

Turist – Turizmci Etkileşimi: Yerli Turistlerin Turizm İşletmecilerine ve Çalışanlarına Bakış Açıları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma

Beril DÖNMEZ¹ & A. Celil ÇAKICI²

Özet: Keşifsel türde tasarlanan araştırmanın amacı, yerli turistlerin; turizm işletmecilerine ve çalışanlarına bakış açılarını tespit etmektir. Bu amaçla Didim’de faaliyet gösteren beş yıldızlı bir otelde tatil yapan, 50 yerli turistle 2011 yılı Ağustos ayında, yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda, araştırmaya katılan yerli turistlerin, turizm işletmecileri ve çalışanlarının kayırmacı davranışları ve yabancı turist odaklı uygulamaları konusunda rahatsızlık duydukları bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Yerli turist, turizm işletmecileri, turizm çalışanları, turist-turizmci etkileşimi.

Tourist – Tourism Professional Interaction: An Exploratory Research on the Perspective of Domestic Tourists Towards Tourism Professionals

Abstract: The purpose of this exploratory research is to determine perspectives of domestic tourists towards tourism professionals. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with 50 domestic tourists who were on holiday in five star hotel in Didim in August 2011. As a result of the content analysis of the participants answers, domestic tourists were found to have disturbance caused by favoritism and foreign tourist-oriented treatments of tourism business managers and employees.

Keywords: Domestic tourists, tourism business managers, tourism employees, tourist-tourism professional interaction

1. GİRİŞ

Gelişmiş bir turizm sektörüne sahip olan ülkelerin tamamına yakını için en önemli ve en büyük pazarı iç turizme katılanlar oluşturmaktadır. İç turizmin gelişmesi, dış turizmin gelişmesinin öncüllerinden sayılmaktadır (Hussein ve Saç, 2008: 39). İç turizm, ülke vatandaşlarının yine ülke sınırları içerisinde turizm hareketlerine katılması olarak tanımlanmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006: 12). Ekonomiye döviz getirici etkisi bulunmamaktadır ancak ulusal gelirin bölgeler arasında dengeli şekilde dağılmasında önemli rol oynamaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006: 12).

¹ Araş.Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin.
Email: berildonmez@mersin.edu.tr

² Prof.Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin.
Email: celilcakici@mersin.edu.tr

İç turizmin gelişimi, ülkedeki işletmelere uluslararası alanda faaliyet gösteren benzer işletmelerle rekabet etme noktasında avantaj sağlamaktadır. Bir başka deyişle iç turizm yoluyla ülke vatandaşlarına hizmet veren turizm işletmeleri, zaman içerisinde hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, hız ve esneklik konularında tecrübe edinerek yurt dışındaki rakipleriyle daha kolay rekabet edebilme şansına sahip olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008: 35).

İç turizm hareketlerinin katkısının sadece ekonomik alanda olduğu düşünülmemelidir. Bu hareketler aynı zamanda ülke vatandaşlarının kendi ülkelerinin doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerini tanımasına da katkı sağlamaktadır. Turizm hareketlerine katılan yerli turistlerin iş verimlerinin artmasına da etkisi olan iç turizm hareketlerinin sosyal getirisi yüksek bir turizm çeşidi olduğu söylenebilir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006: 12).

Verilen kısa bilgilerden hareketle iç turizm hareketlerinin ülke vatandaşlarına, ekonomisine ve işletmelere farklı şekilde katkı sağladığı söylenebilir. Bu bağlamda iç turizm hareketlerinin öznesi olan yerli turistlerin, turizm işletmeleri ve çalışanlarına bakış açılarının bilinmesinin, turizm işletmecilerine alacakları yönetsel kararlarda fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca literatürde yerli turist – turizm işletmecileri ve çalışanları bakış açısına yönelik doğrudan ve/veya dolaylı sınırlı sayıda araştırmaya rastlanması konunun literatüre katkı yapma potansiyeline de işaret etmektedir. Buradan hareketle yerli turistlerin turizm işletmecilerine ve çalışanlarına bakış açılarını tespit etmek üzere keşifsel bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Dünyada en çok turist çeken ülkelerin iç turizm potansiyellerinin de oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye’de nüfusun kalabalık olması geliştirilebilecek bir iç turizm pazarı potansiyeli olduğuna işaret etmektedir (Güzel, 2011: 128). Türkiye’de 2011 yılında iç turizm hareketlerinde 558.270 gecelemeden 15.641.262 TL harcama kaydedilmiştir (TUİK, 2011). Bu durum iç turizmin ülke ekonomisine yaptığı katkının bir göstergesi sayılabilir.

İç turizm, bir ülkede, ülke vatandaşlarının turist olarak gerçekleştirdikleri seyahatlerden doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanabilir (Hussein ve Saç, 2008: 39; Güzel, 2011: 128). İç turizm faaliyetleri, ülke vatandaşlarının kendi ülkelerinin turizm potansiyelini tanımaları, doğal, kültürel ve tarihi değerlerini öğrenmeleri açısından önemlidir. Farklı gelir düzeylerindeki yerli turistler için ürün farklılaştırması yapılarak vatandaşların iç turizme katılımının özendirilmesi ülke ekonomisi

açısından fayda sağlayacaktır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2006: 12; Hussein ve Saç, 2008: 39; Bahar ve Kozak, 2008: 35).

İç turizmin geliştirilmesi sadece yaratılacak sosyal gelişim ve bölgesel denge kurulması açısından değil aynı zamanda turizm sektörünün sağlıklı ve kalıcı gelişimi açısından da gereklidir. Yerli turistlerin ve turizm destinasyonlarındaki yerleşik nüfusun ihtiyaçlarına karşılık vermek, sosyal turizm tesislerini geliştirmek, turizmden elde edilen ekonomik faydayı halka yaygınlaştırmak benimsenmesi gereken turizm politikaları arasındadır (Hussein ve Saç, 2008: 39).

Türkiye’de iç turizm hareketlerinin 1980’li yıllarda gelişmeye başladığı söylenebilir. Ülke vatandaşlarının turizm bilincinin gelişmeye başlamasıyla bu yıllardan itibaren artan oranda turizm hareketlerine katıldıkları gözlenmiştir (Kuşluvan ve Eren, 2009: 62). Turizm Bakanlığı’nın 2007 yılında yayınladığı 2023 Türkiye Turizm Stratejisi’nde de iç turizmin geliştirilmesine yönelik çeşitli vurgular yer almaktadır. Bu bağlamda, iç turizm hareketlerine katılacak toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması hedeflenmektedir. Bu hedefe ulaşabilmek için kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının ortak hareket etmesi gerekmektedir. Bu noktada turizm işletmecilerine oldukça önemli sorumluluklar düşmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

İç turizm ve geliştirilmesi ile ilgili hem yurt içi hem de yurt dışı literatürde yapılan birçok araştırmada (Özdemir, 1999; Seckelmann, 2002; Mazimhaka, 2007; Gökdeniz ve diğ., 2009; Güzel, 2011; Altanlar ve Kesim, 2011; Mustafa, 2012) iç turizm hareketlerinin hem ekonomik hem de sosyal getirilerine değinilerek, bir ülke için ne derece önemli olduğunun altı çizilmiştir. Bu bilgilerden hareketle iç turizmin öznesi olan yerli turistler ile hizmeti sunan turizm işletmecileri ve çalışanları ile ilgili araştırmalar literatüre katkı sağlama potansiyelinin yanında sektör temsilcilerine de çeşitli noktalarda ışık tutabilecektir. Bu bilgiler araştırmanın önemine işaret etmektedir denilebilir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, yerli turistlerin turizm işletmecilerine ve çalışanlarına bakış açılarını tespit etmektir. Konuyla ilgili, çoğu dolaylı, sınırlı çalışmaya rastlandığı için, araştırma keşifsel türde tasarlanmıştır. Bu amaçla, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmış ve geliştirilen araştırma sorusunun yanıtı aranmıştır. “Turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının yabancı turistlerle (İngilizlerle) yerli turistler arasında ayırım yaptığını düşünüyor musunuz? Neden?” şeklinde geliştirilen araştırma

sorusu, uzmanlık alanı pazarlama olan, turist davranışları üzerine birçok bilimsel araştırması bulunan ve aynı zamanda araştırmanın yazarlarından biri olan uzman öğretim üyesi tarafından amaca uygunluk açısından kontrol edilmiştir.

Görüşmeler, 2011 yılı Ağustos ayında, Didim’de faaliyet gösteren beş yıldızlı bir otelde tatil yapan, 50 yerli turistle gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan araştırma sorusu kapsamında turizm işletmecilerini ve çalışanlarını değerlendirmeleri istenmiştir. Turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının değerlendirilmesinin temel nedeni, iç turizm hareketlerinin turizm işletmelerine ekonomik katkının yanında rekabet avantajı da sağlamasıdır (Bahar ve Kozak, 2008: 35). Bu bağlamda turizm işletmecilerinin yerli turistlerin kendileri ve çalışanları hakkında yaptıkları değerlendirmeleri bilmesi faydalı olabilecektir. Araştırmaya katılan yerli turistlerin konakladığı beş yıldızlı otel, sadece yerli ve İngiliz turist pazarına hizmet vermektedir. Dolayısıyla otelde yerli turistlerin İngiliz turistler dışında kendilerini karşılayabileceği farklı kültürden turist bulunmamaktadır. Ayrıca Didim, İngiliz turistlerin sadece tatil yapmak için değil, yaşamak için de yoğun olarak tercih ettiği bir ilçedir (Dönmez ve Birdir, 2011). Buradan hareketle yerli turistlerin otel dışında geçirdikleri zamanlarda karşılaştıkları turistlerin de çoğunlukla İngiliz olduğu söylenebilir. Dolayısıyla yerli turistlerin turizm işletmecileri ve çalışanlarına bakış açısı, İngiliz turistlerle kendilerini karşılaştırarak verdikleri cevaplar üzerinden sunulmaktadır. Araştırma verilerinin Didim’de toplanmasının nedenleri arasında Didim’in yerli turistler tarafından yoğun olarak ziyaret edilen bir destinasyon olmasından kaynaklanmaktadır (Seckelmann, 2002: 85). Nitel veri toplanan bu araştırmada, 50 yerli turistten oluşan örnek büyüklüğü yeterli kabul edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Veriler toplanmadan önce otel yöneticisiyle görüşülmüş, araştırma hakkında bilgi verilmiş ve yerli misafirlerle mülakat yapabilmek için izin alınmıştır. Otelde konaklayan yerli turistler, otele ait kumsalda vakit geçirirken yanlarına gidilmiş, araştırma anlatılmış ve katılmayı kabul edenlerden görüşme için randevu alınmıştır. Görüşmeler, katılımcıların müsait olduğu saatlere göre otel yöneticisinin araştırmacıya tahsis ettiği çalışma odasında yapılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden 50 yerli turistten 21’i ses kaydı alınmasını kabul etmiş, 29’unun cevapları ise araştırmacılar tarafından not edilmiştir. Ses kaydı vermeyi kabul etmeyen katılımcıların cevapları da en az ses kaydı veren katılımcılar kadar ayrıntılı kaydedilmiştir. Verilen cevaplar, kısa kelimeler halinde değil, katılımcıların sarf ettiği cümleler tek tek yazılarak kayda geçirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla, 50 yerli turiste yöneltilen soruya alınan cevaplar, araştırmacılar tarafından oldu gibi bilgisayar ortamına aktarılmış, düzenlenmiş ve içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, Yıldırım ve Şimşek (2008: 227-252) tarafından ifade edilen tüm ayrıntılara dikkat edilerek yapılmıştır. İçerik analizi ve elde edilen ifadelerin kategorilendirilmesi işlemi, araştırmacıların dışında farklı bir öğretim üyesi tarafından da tekrarlanmış ve benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan 50 yerli turistin tripografik özellikleri, içerik analizlerinin özetlendiği tabloda gösterilmiştir. Bunun nedeni, tüm bulgulara aynı tablo üzerinde ulaşabilme kolaylığı sağlamasıdır. Tabloda, araştırmaya katılan 50 yerli turistin vermiş olduğu cevaplar, cinsiyete göre kadın-erkek, cinsiyet grupları içerisinde de yaşa göre artan bir sıralamayla sunulmuştur. Ayrıca içerik analizinde tespit edilen hususlar sıklık düzeyine göre sağa doğru sıralanmıştır (Tablo 2).

İçerik analizi sonuçları iki ayrı tabloda sunulmaktadır. Tablo 2’de katılımcıların tripografik özellikleri yanı sıra, sorulara verdikleri yanıtlardan elde edilen ifadeler tekrar sayılarına göre özetlenmektedir. Tablo 3 ise, tablo 2’den yararlanılarak oluşturulmuştur. Tablo 3’te benzer ifadeler bir araya getirilerek, yerli turistlere rahatsızlık veren turizm işletmecisi ve çalışan davranışları kategorilendirilmiş, her kategori içerdiği ifadelerden hareketle isimlendirilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılan yerli turistlerin tanımlayıcı özellikleri Tablo 1’de özetlenmektedir. Buna göre 50 yerli turistin 25’i erkek, 25’i kadındır.

Tablo 1’e göre 50 yerli turistten 27’si evli, 23’ü bekârdır. Katılımcıların 17’si 20 – 30 yaş, 18’i 31 – 40 yaş, 5’i 41 – 50 yaş ve 10’u 51-60 yaş aralığındadır. 1 katılımcı ilkokul, 12 katılımcı lise ve 37 katılımcı üniversite mezunudur. 20 yerli turist tatile arkadaşlarıyla, 30 yerli turist ailesiyle gelmiştir. Katılımcılardan 49’u daha önce otelde tatil yapma deneyimine sahipken, sadece 1’i böyle bir deneyimi ilk defa yaşamaktadır.

Tablo 2, araştırmaya katılan yerli turistlerin turizm işletmecilerinden ve çalışanlarından duydukları rahatsızlıkları ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılan 50 yerli turist öncelikle “yabancı turistlerin yerli turistlerden daha düşük ücret ödemesi” konusuna dikkat çekmişlerdir. Turizm işletmecileri ve çalışanlarının “yabancı turistlere her konuda öncelik tanınması” hususunda ciddi rahatsızlıkları olan yerli turistler “kendi ülkemde ikinci sınıf turistmiş gibi hissettirmeleri” ifadesini sıkça dile getirmişlerdir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Yerli Turistlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Frekans	%		Frekans	%
CİNSİYET			MEDENİ DURUM		
Kadın	25	50,0	Evli	27	54
Erkek	25	50,0	Bekâr	23	46
<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>	<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
YAŞ GRUBU			EĞİTİM DURUMU		
20–30 yaş	17	34	İlkokul	1	2
31–40 yaş	18	36	Lise	12	24
41–50 yaş	5	10	Üniversite	37	74
51–60 yaş	10	20	<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>			
TATİLE KİMİNLE GELDİĞİ			DAHA ÖNCE OTEL TATİL DENEYİMİ		
Aile	20	40	Var	49	98
Arkadaşlar	30	60	Yok	1	2
<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>	<i>Toplam</i>	<i>50</i>	<i>100</i>

Tablo 2’ye göre, “yabancı turistlerle daha fazla ilgilenilmesi”, “yabancı turistlerin rahatsız edici tavırları için uyarılmamaları”, “yabancı turistler varken yerli turistin önemsenmemesi” ve “yabancı turistlere yaranma çabaları” yine görüşmeciler tarafından sıklıkla dile getirilen konulardan olmuştur. “Otelde, restoranda, gece kulüplerinde sürekli yabancı dilde müzik çalınması”, “yabancı turistlere daha iyi hizmet edilmesi”, “genç-kadın yabancı turistlere erkek turizm çalışanlarının yaklaşma çabaları”, “yabancı turistlere daha fazla saygı gösterilmesi” konuları da dikkat çekerken, en düşük frekansları; “menülerin, fiyat listelerinin, dükkân isimlerinin İngilizce olması”, “otel animasyonlarının yabancılara yönelik olması” ve “günlük turlarda rehberlerin İngilizce konuşması” ifadeleri almıştır.

“Turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının yabancı turistlerle (İngilizlerle) yerli turistler arasında ayırım yaptığını düşünüyor musunuz? Neden?” şeklindeki araştırma sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan, içerik analizi sonucunda on dört ifade elde edilmiştir. İfadeler, araştırmacılar tarafından iki kategoriye ayrılmıştır (Tablo 3). Birinci kategori kayırmacı davranışlar, ikinci kategori ise yabancı turist odaklı uygulamalar olarak isimlendirilmiştir.

tarafından iki kategoriye ayrılmıştır (Tablo 3). Birinci kategori kayırmacı davranışlar, ikinci kategori ise yabancı turist odaklı uygulamalar olarak isimlendirilmiştir.

Birinci kategori altında birleştirilen ifadelerin, turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının yabancı turistlerle yerli turistlerin bir arada oldukları ortamlarda, yabancılara öncelik vermeleriyle ilgili oldukları görülmektedir. Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlükte (2012) kayırmak kelimesi, “birine haksız yere kolaylıklar sağlamak, iltimas etmek” şeklinde tanımlanmıştır. Buradan hareketle, birinci kategorinin “kayırmacı davranışlar” olarak isimlendirilmesi araştırmacılar tarafından uygun görülmüştür.

Tablo 3: Yerli Turistlerin Turizm İşletmecileri ve Çalışanlarından Duydukları Rahatsızlıkların Kategorilendirilmesi

RAHATSIZLIK KAYNAKLARI	KULLANILAN İFADELER	Σ_i	$\Sigma_i(244)$	%	% _i
(1) KAYIRMACI DAVRANIŞLAR	(1.1) Yabancı turistlerin yerli turistlerden daha düşük ücret ödemesi	36	161	22,4	66,0
	(1.2) Yabancı turistlere her konuda öncelik tanınması	33		20,5	
	(1.3) Kendi ülkemde ikinci sınıf turistmişim gibi hissettirmeleri	27		16,8	
	(1.4) Yabancı turistlerle daha fazla ilgilenilmesi	25		15,5	
	(1.5) Yabancı turistler varken yerli turistin önemsenmemesi	18		11,2	
	(1.6) Yabancı turistlere daha iyi hizmet edilmesi	12		7,4	
	(1.7) Yabancı turistlere daha fazla saygı gösterilmesi	10		6,2	
(2) YABANCI TURİST ODAKLI UYGULAMALAR	(2.1) Yabancı turistlerin rahatsız edici tavırları için uyarılmamaları	22	83	26,5	34,0
	(2.2) Yabancı turistlere yaranma çabaları	17		20,5	
	(2.3) Otelde, restoranlarda, gece kulüplerinde sürekli yabancı dilde müzik çalınması	14		16,9	
	(2.4) Genç-kadın yabancı turistlere erkek turizm çalışanlarının yaklaşma çabaları	11		13,3	
	(2.5) Menülerin, fiyat listelerinin, dükkan isimlerinin İngilizce olması	9		10,8	
	(2.6) Otel animasyonlarının yabancılara yönelik olması	6		7,2	
	(2.7) Günlük turlarda rehberlerin İngilizce konuşması	4		4,8	

İkinci kategori ise yoğun olarak, turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının İngiliz turistlerin beğenilerine yönelik hareket etmeleriyle ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Onlara yaranma çabaları, sürekli yabancı dilde müzik çalınması, her yerde İngilizcenin kullanılması, animasyonların İngilizlere yönelik olması gibi ifadelerin “yabancı turist odaklı uygulamalar” başlığı altında toplanmasına karar verilmiştir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yerli turistlerin turizm işletmecilerine ve çalışanlarına bakış açılarını ortaya koymayı amaçlayan araştırma bulgularından hareketle, yerli turistlerin rahatsızlık duyduğu turizm işlemeci ve çalışan davranışları yapılan içerik analizi sonucunda on dört ifade ile belirtilmiştir. Araştırmacılar bu on dört ifadeyi, kayırmacı davranışlar ve yabancı turist odaklı uygulamalar olmak üzere iki kategoriye ayırmışlardır.

Yerli turistler, çözümün turizm işletmecileri ve çalışanlarının elinde olmadığını bilseler de en çok rahatsızlık duydukları konunun “yabancı turistlerin yerli turistlerden daha düşük fiyat ödemesi” olduğunu belirtmişlerdir. Ülkenin turizm politikası gereği, yerli turistlerin daha yüksek fiyatlara konaklamaları oldukça sık dile getirilmiştir. Turizmin gelişmesiyle birlikte, eskiye göre daha fazla tatil yapma imkânı elde ettiklerini söyleyen görüşmeciler yine de yerli turist olarak yabancılardan daha ucuza tatil yapma ayrıcalığı istemektedirler. Fiyat farklılıklarından kaynaklanan şikâyetlerin Güzel (2011: 132) tarafından da benzer şekilde altı çizilmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistler, turizm işletmecileri ve çalışanlarının “yabancı turistlere her konuda öncelik tanınması” durumundan oldukça rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu duruma 48 numaralı görüşmeci oldukça sert bir açıklama getirmiştir. 9 numaralı görüşmeci, yine aynı konuda farklı örneklere değinmiştir.

...Sanki biz parasız geziyormuşuz bedavaya yiyip içiyormuşuz gibi hep onlara öncelik tanıyorlar, onların parası daha kıymetli gibi davranıp bizi adam yerine koymuyorlar...

...Garsondan bir şey mi istediniz, mesela sizden hemen sonra bir İngiliz de bir şey istedi, önce onların siparişi geliyor. Ben kendi adıma bir öncelik istemiyorum elbette. Kim önce istediye onun siparişini getirsinler. Bara gidiyorsunuz içecek bir şeyler almaya, aynı anda bir İngiliz de geliyor. Barmen size hiç bakmadan önce ona soruyor. Bu sadece otelde böyle değil ki...

...Halk pazarına gittim. Tezgâhta kıyafetlere bakıyorum, fiyat soruyorum o sırada bir turist geliyor, sanki ben orada yokmuşum gibi davranıyor pazarcı bile. Bunu her an yaşıyorsunuz. Çok sinir bozucu bir durum...

Genel anlamda “yabancı turistlerle daha fazla ilgilenilmesi” yerli turistlerin durumu “kendi ülkemde ikinci sınıf turistmiş gibi hissediyorum” şeklinde yorumlamalarına sebep olmaktadır. Yabancılara daha fazla saygı gösterilmesi, daha iyi hizmet edilmesi, öncelik tanınması, isteklerinin geri çevrilmemesi, el üstünde tutulmaları gibi algılar sebebiyle yerli turistler kendilerini ikinci sınıf turistmiş gibi hissettiklerini belirtmişlerdir. 24 numaralı görüşmeci, rahatsızlığını aşağıdaki cümlelerle dile getirmiştir.

...Kendi memleketimde ikinci sınıf turist olarak görülmem beni rahatsız ediyor. Öncelik hep yabancı turistlerde oluyor. Neden onlardan daha az saygı görüyoruz merak ediyorum...

Yerli turistler, turizm işletmecileri ve turizm çalışanlarına yönelik olarak “yabancı turistler varken yerli turistlerin önemsenmemesi” şeklinde bir eleştiride de bulunmuşlardır. 32 numaralı görüşmeci, konuyla ilgili aşağıdaki açıklamayı yapmıştır.

...Akşamları tatile birlikte geldiğim arkadaşlarımla dışarı çıkıyoruz. Barlar sokağında yürürken bir şey çok dikkatimi çekti. Barların önünde, içeriye misafirleri davet eden gençler var. Mesela önünüzden bir İngiliz grup yürüyor, hemen onların önüne atlıyorlar, işte buyurun içeri gelin, barımız çok güzel, bir şeyler için falan gibi şeyler söylüyorlar. Grup yürüyüp gidiyor, bizim grubumuz yaklaşıyor, çocuk yüzümüze bile bakmıyor. Üstelik grubumuzda bayanlar da var, damsız falan da değiliz. Anlayamıyorum bu durumu. Bara giriyoruz, girer girmez garson yanımızda dikiliyor. “Ne içeceksiniz?”, soruş tarzları da bu. Birazdan içeceğiz diyoruz, daha şimdi gelmişiz. “Hayır, hemen içmezseniz içeride kalmazsınız” böyle bir tavır olabilir mi soruyorum size. Ne kadar çirkin davranışlar bunlar...

Yerli turistlerin değindiği bir diğer konu da “yabancı turistlere daha iyi hizmet edilmesi” dir. 17 numaralı görüşmeci bu durumdan rahatsızlığını şöyle dile getirmiştir.

...Yabancı turistlere daha iyi hizmet ediyorlar. Bir şey götürdüklerinde mutlaka espri yapıyorlar, gülümsüyorlar. Bize gelince bırakıp gidiyorlar. Onlara yaklaşım biçimleri, hizmet edişleri, benden daha çok para kazanıyor olmalarına rağmen yabancı turistlerle daha çok ilgilenmeleri, onları daha çok ciddiye almaları benim en büyük rahatsızlığım...

Araştırmaya katılan yerli turistler, İngiliz turistlerin, altını çizdikleri rahatsız edici davranışlarından dolayı uyarılmamalarından şikâyet etmişlerdir. Burada, turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının İngilizlere aşırı tolerans gösterdikleri vurgulanmıştır. Aynı zamanda rahatsız oldukları konularda kendilerinin de uyarı yapmadıklarını belirtmişlerdir. 6 numaralı görüşmeci, yaşadığı bir olayı aşağıdaki gibi aktarmıştır.

...İngiliz gençleri çok fazla içki tüketiyorlar. Sonrasında da başkalarının uyuyor olabileme ihtimalini düşünmeden alkolün de etkisiyle çok fazla gürültü yaptıklarını görüyorum. Bu günlerce böyle devam ediyor ama ne otel yönetiminden bir tepki geliyor ne de bizden. Beni bu çok rahatsız etti. Aynı davranışı bir Türk genci yapsaydı kesinlikle müdahale edilirdi ki biz bile uyarırdık. Sadece çalışanlar değil biz de yabancılara karşı daha toleranslıyız bence. Belki ülkeyi koruma, turist kaybetmeme içgüdüsünden kaynaklanıyor olabilir. Türkler misafirperverdir, kötü bir izlenim bırakmayalım mantığıyla tepki vermiyoruz...

Turizm işletmecileri ve çalışanlarının “yabancı turistlere yaranma çabaları” yerli turistler tarafından rahatsızlık duyulan bir başka konudur. Çalışanların sürekli yabancı turistlerin çocuklarıyla havuz başında ilgilenmeleri, turistlerle şakalaşmaları, bir şey istediklerinde ikiletmemeleri, onlarla iletişim kurmaları, hal hatır sormaları gibi durumlar yerli turistlere karşı sıkça gösterilmediği için yadırganmaktadır. Yerli turistlerden bazıları bu durumun, bahşiş almak için gösterilen çabalar olabileceğini vurgulamışlardır.

Özellikle genç katılımcılar “otelde, restoranlarda, gece kulüplerinde sürekli yabancı dilde müzik çalınması” konusundan rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Gün boyunca, çok az Türkçe müzik çalınmasından dolayı şikâyetle buldukları halde durumun değişmediğini de söylemişlerdir.

Erkek turizm çalışanlarının “genç-kadın yabancı turistlere yakınlaşma çabaları” yine yerli turistler tarafından eleştirilen bir konudur. 18 numaralı görüşmeci durumu şu şekilde açıklamıştır.

...Tatile yalnız gelen genç kadınlar varsa ya da ailesiyle gelmiş gençler varsa bir bakıyorsunuz bütün erkekler onların başında. Animatöründen tutun, garsonuna, komisine, mısırcısına kadar. Bizim gençlerimiz bu kadar aç mı anlamadım gitti. Tabii bu davranışların karşı taraftan reddedilmemesi de onların yüz bulmasına sebep oluyor. Erkekler üzerlerine gittikçe, genç kadınlar da gülüşmelerle, tuhaf hareketlerle onlara karşılık veriyorlar. Sonra bir bakmışsınız, gece beraber kol kola olmuşlar. Garson mu arıyorsunuz, aramanıza gerek yok nerede yalnız bir kadın varsa oraya bakmanız yeterli...

Yerli turistlerden bazıları “menülerin/fiyat listelerinin/dükkân isimlerinin İngilizce olması” konusunda rahatsızlıklarını bildirmişlerdir. 23 numaralı görüşmeci, bu konudan büyük hassasiyetle bahsetmiştir.

...Yerli turistleri yok sayıyorlar. Gittiğiniz restoranlardaki kafelerdeki bütün menüler, fiyat listeleri yabancı dilde hazırlanmış. Hiç Türkçe yok. Dükkân isimleri hep yabancı dilde... Her şey yabancılara göre hazırlanmış. Sanırsınız ki burası Türkiye’de bir yer değil, buraya hiç yerli turist gelmiyor, Türklerden para kazanmıyorlarmış, her şeyi

yabancıardan kazanıyorlarmış gibi, her şey onlara yönelik düşünülüyor. Bu da bizden kaynaklanıyor. Onları çok fazla önemsiyoruz. Herhangi bir yere girdiğinizde öncelik onlara tanınıyor, biz de aynı parayı veriyoruz ama öncelik onların. Mesela Didim’de fiyat yazılırken Türk Lirası yerine İngiliz Sterlini kullanılıyor, ben yerli turist olarak, sterlinin kaç TL olduğunu takip etmek zorunda bırakılıyorum...

Otelde yapılan rekreasyon faaliyetleri de yerli turistler tarafından eleştiri konusu olmuştur. “Otel animasyonlarının yabancılarla yönelik olması” bazı görüşmeciler tarafından dile getirilmiştir. 43 numaralı görüşmeci, durumu bir örnekle açıklamıştır.

...Animasyon faaliyetleri gerçekten eğlenceli oluyor. İzliyorsunuz, vakit geçiyor. Maalesef katılamıyorsunuz. Üç tane büyük nevresim almışlar, üç tane çift istiyorlar, nevresimin içine girecekler, daracık alanda, belli bir süre içinde kıyafetlerini değiştirecekler. Kadın erkekinkini, erkek kadıninkini giyecek. Süre bitince kim daha çok kıyafet değiştirebildiyse kazanacak. Şimdi, hangi Türk kadını o nevresimin içine girip soyunur. Hangi Türk erkeği, onca insanın içine kadın kıyafetiyle çıkar. Genelde animasyonlar bu şekilde, bizim katılabileceğimiz türde değil. Ancak öğlen dart yarışmasına katılıyor...

Son olarak yerli turistlerden bazıları “günlük turlarda rehberlerin İngilizce konuşması” konusundan yakınmışlardır. Turun başlangıcında, grupta Türklerin olduğunu gören rehberlerin önce dikkat ettikleri, İngilizce ve Türkçe anlattıkları ancak bir süre geçtikten sonra İngilizce konuşmaya döndükleri belirtilmiştir. Bu durumun İngilizce bilmeyen yerli turistler tarafından dile getirildiği görülmektedir.

Yerli turistler, genel olarak turizm işletmecileri ve çalışanları tarafından kendilerinin İngiliz turistlere göre daha az önemsendiğini düşünmektedirler. Önceliğin sürekli İngiliz turistlere veriliyor olması, bir ortamda hem İngiliz hem de yerli turist varken yerlilerin ikinci plana atılması, yerli turistler nezdinde hoşnutsuzluk konusu olmaktadır. Kendi ülkelerinde değer görmedikleri, ikinci sınıf turist muamelesiyle karşılaştıkları belirtilmiş ayrıca yabancı turistlere göre daha yüksek ücretlere tatil yapıyor olmaları da oldukça rahatsızlık verici bir durum olarak vurgulanmıştır.

Bu rahatsızlık konularının turizm işletmecileri ve çalışanları tarafından bilinmesi ve önlem alınması önem arz etmektedir. Yerli turistlerin, turizm hareketlerine daha fazla katılmaya başladığı ve yabancı turistlerden daha yüksek fiyatlara tatil yaptıkları düşünüldüğünde, turizmci tarafından yerli turistlerin küstürülmemesi, sektörün kazancına olabilecektir. Yerli turistlerin, turizm işletmecileri ve çalışanlarına bakış

açılarının bilinmesi, düzeltilmesi veya geliştirilmesi gereken konulara ışık tutulması açısından önemlidir denilebilir. Nihayetinde temel amaç, turizm sektörünün, tüm aktörlerin katkılarıyla geliştirilmesi olmalıdır.

Bu araştırmayla yerli turistlerin rahatsızlık duyduğu turizm işletmecisi ve çalışan davranışlarının neler olduğu ortaya konmuştur. 50 yerli turistin katılımıyla yapılan araştırmanın sonuçlarının genellenmesi mümkün görünmese de, gelecekte “turist-turizmci etkileşimi” ile ilgili yapılacak çalışmalara ışık tutması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın literatürdeki “turist-turizmci etkileşimi” ile ilgili boşluğa katkı potansiyeli de bulunmaktadır.

Araştırma, bir başka yönüyle turist memnuniyeti için çalışan turizm işletmeleri açısından da çeşitli bilgiler içermektedir. Turizm işletmelerinin yerli turistlerin kendilerine ve çalışanlarına yönelik olumsuz bakış açılarını bilmelerinin, verecekleri yönetsel kararlar için oldukça yararlı olacağı düşünülmektedir. Özellikle iç turizm hareketlerinden pay almayı düşünen turizm işletmeleri için araştırma bulgularının değerli bilgiler içerdiği söylenebilir. Bu bulgular ışında turizm işletmecilerinin çalışanlarını yerli turistleri de en az yabancı turistler kadar memnun edecek davranışlar göstermeleri hususunda eğitebilecekleri düşünülmektedir. Turizm çalışanlarına müşteri ilişkileri konusunda verilecek hizmet içi eğitimlerin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir.

Araştırmacılar tarafından literatür taramasında, benzer bir araştırma örneğine rastlanmadığı için bulgular diğer araştırmalarla karşılaştırılamamıştır. Bu dikkate alınması gereken bir sınırlılıktır. Ayrıca daha büyük örneklem üzerinde yapılacak araştırmalar bulguların genellenebilirliği açısından önemli görülmektedir.

Katılımcılara turizm işletmecilerinin ve çalışanlarının rahatsız edici davranışlarının neler olduğu sorulmuştur ancak belirtilen davranışların ne derecede ve neden rahatsız edici bulunduğu araştırılmamıştır. Turizm işletmecileri ve çalışanları ilgili bu algıların temelinde yatan nedenler, başka araştırmaların konusu olabilir. Ayrıca turizm çalışanlarına verilecek müşteri ilişkileri eğitimlerinin, yerli müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkileyip etkilemeyeceği de araştırılabilir. Yine yerli turistlerin takdir ettiği turizm işletmecisi ve çalışan davranışları da farklı araştırmaların konusu olabilir. Ayrıca araştırmada elde edilen ifadeler kullanılarak geliştirilecek bir ölçeğin, daha geniş bir örneklemde nicel veriler yardımıyla test edilmesi, elde edilen ifade sıklık derecelerinin ve boyutların, bu araştırmada elde edilen sıklık dereceleri ve boyutlarla karşılaştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altanlar, A. ve Kesim, G. A. (2011). Sürdürülebilir Turizm Planlaması için Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma: Akçakoca Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-20.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi*, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dönmez, B. ve Birdir, K. (2011), Didim’de Yaşayan İngilizlerin Sosyo-Kültürel Uyum ve Yaşam Tarzlarının İncelenmesi, *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde ss. 67-77, Düzce: 30 Kasım-04 Aralık.
- Gökdeniz, A., Dinç, Y., Aşık, N. A., Münger, L. ve Taşkı, H. (2009). Türkiye’de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık’ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(22), 216-231.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-144.
- Hussein, A. T. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği*, 1. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2006). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, 6. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuşlivan, Z. ve Eren, D. (2009). Türkiye’de İç Turizm Talebinin Yapısı ve Gelişimi. Ş. Çavuş, Z. Ege ve O. E. Çolakoğlu (Editörler), *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim* içinde (ss. 57-85). Ankara: Detay Yayıncılık. 1. Baskı.
- Mazimhaka, J. (2007). Diversifying Rwanda’s tourism industry: A Role of Domestic Tourism. *Development Southern Africa*, 24(3), 491-504.
- Mustafa, M. H. (2012). Improving the Contribution of Domestic Tourism to the Economy of Jordan. *Asian Social Science*, 8(2), 49-61.
- Özdemir, P. (1999). Türkiye’de İç Turizm. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 14(2), 159-168.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism – A Change for Regional Development in Turkey. *Tourism Management*, 23, 85-92.
- Türk Dil Kurumu-TDK (2012), <http://tdkterim.gov.tr/bts/> (28.05.2012).
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007),
- Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2011),
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 6. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.