

TURİZM SEKTÖRÜNDE TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI: BEŞ YILDIZLI OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Yrd. Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN²

ÖZET

Toplumsal cinsiyet biyolojik cinsiyetten farklı olarak, doğuştan getirilmeyen, ancak sonradan öğrenilen, kadının ve erkeğin rollerini ve toplumdaki konumlarını belirleyen bir kavramdır. Toplumsal cinsiyet kalıpları, aileden başlayarak cinsiyet rol modellerinin gözlenmesi ve sosyal etkileşim yolu ile oluşmaktadır. Toplumsal cinsiyet, her toplumun kültürüne göre farklılık gösterebildiği gibi zamanla da değişime uğrayabilmektedir. Toplumun kadına ve erkeğe yüklediği roller, toplumun cinsiyet rolleri algısına göre cinsiyet ayrımcılığı sonucunu da doğurabilmektedir. Toplumsal cinsiyet ayrımcılığından, gerek eğitim hayatında, gerekse de çalışma ve aile yaşantısında kadınlar erkeklere nazaran daha olumsuz etkilenmektedirler. Bu bilgiler doğrultusunda, toplumsal cinsiyet kavramını turizm sektörü çalışanları çerçevesinde incelemenin de önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu değerlendirmelerden hareketle araştırmada; turizm çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarının tespit edilmesi temel amaç olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların toplumsal cinsiyet algıları ile çeşitli demografik karakteristikleri ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkileri incelemek de alt amaç olarak belirlenmiştir. Araştırma, Antalya ilinde hizmet veren beş yıldızlı otel işletmelerinde görev alan 263 çalışanın katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri anket tekniği ile toplanmış ve elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; turizm çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları ile demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Cinsiyet Roller, Cinsiyet Ayrımcılığı, Turizm Sektörü, Beş Yıldızlı Oteller.

GENDER PERCEPTION IN TOURISM INDUSTRY: A STUDY ON FIVE STAR HOTEL EMPLOYEES

ABSTRACT

Unlike biological gender, gender is a concept which sets the roles of women and men, and their position in a society, which are not born but are learned later. Gender stereotypes are formed through the observation of gender role models starting from the family and social interaction. Gender can change in time as well as differs according to the cultures of each society. The role that society attaches to women and men can also lead to gender discrimination based on the society's perception of gender roles. Women are affected more negatively than men by gender discrimination, in education, and in working and family life. Based on this knowledge background, it is thought that it is also significant to study the concept of gender within the framework of tourism sector employees.

On the basis of these inferences, determining the gender perceptions of tourism employees is the main objective of this study. Additionally, the sub-objective is to examine the relationship between participants' gender perceptions and various demographic characteristics and personality characteristics. This study was conducted with the participation of 263 employees working in five star hotels in Antalya. The research data was collected by questionnaire and the obtained data was analyzed by SPSS 17.0 software package. As a result of the research, it was found out that there were significant relationships between tourism employees' gender perception and demographic characteristics and personal characteristics.

Keywords: Gender, Gender Roles, Gender Discrimination, Tourism Industry, Five-star Hotels.

¹ Bu çalışma, 21-23 Ekim 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilen ASEAD Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyum'unda özet metin halinde sözlü olarak sunulan "Turizm Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet Algısı: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma" isimli bildirinin genişletilmiş ve geliştirilmiş halidir.

² Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Turizm İşletmeciliği Bölümü. dr.omerakguntekin@gmail.com

“İnsan topluluğu kadın ve erkek denilen iki cins insandan oluşur. Kabil midir bu kitlenin bir parçasını ilerletelim, ötekini ihmal edelim de kitlenin bütünü ilerleyebilsin? Mümkün müdür ki bir cismin yarısı toprağa bağlı kaldıkça, öteki yarısı göklere yükselebilsin?”

Mustafa Kemal ATATÜRK

GİRİŞ

Mustafa Kemal Atatürk'ün 1925 yılında Kastamonu'da yaptığı konuşmasında da dediği gibi toplum kadın ve erkek olmak üzere iki cins insandan oluşur. Birinin birinden ne bir fazla üstünlüğü ne de bir eksik hakirliği vardır. Nitekim cinsiyete dayalı olarak her kültürün, bireyleri belirli kalıp yargılarına sokma girişimleri, toplumlarda cinsiyet rollerini ortaya çıkarmıştır. Bu cinsiyet rolleri kadına ve erkeğe farklı sorumluluklar yüklemiş; kadına ev işleri, çocuk bakımı gibi sorumluluklar yüklenirken, erkeğe ise ailenin geçimi, para kazanma gibi sorumluluklar yüklenmiştir. Bu toplumsal rol paylaşımı kadının; eğitim, sağlık, karar verme mekanizmalarına katılım haklarını ve iş hayatını olumsuz yönde etkilemenin yanı sıra çeşitli problemleri de beraberinde getirmiştir.

Toplumsal hayatın değişmesi ile birlikte çocuklu çalışan kadınların sayısında artış yaşanmış ve bu artış hem erkeklerin hem de kadınların ev ve iş yaşamlarındaki sorumluluklarını değiştirmiştir (Batga, 2014: 1). Ama buna rağmen iş gücü piyasasında eşitsizliklerin tamamen ortadan kalktığını söylemek mümkün olmamıştır. Toplumsal hayatın ve çalışma koşullarının değişmesi ile birlikte; yemek pişirme, temizlik, çocuk bakımı gibi işler halen kadınların sorumluluklarında olmaya devam etmiş ve bu da kadınların iş hayatında daha az istihdam edilmelerine, özellikle belli mesleklerde yoğunlaşmalarına, kariyerlerinde ilerlemelerinin güçleşmesine ve düşük statülü, düşük ücretli işlerde görev almalarına neden olmuştur. Bu koşullara ilaveten kadınlar; iş gücü piyasasında yedek işçi olarak çalıştırılmak, nitelsiz işlerde yer almak ve toplum gözünde değersiz görülmek gibi sorunlar ile karşı karşıya kalmışlardır (Özçatal, 2011: 22).

Hizmet sektörünün alt sektörlerinden biri olan turizm, işsizliğin azaltılmasında, dış ticaret açığının kapatılmasında, ülke ekonomisi ve kalkınmasında önemli rol oynar. Emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle otomasyon imkânları kısıtlı olan turizm sektöründe, kadın-erkek istihdam olanaklarının her geçen gün arttığı görülmektedir. Ülke ekonomisi için bu denli önem arz eden bir sektör olmasına rağmen, kadın erkek arasındaki eşitsizlikler turizm sektöründeki çalışma alanlarında da gözlemlenmektedir. Kadınların; medeni durumları, çocuk sahibi olup olmadıkları, aile içindeki sorumlulukları gibi faktörler, kariyer gelişimleri üzerinde doğrudan etkide bulunabilmektedir. Öte yandan bu koşullar kadınların çalışma hayatında, cinsiyet rollerinden kaynaklanan faktörler nedeniyle ayrımcılığa maruz kalmaları sonucunu doğurabilmektedir.

Kadınların tüm sektörlerde karşı karşıya kaldıkları cinsiyete dayalı bu problemin temelini toplumsal cinsiyet algısı oluşturmaktadır. Bu çalışmada da turizm sektörü çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını tespit etmek araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir. Ayrıca turizm çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları ile çeşitli demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri incelemek de araştırmanın alt amacı olarak tespit edilmiştir. Araştırmada Antalya bölgesinde faaliyet göstermekte olan 18 adet beş yıldızlı otelden toplam 263 çalışana ulaşılmış, çalışanlardan elde edilen veriler SPPS 17.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda katılımcıların; toplumsal cinsiyet algılarının orta düzeyin üzerinde bir olumluluk seviyesinde olduğu, ayrıca toplumsal cinsiyet

algısının katılımcıların cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, eğitim düzeylerine ve çalıştıkları departmana göre istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaştığı belirlenmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Biyolojik bir nitelik olarak kabul edilen cinsiyet, insanların dünyaya gelirken taşıdığı; kız veya erkek olma özelliği olarak ifade edilirken (Sancar vd., 2006: 11), toplumsal cinsiyet ise kadın ve erkek arasındaki farklılıkların toplumdaki konumunu ifade etmektedir (Marshall, 1999: 98). İngilizcede biyolojik cinsiyet için “sex” teriminin, toplumsal cinsiyet için ise “gender” teriminin kullanılmasının (Dökmen, 2006: 2) temelinde de bu fark yatmaktadır. Biyolojik cinsiyet doğal koşullar tarafından belirlenirken, toplumsal cinsiyet ise kültür tarafından belirlenmektedir (Öngen ve Aytaç, 2013: 2). Ann Oakley 1972’de yayınladığı *Sex, Gender and Society* adlı kitabında toplumsal cinsiyet kavramını sosyolojiye kazandırmış ve cinsiyeti, biyolojik açıdan kadın-erkek diye bir ayırım çerçevesinde ele alırken, toplumsal cinsiyeti, erkek ile kadın arasındaki toplumsal eşitsizlikler açısından ele almıştır (Vatandaş, 2007: 31).

Yeni doğan bir bebek biyolojik cinsiyete sahipken toplumsal cinsiyete sahip değildir. Zamanla bebek büyür ve yaşadığı toplumun kurallarına ve davranış modellerine göre şekil alır (Sezgin, 2015: 155). Scott (2007: 11) toplumsal cinsiyeti, biyolojik farklılıklara sahip olan kadın ve erkeğin; belirlenmiş kalıplar içine hapsedilmesini, kimliklerine özgü belirli davranışları sergilemesini, hayatlarını şekillendiren rollerin, üstlenilen sorumlulukların bütünü olarak ifade etmektedir. Kısaca toplumsal cinsiyet, aileden aileye, zaman ve kültüre göre farklılaşan, değişebilir roller olarak açıklanmaktadır (Çelik-Bekleviç, 2013: 3). Toplumsal cinsiyet kadın ve erkeklerin hayatlarının her kesiminde etkisini hissettirmektedir. Gerek hizmetlere erişimde gerekse fırsatların kullanılmasında cinsiyet farklılığı nedeniyle ayrımcılık yapılabilmektedir. Bu ayrımcılıklardan, kadınlar, erkeklere oranla daha olumsuz etkilenmektedir (Kaya, 2016:1). Toplumda kadına; “*okumasa da olur, ev işlerini organize etmeli, kadının esas görevi çocuklarına bakmaktır*” (Şıvgın, 2015: 1), erkeğe ise; “*erkekler ağlamaz, güçlüdürler, erkek değil mi tabii ailesini geçindirecek, erkek dediğin çapkın olur*”, gibi kalıp yargılar yüklenmektedir. Bu tip yargılar erkekte ciddi sağlık problemlerine neden olurken, kadında ise eğitim, çalışma gibi hakların kısıtlanmasına neden olmaktadır (Akın, 2007: 2). Dünya Ekonomik Forumu’nun (WEF) ekonomi, eğitim, sağlık ve politika olmak üzere dört başlıkta topladığı 2016 Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporu’na göre, cinsiyet eşitliğinde Türkiye 144 ülke arasından 130’ncu sırada yer aldığı belirlenmiştir (WEF, 2016). Alanyazında da toplumsal cinsiyet kavramını sağlık ile ilişkilendiren (Akın ve Demirel, 2003; Coşkun ve Özdilek, 2012; Grown vd., 2005; Manderson, 1999; Sezgin, 2015; Şimşek, 2011; Urhan ve Etiler, 2011), eğitim ile ilişkilendiren (Acar; 1993; Çabuk-Kaya, 2013; Dillabough, 2003; Esen, 2013; Koca, 2006; Özaydınlık, 2015; Sayılan, 2012) ve politika ile ilişkilendiren (Carnaghan ve Bahry, 1990; Diekman vd., 2002; Gedik, 2015; Güldü ve Ersoy-Kart, 2009; Kılıç, 2008a; Kılıç, 2008b; Orum vd., 1974; Ökten, 2009; Öztan, 2004; Pratto, Stallworth ve Sidanius, 1997; Şahin ve Gültekin, 2013) çeşitli çalışmalara ulaşabilmek mümkündür.

Toplumsal cinsiyet olgusunun ele alınmasındaki temel ve en önemli nedenlerden biri de meslek seçimindeki ayrımcılıktır. Bireyler bir işi tercih ederken veya bir işverenin çalıştıracağı kişi tercihinde o toplumun cinsiyet algısı etkili olmaktadır (Parlaktuna, 2010: 1218). Öztürk ve Dedeoğlu (2010: 9), ücretli işin esas olarak erkek işi olarak algılandığını ve kadınların, ancak erkek işsiz kaldığında ailenin geçimini üstlenmek dışında başka şansları kalmadığı için ücretli iş aradıklarını belirtmişlerdir. Kadına ve erkeğe yüklenen bu roller, erkeklerin kadınlara nazaran daha değerli görülmesine (Özvarış, 2008: 169), kadınların ikinci plana atılmalarına (Zeyneloğlu, 2008: 3) ve çoğunun ev kadını olarak atılmasına ya da düşük ücret ile enformel sektörde çalıştırmalarına (Dedeoğlu, 2009: 42) neden olmaktadır.

Feminizmin şekillenmesinde etkin rol oynayan Simone de Beauvoir ise, *İkinci Cins* adlı kitabında “kadın doğulmaz, kadın olunur” sözü ile kadınlığın toplumsal cinsiyet üzerinden nasıl tanımlandığı konusuna odaklanmış ve kadınlara yüklenen rollerin toplumun dayattığı gelenek ve ön yargılardan kaynaklı olduğunu belirtmiştir. Kadının aile içindeki görevinin kamusal alandan önce gelmesinin, onu ikinciliğe mahkum ettiğini ve buna rağmen kadınların iş hayatında yer alıp ekonomik güçlerini ellerinde bulundurmaları gerektiğini belirtmiştir (Beauvoir, 2010). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2016 yılında yapılan bir araştırmaya göre, erkeklerde istihdam oranı %65 iken, kadınlarda bu oranın %27,5 düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan evli erkeklerin istihdam oranı %72,4 iken, evli kadınların istihdam oranı ise %29,2’dir. Bu da kadın istihdam oranının erkek istihdam oranının yarısından az olduğunu (TÜİK, 2017), ev içindeki yaşamı sürdürme konusunda sorumlulukların halen temelde kadına yüklenildiğini (Sayın, 2007: 38) kadınların evli ve çocuk sahibi oldukları için iş hayatında yer alamadıklarını (Kiren-Gürler ve Üçdoğruk, 2007: 580) işaret etmektedir. Bu durum, toplumsal cinsiyet algısının kadınların engellerle karşılaşmalarına sebebiyet verdiğini düşündürmektedir (Doğru, 2010: 78). Yapılan çeşitli çalışmalarda da (Akşit-Aşık, 2014; Connell, 2006; Cross ve Linehan, 2006; Kara, 2015; Keskin, 2016; Knutson ve Schmidgall, 1999; O’Neill ve Blake-Beard, 2002; Toraman, 2011), toplumsal cinsiyet algısının kadınların iş hayatındaki kariyerlerinde yükselmelerine engel olduğu vurgulanmaktadır.

İş gücü piyasasında, kimi mesleklerin “erkek mesleği”, kimi mesleklerin ise “kadın mesleği” olarak anıldığı ve herhangi bir cinsiyete sahip olan kişinin diğer cinsiyet ile bütünleşen mesleklerde istihdam edilememesini de beraberinde getirdiği görülmektedir (Tekin ve Gencer, 2016: 496). Cinsiyet rolüne uygun olmayan bir meslek veya pozisyona girmeye çalışan kadınların ise, erkeklere göre daha olumsuz etkilendiği ve iş seçeneklerinin sınırlı düzeyde kaldığı görülmektedir. Kadınlar toplumun dayattığı önyargılar yüzünden, erkek işi olarak adlandırılan mesleklere başvurduklarında ise yoğun engelleme ve zorlanma ile karşılaşmaktadırlar (Letherby, 2007: 83, akt: Eser, 2010: 42-43). Orta ve yüksek kademeli yönetim pozisyonlarına çoğunlukla erkekler getirilirken, düşük kademelerdeki yönetim pozisyonlarına ise kadınlar getirilmektedir (Hultin, 2003: 31). Üst düzey yöneticilik pozisyonlarına ilerledikçe kadınların sayısının azaldığı görülmektedir (Jackson 2001: 30; Metz 2005: 228). Cinsiyetler arasındaki bu belirgin eşitsizlikler, toplumsal cinsiyet kalıplarından kaynaklanmaktadır. Türkiye’de 2016 yılında meslek grubuna göre istihdam edilenlerin istatistiklerine bakıldığında ise istihdam edilen kadınların 212’sinin yönetici pozisyonunda görev aldıkları, erkeklerin ise 1190’ının yönetici pozisyonunda görev aldıkları belirlenmiştir (TÜİK, 2017). Bu da algılanan toplumsal cinsiyet kalıplarının kadınları yönetici pozisyonunda azınlık kıldığını göstermektedir (Cortis ve Cassar 2005: 152).

Turizm sektörü, dünyada en fazla iş sahası yaratan önemli sektörlerden biri konumunda olduğu için toplumsal cinsiyetin yarattığı eşitsizlikler bu alanda da kendini göstermektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) verilerine göre (Tablo 10) 2016 yılında turizm ve seyahat sektörü, dünya genelinde 292,2 milyon kişiye doğrudan ve dolaylı iş olanağı sağlayarak dünyadaki toplam istihdamın %11,1'ini tek başına sağlamaktadır (WTTC, 2017:1). Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) konuya ilişkin son verilerine göre, dünya ölçeğinde turizm sektöründe istihdam edilen kadınların oranı gelişmiş ülkelerde %54,1, gelişmekte olan ülkelerde %57,7 ve az gelişmiş ülkelerde %40,7 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de turizm sektörü ile ilgili göstergelere bakıldığında, kadın istihdam oranı %21,7 düzeyinde olup (ILO, 2014:1), bu oran, içinde bulunan gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkeler grubundaki kadın istihdamı oranından çok daha düşüktür. Kaya (2012: 252), yaptığı araştırmada ülke genelinde turizm sektöründe çalışanların sadece %20,6'sının kadın olduğunu, bu oranın Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde %5'lere kadar düştüğünü bulgulamıştır. Kadınlar, yoğun çalışma saatleri, ödenen ücretlerin düşüklüğü gibi sektörün yapısından kaynaklanan bir takım zorlukların yanında toplumun dayattığı cinsiyet rollerinden kaynaklanan zorluklarla da mücadele etmektedirler. Kadınların turizm işletmelerinde ağırlıklı olarak ön büro ve kat hizmetleri departmanlarında istihdam edildikleri, yönetim ve yiyecek-içecek departmanlarında ise daha düşük oranda görev alabildikleri görülmektedir (Halis ve Çamlıbel, 2011: 75). Kinnaird ve Hall (1996: 97), turizm sektöründe mesleklerin kadın ve erkek olarak cinsiyete göre ayrıştığını, bu mesleklerin niteliksiz olanlarının büyük bir kısmında da kadınların görev aldıklarını belirtmektedirler. Biswas ve Cassell'in (1996: 22) çalışmasında erkeklerin müdürlük, şeflik gibi önemli pozisyonlarda görevlendirildiklerini, kadınların ise daha çok temizlik işlerinde görevlendirildiklerini ifade etmektedirler. Kattara (2005), Mısır'daki beş yıldızlı konaklama işletmelerinde gerçekleştirdiği çalışmasında, kadın yöneticilerin kariyerlerinde yükselmeleri konusunda olumsuz bir tutum sergilendiğini ve kadınların kat hizmetleri, insan kaynakları ve pazarlama gibi departmanlarda yönetici olarak görev aldıklarını belirtirken, genel müdürlük, finans ve muhasebe müdürlüğü, yiyecek-içecek müdürlüğü gibi pozisyonlarda ise erkeklerin daha çok görev aldıklarını belirtmiştir. Tucker (2007) ise Ürgüp ve Göreme'de yaptığı araştırmasında, kadınların turizm sektöründe çalışmalarının çok da hoş karşılanmadığını, turizm ile ilgili mesleklerin erkek işi olarak nitelendiğini ancak kadınların eşleri ya da diğer aile bireyleri aracılığıyla belirli şartlar altında çalışabildiklerini ortaya koymuştur. Tekin ve Genç (2016: 513-517) tarafından yapılan araştırmada da önceki bulguları destekler bir biçimde, turizm işletmelerindeki yönetici pozisyonların neredeyse tamamının turizm öğrencilerine erkek cinsiyetini çağrıştırdığı, daha düşük nitelikli iş ve pozisyonların ise daha çok her iki cinsiyeti birden veya sadece kadın cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir.

Daha önce de ifade edildiği gibi bu araştırmada, beş yıldızlı otel çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını belirlemek temel amaç olarak, bu algılar ile katılımcıların çeşitli demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri incelemek ise alt amaç olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırmada çeşitli hipotezler kurulmuştur. Araştırmanın hipotezleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Araştırmanın Hipotezleri

Hipotezler	
Beş yıldızlı otel çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları olumlu düzeydedir. (H1)	
	<i>cinsiyetlerine (H2)</i>
	<i>yaş gruplarına (H3)</i>
Beş yıldızlı otel çalışanlarının toplumsal cinsiyet algıları;	<i>medeni durumlarına (H4)</i>
	<i>eğitim durumlarına (H5)</i>
	<i>aylık ortalama gelir düzeylerine (H6)</i>
	<i>turizm sektöründeki deneyim sürelerine (H7)</i>
	<i>çalıştıkları departmana (H8)</i>

göre istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaşmamaktadır.

2. YÖNTEM

Bu araştırmada; beş yıldızlı otel çalışanlarının toplumsal cinsiyet algılarını ölçmek, bu algılar ile çalışanların çeşitli demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri arasındaki ilişkileri incelemek amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini Antalya Merkez’de bulunan 26 adet Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli beş yıldızlı otel işletmesinin çalışanları oluşturmaktadır. Evrende bulunan beş yıldızlı otellerdeki çalışan sayısına ulaşabilecek resmi bir rakama ulaşamadığından evrendeki toplam çalışan sayısını tahmin edebilmek için evrende faaliyet gösteren 26 otelden rastgele seçilen beşine ulaşılarak uygulama yapılan tarihteki çalışan sayıları belirlenmiştir. Yapılan görüşmelerde ilgili sezonda her bir otelde ortalama 200 kişinin çalıştığı belirlenmiştir. Bu sayı 26 ile çarpılarak ilgili sezonda toplam 5.200 kişinin çalıştığı tahmin edilmiş ve evrendeki birey sayısı olarak bu rakam baz alınmıştır. Can’a (2013: 30) göre, 10.000 bireyden oluşan bir evreni, %5 örnekleme hatası ve %95 güvenilirlik seviyesinde temsil edebilecek bir örneklemin en az 240 bireyden oluşması gerekmektedir. Bu bilgidен hareketle araştırma yapma izni alınan 26 beş yıldızlı otele toplam 400 anket ulaştırılmış ancak yalnız 18 otelden 285 anket elde edilmiştir. Bu anketlerin de bir kısmının veri analizine uygun olmadığı belirlendiği için araştırmanın analizleri 263 katılımcıdan elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, “uygun örnekleme” yönteminden faydalanılmıştır. Uygun örnekleme yönteminde bireyler, evrenin yakınında ve kolay erişilebilir durumda olanlarından seçilirler (Bhattacharjee, 2012: 69). Araştırmanın verileri anket tekniği ile toplanmıştır. Veri toplamada araştırmacılar tarafından hazırlanan demografik karakteristikler ve kişisel özellikler formu ile (8 madde), Altınova ve Duyan (2013) tarafından geliştirilmiş olan toplumsal cinsiyet algısı ölçeği (25 önerme) kullanılmıştır. Ölçek 5’li Likert sisteminde (1: hiç katılmıyorum; 3: orta derecede katılıyorum; 5: tamamen katılıyorum) ve puanlanabilir bir biçimde çalışmaktadır.

Altınova ve Duyan (2013:16-18) tarafından geliştirilen ölçek güvenilirlik, geçerlik ve tutarlılığı bakımından çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda ölçeğin 25 madde halinde tek boyuttan oluştuğu, Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısının 0,872 olduğu belirtilmiştir. Ölçekte yer alan 25 maddenin 10’u olumlu, 15’i ise olumsuz anlam ifade etmektedir. Olumsuz anlam içeren maddeler ters kodlama yapılarak analiz edilmiştir. Ölçeğin değerlendirilmesinde ayrıca puanlama sistemi de kullanılmaktadır. Buna göre ölçek 25-125 arası puanlar alabilmektedir. Yüksek puanlar toplumsal cinsiyet algısının olumlu olduğunu, düşük puanlar ise olumsuz olduğunu ifade etmektedir. Puanlamada daha detaylı bir değerlendirme yapabilmek için puan aralıkları belirlenmiş, puan aralıklarının ne anlama geldikleri Tablo 2’de açıklanarak sunulmuştur.

Tablo 2: Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeğinin Puan Aralıkları ve Anlamları

Aralık ³	Puan	Anlamı
(1,00 - 1,80) x 25	25-45	Çok olumsuz toplumsal cinsiyet algısı
(1,81 - 2,60) x 25	>45-65	Olumsuz toplumsal cinsiyet algısı
(2,61 - 3,40) x 25	>65-85	Orta derecede olumlu toplumsal cinsiyet algısı
(3,41 - 4,20) x 25	>85-105	Olumlu toplumsal cinsiyet algısı
(4,21 - 5,00) x 25	> 105-125	Çok olumlu toplumsal cinsiyet algısı

3. BULGULAR

3.1.Çalışanların Çeşitli Demografik Karakteristiklerine ve Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak araştırmaya dahil olan katılımcıların demografik karakteristikleri ve kişisel özelliklerine ilişkin bulgular paylaşılmıştır. Elde edilen bulgulara ilişkin frekans ve yüzdeler Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Karakteristikleri ve Kişisel Özellikleri

Cinsiyet	f	%
Kadın	114	43,3
Erkek	149	56,7
Yaş		
20'den küçük	21	8,0
20-25	83	31,6
26-35	96	36,5
36-45	51	19,4
45'den fazla	12	4,6
Medeni Durum		
Evli	111	42,2
Bekâr	149	56,7
Eğitim Durumu		
İlköğretim	45	17,1
Lise	77	29,3
Üniversite	126	47,9
Lisansüstü	13	4,9
Aylık ortalama gelir		
1.000-1.500 TL	93	35,4
1.501-2.000 TL	79	30,0
2.001-2.500 TL	48	18,3
2.501-3.000 TL	29	11,0
3.001 TL ve üstü	12	4,6
Turizm sektöründeki toplam deneyim		
1 yıldan az	24	9,1
1-5 yıl	100	38,0
6-10 yıl	91	34,6
11-15 yıl	26	9,9
16 yıl ve üstü	21	8,0
Çalışılan departman		
Ön büro	58	22,1
Yiyecek-içecek	110	41,8
Muhasebe	18	6,8
Satış-pazarlama	24	9,1
Kat hizmetleri	31	11,8
Diğer	17	6,5

³ Beşli Likert sisteminde puanlar arasında 4 aralık olduğu için her bir puan arasında eşit boşluk bırakarak deha detaylı bir değerlendirme yapabilmek için 4/5: 0,8 aralık katsayısı kullanılmıştır.

Katılımcılar, demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri bakımından incelendiğinde; Yüzde 57 sinin erkek ve bekâr, %76'lık bir oran ile çok önemli bir kısmının 36 yaşından küçük, %53'ünün üniversite ve üstü düzeyde eğitim almış, %65'i nin aylık 2.001 TL'den daha düşük gelire sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %82'sinin 11 yıldan daha az süredir turizm sektöründe tecrübe sahibi olduğu ve %85'inin de otel işletmelerinin sektöre özgü departmanları olan; ön büro, yiyecek-İçecek, satış pazarlama ve kat hizmetleri departmanında çalıştıkları belirlenmiştir.

3.2. Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın hipotezlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Araştırmada toplanan verilerin analizleri SPSS 17.0 paket programı vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Hipotezlere ilişkin analizlere geçilmeden önce maddelerin güvenilirlik düzeyleri Cronbach's Alpha katsayısı ile değerlendirilmiştir. Yapılan analizde ölçeği oluşturan 25 maddenin Cronbach's Alpha katsayısının 0,904 düzeyinde olduğu bulunmuştur. Bu işlemin ardından, ölçeğin çalışma mekanizması nedeniyle faktör analizi uygulanmamış, ölçeğin orijinalinde de olduğu gibi tüm maddeler tek boyut olarak kabul edilmiş ve analizler bu ilkedan hareketle yapılmıştır.

Araştırmanın ilk hipotezini test etmek için tüm maddelerin; toplam puanı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Elde edilen bulgu Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: H1 Hipotezine İlişkin Test Sonuçları

	N	Toplam Puan	Aritmetik ortalama	Standart sapma
Topl. cinsiyet alg.	263	82,25	3,2984	,67585

Araştırmanın H1 hipotezine yönelik olarak gerçekleştirilen analiz sonucunda katılımcıların toplumsal cinsiyet algı toplam puanlarının; 82,25 düzeyinde, aritmetik ortalamalarının \bar{X} : 3,29 düzeyinde olduğu, yani katılımcıların orta düzeyde olumlu bir toplumsal cinsiyet algısına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgu H1 hipotezinin desteklendiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın diğer hipotezlerinin test edilmesinde kullanılacak yöntemin belirlenmesi için veri seti, Kolmogorov-Smirnov yöntemiyle normal dağılım analizine tabi tutulmuş, yapılan analiz sonucunda veri setinin normal dağılım gösterdiği ($p:0,053$; $p>0,05$; $Z:1,349$) anlaşılmıştır. Bu nedenle geri kalan hipotezlerin test edilmesinde parametrik test yöntemlerinden Tek Yönlü Varyans analizi ve Bağımsız Örneklem T Testi kullanılmıştır.

Araştırmanın hipotezlerinden çift değişkenli olan cinsiyet (H2) ve medeni duruma (H4) ilişkin hipotezler Bağımsız Örneklem T Testi ile test edilmiş ve elde edilen bulgular tek bir tablo şeklinde Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: H2 ve H4 Hipotezlerine İlişkin Test Sonuçları

Cinsiyet	N	Aritmetik ortalama	Standart sapma	F	t	Anlamlılık (çift kuyruk)
Kadın	114	3,489	0,640	,072	4,115	0,000
Erkek	149	3,153	0,669			
Medeni Durum	N	Aritmetik ortalama	Standart sapma	F	t	Anlamlılık (çift kuyruk)
Evli	111	3,130	0,612	3,502	-	0,001
Bekar	149	3,411	0,696			

H2 ve H4 hipotezlerine yönelik olarak yapılan testler sonucunda katılımcıların toplumsal cinsiyet algılarının hem cinsiyetlerine hem medeni durumlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaştığı (H4 p: 0,000; H5 p: 0,001) belirlenmiş ve her iki hipotez de reddedilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kadın çalışanların toplumsal cinsiyet algısı erkek çalışanlardan, bekar çalışanların toplumsal cinsiyet algısı ise evli çalışanlardan daha olumlu düzeydedir.

Araştırmanın hipotezlerinden ikiden fazla değişkenli olan; H3, H5, H6, H7 ve H8 hipotezleri Tek Yönlü Varyans Analizi ile test edilmiş, testlerde Post Hoc yöntemlerinden Tukey yöntemi kullanılmış, test sonucu anlamlı olmayan hipotezlere ilişkin bulgular paylaşılmamış, test sonucu anlamlı olan bulgular ise Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: H3, H5 ve H8 Hipotezlerine İlişkin Test Sonuçları

Yaş	Kareler toplamı	Ortalama kare	F	Anl.	(I) Yaşınız	(J) Yaşınız	Ortalama Fark (I-J)
Gruplar arası	7,549	1,887	4,342	,002	26-35	20'den küçük	,29911
Grup içi	112,127	,435				20-25	,08958
						36-45	,38292
						>45	,54292
Eğitim	Kareler toplamı	Ortalama kare	F	Anl.	(I) Eğitim Durumu	(J) Eğitim Durumu	Ortalama Fark (I-J)
Gruplar arası	14,375	4,792	11,756	,000	İlköğretim	Lise	-,36077
Grup içi	104,750	,408				Üniversite	-,62343
						Lisansüstü	-,70926
Departman	Kareler toplamı	Ortalama kare	F	Anl.	(I) Departman	(J) Departman	Ortalama Fark (I-J)
Gruplar arası	7,183	1,437	3,393	,006	Satış pazarlama	Ön büro	,19420
Grup içi	106,684	,423				Yiyecek- içecek	,41870
						Muhasebe	,06278
						Kat hizmetleri	,46220
						Diğer dep.	,55245

Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucunda, katılımcıların toplumsal cinsiyet algılarının; aylık ortalama gelir düzeylerine (H6) ve turizm sektöründeki toplam deneyim sürelerine (H7) göre istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaşmadığı belirlenmiştir. Bu durum H6 ve H7 hipotezlerinin desteklendiğini ortaya koymuştur.

Analiz sonucunda katılımcıların toplumsal cinsiyet algılarının; yaşlarına, eğitim düzeylerine ve çalıştıkları departmana göre istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaştığı belirlenmiştir. Bu durum H3 (p:0,002), H5 (p:0,000) ve H8 (p:0,006) hipotezlerinin reddedilmesi sonucunu doğurmuştur. Tespit edilen bu farkların daha detaylı bir biçimde incelenebilmesi için Post Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonuçları;

- Yaş grupları bakımından en olumlu toplumsal cinsiyet algısının 26-35 yaş aralığındaki çalışanlarda en olumsuz algının 45 yaş üstündeki çalışanlarda olduğunu,
- Eğitim düzeyi bakımından en olumlu toplumsal cinsiyet algısının lisansüstü mezunu çalışanlarda en olumsuz algının ilköğretim mezunu çalışanlarda olduğunu,
- Çalışılan departman bakımından en olumlu toplumsal cinsiyet algısının satış - pazarlama departmanı çalışanlarında en olumsuz algının diğer departmanların çalışanlarında olduğunu ortaya koymuştur.

Özellikle eğitim durumu ile ilgili Tukey testi sonuçları eğitim düzeyindeki artış ile toplumsal cinsiyet algısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu düşündürmüştür. Bu durumu incelemek için çalışanların eğitim durumları ve toplumsal cinsiyet algıları arasındaki ilişkinin; anlamlılığı, yönü ve şiddeti Pearson korelasyonu ile analiz edilmiştir. Analiz sonucuna Tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7: Toplumsal Cinsiyet Algısı ve Eğitim Durumu Arasındaki Korelasyon

	Eğitim Durumunuz	Topl. Cinsiyet Alg.
Pearson korelasyonu	1	,340 ^{**}
Anlamlılık (çift kuyruk)		,000

Yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda çalışanların toplumsal cinsiyet algıları ile eğitim düzeyleri arasında; pozitif yönlü ve 0,34 düzeyinde, ve 0,99 seviyesinde anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılımcılar, demografik karakteristikleri ve kişisel özelliklerinin bileşenleri olan, içerisinde buldukları yaş grupları ve toplam tecrübe süreleri bakımından incelendiğinde; turizm sektörünün genç ve dinamik insan kaynağı profili ile örtüşür özelliklerde oldukları değerlendirilmektedir. Ayrıca katılımcıların önemli bir çoğunluğunun (%53) üniversite ve üstü düzeyde eğitilmiş olması dikkat çekicidir. Örnekleme ulaşılan kadın ve erkek çalışanların oranı (%43-%57) birbirine orantısız sayılamayacak düzeydedir.

Araştırmanın H1 hipotezine yönelik yapılan analiz sonucunda çalışanların toplumsal cinsiyet puanlarının 82,25 düzeyinde, aritmetik ortalamalarının ise 3,29 düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bu durum çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının orta düzeyde olumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Turizm sektöründe, sanayi ve imalat sektörüne göre kadın çalışanların oranının daha yüksek olması ve çalışanların uluslararası kültürler ile etkileşiminin yüksek olması gibi değişkenlerin bu olumlu algının ortaya çıkmasında etken birer faktör olduğu değerlendirilmektedir.

Araştırmada; kadın çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının erkeklerden, bekarların toplumsal cinsiyet algılarının ise evlilerden daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bilhassa kadın çalışanların daha olumlu bir algıya sahip olmasının en temel nedeni, toplumsal cinsiyet algısından kaynaklanan sorunları birebir yaşıyor olmalarıdır. Ataerkil ve erkek egemen toplumsal ilişkilerin halen yoğun bir şekilde hakim olduğu iş hayatında kadın çalışanlar hem daha niteliksiz işlerde çalışmakta hem ücret politikalarında hem de terfi süreçlerinde ayrımcılığa uğramaktadırlar. Kadına toplumda biçilen rolün daha çocukluktan itibaren dezavantajlı durumda olması, kadınları tüm hayatları boyunca dezavantajlı cinsiyet haline getirebilmektedir.

Bekar çalışanların toplumsal cinsiyet algılarının evlilerden daha olumlu olması ya da diğer bir ifadeyle evli çalışanların bekar çalışanlara nazaran toplumsal cinsiyet noktasında daha ayrımcı bir tutuma sahip olmaları düşündürücüdür. Bu durumun evlilik sonrasında bireylerin, özellikle de kadınların yüklendikleri rolleri ile birlikte ortaya çıkan zorunlu bir kabullenmeden kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Yaş grupları bazında yapılan incelemede en olumsuz algının en büyük yaş grubu olan 45 yaş üstü kişilerde olmasının temel nedeninin, geçmişten kalan, oturmuş yanlış algılar olduğu düşünülmektedir. Toplumsal cinsiyet kavramının özellikle yeni fark edilen bir olgu olması ve kadının dezavantajlı durumunun geçmiş kuşaklarda adeta normal bir durum gibi kabul edilmiş olmasının bu yaş grubunda böyle olumsuz bir sonuç ortaya koyduğu düşünülmektedir. Bu sonuç aynı zamanda eski zamanlarda yerleşmiş olan kadına yönelik ayrımcı yargıların halen belirli yaşın üstündeki bireylerde yerleşik bir kabul olarak devam ettiğini işaret etmektedir.

Araştırmanın en çarpıcı bulgularından birisi de toplumsal cinsiyet algısı ve eğitim düzeyi arasındaki ilişkidir. Yapılan hipotez testinde en olumlu toplumsal cinsiyet algısının en yüksek seviyede eğitim almış bireylerde, en olumsuz toplumsal cinsiyet algısının ise en düşük düzeyde eğitim almış bireylerde olduğu belirlenmiştir. Hatta eğitim düzeyindeki artış ile toplumsal cinsiyet algısı arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile incelenmiş, analiz sonucunda eğitim düzeyinde artış oldukça toplumsal cinsiyet algısının daha olumlu hale geldiği görülmüştür. Bu durum, eğitimin toplumsal cinsiyet algısı üzerinde olumlu katkıları olduğu düşüncesini uyandırmaktadır.

Çalışılan departman ve toplumsal cinsiyet algısı arasındaki ilişkiler incelendiğinde toplumsal cinsiyet algısı bakımından en olumlu bakış açısının satış pazarlama departmanında olduğu belirlenmiştir. Satış pazarlama departmanı, otellerde daha çok küçük gruplardan oluşan ve kadın çalışanların da erkekler kadar çok, hatta bazı işletmelerde erkek çalışanlardan daha fazla görüldüğü bir departmandır. Diğer departmanlara nazaran oldukça küçük sayıda çalışanın yoğun bir şekilde ekip çalışması şeklinde görev yaptığı bu departmanda olumlu bir algının olmasının üç temel gerekçesi olduğu düşünülmektedir. Bunlardan birincisi bu departmanlarda kadın ve erkek çalışanların sayısında çoğunlukla bir denge bazen de kadınlar lehine bir ağırlık vardır, aynı zamanda yapılan işlerin nitelikleri cinsiyetler bazında önemli oranda farklılaşmamaktadır. İkincisi; departman, çalışanlar arasında yoğun bir işbirliğini zorunlu kılmakta, her iki cinsiyetten çalışanlar birbirlerinin yetenekleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaktadır. Üçüncüsü ise departmanda yapılan işin teknik niteliği itibarıyla çalışanların eğitim düzeyi yüksek olmak zorundadır. Bu üç faktörün satış-pazarlama departmanı çalışanlarının toplumsal cinsiyet algısının daha olumlu düzeyde olmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırma bulgularından ve literatürdeki çalışmalardan hareketle çeşitli öneriler geliştirilmiştir:

- Toplumsal cinsiyet algısı, kadınlar aleyhine koşulların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ancak bu algının temelleri çocukluk döneminde atılmaktadır. Bu nedenle çocukların eğitime başladıkları okul öncesi dönemden itibaren kadın ve erkek eşitliği noktasında bilgilendirilmeleri, kadının toplumsal rolleri konusundaki yanlış yargılardan etkilenmemeleri sağlanmalıdır. Bu doğrultuda ilköğretimden itibaren tüm eğitim aşamalarında toplumsal cinsiyet algısını olumlu yönde etkileyecek eğitim içeriklerinin oluşturulması ve sunulması gerekmektedir.
- Devlet tarafından turizm sektöründe kadın istihdamını arttıracak ve kadınların erkekler ile eşit ücret ve kariyer yollarından geçmelerini sağlayacak teşvik ve yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.
- Turizm işletmelerinin insan kaynakları departmanlarının çalışanlarına ve yöneticilerine toplumsal cinsiyet algısı noktasında farkındalık yaratacak çalışmalar yapmalarının sektördeki algıya olumlu etki yapacağı tahmin edilmektedir.
- İşletmelerde artan kadın sayısının kadın çalışanlara yönelik önyargıları kıracağı ve toplumsal cinsiyet algısına olumlu katkılar sunacağı tahmin edilmektedir.
- Turizm ile ilgili ulusal literatür incelendiğinde toplumsal cinsiyet konusunu ele alan çalışmaların yok denecek kadar az sayıda olduğu görülmüştür. Gelecekteki araştırmacıların bu konuya ilgi göstermelerinin sahadaki problemleri tespit etmeye ve çözümler önermeye katkı sunacağı değerlendirilmektedir.
- Turizm sektöründe toplumsal cinsiyet algısı hakkında daha derinlemesine bilgiye ihtiyaç vardır. Özellikle konuya ilgi duyabilecek araştırmacıların bilhassa nitel yöntemler ile bu konuya eğilmelerinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- Turizm alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin toplumsal cinsiyet algısı hakkında daha fazla bilgi edinilmesine ve çözüm üretme alternatifleri oluşturulmasına katkı sunacağı tahmin edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2007). Toplumsal cinsiyet (gender) ayrımcılığı ve sağlık. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 26(2), 1-9.
- Akın, A. & Demirel, S. (2003). Toplumsal cinsiyet kavramı ve sağlığa etkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(4), 73-82.
- Akşit-Aşık, N. (2014). Konaklama işletmelerinde cam tavan sendromu kavramsal bir değerlendirme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(9), 84-103.
- Altınova, H.H. & Duyan, V. (2013). Toplumsal cinsiyet algısı ölçeğinin geçerlik güvenirlik çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 24(2), 9-22.
- Batga, B. (2014). *Toplumsal cinsiyet rolleri ile bu rollerin iş yaşam dengesine olan etkisi: Özel sektörde bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- Beauvoir, S. (2010). *Kadın ikinci cins: Evlilik çağı* (8.Basım). İstanbul: Payel Yayınları.
- Bhattacharjee, A. (2012). Social science research: Principles, methods and practices. University of South Florida.
- Biswas, R. & Cassell, C. (1996). Strategic HRM and the gendered division of labour in the hotel industry a case study. *Personnel Review*, 25(2), 19-34.
- Can, A. (2013). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi* (1. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Carnaghan, E. & Bahry, D. (1990). Political attitudes and the gender gap in the USSR. *Comparative Politics*, 22(4), 379-399.
- Connell, R. (2006). The experience of gender change in public sector organizations, gender, *Work and Organization*, 13(5), 435-452.
- Cortis, R. & Cassar, V. (2005). Perceptions of and about women as managers: Investigating job involvement, self-esteem and attitudes. *Women in Management Review*, 20(3), 149-164.
- Coşkun, A. & Özdilek, R. (2012). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği: Sağlığa yansımaları ve kadın sağlığı hemşiresinin rolü, *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 9(3), 30-39.
- Cross, C. & Linehan, M. (2006). Barriers to advancing female careers in the high-tech sector: Empirical evidence from Ireland, *Women in Management Review*, 21(1), 28-39.
- Çabuk-Kaya, N. (2013). *Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliği ve eğitim*. http://kizlarinegitimi.meb.gov.tr/KEP-I/files/img/toplum_cinsiyet_ve_egitim.pdf, (erişim tarihi: 27.06.2017).
- Çelik-Bekleviç, A. (2013). *Bir üniversite hastanesi araştırma görevlilerinin toplumsal cinsiyet rolleri tutum ölçeği ve çalışma yaşamında toplumsal cinsiyet rolleri algısının değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Zonguldak.
- Dedeoğlu, S. (2009). Eşitlik mi ayrımcılık mı? Türkiye’de sosyal devlet, cinsiyet eşitliği politikaları ve kadın istihdamı. *Çalışma ve Toplum*, 2, 41-54.
- Diekmann, A.B., Eagly, A.H. & Kulesa, P. (2002). Accuracy and bias in stereotypes about the social and political attitudes of women and men. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 268-282.
- Dillabough, J.A. (2003). Gender, education, and society: the limits and possibilities of feminist reproduction theory. *Sociology of Education*, 76(4), 376-379.

- Doğru, A. (2010). *Kadın çalışanların cam tavan engelleri ve iş tatminine etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi tıp fakültesi örneği*. Yüksek lisans tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.
- Dökmen, Z.Y. (2006). *Toplumsal cinsiyet: Sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dünya Ekonomik Forumu, (2016). *Küresel cinsiyet uçurumu raporu, AB haber Brüksel*, (<http://www.abhaber.com/51707-2/>), (erişim tarihi: 14.06.2017).
- Esen, Y. (2013). Hizmet öncesi öğretmen eğitiminde toplumsal cinsiyet duyarlılığını geliştirme amaçlı bir çalışma, *Eğitim ve Bilim*, 38(169), 280-295.
- Eser, Ş. (2010). *Toplumsal cinsiyetin meslek seçimindeki rolü ve sekreterlik mesleği üzerine bir uygulama*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Büro Yönetimi Eğitimi Bölümü, Ankara.
- Gedik, E. (2015). Toplumsal cinsiyet ana akımlaştırmanın Türkiye’de kadın hareketi üzerindeki etkisi ve toplumsal cinsiyet adaleti kavramı, *The Academic Elegance*, 2(4), 209-228.
- Grown C., Gupta G.R. & Pande R. (2005). Taking action to improve women’s health through gender equality and women’s empowerment. *Millennium Project Lancet*, 365, 541-543.
- Güldü, Ö. & Ersoy-Kart, M. (2009). Toplumsal cinsiyet rolleri ve siyasal tutumlar: Sosyal psikolojik bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64(3), 97-116.
- Halis M. & Çamlıbel, Z. (2011). Algılanan iş gücü iş değiştirme niyeti üzerindeki etkisi ve otel işletmelerinde bir araştırma. *Manas Fen Bilimleri Dergisi*, 5, 75- 84.
- Hultin, M. (2003). Some take the glass escalator, some hit the glass ceiling? career consequences of occupational sex segregation. *Work and Occupations*, 30(1), 30-61.
- ILO. (2014). Employment in Tourism Industry, International Labor Organization Report, (erişim tarihi: 15.10.2017; http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--sector/documents/publication/wcms_235636.pdf)
- Jackson, J. C. (2001). Women middle managers’ perception of the glass ceiling. *Women in Management Review*, 16(1), 30-41.
- Kara, B. (2015). *Kadınların üst düzey yönetici olmalarını engelleyen “cam tavan sendromu”na ilişkin eğitim yöneticilerinin görüşleri*. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Politikası Anabilim Dalı, Ankara.
- Kattara, H. (2005). Career challenges for female managers in Egyptian hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 238-251.
- Kaya, İ. (2012). Türk turizm sektöründe istihdamın temel özelliklerinin ve sorunlarının ücretli çalışanlar açısından coğrafi bölgelere göre analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(28), 241-257.
- Kaya, S. (2016). *Algılanan ayrımcılık ve işe yabancılaşma ilişkisi üzerine bir araştırma*, Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Keskin, E. (2016). *Beş faktör kişilik özellikleri ve cam tavan engeli arasındaki ilişkiler: Antalya Kundu Bölgesindeki beş yıldızlı oteller üzerine bir uygulama*. Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Isparta.

- Kılıç, A. (2008a). Toplumsal cinsiyet, yapabilirlik yaklaşımı ve sosyal politika, *Amargi*, 8, 33-35.
- Kılıç, A. (2008b). The gender dimension of social policy reform in Turkey: Towards equal citizenship?. *Social Policy & Administration*, 42(5), 487-503.
- Kinnaird, V. & Hall, D. (1996). Understanding tourism processes: A gender-aware framework. *Tourism Management*, 17(2), 95-102.
- Kiren-Gürler, Ö. & Üçdoğruk, Ş. (2007). Türkiye’de cinsiyete göre gelir farklılığının ayrıştırma yöntemiyle uygulanması, *Journal of Yasar University*, 2(6), 571-589.
- Knutson, B. J. & Schmidgall, R. S. (1999). Dimensions of the glass ceiling in the hospitality industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(6), 64-74.
- Koca, C. (2006), Beden eğitimi ve spor alanında toplumsal cinsiyet ilişkileri. *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 81-99.
- Manderson, L. (1999). *Social meaning and sexual bodies: Gender, sexuality and barriers to women’s health care*. Sex, Gender and Health. Pollard, T. ve Hyatt S. B. (Ed.). UK: Cambridge University Press: 75-93.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. Çev: Osman Akınhay & Derya Kömürçü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Metz. I. (2005). Advancing the careers of women with children, *Career Development International*, 10(3), 228-245.
- O’Neill, R. M. & Blake-Beard, S. D. (2002). gender barriers to the female mentor – male protege relationship. *Journal of Business Ethics*, 37(1), 51-63.
- Orum, A.M., Cohen, R.S., Grasmuck, S. & Orum, A.W. (1974). Sex, socialization and politics. *American Sociological Review*, 39 (2), 197-209.
- Ökten, Ş. (2009), Toplumsal cinsiyet ve iktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin toplumsal cinsiyet düzeni. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(8), 302-312.
- Öngen, B. & Aytac, S. (2013). Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları ve yaşam değerleri ilişkisi. *Sosyoloji Konferansları*, 2(48), 1-18.
- Özaydınlık, K. (2015). Toplumsal cinsiyet temelinde Türkiye’de kadın ve eğitim, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 33, 93-112.
- Özçatal, E.Ö. (2011). Ataerkillik, toplumsal cinsiyet ve kadının çalışma yaşamına katılımı, *Çankırı Karatekin Üniversitesi iktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 21-39.
- Öztan, E. (2004). Toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları ve olumlu ayrımcılık. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 59(1), 203-235.
- Öztürk, M. Y. & Dedeoğlu, S. (2010). *Kapitalizm ve ataerki ilişkisi çerçevesinde kadın emeği*. İçinde: S. Dedeoğlu ve M.Y. Öztürk (Der.), Kapitalizm, Ataerkillik ve Kadın Emeği: Türkiye Örneği, İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı, 9-23.
- Özvarış, Ş. B. (2008). Toplumsal cinsiyet, kadın ve sağlık. *Hacettepe Tıp Dergisi*, 39, 168-174.
- Parlaktuna, İ. (2010). Türkiye’de cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılığın analizi, *Ege Akademik Bakış*, 10(4), 1217-1230.
- Pratto, F., Stallworth, L.M. & Sidanius, J. (1997). The gender gap: Differences in political attitudes and social dominance orientation. *British Journal of Social Psychology*, 36(1), 49-68.
- Sancar, S., Acuner, S., Üstün, İ., Bora, A., & Romaniuc, L. (2006). *Bir de buradan bak: cinsiyet eşitsizliği bir “kadın sorunu” değil, toplumun sorunudur*. Ankara: Ka-Der Yayınları.

- Sayılan, F. (2012). *Toplum cinsiyet ve eğitim*. İçinde: F. Sayılan (Der.), Toplumsal Cinsiyet ve Eğitim: Olanaklar ve Sınırlar, Ankara: Dipnot Yayınları, 13-76.
- Sayın, A. (2007). *Toplumsal cinsiyet ve çalışma hayatı*, İçinde: Yeğenoğlu, M., Önen, M. ve Susan, M., Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları (1. Baskı), İstanbul: Heinrich Böll Stiftung Derneği Yayınları, 35-42.
- Scott, J.W. (2007). *Toplumsal cinsiyet: Faydalı bir tarihsel analiz kategorisi*. Çev: Aykut Tunç Kılıç. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Sezgin, D. (2015). Toplumsal cinsiyet perspektifinde sağlık ve tıbbileştirme. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 153-186.
- Şahin, M. & Gültekin, M. (2013). *Toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı politika uygulayan ülkelerde kadın ve aile: İzlanda, Finlandiya, Norveç, İsveç*. Bursa: Aile Akademisi Derneği.
- Şıvgın, N. (2015). *Cinsiyet rolleri eğitim etkinliklerinin anasınıfına devam eden 60-72 aylık çocukların toplumsal cinsiyet kalıpyargularına etkisinin incelenmesi*, Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Şimşek, H. (2011). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kadın üreme sağlığına etkisi: Türkiye örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(2), 119-126.
- Tekin, Ö.A. & Gençer, Z. (2016). Otel işletmelerindeki işlere ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algısı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 495-521.
- Toraman, B. E. (2011). *Eğitim örgütlerinde kadınların yönetsel konuma yükselmelerinde cam tavan etkisi*. Yüksek lisans tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Tokat.
- Tucker, H. (2007). Undoing shame: tourism and women’s work in Turkey. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5(2), 87-105.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), (2017). *İstatistiklerle Kadın*. Haber Bülteni, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24643>, (erişim tarihi: 15.06.2017).
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), (2017). *Meslek grubuna göre istihdam edilenler, toplumsal yapı ve cinsiyet istatistikleri*, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1068#, (erişim tarihi: 03.07.2017).
- Urhan, B. & Etiler, N. (2011). Sağlık sektöründe kadın emeğinin toplumsal cinsiyet açısından analizi, *Çalışma ve Toplum*, 2(29), 191-216.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 35, 29-56.
- WTTC. (2017). *Travel and Tourism Economic Impact 2017 World*, World Travel and Tourism Council Report, (erişim tarihi: 15.10.2017; <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>)
- Zeyneloğlu, S. (2008). *Ankara’da hemşirelik öğrenimi gören üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin tutumları*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doğum ve Kadın Hastalıkları Hemşireliği Programı, Ankara.