaçmaz, Y. Y. (2015). Bir turist taciz türü olarak hanuççuluğun turistler üzerindeki etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(32): 129-174.

Williams, N. L., Inversini, A., Ferdinand, N., and Buhalis, D. (2017). Destination eWOM: A macro and meso network approach? *Annals of Tourism Research*(64): 87-101.

Yılmaz, V., Arı, E., ve Doğan, R. (2016). Online alışverişte müşteri şikâyet niyetleri ve davranışlarının yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi, *Journal of Yaşar University*, 11(42):102-112.

Yüksel , A. (2004). Shopping experience evaluation: A case of domestic and international visitors. *Tourism Management*, 25(6): 751-759.

Zorlu, Ö., ve Erkuş, G. (2018). Kültür turlarında turist şikâyetleri ve şikâyet davranışları, *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)-Journal of Tour Guiding (JOTOG)*, 1(1): 31-40.

TURİST REHBERLERİNİN YABANCI DİL EĞİTİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Emrullah CANSU¹

Canan TANRISEVER²

ÖZET³

Turist rehberleri, ülkelerine gelen turistlerle ilk karşılaşan ve onların beklentilerini gerçekleştirip, kaliteli tatil deneyimleri ile memnun olmasını sağlayan kişilerdir. Ayrıca ülkelerinin yerel kültürlerine ve doğal çevrenin sürdürülebilirliğine zarar vermeden turistlerin ihtiyaçlarına yardımcı olmaktadır. Turistleri en iyi şekilde karşılamak ve ülkeyi tanıtmak için rehberlerin en çok ihtiyacı olan yabancı dil bilgisidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı turist rehberliği eğitimi veren kurumlarda alınan yabancı dil eğitimlerinin mesleğe kabul aşamasında ve sonrasında yeterli olup olmadığını tespit etmektir. Yabancı dil yeterliliklerini belirlemek için 13 turist rehberi odasına kayıtlı 384 eylemli turist rehberine anket uygulanmıştır. Bölge ve üniversite fark etmeksizin verilen yabancı dil eğitimlerinin etkisiz olduğu, diğer bir yandan da teorik yabancı dil eğitiminin pratik eğitime oranla daha etkili olduğu çıkan sonuçlardandır. Ayrıca mesleğe kabul aşamasında verilen yabancı dil eğitiminin yeterli ancak mesleğe başladıktan sonra yetersiz olduğu başka bir bulgudur. Üniversitelerde verilen yabancı dil eğitiminin, bölgenin ihtiyacına göre seçilmesi gerektiği belirtilen öneriler arasındadır. Bu çalışmada kullanılan anketin tüm rehber odalarına bağlı rehberlere uygulanabilmesi gelecek araştırmacılara öneri niteliğindedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Eğitimi, Yabancı Dil Eğitimi, Turist Rehberliğinde Yabancı Dil Eğitimi

JEL Kodları: L83, Z32

Geliş **Submitted** 24.06.2019

Kabul **Accepted** 17.10.2019

¹Öğretim Görevlisi, Kapadokya Üniversitesi, Turist Rehberliği Programı, emrullahcansu58@gmail.com
ORCID: [0000-0002-9194-348X](https://orcid.org/0000-0002-9194-348X)

²Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, canantanrisever@gmail.com
ORCID: [0000-0003-4747-5903](https://orcid.org/0000-0003-4747-5903)

³Bu makale "Profesyonel Turist Rehberlerinin Eğitim-Öğretim Dönemlerinde Aldıkları Yabancı Dil Eğitiminin Mesleki Açından Yeterliliği" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

A STUDY ON FOREIGN LANGUAGE TRAININGS OF TOURIST GUIDES

ABSTRACT

Tourist guides are the people meeting the first the tourists who come to their country and fulfill their expectations and make them satisfied with the quality holiday experiences. They also help the needs of tourists without harming the local culture of their country and the sustainability of natural environment. In order to meet the tourists in the best way and to promote the country, the guides need foreign language the most. Regarding this issue, the main objective of this study is to ascertain the competence of the foreign language education, taken from the institutions of tourist guiding, whether it is adequate or not during the phase of gaining approval for the profession and thereafter. For the purpose of determining the competence of foreign language knowledge, a questionnaire has been applied to 384 actively working tourist guides who are registered to 13 different Chambers of Tourist Guide. One of the important outcomes is that the given foreign language education is inadequate regardless of university and region; on the other hand theoretical foreign language education is successful enough compared to practical education. Furthermore, it is found out from the study that given foreign language education during the phase of gaining approval for the profession is adequate, however it is inadequate after starting the profession. The study shows that the foreign language educations in universities ought to be chosen considering the needs of the region. Additionally, the questionnaire of this study can also be recommended for further researches for having the capability of being applied to all tourist guides that are registered to all Chambers of Tourist Guide.

Key Words: Tourism Education, Foreign Language Education, Foreign Language Education in Tourist Guidance

JEL Codes: L83, Z32

GİRİŞ

Turizm birçok ülke için önemli bir gelir kaynağıdır. Bu durum turizm üzerinde küresel ölçekte bir rekabet olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Uluslararası pazarda paylarını arttırmak isteyen ülkeler kalite koşullarını arttırmak ve turistleri karşılayan insanlar arasında sağlıklı ilişkiler kurabilmek için gereken işgücünün mesleki ve teknik eğitimler ile artırılmasına bağlı olduğunu ortaya koymaktadır (Eker, 2015: 63). Bu bağlamda turist rehberleri, turistlerin memnuniyetlerinde ve bağlılık oluşturmada büyük önem arz etmektedir (Jahwari, Sirakaya

ve Tanrisever, 2017: 3). Ülke ile gelen ziyaretçiler arasında kültür etkileşimini sağlamakta rol alan, turizm işgücünde yer alan turist rehberleri kendi ülkeleri ve ziyaretçiler arasında kültür etkileşimi sağlayan elçiler olmaktadır. Turistlerin geldikleri ülke ile ziyaret ettikleri ülke arasında elçi görevindeki bu kişiler, başarılı bir turizm gelişiminin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır (Güdü, 2011). Turist rehberlerinin gezdirdikleri grubun tamamı yabancı turistlerden oluşuyorsa ileri düzeyde yabancı dil konuşabilmesi, ülke ve bölge hakkında bildiklerini, samimiyetini ve deneyimlerini etkilemektedir (Büyükkuru, 2015: 2). Aynı zamanda turist rehberlerinin mesleki yetersizlikleri ülkenin tanıtımında olumsuz yansımalar da yaratacaktır (Acar, 2014: 1). Cumhuriyetin ilk dönemlerinden beri mesleği yürütmek için ilk koşulun yabancı dil bilmek olduğu ve azınlıklar aracılığıyla yapılan bu iş kolu, 2012 yılında yürürlüğe giren meslek kanunu ile yasal duruma gelmiş ve resmi bir meslek olarak tanınmıştır. Zaman içerisinde de turist rehberliği mesleği için en önemli etkenin yabancı dil öğrenmek olduğu bilinci oluşmuş ve yabancı dil eğitimlerine önem verilmiştir (Kılıç, 2016: 10).

Bu bağlamda turist rehberliği mesleğinin eğitim süresi içerisinde verilen yabancı dil eğitimlerinin yetersiz olduğunun sorgulanması, araştırmanın problemi oluşturmuştur. Çalışmanın amacı ise Türkiye’de turist rehberliği eğitimi veren kurumların, eğitim süresi boyunca verdikleri yabancı dil eğitimlerinin, turist rehberi adayları için mesleğe başlarken çalışma kartı almalarında ve mesleklerini başarılı bir şekilde sürdürebilmelerinde ne kadar yeterli olduğunu ortaya koymaktır. Turist rehberliği alanında yabancı dil sorununun var olup olmadığının ortaya çıkarılması bu çalışmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi

Eğitim dünya üzerindeki her sektörde olduğu gibi turizm için de önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda eğitimsiz insan kaynağı, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de kötü sonuçları beraberinde getirebilir. Bundan dolayı turizm sektörünün içerisinde yer alan işletmelerin tümü, iyi eğitilmiş, nitelikli, motivasyonu yüksek ve sektörde çalışmaya istekli insan kaynağı yer almasının ihmal edilemeyecek kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır (Ağaoğlu, 1991). Turizm sektörü ve turist rehberliği mesleği sanayi devriminden sonra oldukça önemli hale gelmiştir. Özellikle Thomas Cook 1841 yılında trenle Leicester kentine yaklaşık 20 km uzaklıktaki bir festivale 571 kişiyi götürmüştür ve böylelikle “paket tur” kavramını oluşturan kişi olarak öncü olmuştur. Thomas Cook, aynı zamanda bu deneyim sırasında başka insanlar için geziler düzenleyerek elde ettiği gelire yaşamını devam

ettirebileceğini fark etmiştir. Böylelikle bu tip organizasyonların da ticari amaçla yapılabileceği anlaşılmıştır (Ataberk, 2007:35).

Turist rehberliği mesleği, dışarıdan bakıldığında gezmek, eğlenmek, yeni yerler, yeni kültürler keşfetmek vb. gibi olanaklar sunuyor gibi görünse de bünyesinde birçok zorluğu ve sorunu barındırmaktadır. (Acun, 2016: 56-57). Gece, gündüz, hafta sonu veya hafta içi olabilen esnek çalışma saatlerine sahiptirler ve gün içerisinde 12 saatten fazla çalışmaya mecbur kalabilirler. İlâveten rehberlik mesleğinin yapılabilmesi için gerekli nitelikler arasında yabancı dil, kültür, tarih ve coğrafya gibi konular da vardır. Bu bağlamda rehberlik mesleği için iyi bir eğitim oldukça önem arz etmektedir (Arslan, 2016: 39).

Cumhuriyet dönemi öncesinde rehberlik ile ilgili ilk düzenlemeler, 1890 tarihli 190 sayılı nizamname ile gerçekleşmiştir. Cumhuriyet dönemi öncesinde Osmanlı'da rehberlik mesleğini azınlıkların büyük çoğunluğunu oluşturan Yahudi kesimi yapmaktaydı. Kökenleri ağırlıklı olarak Fransız, İtalyan ve Malta olan bu kişiler sadece dil bilmeleri haricinde hiçbir eğitim almamıştı ancak bu topraklara gelen kişilere tercümanlık yapıyorlardı. Amicis (2009), eserinde o dönemlerde İstanbul'da dünyadan her dili konuşabilen rehberlerin varlığından bahseder. Eminönü, Mısır Çarşısı, Beyoğlu ve Galata çevresinde çok sayıda rehberin bulunduğunu yazmıştır. Bu azınlık grupların da Osmanlı aleyhinde propaganda yapmalarından ötürü ilk düzenleme olan 1890 tarihli 190 sayılı Nizamname yazılmıştır. Cumhuriyet döneminde 1923 yılında Turing ve Otomobil Kurumunun kurulması oldukça önemlidir. Kurum, kuruluşundan itibaren üç yıl boyunca Avrupa'daki devletleri ve teşkilatları incelemiştir. Turizm cemiyetlerinin faaliyetlerini, gelişmeleri ve yapılması gerekenler konusunda katkıda bulunmuşlardır. Rehberlik hususunda da önemli alt yapılar oluşturmuşlardır (Albuz, Çakmak, Eren, Tekin ve Yeşilîdağ, 2018: 6-13). 1925 yılında 2730 sayılı nizamname ile rehberlik mesleği 10 madde ile ele alınmıştır. 1971 yılına gelindiğinde ise "Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği" ile daha kapsamlı bir hale getirilmiştir (Resmi Gazete, 03.09.1971). Yaklaşık 20 yıl kadar yürürlükte kalan bu yönetmelikte zamanla çeşitli ilâveler yapılarak dönemin ihtiyacına uygun biçimde değiştirilmiştir. 1988'de çıkan yönetmelik ile birlikte rehberlik ile ilgili konular Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve turist rehberliği ile ilgili derneklere bırakılmış (Resmi Gazete, 09.12.1988). 1990 yılında ise yayınlanan başka bir yönetmelikle birlikte bakanlığa devredilmiştir (Resmi Gazete, 15.05.1990). 2012 yılında çıkan 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" getirildi ve günümüzdeki yasal çerçeve üzerinden rehber yetiştirilmesi ve mesleğe kabulü ve mesleğin yürütülmesi için gerekli önemli maddeler konuldu ve değiştirildi. Bunlar arasında, rehberlik ücretleri Kültür ve Turizm Bakanlığı

tarafından belirlenmesi ve rehberler ile acenteler arasında tur öncesi sözleşme zorunluluğu gibi maddeler getirilmiştir. Günümüzde turist rehberi olabilmek için, üniversitenin ilgili bölümünden mezun olmak, yabancı dil sınavından asgari 75 puan almak ve uygulama gezilerini tamamlamaları halinde ruhsatname alabilmeleri, birlik odalarına kayıt yaptırdıktan sonra sahip olacakları çalışma kartları, eski ismi ile kokartları verilmesi mümkün kılınmıştır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Türkiye’de turizmin yaygınlaşmaya başladığı dönemlerde, ülkeye gelen turistlere rehberlik etmek için gerekli kişilerin eğitimini sağlamak ve eğitimsiz rehber problemini ortadan kaldırmak için turist rehberliği sertifika programları düzenlenmeye başlanmıştır. Akabinde bu programlardan mezun kişiler dışında rehberlik yapanları engelleyen düzeltmeler getirilmiştir. Bu duruma bağlı olarak her yıl turist rehberleri bağlı oldukları il müdürlüklerine giderek kimlik kartlarını yenilemek durumunda kalmışlardır. Yenilemeyenler ise mesleği devam ettirememişlerdir (Solmaz, 2012:12). Daha sonraki yıllarda eylemli ve eylemsiz rehber kavramları ortaya çıkmıştır. Eylemli, aktif olarak rehberlik yapan kişilere, eylemsiz ise mesleğe ara vermek isteyen kişilere denilmektedir. Eylemsiz rehberler, aralıksız 8 yıl eylemsiz kaldıktan sonra turist rehberleri ruhsatnameleri iptal edilip, ilgili odalara ve birliklere bildirilir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Günümüzde ise turist rehberliği eğitimi için tek bir program yoktur. Ön lisans, lisans, tezli ve tezsiz yüksek lisans gibi birçok turist rehberliği eğitimi veren üniversite kurumundan alınabilmektedir.

Çokişler ve Öter’in (2014) ÖSYM verilerine bağlı olarak yaptıkları çalışmada ön lisans eğitimi seviyesinde turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin sayısı 2003 yılında 13 iken 2009 yılında 19’a yükselmiş olup 2013 yılında tekrar 13’e düşmüştür. Lisans seviyesinde turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin sayısı 2003 yılında dört iken 2013 yılında sekize çıkmıştır. 2003 yılındaki kontenjanlara bakıldığında, 970 ön lisans, 190 lisans eğitimi için toplamda 1160 adet kontenjan turist rehberliği programları için ayrılmıştır. 2013 yılında ise 644 ön lisans, 732 lisans olmak üzere toplamı 1376 kişilik kontenjan ayrılmıştır.

2019 yılının ÖSYM verilerine göre, toplamda 26 farklı üniversitede ön lisans düzeyinde turist rehberliği programları mevcuttur. Bu programlarda toplamda 1814 öğrenci kontenjanı bulunmaktadır. 2019 yılında, 26 üniversitedeki lisans programlarında için 1666 öğrenci kontenjanı açılmıştır (ÖSYM, 2019). Ayrıca toplamda yedi üniversitenin sosyal bilimler enstitüsüne bağlı olmak üzere, turist rehberliği tezli/tezsiz yüksek lisans programları vardır. Yalnızca Ege Üniversitesi başvurusunda yabancı dil şartı aramakta diğer yüksek lisans programında böyle bir şart bulunmamaktadır.

Türkiye’de Turist Rehberliğinin Yabancı Dil Eğitimi

Öncesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde açılan sertifika programları aracılığıyla rehber yetiştirilmekteydi. Kursu başarı ile tamamlayanlar ise yabancı dil yeterliliklerini sonunda kurulacak olan komisyon tarafından yazılı ve sözlü sınav ile belirlemektedirler. Günümüzde ise turist rehberliği ön lisans programlarına TYT puanı ile lisans programlarının tamamı Dil puanı ile öğrenci alınmaktadır (ÖSYM, 2019).

Turist rehberliği programlarında dil derslerinin ve eğitimlerinin verilmesinde belirli bir ölçüt olmaması rehberlik eğitiminin sorunları arasındadır. Ayrıca üniversitelerin rehberlik bölümlerinden mezun adayların, bakanlık gözetimi altında yapılan sertifika programlarından mezun kişilerden daha nitelikli ve bilgili oldukları ifade edilmektedir. Fakat yabancı dil şartı ile lisans bölümlerine alınmasına rağmen, mezun olduktan sonra dil yetersizliği nedeniyle mesleğe başlayamamaları en büyük problem olarak gösterilmektedir (Eker ve Zengin, 2016: 68). Mesleğe başlayamayan adaylar otel, acente gibi diğer turizm alanlarında istihdam edilmektedir. (Duman ve Mil, 2008). İlaveten 7-9 Nisan tarihleri arasında yapılan “9.Akademik Turizm Rehberliği Arama Konferansı” sonuç raporlarına göre, turist rehberliği bölümlerinde dil eğitiminde eksiklikler olması, rehber adayların dil yeterliliğinin olmaması gibi etkenler turist rehberliği eğitiminde olan eksiklikler arasında gösterilmiştir (9. Akademik Turizm Rehberliği Eğitimi Arama Konferansı, 2016).

Günümüzde turist rehberi adaylarının aktif rehberlik yapabilme durumunu gösteren çalışma kartlarını alabilmeleri için, bakanlık tarafından açılan sertifika programlarını tamamlamaları ya da herhangi bir turizm rehberliği önlisans, lisans eğitimlerini tamamlamaları ve bakanlık tarafından açılan dil sınavlarından başarılı olmaları ya da YDS vb. eşdeğerliği olan dil sınavlardan en az 75 (YDS) puan almaları halinde ruhsatname ve çalışma kartı alabilme şartı getirilmiştir. Bu sınavlardan başarı sağlayamayan adaylar çalışma kartlarını alamamaktadır. Ayrıca lisans turist rehberliği programlarına kabul için yabancı dil şartının getirilmesi, turist rehberliği programlarının önemini de arttırmıştır (Ekmekçi, 2005: 116). Söz konusu yapılandırmalar ve araştırmalar turist rehberlerinin yabancı dil sorunlarını ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultuda araştırma sorularının ve hipotezlerin oluşturulması, ilişkilendirilmiş alanyazında yer alan çalışmalara dayandırılmıştır.

ALANYAZIN TARAMASI

Yapılan alanyazın taraması sonuçlarına göre; turist rehberliği ve turizm eğitimi alanında farklı başlıklar altında pek çok çalışma yapılmasına rağmen turist rehberliği eğitimi ve yabancı dil eğitimi çalışmalarına nadiren rastlanmaktadır. Bu durum, çalışmayı kaynak

açısından kısıtlı bir döngüye sokmuştur. Yapılan bu çalışmalardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

Eker ve Zengin (2016), turist rehberlerinin bakış açısıyla Türkiye’de turist rehberliği eğitiminin mesleğin uygulanmasında yeterli olup olmadığının ortaya çıkarmak amacıyla 12’si oda başkanı olmak üzere toplam 40 turist rehberi ile görüşme gerçekleştirmiştir. Araştırmada, turist rehberlerinin yetiştirilmesinde eğitim kurumlarının önemli bir noktada var olduğu fakat mesleğin yürütülmesi için kurumlarda verilen teorik eğitimin yetersiz kaldığı sonucunu ortaya koymuştur.

Gül (2012), Türkiye’deki turizm rehberliği öğretim programlarının değerlendirilmesini amaçlayan çalışmasında turizm rehberliği eğitimi alan paydaşlardan 435 kişiye anket uygulamıştır. Bu kapsamda araştırmanın sonucuna göre, öğretim programlarının değerlendirilme algılarında bütün gruplar arasında farklılık gözlemlenmiştir. Bilgi ve beceri boyutlarında sadece öğrencilerin diğer eğitim paydaşlarına ait değerlendirmelerin farklılaştığı görülmüş, diğer boyut olan kişisel ve mesleki yetkinlikler boyutunda ise anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

Çokişler ve Öter (2014), Türkiye’de turist rehberliği eğitimi veren eğitim kurumlarına yönelik bir çalışma yapmış ikincil verilerden yola çıkarak mevcut durumun analizinin yapılması ve olası kısıtlarının tespit edilmesi amaçlamışlardır. Sonuç olarak turist rehberliği eğitiminin çeşitli kısıt ve sorunlarının var olduğu ortaya çıkmıştır.

Güneş’in (2008), turist rehberliği eğitimi verilen programlarda, antik Yunan ve Roma mitolojik hikâyelerin ders materyali olarak geliştirilip kullanılmasının fayda düzeyini belirlemeyi amaçlayan çalışmasında sonuca ulaşmak için Yunan ve Roma mitolojik hikâyeleri ders materyali olarak geliştirilmiş ve geliştirilen materyaller Selçuk Üniversitesi Beyşehir Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı birinci sınıflarında mesleki yabancı dil derslerinde 18 ders saati olarak kullanılmıştır. Bu uygulanmadan önce öğrencilerin derslerden beklentilerini tespit etmek amacıyla bir anket yapılmıştır. Uygulamadan sonra, dersler hakkındaki düşünceleri ölçmeyi amaçlayan ikinci bir anket yapılmıştır. Elde edilen verilerin ışığında, geliştirilen materyallerin İngilizce öğrenim sürecine katkı sağladığı sonucu ortaya çıkmıştır.

YÖNTEM

Araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Bu kapsamda öncelikle Türkiye’deki ön lisans ve lisans turist rehberliği programlarının müfredatları incelenmiştir. İncelenen müfredatlardan, yabancı dillerin hangi yıllarda ve kaç saat uygulama/teorik olarak verildiğini

içeren tablolar oluşturulmuştur. Turist rehberi adaylarının mesleğe başlamaları ve çalışma kartı almaları için öğrendikleri yabancı dil eğitimlerinin yeterliliğini öğrenmek için sahada eylemli olarak çalışan turist rehberlerinin görüşlerine başvurulmuştur. Bu bağlamda da çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni 2018 yılında TUREB kayıtlarında olan ve Türkiye’de yer alan 10.189 turist rehberinden oluşmaktadır. Örneklem olarak küme örnekleme kullanılmıştır. Bu örneklemin seçilmesinin nedeni ise 13 turist rehberi odasına kayıtlı, eylemli/aktif olarak çalışan 6504 turist rehberi olmasıdır. 10.000 evren büyüklüğünde %95 güvenilirliği kabul edildiğinde örneklem büyüklüğü en az 370 katılımcı olmalıdır. Toplanan anketlerde ise örneklem büyüklüğünün 384 olması evrenin temsil edildiğini yansıtmaktadır. Örneklemin büyüklüklerini hesaplayan istatistiklere göre bu çalışmada gerekli olacak anket sayısının aşıldığı görülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 49-50).

Anketi birinci bölüm olan demografik sorular kısmında katılımcıların rehberlik ile ilgili ve kişisel bilgileri, ikinci bölümde katılımcılara sorulan 5’li likert şeklinde hazırlanan ifadeler ve üçüncü bölüm olan katılımcıların önerilerini belirten açık uçlu sorular oluşmaktadır. Turist rehberlerin eğitimleri sırasında aldıkları yabancı dillerin mesleki açıdan yeterliliğini ölçmek için oluşturulan anket, eylemli turist rehberleri ve sektördeki akademisyenler yardımı ile tamamlanabilmiştir. Turist rehberliği mesleğinin serbest olarak yürütülmesi ve yalnızca herhangi bir bölgede veya zamanda yapılması belirli olmayışından dolayı çalışma verilerinin toplanması 6 aylık süreç içerisinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan anketlerin 81 âdeti elden toplanmış olup, 303 âdeti ise çevrimiçi ortamda hazırlanmış ve katılımcılar tarafından doldurulmuştur. Soruların yansız ve belirgin olmasına dikkat edilmiştir. Öncelikle 50 kişilik eylemli turist rehberlerinden oluşan kitleye pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama sonucunda bazı sorular çıkartılmıştır. Pilot uygulamanın güvenilirlik sonucu 0.78 olarak çıkmış ve güvenilir olduğu belirlenmiş olup araştırmaya devam edilmesine karar verilmiştir. Kuder-Richardson formülüne göre hesaplandığında güvenilirlik katsayısının .70 değerinden fazla olması durumunda testin güvenilirlik katsayısının uygun olduğu ifade edilmektedir (Şimşek, 2012: 155). Toplanan verilere daha sonra doğrulayıcı ve keşfedici faktör analizleri uygulanmıştır. Faktör boyutlarına ait açıklanan varyans değerlerinde “Eğitim Altyapısı” boyutu %41,429, “Sınav Yeterliliği” boyutu %11,177, “Dil Yeterliliği” boyutu ise %10,325 olup toplam ölçeğin %62,932’lik kısmını

oluşturmaktadır. Faktör boyutlarının isimlendirilmesi ise ifade sorularının kategori ve içeriklerine göre yapılmıştır.

BULGULAR

Müfredatlara bakıldığında turist rehberliği ön lisans programlarında başta İngilizce olmak üzere, Rusça, Almanca, Fransızca, İspanyolca, Japonca, Arapça ve Farsça ile toplam sekiz farklı yabancı dil eğitimi verilmektedir. Lisans programlarında ise İngilizce başta olmak üzere, Rusça, Almanca, Fransızca, İspanyolca, İtalyanca, Çince, Japonca, Arapça, Yunanca, Bulgarca ve Osmanlıca ile toplamda 12 farklı yabancı dil eğitimi verilmektedir. Ayrıca anketlerin SPSS 22 programı aracılığıyla analizleri yapılmadan önce güvenilirliği test edilmiş ve 0,78 çıkan sonuç ile güvenilir olarak kabul görmüştür.

Analizler

Katılımcıların turist rehberlerinin yabancı dil eğitimi yeterlilikleri ile ilgili ifadelere keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Tablo 1’de yer alan faktör boyutlarını alabilmek için “oblimin” tekniğine başvurulmuştur. Alınan faktör analizlerinin değerlendirmesi sonucunda 13 ifadeden biri olan *“Turist rehberliği mesleğini icra edebilmek için katıldığımız uygulama gezileri yabancı dil yeterliliğimizi ölçmektedir.”* ifadesi, ilgili faktör yüklerine yeterince yüklenemediğinden dolayı dışa atılmış ve değerlendirme tekrar yapılmıştır. Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimi yeterlilikleri tutumunu tanımlayan bu yapı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçüsü kabul edilebilir değer olan 0,6’dan yüksek olarak 0,768 bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi değeri 2,222,612 ve önem düzeyi (Sig.) ise 0,000 olarak bulunmuştur. Boyutlarda yer alan ifadelerin sayısı yeterli çıkmadığından dolayı boyutların ayrı ayrı güvenilirliği alınamamıştır. Ancak 12 ifadeye yapılan güvenilirlik analizi sonucunda 0,79 oranında güvenilir çıkmıştır. Yapılan normallik dağılımı analizlerinde verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Fark analizi sonucunda boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya çıkarmak için T-testi ve Anova (Tukey HSD) testleri uygulanmıştır. Tablo 2 ve 3’te T-testi ve Anova (Tukey HSD) testi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Değişkenler	Faktör Yükleri			Ort.	S.S
Eğitim Altyapısı	22. Üniversitemde yabancı dil laboratuvarı mevcuttur.	,902			2,61	1,541
	23. Üniversitemde yabancı dil eğitimine katkı sağlayacak teknolojik (bilgisayar – ses sistemi – projeksiyon vb.) ekipmanlar mevcuttur.	,872			3,10	1,445
	21. Mezun olduğum üniversitenin kütüphanesinde yeterli yabancı dil kaynakları vardır.	,838			2,99	1,441
	24. Üniversitemde verilen yabancı dil eğitim saatleri yeterlidir.	,734			3,06	1,437
	26. Üniversitemde öğretilen İngilizce teorik eğitimi yeterlidir.	,697			2,92	1,400
Sınav Yeterliliği	31. Çalışma kartı aldıktan sonra yabancı dil yeterliliği belirli aralıklarla sınav ile tekrar ölçülmelidir.		,833		2,58	1,588
	30. Kültür ve Turizm Bakanlığı gözetimi ve denetimi altında yapılan “Yabancı Dil Seviye Tespit” sınavı yabancı dil bilgisini ölçmek için yeterli bir sınavdır.		-,786		3,15	1,474
Dil Yeterliliği	28. Yabancı dil eğitimi aldığım okutmanların pratik bilgisi yeterlidir.			-,792	3,15	1,320
	27. Yabancı dil eğitimi aldığım okutmanların teorik bilgisi yeterlidir.			-,611	3,50	1,260
	32. Dış kaynaklardan (internet, kurs vs.) aldığım yabancı dil öğrenimi, üniversiteden aldığım yabancı dil eğitiminden daha etkilidir.			,556	3,52	1,305
	29. YDS vb. denkliği olan sınavlar yabancı dil bilgisini ölçmek için yeterlidir.			-,504	2,51	1,379
	25. Üniversitemde öğretilen İngilizce pratik eğitimi yeterlidir.			-,503	2,34	1,282
	Faktöre Ait Öz Değerler	4,972	1,341	1,239		
	Faktörlere Ait Açıklanan Varyans Değerleri (%)	41,429	11,177	10,325		
	Cronbach's Alpha		,793			
	Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. ^a a. Rotation converged in 7 iterations.					

Tablo 2’de yer alan sorulara t-testi uygulanmıştır. T-testi nominal iki seçenekli soru ile bağımsız değişkenlerin karşılaştırılmasında kullanılır. T-Testinde elde edilen sonuçlar değerlendirilirken ilk önce Levene testinde bulunan “Sig” değerine bakılır. Eğer bu değer 0,05’den büyük olursa, T testinde bulunan Sig (2-tailed) bölümünde ilk değere, 0,05’den küçükse ikinci değere bakılmaktadır.

Tablo 2’ye bakıldığında turist rehberlerinin yabancı dil eğitimi boyutları ile çalışma kartını hangi sınav ile aldıkları ifadesi arasında yalnızca “Eğitim Altyapısı” boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği ($p < 0,05$) yapılan bağımsız t-testi sonuçlarından anlaşılmıştır. Farklılığın nedenini anlamak için katılımcıların ortalamalarına bakıldığında, bakanlık dil sınavı ile çalışma kartı alanların puanının ($x=3,0826$), YDS/KPDS/UDS ya da eşdeğer dil sınavı ile çalışma kartı alanların puanından ($x=2,5417$) yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 2. T-testi Sonuçları

Cinsiyetiniz?		N	\bar{X}	S.S.	P
Eğitim Altyapısı	Kadın	134	3,0045	1,18727	0,430
	Erkek	250	2,9016	1,22965	
Sınav Yeterliliği	Kadın	134	2,9030	,89585	0,559
	Erkek	250	2,8480	,86944	
Dil Yeterliliği	Kadın	134	3,0910	,72490	0,099
	Erkek	250	2,9544	,79678	
Medeni durumunuz?		N	\bar{X}	S.S.	P
Eğitim Altyapısı	Evli	155	2,8748	1,20219	0,406
	Bekâr	229	2,9799	1,22350	
Sınav Yeterliliği	Evli	155	2,8677	,87177	0,992
	Bekâr	229	2,8668	,88404	
Dil Yeterliliği	Evli	155	2,9729	,81355	0,551
	Bekâr	229	3,0218	,74766	
Turist rehberliği çalışma kartınızı hangi sınav ile aldınız?		N	\bar{X}	S.S.	P
Eğitim Altyapısı	Bakanlık dil sınavı ile	281	3,0826	1,17717	0,000*
	YDS/KPDS/UDS ya da eşdeğer dil sınavı ile	103	2,5417	1,23213	
Sınav Yeterliliği	Bakanlık dil sınavı ile	281	2,9146	,86798	0,086
	YDS/KPDS/UDS ya da eşdeğer dil sınavı ile	103	2,7379	,89619	
Dil Yeterliliği	Bakanlık dil sınavı ile	281	3,0171	,79282	0,531
	YDS/KPDS/UDS ya da eşdeğer dil sınavı ile	103	2,9612	,72331	

Tablo 3’de yer alan sorulara ANOVA ve Post Hoc (Tukey HSD) yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) normal dağılımlı bir seride üç ve daha fazla bağımsız ortalama arasındaki farkın manidarlığının hesaplanmasında kullanılır. Tablo 3’teki Anova testi sonucuna göre, faktör 1 (Eğitim Altyapısı) ile yaşlarına göre anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görebilmek için Post Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Eğitim altyapısı faktörü için 18-24 yaş- 25-35 yaş ($p=,024$) ve 36-55 yaş ($p=,013$) aralığında farklılaştığı görülmektedir. Ortalamalarına bakıldığında 18-24 yaş aralığında olanların ($x=3,5300$), 25-35 yaş ($x=2,8931$) ile 36-55 yaş ($x=2,8440$) aralığında olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Dolayısıyla 18-24 yaş aralığında olanların eğitim altyapılarının, 25-35 ve 36-55 yaş aralığı olanlara göre daha iyi olduğu söylenebilir.

Faktör 3 (Dil Yeterliliği) ile eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görebilmek için Post Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Dil yeterliliği faktörünün lise-lisans ($p=,027$) arasında farklılaştığı görülmektedir. Ortalamalarına bakıldığında lisans eğitimi ($x=3,0974$) puanının, lise eğitimi ($x=2,4933$) ile alanlara kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bundan dolayı lisans mezunu olanların yabancı dil hâkimiyetinin, lise mezunu olanlara göre daha iyi olduğu söylenebilir. Faktör 1 (Eğitim Altyapısı) yapılan varyans analizi sonucunda, eğitim

durumlarına göre anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir ancak yapılan Post Hoc (Tukey HSD) testi sonucunda eğitim grupları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır.

Faktör 1 (Eğitim Altyapısı) ve faktör 3 (Dil Yeterliliği) ile çalışma kartlarını nasıl aldıklarına göre anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görebilmek için Post Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Eğitim altyapısı faktörü için ön lisans, lisans ($p=,002$) ve bakanlık ($p=,007$) aralığında farklılaştığı görülmektedir. Ortalamalarına bakıldığında lisans eğitimi ($x=3,1271$) puanının, bakanlık eğitimi aracılığıyla ($x=3,0621$) ve ön lisans eğitimi ile alanlara kıyasla ($x=2,6049$) daha yüksek olduğu görülmüştür. Bundan dolayı lisans eğitiminin, ön lisans ve bakanlık eğitimi ile çalışma kartı alanlara göre eğitim altyapılarının daha iyi olduğu söylenebilir. Dil yeterliliği faktörü için ön lisans-lisans ($p=,013$) eğitimi ile çalışma kartı alanlar arasında anlamlı farklılık olduğu ve ortalamaları dikkate alındığında lisans eğitimi ile çalışma kartı alanların ($x=3,1488$) ön lisans eğitimi ile çalışma kartı alanlara göre daha yüksek ($x=2,8732$) olduğu görülmüştür. Bundan dolayı lisans eğitimi ile çalışma kartı alanların, ön lisans eğitimi ile çalışma kartı alanlara kıyasla yabancı dil yeterliliklerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Faktör 1 (Eğitim Altyapısı) ile çalışma kartı alabilmek için kaç kere yabancı dil sınavına girdikleri arasında anlamlı farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görebilmek için Post Hoc (Tukey HSD) testi yapılmıştır. Eğitim altyapısı faktörü için 1 ve 2 kere sınava girenler ($p=,011$) arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve ortalamalarına bakıldığında 2 kere sınava girenlerin ($x=3,3324$) oranının 1 kere sınava girenlere ($x=2,8316$) kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Dolayısıyla 2 kere yabancı dil sınavına girenlerin, 1 kere sınava girip çalışma kartı alanlara göre eğitim altyapılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Anova (Tukey HSD) Testi Sonuçları

Yaşınız?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	18-24 Yaş	40	3,5300	1,35613	2,823	,025*
	25-35 Yaş	159	2,8931	1,24286		
	36-55 Yaş	150	2,8440	1,12181		
	56-64 Yaş	22	2,7727	1,08898		
	65 ve Üzeri	13	3,0154	1,30246		
Sınav Yeterliliği	18-24 Yaş	40	3,0250	,83934	,369	,831
	25-35 Yaş	159	2,8459	,90349		
	36-55 Yaş	150	2,8567	,89431		
	56-64 Yaş	22	2,8409	,82211		
	65 ve Üzeri	13	2,8077	,59646		
Dil Yeterliliği	18-24 Yaş	40	3,0050	,93533	1,078	,367
	25-35 Yaş	159	3,0616	,75673		
	36-55 Yaş	150	2,9933	,74633		
	56-64 Yaş	22	2,7364	,77922		
	65 ve Üzeri	13	2,8154	,74593		
Eğitim durumunuz?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	Lise	15	2,3867	,89272	2,552	,039
	Ön lisans	73	2,8575	1,16927		
	Lisans	228	3,0447	1,20627		
	Yüksek Lisans	51	2,6196	1,18000		
	Doktora	17	3,2824	1,59226		
Sınav Yeterliliği	Lise	15	2,7667	,70373	,092	,985
	Ön lisans	73	2,8562	,84360		
	Lisans	228	2,8838	,88842		
	Yüksek Lisans	51	2,8333	,95219		
	Doktora	17	2,8824	,87553		
Dil Yeterliliği	Lise	15	2,4933	,66275	3,260	,012*
	Ön lisans	73	2,9425	,75165		
	Lisans	228	3,0974	,76151		
	Yüksek Lisans	51	2,8471	,80059		
	Doktora	17	2,8941	,84592		
Meslek tecrübeniz?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	1-2 yıl	94	3,1149	1,24865	,919	,453
	3-4 yıl	45	3,0444	1,30863		
	5-6 yıl	24	2,8000	1,32403		
	7-8 yıl	33	2,8485	1,19481		
	9 ve üzeri	188	2,8564	1,16344		
Sınav Yeterliliği	1-2 yıl	94	2,7926	,86263	1,261	,285
	3-4 yıl	45	3,1333	,95584		
	5-6 yıl	24	2,8958	1,02129		
	7-8 yıl	33	2,8485	,73405		
	9 ve üzeri	188	2,8404	,86745		
Dil Yeterliliği	1-2 yıl	94	2,9915	,85102	1,817	,125
	3-4 yıl	45	3,2267	,82086		
	5-6 yıl	24	2,9167	,76651		
	7-8 yıl	33	3,1758	,63198		
	9 ve üzeri	188	2,9340	,73848		
Çalışma kartınızı nasıl aldınız?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	Ön lisans	123	2,6049	1,13122	7,100	,001*
	Lisans ve üstü	129	3,1271	1,29974		
	Bakanlık	132	3,0621	1,14669		

Sınav Yeterliliği	Ön lisans	123	2,8293	,86325	,196	,822
	Lisans ve üstü	129	2,8721	,85531		
	Bakanlık	132	2,8977	,91789		
Dil Yeterliliği	Ön lisans	123	2,8732	,71392	4,149	,016*
	Lisans ve üstü	129	3,1488	,80478		
	Bakanlık	132	2,9788	,77961		
Turist rehberliği çalışma kartınızı alabilmek için kaç kere yabancı dil sınavına girdiniz?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	1	266	2,8316	1,19681	3,399	,018*
	2	71	3,3324	1,28015		
	3	33	2,8606	1,22524		
	4	14	3,1286	,77502		
Sınav Yeterliliği	1	266	2,8872	,85697	2,197	,157
	2	71	2,6690	,86991		
	3	33	3,1212	,87527		
	4	14	2,8929	1,17961		
Dil Yeterliliği	1	266	2,9722	,74366	1,314	,345
	2	71	3,1239	,84202		
	3	33	3,0848	,85298		
	4	14	2,7571	,77332		
Turist rehberliği çalışma kartınızı mezun olduktan sonra kaçınıcı yılınızda aldınız?		N	\bar{X}	S.S.	F	P
Eğitim Altyapısı	1	290	2,9200	1,21476	1,370	,244
	2	56	3,2000	1,30677		
	3	21	2,8286	1,09779		
	4	6	2,2333	,95847		
	5	11	2,6545	,88132		
Sınav Yeterliliği	1	290	2,8793	,85906	1,053	,380
	2	56	2,8214	,83899		
	3	21	2,5952	,98259		
	4	6	3,0000	,83666		
	5	11	3,2273	1,31079		
Dil Yeterliliği	1	290	3,0172	,77154	1,470	,210
	2	56	3,0571	,81237		
	3	21	2,6095	,74425		
	4	6	3,0333	,42740		
	5	11	3,0545	,75943		

Yapılan Anova (Post Hoc) ve T-testi sonuçlarında toplamda dokuz hipoteze yanıt aranmıştır. Bu hipotezlerden beş tanesi kabul görmüş, dört tanesi reddedilmiştir. Genel olarak hipotezlerin kabul veya reddedildiği tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Hipotezlerin Kabul/Ret Sonuçları

HİPOTEZLER	KABUL	RET
H ₁ : Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.		X
H ₂ : Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.		X
H ₃ : Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri çalışma kartlarını hangi sınav ile aldıklarına göre farklılaşmaktadır.	√	
H ₄ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, yaşlarına göre farklılaşmaktadır.	√	
H ₅ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.	√	
H ₆ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, meslek tecrübelerine göre farklılaşmaktadır.		X
H ₇ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, çalışma kartlarını nasıl aldıklarına göre farklılaşmaktadır.	√	
H ₈ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, çalışma kartlarını alabilmek için kaç kere yabancı dil sınavına girdiklerine göre farklılaşmaktadır.	√	
H ₉ : Turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine ilişkin görüşleri, çalışma kartlarını mezun olduktan sonra kaçınıcı yıllarında aldıklarına göre farklılaşmaktadır.		X

SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılımcılar tarafından genel olarak hem teorik hem de pratik yabancı dil eğitimi yetersiz bulunmuştur. Eker'in (2016) araştırmasına göre turist rehberliği öğrenimlerindeki teorik eğitimlerin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada ise pratik eğitim olarak verilen yabancı dil eğitiminin büyük çoğunluğunun yetersiz olduğu gözlemlenmiş ancak teorik eğitimin, pratik eğitime göre daha yeterli olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla üniversitede yabancı dil eğitimi alan turist rehberleri çalışma kartı alabilmek için yeterli yabancı dil bilgisi öğrenerek mezun olurken, mesleğe başarılı bir şekilde sürdürmek için gereken pratik yabancı dil eğitiminin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turist rehberliği müfredatları incelendiğinde ön lisans ve lisans programlarında yabancı dil dersleri, saatleri ve verildiği senelerde belirlenmiş herhangi bir ölçüt bulunamamıştır. Dolayısıyla her üniversitenin kendi inisiyatifi doğrultusunda turist rehberliği programlarında yabancı dil dersleri oluşturduğu ve yürüttüğü sonucu çıkarılabilir. Ayrıca uygulamalı olarak verilen derslerin saatleri, teorik olarak verilen derslerin saatlerine göre oldukça azdır. Genel itibariyle bakıldığı zaman, herhangi bir mesleğe sahip olabilmek için tek yol izlenebilirken, turist rehberi olabilmek için ön lisans-lisans veya yüksek lisans eğitimleri gibi çeşitli alternatif yollar izlenebilmektedir.

Elde edilen sonuçlar ışığında eğitim şartlarını iyileştirmek için bütün yabancı dil derslerinde "asgari 10 saat" gibi ortalama bir sınır belirlenmelidir. Verilecek dil dersleri kayıt yılı itibari ile sene başından, mezuniyet sonuna kadar devamlı şekilde verilmelidir. Bu önerilerin gerekliliği yapılan alanyazın taraması ve yapılan müfredat tablolarında yer alan yabancı dil derslerinde, verildiği yıl ve saatlerinde belirlenmiş herhangi bir ölçüt olmadığından kaynaklanmaktadır. Müfredat derslerinde belirlenmiş ölçüt olmadığından

İngilizce teorik eğitimi YDS vb. eşdeğer sınavlara uygun olarak zorunlu verilmesi ile birlikte, diğer dil eğitimlerinden de en az bir tane verilmeli ve bölge bölge gereksinim düzeyine göre ayırt edilmelidir. Yine müfredat tablolarına bakıldığında uygulamalı eğitimin büyük ölçüde olmadığı görülmüştür. Bu sebeple üniversitelerde teorik eğitim verilmesinin yanı sıra, aynı düzeyde uygulamalı ders olarak da eğitim verilmelidir. Bunu yapmak için %60 yazılı %40 sözlü şeklinde sınav şartı getirilebilir. İngilizce eğitime ağırlık verilmesi yerine diğer yabancı dillere ağırlık verilebilir çünkü genel olarak İngilizce bilen rehber ihtiyacı çok olmamasına rağmen diğer dillere ait rehber ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Katılımcıların öneri olarak belirttiği ve turist rehberliği bölümlerindeki eğitimleri veren akademisyenlere bakıldığında turist rehberliği eğitimini veren akademisyenler, turist rehberliği bölümünden mezun veya mesleği yürüten kişiler arasından seçilmelidir. Yurt dışındaki okullar ile Erasmus, Mevlana vb. programlar aracılığıyla anlaşmalar arttırılıp, yurt dışındaki turist rehberliği programları ile ikili anlaşmalar yapılmasına ağırlık verilebilir. Böylelikle turist rehberliği eğitimi alan kişilerin istediği yabancı dile sahip ülkede uygulamalı olarak ders alma imkânı tanınmış olur. Programlarda zorunlu staj var olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Hem öğrencilere hem de sektördeki firmalara staj yapma ve stajyer öğrenci çalıştırma zorunluluğu getirilmelidir. Son olarak rehber olabilmek için katıldıkları uygulama gezilerinin yabancı dil bilgisini ölçmediği ortaya çıkmıştır. Bu sebeple rehber adayların geziye katıldıklarında pratiklerini ölçmek için seçilecek yabancı dillerde anlatımlar yaptırılmalıdır. Turist rehberliğinin temel gereksinimlerinden biri olan yabancı dil yeterliği eğitim müfredatlarına da öncelikli olarak yansıtılmalıdır. İlerleyen zamanlarda araştırmacılar tüm rehberler odalarına bu anketi uygulayarak yıllara ve dillere göre karşılaştırmalı analizler yapabilirler.

KAYNAKÇA

- Acar, V. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Acun, A. (2016). İş-Aile Çatışması ve Turist Rehberlerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi (*Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Ağaoğlu, O. K. (1991). *Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkinliği*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Albuz, N. Çakmak, T.F. Eren, A. Tekin, Ö. ve Yeşildağ, G.N.G.(2018). *Turist Rehberliğine Giriş*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Amicis, E. (2009). *İstanbul, (Çev. Sevinç Tezcan Yanar)*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Arslan, A. (2016). Örgütsel Sinizm ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Ataberk, E. (2007). Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Büyükkuru, M. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma (*Yüksek Lisans Tezi*). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Çokişler, N. ve Öter, Z. (2014). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitimi Veren Eğitim Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma. *15. Ulusal Turizm Kongresi* (ss. 13-16). Ankara: Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Duman, G. ve Mil, Z. (2008). Turist Rehberliği ve Eğitimi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(4).

- Eker, N. (2015). Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Turizm Rehberliği Eğitim Müfredatlarının Uygulama Yeterliliği (*Yüksek Lisans Tezi*). Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Eker, N. ve Zengin, B. (2016). Turist Rehberliği Eğitiminin Değerlendirilmesi: Profesyonel Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Ekmekçi, İ. N. (2005). Paket Turların Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü (*Yüksek Lisans Tezi*). Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.
- Güdü, Ö. (2011). Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması - Trabzon'da Bir Uygulama (*Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Gül, T. (2012). Türkiye'deki Turizm Rehberliği Öğretim Programlarının Değerlendirilmesi (*Yüksek Lisans Tezi*). Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Güneş, İ. (2008). Eski Yunan ve Roma Mitolojisinin İngilizce Mesleki Yabancı Dil Derslerinde Materyal Olarak Kullanımı (S.Ü Beyşehir Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği Programı Örneği) (*Yüksek Lisans Tezi*). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yabancı Diller Eğitimi Anabilim Dalı, İngilizce Öğretmenliği Bilim Dalı.
- Jahwari, A, D. S., Sirakaya, T, E. ve Tanrisever, C. (2017). Efficacy of The Theory of Communication Competence and Personality Traits in Predicting Tour Guides' Income. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 16(2), 109-136.
- Kılıç, A. (2016). Turist Rehberlerinde Empatik Eğilim ve Çatışma Çözme Davranışı İlişkisi (*Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- ÖSYM, (2019). <http://www.osym.gov.tr/TR,12904/2017-osys--kilavuz-ve-basvuru-bilgileri.html>, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2017
- Resmi Gazete, 03.09.1971. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/13945.pdf>, Erişim Tarihi: 2 Kasım 2019

Resmi Gazete, 09.12.1988. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20014.pdf>, Erişim Tarihi: 2 Kasım 2019

Resmi Gazete, 15.05.1990. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20519.pdf>, Erişim Tarihi: 2 Kasım 2019

Solmaz, C. (2012). Turizm Politikalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü (*Yüksek Lisans Tezi*). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.

Şimşek, A. (Ed.). (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basım.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (2014), <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,120445/turist-rehberligi-meslek-yonetmeliği.html>, Erişim Tarihi: 02 Temmuz 2018

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

9. Akademik Turizm Rehberliği Eğitimi Arama Konferansı Sonuç Raporu, Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi. (7-9 Nisan 2016). İstanbul: *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*

TARİHSEL OLAYLAR IŞIĞINDA, SENDİKAL HAREKETLERİN TURİZM GELİŞİMİNE ETKİLERİ

Serhat Yozcu¹ Füsun İstanbullu Dinçer²

ÖZ

Sendikalar, işçi sınıfının bir araya gelerek oluşturdukları birliklerdir. 1. Endüstri Devrimi ile ortaya çıkmış, çalışma yaşamının ve toplumsal düzenin şekillenmesinde etkili olmuşlardır. Bununla birlikte sendikal hareketler, her ülkede o ülkenin siyasi ve sosyal koşullarına göre şekillenmiştir. Turizmin gelişmesine etki eden olayların içerisinde teknolojik gelişme, ekonomik kalkınma, demokrasinin yayılması gibi unsurlar gösterilmekte; fakat sendikaların rolü bu hareketlerin gölgesinde kaldığı için kısıtlı bir şekilde söz edilmektedir. Bu araştırmada günümüz çalışma düzeninin oluşmasında etkisi olan sendikaların dünya genelinde turizm olayına, ülkemiz özelinde ise Türkiye turizmüne doğrudan veya dolaylı etkileri, derleme yöntemiyle ele alınarak incelenmiş, günümüzdeki Endüstri 4.0 devrimi ile değişebilecek çalışma hayatının sendikalara etkisi ve bu etkinin turizm endüstrisine olası etkileri, elde edilen bilgiler ışığında yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sendika, Endüstri 4.0, Turizm, Sosyal Turizm, Üçünü Yaş Turizmi.

JEL Kodları : J51, M13, Z32

Geliş Submitted 13.09.2019

Kabul Accepted 14.11.2019

IMPACT OF TRADE UNION MOVEMENTS ON TOURISM DEVELOPMENT IN HISTORICAL EVENTS

ABSTRACT

Trade unions are unions that working-class forms by coming together. These unions emerged with the 1st Industrial Revolution and were instrumental in shaping work life and social order. However, trade union movements were shaped according to local political and social

¹Öğr. Gör., Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksek Okulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, 74100, Bartın/Türkiye, E-posta: syozcu@bartin.edu.tr, Tel: (378) 5181901, ORCID:0000-0002-7525-1037.

² Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 34119, İstanbul/Türkiye. E-post: istanbul@istanbul.edu.tr, Tel: (212) 4400000-11597, ORCID: 0000-0001-9446-5519.

conditions in each country. Factors such as technological development, economic development and the spread of democracy are shown among events affecting the development of tourism, but the role of trade unions was mentioned in a limited way because this role was generally overshadowed by these movements. In this research, trade unions that have an impact on the formation of today's working order were examined by compiling the direct or indirect effects on tourism events in the world and on Turkish tourism in Turkey, and the effect of work life that can be transformed with the current Industry 4.0 revolution and the possible effects of this change on the tourism industry were interpreted in light of the information obtained.

Keywords: Trade Union, Industry 4.0, Tourism, Social Tourism, Third Age Tourism.

JEL Kodes : J51, M13, Z32

GİRİŞ

Sendikalar, işçi birlikleri olarak tanımlanabilir. Birinci Endüstri Devrimi ile ortaya çıkan yeni çalışma koşullarında ve toplumsal düzende, işçilerin haklarını korumak ve geliştirmek için kurulmuşlardır. Sendikal mücadeleler sonucu dünya genelinde, çalışma temelli toplumsal düzen oluşmuş; ayrıca insan haklarının sosyo-ekonomik boyutu fark edilmiş ve gelişmiştir.

Toplumsal olaylardan etkilenen olgulardan biri de turizmdir. Turizmin gelişmesinde kişisel boş zamanın artması, gelirin yükselmesi, sosyal güvenlik sisteminin kurulması, teknolojinin gelişimi vb. birçok etkenden söz edilmekte; fakat sendikal hareketlerin turizme olan katkısı, ulusal turizm yazınında kısıtlı şekilde bahsedilmektedir. Bu çalışma ile sendikaların, turizmin gelişmesine olan katkıları, tarihsel olaylarla bağlantılı şekilde ele alınarak derleme yöntemi ile daha da belirgin hale getirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada öncelikle işçi sınıfının, dolayısıyla sendikaların doğuşu ve hak mücadeleleri araştırılmıştır. Sendikaların yürüttüğü mücadeleler, çalışma yaşamı, çalışma saatleri ve işçi sınıfının refah düzeyi boyutunda incelenmiştir. Bu incelemede dünyadaki ilk sendikal hareketlerin başladığı İngiltere ile Amerika ve Türkiye'deki sendikal mücadeleler tarihsel olarak ele alınmıştır. Son olarak sendikal hareketlerin Uluslararası Çalışma Örgütü'nün kurulmasına ve işleyişine katkısı ile dünya geneline olan etkilerine değinilmiştir. Sendikaların bu mücadeleleri sonucunda uluslararası turizme, ülke bazında ise Türkiye turizmine etkileri araştırılmıştır. Bilgi ve veri elde etmede ikincil kaynaklar kullanılmakla birlikte ülkemizdeki

sendikaların internet sitelerinden, sahip oldukları konaklama tesisi ve sosyal tesis verilerine ulaşılmış; ayrıca birçok sendika ile telefon görüşmesi gerçekleştirilmiştir.

Günümüzde, Endüstri Devriminin 4. aşaması gerçekleşmektedir. Endüstri 4.0 diye adlandırılan teknolojik gelişimin etkileri, her alanda özellikle de çalışma hayatında kendini göstermesi beklenmektedir. Bu yeni koşullarda sendikaların turizme olası etkileri, derleme çalışmasından elde edilen bilgilerle değerlendirilmiştir.

1.Çalışma Olgusunun Gelişimi ve İşçi Sınıfının Doğuşu

“Çalışma” (iş) kelimesinin epistemolojik kökenine bakıldığında, çeşitli lisanların çalışma olgusuna farklı anlamlar yüklediği görülmektedir. Lafarque (1996:13), çalışma kelimesinin Fransızca karşılığının “travail” olduğunu ve “zahmetli iş”, “acı veren iş”, bir çeşit “işkence” anlamını içerdiğini belirtir. Grint (1998:18) Yunanca’ da “iş” sözcüğüne karşılık bir kelimenin olmadığını; ancak “acı veren faaliyet” anlamında “ponos”, vazife anlamına gelen “ergon”, “teknik” anlamına gelen “techne” kelimelerinin kullanıldığından bahseder. Grint’in ifadesinden farklı olarak, Corders& Ibrahim (1996) ise “iş” in Yunanca karşılığının “aschole” olduğunu ve boş zamandan yoksun anlamı taşıdığını yazmaktadır. Savater (2010:100) Romalılar’ın “iş” anlamında “labor” kelimesini kullandığını ve bu kelimenin “zahmet” ve “yorgunluk” anlamı içerdiğini belirtir; ayrıca İspanyolca ’da “iş” anlamına gelen “trabajo” sözcüğünün Latince “trepalium” dan geldiğini ve bu kelimenin de üç başlı sopadan oluşan bir işkence aletinin ismi olduğunu ifade eder. Son olarak, Grint (1998:18) “iş” kelimesinin İbranice karşılığının “avodah” olduğunu ve kelimenin köle anlamındaki “eved” den türediğini belirtir. Yukarıdaki epistemolojik açıklamalara dayanarak çalışma ile ilgili kelimelere, olumsuz anlamlar yüklendiği görülür. Eski çağlarda çalışmaya olumsuz bakılmasının nedenlerini, Lafarque (1996: 57-58) şu şekilde belirtir:

- Ticaret ile uğraşanların yalan söylemeleri ve aldatma alışkanlıkları,
- Bedeni ile çalışanların sürekli acı veren işlerle uğraşmaları sonucu, sağlıklı ruh ve zihin yetilerinin olamayacağı inancı,
- Çalışma dogmasının insanı aptallaştırdığı inancıdır.

Çalışma düşüncesine olumsuz anlamlar yükleyen eski uygarlıklar, çalışanlara da olumsuz tutum sergilerler. Çalışanların insanlık âlemine değil, tabiat alanına ait olduğunu kabul ederler. Bu dönemdeki çalışma, toplumsallaşma ölçütü değildir; aksine toplumdan dışlanma ölçütüdür (Gorz, 2007: 28). Bu çağda, çalışma kötülenirken boş zamanın övüldüğü görülür. Atinalılar, boş zamanı yaşamın en üst değeri; çalışmayı ise en aşağı kısmı olarak görür. Üst

sınıfın çalışma zorunluluğu olmamakla birlikte kültürel, entelektüel ve sanatsal aktivitelere katılım özgürlükleri vardır (Kraus,1998: 3).

Çağdaş kapitalizm ve kültürün en temel öğelerinden biri, meslek fikri üzerine kurulu akılcı yaşam tarzıdır. Bu yaşam tarzı, Hristiyan Çileciliğinden doğar (Weber, 2013: 232). Eski çağlardan beri hor görülen çalışma eylemi ve bu eylemi yapan kişi olarak çalışan, Hristiyan çileciliğin etkisiyle yüceltilir böylece sanayi toplumu, kendini “emekçiler toplumu” olarak görür ve kendini, önceki toplumlardan ayırır. Çalışma, artık en önemli toplumsallaşma aracıdır (Gorz, 2007: 28).

İşçi sınıfının çalışma ve hak mücadeleleri, ilk kez feodal dönemde kendisini gösterir. Feodal yapıda serf olan işçi sınıfı, tarımsal faaliyetlerde bulunur ve ürettiği artık değerın büyük bir kısmını, aristokrat olan toprak sahibine verir. Bu arada, sömürgelerden getirilen malların ticaretini yapan ve zenginleşen yeni bir sınıf- Burjuva- ortaya çıkar. Ticaret ile zenginleşen burjuvazi, siyasal olarak yönetimde söz sahibi olmak istemekte ama aristokrasi, yönetim gücünü paylaşmak istememektedir. Aristokrasi ile Burjuvazi arasındaki iktidar mücadelesine taraf olan işçi sınıfı, burjuvazi sınıfı ile ortak hareket ederek feodal yapının kırılmasını sağlar, böylece yönetsel güç, aristokrasi ve burjuvazi arasında paylaşılır (Tuna, Şen, & Durdu, 2015). Bu tarihi olayla işçiler, toplumsal yapının şekillenmesinde ilk defa önemli bir rol oynar.

Orta Çağ, tarımsal servetten parasal servete ve tüccar sermayesine geçişin olduğu (Marx, 2016: 151); toprak mülkiyeti dışında, farklı mülkiyetlerin (üretim araçlarının mülkiyeti gibi) ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu dönemde tarım işçileri olan serfler, topraktan koparak fabrika işçilerine dönüşmeye başlar. Bu dönüşümün şekilsel olduğu ifade edilebilir. Sonuçta işçiler, eskiden olduğu gibi yine sahibi olmadığı mülkiyetlerde çalışmaktadır. Asıl değişim ise zanaatkârlarda olur. Marks, bağımsız zanaatkârların, ustaların ve diğer işçilerin ortak alanda, bir arada çalıştığı büyük atölyeleri, manufaktür olarak adlandırmaktadır. Manufaktürler, iş birliği içerisinde işin bölümlere ayrılması ile oluşmuş, üretim için el aletlerinin kullanıldığı yerlerdir (Marx, 2016: 327). Manufaktürden fabrikaya geçiş ise tam bir teknik devrimdir. 18. yüzyılın sonlarına doğru buhar gücünün icadı ile manufaktürler yerlerini, rekabet edemediği fabrikalara bırakır (Engels, 1975: 46). Diğer bir ifade ile kapital sistem, zanaatkâr iş kollarını fabrika içerisinde birer bölüme dönüştürür. Zanaatkârlar, fabrikaların yığın üretim yapabilmesi sebebiyle fabrika ürünleri ile yarışamaz hale gelir; sonunda işyerlerini kapatarak, birer işçi olurlar (Huberman, 2016). Bu dönemde işçi sayısı her geçen gün artar (Kozak, 1992).

Zanaatkârların atalardan kalma el beceresini yok eden bu teknik devrimin ardından, toplumsal üretim ilişkileri kesin bir biçimde değişir (Eaton, 1996: 68). Fabrika sisteminin ortaya çıkardığı işçi-işveren ilişkileri, lonca sisteminde görülen usta-kalfa-çırak arasındaki yakın, şahsi ve samimi ilişkileri ortadan kaldırır; yerine resmi ilişkiler düzenini getirir. İşçi-işveren ilişkileri, apaçık bir emek-sermaye ilişkisi hâline dönüşür. Bu yeni sistemde işçi, sermayedar/işveren karşısında güçsüzdür; tek başına, kendi haklarını koruyabilmesi mümkün değildir. İşçiler, ancak bir araya gelerek güçlerini birleştirirlerse işverenin/ sermayedarın gücüne karşı bir ölçüde ayakta durabilir, haklarını koruyabilir (Kozak, 1992).

İşçinin sermaye karşısında güçsüzleşme sebeplerinden biri de çalışanın, iş üzerindeki kontrolünü yitirmesidir. Endüstri Devrimi öncesi çiftçiler, zanaatkârlar ve ev tabanlı çalışma yürüten işçiler, kendi yaptıkları işlerin ve üretimde kullandığı aletlerin üzerinde söz sahibidir. Diğer bir ifadeyle iş akışı ve planı, işi yapana bağlıdır (Budd, 2011: 29). Çalışanın iş üzerindeki kontrolü, Taylor dönemine kadar sürer. Taylor, çalışanın iş üzerindeki etkisinin fakındadır. İş, çalışanın becerisine bırakıldığı sürece; çalışan, işi yavaşlatmak için her şeyi yapabilmektedir. Taylor, vasıflı işçilerin bu kontrolünü kırar; iş üzerindeki kontrolün yönetime, dolayısıyla kapital gücün eline geçmesini sağlar. Çalışanlar, böylece bir makinenin ya da makineler sisteminin temposu ve ritmine uymak zorunda kalır (Savran, 2015:131-135). Fabrikalarla yarışamayan lonca ustaları, kalfaları ve çırakları; işi planlama, organize etme ve iş üzerindeki söz hakkını da kaybeder ve ücretli statüsünde çalışmaya zorlanır (Kozak, 1992). Bu dönemde topraktan kopup şehre gelenler sonucu, kentlerde kalabalık işçi yığınları birikir. Bu durum, iş gücü talebi ve arzı arasında uçurum yaratır. İşçiler, düşük ücret karşılığı çok uzun saatler çalışmak zorunda kalır. Diğer taraftan kentlerdeki bu işçi yoğunluğu sebebiyle işçiler, bir araya gelerek kendi sorunlarını görüşme, karar alma ve hak arama olanağı elde eder, böylece sınıf bilincine sahip olurlar (Olalı,1979, 45). İşçi sınıfın bir araya gelip görüşmeleri ve karar almaları, sendikal hareketin doğmasına zemin hazırlar.

2.Sendika

Bir işçi, kapitalist gücün karşısında bireysel çıkarlarını koruyamaz, kendi gibi diğer işçilerle birlikte hareket etme yolunu seçer (Jackson, 1996: 22). Birlikte hareket eden işçiler, artık tek başlarına olduklarından daha güçlüdür (Tribe, 2011:467). Böylece işçiler, örgütlenmeye yani sendikalaşmaya başlar. Webb& Webb (1984:1) sendikayı, “Üyelerini korumak veya istihdam koşullarını iyileştirmek amacıyla, ücretle çalışan bireylerin oluşturduğu sürekli kuruluşlar olarak” tanımlar. Önsal (2010: 60) ise sendikaları, “Bir insan grubunun ekonomik ve sosyal çıkarlarını korumak-savunmak için oluşturdukları kuruluşlar” olarak tanımlar. Tribe

(2011:467)'da sendikaların ana amacını, üyelerinin çalışma koşullarını, ücretlerini ve emeklilik haklarını korumak olduğunu ifade eder. Sendika tanımlarındaki vurgular, genellikle üyeleri adına ücret ve çalışma şartları konusunda pazarlık yapma üzerine olduğu söylenebilir (Jackson, 1996: 7). Talas (1975)'e göre sendikaların gücü, üyeleri adına toplu pazarlık yapmasına dayanmaktadır.

Sendikaların diğer bir özelliği ise işçiler arasındaki haksız rekabeti engellemesidir. Sendikalar, bazı işçilerin çalışabilmek için daha ucuz ücreti kabul etmesiyle, diğer işçilere zarar vermesinin de önüne geçer (Heaton, 1985:351). Engels, “Ekonomik kriz dönemlerinde ücretlerin düşürülmesini talep eden kapitalistlerin, kriz olmadığında da düşük ücret vermeyi sürdürmek isteyeceğini” belirtir. Düşük ücretle çalışmak istemeyen işçiler, greve gittiklerinde kapitalistler, işçi direnişlerini kırmak için grev kırıcı birkaç kişiye, yüksek ücret vererek diğer işçilerin birlikteliğini bozmaya veya sendikasız işçileri tercih etmeye çalışır. Engels, bu durumda sendikaların kapitalistlere karşı değil, kapitalistlerin karşısında birlik gücünü kıran diğer işçilere yönelik güçlü olduğunu belirtir (Engels, 1975: 12-19).

Düşük ücret dışında, çalışma koşulları da işçilerin birlik olmasında önemli rol oynamaktadır. Buharın tekstil sanayiinde kullanılmaya başlanmasıyla değişen toplumsal yapıda, işçiler (kadınlar ve çocuklar dâhil) çok kötü koşullar altında çalışmaktadır. Çok sayıda işçi, kitlesel üretimi gerçekleştirirken haklarını savunma konusunda, yanlarında kimseyi bulamaz. Devlet, sosyal meselelerle ilgilenmemekte; işverenler, çalışma koşullarının tartışılmasına izin vermemekte; kilise, işverenler ile iş birliği yapmakta ve liberalizm, toplumca adeta kutsal kabul edilmektedir (Önsal, 2010: 59). Böyle bir toplumsal yapı içindeki işçiler, örgütlenerek taleplerini güçlü ve tek ses olarak duyurma yöntemini seçer.

Endüstri Devrimi ile İngiltere’de yeni tip sosyal sınıflaşma belirginlik kazanır. İşçi sınıfının genel nüfus içerisindeki payının yükselmesi, sendikalaşma hareketini hızlandıran, sendikaların gücünü ve işçi sınıfının siyasi etkinliğini artıran en önemli faktör olur (Kozak, 1992). Endüstri Devrimi’nin 1768’de başladığı İngiltere’de, ilk sendika 1792’de kurulur (Önsal, 2010: 60); diğer taraftan işçi sendikaları, 1824 yılına kadar yasa dışı kabul edilir. Sendikaların yasaklanmalarının temel sebebi: Birleşerek hareket eden işçilerin, çalışmayı boykot etmesi sonucu kapitalistlerin kârlarına engel olmalarıdır (Heaton, 1985: 352). Kârdan yoksun kalan kapitalistler, uzun süre sendikal kuruluşları yasaklamak için çabalar (Eaton, 1996: 87).

İngiltere’deki sendikal hareketler için 1851 yılı, önemli bir yıldır. 1851 yılında mühendisler, makinistler, demirci ve metal işçileri gibi vasıflı işçiler, bir araya gelerek yeni bir birlik kurar.

Burjuvaların, sendikalara yönelik güvensizliklerini ortadan kaldırmak amacıyla, o güne kadar gizli yapılan toplantılardan ziyade, toplantıları herkese açık yaparak kendilerinden korkulmamasını sağlarlar. Tüm anlaşmazlıkları, öncelikle barış ortamında ve anlaşma zemininde çözmeye eğilimindedirler. Bu birlik, yalnız bir sendika değil, aynı zamanda yardımlaşma sandığıdır. Üyelerinden yüksek bir aidat almakta ama bunun karşılığında üyelerinin hastalık, işsizlik ve yaşlılık durumlarında üyelerine yardım etmektedir (Heaton, 1985: 356-358).

Sendikal hareketler, her ülkenin kendi koşullarına göre şekillenmektedir. İngiltere’de 17. yüzyılda başlayan sendikal hareket, ABD’de daha geç meydana gelir. ABD’de 1886 yılında ustalık temelli bir birleşme olan Amerikan İşçi Konfederasyonu’nun kurulmasıyla yaygınlaşır (Jackson, 1996:18). Farklı ülkelerde, o ülkenin koşullarına göre yapılan sendikalar, çalışma saatlerinin azaltılması ve sosyal hakların geliştirilmesi gibi benzer temel taleplerde bulunur.

2.1. Sendikalar ve Çalışma Saatlerinin Azalması

Turizm olayının gerçekleşebilmesi için kişinin boş zamana sahip olması beklenir. Boş zaman ise çalışma süresi ile ters orantılıdır. Sendikal mücadeleler sonucu, günlük, haftalık, yıllık ve ömür boyu çalışma sürelerinin azalmasıyla, boş zaman süresi artmaktadır. Bu bölümde sendikaların, çalışma sürelerinin azaltılmasına yönelik etkileri incelenmektedir.

İşçi sınıfının çıkarları ile kapitalistlerin çıkarları birbirine taban tabana karşıttır. İşçiler, çalışma saatlerini azaltmaya ama aldığı ücreti artırmaya yönelik hareket ederken; kapitalist, kârlarını artırma yöntemi olarak, işçi ücretlerini azaltmaya; fakat işçilerden daha çok yararlanmak için çalışma saatlerini uzatmaya çalışır (Eaton, 1996: 86). Bundan dolayı sendikaların mücadele ettiği ana konular, çalışma sürelerinin azaltılması ve elde edilen gelirin artırılması üzerine olur. Çalışma süreleri, 1870’li yıllarda günde 12-14 saat, haftalık çalışma 6 gündür. Hafta sonu tatili ücretsizdir ve ücretli tatil hakkı yoktur. 100 yıl sonra ise (1970’lerde) günlük çalışma saatleri azalmış; iş, eskisi kadar bedensel zorluk içermemektedir (Martin & Mason, 1987).

Aşağıdaki şekil 1870’lerden 1970’lere kadar geçen sürede, günlük yaşamın ne kadarının iş, ne kadarının dinlenme, eğlence ve kendini geliştirme için ayrıldığını gösteren şekildir. Şekil 1’de, çalışma zamanının dönemlere göre gittikçe azaldığı görülmektedir.

Şekil 1: Günlük Çalışma, Dinlenme, Eğlence, Kendini Geliştirme Zamanı (1870-1970)

1870	W	R	E.	D
------	---	---	----	---

1930	W	R	E.	D
------	---	---	----	---

1970	W	R	E.	D.
------	---	---	----	----

W: İş zamanı, **R:** Dinlenme zamanı, **E:** Eğlence zamanı, **D:** Kendini geliştirme zamanı

Kaynak: Martin & Mason (1987)'den düzenlenmiştir

Sendikal hareketlerin yeni yeni başladığı dönemde, Owen gibi işçi dostu fabrikatörlerin, işçilerin günlük daha az çalışma taleplerini desteklediği tarihi örneklerde mevcuttur. Owen'in kendi fabrikasında uyguladığı çalışma saatlerini azaltma ve çalışma koşullarını iyileştirme, o dönem için bir yenilik sayılır (Kozak, 1992). Bununla birlikte kapitalistler, uzun çalışma saatlerinin ve sağlıksız iş koşullarının sadece işçileri değil; aynı zamanda üretim miktarını ve kalitesini etkilediği, makinelerin ve aletlerin zarar görmesine ve iş kazalarına sebep verdiğini fark eder (Heaton, 1985:342). Benzer şekilde Marx, fabrikalardaki üretim makinalarının grevlerden dolayı kullanılmadığında yıprandığını; uzun süre çalışmalarda ise sık sık arızalandığı ve iş kayıplarının oluştuğunu ifade eder (Marx, 2016: 386). İşverenler, işçileri daha fazla çalıştırmamanın kendi menfaatlerine de zarar verdiğini görür.

Sendikalar, çalışma koşulları konusunda işverenlerin bir kısmını ikna ettikten sonra; çalışma sürelerine yönelik yasa çıkarılması için hükümetlere baskılar kurar (Jackson, 1996: 190). İngiltere'de çalışma hayatına yönelik ilk yasal düzenleme, çocuklara ve kadınlara yönelik yapılır. Yetişkin erkeklere yönelik 8 saatlik düzenlemeler ise 1900'den sonra hayata geçer (Heaton, 1985: 341). Amerika Birleşik Devleti'nde ise günlük çalışma saatinin 8 saatle sınırlandırılması, İngiltere'ye göre biraz daha yavaş olur. Amerika nüfusunun büyük çoğunluğun tarımla uğraşması, çalışma saatinin sınırlandırılmasına engel olarak gösterilebilir. ABD'de ancak 1916 yılında, sendikaların baskısı sonucu Federal anlaşma- Adamson Act- ile endüstriyel çalışma saati 8 saatle sınırlandırılır (Wilson, 1988: 81). Gittikçe azalan çalışma saati 1. ve 2. Dünya Savaşları zamanında sekteye uğrar. Savaş dönemlerinde işçiler, günde 12 saat ve haftanın 7 günü çalışmak zorunda kalır (Heaton, 1985:341).

Sendikaların mücadele verdiği bir diğer konu da çalışma ücretleridir. İşçiler, ücretlerin artırılmasını istemekte; kapitalistler ise buna karşı çıkmaktadır. Diğer taraftan düşük ücret sistemi üzerine kurulu bir ekonomide, üretilen mal ve hizmetleri satın alabilecek güçte, nakit

fazlası yeterli sayıda tüketici bulunamayacağından ekonomik durgunluk ve çöküşe neden olabilmektedir (Bocock, 2014: 29). Bu durum karşısında kapitalistler ile işçi sınıfı, sınırlı çalışma süresi ve ücret konularında anlaşma yoluna gider. Sendikalar, bu temel taleplerdeki başarılarından sonra, ücretli izin gibi sosyo-ekonomik konularda da taleplerde bulunurlar.

2.2. Sendikalar ve Ücretli İzinler

Turizm gelişmesine etki eden olaylardan biri de kişilerin ücretli izin hakkına sahip olmasıdır. Hafta sonu tatili ve ücretli yıllık izinlerin kanunlarda yer almasından önce sendikalar, toplu pazarlıkla bu hakları elde eder. Bu bölümde sendikaların sosyo- ekonomik kazanımları sonucu turizme olan etkileri incelenmektedir.

On dokuzuncu yüzyılın ortasından itibaren kapitalist sınıfın temel çabası, artık değeri fazlaştırmak için çalışma saatlerini acımasızca uzatmaktansa sınırlı iş saatlerinde, daha çok randıman almaya yönelir (Eaton, 1996: 102). Diğer bir ifade ile kapitalistler, kısıtlı çalışma süresinin verimli kullanılmasına yönelir. Bu durum ise yeni sorunlar ortaya çıkarır. İş sürelerinin azalmasına karşılık, rutin işlerin artması ve işin yaratıcılık sürecine çalışanın katılmaması, Marx'ın da belirttiği gibi yabancılaşma ve işten uzaklaşma gibi sorunları ortaya çıkarır (Bocock, 2014: 53-55). Üretim araçlarındaki teknolojik gelişme- işin makineler tarafından kontrolü- ve çalışma sistemi, çalışanlarda sıradanlık hissi yaratmakta, bireyin yavaş yavaş kişiliğini kaybetmesine, topluma yabancılaşmasına, yalnızlaşmasına, bunalmasına yol açmakta, sonuç olarak çalışanlar ve dolayısıyla toplum olumsuz olarak etkilenmektedir (Butler, 1940: 15; Sartre, 1996: 10). Diğer bir ifadeyle teknolojik gelişme, insanının daha az çalışmasını sağlamakta ama insanı psikolojik olarak zorlamaktadır (Gaulejac, 2013: 185-186). Psikolojik olarak zorlanan işçi sınıfı, dinlenme için ücretli izin talebinde bulunmaya başlar.

Ücretli izin konusunda ilk örnek, Almanya'da 1873 yılı Saray Kararnamesi'ne bağlı olarak devlet memurlarına yönelik ücretli izin hakkının verilmesi gösterilebilir (Lanquar, 1991: 5). İngiltere'de ise 19. ve 20. yüzyılın başlarında üst düzey yöneticilerin ve denetçilerin ücretli izin hakkı mevcuttur. Bu hakkın genele yayılabilmesi için İngiltere'deki sendika kongresi, 1911 yılında kampanya başlatır (Striking Woman). 1920'lere gelindiğinde İngiliz sendikaları, fabrika sahipleriyle ücretli izin hakkı konusunda 58 sözleşme yapar. 1920'li yılların ortalarına gelindiğinde ise İngiltere'deki işgücünün % 16-17'si ücretli tatil hakkına sahiptir (Urry, 2002: 25-26). 1930 İngiltere'sinde ücretli izin hakkı, yasalarla kabul edilmeden önce işçiler, toplu pazarlık yolu ile ücretli izin hakkı elde eder (Green, 1997). 1930'lardan sonra hükümetler, işverenlerin muhalefetine rağmen sendikaların baskılarıyla, işçilere yönelik ücretli tatil hakkını kanunlaştırır (Wang, 2000: 100).

İngiltere'nin dışında, ABD ise 1920'li yıllarda işçi hareketlerine bağlı olarak, günlük 8 saat çalışma genel kabul görür. Bu dönemde haftalık çalışma sürelerinde herhangi bir azalma gerçekleşmemekle birlikte; 2 günlük hafta sonu tatili ABD geneline yayılır (Dulles, 1965: 387-388). ABD'de ücretli izin konusundaki gelişmeler ise 1930'lu yıllarda gerçekleşir. 1934'te Sinclair Petrol Şirketi ile Uluslararası Petrol Sahası, Gaz Kuyusu ve Rafineri İşçileri Birliği arasındaki bir anlaşma ile 15.000 işçinin ücretli izinden yararlanılması sağlanır (Aron, 1999: 249).

Farklı ülkelerdeki işçilerin hak mücadelelerine istinaden, serbest zamanın hacmi yavaş; fakat istikrarlı bir şekilde artmaktadır. II. Dünya Savaşı öncesi 1-2 haftalık ücretli izinler, 1950'li yıllarda 3 haftaya çıkar. Yıllık ücretli izin yaygınlaşınca sendikalar, daha uzun hafta sonu tatilleri talep ederek 2 günlük hafta sonu tatili yaygınlaşır. 1960'lı yıllarda 4 haftalık ücretli izinlerin yaygınlaşması ile tatil ve seyahat isteklerinde artış meydana gelir. Güçlü ekonomiler ve sendikalara sahip ülkelerde, çalışan hakları kabul edilince diğer ülkelere örnek olur ve o ülke sendikaları aracılığıyla çalışan hakları, Avrupa geneline çabuk yayılır (Teigland, 2000: 41).

2.3. Sendikalar ve Kooperatif

Tarihî gelişim içinde İngiliz işçi hareketinin üç alanda ilerlediği söylenebilir. Bunlar: "Sendikacılık", "Kooperatifçilik" ve "Politika" dır. Sendikalar, işçilerin ücret ve çalışma şartlarına ilişkin haklarını korumaya ve geliştirmeye çalışır. İşçilerin çalışma süreleri, ücretleri ve ücretli izinler konusundaki kazançları, önceki bölümlerde açıklanmıştır. Bu bölümde, sendikaların kooperatif ve siyasetle –politika- ilgi kazançları açıklanmaya çalışılacaktır.

Kooperatifler, Owen'ın yeni bir toplum hayalinden; üreten ve ürettiklerini paylaşma anlayışıyla ortaya çıkar. Düşük ücretle çalışan işçilerin, ihtiyaçlarını karşılamaları ancak tüketim kooperatifleri kurmaları ile mümkündür (Heaton, 1985: 377). Kooperatif, tüketim alanında işçilerin iktisadi durumlarını geliştirerek, daha iyi bir hayat seviyesine yükselmelerini sağlamada onlara yardımcı olur (Kozak, 1992). Bu sistem ise kooperatifin ömrünü kısaltır. Perakendeci olarak başlayan kooperatifler, üretim ve toptancılık alanlarında da girişimler yapar. Üretim ve toptancı kooperatifine İngiltere Toptancı Kooperatif Topluluğu, örnek verilebilir. 1863'te kurulan İngiltere Toptancı Kooperatif Topluluğu, 1872 yılında 1.000 kooperatif ve 1.200 sendika ve yardımlaşma kuruluşunun defterlerini tutan bir bankaya dönüşür. Bünyesinde çalıştırdığı kişiler de kendi sendikalarını kurar. Elde edilen kar, iştirak payı altında sendika üyelerine dağıtılır, böylece üyelerin ek gelir elde etmesi sağlanır. Kooperatifler, aynı zamanda işverendir ve çalıştırdıkları elamanlara yönelik, tutumlarıyla da

örnek işletmeler haline gelir (Heaton, 1985: 377-379). İşçi sınıfı, kooperatifler dışında, elde ettikleri kazanımları kaybetmemek ve bir hak olarak elde tutabilmek için siyasetle de ilgilenir.

2.4. Sendikalar ve Siyaset

Engels, “Sınıflar arasındaki mücadelenin bir ayağının da siyasal harekettten geçtiğini” söz eder. Egemen güç olan kapitalistler, elindeki kanun yapma gücünü paylaşmak istemez; ama egemenlik altındaki işçi sınıfı, iktidardan pay almak ister. İktidardan pay alan işçi sınıfı, kendi çıkarları için kanunların düzenlenmesini talep eder (Engels, 1975: 119). İşçi sınıfının bu talepleri elde etmeleri ise pek kolay olmaz. Çalışanlar ve burjuvazi arasındaki mücadelelerde işçiler, zaman zaman başarı kazansa da bu kazanımlar geçici olur. Marx ve Engel, “İşçiler açısından asıl kazanımın, sendikal hareketin ülke geneline yaygınlaşması” olarak ifade etmektedir. Modern iletişim araçları sayesinde, ayrı bölgelerdeki işçiler haberleşerek, birlikte hareket eder. Ülke genelinde, toplu hareket edebilen sendikalar, siyasallaşma yönünde büyük bir ivme kazanırlar (Marx & Engels, 1975: 58).

İngiltere’de 1832 tarihli "Reform Bill", oy hakkını, geliri belirli miktardaki toprak sahiplerine ve kiracılara tanımaktadır. Geliri yüksek sınıflardan olan burjuvazi, Reform Bill sayesinde bazı temel siyasî haklara kavuşur ve ülkenin yönetiminde aristokrasiye ortak olur. İşçi sınıfı ve diğer sınıflar ise henüz oy hakkı başta olmak üzere başlıca demokratik haklardan mahrumdur. 1832 tarihli Reform Bill'den sonra, 1867 ve 1884 tarihli reformlarla, oy hakkı adım adım genişletilir; ancak 1918’de yürürlüğe giren son reform kanunu ile bugünkü anlamda genel, eşit ve gizli oy hakkı elde edilir (Kozak, 1992).

Sendikaların ve kooperatiflerin yönetsel işlevi, bir çeşit demokrasi prototipidir. İlk kooperatif denemelerinden sonra kurulan yeni tip kooperatiflerde, yasalardan önce reform hareketleri mevcuttur. Üyelerinin oy hakkı, kadınların yönetime seçilme hakkı vardır. Eğitime önem veren sendikalar, kooperatiflerden elde edilen karın %2,5’luk kısmını, 1852 yılında eğitim için harcamaktadır. Sendikalar, eğitim konusunda devletten 20 sene önce bu hamleyi yapar (Heaton, 1985: 377). Sendikalar, siyasal hareketleri sonucu İngiltere Avam Kamarasında 1874’te bir koltuk, 1885’te 10 koltuk elde eder. 1906’da sosyalist gruplar ve işçi sendikaları bir araya gelir ve 1906 yılında İşçi Partisi çatısında birleşirler (Heaton, 1985: 359). Gelişmiş Avrupa ve Amerika ülkelerindeki işçilerin hak ve menfaatlerini korumak ve geliştirmek üzere kurulan sendikalar, kısa zamanda toplumun büyük kesimi tarafından benimsenir ve ileriki yıllarda siyasi partiler kurarlar, hatta iktidar bile olurlar (Taş, 2012: 62).

Daha adil bir gelir paylaşımı, ekonomik ve siyasi idarede söz sahibi olmak isteyen sendikalar, siyasi partiler kurarak işçilerin haklarını korumaya çalışır (Talas, 1975); ayrıca sendikaların

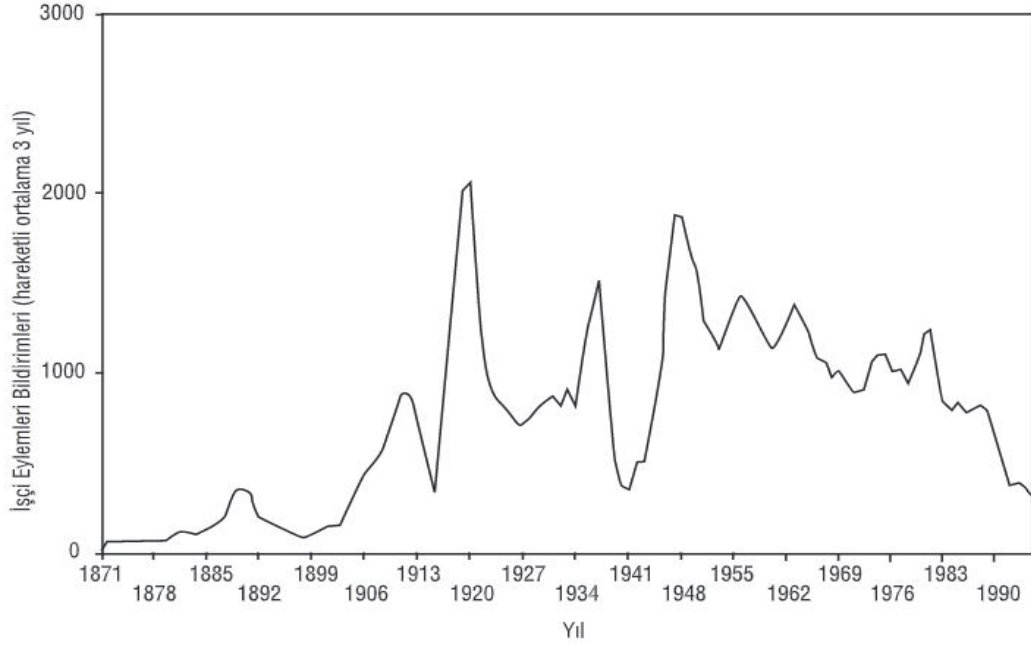
toplu pazarlık gücü, demokrasinin gelişmesine etkili olur. Öyle ki sendikaların elde ettiği haklar, günümüzde insan hakları içinde sayılmaktadır (Önsal, 2010:19).

2.4.1. Sendikalar, Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ) ve Avrupa Birliği

1. Endüstri Devrimi, dönemin toplumsal yapısını tamamen değiştirir. Ortaya çıkan sosyal eşitsizlik ve adaletsiz durum, sendikaların kurulmasına, güçlenmesine ve Avrupa'da sosyal demokrasinin gelişmesine zemin hazırlar; ayrıca 1917 yılında Rusya'da yaşanan Ekim Devrimi ve 1919 yılında Macaristan, Kuzey İtalya ve Almanya'nın çeşitli kısımlarında, geçici Sovyet cumhuriyetlerin kurulması, savaş sonrasında güçsüz durumda olan kapitalist ülkeler açısından ciddi bir tehdit oluşturur (Sengenberger, 2014: 13-15). Gelişmiş ülkeler hem işçi eylemlerini hem de Sovyet tehdidini azaltmak için uluslararası bir düzen sağlanmasının gerekliliğini fark ederler, böylece uluslararası bir örgüt ile çalışma hayatının düzenlenmesi fikri ortaya çıkar.

I. Dünya Savaşı'nın sonunda Paris'te toplanan Barış Konferansı'nı imzalayan taraflar; hükümet, işçi ve işveren temsiline dayanan üçlü yapı şeklinde, uluslararası bir kuruluşun kurulmasını kararlaştırır. Çalışma hayatı ve sosyal politika konularında uluslararası düzenlemeler yapmak maksadıyla 1919 yılında UÇÖ kurulur. UÇÖ, 1946 yılında Birleşmiş Milletlerin insan haklarıyla ilgili uzmanlık kuruluşlarından birisi olur (Nurdoğan, 2018). UÇÖ'nün kurulmasında İsviçreli Banker Jaques Necker gibi siyasetçi, İngiliz sanayici Robert Owen gibi iş insanları, uluslararası bir konferansı tasvip eden Papa Leon XIII gibi din adamlarının bireysel çabaları yanı sıra, sendikaların rolü de vardır. Sendikalar, ülke farkı gözetmeksizin bütün çalışanları, benzer çalışma ortamında ve benzer sorunlarla mücadele ettiklerinin bilincinde olarak, faaliyetlerini ülke sınırlarının dışına taşımaya başlarlar. Sendikalar, uluslararası seviyede düzenledikleri konferans ve kongrelerle UÇÖ'nün kuruluşunu ve kurulduktan sonra da oluşum ve çalışma prensiplerini tayin edici bir role sahip olurlar (Kaya, 1995: 9-15). Bu duruma en etkili gerekçe ise ülke ve ülkeler bazında düzenledikleri grevler ve eylemler gösterilebilir (Sengenberger, 2014: 15). Bu eylemler, Silver (2015: 172-174), tarafından çalışma konusu seçilir ve Dünya'da kayıt altına alınmış işçi eylemlerini tarihsel bazda sıralayarak Şekil 2'yi oluşturur.

Şekil 2: Dünyadaki İşçi Eylemleri, 1870-1996



Kaynak: (Silver, 2015)

Şekil 2, 1870'lerden başlayarak 1996'ya kadar dünya genelindeki işçi eylemlerinin sayısını göstermektedir. İşçi eylemlerinin iki zirve noktası, I. Ve II. Dünya Savaşlarını takip eden yıllarda yaşanır. 1919 ve 1920 zirve yıllarındaki toplam işçi eylemleri, sırasıyla 2720 ve 2293'tür. Bir sonraki zirve noktaları 1946 ve 1947 yıllarında yaşanmıştır ve bu yıllardaki toplam işçi eylemi bildirimleri ise sırasıyla 1857 ve 2122'dir.

UÇÖ, ilk Genel Konferansını 1919 yılının Ekim ayında Washington'da yapar. Bu konferansta; çalışma saatleri, işsizlik, analık haklarının korunması, kadınlar ve gece işleri, sınai istihdamda alt yaş sınırı ve gece işleri konularında ilk uluslararası sözleşmeler kabul edilir (Nurdoğan, 2018). Sosyal ve ekonomik ilerlemenin sağlanmasında hükümetlerle işveren ve işçi kuruluşlarının iş birliği, UÇÖ' nün çalışmalarını belirleyen en önemli temel unsurdur. UÇÖ, hükümet, işveren ve işçi temsilcilerinin yer aldıkları üç taraflı tek Birleşmiş Milletler kuruluşudur. Bu üçlü yapı sayesinde UÇÖ, 185 üye devlet hükümetlerinin ve sosyal ortakların, çalışma standartları ve politikaları, serbestçe ve açıkça tartışabildikleri kendine özgü bir forum niteliğindedir (Uluslararası Çalışma Örgütü, 2019).

UÇÖ' nün etkilediği bir alan da insan haklarıdır. İnsan hakları; insanın ırk, cinsiyet, milliyet, etnik köken, dil, din veya başka herhangi bir statüye bağlı olmaksızın tüm insanlara özgü haklardır. Yaşama hakkı, özgürlük, düşünce ve ifade özgürlüğü gibi haklar, herkesin sahip olduğu haklardır (United Nations, 2019). İnsan hakları, insan onuruna yaraşır bir biçimde yaşamak ve var olmak için gerekli bütün temel önkoşulları kapsamaktadır. Özgürlük temelli

bu haklar, birinci kuşak haklar olarak da ifade edilmektedir (Akçacı & Erol, 2012: 97). Bu hakların devam edebilmesi için insanların sosyal ve ekonomik yönden de bazı haklara sahip olması gerekliliği 1.Endüstri Devrimi ile ortaya çıkar (Servais, 1990). Bu haklara, ekonomik ve sosyal haklar; ya da ikinci kuşak haklar denilir, çalışma, eğitim, makul bir yaşam düzeyi, beslenme, barınma ve tıbbi bakım gibi hakları kapsamaktadır (Ataman, 2010: 14). 1. Endüstri Devrimi sonrası çalışma hayatının getirdiği sosyal çalkantılar, işçi hareketlerini ve sonrasında sendikaları doğurur, sendikal hareketler de kamuya, sosyal politikalar oluşturulması yönünde baskı yapar. Günümüzde küresel boyuttaki ekonomik ve sosyal sorunların çözümünde ülkeler, UÇÖ normlarını dikkate alarak sosyal politikalar oluşturmaktadır (Dinçer & İstanbullu Dinçer, 2005). Örneğin Avrupa Birliği'nin sosyal politika oluşturmasında Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ve UÇÖ normları etkili olur (Akçacı & Erol, 2012: 97). Günümüzde İnsan haklarının gelişmesine etki eden üçüncü kuşak hakların temelini oluşturan unsur ise insanın yaşadığı çevre ve kültürüdür. Buna göre, insanların temiz ve tahribata karşı korunmakta olan bir çevrede yaşama; grupların veya "kişilerin" kültürel, siyasal ve ekonomik gelişme hakkı vardır (Ataman, 2010:14).

UÇÖ, hükümetleri işverenler ve sendikaların bir araya geldiği uluslararası bir kurumdur. İşçilerin sosyal ve ekonomik haklarının dünya geneline yayılmasında etkili bir kuruluş olarak dikkat çekmektedir.

3.Türkiye'de Sendikacılık

Türkiye'deki sendikal yaşamın kökeni, tarihsel olarak Osmanlı dönemine dayanır. Osmanlı döneminin sosyal ve ekonomik yapısı ise sendikal yaşamın gelişmesine engeldir. Dönemin sosyal ve ekonomik özelliklerini Talas (1992: 36) şu şekilde özetler:

- a) İmparatorluk, Avrupa'nın aksine Endüstri Devrimi'ne uzak kalır.
- b) Kapitülasyonlar, diğer bir ifade ile yabancılara tanınan ekonomik, mali ve hukuksal ayrıcalıklar, ülkenin ekonomik örgütlenmesini ve kendi öz çıkarlarını korumasını engeller.
- c) Makineleşmeye geçebilmek için gerekli sermaye eksiktir.
- d) Genel eğitim düzeyi son derece yetersizdir.
- e) Sürekli savaşlar, ekonominin üzerinde ağır bir yük oluşturur ve gelişmeyi engeller.

Yukarıdaki açıklamalara ek olarak Osmanlı'nın sosyal yapısı dikkate alındığında, bu dönemde sendikal yaşamın gelişmeme nedeni ABD'deki gibi bir benzerlik gösterir. ABD'de ekonomik yapının tarıma dayanması ve çalışanların ağırlıklı tarım faaliyetinde bulunması nedeniyle olan durumun benzeri, Osmanlı'da da mevcuttur. Osmanlı Devleti'nde çalışanların

büyük kısmı kendi hesabına işler yapar. Bu durum çalışma sürelerinin 8 saatle kısıtlanamamasına ve tatil anlayışının gelişmemesine sebep olarak gösterilebilir. Osmanlı'da evlilik, vefat gibi sebeplerle ya da dini bayramlardan dolayı, işe ara verilir; ayrıca Osmanlı toplumunun farklı uluslardan ve dinlerden oluşması, farklı tatil günlerini benimsemelerine sebeptir (Deniz, 2011).

Osmanlı'nın ekonomik yapısı, tarım üzerine kurulu olmakla birlikte kapitülasyonlara bağlı olarak bazı şehirlerde madencilik, taşıma, tersane gibi iş kolları gelişir. Bu iş kollarına istinaden İstanbul, Selanik, Metoviçe, Üsküp, İzmir ve Zonguldak, işçi sınıfının yoğunlaştığı şehirlerdir. Osmanlı'nın izin verdiği ölçüde kapitalizm, bu şehirlere hâkim olur ve bu şehirlerdeki feodal yapı ortadan kalkar (Işık, 1995: 19). Osmanlı döneminde geleneksel, bağımlı çalışmanın ilk görüldüğü alanlar, maden ocaklarıdır. Bundan dolayı, çalışma koşullarına yönelik ilk kanuni düzenlemeler de maden ocaklarında gerçekleşir (Ekin, 1986). Dilaverpaşa Nizamnamesi, Zonguldak Ereğli Kömür İşletmeleri'ndeki çalışma koşullarını düzenleyen, Hicri 24 Nisan 1283 tarihli ilk nizamnamedir. Bu nizamnamede, çalışma süresi 10 saat ve iş molası da 2 saat olarak belirlenir. Çalışanların dini inançlarına uygun olarak, bayram günlerinde izinli sayılması kararlaştırılır (Topçuoğlu, 1956: 291).

Osmanlı'da da Avrupa'daki gibi işçilerin yardımlaşma sandıkları altında birleşerek, örgütlendiği görülür. 1871 yılında kurulan Amalepver Cemiyeti bunlardan biridir (Işık, 1995: 20). İkinci Meşrutiyet'in ilanına kadar çalışma hayatı sakinliğini korurken Kanuni Esasi'nin ilanı ile demiryolu ve denizyolu işçileri ile askeri malzemeler üreten tekstil iş yerlerinde yaygın grevler başlar (Akçacı & Erol, 2012:195). 1908 yılında çok sayıda grev gerçekleşince işçi olaylarını önlemeye yönelik Tatil-i Eşgal Yasası çıkarılır. Bu yasa ile devlet, sosyal hak ve özgürlükler açısından, çalışma yaşamında hem düzenleyici hem de yasaklayıcı bir rol üstlenir (Işık, 1995: 33-35).

Osmanlı döneminin kapandığı, yeni bir devletin kurulduğu dönem, kurtuluş mücadelesinin olduğu dönemdir. Kurtuluş mücadelesinin verildiği bu dönemde, İzmir İktisat Kongresi'ne davet edilen çeşitli toplumsal kesimler içerisinde işçi haklarını temsil eden kişiler de mevcuttur. İşçilerin birçok istekleri, bu kongre esnasında kabul edilmekle birlikte, kanunlaşması uzun bir süre alır (Işık, 1995: 55-56). Kongrede alınan kararlar açısından: Amele yerine işçi denilmesi, çalışma saatlerinin sekiz saate indirilmesi, 12 yaşından küçüklerin çalıştırılmaması, gece çalışmalarına çift ücret ödenmesi, asgari ücretin belediyelerce tespit edilmesi, ücretlerin para olarak ve gününde ödenmesi, hastalık nedeniyle çalışamayan işçilere gündeliklerinin ödenmesi, kabul edilir (Koç, 2000). Ayrıca İzmir İktisat

Kongresi'nde 8 saatlik çalışma dışında, gün içinde 1 saat dinlenme hakkı, haftalık tatil süresinin 1 gün olarak belirlenmesi, işyerinde sürekli çalışan işçinin ücretli bir ay izin kullanma hakkına sahip olması, karara bağlanır; ama bu kararlar, İzmir İktisat Kongresi'nden 30-40 yıl sonra hayata geçirilir (Talas, 1992: 94).

Batıda işçi mücadeleleri ile başlayan hak arayışları ve bunun sonucunda oluşan sosyal devlet anlayışı, Türkiye'de benzer bir tarihi akış göstermez. Hafta tatili, sosyal sigorta anlayışı gibi olgular birer hak olarak, Cumhuriyet döneminin kuruluş ve gelişme dönemlerinden itibaren yasalarda yerini alır. Osmanlı'da hafta tatili ile ilgili bir düzenleme bulunmazken, Cumhuriyet döneminin ilk 20 yılında hafta sonu tatiline yönelik düzenlemelerin tamamı yapılır (Deniz, 2011). İşçilerin haftada bir gün dinlenmesini öngören yasa 1924'te çıkarılır, daha sonra iyileştirmeye dönük birkaç değişikliğe konu olur. Bu değişikliklerden en önemlisi, 1935'te çıkarılan Ulusal ve Genel Tatiller Hakkındaki Yasa ile getirilen değişikliklerdir. Bu yeni yasa, hafta tatilini önce pazar günü olarak saptar; sonra hafta tatilini 35 saatten eksik olmamak üzere cumartesi günü saat 13.00'ten itibaren başlayacağını belirtir (Talas, 1992: 86).

Cumhuriyetin ilk yıllarından 1946 yılına kadar, sendikal hareketler yasal boyut kazanamaz. Yeni kurulan Cumhuriyet sisteminin kendini güçlendirme çabaları ve 1939-1945 İkinci Dünya Savaşı dönemi boyunca 1938'de çıkarılan Dernekler Yasası ile sendikalar yasaklanır; ancak bu yasak, 1946 yılında kaldırılır (Talas, 1992: 147). 20 Şubat 1947 tarihinde çıkarılan 5018 Sayılı "İşçi İşveren Sendikaları ve Sendika Birlikleri Hakkında" yasa, sendikaları dernek olarak tanımlar (Önsal, 2010: 61). 1950-1955 yıllarında sendikal hareketler artar. Bu artışta, 1952 yılında Türk-İş (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu) kurulur ve işçiler lehine birçok kanun çıkarılmasına etkili olur; ancak 1960 ihtilali ile sendikal hareketler sekteye uğrar (Akçacı & Erol, 2012: 197). İkinci sendikalar yasası ise 24.07.1963 tarihinde çıkarılır. 274 Sayılı Yasa, sendikaları (sendika, federasyon ve konfederasyonları) meslek teşekkülü (örgüt) olarak tanımlar (Önsal, 2010: 61). Bu yasa ile toplu sözleşme ve grev hakkı ilk kez işçilere tanınır (Akçacı & Erol, 2012:185).

1960-1970 dönemi, sendikaların ülke genelinde yaygınlaştığı dönemdir. 12 Mart 1971 Muhtırası sonrası sendika kurma, sendikal faaliyetlerin izne bağlanması ile belli bir durgunluk dönemine girilir (Özkaplan, 1994: 101). Bu dönemde sendika sayılarının azaldığı, fakat sendikaya üyeliğin arttığı görülür (Akçacı & Erol, 2012: 198). 1980'lere gelindiğinde gerek ekonomik gerekse siyasal krizlerden dolayı, sendikal yaşam bir kez daha sekteye uğrar. 1982 Anayasasında 51, 52, 53, 54. Maddeler ile çalışma hayatı; 2821 ve 2822 Sayılı Yasalar ile işçi

hakları düzenlenir (Işık, 1995). Çalışma hayatına yönelik Anayasa Maddeleri, 1995, 2001 ve 2010 yıllarında değişikliğe uğrar.

Günümüzde 2012 yılında kabul edilen 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu geçerlidir. Kanununun 26. Maddesi “Kuruluşlar, tüzüklerinde yer alan konularda serbestçe faaliyette bulunur” ifadesi ile sendikalara düzenleyecekleri etkinlikler konusunda geniş bir alan bırakmaktadır. Örneğin Kültür Sanat ve Turizm Emekçileri Sendikasının tüzüğünde “Üyelerin mesleki bilgilerini arttıracak, reel verimliliğin artmasına hizmet edecek, kurs, konferans, workshop vb. tertipleme, sağlık, spor, dinlenme tesisleri kurmak; lokal, kütüphane, kültür ve sanat merkezi, kreş vb. gibi müesseseler açmak, işletmek, kiralamak ve kiraya vermek; üyelerin boş zamanlarını nezih şekilde geçirmeleri için olanaklar sağlamak, eğlence ve eğitim toplantıları, geceler, moral gezileri düzenlemek.” (Kültür Sanat ve Turizm Emekçileri Sendikası, 2013) ifadesi yer almaktadır. Sendika, üyelerinin turizm ve rekreasyon ihtiyacına yönelik faaliyetlerde bulunabilmektedir.

Türkiye’de çalışma hayatı ve sendikalar konusunda UÇÖ’ nün etkisinin çok büyük olduğu söylenebilir. Türkiye, UÇÖ’ ye 1927 yılında gözlemci gönderir. 1932 yılında Milletler Cemiyeti’ne üye olunmasıyla, doğrudan UÇÖ’ ye de üye olunur. Üyelik sonrası 1936 yılında çıkartılan 3008 Sayılı İş Kanunu, UÇÖ anayasasında yer alan ilkeler dikkate alınarak hazırlanır.1947 yılına kadar Türkiye’de sendika bulunmadığından UÇÖ’ ye sadece hükümet bazında temsilci gönderilir (Nurdoğan, 2018). Bugün Türkiye, UÇÖ’ nün 8 temel sözleşmesini, yönetim sözleşmelerin 3’ünü, teknik sözleşmelerin 48’ini toplamda 59 sözleşme imzalamış ve uygulamaya çalışmaktadır (ILO, 2019). Türkiye, UÇÖ’den programlar ve projeler bazında eğitim desteği ve teknik yardım almakta ve iş birliğini devam ettirmektedir. UÇÖ ile yapılan iş birliği ve ortak çalışmalar, Türk çalışma mevzuatına olumlu bir katkı sağlar. Özellikle Bireysel İş Hukukunun temel ilkelerinin benimsenmesinde ve sendika hukuku konularında UÇÖ sözleşmeleri doğrudan belirleyici norm olmaktadır (Nurdoğan, 2018). Diğer taraftan Türkiye’nin Avrupa Birliğine üyeliği için UÇÖ normları, gerçekleştirmesi gereken önemli adımlardır (Dinçer & İstanbullu Dinçer, 2005).

4.Sendikalar ve Turizm

Turizmin gelişmesini etkileyen birçok faktörden söz edilebilir. Bunlar: Boş zamanın artması, ücretli tatil hakkı, teknolojik gelişmeler, gelir düzeyinin artması, kentleşme ve nüfus artışı, insan ömrünün uzaması, sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü, kültür ve eğitim düzeyinin yükselmesi, vb. şeklinde sıralanabilir (Usta, 2016; Kozak, Kozak, & Kozak, 2015; Sağcan, 1986). Turizmin gelişmesine, sendikaların etkilerinden söz eden kısıtlı yazınlar da

bulunmaktadır. Elbette sendikalar, turizmin gelişmesine tek başına etkili olmamaktadır. Bununla birlikte kapitalizm ile güçlü; ama bir o kadar zıt bir ilişki sürdüren sendikalar, günümüz toplumsal düzenin oluşmasında önemli bir aktör olarak görülebilir. Böylece sendikaların turizmin gelişmesine yönelik etkileri daha iyi analiz edilebilir.

Turizmin gelişmesinde, kişilerin boş zamanının artması, gelir düzeyinin yükselmesi önemlidir. Sendikalar, bazen hukuki prensipler içerisinde, bazen hukuk kurallarını aşacak şekilde girişilen mücadeleler ile ücretlerin yükseltilmesi, günlük çalışma sürelerinin kısaltılması, ücretli tatil haklarının elde edilmesi, hafta tatili gibi kazanımlar sağlar (Olalı, 1979: 45; Sağcan,1986: 87). Bu kazanımlar sayesinde, büyük bir kitlenin turistik harekete katılmasına fırsat verirler (Olalı ,1979: 45).

1930’lardan başlayarak birçok ülkede kabul edilen ve aktif nüfusun önemli bir bölümünün yer değiştirmesine neden olan, yıllık ücretli izin hakkının genelleşmesi, sendikaların turizme olan katkıları arasında en önemlisidir. Yıllık izinlerin, yaz döneminde kullanılması, turizmin mevsimlik karakteri ile kolayca bağdaşmasını sağlar ve kitle turizmine geçişte önemli bir etken olur (Sağcan, 1986: 87). Sendikalar, günlük çalışma saatlerinin azalışı yanı sıra haftalık, yıllık, hayat boyu çalışma gün sayısının azalmasına da neden olur. Bu etkenlerin arasında özellikle yıllık çalışma gün sayılarının ve hayat boyu çalışma süresinin azalışı, uluslararası turizmin gelişmesinde etken olarak görülür (Lickorish & Jenkins, 1997: 59). Diğer taraftan ücretli izin hakkı, bireylere kolektif olmaktan çıkarak, bireysel zamanı özgürce kullanma olanağı verir (Lanquar, 1991:17). Sosyal devlet anlayışının gelişmesinden çok önce sendikalar, toplu pazarlık gücü sayesinde hafta sonu tatili, ücretli izin, çalışma sürelerinin kısaltılması, ücretlerin artırılması konularında başarı elde ederler.

Sendikalar, sadece çalışma saatleri ve koşulları ile ilgilenmemektedir. İşçi sınıfının refahını düşünerek, boş zaman gereksinimleri ve bu boş zamanın kullanımıyla da ilgilenirler (Tezcan, 1977: 22). Boş zaman etkinliklerinin düzenlendiği ve genelde sendikalar tarafından kurulan ve yönetilen kuruluşlar olarak “Birlik Evleri” dikkat çeker. Birlik Evleri, çocukların ve kadınların eğlenceli, hoş vakit geçirdiği; ama aynı zamanda eğitim aldığı, yetişkin erkeklerin tecrübelerini paylaştığı birer tatil ve eğitim birimidir (Aron, 1999: 219). Sendikaların turizme doğrudan etkisinin, bu “Birlik Evleri” aracılığıyla olduğu söylenebilir. Avrupa’daki birçok ülkede, özellikle Almanya, Fransa ve İspanya’da, kâr amacı gütmeyen tatil merkezleri, sendikalar tarafından yönetilmektedir (Horner & Swarbrooke, 2007: 137). Tatiller, işçi sendikaları tarafından düzenlenmekte; kendilerine ait dinlenme tesisleri, üyelerinin hizmetine sunulmaktadır (Holloway & Taylor, 2006: 435). Benzer durum ABD’de geçerlidir. ABD’de

1919 yılında Kadın Konfeksiyon İşçileri Sendikaları Birliği, Forest Park Oteli satın alır, üyelerinin tatil yapabilmesi için “Birlik Evine” çevirir (Aron, 1999: 219). Tatil merkezleri ve Birlik Evleri dışında, sendikalar, sanayi merkezlerinde boş zaman değerlendirme programlarını sağlamaya çalışır. Örneğin izcilik, günlük kamp, atletizm birlikleri ve toplu gösteriler gibi etkinlikler düzenlerler (Tezcan, 1977: 22-23).

Turizm ile insan haklarının gelişmesi arasında bir ilişki de söz konusudur. Kişilerin seyahat özgürlüğü, sosyal güvenlik, ücretli tatil hakları turizm ile doğrudan ilintilidir (Eralp, 1983: 14-16). Bu haklar içerisinde sosyal güvenliğe bağlı emeklilik, insanların boş zamanını turizmde değerlendirmesi açısından ayrıca önemlidir. İnsanlar, daha iyi sağlık standartları ve emeklilik haklarıyla, erken emekli olduklarında, seyahat edecek zamanı, sağlığı, eğilimi ve geliri olmaktadır. Emekli olduklarında turizme katılan bireyler, **üçüncü yaş turisti** olarak nitelendirilir. Üçüncü yaş turisti, uluslararası turizm pazarının özel bir alanıdır (Lickorish & Jenkins, 1997: 60). Sendikalar özellikle ikinci kuşak insan haklarının gelişmesinde önemli bir etkidir ve turizmin gelişmesine katkı sağladıkları söylenebilir. Sendikalar, kooperatifler kurarak, elde ettiği gelirin belirli bir kısmını hasta, yaşlı, iş göremez üyelerin geçimi ve tedavilerini üstlenmeleri ile sosyal sigorta sisteminin oluşmasında bir prototip görevi görür.

İşçilerin çeşitli sosyal haklar elde etmesine rağmen, turizm olayına katılmaları önünde engeller de mevcuttur. İşçilerin hepsi aynı gelir düzeyine sahip değildir. Maddi gücü yetersiz işçi sınıfının da turizm faaliyetine katılması, dinlenmesi ve eğlenebilmesi için sosyal turizm anlayışının geliştiği görülmektedir. **Sosyal Turizmin** gelişmesinde, seyahat sandıkları tarafından çıkarılan seyahat pullarının büyük rolü vardır. Seyahat sandıkları genellikle bir kooperatif şirket statüsüne göre işçi sendikalarının, memur sendikalarının, kamu ekonomik teşebbüslerinin, kamu yararına çalışan derneklerin ulaştırma ve turizm teşekküllerinin katılmaları ile kurulurlar. Seyahat pulları, bir tasarruf aracı olduğu kadar bir ödeme aracıdır. Bu pulları alan kişiler, turizm dışında kullanamayacağından tasarruf sağlarken; ödeme olarak kullanıldığında para yerine geçer (Olalı, 1971: 77-78). Olalı'nın belirttiği sandık pulları dışında; günümüzdeki sendikalar, üye sayılarının fazlalığı ile çeşitli firma ve kuruluşlarla indirimli fiyatlar konusunda anlaşmalar yapmakta ve üyelerine dolaylı katkı sağlamaktadır. Bugün İngiltere'deki Kamu Hizmeti Sendikası'nın (UNISON) 1.300.000 üyesi bulunmaktadır. Üyelerinin daha iyi ücret, iş anlaşmazlıkları, taciz davaları, mahkeme gibi konuların yanı sıra indirimli tatil, sinema, rekreatif faaliyetler, indirimli sağlık hizmetleri gibi hizmetler de sunmaktadır (Unison, 2019; McCabe, 2009).

Gelişmiş ülkelerde, sendikaların faaliyetleri ile yaşam standartlarındaki iyileşme, ortalama bir çalışanın ücretli tatil yapma hakkını artırır. Arttırılmış hak, çeşitli şekillerde yansıtılmaktadır. İlk olarak, ortalama çalışma haftasında azalma; ikincisi, ortalama çalışma yılındaki azalma ve üçüncüsü, ortalama çalışma hayatındaki azalma ile çalışma süresindeki son düşüşler uluslararası turizm talebi için özellikle önemlidir. Günümüzde gelişmiş ülkelerdeki çoğu insanın yılda en az iki tatil yapması yaygın bir olgudur. İkinci tatil konsepti, özellikle hafta sonu tatili ve özel etkinlik paketlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte seyahat endüstrisindeki aktivitelerle gelişmektedir (Lickorish & Jenkins, 1997: 59).

4.1 Türk Sendikalarının Yerel Turizme Etkisi

Türkiye'deki sendikal hareketin gelişmesi, Avrupa'daki gibi gerçekleşmez. Çalışan hakları, kanunlar bazında işçilere ve sendikalara verildiği söylenebilir. Türkiye'deki sendikal hareketlerin geçmişi önceki bölümlerde açıklanmıştır. Bundan dolayı, bu bölümde sendikalara yönelik kanun ve yönetmelikler incelenerek, sendikaların Türk turizmine katkıları mevzuat çerçevesinde değerlendirilecektir.

24.07.1963 tarihinde çıkarılan 274 Sayılı Yasanın 14. maddesinde turizmi dolaylı olarak etkileyen bentleri mevcuttur ve aşağıda maddeler halinde verilmiştir (Işık, 1995: 220):

a) İşçilerin veya işverenlerin mesleki bilgilerini artıracak, milli tasarruf ve yatırımın gelişmesine ve reel verimliliğin çoğalmasına hizmet edecek veya genel kültürlerini genişletecek kurs ve konferanslar tertiplemek; sağlık ve spor tesisleri, kütüphane, basımevi ve benzeri kültürel tesisler kurmak; işçilerin **boş zamanlarını iyi ve nezh şekilde geçirmeleri için imkânlar sağlamak**,

b) **Üyeleri için kooperatif kurulmasına çalışmak** veya bu gibi teşebbüslere yardım etmek veyahut bizzat kooperatif kurmak,

c) Evlenme, doğum, hastalık, sakatlık, ihtiyarlık, ölüm, işsizlik, grev, eğitim ve sair **sosyal ve kültürel maksatlar için tesis** veya dernekler şeklinde yahut mesleki teşekkülün bir kolu halinde yardımlaşma sandıkları kurmak; üyeleri yararına sigorta mukaveleleri akdetmek.

Günümüzde 2821 Sayılı Kanun'un 33. Maddesi dikkate alındığında: "İşçilerin veya işverenlerin mesleki bilgilerini artıracak, milli tasarruf ve yatırımın gelişmesine, reel verimliliğin artmasına hizmet edecek kurs ve konferanslar tertiplemek; sağlık ve spor tesisleri, kütüphane, basım işleri için gerekli tesisleri kurmak, işçilerin **boş zamanlarını iyi ve nezh şekilde geçirmeleri için imkânlar sağlamak**" ile sendikaların üyelerine yönelik sosyal imkân sağlamakla da görevlendirildiği görülmektedir. Yine ilgili kanun maddesinin 6.

fikrasında “Üyelerinin mesleki eğitim, bilgi ve tecrübelerini yükseltmek için çalışmak; teknik ve mesleki eğitim tesisleri kurmak,” ifadesi yer almaktadır (Sendikalar Kanunu, 1983). Bugün sendikalar, bu maddeye istinaden dinlenme veya eğitim tesisi adı altında üyelerine hizmet etmektedir. Tablo 1, Türk-İŞ ve DİSK’e üye sendikaların internet sitelerinden elde edilen bilgilerle; sendikaların sahip olduğu misafirhane, eğitim ve dinlenme tesislerinin listesidir.

Tablo1. Sendikaların Sahip Olduğu Konaklama Tesisleri

Sendika adı	Misafirhane-Eğitim ve Dinlenme Tesisi,	Anlaşmalı Kurumu
Türkiye Orman İşçileri Sendikası	Türkiye Orman İşçileri Sendika Misafirhanesi	
Türkiye Gıda ve Yardımcı İşçileri Sendikası	176 odalı Labranda Lebedos Princes	
Türkiye Gıda ve Şeker Sanayi İşçileri Sendikası	389 odalı Grand Şeker Hotel / Side	
GENEL MADEN-İŞ SENDİKASI	44 odalı Misafirhane/Ankara	
Türkiye Petrol Kimya Lastik İşçileri Sendikası	14 odalı Ankara Misafirhanesi 26 odalı İstanbul Misafirhanesi	Abant Palace Otel Abant Köşk Otelcilik Orbis Travel Ness Thermal Hotel Spa
Türkiye Tekstil, Örne, Giyim ve Deri Sanayi İşçileri Sendikası	34 oda, 52 yataklı Ankara Misafirhanesi	
Türkiye Haber-iş Sendikası	170 odalı Çeşme Eğitim ve Dinlenme Tesisleri /İzmir 210 odalı Yeşilovacık Eğitim ve Dinlenme Tesisleri /Mersin 311 oda, 732 yataklı Grand Haber Hotel /Antalya 43 oda, 100 yataklı Ankara Misafirhanesi	
Türkiye Metal, Çelik, Mühim. Makina, Metalden Mamul Eşya ve Oto, Montaj ve Yardımcı İşçileri Sendikası	250odaları Anadolu Hotels Downtown /Ankara 278 odalı Büyük Anadolu Didim Resort Hotel 249 odalı, 105 apartlı Anadolu Hotels Esenboğa Termal 99 odalı Büyük Anadolu Ereğli Hotel 70 odalı Büyük Anadolu Girne Hotel 30 odalı, 64 yataklı Ankara Maltepe İşçi Evi 17 odalı, 33 yataklı Ankara Kızılay İşçi Evi 5 odalı, 17 yataklı İzmir Sosyal Tesisleri Bursa Osmangazi Sosyal Tesisleri Manisa Sosyal Tesisleri	

	Eskişehir Sosyal Tesisleri İstanbul Şirinevler Sosyal Tesisleri	
Türkiye Yol, Yapı, İnşaat İşçileri Sendikası	İzmir Konukevi İstanbul Konukevi Ankara Konukevi Silifke-Kapızlı Sosyal Tesisleri	
Türkiye Enerji, Su, Gaz İşçileri Sendikası	54 oda, 88 yataklı Genel Merkez Konuk Evi 54 oda, 117 yataklı Ulus Sosyal Tesisleri 246 oda, 651 yataklı Akçay Tesisleri	
Türkiye Demiryolu İşçileri Sendikası	89 odalı Didim Eğitim ve Dinlenme Tesisi 45 apartlı Grand Demiryol-İş Sakran Tesisi Ankara Misafirhanesi Haydarpaşa Misafirhanesi	
Türkiye Sivil Havacılık Sendikası		Birçok otel ile anlaşması vardır.
Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası	Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası Misafirhanesi	
Türkiye Harb Sanayi ve Yardımcı İş Kolları işçileri Sendikası	Harbiş Sosyal Tesisleri Çınarcık/Yalova	
Türkiye Belediyeler ve Genel Hizmetler İşçileri Sendikası	40 oda, 90 yataklı Belediye-iş Konukevi	
Birleşik Metal-İş Sendikası	100 yataklı otel, 300 yataklı apart ile Kemal Türkler Eğitim ve Dinlenme Tesisleri 30 yataklı butik otel ve 20 yataklı villalarıyla Sapanca Sardunya Eğitim ve Dinlenme Tesisleri	
Türkiye Petrol, Kimya ve Lastik Sanayii İşçileri Sendikası	Lastik-İş Sosyal Tesisleri/ Kocaeli	

Kaynak: Sendikaların internet sitelerinden ve telefon ile görüşme sonucu hazırlanmıştır.

Tablo 1’de en çok konaklama tesisine sahip sendikaların Türkiye Metal, Çelik, Mühim. Makina, Metalden Mamul Eşya ve Oto, Montaj ve Yardımcı İşçileri Sendikası olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, birçok sendikaların kendi misafirhanesi, restoran veya üyelerinin ihtiyaçlarına yönelik sosyal tesislerinin olduğu görülmektedir.

Sendikalar ile yapılan telefon görüşmelerine istinaden, sendikalar arasında iş birliği olduğu anlaşılmaktadır. Bir sendika, başka bir sendikaların sahip olduğu dinlenme tesislerinden de üyelerini yararlandırmak için anlaşmalar yapmaktadır. Bazı sendikalar, üye sayısını avantaj

olarak kullanmakta ve özel sektördeki firmalarla sözleşmeler yaparak, üyelerine uygun ve indirimli fiyatlar temin etmektedir. Sendikalar, indirimli fiyatta anlaştığı firmaları, kendi internet sitelerinde üyelerine duyurmaktadır. Anlaşmalı oteller de aynı şekilde sendikalar tarafından internet sitelerinde ilan edilmektedir.

4.2. Sendikaların Geleceği ve Turizme Olası Etkileri

1. Endüstri Devrimi, üretim, sosyal yaşam, çalışma ilişkileri, hukuki yapı gibi birçok alanda değişime yol açmıştır. Bu değişim, sürekli kendini yenilemektedir (Özsoylu, 2017). Tarihsel olarak bakıldığında; 18. yüzyılın sonlarında fabrikalarda buhar gücüyle çalışan makineler kullanılmaya başlanır, 20. yüzyılın başında elektrik enerjisi ile seri üretim mümkün olur, 1970'lerden itibaren ise elektronik ve bilgi teknolojileri ile sanayide otomasyon yaygınlaşır. Günümüzde ise, Endüstri Devresinin dördüncü evresi gerçekleşmektedir (Tüsiad, 2016). Dördüncü Endüstri Devrimi, sanayi üretiminde rol alan tüm aktörlerin birbiriyle haberleşmesine, bütün verilere eş zamanlı olarak ulaşabilmesine, bu veriler kanalıyla yüksek katma değer oluşturabilmesine zemin hazırlamaktadır (Özsoylu, 2017). Endüstri 4.0, çok daha aktif ve yaygın bir mobil internet, daha ucuz ve daha az hacimli; fakat daha güçlü sensörlerle ve yapay zekayla, makine öğrenmesini karakterize eden, dinamik veri işlemeye dayalı bir devrimdir (Aydemir, 2018: 255).

Her bir Endüstri Devrimi, üretim sistemlerinin ve sosyal yapının değişmesine etkili olduğu söylenebilir. Günümüzdeki Endüstri Devriminin en yaygın özelliği, her alanda dijitalleşme olarak görülmektedir. Dijitalleşmenin iş dünyasında, iş görme biçimleri ve yapıları (örneğin, ofis dışından çalışabilme veya proje tipli/ bazlı çalışma vb.), iş uygulamaları, iş süreçleri, rekabet düzeyi, kullanılan karar mekanizmaları, iletişim, proje yönetim biçimleri, ortaklaşa çalışma/ödeme vb. sistemler, güvenlik (kişisel ve kurumsal bilgilerin korunması), riskler, iş- ev hayatı geçişleri ve davranışları gibi konuları etkilemesi beklenmektedir (Telli, 2018: 16).

Endüstri 4.0 ve dijital dönüşümün etkileri göz önünde bulundurulduğunda, yeni beceri ihtiyaçları sonucunda bazı yeni meslek alanlarının oluşması, bazı meslek ve iş alanlarının ise dönüşüme uğraması veya yok olması öngörülmektedir (Bilecik, 2018). Günümüz gençleri okul dönemlerinde olması dolayısıyla Endüstri 4.0'ın gerektirdiği yeni becerilere adapte olabilecek zamanları mevcutken, geçiş sürecinde işini kaybedenler, yeni iş fırsatlarını değerlendirmek için en hazırlıksız yakalananlar olabilir. Günümüzün becerileri, yarının işlerine uymamaktadır ve yeni edinilen beceriler, hızlı bir şekilde işe yaramaz hale gelebilmektedir (Ramaphosa & Löfven, 2019).

Bilgi ve teknolojinin hızlı değişimi nedeniyle, işgücünün sürekli eğitime tabi tutulması ve yeni beceriler edinmesi gerekebilmektedir. İşgücünün, yetkinliklerinin geliştirilmesi için uzun vadeli stratejik istihdam ve eğitim politikaları belirleyici olacaktır (Bilecik, 2018). Bu yeni koşullarda, işin gerektirdiği becerileri edinmek için hükümetlerin, işverenlerin, eğitim sağlayıcıların ve diğerlerinin yenilikçi ve yaratıcı çok paydaşlı ortaklıklar için yeni eğitim türlerini denemek ve yatırım yapmak için önemli fırsatları bulunmaktadır (World Economic Forum, 2018). Bu noktada paydaşlardan biri de sendikalardır. Tıpkı ilk Endüstri Devrimi'nde olduğu gibi işçilerin yeni koşullara adapte edilebilmesi için birlik evleri kuran ve üyelerini eğiten sendikalar, benzer şekilde bu birlik evlerini, yeni Endüstri Devrimi'nin gerekli kıldığı eğitim için daha aktif şekilde kullanabilecektir.

Günümüzdeki yeni üretim modelleri, insanlar ve birbiriyle iletişim halindeki gelişmiş makineler etrafında şekillenmektedir. İnsan faktörü, fiziksel güç yerine zihinsel potansiyelini kullanacak şekilde ön plana çıkmaktadır (Bilecik, 2018). Diğer bir ifade ile kol gücüne dayalı işlerde çalışanların yerini robotlar almaktadır. Yeni işçi tipi, mavi yakalılarından beyaz yakalılarına kaymaktadır. Beyaz yakalı işçiler ise sendika üyeliğine daha az ilgilidir.

Yaratıcı, özgün, karmaşık “yeni” işler ve yüksek nitelikli çalışan ihtiyacı, düşük nitelikli ve monoton işlerin otomatize olma eğilimi, dijitalleşme sürecinin yaratacağı ek büyümenin hem yeni iş kollarını beraberinde getirmesi hem yeni yatırım ve yeni iş alanlarını doğurma fırsatı vermektedir (Bilecik, 2018). Yeni iş kollarına iş gücü yetiştirmek veya var olan iş kollarında yeni becerilerin elde edilebilmesi için çalışanlar, boş zamana ihtiyaç duyabilecektir. Bruce O'Hara (1993) haftada 4 gün çalışmayı ekonomik yenilenme ve yaşam kalitesinin artırılması için bir çözümler olarak ileri sürmektedir (Lowe, 1998). Sendikalar, kendi varlıklarını devam ettirebilmesi için beyaz yakalı, yeni tip işçilere hitap edebilecek şekilde değişim gösterebilmelidir. Ayrıca kayıtlı üyeleri için haftalık 3 günlük tatil talebinde bulunabileceklerdir. Sendikalar, haftalık 3 gün tatili iyi değerlendirilebilmesi için hükümetlerle, işverenlerle ve üniversitelerle iş birliğine gidebilir ve birlik evlerinde gerekli görölen değişim için eğitim faaliyeti düzenleyebilirler.

6.Değerlendirme ve Sonuç

1. Endüstri Devrimi öncesi, üretim araçları üzerinde söz sahibi olan çalışanlar, işin hızını ve üretim miktarını kendileri ayarlarlar, fakat 1. Endüstri Devrimi ile üretim araçlarının mülkiyeti el değiştirir. Yeni teknolojinin etkisiyle işler standartlaşır; işlerin küçük parçalara ayrılması sonucu vasıflı işçilerden ziyade kas gücüne dayalı vasıfsız işçi ihtiyacı doğar. Çalışanlar, işin üzerinde söz sahibi olmaktan çıkar, işin ritmine ayak uydurmak zorunda kalır.

Bu olaylara bağlı olarak, kapitalistler ile işçiler arasında çıkar uyuşmazlığı meydana gelir ve yeni bir sosyal sınıf ortaya çıkar.

Burjuva ve Aristokrasi sınıfı arasında bir güç dengesi niteliğindeki işçi sınıfı, gücünü üretme yeteneğinden ziyade, organize hareket etme becerisinden almaktadır. Organize hareketi sağlayan, işçilerin bir çatı altında toplandığı kurumlar, sendikalardır. Öncelikle işçi sınıfının çalışma saatleri ve çalışma koşulları konusunda düzenlemeler yapılmasını sağlayan sendikalar, sonrasında işçinin refahını artırmak için siyasal bir harekete dönüşür. Sınıflar arası hak mücadelesi, bugünkü refah devleti anlayışının gelişmesine, dolayısıyla çalışanların çeşitli haklar elde etmesini sağlar. Bu haklar, sendikal hareketlerin baskısı ve toplumsal mutabakatlar sonucunda günümüze kadar gelir.

Bireylerin turizme katılabilmesi için boş zamana ve harcanabilir gelire sahip olması beklenir. Çalışma sürelerinin kanunlarla sınırlanmadan önce sendikalar, toplu pazarlık gücü ile çalışma saatlerinin azalmasını; ayrıca çalışma ücretinin artmasını sağlar. Diğer taraftan ücretli izin hakları da toplu pazarlıklarla elde edilir. Sendikalar, elde edilen hakların, toplu pazarlık unsuru olmaktan ziyade kalıcı olabilmesi için siyasetle de ilgilenir ve bu hakların kanunlaşmasında etkin rol oynarlar.

Sendikalar, maddi gücü yetersiz üyelerinin refahı için kooperatifler ve çeşitli yardım sandıkları kurar. Sendika üyeleri, yardım sandıkları aracılığıyla tatile gitme imkânı elde eder, kooperatifler aracılığıyla kiralanan oteller; ya da kurulan Birlik Evleri aracılığıyla da işçi ailelerinin eğitimi ve dinlenmesi sağlanır. Kooperatif kuponları ve birlik evlerinin yaygınlaşması ile sosyal turizmin gelişmesine etkili olur.

Sosyal devlet anlayışının gelişmesine katkı sağlayan sendikaların bir etkisi de üyelerinin yaşlanması; ya da iş kazası sonrası iş göremez gibi durumlarda, aylık bağlayarak emeklilik sigortasının gelişmesini sağlamalarıdır. Bugün üçüncü yaş turizmi diye adlandırılan emekli bireylerin turizm olayına katılmasının temeli atılır.

Sendikalar, her ülkenin sosyal, ekonomik koşullarına göre gelişir. Osmanlı döneminin ekonomik yapısının tarıma dayalı olması, savaşlar, ekonomik krizler gibi sebeplerle sendikal hareketler geç gelişir. Kapitülasyonlar çerçevesinde kapitalizmin girdiği şehirlerde, sosyal yapının değişmesine bağlı olarak işçi sınıfının oluştuğu görülür. Osmanlı'da 1871'de yardımlaşma cemiyeti olarak işçilerin birleştiği görülmektedir. Kanuni Esasi ilanına kadar demir ve denizyolu çalışanlarının grevlerinden dolayı, 1908 yılında sendikalaşma ve grev hakkı Tatil-i Eşgali ile yasaklanır.

Osmanlı'dan Cumhuriyet dönemine geçişte, Kurtuluş Savaşı ve ülkenin içinde bulunduğu ekonomik zorluklara rağmen, işçi hakları İzmir İktisat Kongresi'nde tartışılır. Bu kongrede birçok hak kabul edilmekle birlikte uygulanması için uzun süre geçer. 1946 yılında çıkarılan sendika kanunu ile işçi sınıfı örgütlenmeye başlar; ama süreklilik arz edecek şekilde devam edemez. Sendikal hareketler, 1960, 1970 ve 1980'lerde siyasi olaylardan dolayı sekteye uğrar.

Türkiye'deki işçi sınıfı, Batı'daki gibi bir hak mücadelesinden ziyade, uluslararası kanunların ve UÇÖ sözleşmelerinin kabulü ile hak elde ettikleri görülür. Türkiye'deki sendikalar, Avrupa ve Amerika'daki örnekleri gibi Birlik Evleri'ne benzer misafirhane, eğitim ve dinlenme tesisi, sosyal tesis adı altında üyelerinin boş zamanlarını değerlendirmeye yönelik hizmetler sunmaktadır. Ayrıca şirketlerle çeşitli sözleşmeler yaparak, üyeleri adına indirim sağlamaktadırlar. İndirimli fiyatlar ve misafirhaneler sayesinde sosyal turizm, ülkemizde sendikalar aracılığıyla geliştiği söylenebilir.

Sendikalar, Türkiye'deki mevzuat gereği kendi üyelerine direkt maddi yardımda bulunamamaktadır. Diğer taraftan sendika üyelerinin, sendikal faaliyetlerden dolayı zarar görmesinde; sel, yangın vb. afet durumlarında etkilenmesine bağlı olarak sendikalar, yardımda bulunabilmektedir. Bu düzenlemenin biraz esnetilerek, işçi sınıfının ek gelir elde etmesi; böylece refah düzeylerinin artırılarak turizme daha çok katılması sağlanabilir.

Günümüzde uygulanan 6356 Sayılı Kanunla sendikalar, tüzüklerinde beyan ettikleri birçok faaliyeti serbestçe yapabilmektedir. Her bir sendika, üyelerinin yararlanabilmesi için mali gücüne bağlı olarak turizm ve rekreasyon tesisleri kurabilmektedir.

4. devresini yaşadığımız ve Endüstri 4.0 diye adlandırılan dönem, tıpkı diğer dönemler gibi insanların çalışma koşullarını ve toplumu şekillendireceği söylenebilir. Bedensel işlerin otomasyona bağlanacağı, yeni işlerin daha çok zihinsel beceri gerektireceği düşünülmektedir. Fabrikalar, daha bilgili, komplike işleri bir arada yapabilen, yazılım ve teknik konularda uzmanlaşmış işçi tipine ihtiyaç duyabilecektir. İşçiler, mavi yakalıdan beyaz yakalıya doğru bir geçiş yaşamaktadır. Beyaz yakalı işçiler ise sendikalara üye olmakta çekimserdir. Sendikaların post modern iş yaşamında üye kaybına uğrayacağı tahmin edilmektedir. Bu yeni koşullar altında, sendikaların durumu ve turizme etkileri farklılık arz edebilecektir.

Yeni teknolojik gelişmeler yeni işler yaratırken, geçiş aşamasında bazı zorlukların olabileceği öngörülmektedir. Çalışma hayatında olan kişilerin yeni nesil işlere veya var olan işlerin teknoloji ile değiştirilmesi sonucu, yeni beceriler elde etmesi önemlidir. Bu konuda hükümetler, işverenler ve sendikaların birlikte hareket etmesi gerekebilecektir. Sendikalar, bu geçiş döneminde işçilerin eğitilmesi için, sahibi olduğu misafirhane ve sosyal tesisleri eğitim

amaçlı daha fazla kullanabilecektir. Sendikalar, işçilerin eğitime katılabilmesi için 2 günlük hafta tatilinin 3 güne çıkarılması talebinde bulunabileceklerdir.

Sendikaların bir diğer mücadele alanı da insan hakları konusunda olabilecektir. İkinci kuşak insan haklarının gelişmesi ve yaygınlaşmasında etkili olan sendikalar, otomasyon, robotlar ve teknoloji karşısında çalışanların haklarını koruyabilmek için dördüncü kuşak insan hakları olarak bilinen “sürdürülebilir yaşam hakkı” konusunda taraf olacağı ve toplumsal yaşamı şekillendirebileceği öngörülebilir.

Kaynakça

- Akçacı, T., & Erol, S. (2012). *Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri*. Ankara: Orion.
- Aron, C. S. (1999). *Working At Play: A History of Vacations in United States*. Oxford: Oxford University.
- Ataman, H. (2010). *Avrupa Sosyal Şartı ve Uygulaması*. Ankara: İnsan Hakları Gündemi Derneği, <http://www.fes-tuerkei.org> (Erişim Tarihi: 05.08.2019).
- Aydanoğlu, E. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Sendika - Siyaset İlişkisi*. Ankara: Kültür Sanat-Sen.
- Aydemir, H. (2018). Sanayi 4.0 ve Türkiye Ekonomisi Açısından Etkileri. *Sosyoekonomi*, 26(36), 253-261.
- Bilecik, E. (2018). Mesleklerin Dönüşümü. *İşveren*, 56(4), 9-11.
- Bocock, R. (2014). *Tüketim* (4. b.). Ankara: Dost.
- Bozkurt, T. (2011). *Çalışma İlişkilerinin Evrimi*. İstanbul: Beta.
- Budd, J. W. (2011). *Çalışma Düşüncesi*. (F. Man, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Butler, G. D. (1940). *Introduction to Community Recreation*. Newyork and London: McGraw-Hill Book Company.
- Corders, K. A., & İbrahim, H. M. (1996). *Applications in Recreation & Leisure For Today And Future*. Missouri: Mosby.

- Deniz, Ö. (2011, Ocak). Cumhuriyet Döneminde Tatil Kavramı ve 1953 Tarihli Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Kanunu. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 11(23), 57-72.
- Dinçer, M. Z., & İstanbullu Dinçer, F. F. (2005). The examination of ILO norms in the labour market of tourism sector. *Tourism Review*, 60(1), 26-30.
- Dulles, F. R. (1965). *A History Of Recreation America Learns to Play* (2. b.). NewYork: Appleton Century Crofts.
- Eaton, J. (1996). *Ekonomik Politik* (3. b.). (Ş. Yalçın , Çev.) Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- Ekin, N. (1986, Ocak). Türkiye'de Ekonomi İlişkilerinin Gelişimi ve 1936 İş Kanunu. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* (35-36), 33-51.
- Engels, F. (1975). 1844'de İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumundan (1845). K. Marx, F. Engels, & V. Lenin içinde, *Sendikalar Üzerine* (s. 11-46). İstanbul: Bilim Yayınları.
- Engels, F. (1975). Labour Standard'tan Makaleler (1881). K. Marx, F. Angels, & V. Lenin içinde, *Sendikalar Üzerine* (s. 109-121). İstanbul: Bilim Yayınları.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Gaulejac, V. (2013). *İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum*. (Ö. Erbek, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Gimpel, J. (2005). *Ortaçağda Endüstri Devrimi* (8. b.). (N. Özüaydın, Çev.) Ankara: Tübitak.
- Gorz, A. (2007). *İktisadi Aklın Eleştirisi*, (2. b.). (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Green, F. (1997). Union Recognition and Paid Holiday Entitlennent. *British Joumai of Industrial Relation* (2), 243-255.
- Grint, K. (1998). *Çalışma Sosyolojisi*. (V. Bozkurt, Çev.) İstanbul: Alfa yayınları.
- Heaton, H. (1985). *Avrupa İktisat Tarihi* (Cilt II). (M. A. Kılıçbay, & O. Aydoğuş, Çev.) Ankara: Teori.
- Holloway, C. J., & Taylor, N. (2006). *The Business of Tourism*. Essex: Financial Times Prentice Hall.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Huberman, L. (2016). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*. (M. Belge, Çev.) İstanbul: İletişim.

- ILO. (2019). Türkiye'nin Onayladığı İLO Sözleşmeleri, <https://www.ilo.org/ankara/conventions-ratified-by-turkey/lang--tr/index.htm> (Erişim Tarihi: 03.09.2019)
- Işık , Y. (1995). *Osmanlı'dan Günümüze İşçi Hareketinin Evrimi (1876-1994)*. Ankara: Öteki Yayınevi.
- Jackson, M. P. (1996). *Sendikalar*. (E. Bilginoğlu, Çev.) Ankara: Öteki.
- Kaya, P. (1995). *Uluslararası Çalışma Örgütü ve Uluslararası Çalışma Standartları*. Bursa: Hiperlink.
- Koç, İ. (2000, Ocak). İzmir İktisat Kongresi'nin Türk Ekonomisinin Oluşumuna Etkileri. *Atatürk Dergisi*, 3(1), 145-167.
- Kozak, İ. E. (1992). İşçi Sendikalarının Tarihi Gelişimi (İngiltere Örneği). *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* (37-38), 63-81.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2015). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (17. b.). Ankara: Detay.
- Kraus, R. (1998). *Recreation and Leisure in Modern Society* (5. b.). USA.: Jones & Bartlett Publishers.
- Kültür Sanat ve Turizm Emekçileri Sendikası. (2013). Sendika Tüzüğü <http://www.kultursanatsen.org> (Erişim Tarihi: 13 Aralık 2019).
- Lafarque, P. (1996). *Tembellik Hakkı* (7. b.). (V. Günyol, Çev.) İstanbul: Telos Yayıncılık.
- Lanquar, R. (1991). *Turizm-Seyahat Sosyolojisi*. (G. Öztunalı Kayır, Çev.) İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (1997). *An introduction Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Lowe, G. S. (1998). The Future of Work: Implications for Unions. *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 53(2), 235-257., Retrieved from www.jstor.org/stable/23074429, (Erişim Tarihi: 08.08.2019)
- Martin, W., & Mason, S. (1987). Social trends and tourism futures. *Tourism Management*, 8(2), 112-114.
- Marx, K. (2016). *Kapital* (Cilt I). (M. Selik, & N. Satlıgan, Çev.) İstanbul: Yordam.

- Marx, K., & Engels, F. (1975). Manifesto'dan(1848). k. marx, f. engels, & v. lenin içinde, *Sendikalar Üzerine* (s. 56-62). İstanbul: Bilim yayınları.
- McCabe, S. (2009). Who needs a holiday? Evaluating Socail Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 667-688.
- Mevzuat Bilgi Sistemi*. (2012). <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6356.pdf> (Erişim Tarihi: 30.04.2019)
- Nurdoğan, A. K. (2018, Aralık). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün(UÇÖ-ILO) Yüzüncü Yıl Dönümü ve Türkiye İlişkileri. *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 3(4), 78-95.
- O'Hara, B. (1993). *Working Harder Isn't Working*. Vancouver: New Star Books.
- Olalı , H. (1979). *Turizm ve Sanat Eğitimi Dersleri*. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Olalı, H. (1971). *Turizm Dersleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.
- Önsal, N. (2010). *Endüstri İlişkileri Notları*. Ankara: Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu.
- Özkaplan, N. (1994). *Sendikalar ve Ekonomik Etkileri Türkiye Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Kavram.
- Özsoylu, A. F. (2017). Endüstri 4.0. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1), 41-64.
- Ramaphosa , C., & Löfven, S. (2019). *Daha Aydınlık Bir Gelecek İçin Çalışmak*. Uluslararası Çalışma Ofisi., <https://www.ilo.org/ankara> (Erişim Tarihi: 23.08.2019).
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Sartre, J.-P. (1996). *Varoluşçuluk*. (A. Bezirci, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Savater, F. (2010). *Gençlerle Politika Üzerine* (2 b.). (Ş. Karadeniz, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Savran, S. (2015). Yalın Üretim ve Esneklik: Taylorizmin En Yüksek Aşaması. S. Avran, K. Tantılmaz, & A. E. Tonal içinde, *Marksizm ve Sınıflar: Dünyada ve Türkiye'de sınıflar ve Mücadeleleri* (s. 123-165).
- Sendikalar Kanunu*. (1983). www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2821.pdf, (Erişim Tarihi: 09.08.2019).

- Sengenberger, W. (2014). *Uluslararası Çalışma Örgütü Amaçları, İşlevleri ve Politik Etkileri*. (O. Tezgel, Çev.) Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung Derneği, <https://library.fes.de/pdf-files/iez/10695.pdf> (Erişim Tarihi:05.08.2019).
- Servais, J.-M. (1990). Avrupa Sosyal Şartları ve İlo Normaları: Bazı Düşünceler. (S. Ünan, Çev.) *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 1(4),285-299., Retrieved from <https://dergipark.org.tr/download/article-file/96053> (Erişim Tarihi:02.09.2019).
- Silver, B. J. (2015). *Emeğin gücü : 1870'den günümüze işçi hareketleri ve küreselleşme 2.b.*, (A. Önal, Çev.) İstanbul., (Erişim Adresi: EBSCO).
- Striking Woman*. (2019). Paid Leave, <https://www.striking-women.org/module/workplace-issues-past-and-present/paid-leave> (Erişim Tarihi:28.05.2019).
- Talas, C. (1975). Sendikacılık ve Toplum. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 30(1),1-23.
- Talas, C. (1992). *Türkiye'nin Açıklamalı Sosyal Politikalar Tarihi*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Taş, Y. H. (2012). Toplumsal Sınıfların Değişim Sürecinde, Sendikalar ve Sendikaların Geleceği. *Emek ve Toplum*, 1(1), 60-80.
- Teigland, J. (2000). Social Evolution. W. C. Gartner içinde, *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism* (s. 37-46). UK: CABI.
- Telli, G. (2018). Geleceğin Meslekleri. *İşveren*, 56 (4), 15-16.
- Tezcan, M. (1977). *Boş Zaman Sosyolojisi*. Ankara.: Doğan Matbaası.
- Topçuoğlu, H. (1956, Ocak). Etibank ve Sosyal Politikalar. *Ankara Üniversitesi hukuk Fakültesi Dergisi*, 13(1), 287-328.
- Tribe, J. (2011). *The Economics of Recreation Leisure and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tuna, M., Şen, H., & Durdu, Z. (2015). *Modern Toplumun İnşası (Tarihsel ve Sosyolojik Bir Perspektif)*. Ankara: Detay.
- Tuna, O. (1974). Sendika Plüralizmi ve Dayanışma Aidatı. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*(25), 156-190.
- Tüsiad. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklik Olarak Snayi 4.0*. <http://www.tusiad.org/indir/2016/sanayi-40.pdf> (Erişim Tarihi: 29.08.2019).
- Uluslararası Çalışma Örgütü*. (2019). www.ilo.org/ankara/about-us/WCMS_372875/lang--tr/index.htm (Erişim Tarihi: 26.08.2019).

- Unison. (2019). <https://goforgrowth.unison.org.uk/offers> (Erişim Tarihi: 06.05.2019).
- United Nations. (2019). *Human Rights*, <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/human-rights/> (Erişim Tarihi: 02.09.2019).
- Urry, J. (2002). *Tourist Gaze*. London: Sage.
- Usta, Ö. (2016). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım* (5.b.). Ankara: Detay.
- Wang, N. (2000). *Tourism and Modernity A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon.
- Webb, S., & Webb, B. (1984). *The History of Trade Unionism*. London: Longmans.
- Weber, M. (2013). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (G. Rızaoğlu, Çev.) İstanbul: Oda Yayınları.
- Wilson, J. (1988). *Politics and Leisure*. USA: Unwain Hyman.
- World Economic Forum. (2018). *The Future of Jobs Report.*, www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf (Erişim Tarihi:29.08.2019).

TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SİNİZM: TEORİK BİR İNCELEME¹

K. Seçkin KARAHAN²

Faruk KALAY³

Özet

Yönetim alanında sürekli yenilikler ve değişimler yaşanmaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlamak için yeni üretim teknikleri geliştirilmekte ve maliyet yöntemleri üzerinde sürekli çalışılmaktadır. Yapılan bu çalışmalar, çalışanı ve onun mensubu olduğu örgütü olumlu, bazen de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuzluklardan birisi de örgütsel sinizmdir. Çalışanın kendisini ve mensubu olduğu örgütü olumsuz yönde etkileyen örgütsel sinizm; çalışan performansı, örgüt performansı, etkinlik, verimlilik, karlılık gibi birçok gösterge üzerinde olumsuzluklara sebep olabilmektedir.

1990'lı yıllarda batı ülkelerinde ve 2000'li yıllarda Türkiye'de örgütsel sinizm çalışmalarına başlanmıştır. Bununla birlikte literatür incelendiğinde, örgütsel sinizm ile ilgili çok sayıda yerli ve yabancı ampirik araştırma yapılmış iken, teorik araştırma sayısının göreceli olarak yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Örgütsel sinizm teorisinin oluşması ve öneminin anlaşılması açısından teorik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, örgütsel sinizm ile ilgili yapılmış ampirik ve teorik çalışmalar incelenerek yürütülmüştür. Çalışma ile örgütsel sinizmin ne olduğunun, alt formlarının, boyutlarının, nedenlerinin, sonuçlarının ve örgütsel sinizme karşı alınabilecek önlemlerin vurgulanması amaçlanmıştır. Konunun önemine göre, akademik çalışmaların daha çok yaygınlaşması gerekmektedir. Bu çalışmanın sonuçları ve alanda yapılan araştırmaların bulgularına dayanarak getirilen önerilerin belirlenmesi ile örgütsel sinizmin etkilerinin vurgulanması, mevcut literatüre teorik bir katkı sağlanması, yöneticilerin ve diğer bilgi kullanıcılarının istifade etmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel sinizm, Bilişsel sinizm, Duyuşsal sinizm, Davranışsal sinizm, Turizm işletmeleri.

JEL Kodları: M12, M14, M54

Geliş Submitted 11.11.2019

Kabul Accepted 01.12.2019

¹ 26-29 Eylül 2019 tarihinde III. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

² Öğr. Gör. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, seckinkarahan@yyu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6066-7689>

³ Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Erciş İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, kalayfaruk@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6801-798X>

ORGANIZATIONAL CYNICISM IN TOURISM BUSINESSES:

A THEORETICAL INVESTIGATION

Abstract

There are continual innovations and changes in the field of management. New production techniques are developed and cost methods are constantly being studied to provide competitive advantage. These studies have positive and sometimes negative effects on the employee and the organization he/she is a member of. One of these drawbacks is organizational cynicism. Organizational cynicism that adversely affects the employee and his/her organization; employee performance, organizational performance, efficiency, productivity and profitability.

In the 1990s in the west and 2000s in Turkey has begun to study organizational cynicism. However, when the literature is examined, it is seen that while there are many domestic and foreign empirical researches about organizational cynicism, the number of theoretical researches is not at a sufficient level. In order to understand the formation and importance of the theory of organizational cynicism, theoretical studies are needed. This study was conducted by examining empirical and theoretical studies on organizational cynicism. The aim of this study is to emphasize what organizational cynicism is, its sub-forms, dimensions, causes, consequences and measures that can be taken against organizational cynicism. According to the importance of the subject, academic studies should become more widespread. It is aimed to highlight the effects of organizational cynicism, to make a theoretical contribution to the existing literature, to benefit the managers and other information users by determining the suggestions made based on the results of this study and the findings of the researches in the field.

Keywords: *Organizational cynicism, Cognitive cynicism, Affective cynicism, Behavioral cynicism, Tourism businesses.*

JEL Codes: M12, M14, M54

GİRİŞ

İnsan ihtiyaçlarının sınırsız olması ve bu ihtiyaçların karşılanması için bir araya getirilmesi gereken kaynakların sınırlı olması gerçeği; örgüt yöneticilerinin yönettikleri örgütleri çok daha etkin ve verimli yönetmelerini, doğru kararlar vererek doğru işler yapmalarını gerektirmektedir. Sürekli değişen ve gelişen yönetim anlayışlarını takip edebilmek, çağa ayak uydurabilmek, rakiplerine karşı sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilmek ve bir yandan bu tür gelişmeler karşısında örgütünü dizayn ederken, diğer yandan; örgütlerde bütün faaliyetleri yerine getirecek olan insanların ihtiyaçlarını tespit edebilmek, isteklerine cevap verebilmek, şikayet ve memnuniyetlerini anlayabilmek, başarılı yöneticilerin vazgeçilmez nitelikleri haline gelmektedir.

Çalışanların yaptıkları işten tatmin olmaları, çalıştığı örgüte bağlılık duymaları, etkin ve verimli iş yapabilmeleri, varsa kendilerinden ve/veya mensubu oldukları örgütten kaynaklanan problemlerin tespiti ve bu problemlere karşı etkili tedbirler alınması, yöneticiler için başarıyı yakalama adına önemli faktörlerdir. Çalışanlar, yöneticiler, örgütler ve örgütlerin içerisinde faaliyet gösterdiği toplum arasındaki ilişkiler; ekonomik, sosyal, kültürel, hukuki, demografik, teknolojik ve uluslararası çevre şartları dikkate alınarak yapılan bilimsel çalışmalarla anlamlandırılmaya çalışılmış ve bu konuda tespitler yapıp, çözüm önerileri sunulmuştur. Birçok nedeni ve sonucu olan “sinizm” kavramı; “insanların yalnızca şahsi çıkarları doğrultusunda motive edildiğine inanma eğilimi; şüphecilik” şeklinde tanımlanmaktadır.

Sinizm kavramı; kuşkuculuk, şüphecilik, güvensizlik, inançsızlık, kötümserlik, olumsuzluk kelimeleriyle yakın anlamlıdır (Eaton, 2000 akt. Polat ve Meydan, 2010). Sinizm; örgütün kendi çıkarları için adalet, dürüstlük ve samimiyet ilkelerini önemsemediği ya da görmezlikten geldiği yönünde çalışanlarda oluşan bir inançtır (James, 2005 akt. Erdost vd., 2007). Literatürde, sinizm üzerinde anlaşmaya varılmış ortak bir tanım yoktur. Sinizm; yapılan çalışmalarda genel sinizm ve örgütsel sinizm olmak üzere iki kavram olarak incelenmiştir. Genel sinizm; bireylerin üzerindeki olumsuzluklarla, örgütsel sinizm; bu olumsuzlukların örgütü etkilemesi ile ilgilidir.

Mevcut literatür incelendiğinde, örgütsel sinizm ile ilgili olarak, bir çok ampirik çalışmanın yapıldığı görülmekle birlikte, örgütsel sinizm teorisi ile ilgili bilgiler karışıklık arz etmektedir. Literatürde, genel olarak örgütsel sinizm ve özel olarak turizm işletmelerinde örgütsel sinizm

ile ilgili teorik çalışmaların göreceli olarak yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; literatürde yapılan çalışmaları inceleyerek, örgütsel sinizmin ne olduğunun, alt formlarının, boyutlarının, nedenlerinin, sonuçlarının ve sinizme karşı alınması gereken önlemlerin neler olduğunun teorik olarak ortaya konulmasıdır. Bu amaca uygun olarak, örgütsel sinizmin açık bir şekilde anlaşılmasını sağlamak hedeflenmektedir. Çalışma, örgütsel sinizm teorisinin oluşturulması açısından literatüre önemli katkı sağlayacaktır. Ayrıca, çalışma sonucunda ulaşılan sonuç ve önerilerin örgütler, yöneticiler ve politika yapıcılar için yol gösterici bir kaynak teşkil edeceği umulmaktadır.

Çalışma yedi bölüm içermektedir. İlk bölümde, sinizm/örgütsel sinizm kavramı ele alınmıştır. İkinci bölümde; örgütsel sinizmin alt formları, üçüncü bölümde; örgütsel sinizmin boyutları, dördüncü bölümde; örgütsel sinizmin nedenleri ve sonuçlarından bahsedilmiştir. Beşinci bölümde; örgütsel sinizmin sonuçları literatürdeki son çalışmalar dikkate alınarak ele alınmıştır. Altıncı bölümde; turizm işletmelerinde örgütsel sinizmin öneminden ve bu sektörde yapılmış bazı çalışmalardan bahsedilmiştir. Son olarak, yedinci bölümde; araştırmanın sonucu ve daha önce yapılmış çalışmalarda belirtilen önerilere yer verilmektedir.

1. ÖRGÜTSEL SINİZM

Örgütsel sinizm konusunda yapılan araştırmalar batıda 1990'lı yıllarda, Türkiye'de ise 2000'li yıllarda felsefe, psikoloji, sosyoloji, yönetim, siyaset gibi alanlarda bireysel ve örgütsel çalışmalar yapılarak yaygınlaşmaya başlamıştır. Örgütsel sinizm; ABD, Avrupa ve Asya'da örgüt üyeleri arasında yaygınlaşmış, örgütsel değişim ve kalite geliştirme çabaları, çalışanlarda sinizm meydana getirmeye başlamıştır (Dean vd. 1998). Sinizm kavramı, davranış bilimciler tarafından, daha çok insanın doğuştan gelen kişilik özellikleri ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Ancak, sinizm bireysel özelliklerden kaynaklanabileceği gibi örgütsel özelliklerden de kaynaklanabilmektedir. Sinizme bu açıdan bakıldığında, örgütsel sinizm kavramı ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle örgütsel sinizm, bireyde sinik tutumlara neden olabilen örgütsel faktörleri temel almaktadır.

Literatürde, sinizm kavramının üzerinde anlaşmaya varılmış, standartlaşmış tek bir tanım olmadığı gibi, konu ile ilgili sinik, sinizm ve örgütsel sinizm şeklinde yapılan tanımlamalar mevcuttur. Çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan tanımlar ve odaklandıkları kavramlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Sinik/Sinizm/Örgütsel Sinizm Tanımları

Yazar (lar)	Tanımlanan Kavram	Tanım
Andersson ve Bateman, (1997)	Sinizm	Bireyin kişisel bir özelliği, bir duygusu ve değişen çevre şartlarına karşı geliştirdiği olumsuz bir tutumdur.
Dean vd. (1998)	Örgütsel Sinizm	İşgörenlerin çalışmakta olduğu örgüte yönelik; örgütün bütünlük ve samimiyetten uzak olduğunu algılaması, örgütüne olumsuz duygular beslemesi ve bu doğrultuda örgüte yönelik alaycı ve eleştirel davranışlar göstermesidir.
Abraham, (2000)	Sinizm	Bireyin başkalarını küçük görmesi ve onlara kızgınlık duyması, utanma ve sıkılma duygularını yaşayarak bu olumsuz duygularını harekete geçirmesidir.
Abraham, (2000)	Örgütsel Sinizm	Bireyin mensubu olduğu örgütle ilgili negatif duygular beslemesi ve duygularını davranışları ile eleştirel olarak yansıtmasıdır.
James, (2005) akt. Erdost vd., (2007)	Sinizm	Adalet, dürüstlük ve samimiyet ilkelerinin kişisel çıkarlar karşısında önemsizmediği, görmezlikten gelindiği yönünde bir inançtır.
James, (2005) akt. Erdost vd., (2007)	Sinik	Bireylerin öncelikli olarak şahsi çıkarlarını düşündüğüne ve böylece diğer insanların kendi çıkarlarını gözetmediğine inanan kimsedir.
Brendes vd. (2008)	Sinizm	Başka insanları sevmeme ve onlara güven

		duymama.
Eaton, (2000) akt. Polat ve Meydan, 2010	Sinik	Kusur bulan, zor beğenen, eleştiren kişi.
Abraham, (2004) akt. İbrahimağaoğlu ve Can, (2017)	Örgütsel Sinizm	Sürekli artmakta olan bütçe açıklarına, siyasi uygulamalara, devlet politikalarına, savaşlara, siyasi skandallara, rant sağlamak amacıyla çalışanların ihtiyaçlarını dikkate almayan işletme sahiplerine karşı çalışanların ümitsizlik yaşaması durumudur.

2. ÖRGÜTSEL SINİZMİN ALT FORMLARI

Literatür incelendiğinde, örgütsel sinizmin beş alt formda ele alındığı görülmektedir (Abraham 2000; Wanous vd., 2000 akt. Demir vd., 2018). Bu formlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Kişilik Sinizmi: Çalışanın davranışlarında negatif bir bakış açısı hakimdir, bu fikrinde kararlıdır, doğuştan gelmektedir ve değişmez (Abraham, 2000). Başka bir ifadeyle, bireyin sonradan kazanmadığı, doğuştan sahip olduğu sinizm formudur.

Sosyal/Kurumsal Sinizm: Birey ile bireyin içinde yaşadığı toplum arasında sosyal sözleşmenin ihlal edilmesi sonucunda görülebilir.

Çalışan Sinizmi/Örgütsel Sinizm: İş örgütlerinde görülen; tepe yönetimini ve örgütteki diğer gelişmeleri küçümseme ve güven duymama şeklinde ciddi ümitsizlik ve engellenme duygularıyla tanımlanabilen bir tutumdur.

Örgütsel Değişim Sinizmi: Değişim çabalarının başarısızlığına gösterilen bir tepkidir. Planlanan değişim çabaları ve değişim ajanlarının zayıf olduklarına inanmakla meydana gelmektedir.

Meslek/İş Sinizmi: Sıklıkla hizmet sektöründe karşılaşılan iş sinizmi, bireyin becerilerinin engellenmesine karşı geliştirmiş olduğu bir başa çıkma davranışıdır. Bireyin tüketicilerden

uzaklaşmasına ve onları insan olarak görmemesine neden olur. Birey-rol çatışması, iş sinizmine yol açan bir diğer nedendir.

3. ÖRGÜTSEL SİNİZMDE BOYUTLAR

Örgütsel sinizm; literatürde bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutta incelenmiş ve bu ayrım sıkça kullanılmıştır (Dean vd., 1998).

Bilişsel Boyut: Kızgınlık, aşağılama, ayıplama duygularıyla oluşan, örgütün dürüst olmadığı yönünde bir yargıdır (Dean vd., 1998). Örgütsel sinizmin bilişsel boyutu; çalışanların örgütte birtakım olumsuzlukların var olduğuna inanmasıdır. Bu inanç, çalışanlarda sinizm olarak adlandırılan bazı yoğun duygulara ve duygusal tepkilere neden olmaktadır.

Duyuşsal Boyut: Duyuşsal boyutta, örgüte karşı kızgınlık, ayıplama, tikslenme, hayal kırıklığına uğrama, şüphelenme, bencillik ve güvenmeme gibi olumsuz duygu ve hissiyatlar görülmektedir (Dean vd., 1998).

Davranışsal Boyut: Örgüte yönelik negatif inanç ve hisleri bulunan çalışanlar; örgütü şikayet edebilir, alaylı bakışmalarda bulunabilir ve küçültücü davranışlar sergileyebilirler (Dean vd., 1998; Demirtaş vd., 2016). Bu boyutta olan bir çalışan, örgüte karşı eleştiriden de fazlasını yapmakta, örgütte adalet, doğruluk ve samimiyyetin olmadığını ifade etmektedir (Demirtaş vd., 2016).

4. ÖRGÜTSEL SİNİZMİN NEDENLERİ

Örgütsel sinizm; iş görenin örgütüne negatif duygular beslemesi ve bu duygularını davranışları ile eleştirel olarak yansıtmasını ifade etmektedir (Abraham, 2000). Doğruluk ve dürüstlükten yoksunluk, samimiyyetsizlik gibi nedenlerden dolayı ortaya çıkan duygu ve düşünceler, örgütsel sinizmin nedenleri arasında gösterilebilir (Karacaoğlu ve İnce, 2012).

Yabancı literatürde yapılan önemli çalışmalarda örgütsel sinizmin başlıca nedenleri; örgütte uygulanan politikalar, örgütte yaşanan değişime direnç (Chibili vd., 2016), çalışanların yaşadığı psikolojik sözleşme ihlali, çalışanın algıladığı örgütsel destek, algılanan örgütsel stres ve algılanan örgütsel adalet faktörleri dikkat çekmektedir (James, 2005 akt. Erdost vd., 2007).

Bommer vd., (2005)'nin yapmış olduğu çalışmada, dönüşümcü liderlerin uyguladıkları liderlik davranışları ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişki ortaya konmuştur.

Çalışma sonuçlarına göre, dönüşümcü liderlik davranışları sergilenmesi, örgütsel değişim sinizminin azalmasını sağladığı belirlenmiştir.

Son yıllarda Türkiye’de yapılmış çalışmalarda; örgütsel sessizlik, yöneticilerin yönetim tarzları, mobbing, bazı örgüt kültür tipleri, çalışanların rol algıları, çalışanların bazı demografik özellikleri, örgütsel adaletsizlik, psikolojik sözleşme ihlalleri, iş güvencesizliği, örgütsel bağlılık ve aidiyet, öz-yeterlik gibi faktörlerin etkisi araştırılmış ve bu faktörlerin örgütsel sinizme neden oldukları belirtilmiştir.

Kalay vd. (2014)’nin bir kamu üniversitesinde yapmış oldukları çalışmada, akademik ve idari çalışanların mobbing algısı ve örgütsel sessizlik düzeyleri arttıkça, örgütsel sinizm düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir.

Ülbeği ve İplik (2018)’in özel sektörde çalışanlar üzerinde yaptıkları bir çalışmada, örgüt çalışanlarının adaletsizliğe uğramaları, psikolojik sözleşme ihlallerine maruz kalmaları ve örgütte çalışan sessizliğinin var olması ile çalışanların sinizm düzeyinin arttığı tespit edilmiştir.

Alkan (2018)’in orman işletmelerinde çalışan orman mühendisleri ile yapmış olduğu çalışmada; mevzuat değişikliği, personel seçimi ve istihdam sorunları, mesai dışı çalışma, çalışma koşullarındaki olumsuzluklar, yetersiz maaş ve ücret, rotasyon uygulamaları sonucunda ortaya çıkan stresten ve iş tatmininin ve memnuniyetinin düşmesinden kaynaklı, örgütsel bağlılığın ve aidiyetin olumsuz etkilendiği ve sonuçta sinizm ve yabancılaşmanın meydana geldiği tespit edilmiştir.

Seçkin (2018)’in Malatya’da özel sektör işletmelerinde idari birimlerde yönetici olmayan çalışanlar üzerine yapmış olduğu bir çalışmada, iş görenlerde iş güvencesizliği algısı yükseldikçe hem örgüte ait olma duygularının azaldığı, hem de örgüte karşı sinik duygu, düşünce ve davranışlarının arttığı tespit edilmiştir.

Ece vd. (2018)’nin farklı kamu kuruluşlarında görev yapan çalışanlar üzerinde yapmış olduğu bir çalışmada, öz-yeterlik algısının alanda yapılan önceki çalışmaların (Richardsen vd., 2006; Schaufeli ve Salanova, 2007; Bresó ve Salanova, 2007; Karacaoğlu ve İnce 2013 akt. Ece vd., 2018) aksine, sinizme yol açacağı sonucuna ulaşılmış, bunun sebebinin; öz-yeterlik algısı yüksek olan çalışanların beklentilerinin de yüksek olacağı ve bu beklentilerin karşılanmasının daha zor olacağı ve karşılanmaması durumunda oluşan hayal kırıklığı ile sinik tutumların ortaya çıkabileceği şeklinde açıklanmıştır.

Literatürde, sinizmin nedenleri kişiden ve örgütten kaynaklanan nedenler şeklinde gruplandırılarak incelenmekte ve örgütsel nedenlerin çok sayıda olması dikkat çekmektedir. (Karacaoğlu ve İnce, 2012; Alan ve Fidanboy, 2013; İbrahimoglu ve Can, 2017);

Kişisel faktörler;

- Yaş
- Cinsiyet
- Medeni hal
- Eğitim seviyesi
- Çalışma süresi

Örgütsel faktörler;

- Psikolojik sözleşme ihlali
- Örgütsel adaletsizlik
- Doğruluk ve dürüstlük yerine, örgütlerin kendi çıkarlarına hizmet eden politikaları benimsemesi
- Saygı görmeme, dikkate alınmama
- Yapılan işin anlamının olmaması
- Karar alma süreçlerinde çalışanların katılımının sağlanmasında eksiklik, yönetimin bu konuda samimi olmaması ve gerçek desteğinin olmaması
- Etkin olmayan liderlik
- Yöneticilere verilen yüksek ücretler, yetersiz yönetim becerileri
- Kurumsallaşmış örgütsel ikiyüzlülük
- Ani ve acımasız şekilde yapılan işten çıkarmalar
- Yeniden yapılanma
- Başarısız değişim çabaları

- Örgütsel küçülme
- Gelişen teknoloji ile artan rekabet
- Uzun çalışma saatleri ve düşük ücret

5. ÖRGÜTSEL SİNİZMİN SONUÇLARI

Örgütsel sinizmin görüldüğü örgütlerde; sinizmi engellemek, ortadan kaldırmak ya da en azından azaltmak adına gerekli tedbirler alınmadığı takdirde, aşağıda sıralanan olumsuz sonuçların ortaya çıktığı yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Karacaoğlu ve İnce, 2012);

- Örgütsel bağlılıkta azalma, düşük iş tatmini ve yabancılaşma
- Yönetime güvensizlik, örgütlerin çalışanlardan yararlandığı ve çalışanların haksızlığa uğradığı düşüncesi
- Örgütün değişim çabalarına sınırlı katılım
- Moral bozukluğu ve düşük üretkenlikten kaynaklı gelir kaybı
- Sağlık problemleri

Yapılan çalışmalar sonucunda; örgütsel sinizmin iş memnuniyetini (Reichers vd., 1997), çalışanların örgütsel bağlılığını (Rubin vd., 2009) ve çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışını (Andersson ve Bateman, 1997; Abraham, 2000) olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Ülbeği ve İplik, 2018).

Alan ve Fidanboy (2017)'un Ankara'da bilişim sektörü çalışanları ile yapmış oldukları çalışmada, iş görenlerin örgütsel sinizmleri ile tükenmişlik seviyeleri arasında güçlü ve pozitif bir ilişki belirlenmiş, örgütsel sinizmin boyutları ve kişilik özellikleri boyutları (sorumluluk ve uyumluluk) arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.

Uzun (2018)'un öğretmenler üzerinde yapmış olduğu çalışmada, örgütsel sinizm tutumu ile örgütsel vatandaşlık tutumu arasında negatif yönlü ilişki olduğu, örgütsel sinizmin aynı zamanda örgütsel vatandaşlık davranışını da olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur.

Aydemir ve Karademir (2018)'in bir kamu kurumunda çalışanlar ile yapmış olduğu çalışmada, örgütsel sinizmin yaşandığı örgütlerde; çalışanların örgütsel değişime bağlılığının olumsuz etkilendiğini ve bununla birlikte örgütsel sinizmi düşük çalışanların; örgütsel değişime bağlılığının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu olumsuzluklara yönelik gerekli önlemler alınıp giderilmediği takdirde, örgütlerin etkili çalışmalarının ve hatta hayatlarını sürdürebilmelerinin zorlaşacağı belirtilmiştir (Naus, 2007; akt. Gün ve Atanur Baskan, 2017).

6. TURİZM İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL SİNİZM

Turizm işletmeleri, hizmet sektöründe önemli bir yere sahiptir. Çalışanlar kadrolu ve mevsimlik olmak üzere iki statü ile istihdam edilmektedir. Özellikle kıyı işletmelerinde, daha çok mevsimlik çalışanlar istihdam edilmekte ve sektörün şartları gereği belirli dönemlerde yoğun iş temposu ile çalışmaktadırlar. Bu bağlamda, Avrupa Birliği ülkelerinde, özellikle otel ve restoran sektöründe çalışanların memnuniyet dereceleri analiz edilmiş, çalışanların memnuniyet dereceleri ve onları etkileyen nedenler ölçülmüştür. Sektörde gözlenen kendine has özelliklerden, otel ve restoran sektöründe çalışma koşulları ile ilgili memnuniyet düzeyinin oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Otel ve restoran sektöründe çalışılan gün sayısı, olumsuz iklim koşulları ve çalışanın halkla ilişkiler alanında yaşadığı zor durumlar, memnuniyet derecesini olumsuz etkileyen faktörler olarak belirtilmiştir. Bu sektörde çalışanların memnuniyetini artırmak için, yasal düzenlemelerde ve çalışma şartlarında, çalışanın lehine değişiklikler yapılmalıdır. İş sözleşmelerinin istikrarındaki bir artış, daha fazla üretkenliğe ve yeniliğe yol açarak, daha fazla iş tatminine zemin hazırlayacaktır. Bu sektörde en önemli zorluk çalışma ortamıdır. Bu nedenle, çalışma saatlerinde homojenlik, gerçekleştirilebilecek görevlerin adaletli bir şekilde belirlenmesi, hijyen, güvenlik önlemleri ve kişilerarası ilişkiler oldukça önemlidir (Virginia vd., 2018).

Otel işletmelerinde çalışanlar üzerinde yapılmış örgütsel sinizm çalışmalarında; çalışanların demografik özellikleri, kadrolu veya mevsimlik çalışma durumları, kıyı veya şehir otellerinde çalışma durumları, psikolojik sözleşme ihlalleri, örgütsel etik iklim algıları, örgüt kültürü tipleri, örgütsel tükenme, işe yabancılaşma, işten ayrılma niyeti vb. faktörlerinin etkileri araştırılmıştır. Bu çalışmalardan yerli ve yabancı literatürden bazıları aşağıda belirtilmiştir.

Tokgöz ve Yılmaz (2008)'ın Eskişehir ve Alanya'daki otel çalışanları üzerine yapmış oldukları çalışmada, çalışanların eğitim seviyesi arttıkça genel sinizm seviyelerinde bir fark olmadığı fakat örgütsel sinizm seviyelerinin arttığı tespit edilmiş. Mevsimlik olarak çalışanların, kadrolu olarak çalışanlara nazaran; genel sinizm seviyelerinin yüksek olduğu fakat örgütsel sinizm seviyelerinde bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Kıyı otellerinde çalışan bireylerin şehir otellerinde çalışan bireylere kıyasla, genel ve örgütsel sinizm seviyelerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Pakistan'da konaklama sektörü çalışanları üzerine yapılan bir çalışmada (Bashir ve Nasir, 2013); psikolojik sözleşme ihlali, örgütsel sinizm ve sendika bağlılığı arasındaki ilişki incelemiştir. Veriler, sendikalı otel çalışanları ve havacılık hizmetleri çalışanlarından elde edilmiştir. Bulgular, psikolojik sözleşme ihlalinin, konaklama sektörü çalışanları arasında sendika bağlılığına yol açtığını ve bu ilişkiye örgütsel sinizmin aracılık ettiğini göstermiştir.

Çetinkaya ve Özkara (2015)'nin Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren otellerde istihdam edilen bireylerin; psikolojik sözleşme ihlali algılarının orta seviyede olduğu ve bu algıyla örgütsel sinizm seviyeleri arasında olumlu ve düşük seviyede ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sarı ve Doğanekin (2016)'in İstanbul İlindeki dört ve beş yıldızlı otel çalışanları ile yapmış oldukları çalışmada örgütsel etik iklim ile örgütsel sinizm arasında olumsuz yönde ve anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.

Gün (2016)'ün Bitlis ilinde otel işletmeleri çalışanları üzerine yapmış olduğu çalışmada, bürokratik örgüt kültürü tipinin, çalışanların örgütsel sinizm algılarını artırdığı tespit edilmiştir.

İbrahimağaoğlu ve Can (2017)'in Uluslararası bir otel işletmesinin Türkiye'de faaliyet gösteren bir şubesinde çalışanlar ile yapmış oldukları çalışmada, sinizmin; bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutları ile örgütsel tükenmenin; tükenme ve duyarsızlaşma boyutları arasında olumlu bir ilişki tespit edilmiştir.

Abubakar vd. (2017)'nin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde 3 yıldızlı otel çalışanları üzerine yapmış oldukları çalışmada, kayırmacılığın çalışan sinizmi ve işten ayrılma niyeti üzerine pozitif etkisinin olduğu, aynı zamanda çalışan sinizminin de işten ayrılma niyeti üzerine pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Gün (2017)'ün Bitlis'te otel çalışanları üzerine yapmış olduğu, iş görenlerin örgütsel sinizm algılarının bazı demografik değişkenlere göre incelenmesi çalışmasında; iş görenlerin eğitim seviyeleri ve işte çalışma süreleri arttıkça daha fazla sinik oldukları, bekarların evlilere göre ve gelirleri daha az olanların, gelirleri daha fazla olanlara göre örgütsel sinizm seviyelerinin fazla olduğu tespit edilmiştir.

Demir vd. (2018)'nin İstanbul'daki bazı beş yıldızlı otellerde çalışanlar üzerinde yapmış oldukları çalışmada, örgütsel sinizm tutumuna sahip olan çalışanların işlerine yabancılaştıkları tespit edilmiştir.

Ürdün’de otel çalışanları üzerinde yapılan bir araştırmada (Abubakar vd.,2018), çalışan sinizmi ile iş arama davranışı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiş, sinik çalışanların işinden memnun olmadığı ve işten ayrılma niyeti ile yeni iş arama davranışı sergilediği ortaya konmuştur.

Özer ve Güllüce (2019)’nin Malatya, Elazığ, Tunceli ve Bingöl İllerinde faaliyette olan dört ve beş yıldızlı otel çalışanları ile yapmış oldukları çalışmada, örgütsel sinizm ile işe yabancılaşma arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Örgütsel sinizm önemli yönetim sorunları arasında yer almakta ve yöneticilerin sinizmin nedenlerini öngörmesi gerekmektedir. Bu nedenlerin öngörülemediği ve sinizme karşı gerekli tedbirlerin alınmadığı takdirde, çalışanlar ve örgütler üzerinde çok sayıda ve türde olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Sinik çalışanlar işleri yavaşlatabilir, işleri yapmayabilir hatta sabote edebilirler. Yönetimin kendisine haksızlık yaptığını düşünerek; örgüte zarar vermeye, intikam almaya çalışabilirler. Bu olumsuz davranışlar, hem çalışanın hem de çalıştığı örgütün performans değerlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle günümüz iş örgütlerinde; sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamak, ortalama üzerinde bir getiri elde etmek gibi stratejik hedeflere ulaşabilmek için yapılan bilimsel çalışmaları dikkate almak ve tespit edilen sorunlarla ilgili çözüm önerilerini uygulamak faydalı olacaktır.

Örgütsel sinizm ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalarda; çalışanlarda duygusal zeka seviyesinin yüksek olması (Kılıç, 2015), destekleyici ve yenilikçi örgüt kültürü tiplerinin uygulanması (Gün, 2016), dönüşümcü liderlik stillerinin sergilenmesi (Bommer vd., 2005; Güçlü vd., 2017), çalışanlarda örgütsel adalete yönelik olumlu algının oluşması (Özgen ve Turunç, 2017), otantik liderlik tarzının sergilenmesi (Özdemir vd., 2018) gibi faktörlerin, çalışanlarda sinizm düzeyini azalttığı ve olumlu sonuçları tespit edilmiştir.

Ayrıca, yapılan bilimsel çalışmalar ışığında; çalışanlara saygı duymak, maddi ve sosyal haklarını vermek, çalışanlar üzerindeki stresi engellemek, çalışma koşullarını iyileştirmek, esnek bir örgüt yapısı organize etmek, iş yerindeki değişim çabaları hakkında çalışanlara bilgi vermek, etkin bir iletişim sistemi kurmak, monotonluğu azaltmak, çalışanları hedeflere yöneltmek, adaletli bir ödül sistemi oluşturmak gibi önerileri de dikkate almak gerekmektedir (Pelit ve Pelit, 2014).

KAYNAKÇA

Abraham, R. (2000). Organizational Cynicism: Bases and Consequence, *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, 126 (3), 269-292.

Abubakar, A. M., Namin, B. H., Harezneh, İ., Arasli, H. and Tunç, T. (2017). Does Gender Moderates the Relationship Between Favoritism/Nepotism, Supervisor Incivility, Cynicism and Workplace Withdrawal: A Neural Network and SEM Aproach, *Tourism Management Perspectives* 23, 129-139.

Abubakar, A. M., Megeirhi, H. U. and Shneikat, B. (2018). Tolerance for Workplace Incivility, Employee Cynicism and Job Search Behavior, *The Service Industries Journal*, 38 (9-10), 629-643.

Alan, H. ve Fidanboy, C. Ö. (2013). Sinizm, Tükenmişlik ve Kişilik Arasındaki İlişkiler: Bilişim Sektörü Çalışanları Kapsamında Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 Büro Yönetimi Özel Sayısı, 165-176.

Alkan, H. (2018), Örgütsel Bağlılık, Sinizm, Yabancılaşma ve Ormancılık Örgütleri, *Türkiye Ormancılık Dergisi*, 19 (3), 265-274.

Andersson, L.M. ve Bateman T. S. (1997). Cynicism in the Workplace: Some Causes and Effects, *Journal of Organizational Behavior*, Vol:18, 449-469.

Aydemir, M. ve Karademir, B. (2017). Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Değişime Bağlılık İlişkisi: Bir Kamu Kuruluşunda Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 87-108.

Bashir, S. and Nasir, M. (2013). Breach of Psychological Contract, Organizational Cynicism and Union Commitment: ASstudy of Hospitality İndustry in Pakistan, [*International Journal of Hospitality Management*](#) 34(1), 61–65.

Bommer, W.H., Rich, G.A., Rubin, R.S. (2005). Changing Attitudes About Change: Longitudinal Effects of Transformational Leader Behaviour on Employee Cynicism about Organizational Change. *The Journal of Organizational Behaviour*, 26, 733 – 753.

Brandes, P., Castro, S., James, M. S. L., Martinez, A., Matherly, T., Ferris, G. ve Hochwarter, W. (2008). The interactive effects of job insecurity and organizational cynicism on work effort following a layoff, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 14(3), 233-247.

Chibili, M., (Ed.), (2016). *Modern Hotels Operations Management*, Groningen: Wolters-Noordhoff B.V. 535.

Çetinkaya, F. F. ve Özkara, B. (2015). Hizmet İşletmelerinde Psikolojik Sözleşme İhlalleri ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Kapadokya Bölgesi 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 72-91.

Dean, J. W., Brandes, P. ve Dharwadkar, R. (1998). Organizational Cynicism, *Academy of Management Review*, 23 (2), 341-352.

Demir, M., Ayas, S. ve Yıldız, B. (2018). Örgütsel Sinizm Ve İşe Yabancılaşma İlişkisi: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi/Journal of Administrative Sciences*, 16 (32), 231-254.

Demirtaş, Z., Özdemir, T. Y. ve Küçük, Ö. (2016). Okulların Bürokratik Yapısı, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 22 (2), 193-216.

Ece, S., Kurban, Z. ve Gültekin, S. (2018). Öz-Yeterlik Algısı ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Algılanan Yöneticilik Desteginin Aracılık Rolü, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6 (6), 993-1000.

Erdost, E., Karacaoğlu, K. ve Reyhanoğlu, M. (2007). Örgütsel Sinizm Kavramı Ve İlgili Ölçeklerin Türkiye'deki Bir Firmada Test Edilmesi, *15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*, Sakarya, 514-524.

Güçlü, N., Kalkan, F. ve Dağlı, E. (2017). Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Okulu Öğretmenlerin Algılarına Göre Okul Müdürlerinin Liderlik Stilleri ile Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki, *GEFAD/GUJGEF* 37 (1), 177-192.

Gün, G. (2016). Örgüt Kültürü Tiplerinin Örgütsel Sinizm Algısına Etkisi: Bitlis İli Otel İşletmelerinde Bir Alan Araştırması, *BEU Akademik İzdüşüm Dergisi*, 1 (1), 28-55.

Gün, G. (2017). Otel İşletmeleri Çalışanlarının Örgütsel Sinizm Algılarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi, *BEU Akademik İzdüşüm Dergisi*, 2 (1), 1-22.

Gün, F. ve Atanur Başkan, G. (2017). Öğretim Elemanlarının Algılarına Göre Örgütsel Sinizm İle Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-20.

İbrahimağaoğlu, Ö. ve Can, E. (2017). Örgütsel Sinizm İle Örgütsel Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 181-205.

Kalay, F., Oğrak, A. ve Nişancı, Z. N. (2014). Mobbing, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Örnek Bir Uygulama, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 127-143.

Karacaoğlu, K. ve İnce, F. (2012). Brandes, Dharwadkar ve Dean'in (1999) Örgütsel Sinizm Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Örneği, *Business and Economics Research Journal*, 3 (3), 77-92.

Kılıç, R. (2015). İşgörenlerin Duygusal Zekaları İle Örgütsel Sinizm Algıları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 59-73.

Özdemir, H.Ö., Erkutlu, H.V. ve Elden, B. (2018). Otantik Liderlik ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkide Demografik Faktörlerin Düzenleyici Etkisi, *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 202-210.

Özer, S. ve Güllüce, A. Ç. (2019). Örgütsel Sinizm ve İşe Yabancılaşma İlişkisi ve Etkisi: TRB1 Bölgesi Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 37-47.

Özgen, F.Ö. ve Turunç, Ö. (2017). Örgütsel Adalet-Sinizm İlişkisinde Kişi Örgüt Uyumunun Rolü: Eğitim Sektöründe Bir Araştırma, *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (2), 2017, 83-96.

Pelit, N. ve Pelit, E. (2014). *Örgütlerde Kanser Yapıcı İki Başat Faktör: Mobbing ve Örgütsel Sinizm (Teori-Süreç ve Örgütlere Yansımaları)*, Ankara: Detay Yayıncılık, 2014.

Sarı, Y. ve Doğanekin, A. (2016). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Etik İklim ve Örgütsel Sinizm İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (3), 222-250.

Seçkin, Ş.N. (2018). Algılanan İş Güvencesizliği, İçsellik Statüsü ve Örgütsel Sinizm İlişkisinde Örgütsel Desteğin Rolü: İmalat Sektöründe Bir Araştırma, *Journal of Yasar University*, 13 (50), 112-124.

Tokgöz, N. ve Yılmaz, H. (2008). Örgütsel Sinizm: Eskişehir ve Alanya'daki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 283-305.

Uzun, T. (2018). Öğretmenlerin Örgütsel Sinizm Tutumlarının İş Performanslarına Etkisi: Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracı Rolü, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (3), 1800-1821.

Ülbeği, İ. D. ve İplik, E. (2018). Adaletsizlik Algısı, Psikolojik Sözleşme İhlali, Sinizm ve Çalışan Sessizliği Arasındaki İlişkiler Üzerine Görgül Bir Araştırma, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6(ICEESS'2018), 229-239.

Virginia, N. R., Río, J.A.J. and Casas-Rosal J.C. (2018). Tourism Sector in the European Union: Job Satisfaction of Employees in Hotels and Restaurants, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 9 (6), 173-183.