

**Yönetici Etik Davranışlarının Sınır Birim İşgörenleri tarafından Değerlendirilmesi: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Ampirik Bir Araştırma (Doktora Tezi) Alptekin SÖKMEN.** Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2003 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Melih TOPALOĞLU).

Otel işletmeleri de, mal üreten diğer işletmeler gibi tüketici istek ve ihtiyaçlarını tamini edebilmek amacıyla birtakım uygulamalara başvurmaktalardır. Bu uygulamalar hizmet işletmeleri açısından irdelendiğinde, hizmetlerin farklı özellikleri ve işgören-tüketici etkileşimi kapsamında sınır birim işgörenlerinin kritik rol oynadıkları ifade edilebilir. Bu temel bilgilerden hareketle yönetici etik davranışlarının, sınır birim işgörenlerinin örgütsel bağlılıkları ve performansları üzerinde belirleyici bir rol oynayabileceği düşünülmektedir. Yukarıda verilen bilgiler ışığında bu çalışmada, yönetici etik davranışlarının sınır birim işgörenleri tarafından değerlendirilmesi amaçlanmıştır ve bu kapsamda Ankara'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 494 sınır birim işgörenine Yönetici Etik Davranışına Yönelik Anket uygulanmıştır. Söz konusu ölçekten anlamlı sonuçlar çıkarabilmek ve literatüre katkı yapabilmek amacıyla ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik boyutları dikkate alınmış, frekans ve dağılım testlerinin yanı sıra uygulanan ki-kare testleri yardımıyla, işgörenlerin demografik özellikleri ile ifadeler arasındaki ilişkilerde incelenmiştir. Bu kapsamda sınır birim işgörenlerinin ifadelerine katılmalarında, özellikle cinsiyetin önemli bir değişken olduğu görülmüştür.

**Otel İşletmelerinde Firma Değerlemesi ve Önemi (Yüksek Lisans Tezi).** Erdiç KARADENİZ. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Doç. Dr. Yıldırım Beyazıt ÜNAL).

Günümüzde finans fonksiyonunun temel amacı firma değerinin hissedarları açısından maksimum kılınmasıdır. Bu nedenle firma yöneticileri, hissedarlarının getirilerini maksimum yapmak için firma değerinin doğru bir şekilde tespitine ve firma değerinin etkin bir şekilde yönetilmesine önem vermektedirler. Hisseedarlarını memnun edemeyen firmalar, uygun ve yeterli finansman kaynağı bulamayacakları için varlıklarını sürdürmeyeceklerdir. Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin sahip oldukları özelliklerinden dolayı otel yöneticileri firma değerinin etkin bir şekilde tespit edilip yönetilmesine önem vermektedirler. Çünkü otel işletmeleri kuruluş ve işletme aşamasında yüksek sermayeye ihtiyaç duyan işletmelerdir. Bu neden ve yaşanan ekonomik krizler sonucunda otel işletmelerinin yatırdıkları sermaye üzerinden sağladıkları getiri düzeyi azalmaktadır. Bu da otellerin finansal yapılarını olumsuz etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde firma değerinin tespiti ve yönetilmesini açıklamak ve otel işletmelerinde firma değerini belirleyen değişkenleri ortaya koymaktır. Bununla beraber firma değerini hesaplama yöntemlerinden EVA yönteminin otel işletmelerinde uygulanabilirliği bir tane beş yıldızlı otel ve İMKB'ye kote beş turizm işletmesi üzerinde incelenmiştir. Uygulama sonuçlarına dayanılarak EVA yöntemine göre otel işletmelerinin firma değerlerinin hesaplanma süreci hakkında bilgi verilmektedir.

**Pazarlama Etiği ve Tüketici Etiğinin Turizm Sektöründe Değerlendirilmesi: Konaklama İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümlerine Yönelik Ampirik Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi).** Nagehan SÖNMEZ. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Danışman: Doç. Dr. Balıncın KAVAK)

Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe uygulaması konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek bölümleri olmak üzere, pazarlama yöneticilerinin ve tüketicilerin benzer ahlaki eğilimlere sahip olup olmadıklarını karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktır. Bu amaçla oluşturulan soru kağıdı, Ankara'da bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek bölümündeki yöneticilere ve bu otellerde konaklayan müşterilere uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, yöneticiler ve tüketiciler pazarlama etiğinde personel, dürüstlük ve kurallara uymamak; tüketici etiğinde de gayri meşru hareketten fayda sağlama, başkalarının zaafından

yararlanarak pasif fayda sağlama, gayri meşruluğu kesin olarak değerlendirilmeyen davranış ve zarar vermeyen / kötü olmayan davranış biçimi gibi konularda benzer ahlaki eğilim göstermektedirler, ancak fiyatlandırmanın etik boyutu konusunda yöneticiler ve tüketiciler hem fikir değildirler. Ulaşılan bu sonucun, yöneticilerin ve tüketicilerin cinsiyetleri, yaşları ve eğitim düzeylerine göre değişmediği de elde edilen bulgular arasındadır.

**Otel İşletmelerinde Kongre Organizasyonunun Önemi (Kırgızistan-Bişkek Örneği) (Yüksek Lisans Tezi), Kutay OKTAŞ.** Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Danışman: Yard. Doç. Dr. Şelma DEMİRKÖL).

Turizm hareketleri içerisindeki yeri ve önemi her geçen gün artmakta ve gelişmekte olan kongre turizmi, hem ülke ekonomilerinin, hem de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin verimliliklerini etkileyen önemli bir etken konumuna gelmiştir. Kongre turizminde hizmetlerin bütünü oluşturulan tüm arz kaynaklarının bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan kongre organizasyonları da, günümüzde turizm işletmeleri için önemli bir gelir kaynağı olarak kabul edilmektedir. Kongre turizmi, genellikle seyahat acentalarının bir alt konusu olarak incelense de, kongre organizasyonlarında otel işletmeleri de önemli fonksiyonları yerine getirmektedir. Hatta bir çok küçük ve orta çaplı kongre organizasyonu tamamen otel işletmelerinin içerisinde ve organizatörlüğü altında yürütülmektedir. Bu nedenle, kongre organizasyonları otel işletmeciliği içerisinde incelenmesi gereken konular arasında yer almaktadır. Buradan hareketle hazırlanan bu çalışmada, otel işletmeleri içerisinde gerçekleşen kongre organizasyonlarının otel işletmeleri açısından önemine değinilmekte ve kongre turizmine, kongre turizminin otel işletmelerinde verimlilik ve karlılık üzerine sağladığı faydalar açısından yaklaşılmaktadır. Burada amaç, otel işletmelerinde kongre organizasyonlarının aşamalarını ve işletmelere getirilerini belirleyerek, organizasyonların aşamalarında dikkat edilmesi gereken noktalar ve kongre organizasyonları ile otel işletmelerinde verimliliği ve karlılığı artırma yöntemlerini ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşmak için öncelikle literatür taraması sonucunda elde edilen bilgiler, çalışmanın ilk beş bölümünde sunulmuştur. Ayrıca, literatür taraması sonucu elde edilen bilgilerden yol çıkılarak kongre organizasyonlarına yönelik olarak otel işletmeleri üzerine bir araştırma yapılmış ve çalışmanın altıncı bölümünde bu araştırma sonucu elde edilen bilgiler aktarılmıştır. Literatür taraması ve araştırma sonucu elde edilen tüm bu bilgiler sonuç ve öneriler kısmında karşılaştırılmış, yorumlanmış ve tüm bu bilgiler sonucunda elde edilen çeşitli önerilere yer verilmiştir.

**4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Yöneticilerin Liderlik Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Cemalettin HA-TİPOĞLU.** Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Danışman: Yard. Doç. Dr. Orhan BAYMAN).

Otel işletmelerinde Liderlik, çalışanın daha kaliteli olması ve daha üstün hizmet vermesi açısından önemlidir. Günümüz piyasasında, daha kaliteli hizmet veren bir işletme de diğer işletmelere göre bir adım ilerdedir. Piyasa şartlarına ve işleminin özelliklerine göre Liderlik yöntemlerinin seçilmesi, kalitede ve karlılıkta istenilen hedefe ulaşmayı kolaylaştırır. Fakat her şeyden önce, otel işletmelerinin yöneticilerinin eğitim durumlarını iyi bilmeleri, yöneticilerin ve personelin eğitim ihtiyaçlarını analiz etmesi, buna uygun eğitim programları hazırlanması gerekmektedir. Eğitim sona erdikten sonra değerlendirme yapılması eğitimin başarısını veya başarısızlığını gösterecektir. Başarıların ödüllendirilmesi, başarısızların ise teşvik edilmesi gerekir. Otel işletmelerinde Liderlik uygulamalarını yönelik İstanbul ilinde yapılan bu çalışma mevcut durumun tespitine yöneliktir. Çalışmanın sonunda işletmelerin, Liderlik uygulamaları ve yöneticilerin Liderlik ile ilgili bilgileri belirlemeye çalışılmıştır. Çalışma dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde, otel işletmeleri ve otel işletmelerinin özellikleri, tanımı ve sınıflandırılması üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde, yönetim kavramı, yönetim teorileri ve ayrıca otel işletmeleri açısından da yöne-

timin kavramı ve yönetim teorileri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde liderlik kavramı liderliğin nitelikleri ve temel özellikleri, liderliğin fonksiyonları, lider- yönetici farklılıkları ve liderlik teorileri üzerinde durulmuştur. Dördüncü ve son bölümde, otel işletmelerindeki Liderlik uygulamaları ve yöneticilerin Liderlik ile ilgili düşünceleri anket yolu ile analiz edilmiştir. Anketler analiz edilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, araştırma kapsamına alınan otel işletmelerindeki yöneticilerinin çoğunun Liderliğe önem verdikleri belirlenmiştir.

**Bölgesel Düzeyde Hazırlanan Web Sitelerinin Turizm Talebi Üzerine Etkisinin Araştırılması: Muğla Bölgesinde Bir Uygulama (Doktora Tezi), Yaşar SARL, Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003 (Danışman: Prof.Dr. Aslan EREN).**

Ekonomi, insanların isteklerini karşılayan kıt kaynaklar arasında yaptıkları seçimleri anlamaya çalışan bir bilimdir. Bu nedenle ekonominin inceleme alanı para ya da zenginlik değil, insanlar ve insanların kıt kaynaklar içindeki tercihleridir. Turizm ekonomisinde de, insanların neden bir bölgeye seyahati diğer bir bölgeye tercih ettikleri, evde kalmak yerine neden seyahat etmeyi seçtikleri ya da neden insanların parasını başka alanlara değil seyahat için harcamaya karar verdikleri sorularına yanıt aranır. Bununla birlikte yatırımların geri dönüş sürelerinin kısalığı, istihdam yaratma potansiyeli, döviz kazandırma gücü ve katma değerinin yüksek olması gibi nedenlerle turizm sektörü kalkınmakta olan ülkelerin kalkınma çabalarında çözüm yollarından biri olarak görülmektedir. Bilginin derlenmesi, işlenmesi, analiz edilmesi, depolanması, dağıtılması ve kullanılması olarak tanımlanan bilgi teknolojileri konusunda araştırma yapan bir çok araştırmacı, bilgi teknolojilerinin turizmde kullanımının önemi üzerinde durmaktadırlar. Söz konusu araştırmalarda bilgi teknolojisini yoğun şekilde kullanan bölgelerin, bu konuda daha zayıf olan bölgelere oranla rekabet bakımından uluslar arası turizmde daha da güçlü olacakları vurgulanmaktadır. Bu nedenle, ekonomik anlamda, teknoloji bakımından gelişmiş ve gelişmemiş şeklinde iki çeşit turizm bölgesinin ortaya çıkması yüksek olasılıktır. Bu düşünceden esinlenerek, bilgi teknolojilerinin önemli bir servisi olan Internet ortamında gerek yöre ve bölge bazında gerekse işletmeler bazında hazırlanan web sitelerinin dış turizm talebinin tercihi üzerinde hangi yönde ve ne ölçüde etkili olduğunu araştırmak ve elde edilecek bulgular ışığında turizm bölgelerine ve turizm arzının iskeletini oluşturan kurum ve kuruluşlara turizm hacmini olumlu yönde etkileyebilecek önerilerde bulunmak amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında yürütülen araştırma anket tekniğine da-

yanmaktadır. Analizlerde kullanılan veriler, bölgeyi ziyaret etmekte olan turistlere, bölgede faaliyet gösteren konaklama ve seyahat işletmelerine ayrı ayrı uygulanan anketlerle toplanmıştır. Toplam 400 turist, 66 konaklama işletmesi ve 52 seyahat işletmesinden doldurulmuş olarak toplanan anketlerden elde edilen veriler bilgisayara aktarılarak, frekans dağılımları çıkarma, ağırlıklı ortalamalar alma, (t) testi, ANOVA ve Ki-Kare (X2) gibi çeşitli analizlere tabi tutulmuşlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, bölgeyi ziyaret etmekte olan ve anketlere yanıt veren turistlerin Internet'i seyahat planı yapmakta dahil hemen hemen her konuda çok sık kullandıkları belirlenmiştir. Turistlerin bölgeyi ziyaretlerinde, seyahat işletmeleri ve tavsiyeler gibi geleneksel yöntemlerden sonra, bölgesel web sitelerinin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Internet ortamındaki web sitelerinin çekici görsel tasarımından daha çok, içeriğinin zenginliği, güncelliği, kolay kullanımı ve hızlı görüntülenmesi turistler için önde gelmektedir. Ankete yanıt veren turistlerin hemen hemen tamamı ileriki seyahatlerinde Internet'i kullanacaklarını ve Türkiye'yi tekrar ziyaret edeceklerini belirtmişlerdir. Söz konusu turistlerin tamamına yakını, Internet'in kendilerine ve turizm bölgelerine büyük fırsatlar ve yararlar sağladığına inanmaktadırlar. Gerek bölgesel web siteleriyle ilgili yapılan incelemelerden, gerekse bölgede faaliyet gösteren konaklama ve seyahat işletmelerinden anketlerle elde edilen verilerin analiz ve değerlendirmesinden, hem bölgesel web sitelerinin hem de işletme web sitelerinin daha çok tanıtım amaçlı kullanıldıkları anlaşılmaktadır. Hem bölgesel web sitelerinin hem de işletme web sitelerinin yeterince güncellenmediği, özellikle yabancı dile çevrilmiş içeriklerinin yetersiz ve sitelerin sayfa organizasyonunun karmaşık olduğu, bir kısım bölgesel web siteleri ulaşamaz ve dosya boyutları nedeniyle görüntülenemez duruma geldiği belirlenmiştir. Bölgede faaliyet gösteren bir kısım işletmelerin hala web sitelerinin olmadığı olanların da kendi web sitelerinin tamtımını yeterince yapmadıkları tespit edilmiştir. Sonuç olarak, hem bölgesel web siteleri hem de işletme web siteleri bu güne kadar bölgedeki turizm talebini olumlu yönde etkilemiş olmakla birlikte yukarıda bir kısımdan özetle söz edilen olumsuzluklar nedeniyle, bu etki olması gereken düzeye ulaşamamıştır. Eğer bu tür olumsuzluklar bölgesel bir organizasyon ve birliktelikle en kısa sürede giderilebilirse, söz konusu siteler, ileriki seyahatlerinde mutlaka Internet'i kullanacak olan potansiyel talebi olumlu yönde daha yüksek oranda etkilemeye devam edeceklerdir. Çalışmanın sonuç bölümünde, uygulamadan elde edilen analiz ve değerlendirmeler ışığında, gerek turizm bölgelerine gerekse bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerine ve kamu kesimine yönelik bazı önerilere yer verilmiştir.