

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

Doktora Öğrencisi Funda Ön Esen

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
E-posta: fundaon@hotmail.com

Özet

Çalışmanın amacı, Turizm Fakültesi öğrencilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumlarını değerlendirmektir. Araştırma evrenini; Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Analiz sonucunda, turizm öğrencilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumlarının olumsuz yönde olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Her Şey Dahil Sistem, Her Şey Dahil Sistemin Etkileri, Turizm

Tourism Students' Attitudes on All Inclusive System

Abstract

The aim of study is to determine the attitudes of tourism students on all inclusive pension system. The population of this survey comprises the students studying in Akdeniz University Tourism Faculty. Questionnaire was used as a method of data collection. After the analyze, the attitudes of tourism students on all inclusive pension system has been determined to be negative.

Keywords: All Inclusive System, the Effects of All Inclusive System, Tourism

1.Giriş

Dünya pazarında paket tur üretimi ve satışı yapan tur operatörleri; son yıllarda pek çok turistin kapsamlı paket tur seyahatlerini tercih etmelerinden dolayı, seyahat seçimlerinde değişikliklere yönelmişlerdir (Barak, 2006). Bunlardan birisi de kitle turizminin artmasıyla birlikte yaygınlaşan “Her Şey Dahil Sistemi (HDS)” olarak adlandırılan ve uluslararası literatürde ise “All Inclusive System” olarak yer alan bu kavram Türkiye turizmini ciddi anlamda etkilemiştir (Otar, 2008: 8).

Her Şey Dahil Sistem; daha önce uygulanmakta olan oda-kahvaltı, yarım pansiyon ve tam pansiyon konaklama türlerinin yerine, kahvaltı, öğle ve akşam

yemekleri, ara öğünlerde verilen yemekler, gece yemekleri, yerli-yabancı içkiler, sıcak soğuk içecekler, animasyonlar, spor aktiviteleri ve müşterilerin ihtiyaç duyabilecekleri diğer tüm aktivite ve hizmetlerin fiyata dahil olduğu bir sistemdir (Otar, 2008). Böyle bir tatilin sonucunda ise tatil deneyiminden para kullanımı çıkarılmış olmakta ve turist, tatilin tam maliyetini önceden bilebilmektedir. Tatil sırasında yapılacak olan herhangi bir fazladan harcama, konuğun gereksiniminden dolayı değil, bu harcamayı yapmak istemesinden kaynaklanmaktadır. HD bir tatilin ana fikri, tatil deneyiminde finansal işlemleri en aza indirmek ve tatil sırasında finansal bazı kararların alınmaması, para harcamasının yaratabileceği sıkıntı, stres ya da karışıklığı ortadan kaldırmaktır (Aktaş vd, 2002).

2. Her Şey Dahil Sisteminin Turizme Etkileri

2.1. Olumlu Etkileri

Her şey dahil sistemi, en başta uygulayıcılar konumundaki konaklama işletmeleri açısından oldukça avantajlı bir pazarlama yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Barak, 2006: 75).

Her şey dahil sisteminin uygulanması ile birlikte geçmiş yıllardaki turizm sezonlarına göre daha uzun sezonlar yaşanmaktadır. Yapılan araştırmalarda her şey dahil sisteminin, turizm sezonunun 15 ile 30 günlük bir uzamaya sebep olduğu belirtilmiştir (Menekşe, 2005: 116). Ayrıca yıl içerisindeki bayram tatilleri, yıllık izin vb. gibi zamanların turistik amaçlı olarak kullanıldığı düşünüldüğünde, yıl içerisinde 7 – 8 aylık bir turizm sezonundan bahsedilebilir.

Her şey dahil sistemini uygulayan konaklama işletmelerine, hizmetleri karşılığında seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından ödenen kısa vadeli yüksek miktartlı ödemeler, konaklama işletmelerinin mali yapılarının geliştirilmesi açısından önemlidir (Üner vd., 2006: 38).

Konaklama işletmelerini tercih edecek konuk sayılarının daha önceden bilinmesi sonucu, özellikle malzeme alımlarında toplu alımları tercih eden konaklama işletmelerinin maliyetleri düşürme anlamında başarılı olmaları da her şey dahil sisteminin işletmeler açısından olumlu katkıları arasındadır. Her şey dahil sisteminin konaklama işletmelerinin maliyetlerini düşürmesi açısından avantajlı olan bir başka olumlu etkisi ise, nitelikli işgören sayılarının azalması ve konaklama işletmeleri için büyük bir maliyet yükü olan işçilik giderlerinin azalmasıdır (Demir, 2004: 3-5'ten aktaran Otar, 2008).

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

2.2.Olumsuz Etkileri

Her şey dahil sistemi kapsamında konaklama işletmelerinin hizmetlerinin sunumunda standartlarının olmayışı sistemin dezavantajları arasındadır. İşletmelerin kendilerine göre belirledikleri standartlar için ortaya konulan kavramlar, her işletme için farklılık göstermektedir (Otar, 2008).

Her şey dahil sistemini uygulayan konaklama işletmelerini tercih eden misafirlerin isteklerinin tam olarak karşılanamaması da bir diğer olumsuz durumdur (Üner vd., 2006: 40). Misafirlerin isteklerinin tam olarak karşılanmamasındaki yetersizlikler ve/veya gecikmeler, konaklama işletmeleriyle seyahat acentelerinin karşı karşıya gelmelerine sebep olabilmektedir (Laws, 1997: 1'den aktaran Otari, 2008).

Her şey dahil pansiyon türünü tercih eden misafirler açısından farklı bir nokta da, misafirlerin tatil sürelerinin tamamını konaklama işletmesinde geçirmeleridir. Bedelini ödedikleri hizmetlerden mahrum kalma korkusu, misafirleri böyle davranmaya yöneltmektedir. Türkiye'de konaklama işletmelerinin fiyat indirimine giderek, yatak kapasitelerini doldurmaya çalışmaları ve sistem içinde bile oteli daha cazip hale getirmek için sunulan "max, ultra, superior" gibi versiyonlar nedeniyle ülkemizi kalitesi çok düşük, deniz ve güneş dışında hiçbir tatil anlayışı olmayan turist kitlesi ziyaret etmeye başlamıştır. Konaklama işletmelerinin fiyatlarının çok düşük olması, düşük kalitedeki turistlerin tatilleri boyunca dışarı çıkmamaları ve harcama yapmak istemediğinden turizm sektörü yoluyla geçimini sağlayan yöre esnafı iş yapamaz hale gelmekte, yerel acente sahibi turunu satamamaktadır. Gelirlerdeki azalış aynı zamanda işsizliğe ve yöre ekonomisinin bozulmasına sebep olmaktadır (Yürük, 2002: 293).

Türkiye turizmi açısından ise, birçok medeniyetin yaşadığı bir coğrafyayı görmeden, ülkemiz hakkında hiçbir fikre sahip olmadan, Türk misafirperverliğini ve Türk kültürünü görmeden (Barak, 2006: 75) ülkemizi terk eden bir misafir profili ortaya çıkmaktadır. Konaklama işletmelerinin bulunduğu destinasyondaki çarşı esnafları da, her şey dahil sisteminin uygulamasından büyük zarar görmektedirler. Çünkü zamanının büyük bölümünü konaklama işletmelerinde geçiren konuklar, işletme dışına çıkmaya gerek duymamaktadırlar. Hediyelik eşya dükkânları, kuyumcular vb. gibi çarşı esnafı turizmin ekonomik fonksiyonundan yeterince yararlanamamaktadır (Menekşe, 2005: 106).

Türkiye turizminin en önemli sorunlarından biri de ülkesel imaj konusudur. Bu problem gerek devlet düzeyinde gerekse sivil toplum kuruluşları düzeyinde birçok çalışma yapılmasına karşın henüz çözülememiştir. Bu sorunu oluşturan alt problemler arasında, her şey dahil sisteminin neden olduğu ucuz ve kalitesiz ülke imajı yer almaktadır. Özellikle Avrupalı tur operatörleri tarafından

yapılan fiyat düşürme stratejileri ile her şey dahil turların fiyatlarının düşmesi ve potansiyel talebin aynı fiyatla ülkemize yönlendirilmesi söz konusudur. Böylece Türkiye'ye gelen turistlerin niteliği de değişmektedir. Her ülkenin beklentisi gelir düzeyi yüksek olan turistleri kendi ülkelerine çekebilmektir. Türkiye'nin bu anlamda başarılı olduğunu söylemek zordur (Menekşe, 2005: 116).

Her şey dahil sistemi uygulamaları sonucu, konukların Türk mutfağını tanımadan ülkemizden ayrılmaları da bir diğer olumsuz faktördür. Konaklama işletmelerinin oluşturdukları münüler itibariyle daha çok basit yemeklere ağırlık vermeleri söz konusudur. Izgara türleri, fast- food tarzı yemekler, makarnalar vb. gibi mönü kalemleri ile oluşturulan münüler misafirlere sunulmaktadır (Gürkan, 2002: 114). Bu durum her şey dahil sistemini uygulayan konaklama işletmelerinin tamamı için geçerli değildir.

Her şey dahil sisteminin konaklama işletmelerinde çalışan işgörenler üzerinde de yarattığı bazı olumsuz etkiler söz konusudur. Bunlar; bahşış gelirlerinin azalması, işletmelerin çalıştırdığı stajyer öğrenci sayısının toplam personel içindeki payının artması şeklindedir (Üner vd., 2006: 43).

Turizm sektörünün hizmet sektörü elemanlarından biri olması nedeniyle, iyi ve kaliteli hizmet sunulması, işletmenin reklamını iyi yapması anlamında önemlidir. Her şey dahil sistemi ile birlikte işgörenlerin çalışma saatleri uzamış ve verimliliklerinde düşüşler yaşanmıştır (Menekşe, 2005: 105).

Uygulanan her şey dahil turların ucuzluğu bir yandan gelir seviyesi düşük turistlerin ülkemize gelmesine sebep olurken, diğer yandan da yabancıların otel dışına çıkıp, alışverişe veya gezmeye para harcamamalarına sebep olmaktadır. Bu şekilde turizmin "motoru" olan kültür turizmi de yaralanmaktadır (Barak, 2006: 75). Her şey dahil uygulaması, kültür turları düzenleyen seyahat acentelerinden bu turlarda turistlere bilgi veren turist rehberlerine, turun düzenlendiği yöre esnafına, nakliyyeyi sağlayan otobüsçüsüne, minibüsçüsüne kadar pek çok kişinin işsiz kalmasına sebep olmaktadır (Gülbahar, 2002: 100).

Belli bir müşteri kitlesine de sahip olan her şey dahil tur sisteminin, özellikle deniziyle, güneşiyle, tarihi ve kültürel mekânlarıyla adeta dünyanın açık hava müzesi olan ülkemiz açısından uygun olmadığı yönünde görüşler yoğunudur (Barak, 2006).

Bununla beraber yapılan yanlış uygulamalar sonucu her şey dahil sistemi, Türkiye'yi ucuz bir pazar haline getirmektedir. Her şey dahil tur fiyatı düştükçe hizmet kalitesi de düşmekte ve ucuz hizmete gelen tüketici kitlesi de kalitesiz olmaktadır. Bu durum tesis açısından belli bir kaliteyi yakalamış olan ülkemizin marka imajını zedelemekte ve döviz girdisini engellemektedir (Ülger ve Ülger, 2001: 151'den aktaran Barak, 2006).

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

3.Literatür Taraması

Çifçi vd. (2007), her şey dahil sisteminin turizm işletmeleri, seyahat acenteleri ve turistlerin bakış açısıyla Türk turizm sektörüne etkilerini inceledikleri araştırmada, genel olarak sistemin Türk turizmin sektörüne olumlu katkıda bulunduğu, fakat ülke ekonomisine etkilerinin ise aynı olumlu katkıyı sağlamayacağı sonucuna varmışlardır. Yine aynı araştırmada turizm işletmeleri yöneticileri, konaklama işletmelerinde uygulanan oda-kahvaltı (bed-breakfast) ve yarım pansiyon (half-board) türlerinin turizme olumlu katkılar sağladığını ifade etmişlerdir.

Gürkan (2002) ise, konaklama ve seyahat işletmeleri yöneticileri ile diğer turistik işletmelerin yöneticileri ve turistler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, her şey dahil sisteminin Türk turizmine etkilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda her şey dahil sisteminin konaklama işletmelerinde, tesis içinde operasyonel kolaylık, personel tasarrufu ve kişi başı maliyetlerde azalma gibi avantajlar sağladığı ve sistem çevresinde gerçekleşen toplu satın alımlar vasıtasıyla turizm sektörü haricindeki pek çok sektöre gelir oluşturduğu yönünde olumlu yönlerine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Bununla birlikte, sistemin çoğunlukla işletmelerin kâr marjlarını aşırı seviyede düşürdüğü, Türk mutfağının genel yapısıyla doğrudan ilgili olmayan yiyeceklerin kalitesiz bir servisle sunulduğu ve bunun da turistlerin algısında Türk mutfağının ve servisinin çok yetersiz olduğu yönünde bir izlenim bıraktığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca bu sistemin önceden ödeme yöntemini bünyesinde barındırmasından dolayı, turistlerin ödeme karşılığında hizmetlerden mümkün olduğunca fazla yararlanmak istemelerinin aşırı tüketime sebep olması, araştırmanın diğer sonuçları arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, turistlerin sistemin özelliği gereği havaalanından otele, otelden havaalanına şeklinde yapılan transferler nedeniyle, bu sistemi uygulayan konaklama işletmelerinin bölge esnafı tarafından tepkiyle karşılandıkları, ülkeyi yeterince tanıyamadıkları ve hatta yanlış tanıdıkları ve tüm bunlara bağlı olarak Türkiye'nin ve Türk insanının yanlış tanıtıldığı gibi sistemin olumsuz yönleri ortaya konulmuştur.

Benzer şekilde; Menekşe (2005), konaklama işletmelerinin yöneticileri ile Marmaris'te gerçekleştirdiği araştırmasında, konaklama işletmelerinin ürün ve hizmetlerini daha kolay pazarlamak ve doluluk oranlarını yükseltmek için daha önceden uygulanan oda kahvaltı, yarım pansiyon veya tam pansiyon yerine, tüm ürün ve hizmetler için bedelin peşin ödendiği her şey dahil sistemini uygulamaya başlamış olduklarına değinmiştir. Her şey dahil sistemi işletmeler açısından değerlendirildiğinde, doluluk oranlarını arttırması ve konaklama süresini uzatması açısından son derece kârlı bir pansiyon türü olduğu vurgulanmıştır. Sistemin olumsuz etkileri olarak ise turistlerin Türkiye'nin

güzelliklerinden habersiz ayrılması ve ilçe esnafının da neredeyse faaliyetlerini durdurma noktasına gelmiş olması gösterilmiştir.

Barak'ın (2006) turizm sektöründe uygulanan her şey dahil tatil sisteminin işletmeler üzerindeki etkisini araştırdığı ve Bodrum'daki işletme yöneticileri üzerinde gerçekleştirdiği araştırmaya göre, turizm sektöründe uygulanan her şey dahil tatil sistemi Türkiye'de hızla yaygınlaşmaktadır. Araştırmada her şey dahil tatil sisteminin konaklama tesislerinin çevresinde bulunan diğer işletmeler üzerindeki olumsuz etkileri incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Bodrum'daki işletmeler her şey dahil tatil sisteminden olumsuz etkilenmektedir. İşletme sahipleri olumsuzlukların önlenmesi için sistemin kaldırılması gerektiğini düşünmektedir. Ancak kitle turizminde giderek yaygınlaşan her şey dahil tatil sistemi, birçok turizm işletmesi için kaçınılmaz görünmektedir ve bu sistemin en azından kısa sürede kaldırılamayacağı açıktır. Bu sistemden olumsuz etkilendiğini belirten bölgedeki işletme sahiplerinin öncelikle kendilerinin çeşitli önlemler alması gerektiği düşünülmektedir.

Çevirgen ve Üngüren (2009) ise, yöre esnafının her şey dahil sistemine yönelik tutumlarını inceledikleri ve Antalya'da gerçekleştirdikleri çalışmada, sistemin uygulanmasına başladıktan sonra en fazla etkilenen taraflardan birinin bölge esnafı olduğunu belirtmişlerdir. 280 esnafın katıldığı araştırma sonuçlarına göre bölge esnafının her şey dahil sistemine yönelik olumsuz tutumlara sahip olduğu, sistemin ülke turizmüne zarar verdiği ve uygulamadan kaldırılması gerektiği yönünde bir görüşe sahip oldukları saptanmıştır. Ayrıca yöre esnafının her şey dahil sistemine yönelik tutumları ile işletmelerin faaliyet süresi, faaliyet alanı, personel sayısı, müşteri grupları ve etkinlik türü arasında farklılık olmadığı görülmüştür.

Benzer şekilde; Gülbahar (2002) da yapmış olduğu araştırmada, yöre esnafının kazançlarının düşmesinin ana nedeni olarak her şey dahil sistemini gördüğünü belirlemiştir.

Demir (2004) yapmış olduğu araştırmada, her şey dahil sisteminin misafirler açısından çekici geldiğini belirtmiş ve özellikle kalabalık ailelerin peşin ödeme rahatlığından dolayı bu sistemi tercih ettiklerini saptamıştır. Ayrıca günlük harcamaları takip etme zorunluluğunun olmaması ve istenildiği kadar tüketim yapabilmeye kolaylığının sistemin cazibesini arttırdığını ifade etmiştir. Ayrıca, araştırmada, bu sistemde daha az personelle daha çok iş yapılması prensibinin ön plana çıktığı, müşterilerin konaklama tesisinden çıkmak istememelerinin yöre esnafının o misafirlerden elde edebileceği gelirin önüne bir engel oluşturduğuna dikkat çekilmiş ve esnafın bu sistemden memnun olmadıkları sonucuna varılmıştır.

Wong ve Kwong (2004) Hong Kong'da yaptıkları araştırmada, Hong Konglu turistlerin yurtdışına çıkarken tatillerinde her şey dahil paket turları

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

tercih etme nedenlerini tespit etmeye yönelik 30 ifade belirlemiştir. Yapılan anket çalışmasına göre, 30 ifade arasından “paket turun güvenliği” ifadesinin turistlerin en fazla önem verdikleri konu olduğu görülmüştür. Çalışmada, “sorunsuz bir şekilde yolculuğa başlayabilme ihtimali” ve “seyahat acentesi ve konaklama işletmesi tarafından sunulan hizmet kalitesi” kriterleri diğer en önemli görülen ifadeler arasında sayılmıştır. “Televizyon reklamları ve seyahat programı”, “temalı veya eğlence parklarını ziyaret” ve “otel odasının özel isteklere imkân sağlaması” gibi kriterler ise turistler tarafından en az önemli bulunan ifadeler arasında yer almıştır.

Heung ve Chu (2000), her şey dahil paket turların Hong Kong’da önemli ölçüde seyahat acentelerinin başarısını etkilediğini dile getirmektedir. Çoğu seyahat acentelerinin temel gelir kaynağıdır. Araştırmacılar, çalışmalarında Hong Kong tüketicileri tarafından algılanan her şey dahil paket tur için seyahat acentesi seçiminde önemli olan faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçları, seyahat acentesi seçiminde en önemli kriterin acentenin popülaritesi olduğunu, bunu ağızdan ağza iletişimin ve personel davranışının takip ettiğini göstermektedir.

Rewtrakunphaiboon ve Oppewal (2008), paket tur bilgi sunumunun destinasyon seçimi üzerindeki etkilerini araştırdıkları ve İngiltere’de 200 üniversite öğrencisi ve 200 Birleşik Krallık vatandaşının katılımı ile gerçekleştirdikleri çalışmada, katılımcılara Akdeniz destinasyonlarına yönelik oluşturulan ifadelerle katılıp katılmadıkları sorularak hipotezler test edilmeye çalışılmıştır. Bu hipotezlerden en önemlileri arasında imajı düşük bir destinasyonun bile iyi bir sunumla rahatlıkla pazarlanabileceği gelmektedir. Ancak araştırmanın sonuçları, imajı düşük bir destinasyonla imajı yüksek bir destinasyonun bilgi sunumu yoluyla birbirinden farklı özelliklere sahip olamadıklarını göstermiştir. Bu iki destinasyonun sadece paket turlar kapsamındaki özelliklere göre farklılık gösterebileceği, öğrenci gruplarının destinasyonun ve paket turun fiyatlarına, diğer özelliklerden daha fazla ilgi gösterdikleri sonucuna varılmıştır.

4.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Her şey dahil sistem; her şeyi hazır bulmak isteyen ve bunun kolay yolunu tercih eden, teknoloji dünyasında var olmaya çalışan insanlar tarafından kolayca ve çabuk bir şekilde kabullenilmiş, son zamanlarda da ülkemizde büyük bir ivme kazanmış en yeni pazarlama stratejisidir (Birkan, 2004: 20).

HD pansiyon uygulaması konaklama işletmeleri, personel, müşteri, seyahat acenteleri ve bağımsız bölge esnafı açısından incelenmesi son derece önemli bir konudur. İlgili literatür incelendiğinde, yöre esnafı, yöneticiler ve müşteriler açısından konunun ele alındığı görülmüştür. Bu bağlamda, çalışmanın

amacını; turizm öğrencilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumlarının belirlenmesi oluşturmaktadır. Sektöre yeni katılan ya da katılacak olan kişilerin bakış açısıyla her şey dahil sistemini değerlendirerek turizme küçük de olsa katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

5.Araştırmanın Yöntemi

Betimleyici-Kesitsel bir çalışma olan bu araştırmada, veri toplama aracı olarak, literatürden elde edilen bilgiler ışığında oluşturulan ve nicel araştırma yöntemlerinden biri olan yapılandırılmış anket tekniği kullanılmıştır. Hazırlama kolaylığı, ekonomikliği, örnek kütleye ulaşım açısından uygunluğu, geri dönüş oranının yüksekliği, daha fazla sayıda soru sormaya izin vermesi ve ihtiyaç duyulduğu zaman ek açıklamalar yapılabilmesi gibi avantajları nedeniyle anket yöntemi seçilmiştir (Altunışık vd.,2007).

Anket formu olarak Menekşe'nin (2005) "*Her Şey Dahil Sisteminin ve Sistemden Faydalananlar Açısından Etkilerinin Otel Yöneticilerinin Gözünden Değerlendirilmesi (Marmaris Örneği)*" başlıklı makalesinde uygulamış olduğu anket formu kullanılmıştır.

Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcı profili ve katılımcıların turizm deneyimlerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Anket formunun ikinci kısmında ise her şey dahil sisteminin turizme etkilerine yönelik 30 ifade bulunmaktadır.

Soruların ölçülmesinde beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek; 1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Karasızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum cümleleri kullanılmıştır.

6.Araştırmanın Kapsamı Ve Sınırlılıkları

Araştırma modelinin test edilmesinde Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim görmekte olan 3.sınıf ve 4.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma gruplarının bu şekilde seçilmesinin nedeni sektörel tecrübe ve birikimlerinin olmasından kaynaklanmaktadır. Anketler Nisan 2013'te gerçekleştirilmiştir.

Fakültenin öğrenci işlerinden alınan verilere göre; konaklama, seyahat ve yiyecek içecek işletmeciliği bölümleri üçüncü ve dördüncü sınıfta toplam 687 öğrenci bulunmaktadır. Araştırma katılımın yoğun olduğu bir ders saatinde yapılmıştır. Bu nedenle, dağıtılan anketlerden dönen ve değerlendirilmeye alınan 275 adet anket bulunmaktadır.

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

Araştırmanın başlıca kısıdı; sadece Akdeniz Üniversitesi'nde uygulanması ve uygulamanın üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerini kapsamasıdır.

7.Araştırma Bulguları

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde SPSS 14.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Öncelikle dağılımın normal olup olmaması ile ilgili bazı testler yapılmıştır. Çarpıklık katsayısı - + 1 sınırları içerisinde kalıyorsa, puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk, 2010: 40). Araştırmanın sonucuna göre, dağılımın normal olmadığı ortaya çıkmıştır.

Buna bağlı olarak, nonparametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda çeşitli istatistik metot ve test tekniklerinden frekans, güvenilirlik, descriptive, mann whitney u ve kruskal wallis h testleri kullanılarak yorumlanmıştır.

7.1.Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi ise, ölçmede kullanılan testlerin, anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2008: 403).

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için Cronbach's Alpha modeli kullanılmıştır. Alfa değeri 0 ile 1 arasında değerler alır ve analiz sonucunun güvenilir olduğunu söyleyebilmek için alfa kat sayısının 0,70 den büyük olması gerekir (Eymen, 2007).

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Değişken Grubu	Değişken Sayısı	Cronbach's Alpha
Her Şey Dahil Sistemi	30	,730

Reliability Statistics tablosundan (tablo 1) her şey dahil sisteminin cronbach's alpha değerinin $\alpha = 0,730$ kabul edilebilir bir değer olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ölçek güvenilirliğinin yeterli ve oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

7.2.Tanımlayıcı İstatistikler

Demografik verilerin değerlendirilmesi için frekans analizi uygulanmıştır. Anketin ilk bölümünde yer alan demografik bilgilere yönelik bulgular şu şekildedir (Tablo 2):

Tablo 2:Katılımcı Profili ve Turizm Tercihleri

	Sayı (n)	Yüzde (%)		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Otel Deneyimi		
Erkek	177	64	Evet	238	86
Kız	98	36	Hayır	37	14
Yaş			Turizmde Çalışmak		
20-22 yaş arası	143	52	Evet	113	41
23-25 yaş arası	110	40	Hayır	160	58
26-28 yaş arası	20	7	Turizmde Neden Çalışmak İstemediği		
29 yaş ve üzeri	2	1	Mesleğimi sevmiyorum	42	15
Sınıf			Çalışma temposu çok yoğun		
3. Sınıf	163	59	Ailem çalışmamı istemiyor	24	9
4. Sınıf	112	41	Diğer çalışanların tutumu	26	10
Bölüm			Yükselme imkanının olmayışı		
Konaklama	151	55	Diğer	38	14
Seyahat	91	33	Turizm Fakültesinde Okumayı		
Yiyecek İçecek	33	12	Bilinçli tercih ettim	164	60
Yurtdışı			Bilinçsiz tercih ettim		
Evet	86	31	Çevre,ailemin yönlendirmesiyle seçtim	31	11
Hayır	189	69	Diğer	29	11

Katılımcıların %64 ile 177 kişisi erkek, %36 ile 98 kişisi kızlardan oluşmaktadır. %52 ile 143 kişinin 20-22 yaş arası, %40 ile 110 kişinin 23-25 yaş arası, %7 ile 20 kişinin 26-28 yaş arası ve %1 ile 2 kişinin 29 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Katılımcıların sınıf ve bölümlerini incelediğimizde; 163 kişinin (%59) 3.sınıf, 112 kişinin (%41) 4.sınıf olduğunu, 151 kişinin (%55) konaklama işletmeciliği, 91 kişinin (%33) seyahat işletmeciliği ve 33 kişinin (%12) yiyecek-içecek işletmeciliği bölümü okudukları görülmektedir.

Mesleki eğitimleriyle ilgili yurtdışına çıkıp çıkmadıklarını sorduğumuzda, %31 ile 86 kişinin yurtdışına çıktığını söylerken, %69 ile 189 kişinin yurt dışına çıkmadığını dile getirmektedir. Yurtdışına nereye gittiklerini sorduğumuzda ise; çoğunun Almanya, İngiltere, Amerika gibi ülkelerde bulduklarını dile getirmişlerdir. Bu ülkelerin yanı sıra, Hollanda, Fransa, Belçika, Polonya, Portekiz, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Tanzanya, Avustralya, İtalya, İsveç, Estonya, Finlandiya, Ukrayna, Japonya, Çin, Tayland, Kıbrıs, Litvanya, Rusya, Malta, Irak ve Suudi Arabistan'a gittiklerini söylemektedirler. Katılımcıların otel deneyimlerini incelediğimizde; %87 ile 238 kişi otel deneyimi olduğunu söylerken, %13 ile 37 kişi otel deneyiminin olmadığını belirtmektedir.

Katılımcılara okulu bitirdikten sonra turizm sektöründe çalışıp çalışmayacaklarını sorduğumuzda; 113 kişi (%41) turizm sektöründe çalışacağını belirtirken, 160 kişi (%58) turizm sektöründe çalışmayacağını belirtmektedir, 2 kişi ise bu soruyu boş bırakarak kararsız olduklarını dile

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

getirmektedirler. Katılımcıların %15 ile 42 kişi mesleğini sevmediği için, %9 ile 24 kişi çalışma temposu çok yoğun olduğu için, %1 ile 3 kişi ailesi çalışmasını istemediği için, %10 ile 26 kişi sektörde diğer çalışanların tutumundan dolayı, %10 ile 26 kişi sektörde yükselme imkânı olmadığından dolayı ve %14 ile 38 kişi diğer nedenlerle turizm sektöründe çalışmayacaklarını dile getirmektedirler. Diğer nedenler olarak; sezonluk olması, ücretlerin yeterli olmaması, sektördeki kişilerin yetersizliği, yönetimdeki kişiler, her şey dahil sistemin kötülüğü, başka hedeflerin olması, mesleki bilgisizlik ve kalitesizlik, alternatif iş imkânının olması, sektördeki eğitimsiz kişilerin belirsiz hiyerarşisi, çalışanlara yeteri kadar önem verilmemesi, düzenli hayatın olmayışı, emeğin karşılığının alınmaması (hem maddi hem manevi) ve eğitimden çok hemşericilik kavramının hâkim olması gibi nedenleri dile getirmektedirler.

Katılımcılar turizm fakültesinde okumayı, %60 ile 164 kişi bilinçli tercih yaptıklarını, %18 ile 50 kişi bilinçsiz tercih yaptığını, %11 ile 31 kişi çevremin, ailemin yönlendirmesiyle seçtiğini ve %11 ile 30 kişi diğer nedenlerle seçtiğini söylemektedir. Katılımcılar, öss puanları, turizm meslek lisesi çıkışlı olması, tercih yanlışlığı, başka alternatifin olmayışı, üniversiteye giriş sistemi, 4 yıllık üniversite mezunu olmak istemesi ve derslerin kolay olması gibi nedenlerle turizm fakültesinde okumayı tercih ettiklerini söylemektedirler.

7.3.Öğrencilerin Her şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

Sistem ile ilgili yargılara turizm öğrencilerinin katılma düzeyleri aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir (Tablo 3):

HD sisteminin “Ülkemiz için olumlu katkısı vardır” yargısında, tablonun aritmetik ortalaması 2,23 ile katılmıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Konaklama işletmeleri, HD sistemini kendileri açısından karlı olarak değerlendirmekte olmasına rağmen, turizm öğrencileri, tablodan da anlaşılacağı üzere ülkemiz için olumlu katkısı olmadığını düşünmektedirler.

HD sistemiyle çalışan işletmelerde “Personel kendini geliştirememektedir” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,88 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Öğrenciler, sistemin personelin kendilerini geliştirmelerine engel olduğunu ifade etmişlerdir. Konaklama işletmelerinin çoğu, açık büfe sistemini uygulamaktadır ve servis personeli boş tabak toplama haricinde herhangi bir iş yapmamaktadırlar. Sektörün yiyecek içecek üzerine işgücü talebinin fazla olmasından dolayı, öğrenciler kendilerini geliştirebilecekleri departmanlarda çalışmadıklarını, mesleki kariyer yapamadıklarını dile getirmektedirler.

HD sistemi “Müşteriyi otele hapsediği için yöre esnafı açısından zararlıdır” yargısında, tablonun aritmetik ortalaması 4,36 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Müşteriler her türlü mal ve hizmet için bedelini peşin ödemeleri nedeniyle, otel dışına çıkıp ekstra para harcamak istememektedirler.

Dolayısıyla, her şey dahil sisteminin yöre esnafına olan zararı oldukça büyüktür. Yarım günlük geziler düzenlenerek hem bölgenin tanıtılması hem de yöre esnafından alışveriş yapılması sağlanabilir.

Tablo 3: Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

HERŞEY DÂHİL SİSTEMİ	Min.	Max.	Mean
Ülkemiz için olumlu katkısı vardır.	1,00	5,00	2,2327
Müşteriyi otele hapsettiği için yöre esnafı açısından zararlıdır.	1,00	5,00	4,3636
Otel personeli kendini geliştirememektedir.	1,00	5,00	3,8873
Turizmin olduğu her yerde uygulanmalıdır.	1,00	5,00	1,8000
Turist ve hizmet kalitesini düşürmektedir.	1,00	5,00	3,9055
Gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır.	1,00	5,00	4,3345
Otellerdeki yiyecek ve içecek israfını arttırmaktadır.	1,00	5,00	4,2473
Kalitesiz imajı yarattığı için zengin turisti ülkemizden uzaklaştırmaktadır.	1,00	5,00	4,0582
Turistik çekiciliği olmayan bölgelerde alternatif olarak uygulanmalıdır.	1,00	5,00	3,5818
Sektörde geçici bir pazarlama stratejisidir.	1,00	5,00	3,1818
Yetkililerce bir standart getirilmelidir.	1,00	5,00	4,0473
Uygulayan işletmelerde diğer işletmelere göre daha az personel istihdam edilir.	1,00	5,00	3,3382
İşletmenin doluluk oranını arttırmaktadır.	1,00	5,00	3,8982
Uygulayan işletmeler turizm sezonunu 15-30gün uzatmaktadır.	1,00	5,00	3,3382
Gelen müşterilerin gelir seviyeleri düşüktür.	1,00	5,00	3,8982
Uygulayan işletmelerde mönüler sıklıkla değişmemektedir.	1,00	5,00	3,8509
Uygulayan işletmelerde yiyecek ve içecek kalitesi düşüktür.	1,00	5,00	3,6727
Uygulayan işletmelerde hijyen diğer işletmelere oranla azdır.	1,00	5,00	3,4036
İşletmelerde 24 saat uygulanmalıdır.	1,00	5,00	2,2836
Gelen müşteriler çevre ve kültür turlarına katılmamaktadır.	1,00	5,00	3,7927
Ülkemizde belirli bir standardı yoktur.	1,00	5,00	3,8145
Gelen müşteriler otellerden tatminsiz ayrılmaktadır.	1,00	5,00	3,0291
Gelen müşteriler otelerde pek çok konuda şikayet etmektedirler.	1,00	5,00	3,4800
Müşteriler tüketimi sürüklemektedir.	1,00	5,00	3,5018
Tedarikçi firmaları memnun etmektedir.	1,00	5,00	3,5891
Fiziki özellikler bakımından club otellerde uygulanmalıdır.	1,00	5,00	3,0145
Çocuklu aileler için ideal bir konaklama tipidir.	1,00	5,00	3,5418
Ekonomik açıdan sıkıntıda olan ailelere uygun bir tatil imkanı sunmaktadır.	1,00	5,00	3,9600
Gelen turistlerin büyük çoğunluğu yabancıdır.	1,00	5,00	3,7927
İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir.	1,00	5,00	3,5200

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

HD sistemi “Turizmin olduğu her yerde uygulanmalıdır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 1,80 ile katılmıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Öğrenciler, sistemin turizmin olduğu her yerde uygulanmaması gerektiğini ifade etmektedirler. Ancak turistik çekicilikler açısından önemli olmayan bölgelerde uygulanarak bölgenin aktif olarak kullanılması sağlanabilir.

HD sistemi “Turist ve hizmet kalitesini düşürmektedir” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,90 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. HD sistemi fiyatların oldukça ucuz olması ülkemize olan talebin düşük gelirli turist grubundan oluşmasına neden olmuştur. Ayrıca tecrübeli ve eğitimli personel çalıştırılmamaktadır. Bu da sistemin turist ve hizmet kalitesini düşürmektedir.

HD sistemiyle “Gelen turist otel dışına çıkmadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 4,33 olarak katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Turistler istek ve ihtiyaçlarını otel içinde karşılayabilmektedirler. Ancak sistemi tercih ederek ülkemize gelen turistler otel dışına çıkmadıkları için ülkemizin tarihi, doğal, kültürel ve beşeri güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadırlar. Turistlerin kültür ve çevre turlarına katılımları sağlanmalıdır.

HD sistemi “Otellerdeki yiyecek ve içecek israfını arttırmaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 4,24 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Her türlü ürün ve hizmet için bedelini peşin ödeyen ve tatillerini otelde geçiren turistler, sürekli bir tüketim halindedirler. Yiyecek ve içecekleri ihtiyaçlarından oldukça fazla almaktadırlar. Dolayısıyla israfın olması kaçınılmazdır.

HD sistemi “Kalitesiz imajı yarattığı için zengin turisti ülkemizden uzaklaştırmaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 4,05 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Ülkemize düşük gelirli turistler geldiği için “Ucuz Ülke, Kalitesiz Hizmet” imajı yaratmaktadır. Dolayısıyla, öğrenciler kaliteli hizmet bekleyen zengin turistin ülkemiz hakkında olumsuz düşünceler beslediğini ve ülkemizden uzaklaştığını ifade etmektedir.

HD sistemi “Turistik çekiciliği olmayan bölgelerde alternatif olarak uygulanmalıdır” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,58 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. Öğrencilerin bazıları turistik çekiciliği olmayan bölgelerde uygulanması konusunda kararsız kalırken, bazıları uygulanması gerektiğini ifade etmektedir. Her şey dahil sistemiyle gelen turistlerin otel dışına çıkmadığı aşikârdır. Bu nedenle, turistik çekiciliği olmayan bölgelerde sistemin gerçekleştirilerek turizme daha faydalı olacağı düşünülmektedir. Ancak her koşulda sistemin olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu unutulmamalıdır.

HD sistemi “Sektörde geçici bir pazarlama stratejisidir” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,18 ile kararsızım şeklinde gerçekleşmiştir.

Sistemin uygulanmadığı işletmelerin de bu sisteme geçmek için çaba harcadıkları düşünülürse, geçici olmadığı söylenilebilir.

HD sistemine “Yetkililerce bir standart getirilmelidir” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 4,04 ile katılıyorum olmuştur. Turizm öğrencileri, HD sistemine standart getirilmesini ifade etmektedir.

HD sistemini “Uygulayan işletmelerde diğer işletmelere göre daha az personel istihdam edilir” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,33 olarak kararsızım şeklinde gerçekleşmiştir. Daha önce bahsedildiği gibi, işletmelerde genellikle açık büfe uygulanmakta ve turistler kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Ayrıca işletmelerin “az personel, çok iş” stratejilerinden dolayı, işletmeler daha az personel istihdam etmektedir.

HD sistemi “İşletmenin doluluk oranını arttırmaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,89 ile katılıyorum olarak gerçekleşmiştir. HD sisteminin ucuz olmasından dolayı insanlar konaklama sürelerini uzatmaktadırlar, dolayısıyla da doluluk oranları artmaktadır.

HD sistemini “Uygulayan işletmeler turizm sezonunu 15-30 gün uzatmaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,33 ile kararsızım şeklinde gerçekleşmiştir. Her türlü istek ve ihtiyaçlarını otel içinde karşılayan turistler, özellikle sezon sonuna doğru fiyatların daha da aşağı çekildiği düşünülürse, sezon sonu olmasına rağmen HD sistemini tercih edebilmektedirler.

HD sistemiyle “Gelen müşterilerin gelir seviyeleri düşüktür” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,89 olarak katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. HD sistemi, diğer pansiyon türlerine oranla daha ucuz olduğundan, bu sistemi tercih eden turistlerin gelir seviyeleri de belirli düzeyde kalmaktadır.

HD sistemini “Uygulayan işletmelerde menüler sıklıkla değişmemektedir” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,85 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. İşletmeler her türlü ürün ve hizmet için bedelini peşin tahsil etmektedir. Bununla birlikte artan girdi maliyetlerini de fiyatlara yansıtamamaktadırlar. Dolayısıyla menüler sıklıkla değişmemektedir.

HD sistemini “Uygulayan işletmelerde yiyecek ve içecek kalitesi düşüktür” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,67 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Öğrenciler, yiyecek ve içecek kalitesinin düşük olduğunu ifade etmektedirler. Daha önce bahsedildiği gibi, maliyetlerdeki artışları müşterilere yansıtamamaktadırlar ve işletmeler kalitesiz ürünleri, ucuz fiyata satın almaktadırlar. Bu nedenle kalitesiz hizmet sergilenmekte ve kalite arayan zengin turisti de ülkemizden uzaklaştırmaktadır.

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

HD sistemini “Uygulayan işletmelerde hijyen diğer işletmelere oranla azdır” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,40 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. Müşteriler sürekli bir tüketim hali içindedirler. Dolayısıyla, işletmelerde temizliğe ayrılması gereken zaman kısıtlı olmaktadır, dolaylı olarak da hijyen kurallarının hiçe sayılmasına yol açmaktadır. Her ne koşulda olursa olsun, insan sağlığı için temizliğe gereken önemin verilmesi sağlanmalıdır.

HD sistemi “İşletmelerde 24 saat uygulanmalıdır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 2,28 ile katılmıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Genel uygulamaya göre, işletmelerin büyük bir kısmı sistemi gece 11 ya da 12’den sonra ücretli hale getirirken, 24 saat uygulayan işletmeler de bulunmaktadır. Yöneticiler de 24 saat uygulanmaması gerektiğini ifade etmektedirler (Üngüren vd., 2009; Menekşe, 2005).

HD sistemiyle “Gelen müşteriler çevre ve kültür turlarına katılmamaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,79 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Turistler, parasını ödediği hizmetlerin haricinde, ekstra para harcayarak çevre ve kültür turlarına katılmak istememektedirler. Bu sayede ülkemiz güzelliklerinden habersiz olarak ayrılmaktadırlar.

HD sisteminin “Ülkemizde belirli bir standardı yoktur” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,81 olarak katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Daha önceden de belirtildiği gibi, işletmeler HD sistemine kendilerine göre değiştirebilmektedir. Öğrenciler, önceki bir yargıda da sisteme standart getirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

HD sistemiyle “Gelen müşteriler otellerden tatminsiz ayrılmaktadırlar” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,02 ile kararsızım şeklindedir. Turizm öğrencileri HD sistemiyle gelen turistlerin tatmin olma durumunda kararsız olduğunu ifade etmişlerdir.

HD sistemiyle “Gelen müşteriler otellerde pek çok konuda şikâyet etmektedirler” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,48 ile kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. Müşteriler, tatillerini otel içinde geçirdiklerinden dolayı, otel içindeki aksaklıkları ve eksiklikleri daha kolay görebilmektedirler. Ayrıca seyahat acenteleri tarafından yapılan eksik bilgilendirme sonucunda da HD sistemine dahil ve hariç olan aktiviteler konusunda çeşitli şikâyetler yaşanmaktadır. Ancak yöneticilerin görüşleri değerlendirildiğinde, turistlerin çok fazla konuda şikâyet etmedikleri anlaşılmaktadır (Menekşe, 2005).

HD sistemi “Müşterileri tüketime sürüklemektedir” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması ise 3,50 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. Bütün günlerini otel içinde geçiren müşteriler, ister istemez sürekli bir tüketim haline geçmektedirler.

HD sistemi “Tedarikçi firmaları memnun etmektedir” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,58 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. HD sisteminin uygulandığı işletmelerde sürekli bir tüketim olduğundan, bölge esnafından otelin mal ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayan tedarikçi firmalar, sürekli mal satışında bulduklarından son derece memnundurlar.

HD sistemi “Fiziki özellikler bakımından club otellerde uygulanmalıdır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,01 ile kararsızım şeklinde gerçekleşmiştir.

HD sistemi “Çocuklu aileler için ideal bir konaklama tipidir” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,54 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. HD sistemini tercih eden aileler sınırsız yiyecek ve içeceğin yanı sıra, sportif ve eğlenceli faaliyetler için de tüm bedeli peşin ödedikleri için bu kaygıyı ortadan kaldırmakta ve sisteme olan talebin artmasına önemli katkı sağlamaktadırlar.

HD sistemi “Ekonomik açıdan sıkıntıda olan ailelere uygun bir tatil imkânı sunmaktadır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,96 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Daha önceden de ifade edildiği gibi, HD sisteminin daha ucuz olması, çocuklu ailelerin ekstra para harcama kaygılarının ortadan kaldırılmış olması ve tatile çıkmadan önce tatil bütçelerinin ne kadar olduğunun bilinmesinden dolayı, sıkıntılı olan ve tatile de çıkmak isteyen ailelerin öncelikli tercihleri arasında olmaktadır.

HD sistemiyle “Gelen turistlerin büyük çoğunluğu yabancıdır” yargısında tablonun aritmetik ortalaması 3,79 ile katılıyorum şeklinde gerçekleşmiştir. Genel olarak Türk insanının tatili lüks bir olgu olarak değerlendirmesi ve yerli turiste sunulan fiyatların yabancılara sunulandan çok daha pahalı olması nedeniyle sistemi tercih edenlerin büyük çoğunluğunu yabancı turistler oluşturmaktadır.

HD sistemi “İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir” yargısında ise tablonun aritmetik ortalaması 3,52 olarak kararsızım ile katılıyorum arasında gerçekleşmiştir. Öğrencilerin aksine yöneticiler sistemin işletmenin karlılık oranını düşürücü bir etki yapmadığını belirtmektedir (Menekşe, 2005). Her geçen gün HD sisteminin uygulandığı işletmelerin sayısı arttığı düşünülürse, kar oranının yüksek olduğu söylenilebilir. Doluluk oranının yüksek olmasından dolayı, işletmeler sürümden kazanmaktadır.

7.4.Mann Whitney U Testi

Bu bölümde, katılımcıların HDS ile ilgili yöneltilen ifadelere verdikleri cevaplar ile cinsiyet, sınıf ve otel deneyimi arasında anlamlı bir farklılık olup

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

olmadığı Mann Whitney U testi ile incelenmiş olup sonuçlar tablolar yardımıyla verilmiştir.

Mann Whitney U testi iki ayrı grubun belli bir değişkene ait ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılır (Eymen, 2007). Yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, HDS düşüncelerinin cinsiyete göre anlamlı fark gösteren üç ifade bulunmuştur. Mann Whitney U test sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: HDS Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Farklılaşması

Fark Gösteren İfadeler	Cinsiyet	N	Sıra ort.	Sıra toplamı	U	p
Müşteriyi otele hapsediği için yöre esnafı açısından zararlıdır.	Erkek	177	131,76	23321,5	7568,5	,029*
	Kadın	98	149,27	14628,5		
Gelen müşterilerin gelir seviyeleri düşüktür.	Erkek	177	145,01	25666	7433	,038*
	Kadın	98	125,35	12284		
Çocuklu aileler için ideal bir konaklama tipidir.	Erkek	177	131,08	23200,5	447,5	045*
	Kadın	98	150,51	14749,5		

*p < 0,05

Tablo 4 incelendiğinde, her şey dahil sistemi ile ilgili “Müşteriyi otele hapsediği için yöre esnafı açısından zararlıdır” ifadesinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir (U=7568,5; p=0,029; p<0,05). Sıra ortalamaları = 131,76) daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenebilir. Cinsiyete göre farklılık gösteren bir diğer ifade de “Gelen müşterilerin gelir seviyeleri düşüktür” ifadesidir (U=7433; p=0,038; p<0,01

=125,35) oranla daha kararlı oldukları anlaşılmaktadır. Cinsiyete göre farklılık gösteren başka bir ifade ise “Çocuklu aileler için ideal bir konaklama tipidir” (U=7447,5; p=0,038; p<0,01

=131,08) oranla daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenebilir.

Yapılan Mann Whitney U testinin başka bir sonucunda, HDS düşüncelerinin sınıfa göre anlamlı fark gösteren yedi ifade bulunmuştur. Mann Whitney U test sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde, her şey dahil sistemi ile ilgili “Müşteriyi otele hapsediği için yöre esnafı açısından zararlıdır” ifadesinin sınıfa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir (U=7606,5; p=0,003; p<0,05 =151,58) 3.sınıf

= 128,67) daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenebilir. “Gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır” ifadesi de (U=7825,5; p=0,017; p<0,01) sınıfa göre farklılık göstermektedir. Sıra ort. =149,63) gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrıldığı (Sıra ort.=130,01) oranla daha kararlı oldukları anlaşılmaktadır. Sınıfa göre farklılık gösteren diğer bir ifade “Otellerdeki yiyecek ve içecek israfını arttırmaktadır” (U=7917,5; p=0,031; p<0,01) (Sıra ort.=148,81) otellerdeki yiyecek ve içecek israfını arttırdığı konusunda 3.sınıf (Sıra ort.=130,57) oranla daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenebilir.

Tablo 5: HDS Düşüncelerinin Sınıfa Göre Farklaşması

Fark Gösteren İfadeler	Sınıf	N	Sıra ort.	Sıra toplamı	U	p
Müşteriyi otele hapsediği için yöre esnafı açısından zararlıdır.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	128,67 151,58	20972,5 16977,5	7606,5	,003*
Gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	130,01 149,63	21191,5 16464	7825,5	,017*
Otellerdeki yiyecek ve içecek israfını arttırmaktadır.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	130,57 148,81	21283,5 16666,5	7917,5	,031*
Gelen müşteriler çevre ve kültür turlarına katılmamaktadır.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	129,94 149,72	21181 16769	7815	,034*
Tedarikçi firmaları memnun etmektedir.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	145,69 126,94	23747 14203	7875	,043*
Fiziki özellikler bakımından club otellerde uygulanmalıdır.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	145,60 126,94	23733 14217	7889	,042*
İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir.	3.Sınıf 4.Sınıf	163 112	129,71 150,07	21142 16808	7776	,031*

*p < 0,05

Tablo 5 incelendiğinde, her şey dahil sistemi ile ilgili “Gelen müşteriler çevre ve kültür turlarına katılmamaktadır” ifadesinin sınıfa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir (U=7815; p=0,034; p<0,05)

(Sıra ort.= 129,94) daha fazla kararlı oldukları anlaşılmaktadır. Sınıfa göre farklılık gösteren diğer bir ifade “Tedarikçi firmaları memnun etmektedir” (U=7875; p=0,043; p<0,01) (Sıra ort.=145,69) her şey dahil (Sıra ort.=126,94) oranla daha fazla bu ifadeye katıldıkları

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

söylenbilir. Sınıfa göre farklılık gösteren başka bir ifade ise “Fiziki özellikler bakımından club otellerde uygulanmalıdır” (U=7889; p=0,042; p<0,01 =145,60) her şey dahil sisteminin fizi

=126,94) oranla daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenbilir.

Sınıfa göre farklılık gösteren son bir ifade “İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir” (U=7776; p=0,031; p<0,01

=129,71) oranla daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenbilir.

Yapılan Mann Whitney U testinin bir diğer sonucu, HDS düşüncelerinin otel deneyimine göre anlamlı fark gösteren bir ifade bulunmuş olmasıdır. Mann Whitney U test sonuçları Tablo 6’de verilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde, her şey dahil sistemi ile ilgili “Sektörde geçici bir pazarlama stratejisidir” ifadesinin otel deneyimine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir (U=3456; p=0,029; p<0,05

= 134,02) daha fazla bu ifadeye katıldıkları söylenbilir.

Tablo 6: HDS Düşüncelerinin Otel Deneyimine Göre Farklılaşması

Fark Gösteren İfadeler	Otel Deneyimi	N	Sıra ort.	Sıra toplamı	U	p
Sektörde geçici bir pazarlama stratejisidir.	Evet	238	134,02	31897		
	Hayır	37	164,59	6053	3456	,029*

*p < 0,05

7.5.Kruskal Wallis H Testi

Bu bölümde, katılımcıların HDS ile ilgili yöneltilen ifadelerine verdikleri cevaplar ile bölüm ve yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı Kruskal Wallis testi ile incelenmiş olup sonuçlar tablolar yardımıyla verilmiştir.

Kruskal-Wallis H Testi parametrik olmayan verilere sahip ikiden fazla grubun ölçümlerinin karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir (Eymen, 2007).

Yapılan Kruskal-Wallis H Testi sonucunda, HDS düşüncelerinin bölüme göre anlamlı fark gösteren beş ifade bulunmuştur. Kruskal-Wallis H Testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde, anlamlı düzeyde fark gösteren ifadelerin “Ülkemiz için olumlu katkısı vardır” ($p=0,016$), “Otel personeli kendini geliştirememektedir” ($p=0,000$), “Gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır” ($p=0,039$), “Turistik çekiciliği olmayan bölgelerde alternatif olarak uygulanmalıdır” ($p=0,032$) ve “İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir” ($p=0,013$) olduğu görülmektedir.

İfadelerin söz konusu anlamlılık değerleri 0,05’ten küçük olduğu için, öğrencilerin bölümleri ile her şey dahil sistemine yönelik tutumları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 7: HDS Düşüncelerinin Bölüme Göre Farklılaşması

Fark Gösteren İfadeler	Bölüm	N	Sıra ort.	χ^2	p
Ülkemiz için olumlu katkısı vardır.	A. Kon.	151	133,51	8,247	,016*
	B. Sey.	91	154,32		
	C.Yi.-İç.	33	113,53		
Otel personeli kendini geliştirememektedir.	A. Kon.	151	138,01	19,889	,000*
	B. Sey.	91	120,05		
	C.Yi.-İç.	33	187,44		
Gelen turist otel dışına çıkamadığı için ülkemiz güzelliklerinden habersiz ayrılmaktadır.	A.Kon.	151	145,28	6,513	,039*
	B.Sey.	91	123,34		
	C.Yi.-İç.	33	145,09		
Turistik çekiciliği olmayan bölgelerde alternatif olarak uygulanmalıdır.	A.Kon.	151	140,37	6,864	,032*
	B.Sey.	91	145,73		
	C.Yi.-İç.	33	105,83		
İşletmenin karlılık oranını düşürmektedir.	A.Kon.	151	150,00	8,632	,013*
	B.Sey.	91	120,62		
	C.Yi.-İç.	33	131,03		

* $p < 0,05$

HDS ile ilgili katılımcılara yöneltilen ifadelere verdikleri cevaplar ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı fark olup olmadığını belirleyebilmek için yine Kruskal Wallis H Testi kullanılmıştır. Analiz sonuçları HDS ifadelerinin yaşa göre farklılık göstermediği, aralarında anlamlı düzeyde ilişki olmadığını göstermektedir.

8.Sonuç

Her şey dahil sistemi Türkiye’de uzun zamandan beri tartışılan bir konu olma özelliğini hala sürdürmektedir. Bu sistem, Türkiye’de kullanılmaya başlandıktan beri çeşitli sebeplerle gerek bu sistemi sunanlar, gerekse turistler ve sektör temsilcileri tarafından standart eksikliği, hizmet kalitesini ve turizm

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

gelirlerini düşürmesi ve turistlerin gittikleri ülkelerin kültürlerini yeterince tanıyamaması vb. nedenlerle tartışılmaya devam edilmektedir.

Bu araştırmada turizm öğrencilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Katılımcılara yöneltilen ifadeler doğrultusunda, ülkemiz açısından sistemin uygulanmasının olumlu katkısı olmadığı ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde yöneticiler de her şey dahil sisteminin ülkemiz için olumlu bir katkısı olmadığı görüşündedir (Menekşe, 2005).

Turistler HDS ile geldiklerinde kendilerini otele hapsettikleri için ülkemizin doğal ve kültürel güzelliklerinden habersiz kalmaktadırlar ve bütün günlerini otelde geçirdiklerinden dolayı sürekli bir yeme-içme eğilimdedirler. Tabaklarını gereğinden fazla doldurdıkları için işletmelerde israfın önüne geçilemez olmuştur. Bu durumun konaklama işletmelerine olan zararı oldukça büyüktür. Yöneticiler de bu konuda fikir birliğine varmışlardır (Menekşe, 2005). Ayrıca geçimlerini turizmden sağlayan yöre esnafını da derinden etkilemektedir. Bu sistem turistlerin otelden çıkıp alışveriş yapmalarını da engellemektedir. Dolayısıyla döviz girdisini kısıtladığını söylemek mümkündür.

HDS için uygulanan fiyatlar, düşük gelirli turistlerin ülkemize gelmesini sağlamaktadır. “Ucuz Ülke, Kalitesiz Hizmet” imajı yarattığından dolayı yüksek gelirli, kaliteli hizmet bekleyen turistlerin ülkemizden uzaklaşması kaçınılmaz olmaktadır. Yöneticilerin büyük bir kısmı (Üngüren vd., 2009; Menekşe, 2005) ve yöre esnafı da bu konuda aynı görüşü bildirmişlerdir (Çevirgen ve Üngüren, 2009). HD sistemini uygulayan işletmelerin fiyat politikalarını gözden geçirmeleri ve kaliteye önem vermeleri sağlanmalıdır.

Araştırmada öne çıkan diğer bir sonuç ise; yetkililerce standart getirilmesi gerektiğidir. İşletmeler kendilerine göre standart belirlemektedir. Bir işletmede sistem gece 11 veya 12'ye kadar geçerli olurken, başka bir işletmede 24 saat uygulanabilmektedir. Menekşe (2005) de, yöneticilerin tutumunu değerlendirdiği çalışmasında, yöneticilerin de konunun bir an evvel belirli standartlara bağlanması gerektiğini önemle belirttiklerini söylemektedir. Hali hazırda yapılan çalışmalarda, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile turizm alanındaki mesleki birlikler ve sivil toplum kuruluşlarının ortaklaşa oluşturdukları komisyonlar sisteme standart getirme konusunda çalışmalar yapmaktadırlar. Böylece sistemi uygulayabilecek ve uygulayamayacak işletmeler belirlenecek, sistemin içerdiği hizmetler konusundaki ikilikler ortadan kaldırılacaktır (Menekşe, 2005).

Turizm öğrencileri HD sistemiyle gelen turistlerin tatmin olma durumunda kararsız olduğunu ifade etmesine rağmen, Süklüm (2006),

çalışmasında müşterilerin her şey dahil sisteminden memnun olduklarını dile getirmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlardan turizm öğrencilerinin her şey dahil sistemine yönelik tutumlarının olumsuz olduğu yönünde bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Şu anda turizm sektörünün tam anlamıyla içinde olmayan, gelecekte bu sektörde istihdam sağlamayı düşünen öğrenciler bile her şey dahil sistemi için olumsuz tutum sergilerken, bu sistem belirsiz bir şekilde ülkemizde hala uygulanmaya devam etmektedir. Sistemin ülkemize olumlu katkılar sağlaması için, sisteme belirli bir standart getirilmeli, kaliteli hizmet ön plana çıkmalı ve yüksek gelirli turistlerin ülkemize gelmesi sağlanmalıdır. Paket tur kapsamına çevre ve kültür turları da dahil edilerek ülkemizin doğal ve kültürel güzelliklerine de zaman ayrılmalıdır. Ayrıca alışveriş turlarının da yöre esnafı açısından olumlu olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın sadece Akdeniz Üniversitesinde ve 3. ve 4. sınıf öğrencilerine yapılmış olması, araştırmanın kısıtlarından sayılabilir. Çalışma sonuçları genellemekle beraber bu konuda çalışma yapacak araştırmalara ipucu vereceği düşünülmektedir. Bu konu ile ilgili araştırma yapmak isteyen araştırmacılara, diğer üniversitelerinde kapsama dahil edilmesi ve daha fazla katılımcıyla konunun ayrıntılı olarak ele alınması önerilebilir.

9.Kaynakça

- Aktaş, A., Özdemir, B., Tarcan, E., Atılgan, E. (2002, 17-21 Nisan). Türkiye Geneline Her Şey Dahil (All Inclusive) Uygulamasının Turistler, İşletme Yöneticileri ve Yöre Esnafı Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. I. Akdeniz Ülkeleri Turizm Kongresi, Antalya.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Barak, H. (2006). Turizm Sektöründe Uygulanan Her Şey Dahil Tatil Sisteminin Bölgedeki İşletmeler Üzerindeki Etkisi ve Bodrum Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.
- Birkan, İ. (2004). Her şey Dahil Felaket ya da Bir Kurtarıcı Değildir, Bir Sistemdir. Resort Turizm ve Seyahat Dergisi, Sayı 18, ss.18-20.
- Büyüköztürk, Şener (2010). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Pegem Akademi:Ankara.
- Çevirgen, A. ve Üngüren E. (2009). Yöre Esnafının Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları. Ege Akademik Bakış, Cilt 9, Sayı 2, ss.637-658.

Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları

- Çiftçi, H., Düzakın, E. ve Önal, Y.B. (2007). All Inclusive System and Effects on the Turkish Tourism Sector. Problems and Perspectives in Management, Cilt 5, Sayı 3, ss.269-285.
- Demir, M.(2004). Her Şey Dahil Sisteminin Türk Turizmine Etkileri ve Muğla Bölgesi Örneği. Turizm Yatırımcıları Derneği Araştırma Projesi, Muğla Üniversitesi.
- Eymen, U. E. (2007). SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, www.istatistikmerkezi.com
- Gülbahar, M. O. (2002). Turizmde Her Şey Dahil (all inclusive) Tur Satış Uygulamalarının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul
- Gürkan, T. (2002). Her Şey Dahil (all inclusive) Sisteminin Türk Turizmi Açısından İncelenmesi: Antalya-Kemer Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü: Sakarya.
- Heung, V.C.S. ve Chu R.(2000). Important Factors Affecting Hong Kong Consumers' Choice of a Travel Agency For All-Inclusive Package Tours. Journal of Travel Research, Cilt 39, August, ss.52-59.
- Kalaycı, Ş. (2008). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Laws, E. (1997). Managing Packaged Tourism Relationships, Responsibilities and Service Quality in the Inclusive Holiday Industry. London: International Thomson Business Press
- Menekşe, R. (2005). Her Şey Dahil Sisteminin ve Sistemden Faydalananlar Açısından Etkilerinin Otel Yöneticilerinin Gözünden Değerlendirilmesi: Marmaris Örneği. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 1, Bahar, ss.97-124.
- Otar, H. (2008). Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Her Şey Dahil Sisteminin İşgörenlerin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Ankara.
- Rewtrakunphaiboon, W. ve Oppewal, H. (2008). Effects of Package Holiday Information Presentation on Destination Choice. Journal of Travel Research, Cilt 47, Sayı 2, ss.127-136.
- Süklüm, N. (2006). Türkiye'de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan Her Şey Dahil Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçümlenmesi ve Bir Alan Araştırması. Adnan Menderes Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü: Aydın

- Ülger, B. ve Ülger, G. (2001, 6-7 Eylül). Ekonomi-Turizm İlişkisi Bağlamında 2001 Şubat Krizinin Turizm Sektörüne Etkileri ve Türkiye'nin Turistik İmajının Bir Değerlendirmesi. İkinci Ulusal Turizm Sempozyumu Tebliğler Kitabı. Türkiye Turizm Araştırma Enstitüsü Yayını, İzmir.
- Üner, M.M., Sökmen, A. ve Birkan, İ. (2006). Türkiye'de Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, ss.35-50.
- Üngüren, E., Algür, S. ve Doğan, H. (2009). Konaklama ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Her şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi*, Aralık, ss.95-112.
- Yürük, E. Ö. (2002, 15-22 Nisan). Her Şey Dahil (All Inclusive) Sistemi ve Sistemin Türk Turizm Sektörüne Etkileri. 2.Turizm Şurası Bildirileri, 1,Ankara.
- Wong, C.S. ve Kwong, W.Y. (2004). Outbound Tourists' Selection Criteria for Choosing All Inclusive Package Tours. *Tourism Management*, Sayı 25, ss. 581-592.