

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt 17 • Sayı 1 • Bahar 2006 • ISSN 1300 - 4220



IV. Akademik Turizm Semineri yapıldı..

MAKALELER

Öğrencilerin Öğretim Elemanları ile İlgili Kalite Beklentileri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği

Atıla AKBABA - Behiye Elvin GÜRÜ
Mehmet YARAN - Hürriyet ÇİMEN

Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma

Mehmet SARIİŞİK - Orhan AKOVA -
Mehmet ÇONTU

Türkiye'de Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği

M. Mithat ÜNER - Alptekin SÖKMEN
İbrahim BİRKAN

Mersin'de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi

Teoman DUMAN - Mustafa TEPECİ
Kamil UNUR

Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma

Kurtuluş KARAMUSTAFA
Nihat ÇEŞMECİ

Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açılımları Üzerine Bir Araştırma

Ali YAYLI - Yüksel ÖZTÜRK

TURİZM TARİHİNDEN

Türkiye Turizminin Gelimesi Hakkında Raporlar

Kenan ŞANLIER

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi

EDITÖR

Nazmi KOZAK
Anadolu Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
Yunusemre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/5961
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

YAYIN DANIŐMANLARI

Mehmet ÖZDEMİR
Hacettepe Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi
Sosyoloji Bölümü (yz)
Beytepe Kampusu,
06532 Ankara
E-posta: mehmet.ozdemir@tcmb.gov.tr

Meryem AKOĞLAN KOZAK
Anadolu Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
Yunusemre Kampusu, 26470 Eskişehir
Tel: (0222)-335 05 80/5960
Faks: (0222) 335 66 51
E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

İmtiyaz sahibi: Hüseyin Yıldırım, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Organizasyon, Danışmanlık, Turizm Ltd. Şti.
Adakale Sokak, No: 14/1, Kızılay, 06420 Ankara ● Tel: 0312 - 434 09 49 ● Faks: 0312 - 434 31 42 ● E-posta: detayyay@ttnet.net.tr

BİLİMSEL DANIŞMA KURULU

Ahmet AKTAŞ, Akdeniz Üniversitesi
Mehmet ALTINAY, Doğu Akdeniz Üniversitesi
İbrahim BİRKAN, Başkent Üniversitesi
Hasan İşin DENER, Çankaya Üniversitesi
Tülin İÇLİ, Polis Bilimleri Fakültesi
Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Üniversitesi
Asker KARTARI, Ankara Üniversitesi
Meral KORZAY, Boğazıçı Üniversitesi

Yavuz ODABAŞI, Anadolu Üniversitesi
Turgut VAR, İzmir Ekonomi Üniversitesi
Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi
Alparslan USAL, Dokuz Eylül Üniversitesi
Öcal USTA, Dokuz Eylül Üniversitesi
Muzafer S. UYSAL, Virginia Tech
M. Mithat ÜNER, Gazi Üniversitesi
Cemal YÜKSELEN, Mustafa Kemal Üniversitesi

BÖLÜM EDITÖRLERİ

Araştırma İncelemeleri
Özkan TÖTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
E-posta: ozkan.tutuncu@deu.edu.tr
Çeviri Seçme Makaleler
Teoman DUMAN, Gaziosmanpaşa Üniversitesi
E-posta: teomanduman@yahoo.com
Bilimsel Makale İndeksi (Türkçe)
E. Ozan AKSÖZ, Anadolu Üniversitesi
E-posta: oeaksoz@anadolu.edu.tr

Konferans Notları
Murat AZALTUN, Anadolu Üniversitesi
E-posta: mazaltun@anadolu.edu.tr
Tez Özetleri
Hatice GÜÇLÜ, Anadolu Üniversitesi
E-posta: hguciu@anadolu.edu.tr
Bilimsel Makale İndeksi (İngilizce)
Dilek ACAR, Anadolu Üniversitesi
E-posta: dacar1@anadolu.edu.tr

YAZIŐMA ADRESİ

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, P. K. 589 - 06444, Yenişehir, ANKARA
Tel: 0312 - 479 10 84 ● Faks: 0312 - 479 10 84 ● GSM: 0532 - 286 75 84 ● E-posta: anatolia@tr.net
<http://www.anatoliajournal.com/atad>

YAYIN POLİTİKASI

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1990 yılından bu yana, turizm ve yakın alanları olan "konaklama işletmeciliği", "seyahat işletmeciliği", "yiyecek-içecek işletmeciliği" başta olmak üzere; turizm disiplininin yakın ilgi ve ilişki içerisinde olduğu dallarda hazırlanmış makaleler yayımlanmaktadır. Dergiye ulaŐan makaleler, 1997 yılından itibaren yayın kurulu listesinde yer alanların hakemliğinde değerlendirildikten sonra uygun bulunmaları durumunda yayımlanmaktadır. Her makale en az iki üyenin değerlendirilmesine sunulmaktadır; gerekli görüldüğünde İstatistik Editörü ve Yazım ve Dilbilgisi Editörünün incelemesine de başvurulabilmektedir. Dergiye gönderilecek makalelerin hazırlanması aşamasında "Yayın ve Yazım Kuralları"na özellikle uyulması yazarlardan beklenmektedir. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde "Denetimli Makaleler"ın yanı sıra, "Araştırma Notları", "Tez Özetleri", "Konferans Notları", "Kitap Tanıtımı" "Türkçe ve İngilizce Bilimsel Makale İndeksi" ve "Editöre Mektup" bölümlerine de yer verilmektedir. Söz konusu bölümlere yazı göndermek isteyenlerin ilgili bölüm editörüyle iliŐkiye geçmeleri gerekmektedir.

ABONE BİLGİLERİ

Türkiye ve KKTC'den yapılan başvurularda, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi iki (ilkbahar ve Sonbahar) ve Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research iki (Summer ve Winter) sayı olmak üzere, bir yıllık abonelik başvurusu yapanlara toplam dört sayı gönderilmektedir. Abone bedelinin Türkiye İş Bankası-Yenişehir (Ankara) şubesinde kayıtlı olan 4218-5354520 numaralı hesaba yatırıldığını gösteren dekontun fotokopisinin "P.K. 589 - 0664, Yenişehir, Ankara" adresine veya 0312 - 479 10 84 numaralı faksaya gönderilmesi, abonelik işleminin tamamlanması için yeterli olmaktadır.
(Not: her iki dergi yılda ikişer sayı yayınlanmaktadır).

Abone Bedelleri	1 Yıllık (4 Sayı)
Kurum	60 YTL.
Akademisyen	40 YTL.
ÖĞrenci	25 YTL.

ÖNEMLİ AÇIKLAMA

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'ne önerilecek makalelerin "makale hazırlama ve yazım bilgileri"nin incelenmesinin ardından hazırlanması yerinde olacaktır. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Makale Hazırlama ve Yazım Kuralları'na ilişkin açıklamalar derginin son iki sayfasında yer almaktadır. Söz konusu açıklamalar, her bilimsel dergiye önerilecek makaleler için uyulması istenilen asgari kuralları içermektedir. Bu aşamada yazarların dikkate almaları gereken diğer önemli husus ise, makalenin hazırlanması aşamasında atıf ve kaynakça düzenlerinin dikkate alınması ve çalışmanın buna göre biçimlendirilmesidir. Önceki örneklerden de görüldüğü üzere, yazarlar bu konuya hemen hiç önem vermeyen, en iyi bildikleri atıf ve kaynakça düzenine göre makaleleri hazırlamaktadırlar. Bu uygulamanın, çoğu durumda, makalenin yayımlanma aralığının uzamasına neden olabileği unutulmamalıdır. Ayrıca, dergiye önerilen makalelerin üç örnek halinde (birinde yazarın/yazarların kimliği ve adresi yazılı, diğerlerinde yazılı değil) hazırlanması gerektiği dikkate alınmalıdır.

<http://www.anatoliajournal.com/atad>

Yayın Kurulu Üyeleri

<p>Atila AKBABA Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Düzce</p> <p>Sevgin AKIŞ Boğaziçi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul</p> <p>Şafak AKSOY Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya</p> <p>Levent ALTINAY Oxford Brookes University, Business School, İngiltere</p> <p>Zerrin AŞAN Anadolu Üniversitesi, Fen Fakültesi, Eskişehir</p> <p>Murat AZALTUN Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Şeymus BALOĞLU University of Nevada Las Vegas, Harrah College of Hotel Administration, ABD</p> <p>Kemal BIRDİR Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin</p> <p>Ayşe BAŞ COLLINS Bilkent Üniversitesi, Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Ankara</p> <p>A. Celil ÇAKICI Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Çanakkale</p> <p>Uğur DEMİRAY Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Eskişehir</p> <p>Dündar DENİZER Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Fusun İSTANBULLU DİNÇER İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul</p> <p>Teoman DUMAN Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Tokat</p> <p>Yüksel EKİNCİ University of Surrey, Department of Hospitality Management, İngiltere</p> <p>Bengü ERTUNA Boğaziçi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul</p> <p>Ender GEREDE Anadolu Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Ayhan GÖKDENİZ Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya</p> <p>Kurtuluş KARAMUSTAFA Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Meslek Yüksekokulu, Nevşehir</p> <p>Osman KARATEPE Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, KKTC</p> <p>Ergün KAYA Anadolu Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Erdoğan KOÇ Doğu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul</p> <p>Metin KOZAK Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Muğla</p> <p>Salih KUSLUVAN Erciyes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir</p>	<p>Derman KÜÇÜKALTAN Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Çanakkale</p> <p>Fermani MAVİŞ Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Şeyda ODABAŞI Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara</p> <p>Fevzi OKUMUŞ Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Muğla</p> <p>Leyla ŞENTÜRK ÖZER Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara</p> <p>Yüksel ÖZTÜRK Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Ankara</p> <p>Musa PINAR Valparaiso University, College of Business Administration, ABD</p> <p>Bahattin RIZAOĞLU Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Kuşadası</p> <p>Güven SEVİL Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Eskişehir</p> <p>Mehmet SARIİŞİK Kocaeli Üniversitesi, Derbent Meslek Yüksekokulu, Kocaeli</p> <p>Fusun SOYKAN Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İzmir</p> <p>Alptekin SÖKMEN Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ankara</p> <p>Bahar TANER Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin</p> <p>Bahattin TAYLAN Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir</p> <p>Metin TEBERLER İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul</p> <p>Mustafa TEPECİ Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin</p> <p>Necdet TİMUR Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Eskişehir</p> <p>Nilüfer TETİK Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Antalya</p> <p>Ahmet TOLUNGUÇ Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara</p> <p>Özkan TÜTÜNCÜ Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir</p> <p>Şükrü YARCAN Boğaziçi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul</p> <p>Mehmet YEŞİLTAŞ Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Ankara</p> <p>Atila YÜKSEL Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Kuşadası</p> <p>H. Rıdvan YURTSEVEN Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Meslek Yüksekokulu, Çanakkale</p>
--	---

EDİTÖRDEN..

Bazı akademik gelişmeler ve Anatolia..

Son yıllarda Türkiye’de turizm araştırmaları ile ilgili önemli çalışmalar yapılıyor. Ancak, daha çok üçüncü kuşak turizm araştırmacılarının özel gayretleri ile gerçekleştirilen bu çalışmaların etkileri ne yazık ki, ilk iki kuşak tarafından yeterince algılanamıyor, önemsenmiyor veya anlaşılıyor!..

Bir yanda, dünya ile boy ölçüşebilecek derecede ciddi çalışmalar, öte yanda bilimsel bir araştırmanın temel olmazsa olmaz koşullarını bile taşımayan, niteliksiz çalışmalar.. Bu tezatin sonuçları giderek daha bariz olarak ortaya çıkıyor. Bir yanda ciddi çalışmalar, bir yanda şov ve şarlatanlık!..

Son dönemde, nedendir bilinmez, 2001 yılında kapatılan doçentlik temel alanının tekrar açılması ile ilgili girişimler birden bire günde geliverdi!.. Önce, apar topar yüksekökol yöneticileri bir araya getirildi. Sonra da Üniversitelerarası Kurul’a gönderilecek mektubun taslağı üzerinde çalışmalar başlatıldı. Temel alanın açılması ile ilgili beklentilerin daha çok öznel dağılım ortaya koyması dolayısıyla, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* editörlüğü bu çalışmalara uzak durmayı tercih etti. Ancak, ortaya çıkan taslak mektubu incelendiğinde Türkiye’de turizm araştırmaları alanında Anatolia dergileri ve gerçekleştirdiği aktiviteler dışında, turizm alanının tekrar açılması konusunda Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı’nı ikna edebilecek nitelikte elle tutulur çalışmaların olmadığı da ortaya çıkmış oldu!..

Zira, turizm eğitimi ve araştırmalarının bu denli geliştiği veya öyle iddia ettiğimiz Türkiye’de bir alanın doçentlik temel alanı olarak açılabilmesi için hazırlanan bir mektubun temel gerekçelerinin yer aldığı paragraf Anatolia dergileri ve aktivilerinden oluşuyor!.. Söz konusu paragraf aynen şöyle:

“...Turizm alanında ülkemizde yayımlanan akademik dergi sayısı, altıya ulaşmıştır. Turizme yönelik bilimsel dergiler 17 yıldır faaliyet göstermektedir. Bunlardan biri olan “Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research” dergisi, uluslararası alanda dokuz yıldır Türkiye’nin bilimsel tanıtımına destek olmakta ve bu alanda Dünya’da taranan ilk 6 dergi arasında yer almaktadır. Turizm alanında her yıl ülkemizde en az 2 kongre düzenlenmektedir. Birincisi düzenlendikten sonra öğrenci katılımlı kongrelerin sayısının hızla artmasına vesile olan Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi’ne başvuran bildiri sayısının 300 (üç yüz)’e yakın olması alanın Türkiye’de hangi noktalara geldiğini göstermesi açısından önemlidir. Türkiye’de Akademik Turizm Bülteni, altı yıldır aralıksız her ay binlerce kişiye ulaşmaktadır. ...”

Geriyeye söylenecek bir şey kalmıyor. Umuyoruz ki herkes bundan kendine göre bir ders çıkaracaktır..

İÇİNDEKİLER

- 6 Anatolia’dan..**
Mehmet ÖZDEMİR
- HAKEM DENETİMLİ MAKALELER**
- 9 Öğrencilerin Öğretim Elemanları ile İlgili Kalite Beklentileri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği**
Atıla AKBABA - Behiye Elvin GÜRÜ - Mehmet YARAN - Hürriyet ÇİMEN
- 22 Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma**
Mehmet SARIŞIK - Orhan AKOVA - Mehmet ÇONTU
- 35 Türkiye’de Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği**
M. Mithat ÜNER - Alptekin SÖKMEN - İbrahim BİRKAN
- 51 Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi**
Teoman DUMAN - Mustafa TEPECİ - Kamil UNUR
- 70 Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma**
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Nihat ÇEŞMECİ
- 87 Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açuları Üzerine Bir Araştırma**
Ali YAYLI - Yüksel ÖZTÜRK
- TURİZM TARİHİNDEN**
- 98 Türkiye Turizminin Gelişmesi Hakkında Raporlar**
Kenan ŞANLIER
- 102 YENİ YAYINLAR**
- KONFERANS NOTLARI**
Murat AZALTUN, Editör
- 103 1. Bursa Turizm Sempozyumu**
Yusuf AYMANKUY
- 105 “II. European Congress on Rural Tourism”**
Füsun SOYKAN
- 107 “2005 AOIFE Annual Conference”**
E. Ozan AKSÖZ
- 108 IV. Akademik Turizm Semineri: Nitel Araştırma Yöntemleri**
Metin ARGAN
- 110 “Fifth Mediterranean Conference”**
Gözde EMEKLİ
- 111 Hafta Sonu Turizm Konferansı-X: Turizmde İş Ahlakı**
A. Celil ÇAKICI
- 112 Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği 2005 Yılı Barlas Küntay Turizm Araştırma Ödülü Sonuçları**
Sibel MEHTER AYKIN
- 113 TÜRKÇE MAKALE İNDEKSİ**
E. Ozan AKSÖZ
- 116 İNGİLİZCE MAKALE İNDEKSİ**
Dilek ACAR
- 123 TEZ ÖZETLERİ**
Hatice GÜÇLÜ
- 127 MAKALE HAZIRLAMA VE YAYIM BİLGİLERİ**

Sil Baştan mı? (Türkiye Neyse, Turizmimiz de Odur!)

Dr. Mehmet ÖZDEMİR

Son yıllarda turizmimiz oldukça iyi gidiyordu. Ben de oldukça iyimserdim. Anatolia'daki yazılarımda da bu iyimserliğimi belirttim. Güz 2004 sayısında (23 Temmuz 2004'de yazılmış) "Turizm için hava müsait" demişim. Özellikle beklentilerimizi iyi tespit edersek, değerlendirmelerimizi daha sağlıklı yapabileceğimizi anlatmışız: "İşte ayaklarımızı sağlam basabilirsek, "beklentilerimizi" iyi tespit edebilirsek, ilerisi için umutlu olabiliriz. Keşke bu yolda Devlet de üzerine düşeni yukarıdaki satırlarda değindiğimiz gibi lâyıkıyla yerine getirebilseydi. Ama öğrendiğimiz bir başka gerçek de " devletten pek fazla bir şey beklememek" olgusu. Bu gerçek yalnız turizm için geçerli değil ki!.."

İyimserliğimiz 2005 yılında da devam etti. Bu sürdürülen iyimserlik son derece önemliydi. Çünkü ilk körfez krizinden (1990) yılından beri, özellikle ben "yoğurdu üfleyerek yemeği" öğrenmiştim. O'nun için " turizm iyi" diyorsak, normal ve belli şartlar altında " turizm gerçekten iyi" demekti. Bahar 2005' de bir başka durumu daha dile getirdim: "Bu iş en fazla turizme yarar!" O yazı da Avrupa Birliğinden müzakere tarihi almamızdan hemen sonra yazılmıştı(23 Aralık 2004) "... elimizdeki en büyük güç turizmdir... (Avrupa Birliğinden) müzakere tarihi almamız, " işlerin daha da iyi gitmesini" temin edecek... Turizm Türkiye için bir can simidi olabilir... Türkiye turizmi belki de yıllardır beklediği patlamayı yapabilir..."

Bunlar çok fazla iyimser olmayan, hele hiç hayâl peşinde koşmayan bir insanın satırları olarak, daha da önem kazanıyor.

Kendi ayağımıza kurşun sıkma adetimiz

Bu sene ile ilgili ilk sinyaller Ocak-Şubat aylarından itibaren gelmeye başladı. Beni ilk uyarın Antalya'dan Sadık Afacan oldu. Tanıyanlar eski arkadaşlarımızın bilgi ve tecrübelerine ne derece önem verdiğimi bilirler. Eski TURBANCILAR zaman zaman görüşüp, dertleştiğimiz; bu arada fikir alışverişi yaptığımız eski dostlarımız. O söyledi durumun çok kötü olduğunu. Doğrusu istenirse, ben o'nun anlattıklarını da biraz abartılı buldum. Bizim işletmecilerin bir meslekî hilesidir. Durumu olduğundan biraz daha olumsuz gösterirler... Sene sonundaki performansları biraz daha yüksek görünsün! Bu çeyrek asırdır aşına olduğumuz bir durum...

Allah biliyor ya, bu "gamlı baykuş" pozisyonunun "klâsik bir yansıması" diye düşünmedim de değil... Ama Sadık'ın çok önceden gördüğü durum Mart-Nisan aylarında, ciddî bir şekilde gazetelere de yansıyan acı bir gerçek şeklinde önümüze çıktı.

Nisan başında Ömer AKYÜZ bir konferans vermek için Ankara'ya geldi. Ömer AKYÜZ yalnızca Türk turizminin değil, TURBAN'ın da duayenidir. Turizm Bankası İşletmeler ve İştirakler başkanı olarak çok önemli işler başardı. TURBAN Çeşme'nin ilk müdürlerindendir. Çeşme'nin "Çeşme" olmasında büyük katkıları vardır. Yıllardır FRAM'ın Türkiye temsilcisi. Mesleki özellikleri bir yana; bir dünya iyisi, dünyanın en dürüst insanlarından birisi. Gazete havadislerinin dışında O'nunla sohbet edip, gerçeği "bir bileninden" öğrenmek istedim. Durum gerçekten o kadar kötü müydü?

"Evet, o kadar kötü..."

Ömer AKYÜZ'e göre de durum gerçekten çok kötüydü.

"Hep bizim hatamız" diyordu. "Bir kuş gribi" çıkardık, kendi ayağımızı kurşunladık... Hollanda'da manşet olduk. Halbuki aynı Hollanda'da kuş gribinden 50'den fazla insan öldü, kimsenin ruhu duymadı... Bizim televizyonlarla özellikle Avrupa televizyonları adeta yarışa girdiler. Onlar yoruldukça, bizimkiler yeni malzemeler koydular önlerine, "alın kullanın" diye... Böyle ihanet görülmemiştir... Tam "kuş gribi" bitti diye düşünürken, bu sefer bir de "karikatür krizi" çıktı... Son derece yakışsız şeyler... bütün dünyada Müslümanların protestoları. Kimi yerde daha medenice, kimi yerde daha vahşice. Ama birader kimse çıkıp adam öldürmedi!.. Biz tuttuk bir de Papaz öldürdük!..Zaten 11 Eylül İkiz Kulelerden beri sistematik olarak geliştirilen bir İslâm fobisi var, biz bu nefretin de odağına oturmayı başardık!.. Zaten kara kara düşünüyoruz, hepimiz cambaz olmuşuz "nasıl bu kapasiteyi doldururuz" diye. Kendi kendimize en büyük kötülüğü yaptık!.."

2006'da turizmi yakan altı neden

Ömer AKYÜZ'ün de üzerinde durduğu gibi, 2005 yılında 18 milyar dolar gelir elde ettiğimiz ve 22 milyon turist ağırladığımız turizmimizden; doğal olarak 2006 yılında daha fazla turist ve daha fazla gelir bekliyorduk. Oysa yılın ilk üç ayında düşüş, yüzde 50'lere yaklaşmıştı. İşin daha da kötü yanı, turist sayısındaki bu düşüş, Türkiye'nin en önemli pazarı olan ve diğer ülke gruplarına göre daha faz-

la para harcayan turist profiline sahip Avrupa'daki OECD ülkelerinden gelen turistlerden kaynaklanıyor. Söz konusu ülkelerden gelenlerin sayısı bu dönemde yüzde 25,2 oranında azalarak 1 milyon 192 binden, 891 bine indi. OECD dışındaki Avrupa ülkelerinden gelenlerin sayısı ise yüze 14,5 azalarak 386 bin kişiye geriledi!

Bu düşüşün sinyalleri aslında başıra başıra geldi. Bu duruma gelinmesinde çoğu zaman olduğu gibi başta kendi budalalıklarımız ve budalalarımız etkili oldu. Peş peşe yaşanan talihsiz olaylar ve Türkiye'nin idare zaafı, adeta kendi ayaklarına kurşun sıkması, bu sonucu getirdi:

1. Kuş Gribi

Kuş kadar akli olmayanlar, yalnızca bir sektörü nerdeyse ortadan kaldırmakla kalmadılar. Türkiye düşmanlarına istediklerinden âlâ malzeme verdiler. Doğudaki çok nüfuslu ailelerin trajik yaşantısı dillere plâsenk oldu! Çok çocuk olduğu gerçeği bir taraftan Avrupa Birliği yolundaki Türkiye'nin defosu olarak gösterilirken, diğer taraftan Türklerin yoksul bıraktığı zavallı Kürtler diye takdim edildi!.. Sanki Türkiye kuş gribinden kırılıyor, Türkiye'ye ayak basacak kuş gribinden hemen mevta olacak intibai uyandırıldı.

2. Türkiye-İsviçre Maçı

Milyonlarca dolar para kazanan, kerameti kendinden menkul bir takım futbol baronları, kendi menfaatleri için ve meseleye adeta "millî bir prestij" havası vererek Türkiye'yi ateşe attılar. Aslında mesele ünlü reklâmdaki gibi "tamamıyla duygusal" dır!.. Yoksa "millî" meseleler bunlar gibilerin eline kaldıysa, o daha da korkunç... Profesyonel düşünce ve uygulamadan habersiz, işin kolayına saparak mahalle külhanbeyi edası ile Türkiye'yi dünyaya rezil ettiler. Allahın inayeti ile bir yerlere gelen Türk futbolunu (Dünya Üçüncülüğü) gladyatör arenasına döndürerek, kendi vahşi ve ilkel kişiliklerini hem tatmin ediyor, hem de dünyada görülmemiş şekilde zahmetsiz servet kazanıyorlar.

3. Karikatür Krizi ve Ardından Gelen Trabzon'daki Papaz Cinayeti

Avrupa medeniyetlerinin temeli olan ırkçılığın ve kendini beğenmişliğin tipik örneği; Haz. Muhammed'in aşağılandığı, alay edildiği, küstahlık ve terbiyesizlik numunesi karikatürler, aslında Avrupalı'nın gerçek yüzünü gösteriyordu... Ama döndü, dolaştı yine bizim üstümüzde patladı! Dünyanın her yerinde protestolar yapıldı. Kimisi bayraklar yakarak, kimisi provakatif. Adamlar bunları tele-

vizyonlarında seyrederken çocuklarına müslümanları "öcü" diye gösterdiler. Ama Papazı öldürme "şerefi" bize düştü...

4. Bir türlü halledilemeyen alt yapı sorunu

Muhteşem, kaymak gibi yollarımız; dünya şaheseri işletmelerimizin neredeyse tüm ülkeyi mislere gark edecek, lavanta, çiçek kokulu kanalizasyonları; gürül gürül akan sularımız; ışıl ışıl parlayan elektirliğimiz...

5. Yabancı basında geniş şekilde yer bulan Türkiye'nin yaşadığı iç siyasi krizler...

Gülü tarife ne hacet...

6. Ve terör olayları

Durum 1999 yılından daha kötü

Son 15 yılın turizmimizde iniş-çıkışlarla geçtiğini söyledik: 1991 ve sonrası zaten KÖRFEZ olayından dolayı kaybedilmiş yıllardı. Daha sonraki yıllar Yunan ve Kürt nifakının elbirliğiyle, bir taraftan orman yakarak, diğer taraftan bomba atarak... yaptığı tedhişlerle geçti. Meselâ 1995'de, 2005 gibi bir yıld. Türk turizmi "Körfez Krizi"nin yaralarını sarmaya başlamıştı. Gazeteler turizmin gerçekten patladığını, turistik işletmelerde yatakların 15 Mayıs -15 Ekim arası doluluk oranlarının yüzde yüzlere ulaştığını, ucuz ve kaliteli hizmet nedeniyle, yabancıların Türkiye'yi tercih ettiklerini, turizmcilerin korkusunun çifte rezervasyon olduğunu... yazıyordu! Sonra ne olduysa 12 Mart 1995'de Gazi-osmanpaşa olayları oldu... Başkaldırmalar, ölenler, akabinde Türk ordusunun operasyonları, batının Türkiye'yi Avrupa'dan dışlama tehditleri...

Ya 1999? Eşkiyabaşı 6 Mart'ta yakalandıktan sonra Avrupa'daki bölücü terör organizasyonu PKK tüm dost kuvvetlerini de yanına alarak, Avrupa sokaklarını tam bir tedhiş alanı haline getirmişti. Türkiye'ye tehditler savuran PKK militanları, Avrupa basınına da yanlarına çekerek, bu tehditlerini başta Almanya olmak üzere Avrupa kamuoyuna ulaştırmayı başarmıştı. Avrupa medyasının önemli bir bölümünün Türkiye hakkındaki ön yargılı tutumu ve Türk-Kürt sorunu ile ilgili yayınları sonucu, Türkiye'ye tatile gidilmemesi imajı yarattılar... Bazı medya kuruluşları daha da ileri giderek, PKK'nın Türk turizminin boykot edilmesini isteyen tutumunu da destekledi!..

1999 yılında turizm tam anlamıyla dibe vurmuştu... Tabii bu yıllarda Türkiye'nin hali de hiç iç açıcı değildi. Siyasî ve ekonomik istikrar pamuk

ipliğine bağlanmıştı. Türkiye ile ilgili çeşitli siyasî senaryolar üretilmeye başlanmıştı. Bilinen gruplar hep tehditler savuruyordu.

Bu yazıyı kaleme alırken çok ilginç bir gazete haberi okudum: "Irak Kürdistan Partisi Lideri Mesut Barzani, El Arabiya televizyonuna verdiği demeçte, Kuzey Irak'ı Dubai gibi serbest bölge yapacaklarını söyledi. Araya giren El Arabiya muhabiri TÜRKİYE'NİN DE ADINI VEREREK, "Komşularınız buna izin verir mi?" sorusunu yöneltti. Barzani bu soruyu cevaplandırırken, şöyle dedi: "Birileri halkımızın kazanımlarını engellemeye ve ilerlememizi durdurmaya çalışırsa, BİZ DE ONLARIN İSTİKRAR VE EMNİYET İÇİNDE OLMASINI ENGELLERİZ." (Hürriyet: 26 Nisan 2006, s. 28)

Biz işte 15 senedir (PKK'nın şehir eylemlerine başladığından beri) bunu yazıyoruz. Olay budur. Ve bunu söyleyen İmralı'daki eşkiya başı değil, isminin başında "devlet sıfatları" taşıyan kaşarlanmış soylu eşkiyadır. Bu tehditleri, uçakta "first class"la seyahat eden, "beberuhi" kılıklı kravatlı eşkiya Baydemir'den dağdaki eşkiya şeflerine kadar hepsi pervasızlıkla yapmaktadırlar: "Kürdistan Demokratik Konfederalizm önderi Abdullah Öcalan'ın "fizik olarak imha edilebilirim" açıklaması ardından PKK Yürütme Konseyi Başkanı Murat KARAYILAN, "ÖCALAN'a yönelik olası bir fiziki imha yöntemi durumunda "Ankara'yı yerle bir edeceklerini" söyledi...." (Yeni Gündem: 06 Ağustos 2005).

İç turizm çare mi?

Turizmcilerimiz bütün bu gerçekleri biliyorlar. Onun için bir takım cambazlıklar peşindeler. Tabii hep söyledik: İç turizm ihmal edilmemelidir. İç turizm, dış turizmin emniyet sübabudur, vesaire, vesaire... Ama dış turist geldiği zaman, hep iç turist ihmal edildi. Veya uygulanan fiyatlar arasında büyük farklar vardı. Ne zaman ki dış turizmden ümit kesilir, o zaman akla iç turizm gelir. Şimdi de aynı oyunu biraz daha organize olmuş bir şekilde seyrediyoruz.

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜREFED), Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) ve Ekin Fuarçılık, yerli turisti Türkiye'de tatil yapmaya çağırmak için 10 ili kapsayan "roadshow" düzenliyormuş (Hürriyet: 22 Nisan 2006, s. 17). Zararın neresinden dönülürse kârdır. Yalnız dürüst olun. "Projenin yurtdışından gelecek turistte yaşanan daralmayla ilgisi bulunmadığını" söylemek seslendiğiniz ve medet umduğunuz halkı aptal yerine koymaktır. Daha önce aklınız neredeydi. Projenin hedefi geçen yıl 1.2 milyon olan yerli turist sayısını bu proje ile 2 milyona çıkartmakmış. 10 ili

dolaşacak TIR'la insanları tatile çağıracaklarmış... Anadolu'daki tatil potansiyelini harekete geçireceklermiş...

Bunların en tecrübelisi Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı; yabancıların Türkiye'de ucuza, Türklerin ise pahalıya tatil yaptığı imajını silmek istediklerini söylemiş. Türkiye'de erken rezervasyon ve sezon dışında tatil yapma alışkanlığının kazanılması gerektiğini vurgulamış. "Türkiye'de tatil Temmuz ve Ağustos aylarında yapılıyor. Millî Eğitim Bakanlığı'yla konuşarak okul tatillerinin birer hafta kaydırılmasını isteyeceğiz. Böylece Haziran ve Eylül'de tatil ayları içine girebilir" demiş.

Elhak doğru! Teşhiste beraberiz. (Bakınız: *Turizm İçin Hava Müsait; Kazım Ayağı Öyle Değil*: Madde: 5, *Anatolia*, Güz 2004, s. 103) Gerisi?.. Bir kere birer hafta kaydırılması ile (okulların bir hafta erken kapanması, bir hafta geç açılması) nasıl birer ay kazanılmış, anlayamadım. Varlıkların etrafında pek ilk ve orta öğrenime giden öğrenci olmadığı anlaşılıyor! Sonra diğer handikaplara hiç değinmemiş... Yerli turisti diyelim 2 milyona çıkardık, 700-800 bin yerli turist artışıyla milyonlarca turist açığı nasıl kapanır?

Böyle tedbirlerle yatak doldurmayı düşünüyorsak, durum gerçekten çok vahim demektir. Ki birde 1999'dan bu güne yatak kapasitesindeki artışı da hesaplırsak!

Sonuç: Sil baştan mı?

Turizm Türkiye'nin simgesidir.

"Sil baştan" değil... Türkiye varlığı, kalkınması, bütünlüğü, istikrarı ve Avrupa Birliği hedefi istikametinde bir süreç yaşıyor. Yaşadıklarımız bu sürenin merhaleleri... Bu süreç zorlu geçecek. Önümüze her türlü engelleri koyacaklar. BİZİM GÜÇLÜ OLMAMIZ İÇİN ELLERİNDEN GELENİ YAPACAKLAR.

Bu oyunun oyuncularını yalnızca dış unsurlar değil. İçte de oyunun aktörleri ve figüranları var. Seyircinin de kafası çok karışık... Bu hercümerç içerisinde doğruyu görebilmesi de çok zor.

Temsilde "iyi adamı" oynayanlar da maalesef çok beceriksiz, yeteneksiz, bilgisiz... Kısacası kifayetsiz... İnsan kalitemiz, özellikle idarî mekanizmalarımızda giderek düşüyor...

Tekrar, tekrar söylüyoruz: Türkiye Turizmi Türkiye'nin simgesidir. Turizme bakın, Türkiye'nin ne halde olduğunu anlayın.

Turizm Bakanlığı'nı kapatan zihniyet merihten gelmedi....

Ankara, 28 Nisan 2006

Öğrencilerin Öğretim Elemanları ile İlgili Kalite Beklentileri: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği

Quality Expectations of Students Upon Faculty Members: A Case Study at the Akçakoca School of Tourism and Hospitality Management

Atila AKBABA* - Behiye Elvin GÜRÜ - Mehmet YARAN** - Hürriyet ÇİMEN****

Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi

ÖZ

Bu çalışmanın amacı yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkıda bulunmaktır. Bu amaç çerçevesinde, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olan öğrencilerin (s = 399) öğretim elemanları tarafından sunulan hizmetlerin kalitesi ile ilgili beklentileri araştırılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin kalite beklentilerinin neler olduğu, bu beklentilerin hangi faktörler içerisinde olduğu ve beklentilerin ve faktörlerin önem düzeyleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda öğretim elemanlarının sundukları hizmetlerin kalitesi ile ilgili öğrenci beklentilerini açıklayan 24 ifade içeren altı faktörlü bir yapı belirlenmiştir. Elde edilen altı faktör, "güven telkin etme", "alan yeterliliği", "empati", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "mesleğe özgü davranış özellikleri" ve "akademik gelişim" olarak adlandırılmıştır. Bu altı faktörden "güven telkin etme" faktörünün en önemli faktör olarak belirlendiği, daha sonra, "alan yeterliliği", "mesleğe özgü davranış özellikleri", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "akademik gelişim" ve "empati" faktörlerinin sıralandığı görülmüştür. Çalışma kapsamında geliştirilen ölçeğin ve sonuçta elde edilen bulguların değerlendirilmesi ile kalitenin yükseltilmesi çabalarına yönelik olarak geliştirmeye gereksinim duyulan alanlar belirlenebilecektir.

Anahtar sözcükler: Kalite beklentileri, akademik programlar, öğretim elemanları, turizm ve otel işletmeciliği programları, Akçakoca, Türkiye.

ABSTRACT

The purpose of this study is to contribute to the efforts toward the understanding and improving the concept of quality in higher education. Within the frame of this purpose, the expectations of the students (n=399) who attend Akçakoca The School of Tourism Management and Hotel Administration, Abant İzzet Baysal University, about the quality of services offered by the teaching staff were researched. In this study, the questions of what the quality expectations of students are, under what dimensions these expectations gather, and importance levels of these expectations and dimensions were analysed. As the findings of this study, a six dimensional construct which consists of 24 items that explains the students' expectations about the quality of services provided by the teaching staff was identified. The six dimensions were named as: "instill confidence in students", "competence in the field of study", "responsiveness", "activities to facilitate learning", "behavioral characteristics unique to profession", and "academical advancement". Among those six dimensions, "instill confidence in students" has emerged as the most important one, and "competence in the field of study", "behavioral characteristics unique to profession", "activities to facilitate learning", "academical advancement", and "responsiveness" dimensions have followed in respectively. Through the analysis of the measure developed in this study and the findings of the study, the fields that require improvement in the effort of quality would be identified.

Keywords: quality expectations, academic programs, faculty members, tourism and hospitality departments, Akçakoca, Turkey.

GİRİŞ

Her geçen gün artan sayıda hizmet işletmesi kalite konusuna ilgi göstermekte ve hizmet kalitesini geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır. Hizmet sektörünün ekonomiyi oluşturan diğer sektörlerle göre daha hızlı gelişmesi ve ekonominin en büyük sektörü haline gelmesi, hizmet kalitesi konusuna olan ilgiyi arttıran en önemli etkidir (Ghobadian ve Diğerleri 1994; Zeithaml ve Diğerleri 1990). Hizmet kalitesine yönelik ilgiyi arttıran etkenlerden birisi de, işletmelerin başarılı olmalarında kaliteli hizmet sunumunun önemli bir rol oynadığının belirlenmesidir (Augustyn ve Ho 1998; Ghobadian ve Diğerleri 1994; Gummesson 1991). İşletmeler

sundukları hizmetlerin kalitesini yükselterek pazardan aldıkları payı büyütebilmekte, daha yüksek karlılık sağlayabilmekte, verimliliklerini arttırabilmekte, müşteri bağlılığını oluşturabilmekte ve rakip işletmelere göre bir farklılık yaratarak fiyat rekabetinden korunabilmektedirler (Zeithaml ve Diğerleri 1990; Kimes 2001).

Hizmet sektörü içerisinde yar alan yükseköğretim alanında da kaliteye olan ilgi artmaktadır (Beaver 1994; Devebakan ve Diğerleri 2003). Öğrencilerin öğrenim görebilecekleri üniversite seçeneklerinin çoğalmakta olması ve buna bağlı olarak üniversiteler arasındaki rekabetin de artması, bu alanda hizmet üreten kurumları kalite arayışına yönelten

önemli bir etkidir (Sohail ve Shaikh 2004). Daha- sı, eğitim alanıyla ilgili bilimsel yazın yükseköğretim kurumlarının müşterilerini oluşturan öğrenciler, öğrenci aileleri, mezunlar, işverenler ve benzeri çevrelerin bu kurumlardan beklentileri ile kurumların performansları arasında çok büyük bir fark oluştuğunu ve bu farkın giderilmesine yönelik olarak yine aynı çevrelerden artan bir baskı olduğunu da belirtmektedir (Brigham 1994). Daha genel bir çerçeveden incelendiğinde de, ülkelerin gerçek gizil güçlerini ortaya çıkararak ve bunları değerlendirerek günümüzün küresel rekabet ortamında başarılı olabilmelerinin, genel olarak ülkedeki eğitim sisteminin kalitesiyle yakından ilgili olduğu vurgulanmaktadır (Pitman ve Diğerleri 1995; Gencel 2001; Yalçınkaya 2002). Böyle bir ortamda, ülkelerin eğitim sisteminin kalitesini geliştirmeye yönelik çabaları yanında, çok sayıda yükseköğretim kurumunun da Toplam Kalite Yönetimi (TKY), Sürekli Geliştirme (SG) gibi çeşitli kalite programları ile kaliteyi geliştirerek müşterilerinin memnuniyetini ve kurumlarının yaşamasını sağlamaya çalıştıkları görülmektedir (Beaver 1994; Koch ve Fisher 1998). Birçok yükseköğretim kurumu, kalitenin geliştirilmesi amacıyla yönelik olarak ders programlarının değiştirilmesi, öğretim elemanlarının nitelik ve nicelik olarak gözden geçirilmesi, akademik çalışmaların cesaretlendirilmesi, somut öğelerin geliştirilmesi, öğrenci kabul ve kayıt işlemlerinin yeniden düzenlenmesi, idari yapının geliştirilmesi, fonların etkin kullanımının sağlanması gibi farklı çalışmalar uygulamaktadır (Koch ve Fisher 1998). Ülkemizdeki yükseköğretim kurumları incelendiğinde de, bazı kurumların TKY, EFQM (European Foundation for Quality Management) modeli gibi çeşitli uygulamalar yardımıyla sundukları hizmetlerin kalitesini geliştirmeye çalıştıkları görülmektedir (Devebakan ve Diğerleri 2003).

Diğer taraftan, günümüzde kalitenin müşteriler tarafından belirlendiği, bir mal veya hizmetin kaliteli olup olmadığına müşterilerin karar verdiği görüşü yaygın kabul görmektedir (Powers 1997). Yüksek kaliteli mal ve hizmetler üretmeyi amaçlayan işletmelerin müşteri istek ve gereksinimlerini doğru tespit ederek, bu istek ve gereksinimleri karşılayacak özellikleri taşıyan mal ve hizmetleri üretmeleri, diğer bir deyişle, müşteri odaklı hizmet üretimi anlayışını benimsemeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, özellikle 1980'li yıllarda TKY'nin gelişmesiyle birlikte, çok sayıda yükseköğretim kurumu TKY ile ilgilenmeye başlamış ve sundukları hizmetlerin kalitesini geliştirmek için müşteri istek ve gereksinimlerini temel alan müşteri odaklı hiz-

met üretimi anlayışını benimseme yoluna gitmişlerdir (Pariseau ve McDaniel 1997).

Bu noktada, yükseköğretimde "müşteri" kavramının tanımlanması ve bu kavramla kimlerin ifade edildiğinin belirlenmesi de gerekmektedir. Juran ve Gryna (1993)'nın tanımına göre "müşteri", bir ürün veya süreç tarafından etkilenen herkestir. Müşteri kavramı geniş bir çerçevede incelendiğinde üç tür müşteri söz konusu olmaktadır (Guinta ve Pratzler 1993).

İç Müşteriler: Organizasyon içerisinde mal veya hizmetleri kabul eden bir sonraki aşama konumundaki müşterilerdir. Söz gelimi, diğer birimlerde üretilmiş parçaları birleştiren montaj görevlileri veya mal veya hizmeti kullanmalarında tüketicilere yardımcı olan satış temsilcileri iç müşteriler olmaktadır.

Ara Müşteriler: Mal veya hizmetlerin tüketicilere (son kullanıcı) ulaşmasında rol oynayan, ürünleri alan ve perakendecilere satan, ana toptancı, aracı gibi müşterilerdir.

Dış Müşteriler (Son Kullanıcılar): Mal veya hizmetlerin tüketicileri dış müşterileri oluşturmaktadır. Bu grubun beklentileri işletme için en fazla öneme sahip beklentiler olmaktadır. Bu beklentiler karşılanmadığında tüketiciler ürünleri satın almayacaktır.

Bu müşteri türlerinin her birinin kendine özgü beklentileri ve öncelikleri olduğu için bir mal veya hizmetin kalitesinin geliştirilmesi çabalarında iç müşteriler, ara müşteriler ve dış müşterilerin kapsamlı bir biçimde ele alınarak tüm müşteri gruplarının belirlenmesi ve bu grupların beklentilerinin bilinmesi yararlı olacaktır.

İlgili yazında yükseköğretim kurumlarının çok sayıda müşteri grubuna yönelik hizmet ürettiği konusunda görüş birliği olmakla birlikte (Pitman ve Diğerleri 1995; Cloutier ve Richards 1994; Ewell 1993; Brown ve Koenig 1993), bu müşteri gruplarının önem sıraları konusunda değişik görüşler ileri sürülmektedir. Assar (1993) bazı yükseköğretim kurumlarının öğrencileri temel müşteri grubu olarak ele aldıklarını ve kalitenin iyileştirilmesine yönelik çabalarında öğrencilerden yoğun bir şekilde yararlandıklarını belirtmektedir. Bu kurumlarda öğrencilerden oluşturulan güçlendirilmiş takımlar müfredat programının oluşturulması, derslerin tasarımı, ders hedeflerinin ve stratejilerinin oluşturulması süreçlerinde yönetime yardımcı olmaktadır. Ewell (1993) ise öğrencileri hem temel müşteri hem de ham madde olarak nitelendirmektedir. Yazara göre öğrenciler okul seçimi, okula devam, ders seçimi gibi sürekli karar vermeleri gereken konular nedeniyle ve kayıt, oto park, kütüphane, yiyecek gibi

hizmetlerin kullanıcısı konumunda olduklarından dolayı temel müşteri sınıfında yer almakta, ancak ğretim hizmetleri boyunca bir killendirmeye konu oldukları için de, aynı zamanda, üretim sürecinin ham maddesi olmaktadır. Bazı yazarlar ise, öğrencilerin en önemli müşteri gruplarından biri olduğunu kabul etmekle birlikte, kalite geliştirme çalışmalarının sadece öğrenciler üzerinde odaklanmasının bazı olumsuzluklar doğurabileceğini belirtmektedirler. Söz gelimi, Rhodes (1992) ğrencilerin odak noktası olarak kabul edilmesinin eğitimdeki en önemli yönetim sorunlarından bazılarının nedeni olduğunu ifade etmektedir. Marchese (1991) ğrencilerin yükseköğretim kurumlarının müşteri grupları içerisinde yer aldığını belirtmekle birlikte, bu kurumların temel müşterilerinin kurumdaki i müşteriler olduğunu ve birinci önceliğin i müşterilerin beklentilerinin öğrenilmesi ve karşılanması olduğunu savunmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının müşterilerini belirlemede bazı yazarlar farklı bakış aarıyla yaklaşarak diğer müşteri gruplarını da tanımlamaktadırlar. Bazı yazarlar öğrencilerin aynı zamanda yükseköğretim kurumlarının ürününü oluşturduğunu ve bu açıdan değerlendirildiğinde öğrencilere iş olanağı sağlayan işverenlerin de müşteri gruplarından biri olduğunu belirtmektedirler (Seymour 1993; Goodby 1993). Ayrıca, yükseköğretim kurumları sadece ğretim hizmetleriyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda çevresindeki topluma ve işletmelere danışmanlık yapma, eğitim verme ve bilgilendirme amaçlı paneller, toplantılar düzenleme gibi bazı hizmetler sundukları için yakın ekonomik evre ve yerel toplum da birer müşteri olmaktadır (Barrier 1993). Pitman ve diğerleri (1995), yükseköğretim kurumlarının sorumluluklarından birisinin de topluma hizmet edecek bireylerin yetiştirilmesi olduğunu belirtmektedir. Yine bu kurumların yaşaması toplumun ödediği vergilerle olanaklı olmaktadır (Ewell 1993). Bu görüş açısıyla bakıldığında, toplum da müşteri grupları arasında yer almaktadır.

Yukarıda yer verilen yaklaşımlar özetlendiğinde, yükseköğretim kurumlarının müşterilerinin öğrenciler, mezunlar, ğretim elemanları, yükseköğretim kurumlarının yöneticileri, ğrenci aileleri, işverenler, akreditasyon organizasyonları, yakın ekonomik evre, yerel toplum ve toplumun genelinden meydana geldiği anlaşılmaktadır. Bu müşteri gruplarının beklentilerinin doğru ve eksiksiz olarak belirlenmesi ve karşılanması yükseköğretimde kalitenin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda belirleyici bir rol oynayacaktır.

Yükseköğretim hizmetlerinde kalite kavramının anlaşılması ve hizmetlerin kalitesinin geliştirilme-

sine yönelik araştırmalar incelendiğinde, konuyla ilgili bilimsel yazında sınırlı sayıda çalışma yapılmış olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan büyük bir bölümü, çeşitli yükseköğretim kurumlarındaki hizmet kalitesi düzeyini ölçen veya bazı yükseköğretim kurumlarında yürütülen kalite geliştirme çalışmalarının kapsamı ve sonuçları hakkında bilgi veren çalışmalardan oluşmaktadır (Entin 1993; Lozier ve Teeter 1996; Koch ve Fisher 1998). Yükseköğretim hizmetlerinde kalite kavramının tanımlanması, kaliteyi oluşturan faktörlerin ve bu faktörlerin kapsadığı beklentilerin belirlenmesi ve müşteri gruplarının ayrı ayrı beklentilerinin araştırılmasına yönelik çalışmaların çok sınırlı olduğu görülmektedir. Brown ve Koenig (1993) Oregon Devlet niversitesi işletme Fakültesinin hizmet kalitesini ölçmeye yönelik bir çalışma yürütmüştür. Bu alışma, fakültenin daha önce mezun olmuş öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiş ve görüşme yöntemi kullanılarak öğrencilerden açık uçlu sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerden %69'u hizmetlerin kalitesinin ölçülmesinde öğrencilerin ve mezunların karar verici olması gerektiğini ifade etmiştir. Araştırmada ulaşılan bir diğer önemli bulgu da katılımcıların %54'ünün ğretim elemanlarını kaliteyi belirleyen en önemli öğelerden birisi olarak ne çıkartmış olmalarıdır.

Kuei ve Lu (1997) hizmet kalitesini geliştirmeye yönelik olarak önerdikleri bir yaklaşımı test ettikleri bir çalışma kapsamında, Amerika Birleşik Devletleri'nin New York kentindeki bir niversitenin sunduğu hizmetlerin kalitesini ölçmek için SERVQUAL leğinden yararlanmışlardır. Araştırmacılar, SERVQUAL leğini kullanarak öğrencilerin niversitenin sunduğu hizmetlerle ilgili beklenti ve algılamalarını yedili bir ölçek üzerinde değerlendirmiştir. Araştırma sonucunda yazarların elde ettiği bulgulardan biri de, SERVQUAL leğinin hizmet kalitesinin ölçülmesinde yararlı bir araç olduğu, ancak araştırma yapılan hizmet alanın özellikleri gözönünde bulundurularak ölçek üzerinde uyarlamaların yapılması gerektiğidir. Sohail ve Shaikh (2004) Suudi Arabistan'daki bir niversitenin işletme bölümünde yaptıkları bir çalışmada, uyarlanmış bir SERVQUAL leği kullanarak bölüm tarafından sunulan hizmetlerin öğrenciler tarafından algılandığı şekliyle kalitesini ölçmüştür. Bu çalışmada araştırmacılar, öğrencilerin niversite tarafından sunulan hizmetlerin kalitesini değerlendirmede kullandıkları altı faktörlü bir yapı belirlemişlerdir. Bu faktörler içerisinde, "ilişkide bulunan personel" faktörü öğrencilerin hizmet kalitesini değerlendirmelerinde en etkili faktör olarak ortaya

çıkmıştır. Bu faktör, öğrencilerin sürekli bir ilişki içerisinde oldukları öğretim elemanları ve idari kadro elemanlarını kapsamaktadır. Önem sırasına göre diğer faktörler, somut öğeler, şöhret, heveslilik, olanaklara erişim ve ders programı olarak sıralanmaktadır. Debebakan ve diğerleri (2003) Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü'nde gerçekleştirdikleri çalışmada bir anket yardımıyla lisansüstü öğrenim görmekte olan öğrencilerden, aldıkları dersleri ve öğretim elemanlarını değerlendirmelerini istemişlerdir. Öğrencilerden elde edilecek geri bildirimini öğretim elemanları tarafından değerlendirilmesiyle verimliliğin ve kalitenin geliştirilmesi ve aynı kurumda yürütülecek ISO 9000: 2000 Kalite Yönetim Sistemi çalışmalarına katkıda bulunulması amacıyla adı geçen kurumda gerçekleştirilen bu çalışmada yazarlar, öğretim kurumlarında kalitenin sağlanmasında öğretim elemanlarının temel öge olduğunu vurgulamaktadırlar. Pazarlıoğlu ve diğerleri (1999) 86 sorudan oluşan bir anket kullanarak Dokuz Eylül Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin yükseköğretimden beklentilerini araştırdıkları çalışma sonucunda öğrencilerin yükseköğretimle ilgili beklentilerinin üç faktörlü bir yapı çerçevesinde şekillendiğini belirlemişlerdir. Üniversitelerin öğrencilere sunduğu somut ve yapısal olanaklar ile ilgili beklentileri ifade eden değişkenler birinci faktörü oluşturmakta, kantin, yerleşke olanakları, mediko olanakları, yemekhane, sosyal etkinlikler gibi öğrencilerin üniversitelerden bekledikleri ilave olanaklar ile ilgili beklentileri ifade eden değişkenler ikinci faktör içerisinde yer almaktadır. Üçüncü faktör ise öğretim kadrosu ile ilgili beklentileri ifade eden değişkenleri içermektedir. Tütüncü ve Doğan (2003) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden eğitim hizmeti alan öğrencileri kurumun dış müşterileri olarak tanımlamış ve bu müşteri grubunun tatmin düzeylerini belirlemeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Araştırmacılar, bir anket yardımıyla 248 öğrenciden veri topladıkları çalışmada, dersler, öğretim elemanları, enstitü personeli ve sistem yönetimi faktörleri çerçevesinde müşteri tatminini ölçmüş ve sonuçta, eğitim kalitesine etki eden en önemli faktörün öğretim elemanları faktörü olduğunu belirlemiştir.

Konuyla ilgili bilimsel yazın incelendiğinde, yükseköğretim kurumlarının müşterilerinin bu kurumlardan beklentilerini belirlemeye yönelik çalışmaların sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan çalışmaların öğrenciler üzerinde odaklandığı ve öğrencilerin genel olarak sunulan hizmetlerin bütününden beklentilerini belirlemeye yönelik olduğu görülmektedir. Yükseköğretim kurumlarının müşterilerinin,

kaliteyi belirleyen en önemli öğelerden biri olduğu kabul edilen öğretim elemanlarından beklentilerinin belirlenmesine yönelik bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Oysa, yukarıda sunulan araştırma sonuçlarının da vurguladığı gibi, yükseköğretim hizmetlerinin kalitesi alanında çalışmalar yapan çok sayıda araştırmacı kalitenin sağlanmasında en önemli öğenin "öğretim elemanları" olduğunu belirtmektedir (Koch ve Fisher 1998). Öğretim elemanlarının yükseköğretim hizmetlerinin kalitesi açısından önemli olmasının bir diğer nedeni de öğretme eyleminin temel ögesi olmaları, diğer bir deyişle, öğretme işinin planlayıcısı ve uygulayıcısı olmalarıdır (Sözer ve Diğerleri 2002).

Bu çalışmanın amacı yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkıda bulunmaktır. Bu amaçla Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans düzeyinde turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi görmekte olan öğrencilerin öğretim elemanları tarafından sunulan hizmetlerle ilgili beklentileri araştırılmaya çalışılmıştır.

YÖNTEM

Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda (TİO-YO) lisans düzeyinde turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi görmekte olan öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili kalite beklentilerinin incelendiği bu araştırmada, çalışmanın temel çerçevesinin oluşturulmasında SERVQUAL ölçeği ve ölçeğin alt yapısını oluşturan kuramsal çerçeveden yararlanılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan bir ölçek olan SERVQUAL ölçeği Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilmesindeki başlangıç noktası Grönroos tarafından ortaya atılan "algılanan hizmet kalitesi" kavramıdır (Grönroos 1983). Bu kavramdan yola çıkarak yazarlar hizmet kalitesini, müşterilerin beklentileri ile algılamaları arasındaki fark (Zeithaml ve Diğerleri 1990), diğer bir deyişle, işletmenin müşteri beklentilerini karşılama veya bunları aşma yeteneği şeklinde tanımlamışlardır (Parasuraman ve Diğerleri 1988). Yazarlar bu tanımlı temel olarak SERVQUAL ölçeğini geliştirmişlerdir (Bouman ve Van Der Wiele 1992). Başlangıçta 10 faktör ve 97 çift önermeden oluşan orijinal ölçek, bazı araştırmacılar tarafından yöneltilen eleştiriler de dikkate alınarak yazarları tarafından 1988, 1991 ve 1994 yıllarında gözden geçirilmiş ve bazı değişiklikler uygulanmıştır. Son şekliyle ölçek, hizmet kalitesinin beş faktörünü oluşturan; so-

mut öğeler, güvenilirlik, anında hizmet, güven telkin etme ve empati faktörleri içerisinde toplanmış 22 çift önerme yardımıyla müşterilerin hizmetlerle ilgili beklentilerini ve algılamalarını belirlemek ve algılama ile beklenti arasındaki fark hizmet kalitesinin ölçüsünü vermektedir (Parasuraman ve Diğerleri 1991).

Bu çalışmada öğrencilerin beklentilerinin ve bu beklentilerin önem derecelerinin belirlenmesi amacıyla yapılandırılmış bir anket uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anketin geliştirilmesi aşamasında öncelikle konuyla ilgili bilimsel yazında yer alan araştırmalar incelenmiş ve odak grup görüşmeleri yürütülmüştür. Öğrencilerin öğretim elemanlarından olası beklentilerinin belirlenmesi için üç odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinin yürütülmesinde Morgan (1997) tarafından geliştirilen yaklaşım uygulanmıştır.

Odak grup görüşmeleri toplam 34 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiş, her bir grubun cinsiyet ve sınıf dağılımları açısından dengeli oluşturulmasına dikkat edilmiştir. Görüşmeler bir moderatör ve iki gözlemcinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinin başlangıcında katılımcılar görüşmelerin amacı konusunda bilgilendirilmiş ve sonrasında uygulamaya geçilmiştir. Katılımcılardan, kaliteli bir eğitim-öğretimin gerçekleştirilmesi çerçevesinde düşünerek, öğretim elemanlarından beklentilerinin neler olduğu konusunda fikirlerini belirtmeleri istenmiştir. Görüşmeler yaklaşık bir saat sürmüş ve görüşmeler sonunda elde edilen veriler değerlendirilerek anket formunun oluşturulmasında kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan anketin oluşturulmasında, odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler yanında, ilgili alanda daha önce yapılan çalışmalardan da yararlanılmıştır. Sohail ve Shaikh (2004), Devebakan ve diğerleri (2003), Tütüncü ve Doğan (2003), Pariseau ve Daniel (1997) ve LeBlanc ve Nguyen (1997) tarafından yapılan çalışmalar öğrenci beklentileriyle ilgili ifadelerin üretilmesinde katkı sağlamıştır. Anketin oluşturulmasında SERVQUAL ölçeğinden de temel çerçevenin oluşturulması amacıyla yararlanılmıştır. SERVQUAL ölçeğinde yer alan 22 ifadeden bazıları çalışmanın yapıldığı alana uyarlanarak ankete dahil edilmiştir. Ancak, ankette yer alan 29 ifadenin büyük çoğunluğu odak grup görüşmelerinden ve ilgili bilimsel yazından derlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin hem beklentilerinin hem de algılamalarının ölçülmesi yerine, bu anket sadece öğrencilerin beklentilerini ölçmek üzere tasarlanmıştır. Bu yönüyle anket SERVQUAL ölçeğinden farklılık göstermektedir. Anket for-

munda yer verilen öğrenci beklentileri yedi dereceli sayısal bir ölçek üzerinde değerlendirilmiştir. Ölçekte sadece 1 (çok önemsiz) ve 7 (çok önemli) sayıları için açıklayıcı ifadeler kullanılmış, diğer sayılar için herhangi bir açıklama sunulmamıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin beklentilerinin belirlenmesine ve bunların önem derecelerinin ölçülmesine yönelik bir yapı oluşturulmuştur. Bu bölümde, daha önceden tespit edilmiş olan öğrenci beklentileri sıralanmış ve öğrencilerden bu ifadelerin kendileri için taşıdığı önem düzeyini düşünerek yedili ölçek üzerinde bir puanlama yapmaları istenmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde ise katılımcılarla ilgili demografik veriler elde etmeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Çalışmada kullanılan anketin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması için üç aşamalı bir ön çalışma gerçekleştirilmiştir. Geçerlilik, belirli bir kavramı ölçmek için geliştirilmiş bir ölçeğin gerçekten bu kavramı ölçüp ölçmediği ile ilgilidir. Güvenilirlik ise, geliştirilen ölçeğin zamana ve yere göre değişiklik göstermemesi, tutarlı ve dengeli sonuçlar üretmesi ile ilgilidir (Sekaran 2000). Üç aşamalı ön çalışma ile anketin görünüş geçerliliği ve mantıksal geçerliliği sağlanmıştır. Anket formu ilk olarak öğrenciler tarafından (birinci aşama) ve sonrasında öğretim elemanları tarafından (ikinci aşama) incelenmiştir. Bu incelemeler sonrasında bir de ön uygulama gerçekleştirilmiştir (üçüncü aşama). Hazırlanan anket formu kullanılan dil, yapı ve bütünlük açılarından üç aşamada değerlendirilmiş ve her aşamada yapılan öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Üçüncü aşamada gerçekleştirilen ön uygulama çerçevesinde yirmi öğrenci ile yüz yüze görüşülerek anket formlarını doldurmaları istenmiştir. Bu ön uygulamada anket formlarının öğrenciler tarafından anlaşılmasında ve doldurulmasında hiç bir zorlukla karşılaşılmadığı ve ankette kullanılan dilin kolayca anlaşıldığı gözlemlenmiştir. Öğrencilerin beklentilerini belirlemeye yönelik olarak ankette yer alan yirmidokuz adet ifadenin içsel tutarlılığını ölçmek amacıyla yapılan güvenilirlik analizi sonucunda tüm ifadeler için Cronbach alpha katsayılarının 0,67 ile 0,73 arasında olduğu belirlenmiştir. Cronbach alpha katsayısı, bir dizi içerisindeki öğelerin birbirleriyle ne düzeyde olumlu ilişkili olduklarını gösteren, diğer bir deyişle, bir ankette yer alan soruların her birinin birbiri ile ne kadar iyi ilişkilendirilmiş olduğunu araştıran bir güvenilirlik katsayısıdır (Sekaran 2000). 0,60 düzeyinde ve yukarısında oluşan Cronbach alpha güvenilirlik katsayıları kabul edilebilir düzeylerdir (Nunnally ve Bernstein

1994). Ön uygulamada elde edilen anket formları için yapılan güvenilirlik analizi sonucu ankette yer alan ifadeler için elde edilen Cronbach alpha katsayılarının önerilen düzeylerde olduğu görülmekte ve ifadelerin içsel tutarlılığının ve güvenilirliğinin sağlanmış olduğu anlaşılmaktadır.

Ön uygulama sonuçları değerlendirilerek anket çalışmasının uygulamasına geçilmiştir. Anket uygulamasının ana kitlesini çalışmanın yürütüldüğü dönemde Türkiye'deki tüm turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokullarında lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmanın uygulama alanını Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca TİOYO'nda gerçekleştirilmiştir. Yüksekokul öğrenci işlerinden alınan bilgilere göre bu dönemde yüksekokula kayıtlı öğrenci sayısı 156 bayan ve 243 bay olmak üzere toplam 399'dur. Anket uygulaması 2004-2005 öğretim yılı bahar döneminde final sınavlarından önceki son ders haftası içerisinde gerçekleştirilmiştir. Uygulama, araştırmacıların tüm sınıflara ders başlamadan önce girerek anket formlarını öğrencilere dağıtmaları ve hemen sonrasında dolu formları geri toplamaları şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşımla, hem öğrencilerin daha sağlıklı değerlendirme yapmalarına olanak sağlamak, hem de daha yüksek bir anket dönüş oranı gerçekleştirmek amaçlanmıştır. Çalışma sonunda elde edilen 251 adet anket formundan 6 tanesi veri eksikliği nedeniyle değerlendirme dışı bırakılmış ve değerlendirmeye uygun görülen 245 anket formuna göre analizler yapılmıştır. Değerlendirmeye uygun bulunan anketler bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS 11.0 (Statistics Programme for Social Sciences) paket programı yardımıyla gerek duyulan analizler uygulanmıştır. Anket uygulamasının temel bölümünü oluşturan, öğrenci beklentilerinin neler olduğunun ve bu beklentilerin öğrencilerin gözünde ne derece önem taşıdığı belirlenmesi amacıyla oluşturulan birinci bölümdeki veriler tanımsal istatistik yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiş, ortalama değerler ve standart sapmalar elde edilmiştir. Her bir ifade için bulunan ortalamalar ve standart sapmalar tablo 1'de gösterilmiştir. Standart sapma değerleri, ortalama etrafında oluşan dağılımın bir ölçüsü olmaktadır (Sekaran 2000). Ankete verilen cevapların ortalama etrafındaki dağılımı konusunda bir fikir vermektedir. Ortalama ve standart sapma en yaygın olarak kullanılan tanımlayıcı istatistik değerleridir. Her bir ifade için elde edilmiş ortalama değerleri öğrencilerin o ifadeler için olan beklenti düzeyleri hakkında bilgi vermektedir. Ortalama değerinin yüksek olması, öğrencilerin söz konusu ifade için beklenti düzeyinin daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Öğrencilerin değerlendirmelerine sunulan ifadelerin anlamlı gruplar içerisinde toplanmasını sağlamak ve veri azaltımına gitmek amacıyla bir faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, güvenilir bir anket geliştirilmesi amacı doğrultusunda, bir yapıyı oluşturan ifadelerin o yapıya ait olup olmadıklarına karar vermede de kullanılan yardımcı bir araçtır (Coakes ve Steed 2001). Faktör analizinin ilk aşamasında bir ilişki matrisi oluşturularak faktör analizinin uygulanabilirliği araştırılmış ve ilişki matrisinde oluşan değerlerin önemli bir bölümünün 0,3'ten daha yüksekte olduğu görülmüştür. Bu sonuç, elde edilen matrisin faktör analizi için uygun olduğu anlamına gelmektedir (Coakes ve Steed 2001). İlişki matrisine ek olarak bir karşı-yansıma ilişki matrisi oluşturulmuş ve çalışmanın her bir değişken için örneklem uygunluğu araştırılmıştır. Karşı-yansıma ilişki matrisinde her bir değişken için elde edilen değerlerin kabul edilebilir değer olan 0,5'ten yüksek olduğu belirlenmiş ve çalışmanın örneklem uygunluğu tasdik edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluğu ölçüsü kabul edilebilir değer olan 0,6'dan yüksek olarak 0,876 bulunmuştur. Bartlett testi değeri 2496,172 ve önem düzeyi: 0,000 olarak bulunmuştur. Bu analizler faktör analizinin uygulanabilirliğini araştıran analizlerdir. Faktör analizi içerisinde uygulanan birincil bileşen analizi ve Varimax döndürme yöntemi sonucunda, ankette yer alan ifade sayısı 24'e düşürülmüş ve bu 24 ifadenin altı grup içerisinde toplanması sağlanmıştır. Faktör analizinin sonuçları tablo 2'de sunulmuştur.

Faktör analizi ile elde edilen özdeğerler (Eigen value), ifadelerin kaç grup içerisinde toplandığı konusunda bilgi vermektedir. Özdeğerleri bire eşit olan veya birden büyük olan faktör sayısı kadar grup oluştuğu anlaşılmaktadır (Coakes ve Steed 2001). Faktör analizinde faktör yükleri 0,4'e eşit veya daha yüksek bulunan değişkenler anlamlı olarak kabul edilmiş ve analize dahil edilmiştir. Daha önce de belirtildiği gibi Cronbach alpha değerleri bir ölçeğin güvenilirliği konusunda fikir vermektedir. Elde edilen alpha değerleri incelendiğinde bu değerlerin en düşük 0,8751 ile en yüksek 0,8850 değerleri arasında olduğu ve toplam için oluşan alpha değerinin ise 0,8835 olduğu görülmektedir. Uygulanan güvenilirlik analizi sonucu ölçekte yer alan ifadeler için ve ifadelerin toplamı için elde edilen Cronbach alpha katsayılarının oldukça yüksek olduğu görülmekte ve ifadelerin içsel tutarlılığının ve güvenilirliğinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Yüksek alpha değerleri, bu bölümü oluşturan ifadeler arasında iyi bir içsel tutarlılık olduğunu göstermekle birlikte, ifadelerin toplamı için bulunan yüksek alpha değeri, ölçeğin birliktelik geçerliliğine işaret

Tablo 1. Analizler sonucu her bir ifade için bulunan değerler (s = 245).

Öğretim Elemanları İle İlgili Beklentiler	Önem Puanı Ortalaması	Standart Sapma
Öğretim elemanlarının dış görünüşlerinin göze hoş görünmesi (giyim ve kişisel bakım olarak).	5,04	1,65
Öğretim elemanlarının derste yardımcı araç ve gereçlerden yararlanması (tepegöz, projektör gibi görsel ve işitsel yardımcı araç-gereçler).	5,94	1,44
Öğretim elemanlarının derslere her zaman hazırlıklı gelmesi.	6,33	1,08
Öğretim elemanlarının zaman konusunda titiz olması (dersin başlama, bitiş saatleri, danışma saatleri gibi).	5,01	1,85
Öğretim elemanlarının öğrencilerle ilgili kayıtları doğru tutması (devam çizelgeleri, yazılı, sözlü, sunum notları gibi).	5,47	1,96
Öğretim elemanlarının öğrencilerin başarı durumlarını değerlendirirken nesnel olması.	6,11	1,39
Öğretim elemanlarının ders verdikleri alanlarda bilgili olması (kuramsal bilgi yanında gerçek hayat uygulamaları açısından da bilgili).	6,51	0,88
Öğretim elemanlarının ders alanındaki güncel gelişmeleri izleyerek öğrencilere aktarması.	6,08	1,11
Öğretim elemanlarının sundukları hizmetleri amaca uygun şekilde gerçekleştirmesi (dersler, ödevler, sınavlar, sunumlar gibi aktivitelerin amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilmesi).	6,02	1,07
Öğretim elemanlarının ders sırasında öğrencilerin derse katılımını sağlaması.	5,35	1,66
Öğretim elemanlarının derslerin işlenmesinde uygulamalı öğrenime olanak sağlaması (sözlü anlatım yanında uygulamayla da gösterme, öğrenciye uygulama yaptırma gibi).	5,70	1,53
Öğretim elemanlarının öğrencileri inceleme ve araştırma yapmaya yöneltmesi.	5,60	1,58
Öğretim elemanlarının kişisel sorunlarını derse ve öğrencilere yansıtması.	5,96	1,57
Öğretim elemanlarının öğrencilere hizmet sunumunda hevesli olması.	6,07	1,23
Öğretim elemanlarının derisi canlı bir tempoda yürütmesi.	6,16	1,30
Öğretim elemanlarına erişimin kolay olması (ders sırasında ve ders dışında doğrudan veya telefon, internet gibi araçlarla).	5,91	1,45
Öğretim elemanlarının öğrencilere dostça ve kibar davranması.	6,31	1,03
Öğretim elemanlarının öğrencilere saygı göstermesi.	6,33	1,13
Öğretim elemanlarının öğrencilere kendilerini özel hissetmelerini sağlayacak kişisel ilgi göstermesi.	4,69	1,91
Öğretim elemanlarının öğrencilere hizmet sunumunda tutarlı olması (tüm öğrencilere her zaman aynı hizmetin sunulması).	6,03	1,35
Öğretim elemanlarının hizmet sunumunda öğrencilerde güven uyandırması.	6,18	1,06
Öğretim elemanlarının öğrencilerin isteklerine göre hizmette esneklik sağlaması (derse devam, ödevler, dersin işleniş şekli gibi konularda esneklik).	5,73	1,51
Öğretim elemanlarının gerekli iletişim becerilerine sahip olması (dersin iyi öğretilmesi).	6,33	1,07
Öğretim elemanlarının ders dışında öğrencilerle bir arkadaş gibi kaynaşabilmesi.	5,35	1,77
Öğretim elemanlarının ders dışında kalan çeşitli konularda da bilgi ve yardım sunması (kariyer planlama, kişisel sorunlar, sosyal ilişkiler gibi).	5,87	1,40
Öğretim elemanlarının okulun sosyal alanlarını öğrencilerle eşit kullanması (yemekhanede aynı masaları paylaşma, aynı tuvaletleri kullanma gibi).	4,92	2,11
Öğretim elemanlarının akademik unvan sahibi olması (yardımcı doçent, doçent, profesör gibi).	5,07	1,93
Öğretim elemanlarının akademik çalışmalarında verimli olması (kitap, makale, üretme, projeler yürütme, konferanslarda bildiri sunma gibi).	5,30	1,69
Öğretim elemanlarının doğal birer lider olması.	4,86	1,72

etmektedir (Parasuraman ve Diğerleri 1991). Ayrıca faktör analizi sonucunda elde edilen her bir faktör için de güvenilirlik analizi uygulanmış ve elde edilen güvenilirlik katsayılarının 0,8372 ile 0,5500 aralığında değerler aldığı görülmüştür. Elde edilen güvenilirlik katsayıları her bir faktörü oluşturan ifadeler arasında içsel tutarlılık olduğunu göstermektedir. Analiz sonucu oluşan değerler tablo 3'de görülmektedir.

Fornell ve Larcker (1981) faktör analizi sonucu elde edilen "toplam % varyans" değerinin, ölçeğin uygunluk geçerliliği için karar vermede bir ölçüt olduğunu belirtmektedirler. Elde edilen değer ne kadar yüksek ise, ölçeğin geçerliliği de o derecede

de yüksek olmaktadır. Bu çalışmada elde edilen "toplam % varyans" değeri tablo 2'de de görüldüğü gibi %58,307 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer hizmet alanında yapılmış diğer çalışmalarda (Parasuraman ve Diğerleri 1988; Juwaheer 2004; Saleh ve Ryan 1992) ulaşılmış değerlerle yaklaşık düzeylerde oluşmuştur ve ölçeğin uygunluk geçerliliğine işaret etmektedir. Diğer taraftan, anket formunun oluşturulması aşamasında ilgili alanda uzman olan çok sayıda akademisyen tarafından anket incelenmiş ve uygunluğu doğrultusunda onay alınmıştır. Konu ile ilgili uzmanların bu değerlendirmeleri anketin görünüş geçerliliğini ve mantıksal geçerliliğini de taktik etmektedir.

Tablo 2: Faktör analizi sonuçları (s = 245).

Öğretim Elemanları ile İlgili Beklentiler	Önem Puanı Ortalaması	Faktör Yükleri	Cronbach alpha	Eigen Değerleri	% Varyans	Toplam % Varyans	Bileşik Cronbach	Faktör Adı alpha
Öğretim elemanlarının öğrencilere hizmet sunumunda tutarlı olması.	6,03	0,736	0,8775					
Öğretim elemanlarının hizmet sunumunda öğrencilerde güven uyandırması	6,18	0,664	0,8759					
Öğretim elemanlarının öğrencilere dostça ve kibar davranması.	6,31	0,647	0,8777					
Öğretim elemanlarının öğrencilere saygı göstermesi.	6,33	0,639	0,8772	7,700	30,800	30,800	0,8372	Güven telkin etme
Öğretim elemanlarının gerekli iletişim becerilerine sahip olması.	6,33	0,557	0,8775					
Öğretim elemanlarının ders alanındaki güncel gelişmeleri izleyerek öğrencilere aktarması.	6,08	0,555	0,8777					
Öğretim elemanlarına erişimin kolay olması.	5,91	0,463	0,8759					
Öğretim elemanlarının derste yardımcı araç ve gereçlerden yararlanması.	5,94	0,617	0,8784					
Öğretim elemanlarının ders dışında kalan çeşitli konularda da bilgi ve yardım sunması.	5,87	0,598	0,8765					
Öğretim elemanlarının dersi canlı bir tempoda yürütmesi.	6,16	0,566	0,8755	1,908	7,633	38,433	0,7444	Alan yetersizliği
Öğretim elemanlarının ders verdikleri alanlarda bilgili olması.	6,51	0,454	0,8801					
Öğretim elemanlarının derslere her zaman hazırlıklı gelmesi.	6,33	0,446	0,8775					
Öğretim elemanlarının öğrencilere kendilerini özel hissetmelerini sağlayacak kişisel ilgi göstermesi.	4,69	0,750	0,8833					
Öğretim elemanlarının ders dışında öğrencilerle bir arkadaş gibi kaynaşabilmesi.	5,35	0,664	0,8814	1,620	6,479	44,912	0,6435	Empati
Öğretim elemanlarının okulun sosyal alanlarını öğrencilerle eşit kullanması.	4,92	0,590	0,8830					
Öğretim elemanlarının öğrencilerin isteklerine göre hizmette esneklik sağlaması.	5,73	0,436	0,8828					
Öğretim elemanlarının ders sırasında öğrencilerin derse katılımını sağlaması.	5,35	0,786	0,8826					
Öğretim elemanlarının öğrencileri inceleme ve araştırma yapmaya yöneltmesi.	5,60	0,653	0,8775	1,226	4,903	49,815	0,6817	Öğrenmeyi kolaylaştırıcı
Öğretim elemanlarının derslerin işlenmesinde uygulamalı öğrenime olanak sağlaması.	5,70	0,580	0,8785					
Öğretim elemanlarının kişisel sorunlarını derse ve öğrencilere yansıtması.	5,96	0,657	0,8802					
Öğretim elemanlarının öğrencilerin başarı durumlarını değerlendirirken nesnel olması.	6,11	0,648	0,8833	1,097	4,390	54,205	0,5500	Mesleğe Özgü davranış özellikleri
Öğretim elemanlarının öğrencilere hizmet sunumunda hevesli olması.	6,07	0,406	0,8751					
Öğretim elemanlarının akademik unvan sahibi olması (yardımcı doçent, doçent, profesör gibi).	5,07	0,866	0,8850					
Öğretim elemanlarının akademik çalışmalarında verimli olması.	5,30	0,686	0,8775	1,026	4,103	58,307	0,6720	Akademik gelişim

Tablo 3: Elde edilen faktörler için güvenilirlik değerler, n= 245)

Faktörler	Güvenilirlik (Cronbach alpha)	Ortalama	Standart sapma
Güven telkin etme	0,8372	6,17	0,84
Alan yeterliliği	0,7444	6,16	0,87
Mesleğe özgü davranış özellikleri	0,5500	6,05	1,02
Öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler	0,6817	5,55	1,24
Akademik gelişim	0,6720	5,18	1,57
Empati	0,6435	5,17	1,28

BULGULAR VE TARTIŞMA

Anketin ikinci bölümünü oluşturan demografik veriler ile ilgili bölümdeki her bir soru frekans dağılımları açısından analiz edilmiştir. Bu bölümden elde edilen veriler tablo 4'de frekans ve yüzde dağılımı olarak sunulmaktadır.

Tablo 4. Demografik yapı ile ilgili sonuçlar (n= 245).

Değişkenler	Dağılım (s)	Yüzde (%)
<i>Cinsiyet</i>		
Bayan	108	44,1
Bay	137	55,9
<i>Yaş</i>		
18 ve aşağısı	7	2,9
19-21	131	53,5
22-24	99	40,4
25-27	8	3,3
28-30	0	0
31 ve üzeri	0	0
<i>Medeni Durum</i>		
Evli	6	2,4
Bekar	238	97,1
Diğer	1	0,4
<i>Ailenin Aylık Toplam Geliri (YTL)</i>		
0 - 499	43	17,6
500 - 999	108	44,1
1,000 - 1,499	49	20,0
1,500 - 1,999	25	10,2
2,000 - 2,499	10	4,1
2,500 ve üzeri	10	4,1
<i>Öğrencinin Kayıtlı Olduğu Sınıf</i>		
1. sınıf	82	33,5
2. sınıf	52	21,2
3. sınıf	47	19,2
4. sınıf	64	26,1
<i>Bu Yüksekokula Gelmeden Önce Herhangi Bir Yükseköğretim Programına Devam Edip Etmediği</i>		
Evet	9	3,7
Hayır	236	96,3
<i>Mezun Olunan Lise</i>		
Düz lise	113	47,88
Meslek lisesi	11	4,66
Turizm meslek lisesi	65	27,54
Süper lise	9	3,82
Anadolu lisesi	38	16,10

Demografik yapı ile ilgili bulgular incelendiğinde ankete cevap veren öğrencilerin %44,1'inin bayanlardan %55,9'unun erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Öğrencilerin %53,5'inin 19-21 yaş grubunda olduğu, bunu ise %40,4 ile 22-24 yaş grubunun izlediği görülmektedir. Medeni durum incelendiğinde, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%97,1) bekar oldukları görülmektedir. Öğrencilerin gelir durumlarına ilişkin verilere bakıldığında, aile toplam geliri olarak aylık 500 YTL ile 999 YTL ve üzerinde geliri olan öğrencilerin %44,1'lik bir yer tuttuğu ve ilk sırada geldiği görülmektedir. Gelir grupları olarak incelendiğinde öğrencilerin orta ve alt gelir gruplarında yer alan ailelerden geldikleri anlaşılmaktadır. Ankete cevap veren öğrencilerin %33,5'i birinci sınıf, %21,2'si ikinci sınıf, %19,2'si üçüncü sınıf ve %26,1'i de dördüncü sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Öğrencilerin bu yüksekokula gelmeden önce devam etmiş oldukları okullar incelendiğinde ise, öğrencilerin %3,7'sinin daha önce bir yükseköğretim programına devam etmiş oldukları görülmektedir. Lise ve dengi okullardan bu yüksekokula gelenlerin ise %46,1'inin düz lise çıkışlı öğrenciler oldukları anlaşılmaktadır.

Öğrencilerin beklentileriyle ilgili ifadeler üzerinde uygulanan faktör analizinin sonuçları tablo 2'de sunulmuştur. Tabloda da görüldüğü gibi, faktör analizi sonucu oluşan ve 24 ifade içeren altı faktörlü yapı, toplam varyansın %58,307'sini açıklamaktadır. Elde edilen altı faktör, "güven telkin etme", "alan yeterliliği", "empati", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "mesleğe özgü davranış özellikleri" ve "akademik gelişim" adları ile adlandırılmıştır. Anket uygulaması ve analizler sonucunda elde edilen her bir ifadenin ve faktörün önemlilik düzeyini gösteren ortalama değerler tespit edilmiştir. Ortalama değerleri öğrencilerin öğretim elemanları tarafından sunulan hizmetlerle ilgili beklentilerinin önem düzeyleri hakkında bilgi vermektedir. Yüksek ortalama değerleri beklentilerin yüksek olduğu, düşük ortalama değerleri ise beklentilerin düşük olduğu alanları ifade etmektedir. Tablo 2'de görüldüğü gibi beklenti ifadeleri için elde edilen ortalama değerleri 4,69 ile 6,51 aralığında oluşmuş ve ölçeğin geneli için elde edilen ortalama önem puanı değeri ise 5,71 olmuştur. Analizlerden elde edilen sonuçlara bakıldığında, öğretim elemanlarının bilgili ve nazik olmaları ve öğrencilerde güven uyandırmaları ile ilgili olan "güven telkin etme" faktörünün öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili kalite değerlendirmelerinde en önemli faktör olduğu anlaşılmaktadır. Bu faktör için elde edilen ortalama değeri 6,17 olarak gerçekleşmiştir. Aynı zamanda bu faktör, tablo 2'te de görüldüğü

gibi, toplam varyansın % 30,8'ine karşılık gelmekte ve ölçekteki 24 ifadeden yedi tanesini bünyesinde bulundurmaktadır. Önem düzeyi açısından ikinci sıradaki "alan yeterliliği" faktörü (ortalama değeri =6,16) öğretim elemanlarının ders verdikleri uzmanlık alanlarında ve öğrencilerin gereksinim duyabilecekleri ders dışı konularda bilgi ve yardım sunabilme yeterliliklerini ifade etmektedir. Üçüncü sırada "mesleğe özgü davranış özellikleri" faktörü (ortalama değeri = 6,05) gelmektedir. Bu faktör derslerin daha etkin yürütülebilmesi amacıyla yönelik olarak öğrencilerin öğretim elemanlarından bekledikleri davranışlarla ilgilidir. Dördüncü sıradaki "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler" faktörü (ortalama değeri=5,55) öğretim elemanlarının derslerin yürütülmesinde yararlandıkları öğrenmeyi kolaylaştıran ve pekiştiren faaliyetleri içermektedir. "Akademik gelişim" faktörü de öğrencilerin beşinci sırada önem verdiği (ortalama değeri = 5,18) faktör olmuştur. Bu faktör öğretim elemanlarının akademik unvan sahibi olmaları ve derslerin dışında akademik çalışmalarda bulunmalarıyla ilgilidir. Altıncı sırada yer alan "empati" faktörü (ortalama değeri = 5,17) öğrencilerin öğretim elemanlarıyla olan ders içi ve ders dışı ilişkilerinde öğretim elemanlarından bekledikleri algılanma ve etkileşimin düzeyi ve niteliği ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır.

Öğrencilerin beklentileri ifadeler düzeyinde incelendiğinde ise "öğretim elemanlarının ders verdikleri alanlarda bilgili olmaları" ifadesine öğrencilerin en yüksek değerleri verdikleri (ortalama = 6,51) görülmektedir. Bunu aynı ortalama değerlerine sahip, "öğretim elemanlarının derslere her zaman hazırlıklı gelmesi" (ortalama=6,33), "öğretim elemanlarının gerekli iletişim becerilerine sahip olması" (ortalama = 6,33) ve "öğretim elemanlarının öğrencilere saygı göstermesi" ifadeleri izlemektedir. En düşük değeri alan ifade ise "öğretim elemanlarının öğrencilere kendilerini özel hissetmelerini sağlayacak kişisel ilgi göstermesi" (ortalama = 4,69) ifadesi olmuştur.

Günümüzde kalitenin müşteriler tarafından belirlendiği, bir mal veya hizmetin kaliteli olup olmadığına müşterilerin karar verdiği görüşü yaygın kabul görmektedir (Powers 1997). Yükseköğretim kurumları açısından müşteri kavramı incelendiğinde, bu kurumlarının müşterilerinin öğrenciler, mezunlar, öğretim elemanları, yükseköğretim kurumlarının yöneticileri, öğrenci aileleri, işverenler, akreditasyon organizasyonları, yakın ekonomik çevre, yerel toplum ve toplumun genelinden meydana geldiği anlaşılmakta ve bu müşteri grupları içerisinde öğrencilerin en önemli müşteri gruplarından birisi olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın

ilk bölümünde yer verilen bilimsel yazın kısmında görüldüğü gibi, yükseköğretim kurumlarında kaliteyi belirleyen temel öğelerden birisini öğretim elemanları teşkil etmektedir. Öğretim elemanları ile ilgili öğrenci beklentilerinin belirlenmesi ve bu doğrultuda gerek öğretim elemanlarının seçiminde, gerek öğretim elemanlarına yönelik eğitim programlarının geliştirilmesinde ve gerekse öğretim elemanlarının sundukları hizmetlerle ilgili kalite standartlarının oluşturulmasında öğrenci beklentilerinin dikkate alınması, kurum yönetimlerine kalitenin sağlanması çabalarında büyük yarar sağlayacaktır. Aynı zamanda öğretim elemanları da öğrenci beklentilerine göre kendilerini değerlendirme ve geliştirme sağlayabilecekleri yönlerde kendilerini geliştirme olanağı bulabileceklerdir.

SONUÇ

Müşterilerin hizmetlerle ilgili beklentilerinin, kalite değerlendirmelerini yaparken temel aldıkları kalite faktörlerinin ve bunların müşteriler açısından göreceli önem düzeylerinin eksiksiz ve doğru bir şekilde belirlenmesi, kalitenin geliştirilmesine yönelik çabalar için yaşamsal önem taşımaktadır (Asubonteng ve Diğerleri 1996). Yöneticilerin bu alanlarda bilgi sahibi olmaları hizmet kalitesini geliştirmeye yönelik çalışmalarında büyük katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, yükseköğretim kurumlarının farklı müşteri gruplarının tanımlanarak bu gruplardan yukarıda sözü geçen alanlarla ilgili bilgi edinilmesi, yükseköğretimde kalitenin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda önemli bir rol oynayacaktır. Konuyla ilgili bilimsel yazın incelendiğinde, yükseköğretim kurumlarının müşterilerinin bu kurumlardan beklentilerini belirlemeye yönelik sınırlı sayıda çalışmanın öğrenciler üzerinde odaklandığı ve öğrencilerin yükseköğretim kurumu tarafından sunulan hizmetlerin bütününden beklentilerini belirlemeye yönelik olduğu görülmektedir. Yükseköğretim kurumlarının müşterilerinin, kaliteyi belirleyen en önemli öğelerden biri olduğu kabul edilen öğretim elemanlarından beklentilerinin belirlenmesine yönelik çalışmaya ise rastlanmamıştır. Bu çalışma, sözü geçen alanda daha detaylı bilgi elde etme olanağı sağladığı için önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkıda bulunma amacıyla yönelik olarak, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi görmekte olan öğrencilerin yükseköğretimde kaliteyi belirleyen en önemli öğelerden birisi olan öğretim elemanları ile ilgili kalite beklentileri Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca örneği ile araştırılmıştır.

Bu çerçevede, öğrencilerin öğretim elemanlarından beklentilerinin neler olduğu, bu beklentilerin hangi faktörler içerisinde bulunduğu ve beklentilerin ve faktörlerin önem düzeyleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili beklentilerini açıklayan 24 ifade içeren altı faktörlü bir yapı belirlenmiştir. Elde edilen altı faktör, "güven telkin etme", "alan yeterliliği", "empati", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "mesleğe özgü davranış özellikleri" ve "akademik gelişim" adları ile adlandırılmıştır. Öğrencilerin öğretim elemanlarının sundukları hizmetlerin kalitesini değerlendirmede kullandıkları altı faktör içerisinde "güven telkin etme" faktörünün en önemli faktör olarak öne çıktığı anlaşılmıştır. Bu faktörü önem sırasına göre, "alan yeterliliği", "mesleğe özgü davranış özellikleri", "öğrenmeyi kolaylaştırıcı faaliyetler", "akademik gelişim" ve "empati" faktörleri izlemektedir. Öğrencilerin beklentileri ifadeler düzeyinde incelendiğinde ise, "öğretim elemanlarının ders verdikleri alanlarda bilgili olmaları" ifadesine öğrencilerin en yüksek değerleri verdikleri görülmekte, bu ifadeyi "öğretim elemanlarının derslere her zaman hazırlıklı gelmesi", "öğretim elemanlarının gerekli iletişim becerilerine sahip olması" ve "öğretim elemanlarının öğrencilere saygı göstermesi" ifadelerinin izlediği görülmektedir. En alt sırada yer alan ifade ise "öğretim elemanlarının öğrencilere kendilerini özel hissetmelerini sağlayacak kişisel ilgi göstermesi" ifadesi olmuştur. Bu çalışmayla elde edilen bulgular yanında, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği ve otelcilik öğrenimi görmekte olan öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili kalite beklentilerini araştıran ölçeğin kendisi de bu çalışmanın önemli bir katkısıdır. Bu çalışmada geliştirilen ölçek benzer konumdaki yükseköğretim kurumlarında da kullanılmaya uygundur. Bu ölçek yardımıyla kurumlar öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili beklentilerini öğrenerek bu çerçevede geliştirmeye gereksinim duyulan alanları belirleyebileceklerdir.

Bu çalışma tasarlanırken kısıtlarının en aza indirilmesine özen gösterilmiştir. Ancak yine de bulgular değerlendirilirken dikkate alınması gereken bazı kısıtlar söz konusudur. Bu çalışma sadece Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, elde edilen bulguların söz konusu yükseköğretim kurumu ile aynı veya benzer alanlarda faaliyet gösteren tüm yükseköğretim kurumları için genelleştirilebilir olduğu söylenemez. Söz konusu alanda faaliyet gösteren tüm yükseköğretim kurumları için genelleştirilebilecek sonuçların

elde edilebilmesi için daha fazla sayıda yükseköğretim kurumunu kapsayan çalışmalar yapılmalıdır. Gelecekte yapılacak çalışmalar genelleştirilebilir bulgular elde etmeye yönelik olarak daha fazla sayıda yükseköğretim kurumunu araştırmaya dahil ederek çalışmanın kapsamını genişletebilecektir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalar öğrencilerin öğretim elemanları ile ilgili beklentilerinin nasıl oluştuğu, bu beklentilerin zaman içerisinde nasıl bir değişiklik gösterdiği ve yükseköğretim kurumunun somut öğeleri, sosyal olanaklar, kurumun sahip olduğu imaj gibi kalite faktörlerinin öğretim elemanlarına yönelik öğrenci beklentilerini nasıl etkilediğini inceleyebilir. Yine bu bağlamda olmak üzere, değişik alanlarda eğitim ve öğretim hizmetleri sunan yükseköğretim kurumları farklı özellikler taşıyabilecekleri için müşterilerinin beklentileri de farklılıklar gösterebilecektir. Aynı zamanda müşteri beklentilerinin kültürden kültüre farklılık gösterdiği de bir gerçektir (Armstrong ve Diğerleri 1997). Bu nedenlerden dolayı, farklı alanlarda hizmet sunan yükseköğretim kurumlarının ve farklı kültürlerden öğrencilere sahip olan yükseköğretim kurumlarının öğrencilerinin farklı beklenti özellikleri gösterebileceği dikkate alınarak gerekli uyarlamalar yapılmalıdır. Gelecekteki araştırmalar bu çalışmada izlenen yöntemi kullanarak ele aldıkları öğretim kurumu veya kültür için öğrencilerin beklentilerini araştırabileceklerdir. Bulguların değerlendirilmesinde dikkate alınması gereken bir diğer kısıt ise, çalışma kapsamında yürütülen anketin uygulanma şekliyle ilgilidir. Öğrenci beklentilerinin belirlenmesine yönelik olarak yürütülen anket uygulaması araştırmacıların tüm sınıflara ders başlamadan önce girerek anket formlarını dağıtmaları ve hemen sonrasında dolu formları geri toplamaları şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşımla daha yüksek bir anket dönüş oranına ulaşılmasının amaçlanmasıyla birlikte, ankete verilen cevapların öğrencilerin tamamen gerçek düşüncelerini yansıttığını düşünmek yanıltıcı olabilir. Öğrencilerin sınıf ortamında ve belirli bir zaman dilimi içerisinde anketi cevaplamaları gerek birbirlerinden etkilenmelerini ve gerekse zaman açısından baskı altında hissedebilmeleri olasılığı ankete verilen cevapların tarafsızlığını etkilemiş olabilir. Ayrıca, önceki senelerde aldıkları derslerde başarısız olan öğrencilerin derslere devam zorunluluğu olmadığı için bu öğrencilere erişme olanağı da olmamıştır. Bu nedenle, elde edilen bulgular devamsız öğrencilerin değerlendirmelerini içermemektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda bu noktalar göz önünde bulundurularak anket uygulaması için farklı yaklaşımlar benimsenebilir. "Mesleğe özgü davranış

özellikleri" faktörünün güvenilirliğinin göreceli olarak düşük bulunması (Cronbach alpha = 0,5500) bu çalışmanın bir başka kısıtını oluşturmaktadır. Daha büyük örneklem sayısına sahip araştırmalar yapılarak ve değişik analiz yöntemleri kullanılarak bu faktör ile ölçek arasındaki ilişki daha belirgin bir şekilde ortaya koyulabilecektir.

Yükseköğretimde kalite kavramının anlaşılması ve geliştirilmesi yönündeki çabalara katkıda bulunma amacı bu çalışmaya temel oluşturmuştur. Araştırma sonuçları, öğrencilerin öğretim elemanlarının sundukları hizmetlerin kalitesini değerlendirmede kullandıkları altı faktör içerisinde, "güven telkin etme", "alan yeterliliği" ve "mesleğe özgü davranış özellikleri" faktörlerinin en önemli faktörler olarak öne çıktığını göstermektedir. Bu çalışma daha önce araştırılmamış bir konuya ışık tuttuğu için önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Armstrong, R. W., Mok, C., Go, F. M., Chan, A. (1997). The Importance of Cross-Cultural Expectations in the Measurement of Service Quality Perceptions in the Hotel Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 16 (2): 181-190.

Assar, K. E. (1993). Phoenix Quantum Quality at Maricopa, *Change*, 25 (3): 32-35.

Asubonteng, P., McCleary, K. J. ve Swan, J. E. (1996). Servqual Revisited: A Critical Review of Service Quality, *The Journal of Services Marketing*, 10 (6): 62-81.

Augustyn, M. ve Ho, S. K. (1998). Service Quality and Tourism, *Journal of Travel Research*, 37 (August): 71-75.

Barrier, M. (1993). Business Schools, TQM and You, *Nations Business*, 81 (7): 60-61.

Beaver, W. (1994). Is TQM Appropriate for the Classroom?, *College Teaching*, 42 (3): 111-115.

Brigham, S. (1994). *25 Snapshots of a Movement: Profiles of Campuses Implementing CQI*. American Association for Higher Education, Washington, DC.

Brown, D. J. ve Koenig, H. F. (1993). Applying Total Quality Management to Business Education, *Journal of Education for Business*, 68 (6): 325-330.

Bouman, M. ve T. V. D. Wiele. (1992). Measuring Service Quality in the Car Service Industry: Building and Testing an Instrument, *International Journal of Service Industry Management*, 3 (4): 4-16.

Cloutier, M. ve Richards, J. (1994). Examining Customer Satisfaction in a Big School, *Quality Progress*, 27 (9): 117-119.

Coaks, J. S. ve Steed, G. L. (2001). *SPSS: Analysis without Anguish: Version 10.0 for Windows*. Brisbane: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Devebakan, N., Koçdor, H., Musal, B. ve Güner, G. (2003). Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde Lisansüstü Eğitim Kalitesinin Arttırılması Kapsamında Öğrencilerin Eğitime İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2): 30-44.

Entin, D. H. (1993). Less Than Meets The Eye, *Change*, 25 (3): 28-32.

Ewell, P. T. (1993). Total Quality and Academic Practice: the Idea We've Been Waiting for? *Change*, 25 (3): 49-56.

Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18 (2): 39-50.

Gencel, U. (2001). Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (3): 164-218.

Ghobadian, A., Speller, S. ve Jones, M. (1994). Service Quality Concepts and Models, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11 (9): 43-66.

Goodby, G. (1993). Beyond TQM: The Agile Institution, *Educational Record*, 74 (2): 37-42.

Grönroos, C. (1983). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Cambridge, Massachusetts: Marketing Science Institute.

Guinta, L. R. ve Praizler, N. C. (1993). *The QFD Book: The Team Approach to Solving Problems and Satisfying Customers Through Quality Function Deployment*. New York, NY: Amacom Books.

Gummesson, E. (1991). Service Quality: A Holistic View. İçinde S. W. Brown, E. Gummesson, B. Edvardsson ve B. Gustavson (Editörler), *Service Quality: Multidisciplinary and Multinational Perspectives* (ss. 3-22). New York, NY: Lexington Books.

Juran, J. M. ve Gryna F. M. (1993). *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*. 3. Baskı. New York, NY: McGraw-Hill, Inc.

Juwaheer, T. D. (2004). Exploring International Tourists' Perceptions of Hotel Operations by Using a Modified SERVQUAL Approach: a Case Study of Mauritius, *Managing Service Quality*, 14 (5): 350-364.

Kimes, S. E. (2001). How Product Quality Drives Profitability: The Experience at Holiday Inn, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (3): 25-28.

Koch, J. ve Fisher, J. (1998). Higher Education and Total Quality Management, *Total Quality Management*, 9 (8): 659-669.

Kuei, C. ve M. H. Lu. (1997). An Integrated Approach to Service Quality Improvement, *International Journal of Quality Science*, 2 (1): 24-36.

LeBlanc, G. ve Nguyen, N. (1997). Searching for Excellence in Business Education: an Exploratory Study of Customer Impressions of Service Quality, *International Journal of Educational Management*, 11 (2): 72-79.

Lozier, G. G. ve Teeter, D. J. (1996). Quality Improvement Pursuits in American Higher Education, *Total Quality Management*, 7 (1): 189-201.

Marchese, T. (1991). TQM Reaches the Academy, *American Association for Higher Education Bulletin*, November: 433-446.

Morgan, D. L. (1997). *Focus Groups as Qualitative Research*. 2. Baskı. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

Nunnally, J. C. ve Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. 3. Baskı. New York, N.Y.: McGraw-Hill.

Pariseau, S. E. (1997). Assessing Service Quality in Schools of Business, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14 (3): 204-218.

Parasuraman, A., L. L. Berry and V. A. Zeithaml. (1991). Refinement and Reassessment of the Servqual Scale, *Journal of Retailing*, 67 (4): 420-450.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49 (1): 41-50.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing*, 58 (1): 111-124.

- Pazarlıoğlu, M. V., Emeç, H. ve Erdoğan, S. (1999). Dokuz Eylül Üniversitesi Öğrencilerinin Yükseköğretim Beklentisi Değişkenlerinin Faktör Analizi İle İncelenmesi, *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, 14 (2): 97-109.
- Pitman, G., Motwani, J., Kumar, A. ve Cheng, C. H. (1995). QFD Application in an Educational Setting: a Pilot Field Study, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 12 (6): 63-72.
- Powers, T. (1997). *Marketing Hospitality*. 2. Baskı. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Rhodes, L. A. (1992). On the Road to Quality, *Educational Leadership*, 50 (March): 76-80.
- Saleh, F. ve Ryan, C. (1992). Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model, *The Service Industries Journal*, 11 (3): 324-343.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Seymour, D. (1993). Quality on Campus: Three Institutions, Three Beginnings, *Changes*, 25 (3): 14-27.
- Sohail, M. S. ve Shaikh, N. M. (2004). Quest for Excellence in Business Education: a Study of Student Impressions of Service Quality, *The International Journal of Educational Management*, 18 (1): 58-65.
- Sözer, A. N., Tütüncü, Ö., Doğan, Ö. İ., Gencel, U., Gül, H., Teknikler, G., Tarlan, D., Aksaraylı, M., Eser, D., Seçer, B., Yağcı, K., Topoyan, M. ve Devebakan, N. (2002). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Lisansüstü Eğitim Kalitesinin Arttırılmasına Yönelik Bir Alan Araştırması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2): 44.
- Tütüncü, Ö. ve Doğan, Ö. İ. (2003). Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (4): 130-151.
- Yalçınkaya, M. (2002). Öğrencilerin Öğretim Elemanlarını Değerlendirmesi Araştırması: Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Örneği, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2002 (1): 105-118.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman and L. L. Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. New York, NY.: The Free Press.

Gönderilme tarihi : 04 Ağustos 2005

Birinci düzeltme : 20 Eylül 2005

Birinci düzeltme : 01 Kasım 2005

Kabul : 08 Kasım 2005

Yrd. Doç. Dr. Atila Akbaba, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Akçakoca, Düzce.

E-posta: aakbaba@ibu.edu.tr

Behiye Elvin Gürün, Mehmet Yaran, Uzman Hürriyet Çimen, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu

Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma

An Emprical Investigation About Ethics Policies and Procedures of the Hotels Managers

Mehmet SARIŞIK* - Orhan AKOVA** - Mehmet ÇONTU***

* Kocaeli Üniversitesi Derbent Meslek Yüksekokulu

** Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

*** Anadolu-Bil Meslek Yüksekokulu

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı otel yöneticilerinin otellerdeki etik politika ve yöntemler ile etik uygulamalar konusundaki görüş ve algılamalarını ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, otel yöneticilerinin etik yöntem ve uygulamalar konusundaki rollerinin belirlenmesi de amaçlar arasında yer almaktadır. Araştırma için İstanbul'daki turizm işletme belgeli dört ve beş yıldızlı oteller seçilmiştir. Otel yöneticilerine kapalı uçlu sorulardan oluşan anket uygulanmıştır. Bulgular, otel işletmelerinin önemli bir bölümünün işletmelerine özgü yada başka işletmelere ait etik kodları kullandıklarını göstermektedir. Otel yöneticilerinin çoğu belirlenen değer yargılarının işletmelerinin yapısına uygun olduğunu bildirmişlerdir (4,17). Bununla birlikte analiz sonuçlarından otellerin etik yöntem ve uygulamalarında işletme türü ve sınıfları açısından görüş farklılıkları olduğu anlaşılmaktadır. Otel yöneticileri etik uygulamaların etkinliğini (4,11) ve etik politika ve yöntemleri çalışanlarına bildirmeyi (4,02) önemli sorumlulukları arasında görmekte-dirler. Araştırmada parametrik olmayan ve birden fazla örnek değerler benzer yapıda olup olmadığını incelemek için uygulanan Kruskal-Wallis (KW) ile Mann Whitney-U testleri kullanılmıştır. Uygulanan testler sonucunda işletmelerin sınıf farklılıklarına rağmen otel yöneticilerinin etik değer yargılarına bakış açıları arasında önemli farklılıklar gözlemlenmemiştir. Yöneticilerin yöneticilik deneyimleri dikkate alındığında, etik politikaların uygulanması konusunda anlamlı farklılıklar bulunmamakla birlikte, eğitim düzeyleri açısından özellikle "etik politika ve yöntemlerin departmanın etiğe uygun davranış tarzını belirlemesi" konusunda görüş farklılıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar sözcükler: Etik, etik politikalar, etik uygulamalar, işletme etiği, turizmde etik.

ABSTRACT

The main goal of this research is to expose hotel manager's opinions and attitudes about ethical policies and procedures and ethical applications in hotels. This study also aimed to define hotel manager's roles about ethic, method and application. In this research 4- and 5-star hotels were chosen in Istanbul, which had tourism operation certificates. A questionnaire with close-ended questions was applied to hotel managers. According to the findings, most of the hotels use their own ethical codes or other administrative procedure on ethics. The majority of hotel managers reported that stated values are acceptable with mentality of administration. (4,17). However, it has been understood from the results of analysis that hotels have differential aspects about ethical procedures and applications in terms of administration kind and type. Hotel managers pointed out that "effectiveness of the ethic practices (4,11)" and "communication to all employees effectively about ethical policies and procedures (4,02)" were among their main duties. The Kruskal-Wallis (KW) and Mann Whitney-U tests were used to examine whether nonparametric examples of the values more than one had the similar structure or not, in this research. The results of the analysis showed that, it was not observed significant differences in the aspects of ethical attitudes of the hotel managers despite the class distinctions between hotels. In the aspects of experiences of the managers there were no significant differences in the application of the ethical policies, however it was found significant differences in "the ethical policies" and "the methods which determine the appropriate ethical behaviors in the departments" in terms of educational levels.

Keywords: ethics, ethical policies, ethical applications, business ethics, ethics in tourism.

GİRİŞ

Küreselleşme akımının hız kazanması, özellikle uluslararası nitelikte gerçekleşen şirket evliliklerinin sayısının artması, çokuluslu işletmelerin farklı kültür ve ülkelerden yönetici ve personeli bir arada istihdam etmeleri, üretim ve hizmet üzerinde standartların yakalanmasına ve müşteri tatmin ve beklentilerinin olabildiğince karşılanmasına çalışılması gibi etmenler var olan birtakım yasal düzenlemelerin birlikte, etik değer ve politikaların oluşturulmasının, güncellenmesinin ve sürdürülmesinin önemini de ortaya koymaktadır. Her işletme yaratacağı farklı değerlerle toplumun gereksinimlerinin bir bölümünü karşılama çaba ve çalışması içerisinde-

ken geliştireceği etik yöntem ve uygulamalarla da kamuoyundaki imajını korumaya ve geliştirmeye çalışmaktadır.

Yönetim tarafından desteklenen açık politikalara sahip işletmelerde, imajlarına zarar verebilecek olumsuz olayların riskini en aza indirme yoluna gidilecek uygulamalar göze çarpmaktadır (Roy ve Roy, 2005). Mevcut yasa ve yönetmeliklerin yetersiz kaldığı durumlarda işletmeyi zor durumda bırakabilecek olası risklere karşı yönetim bir dizi yazılı veya sözlü kurallar oluşturmaktadır. Etik kodlar ve uygulamalar olarak bilinen bu çalışmaların başarılı olması için dışarıdan eğitim ve danışmanlık hizmetine de başvuran işletmeler, değişen koşullar

karşısında da güncelleme yoluna gitmektedirler. Böylece işletme bir yandan bulunduğu konumu sağlamlaştırırken diğer taraftan pazarlama politikalarına destek oluşturmaktadır.

Son yıllarda etik ve ahlak kavramlarının birbirlerinin yerine kullanılmaları ya da anlam karışıklığına neden olacak biçimde tanımlamalarının yapılması dikkat çekmektedir. Oysa iki kavramın farklı anlamlar taşıdığını ortaya koyan ve destekleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Arslan (2001), "İş ve Meslek Ahlakı" adlı eserinde bu kavramlar arasındaki farklılıklara işaret ederek var olan terimlerin yerine son dönemde kullanılmaya başlanan etik kavramının gereksizliğine de dikkat çekmektedir. Yazar çalışmasında etik kavramının ancak ahlak-bilim ya da ahlak felsefesi kavramları karşılığında kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır. Güçlü vd de (2003), ahlak kavramını ondan daha geniş anlam yüklenen etik kavramıyla karıştırılmaması gerektiğini çünkü etik kuramlarda olup ahlak kuramlarında bulunmayan birtakım özelliklerin var olduğunu belirtmektedirler. Bu özellikleri; ahlsal ve ahlsal olmayan arasında yapılan köklü ayırım, kesin bir sorumluluk duygusu ya da koşulsuz buyruk, "ödev" ile "yükümlülük" türünden değerlerin en temel ahlak kavramları olarak öne çıkmaları ve başkalarının iyiliğine duyulan çıkarıcı olmayan köklü ilgi olarak ortaya koymaktadırlar. Mengüşoğlu da (2003) etiğin felsefenin ilgi uyandıran eski bir disiplini olduğuna ama sorduğu sorular açısından hayatın -olması gereken- dar bir alanı içerisinde kaldığına işaret etmektedir. Timuçin de (2004) ahlakı uygulamalı ve kuramsal diye ayırarak kuramsal ahlakı başka bir başlık altında toplamanın yaygın bir eğilim olduğuna ve ahlak bilgisinin de (etik) ayrı olarak ele alınması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Ahlak ve etik ile ilgili yapılan tanımlar da bu iki kavram arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır. Arslan (2001) çalışmasında *ahlak* kavramı için; belli bir dönemde, belli insan topluluklarınınca benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen törel davranış kurallarının, yasalarının ve ilkelerinin toplamıdır tanımına yer verirken, Güçlü vd (2003) benzer bir yaklaşımla; belli bir toplum içinde yaşayan insanların kendileriyle, birbirleriyle ve kurumlarla ilişkilerini düzenleyen ilkeler, değerler, kurallar ve töreler bütünü olarak ifade etmektedirler. Yazıcıoğlu ve Boylu (2003) çalışmalarında ahlak kavramını bir toplumun yaşamında devirler boyunca veya zamanla yerleşen ve toplumun gelişmesine ve olgunlaşmasına neden olduğu için toplumun bireylerinin çoğunun uymaya kendilerini yükümlü tuttıkları kurallar, Kozak ve

Karakaş (2002) ise genel anlamıyla, sosyal konumlarda davranışlarımızı değiştiren kuralların bir sistemi olarak tanımlamaktadırlar.

Etikle ilgili yapılan tanımlar ise genelde bu kavramın daha çok ahlak felsefesi karşılığında kullanıldığını ortaya koymaktadır. Bunlardan Seyyar (2003) etik kavramını, insanlar arasındaki ilişkilerin temelinde yer alan değerleri inceleyen ahla-ki bakımdan iyi ve kötü veya doğru ya da yanlış olanın niteliğini ve temellerini araştıran bilim dalı; Akarsu da (1982), ahlak denen fenomen üzerinde bir düşünme ve ahlak üzerine felsefe yapma olarak ifade etmektedirler. Ergün (2005) de bu tanımlamalara paralel olarak etiği, ahlsal olanın özünü ve temellerini araştıran bilim, insanın kişisel ve toplumsal yaşamındaki ahlsal davranışları ile ilgili sorunları ele alıp bir inceleyen felsefe dalı olarak açıklamaktadır. Brickley vd de (2002) etik için 2500 yıllık tarihe sahip bir felsefe dalı nitelendirmesinde bulunarak, Sokrates, Plato ve Aristo zamanından başlayarak üretilen başarılı teorilerin, geliştirilerek bir dizi insan yönetimi prensipleri olarak ortaya çıktığını belirtmektedirler.

Etik konusunda yabancı literatürde de çok sayıda tanım denemesi bulunmaktadır. Bunlardan McNamara (2005); neyin doğru ya da yanlış olduğunu öğrenmek ve doğru olanı yapmak, Manning ve Reece (2004); davranışları ve ahla-ki yargıları yönlendiren kurallar, Keung (2000); bireysel davranışlara yerleşen ahla-ki prensipler ve standartlar sistemi ve Beu ve Buckley (2004) ise geniş kitlelerce kabul edilen ve karar vermede kullanılan yasal ve ahla-ki yargılar şeklinde tanımlamaktadırlar.

Etik ya da ahlak felsefesi ilgili olduğu alanlar göz önüne alındığında farklı gruplara ayrılmaktadırlar; birey- toplum karşıtlığı açısından (aile ahla-ki, meslek ahla-ki vb), toplumsal ayrışmalara göre, insan davranışları açısından (insanı erince götürececek yollar ve insanı başka insanlar karşısında yükümlü kılan zorunluluklar) olarak gruplandırılmalar yapılmaktadır (Timuçin, 2004). Bunlardan en yaygın kullanılanlardan birisi de iş etiği (business ethics) veya iş ahla-ki'dir. Woehr (2005) iş etiğini; işin iyi yapılması amacıyla olumlu ahla-ki değerlerin üzerinde oluşturulan kültürel normlar, Ross (1997), özellikle çalışkanlığı özendiren, başıboşluğu reddeden, tutumluluğu destekleyen, başarısızlık ve yetersizlikten kaçınan, hırsı, başarı ve değeri ön plana çıkaran inançlar sistemi, McNamara (2005) ise iş yerinde doğru ve yanlış olanı ayırt ederek, doğru olanı yapmak üzere oluşturulan kurallar ve prensipler bütünü olarak ifade etmektedir. Arslan (2001) çalışmasında iş ahla-kiyi normatif ve betimleyici iş ahla-ki

olarak bölümlendirmektedir. Yazara göre normatif iş ahlakı, iş ahlakına uygun davranışların neler olması gerektiği konusunu incelerken, betimleyici iş ahlakı, iş dünyasında var olan ahlaki sorumluları ve bu konudaki tutum ve davranışları ortaya çıkarmaktadır. Ferrel ve Fraedrich (1991) ise, iş etiğinin dünya iş piyasasındaki davranışlara rehberlik eden ahlaki ilkeler ve standartları içermesi gerektiğini belirtmektedirler. Bu çalışmada da *iş etiği* kavramı iş ahlakı olarak kullanılmıştır.

Hizmet unsurunun ön plana çıktığı ve çok farklı kültürlerden insanların çalışan ya da müşteri olarak bir arada bulunduğu, uluslararası normlara göre hareket tarzı belirlemek zorunda olan turizm işletmelerinde de etik, önemini ve güncelliğini koruyan bir konudur. Farklı beklenti ve istekler içinde bu hizmeti talep edenlerle, talebe yanıt verecek kesim arasındaki en önemli köprülerden birisinin etik değerler olduğu söylenebilir. Uluslararası ve ulusal nitelikli yasa ve sözleşmelerle her iki tarafın hak ve sorumlulukları belirlenmiş olsa da, hizmet alınan (verilen) çevrenin nitelikleri, bireysel hareket tarzları ve birbirinden farklı durumlarla karşılaşılma olasılığı, işletme imajını koruyacak yeni yöntem, uygulama ve düzenlemelerin gereğini de ortaya koymaktadır. Bu durum, diğer işletmelerde olduğu gibi turizm işletme yöneticilerini de etik politika ve yöntemleri belirlemeye, bunları personeline benimsetmeye ve uygulamaya koymaya, değişen koşullara göre güncellemeye ve sürekliliğini sağlamaya yöneltmektedir. Kendi kültürleriyle birlikte küresel işletme normlarından da etkilenen yöneticiler, etik değerleri oluştururken ülkeler arasındaki farklılık ve benzerlikleri dikkate alabilmek için sosyo-kültürel normları anlamak zorundadırlar (Hood ve Logsdon, 2002).

Önemli bir geçmişe sahip etik ve etik uygulamalar hakkında çok sayıda araştırmanın varlığı şaşırtıcı değildir. Özellikle son on yılda yapılan araştırmalar, farklı alan ve işletmelerdeki dikkat çekici uygulamaların sonuçlarını yansıtmaktadır. Bununla birlikte turizm işletmelerindeki etik politika ve yöntemlere bakış açılarını ve bunun otel işletmelerindeki uygulamalarını yansıtan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışmanın özellikle Türkiye’de otelcilik sektöründeki etik uygulamalara ilişkin sınırlı olan literatüre destek sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın temel amacı; turizm sektörünün önemli bir parçası olan otellerde yöneticilerinin etik değer ve yargılarının uygulanmasına ilişkin görüş ve algılamaları ile etik uygulamalardaki rollerinin tespitidir. Araştırma, anket tekniği kullanılarak 2005 yılından önce hizmete girmiş ve halen faaliyetine

devam eden İstanbul il sınırları içerisindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; işletmelerde etik uygulamaların önemi ve yararı gibi konuları içeren kurama yer verilmiştir. Özellikle son on yıla ait yazınlar taranarak araştırmaya altyapı hazırlanmıştır. İkinci bölümde önceki yıllarda turizm işletmelerindeki etik uygulamalara ilişkin yapılan araştırmalar özetlenmiştir. Son bölümde; İstanbul’daki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilen anketlerin sonuçları sunularak yorumlanmıştır.

İŞLETMELERDE ETİK POLİTİKA VE YÖNTEMLER: ÖNEMİ VE YARARLARI

Etik politika ve uygulamaların önemli bir geçmişe sahip olmasına rağmen, profesyonel olarak kullanıldıkları dikkat çekmektedir. Çalışanlar arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi, müşteri ile personel arasındaki mesafenin belirlenmesi, yönetim ve personel ilişkileri gibi konular kısmen yasal yönetmelik ve düzenlemelerle ele alınmış olsa da, farklı uygulama alanları ve uygulayıcıları açısından her zaman yeni yöntem ve kurallara başvurma zorunluluğu söz konusu olmuştur. İşletmeler imajlarını koruyacak, rekabet güçlerini artıracak, müşteri tatminini en üst seviyeye çıkaracak ve kişisellikten kurumsallaşmaya yöneltecek düzen ve tedbirleri almak zorunda olduklarının farkındadırlar. Özetle, işletmedeki doğru ve yanlışın ayırt edilmesi ve doğru olanın yapılması yeni bir yaklaşım değildir.

Birçok işletme kendisi, müşterisi ve çevresi için kurallar belirleyerek bunları çeşitli yöntemlerle uygulamaktadırlar. Küreselleşme süreciyle birlikte uluslararası pazarlara açılan işletmeler kuralların bir standardı olması gereğini açıkça görmüşlerdir (Ülger, 2003). McNamara (2005) işletme etiğinin iki önemli açıktan dolayı oluştuğunu belirtmektedir. Bunlar; yönetsel kusurlar (yasal olmayan, etik olmayan ya da çözümsüzlüğe iten unsurlar gibi) ve ahlaki ikilemlerdir (sözleşmelere uymama veya kaynakların doğru dağıtılmaması gibi). Pater ve Gils’in (2003) de vurguladıkları gibi yakın geçmişte birçok işletme etik olmayan davranışlardan kaynaklanan bir takım sıkıntılarla sıkça karşılaşmışlardır. Bu gibi durumların önüne geçilebilmesi için işletme içi oluşturulacak ahlaki kural ve yöntemlere her zaman gerek duyulmaktadır.

Wells ve Schminke (2001) geleneksel bir yaklaşımla etik açıdan karar verme modellerinin öncelikle bireysel etik davranışlardan ortaya çıktığını savunmaktadırlar. Onlara göre bu sonuç, bireylerin etik ikilemleri açıklayabilmek ve çözebilmek için te-

mel karar modelleri geliştirdiklerini göstermektedir. Stajkovic ve Luthans (1997), bu modellerin etik teorilerle ilgili genel tahminler üzerine oturduğunu ve bunların yararcılık, adalet ve insan psikolojisi gibi konuları içerdiğini belirtmektedirler. Pater ve Gils de (2003) yaptıkları araştırmada bireylerin etikle ilgili konularda bireysel karar verdikleri ve bunun için tanımlanabilir modeller kullandıklarını ortaya koymaktadır. Loo da (2004) bireylerin etik karar verme süreçlerinde daha çok mantığı kullandıklarını saptamıştır.

İşletmelerde oluşturulacak etik değerler konusunda en önemli görevler doğal olarak işletme yöneticilerine düşmektedir. Yöneticiler bu değerlerin hazırlık, uygulama ve değerlendirme aşamalarında etkin rol üstlenirler. McNamara (2005) gerçekte yöneticilere neyin doğru ya da yanlış olduğu konusundaki ikilemelerde rehberlik edecek açık bir ahlaki alanın bulunmadığından bahsetmektedir. Robertson vd.'ne (2003) göre yönetimin en önemli hedeflerinden birisi etik kararları geliştirecek ortamı yaratmak ve desteklemektir. Bu değişen ekonomik yapılar için saydam ve demokratik sistemlerin oluşturulması demektir. Ross da (2004) çalışmasında yöneticilerin karar verme noktasında açıkça etik değerlere başvurulduğunu belirtmektedir. Hatcher'e (2004) göre etik değerler, tanımlanmış bir çevrede doğru ve yanlış ayrımı olduğundan, başvuru çevrede sınırlamalar, tanımlamalar ve görüş açıları oluşturulmalıdır. Yöneticilerin ahlaki değerler hakkında bir karar verme durumuyla karşılaştıklarında, sahip oldukları farklı bakış açılarının kendilerine alternatifler sunabildiklerini ama uygulamada başvurulabilecek etik değerlerin oldukça sınırlı olduğunun altını çizmektedir. Ayrıca, Bozgeyik'in de (2005) vurguladığı gibi ahlaki değerler kişilere, toplumlara, bölgesel ve ulusal değerlere ve başta örgütlü olmak üzere ekonomi, kültür, eğitim düzeyi ve din gibi öğelere bağlı olarak farklılıklar gösterebilecektir.

Küresel rekabetin ortaya çıkmasıyla, farklı kültürlerden olan personel ve yöneticilerin karşılıklı etkileşimlerini hızlandıracak yeni yönetim teknikleri ve etik değer arayışları başlamıştır (Stajkovic ve Luthans, 1997). Bu değerler, Pater ve Gils'in (2003) de vurguladıkları gibi sosyal, kültürel, ekonomik ve örgütsel öğeleri kapsamaktadır. Değerlerden yola çıkılarak her işletme kendi örgüt yapısı ve çalışma alanına uygun etik kodlar oluşturma yoluna gitmektedir. Böylece örgüt içi bir kontrol mekanizması oluşturulabileceği düşünülmektedir. İşletmenin benzer ikilemlerde aynı tip tepkiyi ortaya koymasının ve benzer çözüm önerileri üretebilmesi de bu kodların işletme içerisindeki kullanım düzeyine bağlıdır. Değerler genel kabul görme açısından ev-

rensel bazı temeller üzerine oturmuş olsa da toplumlara hatta coğrafyaya göre farklı algılanabilmekte ve genelde farklı uygulanabilmektedir (Bozgeyik, 2005).

Öztaş (2004) işletmelerin ne için var olduklarını ve hangi ilkelerle çalıştıklarını bilmek zorunda olduklarını belirterek değerlere dayalı davranış biçimlerinin işletme yaşamı açısından ön koşul olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır. Aynı çalışmada etik olmayan eylemlerin piyasa sistemini bozarak kaynakların etkin dağılımını olumsuz etkileyebileceği de belirtilmektedir. Nizamieva da (2001) araştırmasında tüm işletmelerin çoğu zaman bilinçli olarak yaratılmayan etik değerlere sahip olduğunu, bu değerlerin işletmelerin sistemlerinde, süreçlerinde ve kültürlerinde saklı olduğunu ifade etmektedir.

İşletme etiğinin iş yerlerinde karar verme süreçlerindeki önemli rolü (Ross, 2004) ve işletmelerin toplumdaki etik değer yargılarına paralel hareket etme zorunluluğu (Pater ve Gils, 2003) her zaman var olmuştur. Loo (2002) özellikle uluslararası faaliyet gösteren işletmelerin iş yerlerinde ve işleriyle ilgili etik değerlerin farkına vararak "iyi etik, iyi işletme" felsefesini benimsediklerinden bahsetmektedir. Hatta bu konuyu istihdam politikalarında da ön koşul olarak ele alıp, etik değerlere sahip personel arayışlarını ön plana çıkarmışlardır. Woehr (2005) tarafından 150 Amerikalı yöneticisiyle yapılan bir araştırmada, personel seçiminde temel yetenekler dışında iş etiği değerlerine sahip olma koşulunun % 60 ile en önemli unsur olarak kabul edildiği açıkça görülmektedir.

Etik değerler, işletmelerdeki sınıflandırmada, tahminde bulunmada, kavramları açıklamada ve verilerin değerlendirilmesinde etik mercekten bakış açısıyla yardımcı olurlar (Ross, 2004). Bununla birlikte; toplumu geliştirir, güçlü işbirliği sağlar, personelin kendini geliştirmesine yardımcı olur, olumlu kamuoyu imajı yaratır, kalite yönetimi konusunda yönetime destek sağlar (McNamara, 2005) ve işletmenin ayrımcılık, rüşvet, hırsızlık gibi konularda tutumlarını açıklamasına liderlik ederler (Nizamieva, 2001). Etik kuralların bir avantajı da herkese uygulanabilen ve kişisellikten uzak ahlaki temel sağlamaları, başka bir ifadeyle objektif olmalarıdır (Nizamieva, 2001).

TURİZM İŞLETMELERİNDE ETİK UYGULAMALAR ÜZERİNE DAHA ÖNCE YAPILAN ARAŞTIRMALAR

İşletmeler tarafından etik değerlerden yararlanmanın önemli bir geçmişe sahip olması, bu alanda çalışmalarını yürüten araştırmacılara da geniş ola-

naklar sağlamaktadır. Hizmet sektörünün önemli bir parçası olan turizm işletmelerinde ikili ilişkilerde yaşanan sıkıntıları ortadan kaldıracak etik değerlerin oluşturulması, personele benimsetilmesi ve uygulanması üzerine yapılan çok sayıda yabancı yazına karşın Türkiye’de yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Son yıllarda etik ve uygulaması konusunda literatüre kazandırılan yeni çalışmalarla birlikte bu alanda önemli gelişmeler olduğu dikkat çekmektedir.

Fennell ve Malloy’ un (1999) belirttikleri gibi, turizm endüstrisi hızla genişleyen sosyo-kültürel bir olaydır ve bu geniş çaplı büyüme ve gelişme beraberinde turizm endüstrisindeki etik davranış ve uygulamalara olan ilgiyi de artırmaktadır. Özellikle uluslararası norm ve niteliklere sahip olmasıyla dikkat çeken bu sektörde, uluslararası, ulusal, bölgesel ve kurumsal etik değerler oluşturma çaba ve çalışmaları da her geçen gün hız kazanmaktadır.

1999 yılında Dünya Turizm Örgütü tarafından oluşturulan küresel turizm etik kodları, yerel yönetimler ve turizmle ilgili birlikler tarafından alınan bağlayıcı kararlar ve işletme içi oluşturulan etik değerler bu çabaların sonuçları olarak gösterilebilir. Turizmin toplumdaki saygıya katkısı, sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması, ev sahibi ülke için yararları, turizm hakkı ve hareketlerin özgürlüğü gibi toplam 10 başlık altında toplanan Turizm İçin Küresel Etik Kodlarının, tavsiye nitelikli olarak tüm sektör temsilcileri tarafından dikkate alınması gereği vurgulanmıştır (Yazıcıoğlu ve Boylu 2003).

Turizmde etik ve etik uygulamalarla ilgili araştırmalar üzerine çalışmalar yapan Kuzey Arizona Üniversitesi öğretim üyesi Cristine Jazsay , bu çalışmaların yıllık olarak dağılımları ve içerikleriyle ilgili bilgileri derlemiştir. Özellikle 2001, 2002 ve 2005 yıllarına ait çalışmalarında Jazsay, turizmdeki etik çalışmaları, etik ve liderlik, etik eğitimi, işletme etiği gibi başlıklar altında değerlendirerek, özet bilgiler sunmaktadır. 2001 yılına ait 1990 ile 1999 yıllarını kapsayan çalışmada literatürdeki toplam 117 etik çalışmayı inceleyen araştırmacı, 2000-2001 yılları arasında 18, 2002-2003 yılları arasında ise 22 etik çalışmayı mercek altına almıştır. Çalışmaların ağırlıklı olarak, “etik olmayan durumlar” ile “nasıl etik davranılacağına” ilişkin konulardan oluştuğu verilen istatistiklerden anlaşılmaktadır.

Kwansa ve Farrar (1992) tarafından yapılan araştırmada, etik uygulamalar için eğitim ve etik kodların üzerinde yoğunlaşan çalışmalara rağmen, hizmet sektöründe etik eğitime yeteri kadar önem verilmediği ortaya çıkmıştır. Ancak, daha sonraki dönemlerde Öztuğ (2004) tarafından gerçekleştirilen çalışma-

da, hizmet sektöründeki birçok eğitimcinin etik oryantasyon anlayışının önemli ölçüde kabul edilmiş akademik davranış normlarıyla örtüştüğünü ortaya konulmaktadır.

Diğer bir araştırmada Stevens (1997) turizm sektöründe karşılaşılan en önemli etik sorunların; çıkar çatışmaları, çalışanların karakterleri, maaş ve ödüllendirme, ticari sırların dışarıya açıklanması gibi konular üzerinde yoğunlaştığını saptamıştır. Turizm işletmelerinin önemli bir kısmının etik kodlara sahip olduğunu ya da hazırlık aşamasında olduklarını ama uygulamaların diğer sektörlerle göre son derece düşük olduğunun altını çizmektedir.

Upchurch’ un (1998) 198 otel yöneticisi ile gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre; a) konaklama işletmelerinde yardımseverlik etik kararlar etki eden en önemli etik hükümlerden birisidir, b) örgüt dışındaki farklı görüşlerin etkisi büyüktür, c) eğitim seviyesi ve sektördeki deneyim süresinin uzunluğu ile etik hükümlere başvurulması arasında doğru orantı vardır.

Stevens ve Fleckenstein (1999), etik kuralların ortaya konmasının, uygulanmasının ve değerlendirilmesinin yöneticilerin kontrolünde olması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu kuralların personel tarafından kabul görebilmesinin, yanlış ve doğru ayırımının yöneticiler tarafından açıklanmasına bağlı olduğu ifade edilmektedir.

Reynolds (2000) ise Asya ülkelerindeki çok uluslu otel işletmelerinde çalışan 14 yabancı otel müdürüyle yaptığı çalışmada rüşvet konusunu ele almış ve yöneticilerin tamamının farklı biçimlerdeki rüşvet olaylarıyla karşı karşıya kaldıklarını belirtmiştir. Yöneticilere göre etik dışı uygulamalar olmadan bir oteli başarıyla yönetmek oldukça zordur.

Vallen ve Casado (2000) otel işletmelerinde etik konusunda ilerleme sağlamak amacıyla Amerika’da bir etik enstitüsünün kurulduğu ve ülkedeki otel işletmelerin yaşanan etik sorunları en aza indirmeyi ve çalışanlarına neyin yanlış ya da doğru olduğunu öğretmeyi amaçlayan etik standartlar listesi hazırladıklarını belirtmektedirler. 45 otelin genel müdürüyle yaptıkları anket çalışmada, ilgili otellerde her gün etik ikilemlerle karşılaşıldığını ve bu tür sorunların verilecek etik eğitimleriyle çözülebileceğini savunmaktadırlar.

Kılınç’ın (2000) otelcilik sektörü çalışanlarına (öğrencilere) yönelik yaptığı etik çalışmada, otel yöneticilerinin genel olarak çalışanlarına karşı etik sorumlulukları yerine getirdiklerini saptamıştır. Taciiz, cinsiyet ayrımı, ücret gibi konularda yöneltilen sorular karşısında çalışanlar, yöneticilerin tutum ve davranışlarının etik sınırlar içerisinde olduğunu belirtmişlerdir.

Akoğlan Kozak ve Karakaş'ın (2002) Kuşadası'nda 5 beş yıldızlı otelin 106 servis personeliyle yaptıkları araştırmada personelinin etik davranışlarını belirlemeye çalışmışlardır. Servis personelinin %59,4'ü "davranışlarında tarafsız ve açık fikirli olmaya çalışırım" ve % 51,9'u "gerek sözleşme hükümlerine gerekse sözlü olarak verilen sözlere bağlı kalırım" ifadelerine tamamen katıldıkları saptanmıştır.

Yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili yapılan diğer araştırma sonuçları kısaca şöyle özetlenebilir: Yiyecek-içecek hizmeti veren 220 işletme yöneticisi kapsamında yapılan araştırmada, yöneticilerin önemli bir bölümünün yazılı etik kodların uygulanması gerektiğine inandıkları vurgulanmaktadır. İşletmelerin % 75'i bu kodlara sahip olduklarını belirtirken, yöneticilerin etik ikilemlere neden olan sorunları önceden belirleyerek buna uygun etik işletme politikaları üretmeleri gerektiği ifade edilmektedir (Jazsay, 2001). McCleary ve Vosburgh (1990) da yiyecek-içecek işletme yöneticileri ve öğrenciler ile yaptıkları çalışmalarında insanların değer yargılarının davranışları üzerindeki etkilerini araştırmışlardır.

Hırvatistan'daki 35 otelde yapılan bir anket çalışmasında, otellerde yazılı etik standartları, politika ya da programları bulunmadığı, etik standartların otel çalışanlarınca net anlaşılmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Yazılı etik standartların bulunmadığı durumlarda örgüt etiğinin yönetimin etik anlayışıyla belirlendiğinin vurgulandığı çalışmada, çoğu otel yöneticisinin sosyal etkileşimden daha çok kendilerine ait değer sistemlerini ortaya koydukları belirtilmektedir (Jazsay, 2002).

Enz (2002) işletme etiği ile ilgili yapılan araştırmalarda, finansal olarak etik davranışların ödüllendirildiğini vurgulamaktadır. Yöneticilerin dürüstlüğünün otel gelirlerine olumlu yansıdığını ve yönetimle personel arasında kurulan güçlü işbirliğinin, çalışanların işe bağlılıklarını artırdığı, sonuçta personel devir hızını azalttığını ortaya koymaktadır.

Yazıcıoğlu ve Boylu'nun (2003) etik kodların uygulanması konusunda Türkiye'deki 55 beş yıldızlı otel ile 72 "A" Grubu seyahat acentesinde yaptıkları çalışmada, yöneticilerin en çok "turistlerin ayrırma uğramadan turistik ve kültürel alanlara ve konaklama hizmetine ulaşabilme hakkına sahiptir" ifadesine katıldıklarını tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca, etik kodların uygulanması açısından otel ve seyahat acentelerinin benzer görüşlere sahip oldukları vurgulanmaktadır.

Türkiye Etik Değerler Merkezi'nin (TEDMER), 2002 yılında Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı üzerine 12 ilde 1033 kişi ile yaptığı araştırmasında, çalışanla-

rın % 64,2'sinin iş etiği kavramından haberdar oldukları ve işletmelerinde yazılı (%36,3) veya yazılı olmayan (29,2) etik standartlarının var olduğunu belirtmektedirler. Araştırma sonuçlarına göre, çoğunluğun (%82,3) iş etiği eğitiminin yararına inanasına rağmen bu olanağın işletmelerce verildiğini belirtenlerin sayısı ise oldukça düşüktür (% 22,7).

Ergün (2005) hazırladığı yüksek lisans tezinde otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine yönelik uygulamalarında etik ilke ve standartları ne kadar dikkate aldıklarına ilişkin otel yöneticilerinin görüşlerini belirlemeye çalışmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre "müşteriye karşı etik dışı davranış gösteren işgören mutlaka cezalandırılır" ifadesine yöneticilerin %16,9'u her zaman, %40,3'ü genellikle, %27,3'ü bazen 15,6'sı nadiren cevabını vermişlerdir. Çalışmada ayrıca personel seçiminde cinsiyet, ırk, din gibi konularda bir ayrırım söz konusu olup olmadığı da yöneticilere sorulmuş, genel olarak (% 88,3) bu tür ayrırımların işletmelerde olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

426 insan kaynakları yöneticisiyle yapılan bir başka araştırmada, etik davranışların işletmelerce ödüllendirilmediği ortaya çıkmıştır. Bir çok etik olmayan davranışlarla karşılaştıklarını belirten yöneticiler tarafından, bunların tümünün işletmenin etik standartları uygulaması için baskı unsuru oluşturduğu belirtilmektedir. Aynı çalışmada işletmenin etik inanç ve değerlerin herkes tarafından paylaşıldığında, etik karar verme durumlarının artacağı ifade edilmektedir. Bu nedenle liderler beklenen davranışlar için model olmak ve beklentileri diğer personelle paylaşmak zorundadırlar (Jazsay, 2005).

İSTANBUL'DAKİ DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERDE ETİK POLİTİKA VE YÖNTEMLER ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amaçlarından birisi otel yöneticilerinin etik politika ve yöntemler hakkındaki görüş ve algılamalarını belirlemek diğerine ise etik uygulamalar ve değerlendirilmeler konusunda yöneticinin rollerini belirlemektir. Hizmet sektörünün önemli bir parçası olan turizmde farklı kültür ve yaşam tarzına sahip insanların bir arada bulunmaları, dolayısıyla bireyler arası sürekli iletişim, etik konusunun bu işletmelerdeki önemini açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle belirli sürelerde konaklamaların gerçekte olduğu otel işletmelerinde personel-yönetim, personel-personel ve personel-müşteri ilişkilerinde standartların sağlanması, ilişkilerde ortaya çıkabilecek ikilemlerin önüne geçilebilmesi

ve benzer sorunlara karşı benzer tutum ve davranışların sergilenebilmesi için etik yöntem ve uygulamalara başvurmak oldukça önemlidir.

Bu çalışma otel yöneticilerinin konuya ilişkin bakış açılarının belirlemesi açısından önemlidir. Etik politika ve uygulamalardaki başarıya öncelikle yöneticilerin performansı ile ulaşılacağı varsayımından hareketle, yöneticilerin etik konusundaki yaklaşımlarını ve bu kavram hakkındaki algılamalarını belirlemek oldukça önemlidir. Yerli literatürün sınırlı olması da dikkate alındığında çalışmanın bu alandaki açığa katkı sağlayabileceği ve bu konuda çalışmalarını yürütecek akademisyenler ile ilgili işletme yöneticilerine destek olabileceği düşünülmektedir.

Yöntem

Veri toplama: Araştırma anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anket göz atım araştırmalarının en önemli aracı olup, cevaplayıcılardan bilgi toplamak için biçimlendirilmiş veri formlarıdır (Nakip, 2003). Sosyal bilimlerde sıkça başvurulan yöntemlerden birisi olması ve bu çalışmada elde edilmek istenen verilere ulaşmayı sağlayabileceği açısından anket tekniğinin kullanılması tercih edilmiştir. Anketler hazırlanarak ilgili katılımcılara elden dağıtılmış ve belirli bir süreden sonra geri toplanmaları sağlanmıştır. Elden geri dönüşün olmadığı işletmelerde bu işlem faks veya posta yolu ile gerçekleştirilmiştir.

Daha önce yapılan çalışmaların önemli bir bölümü iş etiği konusunda yoğunlaştığından ve işletmelerle yöneticilerinin etik konusuna bakış açılarını ölçen ve etik uygulamaları konusunda davranışlarını tanımlamaya yönelik çalışmaların sınırlı olmasından dolayı mevcut literatür taraması yapılmıştır. Bu nedenle etik kodlara sahip olma ve işletme ile yöneticiye ait demografik özellikleri ele alan bölümler bu konulara ilişkin yazın taraması sonucunda düzenlenmiştir. (Stevens, 1997; Upchurch, 1998; Tunç ve Sevin, 2000; Bucar vd., 2003; Pater ve Gils, 2003). Anketin, otel yöneticileri tarafından etik politika ve uygulamalarının değerlendirildiği diğer iki bölüm ise Ethics Resource Center'in (2005) internet sayfasında yer alan "Ethics Effectiveness Quick-Test" formunun bir kısmından esinlenerek hazırlanmıştır. Taslakta yapılan ekleme ve düzenlemelerden sonra ankete son hali verilmiştir. Son aşamada anketin evrenini oluşturan İstanbul il sınırları içerisindeki dört ve beş yıldızlı 7 otel işletmesinin yöneticileri ile ön test gerçekleştirilmiştir. İlgili yöneticilerden ankete ekleme gelmemiş olup, anlam zorluğu çektiklerini belirttikleri sorular dik-

kate alınarak anket yeniden düzenlenmiştir. Anketten elde edilen sonuçlar tamamen yöneticilerin kişisel fikirlerini yansıtmaktadır.

Anket, içeriğine uygun olarak tamamen kapalı uçlu sorulardan oluşan beş bölüme meydana gelmektedir. Birinci bölüm işletmeyi tanımlayıcı yıldız durumu, faaliyet süresi ve işletme özelliklerine ilişkin sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde, otel müdürü (ya da müdür yardımcısı) hakkındaki demografik özellikleri belirlemeyi hedefleyen sorular yer almaktadır. Yöneticiyle ilgili yaş, deneyim, eğitim gibi özellikler bu grupta ele alınmıştır. İşletmelerin etik kodlara sahip olup olmadığı ve danışmanlık hizmeti alıp almadığı gibi sorular üçüncü bölümde yer almaktadır. Dördüncü ve beşinci bölümler beşli Likert ölçeğine göre tasarlanmıştır. Dördüncü bölümde otel yöneticilerinin etik değer yargılarını, etik stratejilerini ve etik konusundaki algılamalarını belirlemeye yönelik 15 soru sorulmuştur. Son bölümde ise yöneticilerin etik uygulama ve değerlendirmelerindeki rollerini ortaya koyacak on soru yer almaktadır.

Örneklem ve süreç: Araştırmanın evrenini İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı şehir otelleri oluşturmaktadır. Evren olarak bu otellerin seçilmesinin önemli iki nedeni bulunmaktadır. Birincisi; dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin diğerlerine göre daha güçlü örgüt yapılarına, personel politikalarına ve işletme prensiplerine sahip olduklarına olan kanıdır. İkincisi ise; çok geniş olan araştırma alanını belirli sınırlar içerisinde tutarak zaman kazanmaya çalışmaktır. Araştırma alanı olarak İstanbul'un seçilmesinde ise üç dayanak söz konusudur;

1. Belirtilen sınıflardaki otellerin yoğun olarak bu bölge sınırları içerisinde bir arada bulunmaları,
2. Benzer işletme anlayışıyla tüm yıl faaliyet gösteriyor olmaları ve
3. Araştırmacıların birisinin bu bölgede ikamet ediyor ve çalışıyor olmasıdır. Böylece yüz yüze gerçekleştirilecek görüşmeler açısından kolaylık sağlanabilmektedir.

İstanbul Valiliği'nin (2005) resmi internet sitesinden ulaşılan bilgiler doğrultusunda, halen faaliyetini sürdüren Turizm İşletmesi belgeli toplam 53250 yatak kapasitesine sahip 303 otel işletmesi bulunmaktadır. Bunlardan 57'si (12431 yatak kapasiteli) 4 yıldızlı ve 28'i (18420 yatak kapasiteli) 5 yıldızlı otel niteliği taşımaktadır. Otellerle ilgili adres bilgilerinin netlik kazanması amacıyla yıllık periyodik olarak yayınlanan Otel ve Seyahat Rehberi'nden (Hotel and Travel Guide) yararlanılmıştır. Hazırlanan

anketler düzeltme ve ön test işlemlerinin ardından Şubat 2005'ten itibaren otellere elden dağıtılmaya başlanmıştır. Nisan başından itibaren geri dönüşü gerçekleşmeyen otellere formlar tekrar gönderilerek anketin geri dönüş oranı yükseltilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalar Haziran (2005) ortasında tamamlanmıştır. Ön testin gerçekleştirildiği oteller başta olmak üzere işletmelerin önemli bir bölümünden elden toplanan anketler, diğerlerinden faks ve elektronik posta yoluyla tarafımıza ulaştırılmıştır. Tamamına anket formları ulaştırılan otel işletmelerinden önemli bir bölümünün geri dönüşü gerçekleşmiştir. Turizm Bakanlığı'ndan "turizm işletme belgesi" almış 57 dört yıldızlı otelden 45 (% 79) anket formunun geri dönüşü gerçekleşirken 28 beş yıldızlı otelden 23 (% 82) anket tarafımıza ulaştırılmıştır. Biri beş yıldızlı otele ait toplam 4 anket formu önemli eksikliklere sahip olduğundan değerlendirme dışı tutulmuştur. Toplam 42 dört yıldızlı ve 22 beş yıldızlı otel işletmesi yöneticilerinin doldurduğu anketler değerlendirmelerde dikkate alınmıştır.

Değerlendirme

Elde edilen tüm veriler SPSS 10.00 (Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) analiz programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Anket formundaki ilk üç gruba ait sorular yüzdeler ile ifade edilirken, son iki bölüme ait verilerin aritmetik ortalama değerleri ve standart sapmaları bulunmuştur. Ayrıca parametrik olmayan ve ikiden fazla örnek değerinin benzer yapıda olup olmadığını test eden Kruskal-Wallis(KW) (Nakip, 2003) ile iki bağımsız örneklemin aynı dağılıma sahip evrenlerden gelip gelmediğini test eden Mann Whitney-U (Ergün, 1995) testlerinden yararlanılmıştır. Farklar % 95 güvenirlilikte ve $p < 0,01$ ile $p < 0,05$ değerleri arasında anlamlı bulunmuştur.

Bulgular

64 otel yöneticisi tarafından yanıtlanan anket formundaki sorular tablolara dönüştürülmüştür. Araştırmanın yapıldığı 64 otelin 42'si dört yıldızlı(% 66) olup diğerleri beş yıldızlı otel niteliği taşımaktadır. Sayı olarak turistik işletme belgesine sahip yıldızlı işletmelerin 1/3'ü kadar olan bu oteller bölgedeki toplam yatak kapasitesinin yarısından fazlasını sahiptir. Önemli bir bölümü dört yıldızlı otellerden oluşan işletmelerin % 64'ü bağımsız işletme olarak faaliyet göstermekte olup, % 78'i son on dört yıl içerisinde faaliyetlerine başlamışlardır. Toplam 22 beş yıldızlı otelin % 86'sı ulusal ya da uluslararası bir zincire bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Bu rakamlardan yola çıkılarak, İstanbul'daki otel işletmelerin yoğun olarak son on beş yılda hizmete girdiği ve genellikle bağımsız işletme olarak faaliyetlerini sürdürdükleri anlaşılmaktadır.

Tablo 1'de otel müdürlerine ait demografik özellikler sunulmuştur. Önemli bir bölümü bay olan yöneticiler 25-34 yaş grubu içerisinde yoğunlaşmaktadır (% 84). % 89'unun lisans veya lisansüstü eğitim düzeyine sahip yöneticilerin önemli bölümünün sektör tecrübeleri de 1 ile 9 yılları arasında değişmektedir. Tablodan da anlaşılabileceği üzere otel yöneticilerinin yarısından fazlası (% 51,6) 1 ile 4 yılları arasında değişen yöneticilik deneyimlerine sahiptir.

Yöneticilerin işletmelerindeki etik kod kullanımına ilişkin yöneltilen dört soruya verdikleri yanıtlar Tablo 2'de sunulmuştur. Tabloya göre yöneticilerin önemli bir bölümünün işletmelerine ait etik kodlardan yararlandıkları anlaşılmaktadır. Yöneticilerin bir kısmı (%12,5), başka işletmelerin etik kodlarından yararlanma yolunu seçerken diğerleri hem kendilerine ait hem de diğer işletmelerin etik kodlarından yararlandıklarını belirtmektedirler (%25).

Tablo 3'te otel yöneticilerinin etik değer yargularına bakış açıları verilmiştir. Beşli likert ölçeğine

Tablo 1. Otel yöneticilerine ilişkin demografik özellikler (n = 64).

Eğitim düzeyi	n	%
Lise	6	9,4
Önlisans	1	1,6
Lisans	50	78,1
Lisansüstü	7	10,9
Yaş		
20-24	3	4,7
25-29	16	25,0
30-34	21	32,7
35-39	17	26,6
40-44	3	4,7
45-49	3	4,7
50 ve üzeri	1	1,6
Otelde çalışma süresi		
1 yıldan az	6	9,4
1-4 yıl	24	37,5
5-9 yıl	29	45,3
10-14 yıl	3	4,7
15-19 yıl	2	3,1
Yönetim deneyimi		
1 yıldan az	1	1,6
1-4 yıl	33	51,6
5-9 yıl	21	32,8
10-14 yıl	4	6,2
15-19 yıl	4	6,2
20 yıldan fazla	1	1,6
Cinsiyeti		
Erkek	47	73,4
Kadın	17	26,6

Tablo 2. Otel işletmelerinde etik kodların kullanımı ve etik danışmanlık hizmetlerine ilişkin bilgiler (n=64)

	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Otelimizin etik uygulamaları konusunda dışardan danışmanlık hizmeti alıyoruz	11	17,2	53	82,8
Otelimizde kendimize özgü etik kodları kullanıyoruz	46	71,9	18	28,1
Otelimizde başka işletmelere ait etik kodlardan yararlanılmaktadır	8	12,5	56	87,5
Otelimizde hem kendimize hem de diğer işletmelere ait etik kodları kullanıyoruz	16	25,0	48	75,0

göre belirlenen bu değerler aritmetik ortalamalarına göre sıralanmıştır. Katılımcıların % 78'i "belirlenen değer yargıları otelin yapısı ve etik anlayışıyla uyumludur" ifadesine kısmen ya da tamamen katılırken bunu % 76 ile "otelin değer yargıları ve beklentileri birbiriyle uyumludur" yargısı izlemektedir. "Otel işletmesinin kuralları her koşulda aynı kalır" ifadesine katılım oranı en düşük yüzde ile ortaya çıkarken (% 56) bunu "değer yargıları çalışanlarla ilgili olmasından dolayı işletmeyi yönlendirir (% 59)" ifadesi izlemektedir. Bu yüzde değerler aritmetik ortalama sıralamasına da doğru orantılı olarak yansımaktadır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği otellerdeki yöneticilerin Tablo 3'teki etik değer algıları işletme türü ve sınıfı açısından test edilerek Tablo 4'te sunulmuştur. Anketin yapıldığı oteller 4 ve 5 yıldızlı işletmeler olarak seçildiğinden sınıf açısından "Mann-Whitney U", işletme türü ayrımı ise bağımsız, ulusal zincir ve uluslararası zincir olarak belirlendiğinden "Kruskal Wallis" farklılık testleri uygulanmıştır. Analiz sonucu ortaya çıkan farklılıklar % 95 güven düzeyinde ve $p < 0,01$ ile $p < 0,05$ arasında anlamlı bulunmuştur. İşletme türü açısından en önemli farklılık "değer yargıları otelin iç ve dış ilişkilerini düzenler" ifadesinde ortaya çıkmıştır. Uluslararası zincir otel işletmesi yöneticilerinin tamamı bu ifadeye katılırken bu oran özellikle bağımsız işletme yöneticilerinde % 50 olarak ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde "otel politikalarının yokluğunda ya da yetersizliğinde değer yargıları rehber olarak kullanılır" ifadesi için de işletme türlerine göre anlamlı farklılık söz konusudur. Bağımsız işletme yöneticilerinin 9'u (%22) bu fikre kısmen ya da tamamen katılmazken zincir işletme yöneticilerinin tamamının katılımı söz konusudur. İşletme türü açısından başta "otel çalışanları kişisel başarıları ile etik amaç ve hedefler arasında doğrudan bağlantı olduğuna inanırlar" ifadesi olmak üzere "etik amaç ve hedefler anlık karar vermede dikkate alınır", "otel değiştiğinde ve/veya büyüdüğünde etik stratejiler gözden geçirilir ve gün-

Tablo 3. Otel işletmelerinde etik kodların kullanımı ve etik danışmanlık hizmetlerine ilişkin bilgiler (n=64)

	Aritmetik ortalama	Standart sapma	Sıralama
Belirlenen değer yargıları otelin yapısı ve etik anlayışıyla uyumludur	4,17	0,98	1
Otelin değer yargıları ve beklentileri birbiriyle uyumludur	4,05	1,09	2
Otel çalışanları işletmenin değer yargıları ile ilgili bir sorunla karşılaştıklarında başvurmaları gereken rehberi bilirler	4,03	1,22	3
Otelin her çalışanı işletmenin temel değerlerini bilir	3,98	1,11	4
Tüm çalışanlar sorumlu tutulduğu hedef ve amaçlara uygun davranırlar	3,97	1,07	5
Etik hedefler en az üretim, kalite ve finansal hedefler kadar önemlidir	3,95	1,20	6
Otel değiştiğinde ve/veya büyüdüğünde etik stratejiler rutin olarak gözden geçirilir ve güncelleştirilir	3,94	1,21	7
Otel çalışanları etik amaç ve hedeflerle kendi kişisel başarıları arasında doğrudan bağlantı olduğuna inanırlar	3,91	,99	8
Başarı, otel işletmesi stratejisi içinde etik değerlere göre tanımlanır	3,90	1,12	9
Etik stratejiler bütün tarafları ilgilendirir	3,89	1,21	10
Değer yargıları otelin iç ve dış ilişkilerini düzenler	3,89	1,14	11
İşletme politikalarının yokluğunda ya da yetersizliğinde değer yargıları rehber olarak kullanılır	3,81	1,14	12
Etik amaç ve hedefler günlük karar vermede dikkate alınır	3,80	1,17	13
Değer yargılarının çalışanlarla ilgili olmasından dolayı işletmeyi yönlendirir	3,58	1,11	14
Otel işletmesinin kuralları her koşulda aynı kalır	3,52	1,28	15

(1: hiç katılmıyorum, 2: kısmen katılmıyorum, 3: ne katılmıyorum ne de katılmıyorum, 4: kısmen katılıyorum, 5: tamamen katılıyorum)

celleştirilir" ve "otelin etik stratejileri bütün tarafları ilgilendirir" gibi konularında ise anlamlı bir fark gözlenmemektedir.

Otelin dört veya beş yıldızlı olmasına bağlı olarak uygulanan test istatistiği sonuçlarında önemli anlamlı farklılıklar tespit edilen ifadeler sırasıyla "otel işletmesi stratejisi içinde başarı kavramı etik değerlere göre tanımlanır", "otel politikalarının yokluğunda ya da yetersizliğinde değer yargıları rehber olarak kullanılır", "değer yargıları otelin iç ve dış ilişkilerini düzenler", "otel çalışanları değer yargıları ile ilgili bir sorunla karşılaştıklarında başvuracakları rehberi bilirler" ve "otelin her çalışanı işletmenin temel değerlerini bilir"-dir. Dört yıldızlı otel yöneticilerinin % 60'ı politi-

Tablo 4. İşletme türleri ve sınıflarına göre otel yöneticilerinin etik değer yargılarına bakış açıları(n=64)

	Otelin işletme türü ^a		Otelin sınıfı (yıldız durumu) ^{aa}			
	X ²	P	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Otelin değer yargıları ve beklentileri birbirleriyle uyumludur	4,187	0,123	345,0	1248,0	-1,765	0,078
Otel politikalarının yokluğunda yada yetersizliğinde değer yargıları rehber olarak kullanılır	11,507	0,003*	238,0	1141,0	-3,346	0,001*
Değer yargılarının çalışanlarla ilgili olmasından dolayı işletmeyi yönlendirir	7,839	0,020**	337,5	1240,5	-1,839	0,066
Otelin her çalışanı işletmenin temel değerlerini bilir	10,468	0,005*	264,0	1167,0	-2,968	0,003*
Değer yargıları otelin iç ve dış ilişkilerini düzenler	13,394	0,001*	256,5	1159,5	-3,044	0,002*
Otel işletmesinin kuralları her koşulda aynı kalır	9,289	0,010*	262,0	1165,0	-2,910	0,004*
Otel çalışanları değer yargılarıyla ilgili bir sorunla karşılaştıklarında başvuracakları rehberi bilirler	8,159	0,017**	263,5	1166,5	-3,040	0,002*
Belirlenen değer yargıları, otelin genel yapısı ve etik anlayışıyla uyumludur	8,010	0,018**	294,0	1155,0	-2,445	0,014**
Otel işletmesi stratejisi içinde başarı kavramı etik değerlere göre tanımlanır	10,383	0,006*	198,0	1059,0	-3,830	0,000*
Etik hedefler en az otelin üretim, kalite ve finansal hedefleri kadar önemlidir	4,529	0,104	327,5	1230,5	-2,018	0,044**
Tüm çalışanlar sorumlu tutulduğu hedef ve amaçlara uygun davranırlar	5,919	0,052	345,0	1248,0	-1,753	0,080
Otelin etik stratejileri bütün tarafları ilgilendirir	3,977	0,137	275,5	1178,5	-2,777	0,005*
Etik amaç ve hedefler anlık karar vermede dikkate alınır	1,569	0,456	383,5	1286,5	-1,178	0,239
Otel çalışanları kişisel başarıları ile etik amaç ve hedefler arasında doğrudan bağlantı olduğuna inanırlar	,956	0,620	440,0	1343,0	-,330	0,742
Otel değiştiğinde ve/veya büyüdüğünde etik stratejiler gözden geçirilir ve güncelleştirilir	2,144	0,342	382,5	1285,5	-1,188	0,235

^a Kruskal Wallis Testi (Otelin işletme türü; bağımsız işletme, ulusal zincir, uluslararası zincir)

^{aa} Mann-Whitney U Testi (Otelin sınıfı (yıldız durumu; 4 ve 5 yıldız)

* % 99 olasılıkta ve % 95 güven düzeyinde anlamlı (p<0,01)

** % 95 olasılıkta ve % 95 güven düzeyinde anlamlı(p<0,05)

kaların yokluğunda etik değerlerin rehber olarak kullanılması ve başarı kavramının etik değerlere göre belirlenmesi fikirlerine destek verirken beş yıldızlı otel yöneticilerinin tamamına yakını (% 96) kısmen ya da tamamen bu yargılara katıldıklarını belirtmektedirler. İşletme türüne göre anlamlı farklılık bulunmayan ifadeler bu testin sonucunda da benzer çıkmıştır. "Otelin etik stratejileri bütün tarafları ilgilendirir" ifadesi işletme türüne göre anlamlı bir farklılığa sahip değilken işletme sınıfına göre p < 0,01 düzeyinde anlamlı bulunmuştur (p = 0,05) (Tablo 4).

Tablo 5'te yöneticilerin etik politika ve yöntemlerin uygulanması ve değerlendirilmesi üzerindeki rolleri önem sırasına göre verilmiştir. Aritmetik ortalaması sırası dikkate alındığında yöneticilerin etik uygulamalarındaki en önemli görevleri, departmanlarındaki etik uygulamaların etkinliğini sağlamak olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda yöneticiler etik politika ve yöntemlerin etkin yollarla personele aktarılmasını da önemli sorumluluklarından birisi olarak kabul etmektedirler. "Çalışanlar etik politika ve yöntemleri anlık karar vermede rehber olarak kullanır" ve "etik politika ve yöntemler departmanın etiğe uygun davranış tarzını belirler" ifadeleri ise en düşük aritmetik ortalamalara sahip değerler olarak dikkat çekmektedir.

Eğitim düzeyleri ve yöneticilik deneyimleri dikkate alınarak yapılan "Kruskal Wallis" test istatistiğinin sonuçları da Tablo 5'da verilmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar dikkate alındığında, eğitim düzeyleri açısından etik politika ve yöntemlerin departmanın etiğe uygun davranış tarzını belirlemesi hususunda yöneticilerin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu söylenebilir. Lise mezunu yedi yöneticiden beşi bu fikre katılmazken lisansüstü eğitim düzeyine sahip yöneticilerin tamamı aksi görüş belirtmektedirler. Benzer durum "yönetici departmanının etik uygulamaları etkinliğinden sorumludur" ile "çalışanların etik politikalara ve yöntemlere bağlılığı düzenli olarak kontrol edilir" ifadeleri için de geçerlidir. Yöneticilik deneyimleri açısından ise anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Ortaya çıkan bu sonuçlar birbirine benzer eğitim seviyesi ve yöneticilik deneyimine sahip otel yöneticilerinin sayısı dikkate alındığında şaşırtıcı değildir. Eğitim düzeyi ve yöneticilik deneyimi benzer otel yöneticilerin, etik uygulamalar konusunda da benzer davranışlar sergiledikleri söylenebilir.

Tartışma

Önemli bir bölümü bağımsız işletme olarak faaliyet gösteren otellerin yöneticileri genellikle eğitim-

Tablo 5. Etik politika ve yöntemlerin uygulanmasında ve değerlendirilmesinde yöneticinin rolleri (n=64)

	Eğitim düzeyi		Yöneticilik deneyimi		sıra		
	Ort.	s.s.	X ²	P		X ²	P
Yönetici departmanının etik uygulamaları etkinliğinden sorumludur	4,11	1,20	8,705	0,033??	1,786	0,775	1
Yönetici etik politika ve yöntemleri etkin bir şekilde tüm çalışanlara bildirir	4,02	1,09	5,121	0,163	6,382	0,172	2
Etik uygulamaların sonuçları personelin performans değerlendirmesine eklenir	3,97	1,26	3,481	0,323	7,099	0,131	3
Yönetici etik politika ve yöntemleri periyodik olarak gözden geçirir	3,98	1,13	4,859	0,182	5,876	0,209	4
Yönetici çalışanlarını işletmenin etik standartlara uyumundan sorumlu tutarlar	3,92	1,17	6,779	0,079	6,629	0,157	5
Yönetici etik politika ve yöntemlerin etkinliğini rutin olarak kontrol eder ve ölçer	3,89	1,24	6,173	0,104	1,968	0,742	6
Departmanın etik politika ve yöntemlere bağlılığı sürekli kontrol edilir ve ölçülür	3,86	1,31	4,973	0,174	2,425	0,658	7
Çalışanların etik politikalara ve yöntemlere bağlılığı düzenli olarak kontrol edilir	3,84	1,16	7,857	0,049??	4,530	0,339	8
Etik politika ve yöntemler departmanın etiğe uygun davranış tarzını belirler	3,78	1,17	11,752	0,008?	7,593	0,108	9
Çalışanlar etik politika ve yöntemleri anlık karar vermede rehber olarak kullanır	3,78	1,12	3,431	0,330	3,293	0,510	10

(1: hiç katılmıyorum, 2: kısmen katılmıyorum, 3. ne katılıyorum ne de katılmıyorum, 4: kısmen katılıyorum 5: tamamen katılıyorum)

* % 99 olasılıkta ve % 95 güven düzeyinde anlamlı (p<0,01)

** % 95 olasılıkta ve % 95 güven düzeyinde anlamlı(p<0,05)

li ve genç yaş grupları içerisinde. Kat hizmetleri, mutfak ve servis gibi özellikle bayan çalışanların geleneksel ev ortamı yaşamlarıyla paralellik gösteren alanlar başta olmak üzere, bayan yönetici sayısının fazla olması gerektiği akla gelebilir. Buna rağmen otellerde bayan yönetici sayısı oldukça düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte eğitim düzeyleri açısından bay ve bayan yöneticiler arasında önemli farklılıkların bulunmaması dikkat çekmektedir. Yöneticilerin tamamına yakını lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Bu yönetimdeki profesyonellik anlayışının bir yansıması olarak ta değerlendirilebilir. Yöneticilerin otelcilik sektörü ile yöneticilikteki deneyim süreleri arasında paralellik bulunması mezuniyet sonrası yöneticilik kademesine yakın kariyerlerde işe başladığını ve kısa zamanda üst noktalara ulaşıldığını akla getirebilir.

Ortaya çıkan sonuçlardan otel işletmelerinin tamamına yakınının etik kodlara sahip oldukları ve işletmelerde etik uygulamalara başvurulduğu anlaşılmaktadır. Peter ve Gils (2003) Amerika ve Kanada'daki işletmelerin etik kodlara geçişleri ile ilgili yaptıkları araştırmalarında, Amerika'daki şirketlerin 1992'de % 90'ının bu kodları kullanırken, 2000'de Kanada'daki şirketlerin % 86'sını bu kodlara geçtiği sonucuna ulaşmışlardır. TEDMER tarafından 2002 de yapılan bir araştırmada ise 1033 çalışandan ancak % 36,3'ü işletmelerinde yazılı etik kodlarının bulunduğunu ifade etmişlerdir. Tunç ve Sevin'in (2000) 55 dört ve beş yıldızlı otelin personel müdürleriyle yaptıkları araştırmalarında ise, dört yıldızlı otellerin % 88,9'unda, beş yıldızlı otellerinde % 70'inde davranış kuralları ile ilgili yazılı rehberlerin olduğu ortaya çıkmıştır.

Dışarıdan danışmanlık hizmeti alan işletmelerin oranının düşük çıkması iki farklı görüşü akla getirebilir.

Birincisi, işletmeler etik konusunda yeterli donanımına sahiptir ve bu hizmetle ilgili eğitimi dışarıdan alma yerine kendileri verebilmektedir. İkincisi ise işletmeler etik kodlara sahip olmasalar da hizmet içi eğitimde profesyonel kurum ve kuruluşlardan yararlanma yoluna gitmemektedirler. Benzer durum TEDMER'in (2002) araştırmasında da dikkat çekmektedir. Araştırma sonuçlarına göre etik ile ilgili işletme içi eğitim aldığı belirtilenlerin oranı oldukça düşüktür (%22,5).

Araştırmanın gerçekleştirildiği işletmelerdeki etik ile ilgili en önemli yargı olarak "işletme değerlerinin etik değerlerle uyumlu" olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda işletmeye ait kuralların koşullara göre değişebileceği de anlaşılmaktadır. Yapılan test istatistikleri sonucunda, işletmelerin etik değer ve politikaların uygulanmasına ilişkin bakış açılarının, işletme türü ve sınıfı açısından anlamlı farklılıklara sahip olduğu görülmektedir. Beş yıldızlı olup ulusal ya da uluslararası zincir işletme niteliğine sahip otellerde etik yöntem ve uygulamalara yönelik ilginin yüksek olması dikkat çekicidir.

Analiz sonuçları hem işletme türü hem de işletmenin sınıfı açısından, otellerin etik değerlere yaklaşımları ve politikaları arasında anlamlı farklılıkların olduğunu ortaya koymaktadır. İşletme politikalarının eksikliğinde etik değerlere başvurulması, çalışanların etik değerlerin farkında olması, etik değerlerin işletmenin iç ve dış çevresiyle olan ilişkilerini düzenlemesi, otel işletmesinin her koşulda aynı kuralları uygulaması ve başarı kavramının etik değerlere göre tanımlanması anlayışının işletme türü ve sınıfları açısından anlamlı farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır. Stevens'in (1997) 26 otel ve 16 yönetim şirketiyle gerçekleştirdiği araştırmasında, otellerin etik değerler konusunda çatışmalar üzerinde yoğunlaşırken, yönetim şirketlerinin iş-

letme-müşteri ilişkileri üzerinde durdukları dikkat çekmektedir. Stajkovic ve Luthans'ın (1997) araştırmasında da farklı ülke yöneticilerinin etik politika ve uygulamaları konusunda farklı düşünce ve algılamalara sahip oldukları saptanmıştır.

Yöneticilerin etik politikalara bakış açıları ile uygulamalarına ilişkin düşüncelerini belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara benzer yanıtlar verilmiştir. Yöneticiler doğal olarak kendilerini etik uygulamalardan sorumlu tutmakta, etikle ilgili güncellemeleri yapmakta ve uygulama sonuçlarını da personel performans değerlendirmesinde kullanmaktadır. Yapılan testlerde eğitim düzeyi ve yöneticilik deneyimi açısından, etik görüşlerle ilgili olarak yöneticiler arasında anlamlı farklılıkların bulunmadığı anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma otel yöneticilerin etik değerlere ilişkin görüş ve algılamalarını ortaya koymak ve etik politikaların uygulanmasını belirlemek amacıyla İstanbul'da faaliyetini sürdüren 64 dört ve beş yıldızlı otelde anket tekniğinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Ortaya çıkan sonuçlar özellikle etik politika ve uygulamaların otel yöneticileri tarafından nasıl algılandığının ve bu uygulamalarda nasıl rol üstlendiklerinin belirlenmesi açısından önemlidir. Otellerin tamamına yakınında etik kodların kullanılması önemli bir adımdır. Yöneticiler etik değerlerin buldukları otellerin yapısıyla uyumlu olduğunu kabul etmektedirler. Aynı şekilde otelin değer yarguları ile beklentileri arasında paralellik bulunduğu hükmüne katılm da oldukça yüksektir. Kuralların zamanla değişebileceğini savunan yöneticiler, etik değerlerin işletmeyi yönlendirebileceği hususuna ise çok temkinli yaklaşmaktadır.

Otel yöneticileri kendilerini etik uygulamaların etkinliğinden sorumlu tutarlarken etik politika ve yöntemlerin hızlı bir biçimde çalışanlara bildirilmesi gereğinin altını çizmektedirler. Anlık kararlarda ise etik politikaların rehber olduğu kanısı yaygın değildir.

Çalışmada ortaya çıkan sonuçlar İstanbul'daki dört ve beş yıldızlı 64 otel işletmesi yöneticisinin konuya ilişkin görüş ve düşüncelerini yansıtmaktadır. Dolayısıyla bu sonuçların geneli temsil edebileceğini öne sürmek doğru bir yaklaşım olmayabilir. Bununla birlikte turizm sektöründe önemini ve güncelliğini koruyan etik yöntem ve uygulamalara yönelik akademik ve mesleki çalışmalara destek sağlayabileceği düşünülmektedir. Gelecekte turizm işletmelerinde etik konusuna eğilecek araştırmacıların;

- farklı bölgelerde bulunan ve farklı niteliklere sahip turizm işletmeleri arasındaki etik anlayış farkını ortaya koyacak,
- konuyla ilgili diğer ülkelerdeki benzer niteliklere sahip işletmeler ile Türkiye'deki emsallerini karşılaştıracak,
- otel personeli ile yöneticilerinin görüşleri arasındaki -varsa- paralellığı ortaya koyacak

çalışmaları yapması turizmde etik konusuna yeni açılımlar sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1982). *Ahlak Öğretileri*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Akoğlan Kozak, M. ve Karakaş, G. (2002). Otel İşletmelerinde Çalışan Servis Personelinin Etik davranışları Üzerine Bir Araştırma, *Turizm Akademi Dergisi*, Gazi Üniversitesi Vakfı Yayınları, 2.
- Arslan, M. (2001). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No:303.
- Beu, D.S. ve Buckley, M.R. (2004). Using Accountability to Create More Ethical Climate, *Human Resource Management Review*, 14 (1): 67-83.
- Bozgeyik, A. (2005). Nasıl Bir Ülkede Yaşamak İstersiniz, Etik Değerler Merkezi, www.tedmer.org.tr.
- Brickley, J.A., Jr Smith, C.W. ve Zimmerman, J.L. (2002). Business Ethics and Organizational Architecture, *Journal of Banking & Finance*, 26(9): 1821-1835.
- Bucar, B., Glas, M. ve Hisrich, R.D. (2003). Ethics and Entrepreneurs, an International Comparative Study, *Journal of Business Venturing*, 18: 261-281.
- Enz, C.A. (2002). Promoting the Human Spirit: Key to Business Success, *Cornel Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(4): ii.
- Ergün, M. (1995). *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayar İstatistikleri Uygulamaları*. Ankara: Ocak Yayınları.
- Ergün, Ö. (2005) Otel İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Etik (İstanbul'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ethics Resource Center (2005), Ethics Effectiveness Quick-Test , www.ethics.org/quicktest/gtshort.pdf.
- Fennel, D.A ve Malloy, D.C. (1999). Measuring the Ethical Nature of Tourism Operators, *Annals of Tourism Research*, 26(4): 928-943.
- Ferrel, O.C. ve Fraedrich, J. (1991). *Business Ethics, Ethical Decision Making and Cases*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Güçlü, A., Uzun, E. Uzun, S. ve Yolsal Ü.H. (2003). *Felsefe Sözlüğü*. Ankara: Erdem Matbaası.
- Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics as an Alternative for Evaluation in For-Profit Business Contexts, *Evaluation and Program Planning*, 27(3): 357-363.
- Hood, J.N. ve Logsdon, J.M. (2002). Business Ethics in the NAFTA Countries: A Cross-Cultural Comparison, *Journal of Business Research*, 55 (11): 883-890.
- İstanbul Valiliği (2005). İstanbul'daki Turizm İşletme Belgesine Sahip Otel İşletmeleri, www.istanbul.gov.tr/default.aspx
- Jazsay, C. (2005). An Integrated Research Review of Ethics Articles in Hospitality Journals 2002 to 2003, Northern Arizona University, <http://www2.nau.edu/~clj5/Ethics/jazsay.pdf>.

- Jazsay, C. (2002). An Integrated Research Review of Ethics Articles in Hospitality Journals 2000 to 2001, Northern Arizona University, <http://www2.nau.edu/~clj5/Ethics/jaszay4.pdf>.
- Jazsay, C. (2001). An Integrated Research Review of Ethics Articles in Hospitality Journals 1990 to 2000, Northern Arizona University, <http://www2.nau.edu/~clj5/Ethics/jaszay1.pdf>
- Keung, S.W.C. (2000). Tourist Perceptions of Hotel Frontline Employees' Questionable Job-Related Behaviour, *Tourism Management*, 21(2): 121-134.
- Kılınç, İ. (2000). İş Etiği Kapsamında Otel Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Etik Sorumluluklarının İzmir'de Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Öğrenimi Gören Öğrencilerin Bakış Açılı ile Değerlendirilmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3): 3-6.
- Kwansa, F. A. ve Farrar, A. L. (1992). A Conceptual Framework for Developing a Hospitality Educators' Code of Ethics, *Hospitality Research Journal*, 15(3): 27-39.
- Loo, R. (2004). Support for Reidenbach and Robin's (1990) Eight-item Multidimensional Ethics Scale, *The Social Science Journal*, 41(2): 289-294.
- Loo, R. (2002). Tackling Ethical Dilemmas in Project Management Using Vignettes, *International Journal of Project Management*, 20(7): 489-495.
- Manning, G.L. ve Reece, B.L. (2005). Ethics: The Foundation for Relationships in Selling, *www2.nsc.edu/MKT1227*
- McCleary K.W. ve Vosburgh R.M. (1990). Towards a Better Understanding of the Value Systems of Food Service Managers and Hospitality Students, *International Journal of Hospitality Management*, 9(2): 111-123.
- McNamara, C. (2005). Complete Guide to Ethics Management: An Ethics Toolkit for Managers, www.mapnp.org/library/ethics, 31.05.2005
- Mengüşoğlu, T. (2003). *Felsefeye Giriş*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nizamieva, D. (2001). Örgütlerde Sosyal Sorumluluk ve İş Etiği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Öztuğ, N. (2004). Etik ve İş Etiğine İlişkin Yaklaşımlar (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri.
- Pater, A. ve Gils, A.V. (2003). Stimulating Ethical Decision-Making in a Business Context: Effects of Ethical and Professional Codes, *European Management Journal*, 21(6): 762-772.
- Reynolds, P. (2000). Profit and Principles: Business Ethics in Hotel Management Companies in Asia, *Australian Journal of Hospitality Management*, 7(1): 1-13.
- Robertson C.J., Gilley, K.M. ve Street M.D. (2003). The Relationship Between Ethics and Firm Practices in Russia and the United States, *Journal of World Business*, 38(4): 375-384.
- Ross, G.F. (2004). Ethics, Trust and Expectations Regarding the Treatment of Disabled Staff within a Tourism/Hospitality Industry Context, *Hospitality Management*, 23(5): 523-544.
- Roy, A.K ve Roy, L.C. (2005). The Importance of Teaching Ethics, *Business Forum*, <http://research.moore.sc.edu/Publications>, 12.06.2005
- Seyyar, A. (2003). *Ahlak Terimleri (Ansiklopedik Sözlük)*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Stajkovic, A.D. ve Luthans, F. (1997). Business Ethics Across Cultures: A Social Cognitive Model, *Journal of World Business*, 32(1): 17-34.
- Stevens, B. (1997). Hotel Ethical Codes: a Content Analysis, *International Journal of Hospitality Management*, 16(3): 261-271.
- Stevens, B. ve Fleckenstein, A. (1999). Comparative Ethics: How Students and Human-Resources Directors React to Real-life Situations, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(2): 69-75.
- TEDMER (Türkiye Etik değerler Merkezi) (2005). Türk İşgücünün İş Etiğine Yaklaşımı Araştırması, www.tedmer.org.tr/genel/documents/araştırma1_tr.ppt.
- Timuçin, A. (2004). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Upchurch, R.S. (1998). A Conceptual Foundation for Ethical Decision Making: A Stakeholder Perspective in the Lodging Industry (USA), *Journal of Business Ethics*, 17(12): 1349-1361.
- Ülger, G. (2003). İnsana ve Doğaya Saygı Anlayışında Turizmde Etik İlkeleri Taslağı'nın İşlevselliği, *I. Uluslararası İş Ve Meslek Ahlakı Kongresi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi, 17-19 Eylül.
- Vallen G. ve Casado M. (2000). Ethical Principles for the Hospitality Curriculum, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(2): 44-51.
- Wells, D. ve Schminke, M. (2001). Ethical Development and Human Resources Training; An Integrative Framework, *Human Resource Management Review*, 11(1-2): 135-158.
- Woehr, D.J. (2005). Measuring Work Ethic: Examining the Construct Validity of the Multidimensional Work Ethic Profile, www.cursos.itam.mx/larciniega.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Boylu Y. (2003). Dünya Turizm Örgütünün Belirlediği Etik Kodları ve Bu Kodların Türkiye'de Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma, *Turizm Akademik*, 2: 41-57.

Gönderilme tarihi : 06 Eylül 2005
 Birinci düzeltme : 16 Kasım 2005
 İkinci düzeltme : 14 Aralık 2005
 Üçüncü düzeltme : 23 Aralık 2005
 Kabul : 27 Aralık 2005

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Sarıışık, Kocaeli Üniversitesi, Derbent Meslek Yüksekokulu, Derbent, Kocaeli
 E-posta: msarisik@kou.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Orhan Akova, Sakarya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sakarya
 E-posta: akovaorhan@hotmail.com

Mehmet Çontu, Anadolu-Bil Meslek Yüksekokulu, Adnan Kahveci Bulvarı, No: 78, 34180 Bahçelievler, İstanbul

Mersin’de Yükseköğretim ve Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Sektörün Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışma İsteklerinin Karşılaştırmalı Analizi*

The Comparative Analysis of University and High School Level Tourism Students’ Perceptions on Work Conditions and Desire to Work in the Tourism Industry in Mersin

Teoman DUMAN* - Mustafa TEPECİ - Kamil UNUR****

* Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

** Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

ÖZ

Bu çalışmada, yükseköğretim (lisans ve önlisans) ve ortaöğretim (lise) düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin, sektörün çalışma koşullarını algılamaları ve çalışma isteklerinin (kariyer beklentilerinin) karşılaştırmalı bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Toplam 365 öğrenciden arka-önlü 1 sayfadaki anketle toplanan verilerle yapılan analizlerde, öğrenciler için doğasını ve çalışma koşullarını ağır, ücret ve ek gelirleri düşük bulmaktadırlar. Öğrencilerin eğitim seviyeleri ve cinsiyetlerine göre sektörün çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışma isteklerine ilişkin düşüncelerinde farklılıklar ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin sektörde çalışma isteklerini etkileyen en önemli unsurlar olarak kişi-endiüstri uyumu-terfi imkanları ve sektörde çalışmanın sağlayacağı sosyal statü bulunmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm eğitimi, çalışma koşulları, çalışma isteği, kişi-endiüstri uyumu, turizm sektörü.

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the perceptions of university and high school level tourism students in Mersin on work conditions and desire to work (or career expectations) in the tourism industry. The data collected from 365 hospitality and tourism management students by a one-page questionnaire indicate that students perceive the nature of work and working conditions as hard, and salaries and benefits as low. There are significant differences on the perceptions of students on work conditions and career expectations in the tourism industry with regard to gender and education levels. Person-organization fit promotion opportunities and social status had significant impacts on the students’ desire to work in the tourism industry.

Keywords: tourism education, working conditions, desire to work, person-organization fit, tourism industry.

GİRİŞ

2001 yılı rakamlarına göre, Türkiye’deki toplam istihdamın %5,10’u (1.007.793 kişi) doğrudan, %7,66’sı (1.511.689 kişi) ise dolaylı olarak turizm sektörü istihdamından oluşmaktadır (TURSAB 2005). Turizmin emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle, personelin eğitimi sektörün başarısı açısından önemlidir. Personelin eğitimi turizmde hizmet kalitesinin artırılması ile doğrudan ilgili, hizmet kalitesindeki

artış ise rekabette başarı ile doğrudan ilgilidir. Dolayısıyla Türkiye, nitelikli turizm personeli yetiştirmek üzere 1960’lı yıllardan bu yana sayıları hızla artaran ortaöğretim ve yükseköğretim (önlisans ve lisans) düzeyinde turizm eğitimi kurumları açmaktadır. Örneğin, 2004-2005 eğitim-öğretim yılında 80 adet Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi (MEB. 2005), Meslek Yüksekokullarında yaklaşık 100 civarında turizm programı ve 25 üniversitede (26 fakülte ve yüksekokulda) 35 turizm işletmeciliği bölümünde lisans turizm eğitimi verilmektedir (Kozak 2005-4). Bu kurumlarda 8 bin lisans, 20 bin önlisans ve 19 bin meslek lisesinde olmak üzere, toplam 47 bin öğrenci eğitim görmektedir (Külebi 2005).

* Bu araştırma yazarların eşit katkıları ile hazırlanmıştır. Yazarlar, araştırma sürecinde veri toplama ve girilmesine yardımcı olan Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencilerinden Burak Mil, Burçin Çetinsöz, Eda Dönbak, Günyüz Tarkan, Osman Çalışkan ve Serkan TekinTurhan’a katkılarından dolayı teşekkür ederler.

Turizm Bakanlığının (TB) Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) (1994: xii) ile birlikte 1993 yılında yaptığı "Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması" sonuçlarına göre, 1993'ten 1998'e kadar 5 yıllık sürede konaklama, seyahat ve restoran işletmelerinin mesleki eğitim almış işgücü ihtiyacının 121.300 olacağı tahmin edilmiştir. Aynı araştırmaya göre (s. 27-28), 1988-89 ve 1992-1993 eğitim-öğretim yılları arasında orta-öğretim ve üniversite düzeyinde turizm eğitimi almakta olan ve o güne kadar turizm okullarından mezun olan öğrencilerin sayılarının toplamı ise yaklaşık 30.000 kişidir. 1993 yılı itibarıyla sektörde turizm eğitimi almış çalışanların sayısı ise yaklaşık 10.000 kişidir. Bu durum o yıllarda turizm eğitimi alan her 3 kişiden 1'inin sektörde çalışıyor olduğu anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle, bir taraftan turizm sektörünün nitelikli personel gereksinimi devam ederken diğer taraftan söz konusu okullardan mezun olan öğrencilerin, önemli bir kısmı kariyer tercihlerini turizm dışındaki sektörlerden yana kullanmaktadırlar.

Türkiye ve dünyanın çeşitli ülkelerinde yapılan çalışmalar, turizm eğitimi alan öğrencilerin önemli bir bölümünün turizm sektöründe çalışmak istemediklerini veya turizm sektöründe çalışmaya başladıktan belirli bir süre sonra sektörde çalışmayı bıraktıklarını ortaya koymaktadır. Altman ve Brothers (1995) turizm eğitimi alan öğrencilerin %30,6'sının 5 yıl içerisinde; Pavesic ve Brymer (1990) turizm eğitimi alan öğrencilerin %20'sinin mezuniyetlerinin ilk yılında %33'ünün ise izleyen 5 yıl içerisinde sektörü terk ettiklerini bulmuşlardır.

Türkiye'de yapılan çalışmalar da benzer bulgular ortaya koymaktadır. Örneğin, Kuşluyan ve Kuşluyan (2003) lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 397 öğrenci ile yaptıkları araştırmada, öğrencilerin %33'ünün sektörde çalışmayı düşünmediğini ve yalnızca yarısının mesleki geleceklelerini turizm sektöründe gördüklerini ortaya koymuşlardır. Hacıoğlu'nun (1985) yaptığı araştırmada ise üniversite düzeyinde turizm eğitimi almış kişilerin yalnızca %6'sı turizm sektöründe çalışmaktadır. Bir başka çalışmada (Tatlıdil 1998: 59) turizm sektöründe çalışanların yalnızca %25,3'ü üniversite ve lise mezunudur. Aynı çalışmada sektörde çalışanların %80'den fazlasının (konaklama işletmelerinde %87, restoranlarda %88,2 ve seyahat işletmelerinde %81,6) turizmle ilgili herhangi bir mesleki eğitim almadığı belirlenmiştir. Tatlıdil'in 1994 yılındaki öngörüsüne göre (1998: 61); 1993-2000 yılları arasında Türk turizm sektörünün mesleki turizm eğitimi almış işgücü gereksinimi 152.054 kişi iken, aynı yıllar arasında mesleki turizm eğitimi veren okul ve kurslardan mezun olacakların sayısı ise yalnız-

ca 51.300 kişidir. Bir başka çalışmada (TB ve İLO 1994: 60) ise, konaklama işletmelerinde çalışan personelin %89'unun, restoran işletmelerinde çalışan personelin %95'inin ve seyahat işletmelerinde çalışan personelin %75'inin turizm eğitimi almadığı ve bu rakamların 1989 yılında yapılan araştırmada elde edilen rakamlardan daha yüksek olduğu ortaya konmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı (METARGEM) (2000: 139) tarafından 1999-2000 eğitim-öğretim yılında yapılan araştırma sonuçlarına göre, turizm sektöründe çalışanların %74,8'inin örgün turizm eğitimi almadıkları ortaya çıkmaktadır.

Özet olarak, yapılan araştırmalar turizm eğitimi alan nitelikli personelin önemli bir bölümünün turizm sektöründe çalışmak istemediklerini veya çalışmadıklarını göstermektedir. Türk turizm sektörü turizm eğitimi almış önemli sayıda işgücüne gereksinim duymasına rağmen, turizm eğitimi alan işgücünün önemli bir bölümü turizm sektörü dışındaki sektörlerde istihdam edilmektedir. Eğitilmiş personelin turizm sektöründe istihdam edilmemesinin çok çeşitli nedenleri olabilir. Bu nedenlerin başında ise sektörün öğrencilere sunduğu kariyer imkanlarının yetersizlikleri veya öğrencilerin sektörde kariyer yapmaya karşı tutumları gelmektedir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin sektördeki çalışma şartlarını değerlendirmeleri ve sektörde kariyer yapmaya bakış açıları, ileriki yıllardaki istihdam tercihlerinin önemli bir göstergesi olabilir. Dolayısıyla, bu araştırmanın amacı, lise, önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, sektörün çalışma koşullarını algılamaları (veya sektöre bakış açılarının ortaya çıkarılması) ve çalışma istekleri (kariyer beklentileri) düşüncelerinde farklılık olup olmadığını ortaya çıkarmaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Kariyer Kavramı

Barutçugil (2005) insanların yaşamlarının büyük bir kısmını çalışarak geçirmesi nedeniyle iş onlar için yaşamsal bir unsur olduğunu, bireyin yaşamını planlayabilmesi için kariyer fırsatlarını iyi anlaması gerektiğini ve bu anlamının bireylerin geleceğini yönlendirmede önemli rol oynadığını iddia etmektedir. Buradan hareketle kariyer, bireyin kendi kişiliğine uygun yön ve yolu belirleme ve "kendini gerçekleştirme" çabasıdır (Kaynak 1996). Türkçe'de tam karşılığı bulunmayan kariyer kavramı (Sümer 2005) yerine iş kavramı kullanıldığında, iş insanların kendilerini gerçekleştirmeleri için bir araçtır (Buchholz 1978). Ancak, literatürde kariyer ile iş zaman zaman aynı anlamda; zaman zaman ise

kariyer işten daha geniş bir kavram olarak kullanılmaktadır. Sümer (2005) "iş bir çok çalışan tarafından kendilerini ifade edebilecekleri, geliştirebilecekleri ve yeni şeyler arayabilecekleri bir araç olarak algılanmaktadır." demektedir. Kozak'a (1999) göre, kariyer, bireyin iş yaşamının her yönü, hatta iş dışı ilişkileri üzerinde de etkiye sahiptir. Kariyer insanların yaşamında çok önemli bir yere sahiptir. Bunun en somut göstergelerinden birisi; insanların birbirleriyle ilk tanıştıklarında genellikle ikinci tanışma sorusunda birbirlerine ne iş yaptıklarını sormalarıdır (Unur, Duman ve Tepeci 2004).

Kariyer planlama sürecinde birey, becerilerini, değerlerini ve ilgi alanlarını belirledikten sonra meslek araştırması yaparak kendi kariyer hedeflerini belirler (Obifinans 2005). Kozak (2001: 143) kariyer seçimi ve seçilen kariyere kişisel uyumun sağlanmasının kişi örgüt ve toplum için son derece önemli olduğunu söylemektedir. Bilgiler Derneği Kariyer Merkezi'ne göre (2005) kariyer planlama süreci şu şekilde gerçekleşmektedir: 1) Bireysel kariyer planı oluşturma (kendini tanıma ve kariyer bilgisini ölçme) 2) İlgi alanı ve becerilerin belirlenmesi 3) Meslek araştırması yapılması 4) İlgi alanları ve becerileri ile meslekleri karşılaştırma 5) Kariyer hedefleri belirleme. Türkiye'de eğitim sisteminin içinde bulunduğu sıkıntılı ortama çıkardığı kariyer planlama sorunları uzun süredir tartışma konusudur. Bu çalışma turizmde kariyer tercihi üzerinde durmaktadır.

Turizm Öğrencilerinin Sektörde Kariyer Seçimini Belirleyen Etkenler

Kozak (2001: 143) bireylerin kariyer seçimlerinde kişilik, zeka, özgüven, değer, inanç ve tutumlar, sosyal durum ve kültürlere göre farklılaşan kişinin kimliğinde önemli olan kimlik belirleyicilerin etkili olan faktörler olarak belirtmektedir. Riegel ve Dallas'a (1998: 5) göre; insanların kariyer seçimlerinde ilgi, yetenek, değer yargısı gibi çeşitli içsel (bireysel) etkenlerin yanı sıra; ekonomik, politik ve sosyo-kültürel yapı gibi çeşitli dışsal faktörler de etkili olmaktadır. Gerek Türkiye'de gerekse diğer ülkelerde yapılan çalışmalarda, turizm sektöründe kariyer yapma kararı üzerinde etkili olan bir çok içsel ve dışsal etkenler ortaya konulmaktadır. Bu etkenlere, turizm endüstrisine olan bağlılık, işe olan ilgi, iş bulma olanağı, kendini geliştirme olanağı, terfi, iş arkadaşları ve yöneticilerle olan ilişkiler, işin saygınlığı veya sosyal statü, işin doğası ve fiziksel çalışma koşulları, kişi-endüstri uyumu, ücret ve ek gelirler örnek gösterilebilir (Özdemir, Aktaş ve Altıntaş 2005; Kuşlivan ve Kuşlivan 2003). Genel

olarak, bu etkenlerin olumlu olarak değerlendirilmesi, kişinin turizm endüstrisinde kariyer tercihinin doğurabileceği, olumsuz olarak algılanması kişinin kariyer tercihinin farklı alanlara yönlendirmesi sonucunu doğurmaktadır.

Turizmde kariyerle ilgili çalışmalarda ortaya çıkan olumsuz etkenlerin başında turizm sektöründeki işlerin toplumsal saygınlığının düşük olduğu inancı gelmektedir. Lee ve Kang'a göre (1998) turizm sektöründeki işler Konfüçyüs Felsefesi'nin egemen olduğu ülkelerde düşük statülü işler olarak kabul edilmekte ve söz konusu felsefe, sektörün iyi eğitilmiş işgücünü istihdam etmesine engel oluşturmaktadır. Pizam ve Telisman-Kosuta (1989) Macaristan, Polonya, İspanya, Birleşik Krallık ve Yugoslavya'yı kapsayan çalışmalarında, turizm sektöründe otel ve restoran müdürlüğü, turist rehberliği ve dağ oteli müdürlüğü dışındaki işlerin yüksek statülü işler olarak düşünülmediğini ortaya koymuşlardır.

Yapılan çalışmalara göre, turizm sektöründeki işlerin saygınlığının düşük olarak algılanmasının nedenleri; ücretlerin düşük olması, çalışma saatlerinin uzun, yorucu ve düzensiz olması, iş güvenliğinin ve güvencesinin yetersiz olması, istihdam devir hızının yüksek olması, eğitime gerekli önemin verilmesi ve gençlerin yoğun olarak sektörde istihdam edilmeleri şeklinde özetlenebilir. Turizm eğitimi alan öğrencilerle ve mezunlarla yapılan çalışmalarda da meslek seçiminde saygınlık ve iş şartlarının olumsuzlukları ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmalarda elde edilen bulgularda; mezun olan öğrencilerin önemli bir kısmının turizm sektöründe çalışmadıkları, mezunların ve öğrencilerin sektördeki çalışma saatlerini uzun ve düzensiz, ücretleri düşük, ek gelirleri ve yükselme olanaklarını yetersiz, kişisel, sosyal ve aile zamanını sınırlı, yaşam kalitesini düşük, iş güvenliğini yetersiz ve çalışma ortamını stresli ve kötü olarak değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Unur vd. 2004; Kuşlivan ve Kuşlivan 2003; Avgoustis ve Brothers 1993; Charles 1992; Pavesic ve Brymer 1990, 1989).

Querrier (1999), turizm endüstrisindeki bir çok işin mevsimlik, yarı zamanlı, eğitim ve beceri gerektirmeyen, düşük ücretli olmasının yanı sıra; çalışma saatlerinin uzunluğu, olumsuz çalışma koşulları ve yemek pişirmek, ortalığı temizlemek ve hizmet etmek gibi ev işleri ile eşdeğer olarak algılanmasını, turizm sektöründeki işlerin saygınlığının düşük olmasının nedenleri olarak belirtmektedir. Boella (2000), turizm endüstrisindeki işlerin endüstrinin imaj sorunu nedeniyle, bir çok toplumda saygınlığının düşük olarak görüldüğünü belirtmektedir. Pizam'a göre (1999), Latin Amerika ülkelerinde tu-

rizm ve seyahat ile ilgili işler genelde düşük bir statü ve saygınlık görmektedir. Benzer şekilde, Kuşluvan ve Kuşluvan (2003) tarafından Türkiye'de turizm alanında lisans eğitimi veren 7 okulda 3. ve 4. sınıfta okuyan ve sektörde en az 3 ay çalışmış olan 397 öğrenciyle yapılan çalışma; öğrencilerin yaklaşık yarısının (%51) turizm sektöründe çalışmayı saygın bir meslek olarak gördüklerini, %58'inin turizm sektöründe çalışmayı Türkiye'de topluma önemli ve yararlı bir hizmet olarak algıladıklarını, %56'sının oğullarının, %72'sinin ise kızlarının turizm işletmeciliği okumalarını istemediklerini, %50'sinin geleceklerini turizm sektöründe gördüklerini, %38'inin turizm eğitimi alan 1. sınıf öğrencilerinin tekrar üniversite sınavına girip başka alanlarda okumalarını önerdiklerini, %44'ünün turizm sektörünü bir kariyer yolu olarak seçmiş olmaktan mutsuz oldukları, %73.5'nin mezuniyet sonrası başka bir sektörde çalışmayı planladıklarını, %57'sinin turizm sektöründe çalışmanın dezavantajlarının avantajlarından daha fazla olduğunu düşündüklerini ve %50'sinin geleceklerini turizm sektöründe gördüklerini ortaya çıkarmıştır.

Birdir (2002) turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin, ücretlerin düşük olması, iş güvencesi ve çalışma garantisi olmaması, dışsal faktörlere (terör, siyasi istikrar vb.) bağlı riskin yüksek oluşu, turizm sektöründe çalışmanın öğrencilerin ilerideki yaşamlarına uygun olmaması ve turizm sektöründe çalışmanın kişiye prestij kazandırmaması gibi nedenlerden dolayı sektörde kariyer yapmaya sıcak bakmadıklarını belirlemiştir. Aynı durum, Koyuncu (2000) tarafından yapılan çalışmada da ortaya çıkarılmış ve turizm eğitimi alan ve staj yapmış olan 199 lisans öğrencisi üzerinde yapılan çalışmada, öğrencilerin %87,9'unun çalışma saatlerini uzun bulduğu, %83,9'unun yöneticileri yetersiz bulduğu, %79,4'ünün her işi yaptığı, %78,4'ünün ücretleri düşük bulduğu, %73,9'unun işletme içi eğitim almadığı, %69,3'ünün sigortasız çalıştığı, %66,3'ünün izin günlerini yetersiz bulduğu, %42,2'sinin ücretlerin zamanında verilmediğini belirttiği ortaya çıkarılmıştır. METARGEM (2000:148) tarafından yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlar ortaya çıkarılmış ve ücretlerin yetersizliği, çalışma saatlerinin düzensizliği, sosyal güvenlik koşullarının yetersizliği ve meslekte yükselme olanaklarının olmaması gibi nedenlerden dolayı çalışanların %79,3'ünün işlerinden memnun olmadıkları belirlenmiştir.

Turizm sektöründeki işlerin ücretlerinin düşüklüğü konusunda yapılan çalışmalar da benzer sonuçları ortaya koymaktadır. Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde turizm sektöründe çalışanların AB ücret ortalamasının %20 altında ücret aldıkları

(ILO 2001) saptanmıştır. Türkiye'de Otel Lokanta Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası (OLEYIS) (1997: 23) tarafından yapılan çalışmada; turizm sektöründe mevsimlik çalışanların %65'inin ve sürekli çalışanların %48'inin ücretleri yetersiz buldukları; METARGEM'in (2000:154-155) çalışmasında ise, çalışanların %48'inin sekiz saatten fazla çalıştığı saptanmıştır. Aynı çalışmada çalışanların %46'sının çalışmanın yapıldığı 1999-2000 eğitim-öğretim yılı asgari ücret ortalaması olan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı 2004) 129.375.000 TL'nin altında, %22,3'ü ise yaklaşık olarak asgari ücret düzeyinde ücret aldığı belirtilmiştir. Ayrıca, çalışmada turizm eğitimi almış olmanın ücretlerde bir farklılaşmaya yol açmadığı da ortaya koyulmuştur. Bu bulgular, sektörün turizm eğitimi alanlarla almayanlar arasında en azından ücret bazında eğitimliler lehine bir ayırım yapmadığı sonucu çıkarılabilir.

Bir çok toplumda, turizm sektöründeki işlerin çoğunluğunun saygınlığının düşük olarak algılanmasının bir başka nedeninin de sektörün önemli oranda gençleri istihdam etmesi olduğu söylenebilir. Nitekim Hudman'a (1989: 216) göre, gelişmekte olan ülkelerde turizm sektöründe çoğunlukla kadınlar ve gençler çalışmaktadır. 1999 yılında Türkiye'deki 22 beş yıldızlı otelde yapılan bir çalışmaya göre; söz konusu otellerde çalışanların %39,8'i 18-25 ve %44,2'si 26-40 yaş arasında yer almakta ve %30'u kadınlardan oluşmaktadır (Kılıç 2000: 112-116). Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO 2001) rakamlarına göre; turizm endüstrisinde istihdam edilen işgücünün %44'ü 24 yaş altı, %25'i ise 34 yaş altı insanlardan oluşmaktadır. METARGEM (2000: 138) tarafından yapılan çalışmada; çalışanların %60,8'i 29 yaş altı insanlardan oluşmaktadır.

Literatürde, turizm sektöründeki işlerin dünyanın her yerinde statüsünün ve saygınlığının düşük olmadığına yönelik çeşitli görüşlere de rastlanmaktadır. Örneğin, Ross (1994), turizm bölgesinde yaşayan Avustralyalı lise öğrencilerinin turizm sektöründe çalışmak, özellikle de yönetim kademesinde çalışmak, konusunda istekli oldukları ve bu amaçla mesleki eğitim almayı düşündüklerini belirtmektedir. Ancak, bu konuda Leiper (1999) Avustralya'da kullanılan hesaplama yöntemlerinin yanlışlığından dolayı turizm sektöründeki istihdam rakamlarının ve kariyer olanaklarının abartıldığını belirterek, turizm sektörünün adeta "temel iş ve kariyer sektörü şeklinde efsaneleştirildiğini" ve bu nedenle de gençlerin bu alanda çalışmaya istekli olduklarını söylemektedir. Bir başka çalışmada (Airey ve Frontistis 1997), Yunanlı lise öğrencilerinin İngiliz lise öğrencilerine kıyasla turizm sektöründeki işlere daha olumlu baktığı ancak bunun da Yunanlı

gençlerin kariyer düşüncelerinin henüz “fantezi aşamasında” olmasından kaynaklandığı belirtilmektedir. Bu konuda Cothran ve Combrink (1999) yaptıkları araştırmada, ABD’nin Arizona eyaletindeki lise öğrencilerinin çoğunluğunun turizm sektöründeki kariyerlerle ilgili olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını ve bu alanda eğitim yapmak istediklerini saptamışlardır. Hawaii’de yapılan bir araştırmada (Choy 1995) ise, en temel istihdam alanı olan turizm sektöründe çalışanların büyük bir çoğunluğunun işlerinden memnun oldukları belirlenmiştir.

Özetle, bazı araştırmalarda turizm sektöründeki işlerin saygınlığının düşük olmadığı ortaya konsa da araştırmaların büyük bir çoğunluğu turizm sektöründeki işlerin saygınlığının düşük olarak algılandığını kanıtlamaktadır. Nitekim, bu konuda Kuşlivan (2003) turizm sektöründeki işlerin saygınlığının düşük olmadığına dair görüşlerin çok ender olarak görgül kanıtlara dayandığını söylemektedir. Bu konuda Wood (2003) dünyanın bazı bölgelerinde turizm endüstrisindeki işlerin batı ülkeleri ile kıyaslandığında daha olumlu ve daha yüksek statülü işler olarak görüldüğüne ilişkin görüşlere atıf yaptıktan sonra “uluslararası kanıtların turizm endüstrisindeki işlerin diğer işlerle karşılaştırıldığında dünyanın çoğunluğunda düşük statülü işler olduğunu göstermekte olduğunu” söylemektedir. Cooper, Shepherd ve Westlake’e (1996: 199-200) göre, öğrenciler hem iyi eğitilip hem de onlara iyi kariyer olanakları sunulduğunda, turizm sektöründeki personel devir hızında düşme, profesyonellikte ve verimlilikte yükselme ve dolayısıyla da sektörün saygınlığında bir yükselme olacaktır.

Turizm Sektöründe Staj Yapmanın Öğrencilerin Kariyer Kararlarına Etkisi

Öğrencilerin sektöre bakış açılarını belirleyen bir başka etken ise staj yapıp yapmadıklarıdır. Kuşlivan, Kuşlivan ve Eren (2003) ve Kozak ve Kızıllırmak (2001) önlisans düzeyinde; Barrows, Partlow ve Montgomery (1993) ve Charles (1992) lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik yaptıkları çalışmalarda staj yapan öğrencilerin, staj yapmayan öğrencilere kıyasla sektöre daha olumsuz baktıklarını ya da staj yapan öğrencilerin stajdan sonra sektöre bakış açılarının daha olumsuz olduğunu tespit etmişlerdir. Bu konuda METARGEM (2000: 91) tarafından, turizm-otelcilik ve aşçılık eğitimi veren liselerde yapılan araştırmada; öğrencilerin iş yerlerindeki beceri eğitimi sırasında karşılaştıkları sorunların başında, işletmeler-

de öğrencilerin özlük haklarının (ücret, izin vb.) korunmasına özen gösterilmemesi gelmektedir. Bu bulgu lisans düzeyindeki öğrencilerin sektöre bakış açılarının, staj yapanlarda daha olumsuz olması olgusuyla paralellik göstermektedir. Unur vd. (2004) tarafından 201 lisans öğrencisine yönelik yapılan araştırmada; staj yapan öğrencilerle yapmayan öğrencilerin kariyer beklentileri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Ancak, staj yapmayan öğrencilerin yapanlara kıyasla daha kısa sürede iyi ve daha üst kariyer basamaklarına tırmanacaklarına inandıkları tespit edilmiştir. Kozak (1999) tarafından Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm-Otelcilik Bölümü öğrencilerine yönelik yapılan bir başka araştırmada ise, öğrenciler bir taraftan stajın mesleği sevmelerinde iyi derecede olumlu etkisi olduğunu belirtmekte, diğer taraftan staj sırasında çalışma saatlerinin uzun ve vardiyaların iyi düzenlenmediği, ücretlerin düşük olduğunu, yöneticilerin stajyer öğrencilere önem vermediğini, yöneticilerin stajyerlere iş öğretmekte istekli olmadıklarını ve staj yapılan işletmelerdeki insan ilişkilerinin iyi olmadığını, staj süresinin yetersiz olduğunu belirttikleri ve ayrıca, stajlar genel olarak araştırmaya dahil olan tüm bölümler (büro yönetimi, matbaacılık, bilgisayar, radyo-tv. ve turizm-otelcilik) itibariyle değerlendirildiğinde; öğrencilerin stajın gerekli olduğuna inandıkları (%94,6), çalışacakları işi tüm zorluklarına rağmen sevdikleri (%89,2) ve mezun olduklarında mesleklerinde çalışmayı düşündükleri ortaya konulmaktadır.

Araştırma Soruları

Yapılan çalışmalar ve ortaya çıkan istatistikler göstermektedir ki, turizm sektörü; saygınlığı düşük olarak algılanan, çalışma şartları zor, ücretleri az ve çoğunlukla gençlerin istihdam edildiği sektörlerden birisidir. Dolayısıyla, turizm sektörü uzun süreli kariyer olanağı sağlayan bir sektör olarak görülmemekte ve çalışanlar ileriki yaşlarda farklı sektörlerle yönelmektedirler. Bu bağlamda bu araştırma, Mersin’de lisans, önlisans ve lise düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektör değerlendirmelerini ve sektörde kariyer düşüncelerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Konu ile ilgili verilen literatür bulguları doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

Araştırma sorusu 1: Mersin’de turizm eğitimi alan lisans, önlisans ve lise öğrencilerinin turizm sektörünün çalışma koşullarını algılamalarının temel boyutları nelerdir?

Araştırma sorusu 2: Öğrencilerin turizm sektöründe çalışma koşullarını algılamaları ve kariyer yapma

istekleri, buldukları yükseköğretim (lisans ve önlisans) ve ortaöğretim (lise) düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorusu 3: Öğrencilerin turizm sektöründe çalışma koşullarını algılamaları ve kariyer yapma istekleri, cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorusu 4: Öğrenciler turizm sektörünü saygınlığı düşük bir sektör olarak algılamakta mıdır?

Araştırma sorusu 5: Öğrenciler turizm sektöründe çalışma koşullarını zor bulmakta mıdır?

Araştırma sorusu 6: Öğrenciler turizm sektöründe ücretleri yetersiz olarak değerlendirmekte midirler?

Araştırma sorusu 7: Öğrenciler turizmde kariyer yapmak istemekte midirler?

Araştırma sorusu 8: Öğrencilerin sektörde kariyer yapma isteğini etkileyen faktörler nelerdir?

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Mersin Meslek Yüksekokulu Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği bölümü ile Milli Eğitim Bakanlığı Mersin Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda 2004-2005 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 148 kız ve 342 erkek olmak üzere toplam 490 öğrenci bulunmaktadır. Bu okuldan geri dönen anket sayısı 201 dir (evrenin %41'i). Meslek Yüksekokulu Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği bölümlerinde kayıtlı 198 öğrencinin 92'si (evrenin %47'si) çalışmaya katılarak anket doldurmuşlardır. MEB Mersin Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde hazırlık sınıfı hariç 332 öğrenci olmasına karşın çalışmaya son sınıfta okuyan 112 öğrenci dahil edilmiştir. 112 öğrencinin 72'si yani, evrenin %64'ü anket doldurmuşlardır. Anketler, her okulda, öğretim elemanları ve öğretmenlerden izin alınarak, gönüllülük esasına göre toplanmıştır. Bu nedenle örneklem oranlarında farklılıklar oluşmuştur.

Araç

Veri toplamak için arkalı-önlü bir sayfalık bir anket hazırlanmıştır. Öğrencilerin sektördeki çalışma koşullarını nasıl algıladıkları veya sektöre bakış açıları Kuşluvan ve Kuşluvan (2003), METARGEM (2000) ve Riegel ve Dallas (1998) çalışmalarındaki ölçeklerden yararlanılarak araştırılmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin belirlenmesinde, bu çalışmalarda çalışanların sektöre yönelik tutum ve algılarını ölçen boyutların tümünü kapsamasına dikkat

edilmiş ve anketin kısa zamanda etkin bir şekilde doldurulabilmesi için her boyutu kapsayıp temsil edebilecek (örneğin; iç tutarlılığı ve madde-faktör korelasyonu yüksek olan) ortalama 5-6 maddeyle sınırlandırılması düşünülmüştür. Ek 1 den de görülebileceği gibi öğrencilerin sektöre yönelik tutum ve algılarını ölçen boyutlar (1) işin doğası ve fiziksel çalışma koşulları, (2) sosyal statü, (3) kişi endüstri uyumu, (4) ücret ve ek gelirler, (5) terfi, (6) iş arkadaşları ve (7) yöneticilerdir. İşin doğası ve fiziksel çalışma koşulları, Kuşluvan ve Kuşluvan (2003) çalışmasında ayrı ayrı 2 boyutta 22 madde ile ölçülmüşken, bu çalışmada aralarındaki kavramsal benzerlikten dolayı ayırım yapılmamasına ve 9 maddeyle ölçülmesine karar verilmiştir. Ölçekte bulunan 39 madde, 1=hiç katılmıyorum ve 5=tamamen katılıyorum olmak üzere 5'li derecelendirme ile cevaplandırılmıştır. Ayrıca Kuşluvan ve Kuşluvan (2003) çalışmasındaki, sektöre bağlılık tutumu yerine, öğrencilerin sektörde kariyer yapma istekleri ölçülmüştür. Bu değişken daha sonra yapılan regresyon analizinde bağımlı değişken olup, öğrencilerin sektöre yönelik tutum ve algılarının sektörde kariyer yapma isteklerini ne şekilde etkilediği araştırılmıştır.

Öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapma istekleri Riegel ve Dallas (1998) ve Kuşluvan ve Kuşluvan (2003) çalışmalarında kullanılan toplam 10 ölçek maddesiyle (Ek 2) Türkçeye uyarlandıktan sonra kullanılmıştır. Maddeler yukarıdaki gibi 5'li derecelendirme ile cevaplandırılmıştır. Maddelerin Türkçeye çevrilmesi 3 öğretim üyesi tarafından ayrı ayrı yapılmıştır. Daha sonra araştırmacılar bir araya gelerek çevirileri karşılaştırmışlar farklılıklar üzerinde tartışılmış, maddeler üç araştırmacının da hemfikir olduğu şekilde ifade edilmiştir. Üç öğretim üyesi de ABD'de lisans üstü eğitim almış, hem Türkiye hem de ABD'de turizm sektöründe çalışma tecrübesine sahip öğretim üyeleridir. Çeviri yine iki dili ve kültürü iyi bilen, 2 öğretim üyesi tarafından da kontrol edilmiş ve tavsiyeleri alınarak küçük uyarlamalar yapılarak son şekli verilmiştir. Anketin uygulanacağı grupla ilgili bilgi sağlamak amacıyla (Savaşır 1994: 30) anketin uygulanacağı evrenden seçilen 10 kişilik küçük bir örneklemle ölçekler sorgulanmıştır. Deneklere maddelerin anlaşılır olup olmadığı sorulmuş ve tavsiyeleri dikkate alınarak ankete son şekli verilmiştir.

Ankette çalışanların sektöre yönelik tutum ve algılarını ve kariyer yapma isteklerini ölçen sorulara ilaveten yaş, cinsiyet, mezun olunan lise veya üniversitede sınıf, ailenin aylık geliri, turizm eğitimi almayı isteyerek seçip-seçmeme, üniversite giriş sınavında tercih sırası, staj yapıp-yapmama, sektörde çalışma süresi gibi sorular da sorulmuştur.

Veri Toplama

Anket, araştırmacılar tarafından, ders saatlerinde gönüllülük esasına göre katılım yoluyla toplanmıştır. Veriler haftanın farklı günlerinde ve farklı sınıflardan derste bulunan öğrencilerinden toplanmıştır. Araştırmacılar, öğrencilere ders başlangıcında anket hakkında kısa bilgi vermiş ve öğrencilerin kimlik bilgilerinin talep edilmediğini, elde edilen bilgilerin yalnızca araştırma amaçlı kullanılacağını bildirmişlerdir. Anket toplamak amacıyla okul yöneticilerinden ve ders sorumlularından gerekli izin alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 1'de, anketin ilk kısmında yer alan, öğrencilerle ilgili çeşitli demografik bilgilerle, öğrencilerin sektör hakkındaki bilgileri ve sektöre bakış açısıyla ilgili çeşitli veriler yer almaktadır. Bu verilere göre örnekleme de yer alan öğrencilerin %55,1'i lisans, %25,2'si önlisans ve %19,7'si lise eğitimi almaktadır. Ankete katılan öğrencilerin %68,5'i erkeklerden oluşmaktadır. Bu dağılım okullardaki toplam erkek ve kız öğrenci sayıları ile paralellik göstermektedir. Önlisans ve lisans seviyesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin %40'ı Turizm Meslek lisesi ve %27,1'i düz lise mezunlarından oluşmaktadır. Ailelerinin aylık geliriyle ilgili soruyu yanıtlayan öğrencilerin yaklaşık %85'inin aylık hane geliri 1.000 YTL'nin altındadır. Bu durum turizm eğitimi alan öğrencilerin çoğunlukla alt ve orta gelir guruba mensup olduklarını göstermektedir.

Anket dolduran öğrencilerin %71'i turizm eğitimi almayı isteyerek seçmişlerdir. Ayrıca ön lisans ve lisans seviyesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin yarısından fazlası (%64,8) üniversite sınav tercihlerinde turizmi ilk 7 tercih içerisine yazmışlardır. Bu durum öğrencilerin kariyer konusunda turizm eğitimi almadan önce turizm sektöründe kariyer yapacaklarına dair ön bir karar vermiş oldukları şeklinde değerlendirilebilir. Öğrencilerin üçte ikilik bir bölümü (%74,2) sektörde kariyer olanakları hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. Anket dolduran öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%68,5) geleceklerini turizm sektöründe görmesine karşın azımsanmayacak bir oranı (%26,0) geleceklerini turizm sektöründe görmemektedirler. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%78,4) sektörde staj yapmıştır. Bu bulgular, daha önceki, özellikle de son yıllarda yapılan, çalışmalarda elde edilen rakamlarla önemli oranda örtüşmektedir.

Veriler 5'li Likert tipi ölçekle sürekli veri olarak toplandığı için (ya da sürekli olarak kabul edilmesinden) parametrik testlerin kullanılması planlan-

Tablo 1. Örneklemin demografik ve sektörel özellikleri

Değişkenler	n	%
Öğrencinin okumakta olduğu okul		
Lise (Turizm Meslek lisesi)	72	19,7
MYO (Önlisans)	92	25,2
Üniversite (Lisans)	201	55,1
Cinsiyet		
Kız	115	31,5
Erkek	250	68,5
Yaş		
13-18	60	16,5
19-21	106	29,0
22-24	167	45,8
25-30	27	7,7
Öğrencinin mezun olduğu Lise		
Turizm	146	40,0
Genel Lise	99	27,1
Endüstri / Kız Meslek	14	3,8
Diğer	34	9,3
Öğrencinin ailesinin aylık geliri		
249 YTL ve altı	40	11,0
250 - 499 YTL arası	112	30,7
500 - 749 YTL arası	102	27,1
750 - 949 YTL arası	48	13,2
1.000 YTL ve üstü	55	15,1
Turizm eğitimi almayı isteyerek seçip seçmediği		
Evet (isteyerek)	259	71,0
Hayır (istemeyerek)	50	13,7
Kararsız	47	12,9
Üniversite sınavında kazanılan bölümün kaçını tercih olduğu		
1-3	121	41,3
4-7	69	23,5
8-11	50	17,1
12-15	16	5,5
16 ve üzeri	25	8,5
Bu sektördeki kariyer olanakları hakkında bilgi sahibi olunması		
Evet (Bilgi sahibiyim)	271	74,2
Hayır (Bilgi sahibi değilim)	76	20,8
Gelecekteki meslek yaşamının turizm sektöründe görülmesi		
Evet	250	68,5
Hayır	76	20,8
Staj yapılıp-yapılmadığı		
Evet (Yaptım)	286	78,4
Hayır (Yapmadım)	68	18,6

* Eksik verilerden dolayı yüzdeler %100'ü tamamlamamaktadır.

mıştır. Analizler öncesi verinin parametrik testlere uygunluğu kontrol edilmiş ve gerekli şartları sağladığı belirlendikten sonra takip eden analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olduğu grafik analizlerine ilaveten, simetrik dağılım eğiliminden bozulma miktarı (skewness) ve dağılım içindeki piklik (kurtosis) seviyelerinin 1'den küçük olmasıyla saptanmıştır (Tabachnick ve Fidell 1996). Verilerin doğrusallığı ve varyanslarının homojen olduğu ve tahmin hatalarının biribi-

rinden bağımsız olduğu grafik (histogram) analizleri ve regresyon analizleriyle belirlenmiştir.

Yapılacak istatistiksel analizler örneklem büyüklüğünün en az ne kadar olması üzerinde belirleyici olmaktadır. Bu çalışmada en fazla örneklem gerektirebilecek olan faktör analizi için, ölçekteki her bir madde (item) sayısının en az beş katı örnekleme ihtiyaç duyulmaktadır (Hair, Anderson, Tatham ve Black 1998:98-99). Bu çalışmadaki örneklem sayısı olan 365, öğrencilerin sektördeki çalışma koşullarını nasıl algıladıklarını ölçen 39 maddelik ölçekte toplanan verilerin faktör analizi yapılabilmesi için oldukça yeterlidir.

Faktör Analizi

Toplanan veriler üzerinde temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılarak turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre bakış açılarının boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin sektördeki çalışma koşullarını nasıl algıladıklarını ölçen 39 madde ile yapılan ilk faktör analizinde, 11 faktör elde edilmiştir. Ancak bu 11 faktör için yapılan içerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine (<.40) sahip ve/veya çapraz yüklenen 14 madde bir sonraki faktör analizine dahil edilmemiştir. Kalan 25 maddenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda yüklenme değeri .50'nin ve özdeğeri 1'in üzerinde toplam varyansın yaklaşık %56'sını açıklayan 7 faktör elde edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği, .754 ($p<.000$), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2, her bir faktördeki maddelerin yüklenme değerini, her bir faktörün özdeğerini ve açıkladığı varyansı ve faktörlerin güvenilirlik (iç tutarlılık) değerlerini göstermektedir. Faktör analizi sonuçları beklenen faktör yapısından farklılıklar göstermektedir. Verinin analizinde en yüksek varyansı açıklayan (%17.465) Faktör 1 (Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları), 5 maddenin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Beş maddeden üç tanesi kişi-endüstri uyumu, 2 tanesi de terfi imkanları boyutlarının maddelerindedir. Maddeler anlam olarak incelendiğinde aslında bu beş maddenin bir araya gelerek tek bir faktör boyutu oluşturmaları beklenebilir. Örneğin "Kısa sürede sektörde iyi noktalara geleceğimi düşünüyorum" terfi imkanları olarak düşünülen madde, kişinin sektörle uyum hissi içinde olup, gereken eğitimi alarak, kısa sürede yüksek bir pozisyonda çalışabileceği beklentisi içinde olmasını sağlayabilir.

Faktör 2 (İşin doğası) varyansın %10.237'ini açıklayıp 4 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler, beklendiği gibi çalışma saatlerinin uzunluğu ve dü-

zensizliği, çalışma ortamının stresli ve işlerin yorucu oluşu özelliklerini bir araya getirmiştir. Faktör 3 (Yöneticiler ve iş arkadaşları) varyansın %7.027'sini açıklayıp 4 maddeyi içermektedir. Bu faktör öğrencilerin birlikte çalışacakları yönetici ve iş arkadaşları ile ilgili tutumlarını birlikte değerlendirdiklerini göstermektedir. Faktör 4 (Sosyal statü) varyansın %6.258'ini açıklayıp 4 maddeden oluşmuştur. Üç sosyal statü maddesine ilaveten, terfi imkanları içerisinde yer alması beklenen "Daha önceki mezunlar sektörde iyi pozisyonlarda değiller." maddesi bu faktöre yüklenmiştir. Bu maddede "iyi pozisyon" kavramı olarak sosyal statü olarak da algılanmış olabilir.

Faktör 5 (Yetki devri ve motivasyon) varyansın %5.645'ini açıklayıp 3 maddeyi içermektedir. Bu maddelerin yöneticiler, kişi-endüstri uyumu ve işin doğası faktörlerinde ayrı ayrı yüklenmesi beklenirken yeni bir faktör oluşturması söz konusu olmuştur. Çalışanların yetkilendirilmesi ve motivasyonları varyansın açıklanmasında etkili olmasından bu faktör yetki devri ve motivasyon olarak adlandırılmıştır. Faktör 6 (Ücret ve ek gelirler) varyansın %5.071'ini açıklayıp bir araya gelmesi beklenen 3 maddeden oluşmuştur. Son olarak, Faktör 7 (Özel hayat-zamanı) varyansın %4.490'ını açıklayıp, işin doğası faktör boyutunda bir araya gelmesi beklenen 2 maddeden oluşmuştur. Hafta sonu tatili ve özel hayatın çalışanlar açısından önemini yansıtabileceğinden bu isim verilmiştir.

Faktörlerin güvenilirlik (iç tutarlılık) katsayıları Cronbach alpha ile hesaplanıp Tablo 2'de verilmiştir. Bu katsayılar .6264 ve .7360 arasında olup faktörlerin iç tutarlılıklarını, genel olarak kabul edilen güvenilirlik katsayısı olan .70'den düşük de olsa, yeni geliştirilen bir ölçekte, ortalama olarak sağladıklarını göstermektedir (Hair vd. 1998:118). Herbir faktördeki iç tutarlılık katsayılarını düşüren maddeler çıkarılması yöntemiyle faktör güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Yetki devri ve motivasyon faktör boyutunda "Turizm sektöründe çalışmayı eğlenceli buluyorum." maddesi çıkarıldığında güvenilirlik katsayısı .6166 dan .6278'e yükseldiğinden bu madde faktör skoru oluşturulmasında kullanılmamıştır. Diğer faktörlerde herhangi bir madde çıkarıldığında faktör güvenilirlik katsayısını yükseltmediğinden, faktörleri oluşturan tüm maddeler faktör veya yapı oluşturmada ve bundan sonraki analizlerde kullanılmıştır.

Faktör ortalamaları

Güvenirlik katsayıları kabul edilebilir oranda çıktığından her bir faktörü oluşturan maddelerden faktörleri temsil edecek bir skor (maddelerin orta-

Tablo 2. Turizm sektörü çalışma koşulları faktör analizi

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Cronbach alpha
Faktör 1:Kişi endüstri uyum ve terfi imkanları		4,366	17,465	.7213
Kısa sürede sektörde iyi noktalara geleceğimi düşünüyorum	.749			
Turizm sektöründeki işlerde bilgi ve becerilerimi kullanabilirim	.640			
Çalışanlar terfi ettirilirken tecrübeleri dikkate alınır	.632			
Tempolu iş ortamını severim	.608			
Kişiliğim turizm endüstrisinde çalışmaya uygundur	.566			
Faktör 2:İşin doğası ve çalışma koşulları		2,559	10,237	.7360
Turizm endüstrisinde çalışma saatleri çok uzundur	.790			
Turizm endüstrisindeki işler çok yorucudur	.789			
Turizm sektöründeki çalışma ortamı streslidir	.740			
Turizm endüstrisinde çalışma saatleri düzensizdir	.582			
Faktör 3:Yöneticiler ve iş arkadaşları		1,757	7,027	.6579
Yöneticiler çalışanların önerilerini değerlendirirler	.728			
Turizm sektöründe genelde çalışanlar arasında işbirliği vardır	.715			
Yöneticiler gerektiğinde çalışanların mesleki eğitim almasını sağlarlar	.596			
Turizm sektöründe çalışanların genelde eğitim seviyesi düşüktür	.529 @			
Faktör 4:Sosyal statü		1,565	6,258	.6264
Turizm sektöründe çalışmak ahlaki değerlerden ödün vermeyi gerektirir	.713			
aha önceki mezunlar sektörde iyi pozisyonlarda değiller	.698			
Turizm sektöründe çalışmak toplumda fazla saygı görmüyor	.621			
Bazen çevreme turizm endüstrisinde kariyer yapacağımı söylemeye çekiniyorum	.614			
Faktör 5:Yetki devri ve motivasyon		1,411	5,645	.6278
Yöneticiler işlerini daha iyi yapabilmeleri için çalışanlarına yetki vermektedirler	.755			
Sektörde çalışanların çalışma isteği ve motivasyonu yüksektir	.699			
Turizm sektöründe çalışmayı eğlenceli buluyorum	.660			
Faktör 6: Ücret ve ek gelirler		1,268	5,071	.6573
Sektörde ücret dışındaki ek gelirler (prim, ikramiye, ulaşım, konaklama, vb.) yetersizdir	.813			
Bu sektörde çok para kazanabileceğimi düşünmüyorum.	.648			
Turizm sektöründeki bir çok işin ücreti düşüktür	.613			
Faktör 7:Özel hayat (zaman)		1,123	4,490	.6295
Hafta sonu tatili benim için çok önemlidir	.781			
Özel hayatım benim için çok önemlidir	.575			
Açıklanan toplam varyans			(56.19)	

Notlar: Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği= .754 Bartlett's Test of Sphericity: p<.000 (Chi-Square 1545.67, df=300). @ ters kodlanmıştır.

laması) hesaplanmıştır. Faktör ortalamalarının 5'li Likert tipi derecelendirmede orta değer olan 3 (kararsızım) değerinden farklı olup-olmadığı t-testiyle analiz edilip Tablo 3'de sunulmuştur. Faktör ortalamaları değerlendirilirken, tabloda belirtildiği gibi faktörlerin olumlu ya da olumsuz ifade edilişi de dikkate alınmalıdır. Çalışma saatlerinin uzun ya da yorucu olması, işin doğası ve çalışma koşulları faktör ortalaması ($x=4,0058$) anlamlı olarak orta değer olan 3'ten yüksek bulunmuştur ($t=28,071$, $p<.000$). Bu sonuç, sektörün çalışma koşullarının ağırlığını ve zorluklarını anlatan birçok çalışma sonuçlarını teyit etmiştir.

Özel hayat-zaman faktör boyutunda, öğrenciler hafta sonu tatili ve kendileri için özel zamanın önemli olduğunu belirtmişlerdir ($x=3,9986$). Öğrencilerin uzun yıllar geçirecekleri iş hayatlarında hafta sonu tatili ve özel zaman beklentileri doğal karşılanabilir. Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları faktör ortalaması ($x=3,7934$), öğrencilerin kendi kişilikleriyle endüstrinin özellikleri arasında benzerlikler gördüklerini ve terfi imkanlarıyla kendilerine iyi bir kariyer imkanları olduğunu düşündüklerini göstermektedirler. %70'den fazla bir oranda, turizm eğitimi almayı isteyip, sektördeki kariyer olanakları hakkında bilgi sahibi olan bir

Tablo 3. Faktör ortalamaları ve T-testi sonuçları

Faktör Boyutları	Ortalama (x)	Standart sapma	t-değeri	p-değeri
İşin doğası ve çalışma koşulları (-)	4,0058	,6627	28,071	,000
Özel hayat-zaman	3,9986	,8524	22,011	,000
Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları	3,7934	,7001	20,679	,000
Ücret ve ek gelirler (-)	3,4697	,8155	10,805	,000
Yetki devri ve motivasyon	3,3912	,7324	9,848	,000
Yöneticiler ve iş arkadaşları	3,0089	,7734	,211	,833
Sosyal statü (-)	2,7854	,8090	-4,833	,000

* 5'li Likert tipi ölçek (1=hiç katılmıyorum, 3=kararsızım, 5=tamamen katılıyorum). Negatif işaretlenen faktör boyutları, olumsuz ifadeleri içermektedir.

öğrenci grubunda kişi-endüstri uyumunun olması beklenmelidir. Turizm konusunda eğitim alıp, okul sürecinde staj yaparak çalışma tecrübesi kazanan öğrencilerin yüksek pozisyonlarda kariyer sahibi olmayı düşünmeleri beklenmektedir.

Ücret ve ek gelirler faktörü, diğer bir çok çalışmada olduğu gibi ($x=3,4697$) yetersiz ve düşük bulunmuştur. İşsizlik oranlarının yüksek olduğu, sektör yöneticilerinin maliyetleri düşürme aracı olarak gördüğü ücretler, sektörde kalifiye eleman tutmayı zorlaştırmaktadır. Yetki devri ve motivasyon faktör ortalaması ($x=3,3912$) öğrencilerin turizm sektöründe yöneticilerin yetki paylaşabildiklerini ve çalışanların motivasyonlarının yüksek olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Yöneticiler ve iş arkadaşları boyutunda öğrenciler kararsız kalmışlardır. Son olarak, sosyal statü faktör boyutunda, öğrenciler, sektörün saygınlığı düşük bir sektör olduğu düşüncesine katılmamaktadırlar ($x=2,7854$).

Anova analizi

Tablo 4'de faktör ortalamaları ve kariyer yapma isteği ortalaması ANOVA (Varyans) analizleri ile üç eğitim seviyesi grup ortalamaları karşılaştırılmıştır. Tablodan görüldüğü gibi gruplar arasında 5 faktör boyutu ve sektörde kariyer yapma isteği ortalaması arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır ($p<.05$). Eğitim seviyeleri arasındaki farkın hangi grup ortalamaları arasında olduğunun belirlenmesi için, grup varyanslarının eşitliğinden dolayı (Özdamar 2002:394) Tukey HSD testi yapılmış ve sonuçlar ortalamaların yanında harflerle gösterilmiştir. Buna göre Kişi-endüstri uyumu-terfi imkanları boyutunda üniversite eğitimi alan öğrenciler ve lise eğitimi alan öğrenciler, önlisans (MYO) eğitimi alan öğrencilere göre daha yüksek oranda uyum ve terfi imkanı hissetmektedirler. Üniversite ve lise öğrencileri arasında bu boyutta anlamlı bir fark görülmemektedir.

Yönetim ve iş arkadaşları boyutunda lise öğrencileri üniversite ve MYO öğrencilerine göre anlamlı olarak daha olumlu tutum içerisindeyler. Aynı

şekilde üniversite öğrencileri MYO öğrencilerine göre anlamlı olarak daha fazla olumlu düşüncededirler. Yetki devri ve motivasyon boyutunda lise öğrencileri üniversite ve MYO öğrencilerine oranla daha yüksek oranda sektörden olumlu izlenimlerini ifade etmektedirler. Sosyal statü boyutunda üniversite öğrencileri lise öğrencilerine göre sektörün sağladığı sosyal statü imkanlarını daha olumlu değerlendirmektedirler. Olumsuz ifadeler içeren sosyal statü maddelerinin orta değer olan 3 (kararsız) puanından aşağıda olması üniversite öğrencilerinin kendilerine sektörün sağlayabileceği üst pozisyonların iyi imajının olduğunu düşünüyor olabirler.

Ücret ve ek gelirler boyutunda, üniversite ve MYO öğrencileri lise öğrencilerine oranla ücret ve ek gelirleri daha düşük bulmaktadırlar. Üniversite ve MYO öğrencileri arasında ücretlerin seviyesini algılamaları açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır. İşin doğası ve çalışma koşulları ve özel hayat faktör boyutlarında eğitim seviyelerine göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>.05$).

Sektörde kariyer yapma isteği açısından ise üniversite ve lise öğrencileri, MYO öğrencilerine oranla sektörde daha fazla kariyer yapma tutumu içerisindeyler. Üniversite ve lise öğrencileri arasında sektörde kariyer yapma isteği açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Korelasyon analizi

Faktörler arasındaki korelasyonlara bakıldığında ilginç ilişkiler gözükmemektedir (Tablo 5). İşin doğası ve ücret ve ek gelirler arasındaki korelasyon ($r=.250$, $p<.01$), işlerin yoruculuğu ve zorluğu arttıkça, alınan ücret ve ek gelirlerin de düştüğünü göstermektedir. Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları ile yetki devri ve motivasyon ($r=.428$, $p<.01$) ve yöneticiler ve iş arkadaşları ($r=.346$, $p<.01$) arasında pozitif bir ilişki görülmektedir. Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları ile sosyal statü arasında ters yönlü bir ilişki vardır ($r=-.261$, $p<.01$). Kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları arttıkça, öğrenciler

Tablo 4. Faktör boyutları ve sektörde kariyer yapma isteğinin eğitim seviyesine göre değişimi

Faktör boyutları ve kariyer yapma isteği	Eğitim seviyesi	N	A.O.	S.S.	F-değeri	p-değeri
Kişi-endüstri uyumu-terfi imkanları	Lise	66	3,95 (b)	,6682	12,781	,000
	MYO	79	3,46 (a) (b)	,7344		
	Üniversite	190	3,88 (a)	,6543		
İşin doğası ve çalışma koşulları	Lise	67	3,92	,7470	,768	,465
	MYO	84	4,00	,6835		
	Üniversite	194	4,04	,6235		
Yönetim ve iş arkadaşları	Lise	66	3,36 (a)	,6356	13,016	,000
	MYO	82	2,73 (a)	,8293		
	Üniversite	190	3,01 (a)	,7457		
Yetki devri ve motivasyon	Lise	68	3,76 (a) (b)	,5869	13,862	,000
	MYO	81	3,16 (b)	,8686		
	Üniversite	195	3,36 (a)	,6697		
Sosyal statü	Lise	67	2,99 (a)	,8094	4,797	,009
	MYO	81	2,89 (b)	,8694		
	Üniversite	188	2,67 (a)	,7652		
Ücret ve ek gelirler	Lise	69	3,12 (a) (b)	,7775	8,199	,000
	MYO	86	3,57 (b)	,8630		
	Üniversite	197	3,55 (a)	,7778		
Özel hayat	Lise	69	4,21	,8735	2,524	,082
	MYO	89	3,96	,8926		
	Üniversite	196	3,94	,8193		
Sektörde kariyer yapma isteği	Lise	66	3,72 (b)	8577	5,657	,004
	MYO	73	3,38 (a) (b)	,7389		
	Üniversite	187	3,73 (a)	,9149		

Not: Grup karşılaştırmalarında aynı harfi taşıyan ortalamalar .05 anlamlılık düzeyinde birbirinden önemli ölçüde farklıdır. N: Örneklem sayısı, AO: Aritmetik ortalama, SS: Standart sapma.

sektörün sunduğu sosyal statü imajını daha olumlu görmekteyiz. Yöneticiler ve iş arkadaşları ile ücret ve ek gelirler arasındaki korelasyon ($r=-.307$, $p<.01$), yöneticiler ve iş arkadaşları konusundaki olumlu tutumlar arttıkça ücret ve ek gelirlerin seviyesinin de daha olumlu algılandığını göstermektedir. Yetki devri ve motivasyon ile yöneticiler ve iş arkadaşları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur ($r=.374$, $p<.01$). Yöneticiler ve iş arkadaşları ile sosyal statü arasındaki negatif ilişki ($r=-.278$, $p<.01$) öğrencilerin yöneticiler ve iş arkadaşları boyutunda olumlu algıları arttıkça, sektörün sosyal statüsünü daha olumlu yönde gördüklerini göstermektedir.

Sektörde kariyer yapma isteği ve faktör boyutları ilişkisi incelendiğinde en yüksek ilişkinin kişi-endüstri uyumu-terfi imkanları ($r=.615$, $p<.01$) ile olduğu görülmektedir. Yetki devri ve motivasyon ($r=.346$, $p<.01$), sosyal statü ($r=-.332$, $p<.01$) ve yöneticiler ve iş arkadaşları ($r=.300$, $p<.01$) büyükten küçüğe doğru ilişkilerin düzeyini göstermektedir. Sosyal statü faktörüyle kariyer yapma isteği arasında negatif bir ilişki görülse de aslında bu, sosyal

statü maddelerinin, olumsuz ifade edilmesinden dolayı doğru yönlü bir ilişkidir. Yani, öğrenciler sektörün statüsünü olumlu algıladıkça kendilerinin kariyer yapma istekleri de artmaktadır.

Sektörde kariyer yapma isteği ve faktör boyutları ortalamalarının cinsiyete göre farklılıkları

Sektörde kariyer yapma isteği Ek 2 de görülen 10 madde ile ölçülmüştür. Değişken, sektörde kariyer yapma isteği olarak adlandırıldığı için, faktör analizi öncesi olumsuz ifade içeren maddeler ters kodlanmıştır. Faktör skoru oluşturmadan önce 10 madde faktör analizine tabi tutulmuş, ilk analizde 2 ayrı yapı ortaya çıkmıştır. Ancak çapraz yüklenen maddeler çıkarıldıktan sonra Ek 2 de verilen ilk 6 madde tek bir faktör yapısı oluşturmuştur. Bu 6 maddenin güvenilirlik katsayısı .7836 olarak bulunmuş ve 6 maddeyle faktör skoru hesaplanmıştır. Sektörde kariyer yapma isteği ortalama değeri ($x=3,6439$, $SS=.8101$) orta değer olan 3 (kararsız) değerinden anlamlı olarak yüksek çıkmıştır ($t=14,417$, $p<.001$). Bu durum öğrencilerin genel

Tablo 5. Turizm sektöründe çalışma koşulları faktörleri ve kariyer yapma isteği korelasyonları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1.İşin doğası	1	,195	,145	,250	-,022	-,120	,196	-,030
2.Özel hayat (zaman)		1	,015	,052	-,004	-,050	,120	-,048
3.Kişi-endüstri uyumu ve terfi			1	-,155	,428	,346	-,261	,615
4.Ücret ve ek gelirler				1	-,165	-,307	,215	-,183
5.Yetki devri ve motivasyon					1	,374	-,132	,346
6.Yöneticiler ve iş arkadaşları						1	-,278	,300
7.Sosyal statü							1	-,332
8. Sektörde kariyer yapma isteği								1

Değişkenler arasındaki >.11 korelasyonlar 0.05, >.15 ise 0.01 düzeyinde anlamlıdır.içermektedir.

olarak sektörde kariyer yapma isteğinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 6 incelendiğinde, kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları, yetki devri ve motivasyon ve yöneticiler ve iş arkadaşları boyutlarında ve sektörde kariyer yapma isteğinde erkek öğrenciler kız öğrencilere oranla daha yüksek ortalama skora sahiptirler.

Regresyon analizi

Elde edilen faktörlerin kariyer yapma isteği ile olan ilişkilerinin incelenmesi amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi faktörler sektörde kariyer yapma isteğini %44 oranında açıklamaktadır (F=28.723, p<.001). Kişi-endüstri uyumu-terfi imkanları (Beta=.541, p<.001) ve sosyal statü (Beta=-.142, p<.01) kariyer yapma isteğinin en güçlü göstergeleri olarak ortaya çıkarken, işin doğası (Beta=-.097, p<.056) kariyer yapma isteğini açıklamada daha sınırlı bir etkiye sahiptir. Buna göre kişi-endüstri uyumu-terfi imkanları arttıkça kariyer yapma isteği artmaktadır. Diğer taraftan, sosyal statü ve işin doğası konularındaki olumsuz tavır kariyer yapma isteğini azaltmaktadır.

TARTIŞMA

Bu araştırma, Mersin'de lisans, önlisans ve lise düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin sektördeki çalışma koşullarını algılamaları ve kariyer olanaklarına bakış açılarını ortaya çıkarmaktadır. Araştırma kapsamında, sekiz araştırma sorusuna cevap aranmakta ve elde edilen bulgular konu ile ilgili daha önce yapılan araştırmalarla karşılaştırılmaktadır. Birinci araştırma sorusunda öğrencilerin turizmde çalışma şartları ve kariyer olanaklarını değerlendirmelerinin temel boyutları sorgulanmıştır. Yapılan faktör analizi sonuçları yedi boyut ortaya çıkarmıştır. Bu boyutlar daha önce yapılan araştırmalarda ortaya çıkan boyutlarla paralel doğrultudadır (Özdemir vd. 2005; Kuşluvan ve Kuşluvan 2003; Riegel ve Dallas 1998). Ortaya çıkan faktörler

öğrencilerin turizmde kariyer yapma düşüncelerini etkileyebilecek unsurları geniş bir şekilde kapsamaktadır.

İkinci araştırma sorusu, öğrencilerin değerlendirmelerinin eğitim düzeylerine göre (lisans, önlisans, lise) farklılık gösterip göstermediğini sorgulamaktadır. Bu konuda Türkiye'de daha önce yapılmış bir araştırma sonucuna rastlanmamıştır. Elde edilen bulgular, lisans, önlisans ve lise öğrencileri arasında sektör ve iş şartlarını değerlendirmeleri bakımından önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, lisans ve lise öğrencileri önlisans öğrencilerine göre daha fazla endüstri uyumu göstermekte ve terfi imkanlarını daha olumlu değerlendirmektedirler. Aynı şekilde lisans ve lise öğrencileri önlisans öğrencilerine göre daha fazla sektörde kariyer yapma isteği ortaya koymaktadır. Bu durum Türkiye'de son yıllarda önlisans eğitimi ile ilgili yapılan değişikliklerin bir sonucu olabilir. Meslek Yüksek Okullarına sınavsız geçiş hakkı verilmesi öğrencilerin aldıkları eğitimden beklentilerini azaltmış ve kariyer beklentilerini olumsuz bir şekilde etkilemiş olabilir. Aynı durum yönetim ve iş arkadaşları konusunda da ortaya çıkmakta ve önlisans öğrencileri sektör çalışanları ile uyum ve işbirliği konusunda zorlandıklarını belirtmektedirler. Diğer bir deyişle, yönetim ve iş arkadaşları ile ilişkiler konusunda lise öğrencileri en olumlu tavı sergilerken lisans öğrencileri bu konuda kararsız kalmakta önlisans öğrencileri ise olumsuz bir tavır ortaya koymaktadır. Benzer bir durum yetki devri ve motivasyon konusunda ortaya çıkmakta ve lisans ve lise öğrencilerinin motivasyonu ve yetki beklentileri önlisans öğrencilerine göre daha yüksek gözükmektedir. Bu sonuçların nedenlerinin belirlenmesi ayrı bir araştırmanın yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Sosyal statü açısından ise, lisans öğrencileri önlisans ve lise öğrencilerine göre daha olumlu bir tavır sergilemektedirler. Bu konuda önlisans ve lise öğrencileri kararsız bir tavır içerisinde. Lisans öğrencilerinin sosyal statü değerlendirmeleri

Tablo 6. Faktör boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Faktör boyutları ve sektörde kariyer yapma isteği	Cinsiyet	Sayı (n)	Ortalama	Standart sapma	t-değeri	p-değeri
Kişi endüstri uyumu ve terfi imkanları	Bay	237	3,8802	,6382	3,618	,000
	Bayan	96	3,5792	,7976		
Yetki devri ve motivasyon	Bay	242	3,4728	,6921	3,204	,001
	Bayan	102	3,1980	,7905		
Yöneticiler ve iş arkadaşları	Bay	236	3,0699	,7379	2,220	,027
	Bayan	102	2,8676	,8367		
Özel hayat (zaman)	Bay	244	3,9447	,8654	-1,783	,075
	Bayan	109	4,1193	,8134		
Ücret ve ek gelirler	Bay	244	3,4276	,8152	-1,458	,146
	Bayan	108	3,5648	,8120		
İşin doğası	Bay	242	3,9719	,6819	-1,457	,146
	Bayan	103	4,0858	6108		
Sosyal statü	Bay	231	2,8090	,8113	,791	,430
	Bayan	105	2,7330	,8054		
Sektörde kariyer yapma isteği	Bay	230	3,7152	,7744	2,454	,015
	Bayan	99	3,4781	,8692		

Kuşlivan ve Kuşlivan (2003) bulguları ile farklılık göstermektedir. Öğrenciler sektörün sağladığı sosyal statü imkanlarını sınırlı da olsa olumlu olarak değerlendirmektedirler. Bu durum öğrencilerin dört yıllık lisans eğitimi almaları sonucu ortaya çıkan beklentilerini ifade ediyor olabilir. Ücretler ve ek gelirler açısından ise lisans ve önlisans öğrencileri, lise öğrencilerine göre ücretleri daha düşük bulmaktadır. Bu sonuç, eğitim seviyesinin yükselmesi ile birlikte öğrencilerin ücret beklentilerinin arttığı anlamına gelebilir.

Üçüncü araştırma sorusu, öğrencilerin turizmde çalışma şartları ve kariyer olanakları değerlendirmelerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini sorgulamaktadır. Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre, kişi-endüstri uyumu ve terfi imkanları, yetki devri ve motivasyon, yöneticiler ve iş arkadaşları ve sektörde kariyer yapma isteği açılarından daha olumlu tavır içerisindedirler. Bu bulgular, Ross'un (1997; 1994) lise mezunlarının seyahat endüstrisi ve diğer turizm endüstrisi işlerine karşı olan tavırları ile ilgili araştırmalarında elde ettiği sonuçlarla farklılık göstermektedir. Ross, seyahat endüstrisi ve diğer turizm sektörü işlerine karşı, kız öğrencilerin daha olumlu ve istekli tavır içerisinde olduğunu ortaya çıkarmış ve bu sonucu kızların klasik bayan işi olarak kabul edilen hemşirelik, sekreterlik gibi işler dışındaki işlere yönelme istekleri olabileceği yorumu ile açıklamıştır. Aynı zamanda Ross, çalışmalarında kızların yönetim işleri konusunda daha istekli davrandıklarını ortaya çıkarmıştır. Bu araştırma sonuçları ile Ross'un

araştırmalarında elde edilen bulgular arasındaki fark belli ölçüde kültür ve ülke farklılıkları ile izah edilebilse de Türkiye'de kız öğrencilerin turizmde kariyer beklentileri konusunda yeni araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Türkiye'de turizm sektörünün sezonluk olması ve sahil turizminin endüstri-deki iş imkanlarında büyük yer tutması, kız öğrencileri turizm eğitimini kariyer amaçlı değil eğitim amaçlı değerlendirdikleri sonucunu doğurabilir.

Dördüncü araştırma sorusu, öğrencilerin sektörün saygınlığı ile ilgili düşüncelerini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Araştırma sonuçlarına göre, genel olarak öğrenciler sektörün saygınlığı düşük bir sektör olduğu düşüncesine katılmamaktadırlar. Daha önce belirtildiği gibi bu tavır lisans öğrencileri arasında biraz daha belirgin iken önlisans ve lise öğrencileri daha kararsız bir tutum içerisindedirler. Daha önce bu konuda Kuşlivan ve Kuşlivan (2003) tarafından yapılan araştırmada, katılımcı öğrencilerin çoğunluğunun ailesi ve arkadaşlarının mesleklerine olumlu baktıklarını fakat öğrencilerin yarısının mesleklerinin toplumda fazla saygı görmediğini düşündüklerini ortaya çıkarmıştır. Bu araştırma ve Kuşlivan ve Kuşlivan (2003) araştırmasında elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında, öğrenciler çevrelerinden meslekleri ile ilgili olumlu bir tepki almakta fakat kendileri meslek yaşamlarının erken safhalarında oldukları için net bir olumlu tavır ortaya koyamamaktadırlar. Ayrıca, turizm sektöründeki meslek alanlarının bir bütün olarak değerlendirilmesinden çok sektördeki alanların (seyahat, yiyecek-içecek, konaklama vb.)

Tablo 7. Kariyer yapma isteğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi için yapılan regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Beta değeri	t değeri	p değeri	R-square (Düz.)	F değişim	F değ. anlam
Kariyer yapma isteği	Kişi-endüst uyum-terfi	,541	9,728	,000	,440 (.424)	28,713	,000
	İşin doğası	-,097	1,817	,056			
	Yöneticiler işarkadaşlar	-,008	-,137	,891			
	Yetki devri motivasyon	,086	1,597	,112			
	Sosyal statü	-,142	2,686	,008			
	Ücret, ve ek gelirler	-,073	-1,424	,156			
	Özel hayat	-,015	,306	,760			

ayrı ayrı değerlendirilmesi farklı sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilir. Bu konuda son zamanlarda Özdemir vd. (2005) tarafından yapılan bir araştırmada, turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin sektörde yiyecek-içecek bölümünde çalışma istekleri incelenmiş ve öğrencilerin bu bölümdeki işlere karşı olumsuz bir tutum içerisinde oldukları ve bu bölümlerde çalışmak istemedikleri ortaya çıkarılmıştır.

Beşinci ve altıncı araştırma soruları bir önceki araştırma sorusu ile oldukça ilgilidir. Bu sorularda, öğrencilerin sektördeki çalışma koşullarını ve ücretleri nasıl değerlendirdikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Daha önce yapılan araştırmalar, sektörde çalışma saatlerini uzun ve düzensiz, ücretleri düşük, ek gelirleri ve yükselme olanaklarını yetersiz, kişisel, sosyal ve aile için zamanın sınırlı, yaşam kalitesini düşük, iş güvenliğini yetersiz ve çalışma ortamını stresli ve kötü olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır (Özdemir vd. 2005; Kuşluyan ve Kuşluyan 2003; Avgoustis ve Brothers 1993; Charles 1992; Pavesic ve Brymer 1990; 1989). Bu araştırmada elde edilen sonuçlar önceki araştırma sonuçlarını desteklemektedir. Her üç eğitim grubundaki öğrenciler de ortak bir şekilde turizm sektöründeki işlerin yorucu ve stresli olduğunu ve çalışma saatlerinin çok uzun olduğunu düşünmektedirler. Benzer şekilde, öğrenciler sektördeki ücret ve ek gelirleri yetersiz bulmaktadırlar. Sektörün mevsimsellik özelliği ve çoğunlukla gençleri ve öğrencileri istihdam etmesi öğrencilerin bu yönde bir değerlendirme yapmaları sonucunu doğurmuş olabilir.

Yedinci araştırma sorusu, öğrencilerin sektörde kariyer yapmak isteyip istemediklerini sorgulamaktadır. Araştırma sonuçları öğrencilerin turizm eğitimi isteyerek seçtiklerini ve sektörde kariyer yapmak istedikleri sonucunu ortaya koymaktadır. Sektörde kariyer yapma isteği lisans, önlisans ve lise gruplarının tümü için geçerli olsa da lisans ve lise öğrencileri bu konuda daha güçlü bir tavır sergilemektedirler. Elde edilen bu sonuç, Kuşluyan ve Kuşluyan (2003) ve Özdemir vd. (2005) elde

ettiği bulgularla çelişmektedir. Bu araştırmada öğrenciler, sektördeki çalışma şartlarını ve ücretleri olumsuz değerlendirirler de belirgin bir şekilde sektörde kariyer yapma eğilimindedirler. Önceki iki çalışma ve bu çalışmanın sonuçları arasındaki fark araştırma verilerinin toplandığı zamanda ülkenin ve turizm endüstrisinin durumundan kaynaklı olabilir. Bu araştırmanın verilerinin toplandığı 2003 yılı turizmde umutların arttığı ve ülkenin ekonomik olarak daha istikrarlı bir döneme girdiği bir zamanken diğer araştırma verileri ülkenin ve turizm endüstrisinin ekonomik krize sürüklendiği yıllarda toplamıştır. Bu durum araştırma sonuçlarında dönemsellik farkı şeklinde açıklanabilir.

SONUÇ

Araştırma sonuçlarına göre turizm eğitimi alan lisans, önlisans ve lise öğrencileri sektörde kariyer yapmak istemekte, fakat sektördeki çalışma şartlarını olumsuz olarak değerlendirmektedirler. Sektör ve kariyer olanaklarının değerlendirilmesi bakımından lisans ve lise öğrencileri önlisans öğrencilerine göre daha olumlu tavır içerisinde dirler. Elde edilen bulgular, Türkiye'de turizm sektörünün ve turizm eğitiminin, turizm eğitimi alan öğrenciler açısından değerlendirilmesi ve ileriye dönük politikaların belirlenmesi bakımından önem arz etmektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, günümüzde öğrenciler turizm eğitimi almayı isteyerek tercih etmekte ve turizm sektöründe kariyer yapmaya sıcak bakmaktadırlar denebilir. Ayrıca, öğrenciler turizmde kariyer yapmanın sosyal statüsünün düşük olduğu görüşüne katılmamakta veya bu konuda kararsız kalmaktadırlar. Önceki yıllarda Türkiye'de yapılan araştırma sonuçlarına göre (Özdemir vd. 2005; Kuşluyan ve Kuşluyan 2003; Birdir 2002; METARGEM 2000) bu araştırma sonuçları sektörde kariyer değerlendirmeleri bakımından daha olumlu sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bunun bir nedeni Türkiye'de turizm eğitiminin gözardı edilmeyecek ölçüde mesafe katetmesi ve turizm işletmeciliğinin günümüzde önemli alanlardan birisi haline gelmesi olabilir. Diğer bir ne-

den olarak da sektörde profesyonel yöneticilerin, ulusal ve uluslararası zincir işletmelerin artması, öğrencilerin turizm sektöründe kariyer yapma beklentilerini arttırmıştır (Kozak 2005-3-4-5). Ayrıca, ülkenin turizmde elde ettiği başarılar ve turist sayısındaki önemli artışlar ve bu konuların medya da sık sık yer alması, öğrencilerin daha olumlu değerlendirmeler yapmalarına neden olabilir.

Diğer taraftan, sektördeki olumsuz çalışma koşulları ve düşük ücretler bakımından öğrencilerin görüşleri geçmiş yıllardaki ile aynıdır ve eğitim seviyelerine göre değişmemektedir. Bu durum bir taraftan turizm sektöründeki iş şartlarının genel olarak ağır olması ile izah edilebilirken bir taraftan da sektörün kalifiye elemanlara uzun dönemli çalışma imkanları sunmak yerine mevsimlik ve stajyer istihdamını tercih etmesi ile açıklanabilir (Kozak 2005-6). Türkiye’de turizm eğitimi almış çalışanların çalışma şartlarının iyileştirmesine yönelik yapılması gereken çalışmaların birçoğunun halen yapılmamış olması da öğrencilerin çalışma şartlarını olumsuz değerlendirmeleri üzerinde etkili olabilir. Örneğin, turizmde meslek yasalarının çıkarılmamış olması, hizmet kalitesi değerlendirmelerinde personel hizmetine yer verilmemesi gibi sorunlar, öğrencilerin çalışma şartlarını olumsuz olarak değerlendirmelerinde ve turizmde kariyer tercihleri üzerinde olumsuz yönde etkili olabilir (Kozak 2005-6-7-8). Son olarak, 2000 öncesi yıllara göre turizm işletmeciliği akademisyenlerindeki niteliksel ve niceliksel gelişmelerin eğitimciler ve sektör temsilcileri tarafından yeterince duyurulmaması ve bunun geleceğin çalışanları tarafından bilinmemesi, öğrencilerin sosyal statü ve kariyer planlamaları üzerindeki olumsuz düşüncelerin azaltılmasını sınırlandırıyor olabilir (Kozak 2005-1-2). Bu açıdan, turizm eğitimindeki olumlu gelişmelerle doğru orantılı olarak politikacıların gerekli yasal düzenlemeleri yapması ve sektörün kalifiye elemanlara yönelik daha güvenilir kariyer olanakları sunması öğrencilerin daha olumlu değerlendirmeler yapmaları sonucunu doğuracaktır.

Her araştırmada olduğu gibi, bu araştırmada da bir dizi sınırlılık, araştırma sonuçlarının daha dikkatli değerlendirilmelerini gerekli kılmaktadır. Bu sınırlılıkların başında kaynak yetersizliği nedeni ile istenen örneklem sayılarına ulaşamamış olması gelmektedir. İleriki araştırmalar, araştırma bulgularını özellikle daha fazla önlisans ve lise öğrencisi ile tekrar etmelidir. Ayrıca, ileriki araştırmalar üzerinde daha sınırlı araştırma yapılan önlisans ve lise öğrencileri ile daha ayrıntılı araştırmalar yapılmalıdır. Özellikle önlisans öğrencilerinin değerlendirmelerindeki olumsuzluklar daha ayrıntılı ince-

lenmelidir. Ayrıca, elde edilen bulgular ülke çapında yapılacak araştırmalarla desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- Airey, D. ve Frontistis, A. (1997). Attitudes to Carrers in Tourism: An Anglo Greek Comparison, *Tourism Management*, 18 (3): 149-158.
- Altman, L.A., ve Brother, L.R. (1995). Career Longevity of Hospitality Graduates, *FIU Review*, 13 (2): 77-83.
- Avgoustis, S.H. ve Brother L.R. (1993). Education and Career Concerns of Hospitality Management Students in an Associate Degree Program, *Hospitality and Tourism Educator*, 5 (3): 11-20.
- Aydemir, N. (1995). 2000’li Yıllara Doğru Özel Sektör İmalat Sana-yinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Arayışlar. İstanbul: TÜGİAD yayını.
- Barrows, C.W., Partlow C.G. ve Montgomery, R.J. (1993). Students’ Perceptions of Career Opportunities in Club Management, *Hospitality and Tourism Educator*, 5 (4):17-20.
- Barutçugil, İ. (04-07-2005). Kariyer Planlama ve Kariyer Yönetim i. www.rcbadoor.com/makalevekitaplar/makaleler/kariyer.htm.
- Birdir, K. (2002) Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Çalışmayı Tercih Etmemelerinin Temel Nedenleri: Bir Nominal Grup Tekniği Araştırması, *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop*. 495-594, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Bireyler ve Kariyer Yönetimi Kavramı, (05-07-2005). www.wobifinans.com.tr/icerik.php?Article=143&Where=danisma_merkezi&Category=020706.
- Boella, M. J. (2000). *Human Resource Management in the Hospitality Industry*. (7th ed). Cheltenham: Stanley Thornes.
- Buchholz, R. A. (1978). An Emprical Study of Contemprrary Work Beliefs About Work in American Society, *Journal of Applied Psychology*, 63: 219-227.
- Charles, R.K. (1992). Career Influences, Expectations, and Perceptions of Caribbean Hospitality and Tourism Student: A third World Perspective, *Hospitality and Tourism Educator*, 4 (3): 9-14.
- Choy, D.J.I. (1995). The Quality of Tourism Employment, *Tourism Management*, 16 (2): 129-139.
- Cooper, C.; Shepherd, R. ve Westlake, J. (1996). *Educating the Educators in Tourism: A manual of Tourism and Hospitality Education*. World Tourism Organization and University of Surrey.
- Cothram, C. ve Combrink, T. E. (1999). Attitudes of Minority Adolescents towards Hospitality Industry Careers, *International Journal of Hospitality Management*, 18 (2): 143-158.
- Crafts, C. P. (1989). Career Development Programs How to Recruit and Retain Groving People in a Shrinking Market, *Hospitality & Tourism Educator*, 1 (2): 30-33.
- Çalışma ve Sosyal güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürlüğü İstatistik Şubesi, (2004). Yıllar İtibarıyla Günlük ve Aylık Asgari Ücretler, http://www.csgeb.gov.tr/istatistik/cgm/yillar_asgari_ücret.htm.
- Gatty, B. (1992, 17 Ağustos).Minority Work Force Tries to Break Glass Ceeling, *Hotel and Motel Management*.
- Hacıoğlu, N. (1985). Turizm Eğitimi Yeterli mi?, Milliyet Gazetesi, s.8.

- Hair J. F., R. E. Anderson, R. L. Tatham, ve W. C. Black (1998). *Multivariate Data Analysis* (Fifth Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Hudman, L.E. (1989). *Tourism in Contemporary Society*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- International Labor Organization. (2001). *Human Resource Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector: Report for Discussion at the Tripartite Meeting on the Human Resource Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector*. Geneva: International Labor Organization.
- Kariyer Planlama Süreci, (2005, 5 Temmuz). www.bilgikariyer.com/studentCPS.asp?r=6%2F21%2F2005+3%3A23%3A37+...
- Kaynak, T. (1996). *İnsan Kaynakları Planlaması*. İstanbul: Kal-Der Yayınları.
- Kılıç, C. (2000). *Turizm Sektöründe İstihdam Niteliğini Etkileyen Faktörler ve Türkiye'de Beş Yıldızlı Otellerin Analizi*. Ankara: Gazi Kitabevi
- Koyuncu, M. (2000). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmeleri Yöneticilerinden Beklentileri. *Hafta Sonu Semineri VII*, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Kozak, M.A. (1999). Konaklama Sektöründe Kariyer Planlama Yöntemleri ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (Mart-Haziran): 9-16.
- Kozak, M.A. ve Kızıllırmak, İ., (2001). Türkiye'de Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Programı Öğrencilerinin Turizm Sektörüne Yönelik Tutumlarının Demografik Değişkenlere Göre Değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (Bahar): 9-16.
- Kozak, M.A. (2001). *Konaklama İşletmelerinde Kariyer Planlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu Yayınları.
- Kozak, N. (2005-1). Turizm Eğitimi Tartışmaları -1- Alanı Sahiplenmek, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=21327>, (29-06-2005).
- Kozak, N. (2005-2). Turizm Eğitimi Tartışmaları -2- Turizm Alanı Masa Başında Kaybediyor, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=21501>, (29-06-2005).
- Kozak, N. (2005-3). Turizm Eğitimi Tartışmaları-3-Akademik Turizm Eğitiminde Model Arayışları I, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=21633>, (29-06-2005).
- Kozak, N. (2005-4). Turizm Eğitimi Tartışmaları -4- Akademik Turizm Eğitiminde Model Arayışları II, www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=21821, (29-06-2005).
- Kozak, N. (2005-5). Turizm Eğitimi Tartışmaları -5- Uluslararası Rekabete Hazır mıyız?, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=22048>, (29-06-2005).
- Kozak, N. (2005-6). Sektörün Kalifiye Eleman Eksikliğinden Şikayet Etmeye Hakkı Var mı?, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=23648>, (29-6-2005).
- Kozak, N. (2005-7). Hizmet Kalitesinde Personelin Niteliklerine Yine Yer Yok!., <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=22945>, (29-6-2005).
- Kozak, N. (2005-8). "Turizm Meslek Yasaları Öcü mü?" <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=22490>, (29-6-2005).
- Kuşluvan, S. (2003). Characteristics of Employment and Human Resource Management in the Tourism and Hospitality Industry. S. Kuşluvan (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*. 3-25, New York: Nova Science Publishers Inc.
- Kuşluvan, S. ve Kuşluvan, Z. (2003). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism and Hospitality Industry in a Developing Economy. S. Kuşluvan (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*. 77-98, New York: Nova Science Publishers Inc.
- Kuşluvan, S., Kuşluvan, Z. ve Eren, D. (2003). Undergraduate Tourism Students' Satisfaction With Student Work Experience And Its Impact On Their Future Career Intentions: A Case Study, İçinde S. Kuşluvan (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*. 77-98, New York: Nova Science Publishers Inc.
- Külebi, A. (2005, 3 Temmuz). Turizm Politikamız ve Darboğazları, *Cumhuriyet Gazetesi*: 2.
- Lee, C. ve Kang, S. (1998). Measuring Earnings Inequality and Median Earning in the Tourism Industry, *Tourism Management*, 19(4): 341-348.
- Leiper, N. (1999). A Conceptual Analysis of Tourism-Supported Employment Which Reduces the Incidence of Exaggerated, Misleading Statistics About Jobs, *Tourism Management*, 20: 605-613.
- Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Araştırma ve Geliştirme Merkezi Başkanlığı, (2000). *Turizm Sektörünün Ara Kademe İnsan Gücü İhtiyacı ve Turizm Eğitimi Araştırması*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Araştırma ve Geliştirme Merkezi Başkanlığı.
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2005, 6 Temmuz). <http://ttoqm.meb.gov.tr/okullar/aotml%202005%20telfaks.htm>
- OLEYİS, (1997). *Turizm Sektöründe Çalışanların Sorunları, Sendikadan Beklentileri ve Ülke Gündemine Bakışları*. Ankara.
- Özdemir, B., Aktaş, A. ve Altıntaş, V. (2005). Turizm ve Otelcilik Eğitimi Görmekte Olan Lisans Düzeyindeki Öğrencilerin Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Bölümüne Yönelik Tutumları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 46-58.
- Pavesik, D.V. ve Breymer, R.A. (1989). Industry Retention and Attrition of Hospitality Graduates, *Hospitality Education and Research Journal*, 13 (3): 267-275.
- Pavesik, D.V. ve Breymer, R.A. (1990). Job Satisfaction: What is Happening to the Young Managers, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31 (1): 90-96.
- Pizam, A. (1999). The State of Travel and Tourism Human Resources in Latin America, *Tourism Management*, 20 (5): 575-586.
- Pizam, A. ve Telismen-Kosuta, N. (1989). Tourism as a Factor of Change: Results and Analysis. J. Bystrzanowski (Ed.). *Tourism as Factor of Change: A Sociological Study*, 69-93, Vienna: Central Library of the Slovak Academy of Sciences.
- Plunket, W. ve Atner, R. (1992). *Introduction to Management* (4th ed). Boston: Kent Publishing.
- Querrier, Y. (1999). *Organizational Behavior in Hotels and Restaurants: An International Perspective*. Chichester: John Wiley.
- Riegel, C. And Dallas, M., (1998). *Hospitality and Tourism Careers: A Blue Print for Success*. Prentice Hall Inc.: New Jersey.
- Ross, G. F. (1994). What do Australian School Leavers Want of Industry? *Tourism Management*, 15 (1): 62-66.
- Ross, G. F. (1997). Travel Agency Employment Perceptions, *Tourism Management*, 18 (1): 9-18.
- Savaşır, I. (1994). Ölçek Uyarlamasındaki Sorunlar ve Bazı Çözüm Yolları, *Türk Psikoloji Dergisi*, 9 (33): 27-32.
- Sümer, C. (2005, 4 Temmuz). İnsan Kaynakları Yönetimi Olarak Örgütsel Kariyer Planlama ve Geliştirme, www.sosyalhizmetleruzmani.org/kariyerplanlama.htm.

- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics* (Third Edition). New York, NY: Harper-Collins College Publishers Inc.
- Tatlıdil, H. (1998). Turizm Sektöründe Çalışanların Sorunları ve Sendikalar, *1. Turizm Şurası*, 57-65. Ankara: Turizm Bakanlığı.
- Turizm Bakanlığı ve Uluslararası Çalışma Örgütü (1994). *Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması 1993*. Ankara: Levent Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık Tic. Ltd. Şti.
- TURSAB (2005, 30 Haziran). www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/gostergeler/04istihdam.htm.
- Umbreit, W.T. and Diaz, P.E. (1994). Women in Hospitality Management: An Exploratory Study of Major and Occupation Choice Variables, *Hospitality and Tourism Educator*, 6 (4): 7-9.
- United Nations Environment and Development UK Committee. (1999). *Gender and Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism-Summit of UNED-UK's Project Report*. London: United Nations Environment and Development UK Committee.
- Unur, K., Duman, T. ve Tepeci, M. (2004). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Sektörde Kariyer Yapmaya Nasıl Bakıyor? *Balıkesir Üniversitesi 1. Ulusal Turizm Kongresi*, 390-414, 15-16 Nisan, Balıkesir.
- Wood, R. J. (2003). The Status of Tourism Employment. S. Kuşluvan (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*, 53-65, New York: Nova Science Publishers Inc.
- Gönderilme tarihi : 04 Nisan 2005
Birinci düzeltme : 14 Haziran 2005
İkinci düzeltme : 11 Temmuz 2005
Üçüncü düzeltme : 10 Ağustos 2005
Kabul : 15 Ağustos 2005
- Yrd. Doç. Dr. Teoman Duman, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Zile, Tokat.
E-posta: teoman@gap.edu.tr
- Doç. Dr. Mustafa Tepeci, Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Tece, Mersin.
E-posta: mtepeci@yahoo.com
- Yrd. Doç. Dr. Kamil Unur, Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Tece, Mersin.
E-posta: kunur@mersin.edu.tr

Ek 1. Çalışanların turizm sektörüne yönelik tutum/algılarını ölçen maddeler ve boyutlar

Turizm endüstrisinde çalışma saatleri düzensizdir.	İşin doğası ve fiziksel çalışma koşulları
Mevsimsellik özelliğinden dolayı turizm sektöründe daimi bir iş bulmak zordur.	
Turizm sektöründe fiziksel çalışma koşulları genelde iyidir.	
Turizm sektöründeki çalışma ortamı streslidir.	
Turizm endüstrisinde çalışma saatleri çok uzundur.	
Hafta sonu tatili benim için çok önemlidir.	
Özel hayatım benim için çok önemlidir.	
Turizm endüstrisindeki işler çok yorucudur.	
Turizm sektöründe çalışmayı eğlenceli buluyorum.	
Sektörde çalışarak aile yaşantısı sürdürmek zor.	Sosyal statü
Bazen çevreme turizm endüstrisinde kariyer yapacağımı söylemeye çekiniyorum.	
Turizm sektöründe çalışmak toplumda garsonluk mesleği ile eşdeğer olarak algılanıyor.	
Turizm sektöründe çalışmak ahlaki değerlerden ödün vermeyi gerektirir.	
Turizm sektöründe çalışmak toplumda fazla saygı görmüyor.	
Sektörde çalışanların çalışma isteği ve motivasyonu yüksektir	Kişi endüstri uyumu
Kişiliğim turizm endüstrisinde çalışmaya uygundur.	
Turizm sektöründeki işlerde bilgi ve becerilerimi kullanabilirim.	
Tempolu iş ortamını severim.	
İnsanlara hizmet etmek beni mutlu eder.	
Turizm sektöründeki bir çok işin ücreti düşüktür.	Ücret ve ek gelirler
Sektörde ücret dışındaki ek gelirler (prim, ikramiye, ulaşım, konaklama,vb.) yetersizdir.	
Bu sektörde çok para kazanabileceğimi düşünmüyorum.	
Turizm sektöründeki bir çok işin ücreti ekonomik olarak rahat bir yaşam sürdürmek için yetersizdir.	
Turizm sektöründe terfiler liyakate (hak edişe) göre yapılır.	Terfi
Daha önceki mezunlar sektörde iyi pozisyonlarda değiller.	
Turizm işletmelerinde terfi kararları verilirken çalışanların eğitim düzeyi dikkate alınmaz.	
Kısa sürede sektörde iyi noktalara geleceğimi düşünüyorum.	
Sektörde terfi imkanları kısıtlıdır.	
Sektörde tanıdığı (torpili) olmayanın terfi etmesi zordur.	
Çalışanlar terfi ettirilirken tecrübeleri dikkate alınır.	
Sektörde turizm eğitimi almayan çalışanlar alanlarla geçinemezler.	İş arkadaşları
Turizm sektöründe çalışanların genelde eğitim seviyesi düşüktür.	
Turizm sektöründe genelde çalışanlar arasında işbirliği vardır.	
Turizm sektörü çalışanlarında ekip ruhu gelişmemiştir.	
Yöneticiler çalışanların işletmelerine olan bağlılıklarını artırmak için yeterince çaba göstermezler.	Yöneticiler
Sektörde çalışan yöneticilerin bir çoğu turizm eğitimi almamıştır.	
Yöneticiler işlerini daha yapabilmeleri için çalışanlarına yetki vermektedirler.	
Yöneticiler çalışanların önerilerini değerlendirirler.	
Yöneticiler gerektiğinde çalışanların mesleki eğitim almasını sağlarlar.	

Not: Yöneticiler, iş arkadaşları, terfi ve kişi endüstri uyumu içerisindeki olumsuz ifadeler faktör analizi öncesi ters kodlanmıştır. Ayrıca, işin doğası ve çalışma koşulları içerisindeki olumlu ifadeler faktör analizi öncesi ters kodlanmıştır.

Ek 2. Turizmde kariyer yapma isteği maddeleri

1. Mezun olunca turizm sektöründe çalışacağını sanmıyorum.®
 2. Bu sektörde uzun yıllar çalışmam.®
 3. Okuldan mezun olunca ne iş yapacağımı bilmiyorum.®
 4. Turizm endüstrisinde kariyer yapmamın bana kazandıracığı fazla bir şey yok.®
 5. Bu mesleği seçmem benim için bir hata idi.®
 6. Kendi geleceğimin turizm endüstrinin geleceği ile ilgili olduğunu düşünüyorum.
 7. Turizm sektöründeki iş olanakları ile ilgileniyorum.
 8. İşyeri değiştirmeyi hiç sevmem.
 9. Turizm endüstrisinde kariyer yapmamın bana kazandıracığı fazla bir şey yok.
 10. Farklı bir endüstride kariyer yapacağımı düşünmüyorum.
 11. Genellikle arkadaşlarla turizm endüstrisindeki iş olanakları hakkında olumlu konuşuruz.
-

Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Determination of Problems Encountered by Tourist Guides During Package Tour Operations

Kurtuluş KARAMUSTAFA* - Nihat ÇEŞMECİ**

*Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/Nevşehir Meslek Yüksekokulu

** Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

ÖZ

Çalışmanın amacı, yönetimin temel fonksiyonları baz alınarak tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Bu bağlamda, öncelikle mevcut yazın taraması yapılarak yazındaki bilgiler doğrultusunda konu teorik açıdan ele alınmış, daha sonra ise konuya yönelik birincil veri elde etmek amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Anketler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir illerinde Aralık 2003'te düzenlenen "Turist Rehberliği Hizmetiçi Eğitim Seminerleri"ne katılan turist rehberlerine uygulanmıştır. Yapılan anketlerle araştırmanın amacına uygun olarak, turist rehberlerinin yönetimin temel fonksiyonları olan planlama, örgütleme, yöneltme ve etkileme, koordinasyon ve denetim ile ilgili yaşadıkları yönetsel sorunlar ile bu sorunların olası sebepleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada, turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunların, turist rehberlerinin tecrübelerine, tura çıkma sıklıklarına, rehberlik hizmeti verdikleri turların sürelerine ve tura katılan kişi sayılarına göre birtakım farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yönetim fonksiyonları, tur yönetimi, paket tur, turist rehberi, Türkiye.

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the managerial problems encountered by tourist guides during package tour operations, and to make recommendations on those problems. In this context, first, the existent literature has been reviewed, and in the light of the existent literature the subject has been examined in a holistic way. Secondly, quantitative and qualitative data have been collected through the use of the questionnaires which have been applied to the tourist guides while they were attending to "The Training Courses for Tourist Guides" organized by The Ministry of Culture and Tourism in Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir and Nevşehir provinces in December 2003. The findings of this study reveal that tourist guides encounter some managerial problems in terms of management functions, such as planning, organizing, directing, coordinating and controlling. It is also found out that the managerial problems encountered by tourist guides differ by their experience, guiding frequency, tour durations and the number of tourists in the group.

Keywords: managerial functions, tour management, package tour, tourist guides, Turkey.

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrasında, dünya turizm hareketlerindeki büyüme ve gelişme ile paket turların gelişimi arasındaki ilişki gözardı edilemez. Bunun temel nedeninin paket turlarla başlayan kitle turizmine olan talebin artması olduğu söylenebilir (Lickorish ve Jenkins 2000). Örneğin, yurtdışına çıkan İngiliz turistlerin % 63'ü ve Japon turistlerin % 57'si uzun yıllardan bu yana paket turları tercih etmektedirler (Gee ve Fayos-Sola 1999). Türkiye'de benzer şekilde, gelen toplam turist sayısı ile paket turlarla gelen turist sayısı arasında doğru orantılı bir artış olduğu tespit edilmiştir (Karamustafa ve Kuşluyan 2001). Türkiye'ye paket turlarla gelen tu-

rist sayısının toplam turist sayısına oranının yaklaşık % 60'lara ulaştığı görülmektedir (TÜRSAB 2003). Buna dayanarak, Türk turizm endüstrisinin gelişiminde paket turların önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Paket turlarla ilgili yapılmış olan akademik çalışmalar incelendiğinde, paket turla seyahat eden kişi ya da kişilerin tatmin düzeyi ve tatmin düzeyini etkileyen faktörler üzerinde durulduğu görülür (Whipple ve Thach 1988; Quiroga 1990; Dunn Ross ve Iso-Ahola 1991; Wang, Hsieh ve Huan 2000; Bowen 2001). Bazı çalışmalar da, turistlerin paket turlardaki davranış biçimleri üzerinde yoğunlaşmaktadır (Wong ve Lau 2001). Çalışmaların sonucu ortaya koymaktadır ki, seyahat etme arzusunundaki kişile-

rin paket turları tercih etmelerinde en önemli olan faktörlerden birinin ziyaret edilecek olan turistik çekim yerleri hakkında kendilerine bilgi verecek ve o yerleri gezdirecek bir turist rehberinin bulunmasıdır (Quiroga 1990; Dun Ross ve Iso-Ahola 1991, Wang, Hsieh ve Huan 2000). Turist rehberi, turist tarafından satın alınan turun bir bileşeni ve tur kalitesini önemli ölçüde belirleyen bir unsur olarak görülürken, turu organize eden seyahat acentası veya tur operatörü tarafından ise, bir temsilci ve en önemlisi, tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde verilebilmesini sağlayan ve turu yöneten bir yönetici olarak görülmektedir (Ahipaşaoğlu 1996). Özellikle, Türkiye'deki paket turlarda, tur liderlerinin nadiren görev almasından dolayı, turist rehberlerinin tanıtma ve bilgi verme gibi temel işlevlerini sıra tur yönetme işlevleri de önem kazanmaktadır (Ahipaşaoğlu 2001; Tangüler 2002). Türkiye'de turist rehberlerinin çoğunlukla tur liderlerinin yetkileriyle donatılması ve onların sorumluluklarını da üstlenmesinden dolayı, "turist rehberi, turistlerin seyahatleri sürecinde, turistlerle iletişim kuran, turistlerin seyahatinin başlangıcından bitişine kadar olan seyahat organizasyonunu kolaylaştıran, ziyaret edilen mahalli tüm yönleriyle turistlere tanıtan, turistlerin turizm mahallinde hoş vakit geçirmesini sağlayan, olağandışı durumlarda turistlere yardımcı olan ve turistlerin seyahati sürecinde haklarını koruyan kişi" olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt 1997: 10). Aynı yazarlara göre turist rehberinin altı temel işlevi vardır. Bunlar: (a) iletişim; (b) yönetim; (c) tanıtma ve bilgilendirme; (d) eğlendirme; (e) olağanüstü durumlarda başedebilme; ve (f) hakkaniyeti sağlama.

Turist rehberlerinin işlevleri (rolleri) ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda rehberler birer elçi, kültür aracısı, "katalizör", yorumcu ve çevirmen olarak ele alınırken (Holloway 1981; Yu, Weiler ve Ham 2001; Dahles 2002), diğerlerinde lider, organizatör, eğitimci ve animatör yönleriyle ön plana çıkmaktadır (Cohen 1985; Geva ve Goldman 1991; Pond 1992; Mancini 2001). En sık kullanılan işlevleri ise tanıtma ve bilgilendirme olarak bilinmektedir (Holloway 1981; Cohen 1985; Yu, Weiler ve Ham 2001; Dahles 2002). Türkiye'de turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmalarda, turist rehberinin görev ve sorumlulukları üzerinde durulmuş, turist rehberleri ile turistler ve seyahat acentası arasındaki ilişkiler ele alınmıştır (Bilge 1989; Yıldırım ve Atay 1997; Polat 2001; Tangüler 2002). Ahipaşaoğlu (1996) turist rehberlerini seyahat işletmelerinde kalitenin önemli bir belirleyicisi olarak değerlendirmiştir. Türkiye'de turist rehberlerinin eğitimiyle ilgili çalışmalar

da bulunmaktadır (Akmel 1992; Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt 1997; Değirmencioglu 1998).

Her ne kadar turist rehberleri çoğu zaman seyahat acentalarında çalışan orta veya alt kademe elemanlar olarak görülseler de, özellikle Türkiye'de rehberlik mesleği yönetim becerileri de gerektirmektedir (Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt 1997 Ahipaşaoğlu 2001; Tangüler 2002). Turist rehberlerinin liderlik, organizatörlük ve iletişim görevlerine bir çok çalışmada değinilmiştir (Cohen 1985; Pond 1992; Mancini 2001), ancak turist rehberliği, yönetimin temel fonksiyonları dikkate alınarak ve bir süreç halinde yapılan bir yönetim işi olarak ele alınmamıştır. Bütün bu çalışmalarda, turist rehberlerinin yönetici yönlerine yeterince değinilmemiş veya görgül verilere dayalı değerlendirmeler yapılmamış olması, ayrıca turist rehberlerinin: (a) tur ayrıntılarını planlama; (b) farklı hizmet sağlayıcıları ve turistler arasında örgütlenme ve koordinasyonu sağlama; (c) tura katılanları yöneltme ve etkileme; (d) sunulan hizmetleri denetleme; ve (e) tur sonuçlarını değerlendirme gibi yönetsel fonksiyonları ve bunlarla ilgili sorunların yeterince araştırılmamış olmasından dolayı böyle bir çalışmanın yararlı olabileceği kanısına varılmıştır.

Bu bağlamda, mevcut yazında varolan yukarıda belirtilen boşluğu doldurabilmeye yönelik bu çalışmanın temel amacı turist rehberlerinin yönetsel görev ve sorumluluklarını yerine getirirken karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Mevcut çalışmanın: (a) turist rehberlerinin daha verimli ve sistemli bir şekilde paket tur yönetmelerine; (b) seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tur yönetimiyle ilgili karşılaştıkları sorunlarda turist rehberleriyle işbirliği yapmalarına; ve (c) turist rehberlerinin eğitiminde kullanılmak üzere katkı sağlayıcı birtakım bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

PAKET TURLARIN OPERASYONUNDA TURİST REHBERLERİNİN YÖNETSEL ROLLERİ

Turist rehberleri, hem turistlerin beklenti ve tercihleri hem de destinasyondaki turistik arzın özellikleri ile ilgili deneyim sahibi olduklarından, paket turların yönetiminde tur operatörlerinin en önemli yardımcıları konumundadırlar (Çimrin 1995). Turist rehberleri, tur operatörlerince yapılan genel *tur planlamasına* ilaveten, her tur öncesinde mutlaka o turla ilgili bir hareket planı yapmalıdırlar. Bu da, yönetimin birinci fonksiyonlarından olan planlama fonksiyonuna turist rehberlerinin tur operasyonu aşamasında önem vermelerinin gerekliliğine işaret etmektedir. Bu türden bir planlama, üç alt bölümden

oluşmaktadır (Curan 1978; Cross 1991; Mancini 2001; Ahıpaşaoğlu 2001): (a) turla ilgili verilerin toplanması; (b) günlük zaman kullanımının planlanması; ve (c) tur öncesinde yapılan diğer hazırlıklar. Turist rehberlerinin tur esnasındaki başarıları ve turun genel başarısı için, planlama ve ön hazırlığın önemi göz ardı edilemez. Planlama ve ön hazırlıklar ne kadar iyi yapılırsa, tur da o denli sorunsuz gerçekleşebilmektedir (Curan 1978).

Yönetim sürecinin ikinci fonksiyonu olan *örgütme*, planların başarıya ulaşabilmesi için, beşeri ve maddi kaynakların tahsis edilmesi ve düzenlenmesine yönelik bir fonksiyon olarak tanımlanmaktadır (Bartol ve Martin 1991). Paket tur yönetiminde maddi kaynakların tahsisi turu organize eden işletme tarafından yapılmakta ve genelde yapılacak olan harcamalar önceden belli olduğu için, turist rehberinin bu konuda bir karar vermesi söz konusu olmamaktadır. Turist rehberinin maddi kaynakları (avansı) kullanması karışık bir durum değildir. Burada dikkat edilmesi gereken konu, yapılacak olan her harcama için (otopark, müze girişi, bahşiş ve diğer harcamalar) doğru miktarda para ayırmak ve her harcamayı avans harcama raporuna kaydetmektir (Mancini 2001). Turist rehberinin asıl örgütlemesi gereken, turda görev alan elemanlar ve tura katılan turistlerdir. Bu kişileri örgütleyebilmek için yapılan en önemli faaliyet bilgilendirme dir. Turist rehberi örgütleme fonksiyonunu yerine getirirken, öncelikle araç sürücüsüne, daha sonra da turistlere turla ilgili bazı konularda bilgi vermektedir. Bu bilgiler sayesinde tur planlandığı gibi ve en az sorunla gerçekleşebilmektedir. Tur başlamadan önce araç sürücüsünü bilgilendiren turist rehberinin bilgi verdiği konuları üç grupta toplamak mümkündür (Pond 1992; Mancini 2001): (a) tur güzergahı hakkında ayrıntılı bilgi; (b) sürücünün (ve varsa muavinin) rehber ve turistlere karşı davranışları hakkında bilgi; ve (c) sürücünün (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları hakkında bilgi. Tur başlamadan önce, turist rehberinin turist grubuna da bazı konularda bilgi vermesi gerekmektedir. Turist rehberinin dört ile beş gün veya daha fazla süren turlarda, tur öncesi yaptığı bu bilgilendirme toplantısına "info cocktail" veya "bilgilendirme toplantısı" da denmektedir. Bilgilendirme toplantısı, grubun zaman kullanımı ve seyahat acentasının veya tur operatörünün bütçesi uygun olduğu zaman, destinasyona varış akşamı bir kokteyl ile de yapılabilmektedir (Ahıpaşaoğlu 2001). Bu tür bir bilgilendirme, bir veya iki gün gibi kısa süren turlarda ise, tur başladıktan hemen sonra, tur aracı da yapılabilmektedir. Bilgilendirme (oryantasyon) toplantısı, tanışmak ve tura katılanlara tur

boyunca uyulması gereken kuralları açıklamak için gereklidir (Souto 1993). Bu kurallar bireyler arasındaki eşitliği sağlama ve grup üyeleri arasında oluşabilecek olası sürtüşmeleri engellemeye yöneliktir (Ahıpaşaoğlu 2001).

Yönelme ve etkileme fonksiyonu, örgüt üyelerinin faaliyetlerini, örgüt amaçlarını gerçekleştirme doğrultusunda yönlendirmeyi gerekli kılar. Önderlik etme, güdüleme (motive etme), grupiçi ve gruplararası ilişkileri yönlendirme ve iletişimi sağlama, yönelme ve etkileme işlevi çerçevesinde gerçekleştirilen temel faaliyetlerdir (Certo 2000). Eric Cohen'e (1985) göre turist rehberinin yönelme ve etkileme rolü dört temel bileşenden oluşmaktadır. Bu dört temel bileşeni şöyle sıralayabiliriz: (a) araçsal roller; (b) sosyalleşmeyi sağlayıcı roller; (c) kaynaştırıcı roller; ve (d) iletişimi sağlayıcı roller (bkz. Şekil 1). Rehberin rolünü oluşturan bu dört temel bileşenin her biri, iki farklı kritere göre sınıflanmıştır: birinci kriter, rol bileşenin liderlik alanında veya aracılık alanında olma durumu dikkate alınarak, ikinci kriter ise, rol bileşenin grup içine veya grup dışına yönelik olma durumu dikkate alınarak sınıflandırma yapılmıştır.

Turist grubu içindeki karşılıklı ilişkiler, ağırlıklı olarak grubun homojenliğine bağlıdır. Grubun homojenliğini büyük ölçüde etkileyen ise, "broşür grubu" veya "kapalı grup" olmasıdır. "Broşür grupları" (açık gruplar) toplumun her kesiminden, her yaştan ve farklı ilgi alanlarına sahip insanların katılımına açık olduğu için fazla homojen değildirler. "Kapalı gruplar" ise, genelde önceden birbirini tanıyan ya da ortak özellikler taşıyan katılımcılardan oluşmalarından dolayı, broşür gruplarına göre daha homojendirler (Holloway 1981). Grup hangi özellikleri taşırsa taşırsın, turist rehberinin yönelme ve etkilemenin gereklerini yerine getirebilmesi için: grupiçi çatışmaları yönetebilmeli; grupiçi bütünleşmeyi sağlayabilmeli; grupiçi moral ve motivasyonu sağlayabilmeli; ve grupiçi dinlenme ve eğlenmeyi sağlayabilmelidir (Cohen 1985).

Şekil 1. Turist rehberi rolünün temel bileşenleri

	Grupdışı	Grupiçi
Liderlik Alanındaki Roller	Araçsal Roller	Sosyalleşmeyi Sağlayıcı Roller
Aracılık Alanındaki Roller	Kaynaştırıcı Roller	İletişimi Sağlayıcı Roller

Kaynak: Cohen 1985: 10.

Koordinasyon veya eşgüdümleme, amaçlara ulaşmak için farklılaştırılmış eylemlerin uyuşum içinde birleştirilmesi ve ayarlanması süreci olarak tanımlanmaktadır (Can 1997). Paket turlarda, birçok farklı hizmet ve bu hizmetleri sağlayan farklı hizmet sağlayıcıları bulunmaktadır. Koordinasyon her şeyden önce iletişim, bilgi akışı ve işbirliğinin ürünü olduğuna göre (Eren 2001), paket turlarda da turist rehberinin turist grubunda bulunan bireylerle ve hizmet sağlayıcılarının tümüyle iletişim ve işbirliği içinde olup, gerekli bilgi akışını sağlamaları temel görevidir. Turist rehberinin tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde ve turistlerin isteklerine uygun verilebilmesini sağlamak için: ulaştırma işletmeleriyle; konaklama işletmeleriyle; yeme-içme işletmeleriyle; eğlence (animasyon) işletmeleriyle; hediyelik eşya işletmeleriyle ve müze ve ören yeri gibi hizmet sağlayıcılarıyla her zaman mümkün olduğunca sık haberleşmeli ve bilgi alış verişinde bulunmalıdır (Holloway 1981; Quiroga 1990; Pond 1992; Mancini 2001; Ahipaşaoğlu 2001).

Yönetimin son fonksiyonu kontrol ise, belirlenen standart, plan ve amaçlara ulaşıp ulaşılmadığını tespit etmek amacıyla sistematik olarak yapılan karşılaştırma ve düzeltme sürecidir (Certo 2000). Bu tanımdan yola çıkarak, turist rehberinin yaptığı kontrol faaliyetlerinin önemli bir bölümünün günlük zaman kullanımının planlandığı çizelge aracılığı ile yapıldığı söylenebilir. Bunun yanı sıra, rehber, turistlerin sözlü beyanlarına dayanarak da yönettiği turun amacına ulaşıp ulaşmadığını tespit edebilir. Ancak, sadece bu beyanlara güvenmek de yeterli olmayabilir. Turist rehberinin kontrol amaçlı kullanabileceği diğer önemli bir kaynak da, turistlerin doldurduğu tur *değerlendirme formlarıdır*. Bu formlar tur öncesinde seyahat acentası tarafından rehberlere teslim edilmekte, rehber de turun son günü grubuyla vedalaşmadan önce turistlere bunları doldurtmaktadır (Kozak 1999). Bu formlar, turist rehberinin performansı ile ilgili soruları da içerdiğinden, turu düzenleyen seyahat acentası veya tur operatörü tarafından değerlendirildikten sonra turist rehberine kendi performansı ve turistlerin genel tur memnuniyeti hakkında bilgi verilebilmektedir (Mancini 2001). Turist rehberi bazı düzeltmeleri kendisi yapamasa da, yaptığı karşılaştırmalar sonucunda ulaşılamayan standart veya amaçları tur operatörü ya da seyahat acentasına bildirerek gerekli düzeltmelerin yapılmasını sağlayabilir.

YÖNTEM

Veri Toplama Aracı: Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket,

geniş coğrafyaya yayılmış kitlelerden bilgi toplama yönelik yapılan sosyal bilimler araştırmaları için en iyi veri toplama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir (Babbie 1992). Anketlerin uygulanmasında, "bırak ve topla yöntemi" (*drop and collect survey*) kullanılmıştır. Bu teknik birkaç farklı şekilde uygulanabilmektedir: (a) anketler elden dağıtılarak, cevaplayıcılardan doldurduktan sonra posta ile geri göndermeleri istenebilir; (b) anketler postayla gönderilerek, belli bir süre sonra elden teslim alınabilir; ya da (c) anketler elden dağıtılarak, belli bir süre sonra tekrar elden teslim alınabilir (Brown 1987). Anketlerin elden dağıtılarak, belli bir süre sonra tekrar elden teslim alınmasının çok daha fazla avantaja sahip olan bir yaklaşım olmasından dolayı, araştırmada bu tekniğin kullanılmasına karar verilmiştir.

Geçerli bir anket formu düzenleyebilmek için ilk olarak, kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu tarama, çalışmanın genel kavramsal çerçevesini oluşturmada ve ankete dahil edilebilecek soruların ortaya çıkmasında önemli bir dayanak olmuştur (Holloway 1981; Cohen 1985; Bilge 1989; Polat 2001; Pond 1992; Ahipaşaoğlu 2001; Mancini 2001; Tangüler 2002). Literatür taraması sonrasında, araştırmacılardan birinin rehberlik mesleğindeki tecrübesinden yararlanılmış, bazı deneyimli rehberlerle görüşülmüş ve bu yolla bir anket taslağı hazırlanmıştır. Daha sonra, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun, aynı zamanda profesyonel turist rehberliği tecrübesi de bulunan öğretim elemanlarının anket taslağı ile ilgili fikir ve görüşleri de alınmıştır. Bütün bunlar yapıldıktan sonra, anketin geri dönüş oranını ve anlaşılabilirliğini arttırabilmek, ayrıca, cevaplamadaki zorlukları azaltabilmek için anketin ön testi yapılmıştır. Bu ön test, Nevşehir İlinde ikamet eden ve farklı yaş gruplarından olan 10 rehberle yapılmıştır. Son olarak da, yapılan ön testten alınan geri bildirimler çerçevesinde gerekli düzeltmeler yapılarak, ankete son hali verilmiştir. Çalışma keşifsel tasvir edici nitelikte bir çalışma olduğundan ve anket formundaki önermelerin her biri ayrı bir sorunu tespit etmeyi amaçladığından formun yapısı güvenilirlik testi yapmak için uygun olmamıştır.

Anket formunda ağırlıklı olarak kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir. Ancak, cevabı kestirilemeyecek ve değişik cevaplar alma olasılığı yüksek olan sorular, açık uçlu sorular haline getirilerek ankete dahil edilmiştir. Ankette toplam 40 soru bulunmaktadır ve bunlardan 38'i kapalı, 2'si ise açık uçlu sorulardır. Ankette yer alan sorular altı ana kısma da toplanmıştır.

Birinci kısım, turist rehberlerinin planlama ile ilgili faaliyetlerini gerçekleştirirken dikkate aldıkları hususları ve karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. *İkinci kısım*, turist rehberlerinin örgütlenme ile ilgili faaliyetlerini ve örgütlenme esnasında karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. *Üçüncü kısım*, turist rehberlerinin yöneltme-etkileme ve koordinasyonla ilgili yaşadıkları sorunları ve bunların yaşanma sıklığını tespit etmeye yöneliktir. *Dördüncü kısım* rehberlerin kontrol amaçlı gerçekleştirdikleri faaliyetleri tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. Anketin *beşinci kısmı*, turist rehberlerinin yaşadıkları yönetsel sorunların, hangi alan ya da alanlardaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını saptamaya yöneliktir. Son kısım olan *altıncı kısımda*, turist rehberlerinin demografik ve mesleki özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Örnekleme Çerçevesi ve Örnekleme Tekniği: Türkiye’de faaliyet gösteren turist rehberleri, mevcut yasal düzenlemelere göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan bu mesleği icra etme hakları olduğunu gösteren belge (*kokart*) almak zorundadırlar. Bundan dolayı, Türkiye’de resmi olarak çalışan her rehberin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nda kaydı bulunmaktadır. 31.12.2003 tarihli verilere göre, Türkiye’de toplam turist rehberi sayısı 9034 olarak tespit edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2004). Türkiye’de faaliyet gösteren turist rehberlerinin listesine ulaşılmış olmasına rağmen, burada bulunan adreslerin güncel olmamasından ve kişilerin birçoğu rehberlik mesleğinin gereği olarak seyahatte bulunmalarından dolayı, çalışmada ihtimalsiz (*tesadüfi olmayan*) örnekleme tekniği kullanılmasına karar verilmiştir. İhtimalsiz örnekleme yöntemleri arasından da *kolayca örnekleme* tekniği seçilmiştir. Bu teknik hızlı ve ucuz yoldan veri elde etmenin en kestirme yoludur (Nakip 2003).

Örnek Hacmi: Benzer çalışmalarda kullanılan örnek hacimleri (Polat 2001; Tangüler 2002) dikkate alındığında; ayrıca, zamanın ve kaynakların da kısıtlı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmada kullanılacak örnek hacminin 500 turist

rehberi ile sınırlandırılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu örnek hacmi, örnekleme çerçevesinin (500 / 9034) yaklaşık olarak %5,5’ini oluşturmaktadır.

Örnekleme Süreci: Türkiye’de faaliyet gösteren turist rehberlerinin, her yıl düzenli olarak yapılan “Hizmetiçi Eğitim Seminerleri”ne katılma zorunlulukları bulunmaktadır. Bu seminerleri rehberlik meslek örgütleri düzenlemekte ve bunlara katılmayan rehberlere, ertesi yıl için çalışma izni (*vize*) verilmemektedir. Çalışmanın örnekleme süreci, bu seminerlerin yapıldığı beş şehirde yürütülmüştür. Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir’de Aralık 2003’te gerçekleştirilen hizmet içi eğitim seminerlerine gelen rehberlere, anketler elden dağıtılmış, anketler, turist rehberlerince doldurulduktan sonra yine elden teslim alınmıştır. Her şehirde 100’er anket dağıtılmıştır.

Tablo 1’de anketlerin dağıtıldığı yerlere göre geri dönüş oranları görülmektedir. Geri dönen toplam 276 anketin 22’sinde çok sayıda cevaplandırılmamış soru olduğundan, bu anketler elenmiş ve analiz edilmemiştir. Ankara’dan 5; Antalya’dan 10; İstanbul’dan 4; ve Nevşehir’den 3 anket değerlendirmeye alınmamıştır.

Veriler (*SPSS 9.0 for Windows*) “Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı” kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada, veriler analiz edilirken genel olarak betimleyici analiz (*descriptive analyses*) teknikleri kullanılmıştır. Analizler yapılırken, öncelikle verilerin aritmetik ortalama, ortanca değer (*medyan*), tepe değer (*mod*) gibi merkezi eğilim ölçütlerine bakılmıştır. Veri toplamada kullanılan Likert tipi ölçeğin parametrik olmayan veri sağlamasından ve elde edilen verilerin merkezi eğilim ölçütlerinin simetrik (normal) olmayan dağılım göstermesinden dolayı, bu çalışmada elde edilen verilere parametrik olmayan testler uygulanmıştır (Burns 2000).

Turist rehberlerinin, tur yönetimi ile ilgili düşüncelerini ve karşılaştıkları sorunların (bağımlı değişkenler) birtakım demografik özelliklere ve mesleki özelliklerine (bağımsız değişkenler) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini değerlendi-

Tablo 1. Anketlerin dağıtıldığı yerlere göre geri dönüş oranları

Anketin Dağıtıldığı İller	Dağıtılan Anket Sayısı (1)	Geri Dönen Anket Sayısı (2)	Kullanılabilir Anket Sayısı (3)	Anket Geri Dönüş Oranı (2/1)	Kullanılabilir Anket Geri Dönüş Oranı (3/1)
Ankara	100	66	61	%66	%61
Antalya	100	69	59	%69	%59
İstanbul	100	67	63	%67	%63
İzmir	100	9	9	%9	%9
Nevşehir	100	65	62	%65	%62
TOPLAM	500	276	254	%55	%51

rebilmek için iki farklı test kullanılmıştır. Yapılan araştırmada (a) bağımsız değişkenlerin *nominal* (kategorik), bağımlı değişkenlerin ise *ordinal* (sıralayıcı) veri olma özelliğini taşımasından ve (b) merkezi eğilim ölçütlerine bakıldığında da *ordinal* verilerin simetrik olmayan (sağa veya sola çarpık) bir dağılım göstermesinden ötürü parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Bağımlı değişkenler ile en fazla iki kategorili bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamak için *Mann-Whitney U* farklılık testi; bağımlı değişkenler ile ikiden fazla kategorili bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını anlamak için de *Kruskal-Wallis* farklılık testi uygulanmıştır.

BULGULARIN YORUMLANMASI

Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Ankete cevap verenlerin %76'sı bay, %24'ü ise bayandır. Türkiye'de turist rehberlerinin profilini tespit etmeye yönelik, 2003 yılında 1833 rehber üzerinde yapılan bir araştırmada, anket katılımcılarının %66'sını bay, %33'ünü de bayanlar oluşturmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003). Ankete katılan turist rehberlerin %55'inin evli, %45'inin ise bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcı rehberlerin yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında ise, yaklaşık %33'ünün 30 yaş altında, yaklaşık %40'ının 31-40; %27'sinin ise 41 yaş ve üzerinde olduğu görülmüştür.

Ankete katılan turist rehberlerinin öğrenim düzeyleri ele alındığında, %63,6'sının lisans mezunu olduğu görülmektedir. Lise (%12,6) mezunları ile önlisans (%10,3) ve yüksek lisans (%11,1) derecelerine sahip olanların oranını ise, birbirine eşit olabilecek şekilde olduğu gözlenmektedir. Doktora derecesine sahip olan turist rehberlerinin oranı oldukça düşüktür (%2,4). Bu verilerden yola çıkarak, turist rehberlerinin önemli bir kısmının (%87,4'ünün) herhangi bir alanda önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora gibi üniversiter düzeyde öğrenim görmüş oldukları söylenebilir. Bu sonuçlar, daha önceden Türkiye'de rehberlere yönelik yapılmış olan bazı araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Polat 2001; Tangüler 2002; Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003).

Ankete cevap veren rehberlerin yarısı (%50,8) İngilizce, %26'sı Almanca, %16,5'i Fransızca, %8,3'ü Japonca, %7,9'u İtalyanca, %5,9'u İspanyolca, %4,7'si Rusça, %3,1'i Yunanca, %2'si Flemence, %2'si Arapça, %1,2'si Çince, %0,8'i Bulgarca, %3,6'sı da diğer dillerden (Flamanca, Norveççe, İsveççe, Makedonca,

Hırvatça, Sırpça, Macarca, Farsça ve Lehçe) rehberlik yaptıklarını belirtmişlerdir. İngilizce dilinden turist rehberliği yaptığını belirtenlerin sayısının fazla olması iki sebebe bağlanabilir. Birinci sebep, İngilizcenin çok yaygın bir lisan olması ve birçok ülkeden gelen turistler tarafından kullanılması (İngiltere, ABD, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi); ikinci sebep olarak da, ülkemizde hem ortaöğretimde hem de yükseköğretimde İngilizcenin yaygın olarak okutulan yabancı dil olması gösterilebilir. Ankete katılan turist rehberlerinin rehberlik hizmeti verdikleri yabancı dillere göre yüzdesel dağılımı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda kayıtlı olan turist rehberlerinin yüzdesel dağılımı karşılaştırıldığında, bunların birbirine çok yakın olduğu görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2004). Buradan hareketle, araştırma için seçilen örneğin ana kütleyi temsil etme yeteneğinin yüksek olduğu söylenebilir.

Turist Rehberlerinin Yönetsel Sorunlarına İlişkin Bulgular

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur esnasında planlama, örgütlenme, *yöneltme* ve *etkileme*, *koordinasyon* ve *kontrol* fonksiyonları açısından karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırma bulguları aşağıda özetlenmiştir.

Turist Rehberlerinin Planlama Fonksiyonu Açısından Karşılaştıkları Sorunlar:

Araştırmada seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin "ortalama eğitim düzeyleri", "ilgi alanları", "meslekleri", "gelir düzeyleri" ve "ortalama yaşları" hakkında turist rehberlerine bilgi vermede yetersiz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Seyahat acentalarının yapılacak olan turun ayrıntılarıyla ilgili de, "grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler" hakkında turist rehberlerine bilgi vermede yetersiz kaldıkları, yine tespit edilen sonuçlar arasındadır.

Seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin birçok kişisel özelliği hakkında ve grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi veya kişiler hakkında bilgi vermede yetersiz olması, turist rehberlerinin sağlıklı planlama yapmakta zorluklarla karşılaştığını göstermektedir. Turist rehberlerine bu konularda yeterli bilginin verilmemesi, turistlere yönelik düzenlenen faaliyetlerin türlerini ve sürelerini saptamayı güçleştirebileceği gibi, tur boyunca karşılaşılabilecek bazı sorunları öngörmeyi ve bunlara hazırlıklı olmayı da zorlaştırmaktadır. Seyahat acentalarının bu konuda duyarlı davranarak, rehberlerin sağlıklı planlama yapabilmesi için gruptaki turistlerin kişisel özellikleri ve turun ay-

rıntlarıyla ilgili daha detaylı ve yeterli bilgi vermesi gerekmektedir. Bu bilgilerin yazılı halde, tur boyunca kullanılacak diğer bilgi ve belgelerle birlikte bir dosya şeklinde (tur dosyası) verilmesi, turist rehberlerine önemli ölçüde kolaylık sağlayacaktır.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur öncesinde planlama yaparken bulmada en çok zorlandıkları bilgilerin “gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgiler” olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2). Bu konularla ilgili ayrıntılı bilgilerin yer aldığı bilgi kaynaklarının artırılması ve yaygın hale getirilmesi gerekmektedir. Bunun için, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve özellikle turist rehberliği meslek örgütlerinin, buldukları bölgeyle ilgili olarak, bölgenin hijyeni, güvenliği, yol durumu, mola yerleri, ayrıntılı haritaları, bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri ve uzman rehberler hakkında da düzenli ve sınıflandırılmış bilgileri bulundurarak turist rehberlerinin kullanımına sunmaları faydalı olacaktır.

Tur öncesi yapılan günlük zaman kullanımına yönelik planlamada, rehberlerin en önemli gördükleri faktörler “hava şartları” ve “ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyi” olduğu belirlenmiştir. Turist rehberlerinin planlama yaparken önemli olarak gördükleri hava şartları ile ilgili bilgileri bulmada zorlanmadıkları belirlenmiştir. Bunun aksine, turistlerin ilgi alanları konusunda seyahat acentalarından yeterli bilgi alamadıkları göz önünde bulundurulduğunda, ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyini önceden tespit etmede de sorun yaşadıkları söylenebilir.

Turist rehberlerinin planlama açısından karşılaştıkları sorunların temelinde belki de turist rehberlerinin genel tur planlama sürecine dahil edilmemeleri yatmaktadır. Bu bağlamda, ankete cevap veren turist rehberlerinin çok küçük bir bölümünün seyahat acentası veya tur operatörüne yapı-

lan genel tur planlaması sürecine çok sık katıldığı (%12), önemli bir bölümün ise (%88) bu sürece hiç katılmadığı veya nadiren katıldığı tespit edilmiştir. Seyahat acentaları, tur programlarının hazırlanmasında, hem turistlerin talep ve tercihlerini hem de destinasyondaki turistik arzın özelliklerini iyi bilmeleri gerektiği için, turist rehberlerinin bilgi ve tecrübesinden daha fazla yararlanması önerilebilir. Böyle bir işbirliği, paket tur programlarının kalitesini arttırarak ve sorunlarını azaltarak, turların daha çekici ve satılabilir olmasını sağlayabilir.

Turist Rehberlerinin Örgütlenme Açısından Karşılaştıkları Sorunlar:

Araştırma sonuçlarına göre, anketi cevaplayan turist rehberlerinin hemen hemen tamamının tura başlamadan önce, turistlere (otobüste veya otelde) tur hakkında ayrıntılı bilgi verdikleri belirlenmiştir. Bu bilgilendirmede “turist rehberinin tur esnasındaki görev, yetki ve sorumlulukları” ve “sürücünün ve muavinin görev ve sorumlulukları” ile ilgili turistlere çok sık bilgi verilmediği tespit edilmiştir. Ayrıca, tur öncesi turist rehberlerinin tur aracı sürücüsüne ve muavine yönelik yaptıkları bilgilendirmede de “görev ve sorumluluklarını” ve “tur esnasında turist rehberine karşı göstermeleri gereken davranışları” hakkında çok sık bilgi vermedikleri belirlenmiştir. Bu bulgular, turist rehberlerinin turistlere turlarda görev alan elemanların görevleri ve sorumlulukları hakkında bilgi vermede yetersiz kaldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra, turlarda görev alan elemanlara da görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi vermekte yetersiz kaldıkları ortaya çıkmaktadır. Turların planlandığı gibi ve en az sorunla gerçekleşebilmesi için turist rehberlerinin bu bilgileri daha sık vermeleri gerekmektedir. Bu tür bilgilendirme eksikliği, turist rehberinin tur esnasındaki örgütlenme fonksiyonunu da yeterince

Tablo 2. Turist rehberlerinin tur öncesinde planlama yaparken bazı konularda bilgi bulmada zorlanma düzeyleri

İfadeler	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
Gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgilere ulaşmada	226	2,6770	0,7928	1
Gidilecek bölgenin güvenliğiyle ilgili bilgilere ulaşmada	215	2,3860	0,7518	2
Gidilecek bölgede uzman rehberlere ulaşmada	193	2,3627	0,7590	3
Yol durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	229	2,2358	0,7233	4
Yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	228	2,2325	0,7703	5
Gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada	231	2,1818	0,7113	6
Gidilecek bölgenin ayrıntılı haritasına ulaşmada	234	2,1538	0,8142	7
Gidilecek bölgedeki animasyon ve eğlence işletmeleri hakkında bilgi toplama	229	2,1528	0,7122	8
Hava durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	236	1,9110	0,6363	9
Gidilecek bölgede konaklama yapılacak işletmeler hakkında bilgi bulmada	231	1,8528	0,5934	10
Ziyaret edilecek müze ve ören yerleri hakkında bilgi bulmada	223	1,7937	0,6661	11

Ölçek Değerleri: 1=Çok Kolay, 2=Kolay, 3=Zor, 4=Çok Zor.

yerine getirmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bilgilerin verilmesi ile özellikle sürücü ile turist rehberi arasında oluşabilecek sürtüşmeler önlenilecek ve turun daha düzenli gerçekleşmesi sağlanmış olacaktır.

Turist Rehberlerinin Yöneltilme ve Etkileme Açısından Karşılaştıkları Sorunlar:

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura katılan turistlerle yöneltilme ve etkilemede sorun yaşama sıklıklarının çok yüksek olmadığı, ancak yöneltilen açık uçlu bir soruya verilen cevaplardan da anlaşıldığı üzere, yaşanan en önemli sorunun “grup üyelerini birbiriyle kaynaştırma” olduğu ortaya çıkmıştır. Turizm eğitimi veren kurumların ders programları incelendiğinde, maalesef psikoloji ve sosyal psikoloji gibi derslere yer verilmediği görülmektedir. Bu sorunun çözümü için turist rehberlerinin eğitimleri sırasında aldıkları dersler arasına bu türden derslerin de konulması önerilebilir. Bunun yanı sıra, seyahat acentalarının turistlerin kişisel özellikleri hakkında verecekleri ayrıntılı bilgiler de turist rehberlerine grubu kaynaştırmak için seçecekleri faaliyetlerde ipucu olabilecektir. Bazı seyahat acentalarının maliyetlerini düşürmek için farklı milliyetlerden turistleri aynı grupta bir araya getirmesi de turist rehberlerinin tura katılanları birbiriyle kaynaştırmada sorun yaşamasına yol açabilmektedir. Bu durumda ise, aynı milliyetten az sayıda müşterisi olan farklı seyahat acentalarının bu kişileri tek bir grup haline getirerek tura çıkarması bir çözüm olabilir.

Turist Rehberlerinin Koordinasyon Açısından Karşılaştıkları Sorunlar:

Turist rehberlerinin, turu oluşturan farklı hizmetlerin koordinasyonunda bazı kurum, kuruluş ve işletmelerle koordinasyonu sağlamada sorun yaşama sıklıklarının çok yüksek olmadığı, ancak, nadiren de olsa “konaklama işletmeleriyle” diğer işletmelere kıyasla daha fazla sorun yaşandığı belirlenmiştir (Tablo 3).

Ancak, açık uçlu sorulara alınan cevaplardan anlaşılacağı üzere, turist rehberlerine göre, özellikle

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde temizliğe önem verilmemesi ve buradaki personelin çoğunlukla eğitimsiz olması önemli bir sorun teşkil etmektedir. Konaklama işletmelerinin yoğun sezonda çok sık çifte rezervasyon (overbooking) yapmaları, nitelikli personel çalıştırmamaları sonucunda istenilen standartlarda hizmet vermemeleri, bu işletmelerle koordinasyonda sorun yaşanmasına sebep olabilmektedir. Bu durumun düzeltilebilmesi için konaklama işletmelerinin hizmet standartlarının daha sıkı denetlenmesi ve nitelikli personel çalışmalarının sağlanması gerekmektedir.

Turist rehberlerinin tur esnasında turistlerin hizmet aldığı diğer kurum, kuruluş ve işletme personeli ile ilişkilerinde sorun yaşama sıklıklarının çok yüksek olmadığı, ancak “hediyelik eşya satıcılarıyla” ve “sürücülerle”, nadiren de olsa, sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Turist rehberlerinin sürücülerle ve hediyelik eşya satıcılarıyla sık sık sorun yaşadıkları daha önce yapılan çalışmalarda da vurgulanmıştır (Polat 2001). Bu tür sorunların çözümü için turizm taşımacılığı yapan sürücülere ve hediyelik eşya satıcılarına yönelik bir eğitim programı düzenlenmesi önerilebilir. Genel turizm, turizm coğrafyası, iş ahlakı, satış teknikleri ve basit düzeyde yabancı dil gibi derslerin konulabileceği bu eğitim programı sonrasında, bu kişilere sertifika verilerek sektörde daha nitelikli olarak çalışmalarını sağlayabilir.

Turist Rehberlerinin Kontrol Açısından Karşılaştıkları Sorunlar:

Ankete cevap veren turist rehberlerinin büyük bir bölümü, tur sonunda “turist tatmini ile ilgili” (%83,5) ve “birlikte çalıştıkları ve hizmet aldıkları kişi ve/veya kuruluşların performansı ile ilgili” (%88,7) seyahat acentasına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulduklarını belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra, turist rehberlerinin tamamına yakınının (%97,2) tur öncesi yaptıkları planlama ile tur boyunca gerçekleşenleri karşılaştırdığı belirlenirken, bu karşılaştırma sonucunda turist rehberlerinin çoğunun (%90,5) nadiren de olsa planlananlar ile gerçekleşenler arasında sapma olduğunu ifade ettiği

Tablo 3. Turist rehberlerinin turu oluşturan farklı hizmetleri koordine ederken bazı kurum, kuruluş ve işletmelerle sorun yaşama sıklıkları

	n	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
Konaklama işletmeleriyle	241	2,4108	0,7139	1
Yiyecek ve içecek işletmeleriyle	238	2,3655	0,7664	2
Ulaştırma işletmeleriyle	238	2,3193	0,7048	3
Eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle	236	2,1186	0,7166	4
Hediyelik eşya işletmeleriyle	237	2,1181	0,8404	5
Müze ve ören yerleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlarla	236	1,7754	0,7858	6

Ölçek Değerleri: 1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Bazen, 4= Çok Sık.

ortaya çıkmıştır. Tura çıkmadan önce planladıkları ile gerçekleşenler arasında hiç sapma olmadığını veya nadiren sapma olduğunu belirten turist rehberlerinin ilk bakışta muhtemelen tecrübeli turist rehberleri olduğu söylenebilir. Ancak, unutulmalıdır ki, ankete cevap veren turist rehberlerinin kendi gerçekleştirdikleri turları olumsuz sayılabilecek şekilde değerlendirmeleri, sosyal bilim araştırmalarında karşılaşılan genel bir sorun olarak, üzerinde araştırma yapılan grubun “toplumsal beğenilirliğe – social desirability” uygun cevap verme eğiliminden kaynaklanıyor olabilir.

Seyahat acentalarının tur sonrasında turist memnuniyetini ölçen anket uygulamasını istemediğini belirten turist rehberlerinin oranının küçümsenmeyecek düzeyde (%36,7) olduğu tespit edilmiştir. Buna ilaveten, seyahat acentalarının turist memnuniyetini ölçen anket uyguladığını belirten turist rehberlerinin %26’sının bu anket sonuçları hakkında haberdar edilmedikleri belirlenmiştir. Seyahat acentaları tur boyunca verilen hizmetlerin kalitesini, turistlerin görüşlerini belirledikleri anket formlarıyla denetlerler. Bunun yanı sıra, turist rehberleri de bu anketlerin sonuçları hakkında seyahat acentalarından aldıkları geri bildirimler sonucunda eksik görülen yönlerini geliştirmeye çalışmakta ve daha iyi hizmet sunabilmek için yapmaları gerekenler hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Bu sebeplerden dolayı turist memnuniyetiyle ilgili objektif bilgi sağlayan bu anketlerin mutlaka her turda uygulanması ve sonuçlarından turist rehberlerinin haberdar edilmesi yerinde olacaktır.

Turist Rehberlerine Göre Yaşadıkları Yönetsel Sorunların Kaynakları:

Ankete katılan turist rehberlerinin %25,2’si, zaman zaman yaşadıkları yönetsel sorunların “gastronomi” alanındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını ifade ederken, %20,1’i “turizm mevzuatı”, %18,9’u da “seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü” alanındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını ifade etmektedir. Gastronomi tur yönetimiyle doğrudan ilgili bir alan gibi görünmese de, yabancı mutfaklar hakkında, yemek alışkanlıkları ve tercihleri hakkında turist rehberlerinin bilgi sahibi olmaları son derece önemlidir. Bu konu ile ilgili detaylı bilgilere sahip olan bir turist rehberi, turist grubunun yemekte ne kadar zaman geçireceğini, ne tür yemekleri tercih edeceğini ve nasıl bir ortamda yemek almak isteyebileceğini daha iyi bir şekilde tahmin edebilir. Ayrıca, konuklarına özellikle yerel yemeklerin hazırlanışı ve tüketimi konusunda da ayrıntılı bilgiler sunabilir. Turizm mevzuatı ile se-

yahat acentacılığı ve tur operatörlüğü alanları ise, turist rehberliği ve tur yönetimiyle doğrudan ilgili konulardır. Turist rehberinin turistlerin hakkını koruyabilmesi, onları temsil edebilmesi, gerektiğinde kendi haklarını da koruyabilmesi ve mesleğini yasal çerçevede icra edebilmesi için turizm mevzuatı bilgilerine sahip olması gerekir. Ayrıca, turist rehberinin parçası olduğu sistemin nasıl çalıştığını, sistemin elemanları arasında ne gibi ilişkilerin olduğunu bilmesi açısından da seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü alanında bilgi sahibi olmaları büyük önem arz etmektedir. Bu alanlarda, üniversitelerin turist rehberliği bölüm ve programlarında eğitim verilmektedir ancak, araştırmaya katılan turist rehberlerinin büyük bir bölümü (%87,6) Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın açtığı kurslarda eğitim görmüş olan rehberler olduğundan, böyle bir sonuca ulaşılmıştır.

Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Diğer Sorunlar ve Bunlara İlişkin Değerlendirmeleri:

Turist rehberlerinin genel olarak karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla sorulan açık uçlu soruya alınan cevaplarda, en sık karşılaşılan sorunlar şu şekilde sıralanabilir: (a) turist rehberliği belgesi (kokartı) olmadan çalışan kişilerin yaptığı yanlış bilgilendirme ve oluşturduğu haksız rekabet, (b) Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca belirlenmiş taban yevmiyelerin altında rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin oluşturduğu haksız rekabet; (c) meslekte sosyal güvencenin olmaması; (d) turizm sektöründe çalışan personelin genel anlamda niteliğinin düşük olması; (e) özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde genel temizlik kurallarına yeterince önem verilmemesi ve buradaki personelin tamamen eğitimsiz olması; (f) birçok müze ve ören yerinin önünde, çevresinde ve hatta içinde seyyar satıcı ya da turistlerden çıkarı sağlama bekleyen kişilerin olması (sansar); ve (g) tur satmak uğruna seyahat acentalarının turistlere yanlış veya abartılı bilgi vermesi. Bu sorunlardan dolayı rehberler, çok sık çalışma isteklerini kaybettiklerini ve motivasyonlarının zayıfladığını belirttiklerini ve sorunların yanı sıra turist rehberlerinin özellikle tur esansında çok sık yaşadıklarını belirttikleri sorunlar arasında, sürücülerle yaşadıkları sorunlar yer almaktadır. Sürücülerle yaşanan temel sorunlar ise şöyle sıralanabilir: (a) sürücülerin tur güzergahını bilmemeleri; (b) sürücülerin turistlerden bahşiş istemesi için rehberlere baskı yapmaları; ve (c) sürücülerin turistlere yönelik uygunsuz tutum ve davranışlar sergilemeleri. Tur boyunca turist rehberleriyle birlikte çalışan sürücülerin

çoğunun eğitim düzeyi turist rehberlerine göre çok daha düşük olup, turizm ile ilgili yeterli eğitimleri bulunmamaktadır. Bu durum, turist rehberi ile sürücü arasındaki çatışmanın temel nedeni olarak gösterilebilir. Turizm sektöründe çalışan sürücülerin niteliklerini arttırmaya yönelik bir mesleki eğitim alması bu sorunlara bir çözüm oluşturabileceği kanaatindeyiz.

Tur Yönetiminde Karşılaşılan Yönetimsel Sorunları Etkileyen Faktörler

Turist rehberlerinin fiilen rehberlik yaptıkları süre, tura çıkma sıklıkları, rehberlik hizmeti verilen turların süresi ve tur grubunun büyüklüğü ile turist rehberlerinin yönetimin beş fonksiyonu açısından karşılaştıkları sorunlar arasında uygulanan Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis farklılık testleri sonuçlarına göre: (a) tecrübenin; (b) tura çıkma sıklığının; (c) tur süresinin; ve (d) grup büyüklüğünün tur esnasında yaşanan sorunların derecesinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Tur Yönetiminde Tecrübenin Etkisi:

Turist rehberlerinin yaşının artmasıyla birlikte "eğlence ve animasyon" ile "ulaştırma" işletmelerinde sorun yaşama sıklıklarında azalma olduğu ortaya çıkmıştır. 46 yaş ve üzerinde olan turist rehberlerinin "sürücü ve muavinin tur esnasında turist rehberine karşı göstermesi gereken davranışlar", "sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar" ve "tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme" konularında kendilerinden daha genç olan meslektaşlarına göre çok daha sık bilgi verdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte, turist rehberlerinin meslekte fiilen çalışma süreleri arttıkça "yol boyu mola yerleri" ve "gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri" hakkında bilgi bulmada, daha az zorlandıkları ve "acenta personeliyle" sorun yaşama sıklığında azalma olduğu belirlenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4'deki bulgular, turist rehberliği mesleğinde daha tecrübeli olan rehberlerin, planlama yaparken bazı konularda daha kolay bilgi bulduklarını, örgütlenme yaparken daha tedbirli davrandıklarını, turistlere daha sık bilgi verdiklerini ve bazı işletme personeliyle koordinasyonda daha az sorun yaşadıklarını göstermektedir. Bu nedenle, tecrübesiz turist rehberlerinin tur yönetimi sürecinde daha başarılı olabilmeleri için, tecrübeli turist rehberleriyle birlikte tura çıkmaları sağlanmalıdır. Özellikle üniversitelerin turist rehberliği bölüm ve programlarında öğrenim gören öğrencilerin stajlarında tecrübeli turist rehberleriyle tura çıkmalarının sağlanması,

onları birçok konuda deneyim sahibi yapabilecektir. Bu konuda seyahat acentası yöneticilerinin daha duyarlı davranması ve stajyer öğrencileri sadece büro içinde görevlendirmek yerine, fiilen turlara katılmaları sağlanmalıdır. Ayrıca, turist rehberliği meslek örgütlerinin gönüllülük esasına göre seçeceği tecrübeli turist rehberlerinin, üniversitelerin turist rehberliği bölüm ve programlarında seminer vermesi veya çeşitli uygulama derslerine katılmaları da sağlanabilir.

Tur Yönetiminde Tura Çıkma Sıklığının Etkisi:

Turist rehberliği dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışan turist rehberlerinin çalışmayanlara göre "grubu toparlamada" ve "tur programını planlanan şekilde gerçekleştirilmede" daha sık sorun yaşadıkları tespit edilmiştir. Buna ilaveten, bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı daha fazla olan turist rehberleri, diğerlerine göre seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlaması sürecine daha sık katıldıklarını ifade ederken, seyahat acentalarının verdiği avansın da yeterli olduğunu belirtmektedirler (Tablo 5). Bu bulgulardan yola çıkılarak, tura çıkma sıklığı fazla olan turist rehberlerinin yöneltme ve etkilemede bazı konularda daha az sorun yaşadıkları, maddi kaynakları düzenli olarak kullanmada zorlanmadıkları ve seyahat acentalarının genel tur planlaması için bir danışman olarak daha fazla tercih edildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ankette yer alan açık uçlu soruya verilen cevaplardan da anlaşıldığı üzere, meslekte sosyal güvenenin olmaması, turist rehberliği belgesi (kokart) olmadan çalışan ve belirlenmiş taban yevmiyelerin altında hizmet veren turist rehberlerinin yarattığı haksız rekabetin olması, birçok rehberi başka bir mesleğe yöneltmekte ve turist rehberliği mesleğini ikinci bir iş olarak görmelerine sebep olabilmektedir. Turist rehberlerinin daha sık turlara çıkabilmesi ve rehberliği sürekli bir meslek olarak görebilmesi için: (a) rehberlere özel bir sosyal güvence sistemi kurulmalı; (b) turist rehberliği belgesi olmadan rehberlik yapanlara ve bu kişileri çalıştıran seyahat acentalarına yönelik denetimler sıklaştırılmalı ve daha etkin yaptırımlar uygulanmalı; ve (c) turist rehberlerine seyahat acentalarının, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu taban yevmiyeler veya üstünde bir tur ücreti verilmesi sağlanmalıdır.

Tur Yönetiminde Turların Süresinin Etkisi:

Genelde uzun süreli turlarda rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin, diğerlerine oranla, tur öncesi turistlere yönelik yaptıkları bilgilendirmede "tur

Tablo 4. Tur yönetiminde tecrübenin etkisini gösteren bulgular

Turist Rehberlerinin Bazı İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklıklarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	30 Yaş ve Altı	31-45 Yaşları	46 Yaş ve Üzeri	χ^2	s.d.	P
Ulaştırma işletmeleriyle	129,91	120,24	92,87	9,308	2	0,010†
Eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle	126,05	120,23	93,65	7,123	2	0,028†
Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Bilgilendirme Sıklıklarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	30 Yaş ve Altı	31-45 Yaşları	46 Yaş ve Üzeri	χ^2	s.d.	P
Sürücü ve muavinin tur esnasında rehberlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	111,10	121,34	155,86	12,169	2	0,002*
Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	113,63	121,70	147,06	6,950	2	0,031†
Tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme	126,63	109,37	144,50	9,009	2	0,011†
Turist Rehberlerinin Bazı Konularda Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyinin, Fiilen Rehberlik Yapılan Süresine Göre Karşılaştırılması	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	5 yıldan az	6-13 yıl	14 yıldan fazla	χ^2	s.d.	P
Yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	127,25	107,36	100,93	7,217	2	0,027†
Gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada	127,01	109,61	103,12	5,985	2	0,050†
Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldığı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının Rehberlik Yapılan Süreye Göre Karşılaştırılması	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	5 yıldan az	6-13 yıl	14 yıldan fazla	χ^2	s.d.	P
Acenta personeliyle	130,63	113,12	101,91	7,437	2	0,024†

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkla anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkla anlamlı bulunmuştur.

aracında ve tur esnasında uyulacak kurallar” ve “telefon, posta ve diğer iletişim imkanları” ile ilgili bilgileri; tur aracı sürücüsüne (ve varsa muavine) yönelik yaptıkları bilgilendirmede ise, “turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar” ve “görev

ve sorumlulukları” hakkında daha sık bilgi verdikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca, seyahat acentalarının genelde uzun süreli turlarda hizmet veren turist rehberlerine müşteri memnuniyetini ölçen anketleri daha sık uygulattığı da tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 5. Tur yönetiminde tura çıkma sıklığının etkisini gösteren bulgular

		Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)				
Turist Rehberlerinin Bazı Konularda Sorun Yaşama Sıklıklarının İkinci Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumlarına Göre Karşılaştırılması	Rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışma durumu	Sıra Numaraları Ortalamalar I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Grubu toparlamada	İkinci bir işte çalışanlar	128,99	5324,5	15909,5	-2,276	0,023†
	İkinci bir işte çalışmayanlar	109,72				
Tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede	İkinci bir işte çalışanlar	129,13	5035	15331	-2,683	0,007*
	İkinci bir işte çalışmayanlar	107,21				
		Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)				
Turist Rehberlerinin Tura Çıkma Sıklıkları ile Genel Tur Planlama Sürecine Katılma Durumlarının Karşılaştırılması	Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı	Sıra Numaraları Ortalamalar I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Seyahat acentaları ve tur operatörlerince yapılan genel tur planlama sürecine turist rehberlerinin katılma durumu	50 ve altında bir sayıda	108,79	5153	15884	-2,099	0,036†
	50'nin üzerinde bir sayıda	127,15				
		Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)				
Turist Rehberlerinin Aldıkları Avansın Tur Harcamaları İçin Yeterliliğinin Bir Yılda Ortalama Tura Çıkma Sıklıklarına Göre Karşılaştırılması	Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı	Sıra Numaraları Ortalamalar I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Tur başlamadan önce seyahat acentasından alınan avansın turda yapılan harcamalar için yeterliliği	50 kez ve daha az	126,04	5655,5	9660,5	-2,615	0,009*
	51 kez ve üzeri	108,54				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkla anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkla anlamlı bulunmuştur.

Tablo 6. Tur yönetiminde turların süresinin etkisini gösteren bulgular

Tur Öncesi Turistlere Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması	5 gün ve daha az	89,21	3562	10348	-2,480	0,013†
	6 gün ve üzeri	107,63				
Telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgilerin verilmesi	5 gün ve daha az	89,11	3578	10248	-2,606	0,009*
	6 gün ve üzeri	107,53				
Tur Öncesi Tur Aracının Sürücüsüne ve Muavinine Bilgi Verme Sıklıklarının Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	5 gün ve daha az	105,23	4897	14627	-3,373	0,001*
	6 gün ve üzeri	133,34				
Sürücü ve muavinin görev ve sorumluluklarını bildirme	5 gün ve daha az	109,11	5465,5	15056,5	-2,016	0,044†
	6 gün ve üzeri	126,23				
Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasının Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları I	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Seyahat acentaları tur sonrasında turistlerin memnuniyetini ölçen anketlerin uygulanmasını istiyor mu	5 gün ve daha az	126,72	5244	9900	-3,147	0,002*
	6 gün ve üzeri	103,13				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkla anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkla anlamlı bulunmuştur.

Tur Yönetiminde Grup Büyüklüğünün Etkisi:

Genellikle kalabalık gruplara hizmet veren turist rehberlerinin, küçük gruplara hizmet veren turist rehberlerine göre “sürücü (ve varsa muavinin) gö-

rev ve sorumlulukları”, “tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallar” ve “sanitasyon ve hijyen” ile ilgili bilgileri daha sık verdikleri, ayrıca “resep-siyon memurlarıyla” ve “bell-boylarla” da daha sık

Tablo 7. Tur yönetiminde grup büyüklüğünün etkisini gösteren bulgular

Turistleri Bazı Konularda Bilgilendirme Sıklıklarının Gruplardaki Kişi Sayısına Göre Karşılaştırılması	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Gruplardaki kişi sayısı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi	20 kişi ve daha az	80,18	3094	5372	-2,239	0,025†
	21 kişi ve üzeri	97,36				
Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması	20 kişi ve daha az	83,06	3316	5731	-2,145	0,032†
	21 kişi ve üzeri	98,91				
Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgilerin verilmesi	20 kişi ve daha az	82,72	3279	5625	-2,065	0,039†
	21 kişi ve üzeri	98,23				
Turist Rehberlerinin Bazı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının Gruplardaki Kişi Sayısına Göre Karşılaştırılması	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Gruplardaki kişi sayısı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
Resep-siyon memurlarıyla	20 kişi ve daha az	95,56	4355	7358	-2,744	0,006*
	21 kişi ve üzeri	118,55				
Bell-Boylarla	20 kişi ve daha az	98,05	4547	7550	-1,986	0,047†
	21 kişi ve üzeri	114,29				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkla anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkla anlamlı bulunmuştur.

sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 7). Uzun süreli turlarda büyük gruplara hizmet veren turist rehberlerinin iş yükünün fazla olması sebebiyle, bu durumlarda turist rehberine yardımcı olabilecek ve iş yükünü paylaşabilecek bir tur liderinin görevlendirilmesi önerilebilir.

Bütün bunlara ilaveten, ankette yer alan açık uçlu soruya verilen cevaplardan anlaşıldığı üzere, turist rehberlerinin zaman zaman da olsa, yaşadıkları yönetsel sorunların daha çok "gastronomi", "turizm mevzuatı" ve "seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü" alanlarındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını düşündükleri anlaşılmaktadır. Ankette katılan rehberlerin çoğunluğunun (%88) Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslardan mezun oldukları ve bu kurslarda gastronomi, turizm mevzuatı ve seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü gibi derslerinin olmadığı dikkate alındığında, böyle bir sonucun çıkması şaşırtıcı değildir. Turist rehberlerinin bu alanlardaki bilgi eksiklerini tamamlamaları için gelecekte yapılacak olan hizmetiçi eğitim seminerlerine bu konular da dahil edilmelidir. Bu derslere, üniversitelerin rehberlik bölüm ve programlarında yer verildiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslarda ise verilmediği bilinmektedir. Bakanlık bu dersleri de eğitim programına almalı ya da turist rehberliği kursları açmayarak, turist rehberliği eğitimini üniversitelere bırakmalıdır.

SONUÇ

Paket turların gelişmesi turizm sektörünün gelişmesine olduğu kadar, ilgili alandaki bazı hizmetlerin de daha profesyonel olarak verilmesi, hatta bir meslek haline gelmesini kolaylaştırmıştır. Sektöre bu yöndeki etkileri dikkate alındığında, paket tur ve onu oluşturan unsurların uzun yıllardan bu yana inceleme konusu olduğu görülür. Bu çalışma kapsamında konuyla ilgili yapılan incelemelerde; önceki araştırmaların daha çok, turistlerin tatmin düzeyi ve tatmin düzeyini etkileyen faktörler, turistlerin paket turlardaki davranış biçimleri üzerinde yoğunlaştığı görülür. Yine ilgili bazı çalışmaların ortaya koyduğu önemli bir sonuç ise; paket turları tercih etmedeki en belirleyici çekicilik unsuru turist rehberleridir. Buna bağlı olarak, zaman içerisinde, turist rehberlerinin "elçi", "kültür aracısı", "yorumcu" ve "çevirmen" ya da "lider", "organizatör", "eğitimci" ve "animatör" olarak tanımlandığı çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. Turist rehberlerinin görev tanımları üzerine yapılan çalışmalarda ise, turist rehberlerinin "tanıtma" ve "bilgilendirme" işlevlerinin belirleyici olduğu görülmektedir. Do-

layısıyla, mevcut yazında varolan ve tarafımızdan saptanan boşluğu doldurabilmek amacıyla bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Türkiye örneğinde yürütülen bu çalışmada, turist rehberlerinin yönetsel görev ve sorumlulukları, karşılaştıkları sorunların belirlenmesi yanı sıra, çözüm önerileri geliştirilmesi de planlanmıştır.

Bu araştırma kapsamına alınan turist rehberlerinin önemli bir bölümünün seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlaması sürecine katılmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin bazı özellikleri ve turun bazı ayrıntıları hakkında turist rehberlerine bilgi vermede yetersiz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Bu sorunların çözülebilmesi ve turist rehberlerinin sağlıklı planlama yapabilmeleri için seyahat acentalarının gruptaki turistlerin kişisel özellikleri ve turun ayrıntılarıyla ilgili daha detaylı ve yeterli bilgi verme gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu bilgilerin yazılı halde, tur boyunca kullanılacak diğer bilgi ve belgelerle birlikte bir dosya (tur dosyası) halinde verilmesi önerilmiştir.

Turist rehberlerinin özellikle sürücülerle ve hediye eşya satıcılarıyla daha fazla sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Bu tür sorunların çözümü için turizm taşımacılığı yapan sürücülere ve hediye eşya satıcılarına yönelik eğitim programları düzenlenmesinin önemi üzerine durulmuştur. Turist rehberlerinin turistlerle yaşadıkları en önemli sorunlar arasında ise, grup üyelerini birbiriyle kaynaştırma olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sorunun çözümü için turist rehberlerinin eğitim programlarında psikoloji ve sosyal psikoloji gibi derslere de yer verilmesi önerilmiştir.

Turist rehberlerinin büyük bir bölümünün yaşadıkları yönetsel sorunların en çok seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü, gastronomi ve turizm mevzuatı alanlarındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını belirtmeleri de, araştırmanın önemli tespitlerinden biridir. Turist rehberlerinin bu alanlardaki bilgi eksiklerini tamamlamaları için gelecekte yapılacak olan hizmetiçi eğitim seminerlerine bu konuların da dahil edilmesi önerilmiştir.

Çalışma bulguları arasında dikkat çeken bir diğer konu da tur yönetiminde turist rehberlerinin tecrübelerinin çok önemli bir etken olduğudur. Tecrübesiz turist rehberlerinin de tur yönetimi sürecinde daha başarılı olabilmesi için, tecrübeli turist rehberleriyle birlikte tura çıkmalarının sağlanmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, yönetilen turun süresi, turist rehberlerinin tura çıkma sıklığı ve yönetilen turist grubunun büyüklüğünün de tur yönetiminde en belirleyici faktörler olarak tespit edilmiştir.

Turist rehberinin yönettiği turun süresi arttıkça, turistlerin ve sürücünün rehber tarafından turla ilgili bazı konularda bilgilendirilme sıklığı artmakta ve seyahat acentaları da daha uzun süreli turlarda daha sık müşteri memnuniyetini ölçen anket uygulamaktadırlar. Turist rehberinin tura çıkma sıklığı arttıkça birçok konuda sorun yaşama sıklığının azaldığı tespit edilmiş olup, rehberlerin daha sık tura çıkmalarını sağlamak için bazı önlemlerin alınmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur. Turist grubunun büyük olması, turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunların artmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle, sorunların azaltılabilmesi için özellikle uzun süreli turlarda kalabalık grupların olması halinde, tur liderinin de bu turlarda görevlendirilmesi daha uygun olacaktır.

Bu çalışmanın, turist rehberlerinin yönetsel fonksiyonlarıyla ilgili mevcut yazındaki boşluğu doldurmaya yönelik katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, turist rehberlerine daha verimli ve sistemli bir şekilde paket tur yönetebilmeleri açısından da yol gösterici bilgiler sunduğu düşünülmektedir.

Gelecekteki Çalışmalara Öneriler

Paket tur yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonunun daha iyi anlaşılabilmesi için bundan sonra yapılacak olan benzer çalışmalar; (a) farklı ülke ve farklı zamanlara yönelik olabilir, (b) farklı ülke ve zamanlarda yapılan çalışmaların sonuçlarını karşılaştırmaya yönelik olabilir, (c) farklı milliyetlerden turistlere hizmet veren turist rehberlerine yönelik olabilir, (d) farklı milliyetlerden turistlere hizmet veren turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmaların sonuçlarını karşılaştırmaya yönelik olabilir, (e) hem turist rehberlerinden hem de turistlerden bilgi toplanarak karşılaştırmalı olarak yapılabilir ve (f) turist rehberlerinin planlama, örgütleme, yöneltme ve etkileme, koordinasyon ve kontrol fonksiyonlarının her birine değinen odaklanmış çalışmalar olabilir.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, S. H. (1996). Seyahat İşletmelerinde Kalitenin Belirleyicisi Olarak Turist Rehberlerinin Roller ve Önemi. *Hafta Sonu Semineri III, Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesi*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu:192-195.

Ahipaşaoğlu, S. H. (2001). *Turizmde Rehberlik*. (1. Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.

Akmel, J. (1992). *Turist Rehberliğinde Üniversite Eğitimi, Turizm Eğitimi Konferansı*. Ankara. Yorum Yayın: 215-217.

Babbie, E. (1992). *The Practice of Social Research*. (6. Edition) Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Bartol, K. M. ve Martin D. (1991) *Management*. New York: McGraw - Hill.

Bilge, B. (1989). Profesyonel Turist Rehberliği (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bowen, D. (2001). Antecedents of Consumer Satisfaction and Dis-Satisfaction (CS/D) on Long-Haul Inclusive Tours – A Reality Check on Theoretical Considerations, *Tourism Management*, 22 (1): 49-61.

Brown, S. (1987). Drop and Collect Surveys: A Neglected Research Technique, *Marketing Intelligence and Planning*, 5(1): 9-23.

Burns, R.B. (2000). *Introduction to Research Methods*. London: SAGE Publications.

Can, H. (1997). *Organizasyon ve Yönetimi*. (4. Baskı) Ankara: Sıyasal Kitabevi.

Certo, S. C. (2000). *Modern Management. Diversity, Quality, Ethics and the Global Environment*. (8.Edition) New Jersey: Prentice Hall.

Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role, *Annals of Tourism Research*, 12(1): 5-29.

Cross, D. (1991). *"Please Follow Me" The Practical Tourist Guide's Handbook*. (4. Edition) Salisbury: Wessex Explore Tourist Services.

Curran, P. J. T. (1978). *Principles and Procedures of Tour Management*. Boston: CBI Publishing.

Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. (1. Baskı), Antalya: Akdeniz Kitabevi.

Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 783-800.

Değirmencioglu, A. Ö. (1998) Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimi Bir Yaklaşım (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dunn, R. ve Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing Tourists' Motivation and Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, 18 (2): 226-237.

Eren, E. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. (5.Baskı) İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Gee, C. Y. ve Fayos-Sola, E. (Editor, Co-Editor) (1999). *International Tourism: A Global Perspective*. (2. Edition) Madrid: World Tourism Organization.

Geva, A. ve Goldman, A.(1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours, *Annals of Tourism Research*, 18(2):177-185.

Holloway, J. C. (1981) The Guided Tour: A Sociological Approach, *Annals of Tourism Research*, 8 (3): 377-402.

Karamustafa, K. ve Kuşluyan, S. (2001). İngiliz Tur Operatörlerinin Turistik Destinasyon Seçiminde Kullandıkları Kriterler Açısından Türkiye'yi Değerlendirmeleri, *Pazarlama Dönüşümü*, 15 (86): 16-24.

Koçel, T. (2001). *İşletme Yöneticiliği*. (8. Baskı) İstanbul: Beta Basım.

Kozak, S. (1999). Seyahat Acentalarında Tur Düzenleme. Eskişehir: Eskişehir Meslek Yüksekokulu Yayınları.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2003). *Türkiye'nin Turist Rehberi Profili*. Ankara: Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü Raporu.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. Dillere ve İllere Göre Rehber Dağılımı İstatistikleri, URL: http://www.kultur.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?belgeno=45596, Erişim 10.02. 2004.

Lickorish, S. ve Jenkins, C. (2000). *An Introduction to Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Mancini, M. (2001). *Conducting Tours*. (3. Edition) New York: Delmar Publishers.

Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. (1. Baskı) Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Polat, T. (2001). Seyahat İşletmelerinde, Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine bir Alan Araştırması (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pond, C. L. (1992). *The professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: John Wiley and Sons.
- Quiroga, I. (1990). Characteristics of Package Tours in Europe, *Annals of Tourism Research*, 17 (2): 185-207.
- Souto, M. S. (1993). *Group Travel* (2.Edition) New York: Delmar Publishers Inc.
- Tangüler, A. (2002). Profesyonel Turist Rehberliği ve Profesyonel Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği) (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TÜRSAB-Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. İstatistikler/Yabancı Ziyaretçilerin Profili/Paket Turların Kullanım Oranı, URL: <http://www.tursab.org.tr/>, Erişim17.11.2003.
- Wang, K. C., Hsieh, A.T.ve Huan, T.C. (2000). Critical Service Features in Group Package Tour: An Exploratory Research, *Tourism Management*, 21 (2): 177-189.
- Whipple, T. W. ve Thach, S. V. (1988). Group Tour Management: Does Good Service Produce Satisfied Customers? *Journal of Travel Research*, 27 (2): 16-21.
- Wong, S. ve Lau, E. (2001). Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages, *Journal of Travel Research*, 40 (1): 57-67.
- Yıldırım, S. ve Atay, L. (1997). Turistik Ürün Pazarlaması Sürecinde Tur Rehberinin Fonksiyonu, *Hafta Sonu Semineri IV, Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu: 85-94.
- Yıldız, R., Kuşluvan S. ve Şenyurt S.Y. (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi, *Hafta Sonu Semineri IV, Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu: 7-36.
- Yu, X., Weiler, B. ve Ham, S. (2001). Intercultural Communication and Mediation: A Framework for Analysing the Intercultural Competence of Chinese Tour Guides, *Journal of Vacation Marketing*, 8(1): 75-87.

Gönderilme tarihi : 04 Nisan 2005
Birinci düzeltme : 14 Haziran 2005
İkinci düzeltme : 11 Temmuz 2005
Üçüncü düzeltme : 10 Ağustos 2005
Kabul : 15 Ağustos 2005

Yrd. Doç. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Meslek Yüksekokulu, 50300 Nevşehir
E-posta: karamustafa@eunev.edu.tr
Nihat Çeşmeci, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 50300 Nevşehir
E-posta: nihat@eunev.edu.tr

Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Bedensel Engelliler Pazarına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma

A Survey on the Opinion of Hospitality Industry Managers on Disabled Segment

Ali YAYLI - Yüksel ÖZTÜRK

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi

ÖZ

Engelli, 'uzun vadeli olarak fiziksel, zihinsel veya sağlık sorunları nedeniyle aktivitesinin çeşidi veya miktarı ile ilgili sınırları bulunan kişidir' (Disability Discrimination Act 1995). Dünyada engelli nüfusu 500 milyonu açmaktadır. Türkiye'de ise, 8,5 milyondan fazla engelli bulunmaktadır (Mengüç 2002; Artar ve Karabacakoğlu 2003; UNESCAP 2000). Günümüz turizm endüstrisinde yaşlı ve engelli pazarı gelişmekte olan önemli bir pazar konumuna gelmiştir. Dünyanın en büyük seyahat pazar dilimini oluşturan engellilerin de dinlenmek, eğlenmek ve gezip-görmek amacıyla seyahate katılmaları diğer normal insanlar gibi en doğal haklarıdır. Bu hakkın etkin kullanılabilmesinin ön koşulu yeterli altyapının olması ile turizm sektöründe hizmet sunanların yeterlilikleridir. Bu çalışmada, en büyük engelli dilimini oluşturan bedensel engelliler pazarına konaklama işletme yöneticilerinin bakış açılarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Otel yöneticilerinin bedensel engelli pazarına bakış açılarının olumlu olduğu söylenebilir. Ayrıca, otellerin yıldız sayısı arttıka ilgili pazara bakış açılarının da olumlu yönde arttığı belirtilebilir.

Anahtar sözcükler: Konaklama pazarlaması, engelliler pazarı, Türkiye.

ABSTRACT

Disability can be defined as, 'a physical or mental impairment which has a substantial and long-term adverse effect on your ability to carry out normal day-to-day activities'. The number of disabled people in the world is over 500 million. In Turkey, there are also more than 8.5 million disabled people. Nowadays people with disabilities and older people are becoming a growing group of consumers in the tourism industry. People with disabilities have a right too, and do want to enjoy travel and leisure experiences. Suitable infrastructure and good service quality are two prerequisites for disabled people to enjoy travel and leisure experiences. In this study, data from 252 hotel managers through internet indicates that the hotel managers have a positive point of view of the disabled market. Additionally, there exists a positive relationship between the number of the stars of hotels and the managerial point of view.

Keywords: hospitality marketing, disabled market, Turkey.

Giriş

Günümüzde, turizm endüstrisi için engelliler önemli bir niş pazar konumunda olmasına rağmen, bu güne kadar üzerine fazla eğilinmemiştir (İsraeli 2002). Engelli insanların da, diğer insanlar gibi turizm faaliyetlerine katılmaları en doğal hakları olmasına rağmen, turizm faaliyetleri sanki fiziksel engeli olmayan kişiler için tasarlanmış şekildedir (Yau vd. 2004).

Fiziksel engellilerle yaşamak birçok güçlüğü de beraberinde getirmektedir. Kabul edilen görüşe göre, turizm faaliyetlerine katılmak fiziksel engeli olan ve olmayan tüm insanlar için gerekli bir aktivitedir. Ancak, fiziksel engellilerin turizm faali-

yetlerine katılma ve mutlu olmaları için sosyal ve pratik olarak değişik türde güçlüklerin üstesinden gelmeleri gerekmektedir (Germ ve Schleien 1997).

Engelli olmak, duyma, görme, fiziksel ve zekâ noksanlığı gibi farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Kişilerin fiziksel engelleri; hareket edemeden başlayıp, bir hareketi yeterli zamanda yapamamaya kadar farklı ölçülerde derecelenmektedir. Öte yandan, fiziksel engelliler için ikinci bir grupta daha yapmak gerekirse, diyabetik kişileri ve duyma problemleri olanları da bu grupta ele almak gerekir. Fiziksel engellilik birçok nedene dayanabilir (Daniels vd. 2004). Araştırmalara göre ülkelerde nüfusun yaklaşık % 5-20'si söz konusu bu

özür grubundan oluşmaktadır (UNESCAP 2000). Bazı ülkelerin özürlü sayısına bakılınca ilgili pazarın ne kadar geniş olduğu daha iyi anlaşılabilir. İngiltere’de 10 milyon (English Tourism Council 2000), Amerika Birleşik Devletlerinde 50 milyon, ki bu rakam nüfusun % 19,3’üne tekabül etmektedir, (US Census Bureau 2000; Kahn, 2000), Almanya’da nüfusun %12’sini ve Avustralya’nın % 18’ni engelliler teşkil etmektedir (3,2 milyon) (Australian Bureau of Statistics 1993). Ülkemizde ise, engelli nüfus tahmini olarak 7,5-8 milyondur. Bu da, aile ve yakınlarıyla birlikte yaklaşık 20 milyonluk bir potansiyel demektir (Mengüç 2002). Çocuk ölümlerinin düşmesine ve tıp alanındaki gelişmelere rağmen bu rakamların gelecek yıllarda daha da artacağı ifade edilmektedir. Örnek vermek gerekirse, 2030 yılında ABD’nde engellilerin sayısının 100 milyonu bulacağı tahmin edilmektedir (Burnett ve Bender 2001: 4).

Engellilerin seyahatleri üzerine yapılan akademik araştırmaların yetersiz olduğu ilgili literatürden anlaşılmaktadır (Darcy 1998; Burnett ve Bender 2001; Darcy 2002; Ray ve Rayder 2003). Konu ile ilgili çalışmalar 1980’li yılların sonları ile 1990’lı yılların ortalarından itibaren özellikle yasal düzenlemelere paralel olarak hız kazanmıştır. Ray ve Rayder (2003) çalışmalarında; ABD engelli pazarı üzerinde durarak, ADA (The Americans With Disabilities Act) nun getirdiği sonuçlara bağlı olarak 36 milyon kişinin seyahat etme fırsatından bahsetmiştir. Bu bağlamda, araştırmacılar engellilerin seyahat planlamasında daha önceden seyahate çıkan engellilerin tavsiyesi, internet ve seyahat acentalarının tavsiyeleri ile seyahat kararları aldıkları, engellilerin seyahatlerinde sportif aktivitelere de katıldıkları ve engellilerin seyahatlerini planlarken bilinçli davrandıklarını ortaya koymuşlardır. Coles ve Shaw (2003) yaptıkları çalışma ile, İngiltere’deki engellilere yönelik DDA (Disability Discrimination Act) kanunun çıkarılmasından sonra, söz konusu pazar diliminin ekonomik anlamda gittikçe daha önemli hale geldiğini ortaya koymuşlardır. Öte yandan, Daniels ve arkadaşları (2004) engellilerin seyahatlerinin tüm aşamalarında ihtilaçlarını giderici tedbirlerin alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Yau vd. (2004) engellilerin seyahatleri sürecinde; kişisel faktörler, bağlantılar kurma, analiz, seyahati gerçekleştirme, deneyim ve geri besleme olmak üzere beş farklı aşamadan geçtiğini ortaya koymuşlardır. McKercher ve arkadaşları (2003) Hong Kong’taki seyahat acentalarının engellilere sundukları hizmetlerin etkinliğini ortaya koymak amacı ile bir çalışma yapmış ve sunulan hizmetin özellik arz etmesinden dolayı ilgili pazarın acentalar açısından

cazip olmadığı ve engellilere sunulan hizmetlerin ancak yüksek komisyonlarla sunulabildiğini ortaya koymuşlardır. Cavinato ve Cuckovich (1992) yaptıkları araştırmada ise; ABD ulaştırma sektörünün engelliler için uyumlaştırılması konusunu ele almıştır. Aitehison (2003) ise, engelliler açısından seyahat ve sosyal yapıyı araştırma kapsamına almıştır.

Bu çalışmanın amacı ise, konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açılarını ortaya koymaktır.

SEYAHAT ENGELLERİ

Fiziksel engellilerin seyahatlerine engel teşkil eden faktörlerin en başında ekonomik problemler gelmektedir. Bunun dışında en önemli engel kişilerin fiziksel olarak hareket edememeleri, uygun konaklama işletmeleri bulamamaları, gidecekleri yer veya bölgelere ulaşımında yaşanan teknolojik yetersizlikler (otobüs ve taksilerin uygun düzenlenmemesi) belirtilebilir. Dolayısıyla bu durumlar seyahatin daha iyi ve düzenli olarak gerçekleşmesine engel olmaktadır (Darcy 1998). Ekonomik problemlerin dışındakiler ise engellilerin gidecekleri bölgenin belirlenmesi, acentanın seçimi, konaklama yerinin seçimi vb. hususlarda iyi bir planlama yapılmamasından kaynaklanmaktadır (Crawford vd, 1991). Bununla beraber, araştırmacılar (Crawford ve Godbey 1987; Smith 1987; Turco vd. 1998; Hawkins vd. 1999; Jackson ve Scott 1999) engellilerin seyahate çıkmalarını engelleyen faktörleri kendilerinden kaynaklanan, kendileri dışında ve yapısal nedenler olmak üzere üç temel kategoride ele almışlardır.

Cavinato ve Cuckovich (1992) yaptıkları çalışmada engellilerin seyahat etmelerinde ulaşımından kaynaklanan güçlüklerin neler olduğundan söz etmişler ve ulaşımından sorumlu olan kurum ve kuruluşların bu hususu dikkate almaları gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bu alanda bir başka çalışma da, Abeyraine (1995) tarafından yapılmıştır. Çalışmada hava-yollarının normal ve engelliler için yapmaları gereken hukuki düzenlemeler üzerinde durulmuştur.

Araştırmalara göre, fiziksel engelliler seyahatleri süresince karşılaştıkları bir çok zorluktan dolayı fazla seyahat etmek istemelerine rağmen bu ihtiyaçlarını ertelemektedirler. Zira, seyahatlerinin mutlu geçmesi için onlara özgü ilave düzenlemelere ihtiyaç duymaktadırlar. Örnek vermek gerekirse, ulaşımın engelsiz hale getirilmesi, kullanımlarına uygun bir banyo ve tuvalet, katlanabilir yataklar, uygun asansörler, uluslararası işaretlemeler vb. Fiziksel engellilerin seyahat isteğinin karşılanmasında önceden devlet ve hizmet sektörü tarafından

birlikte planlama yapılması gerekir. Bunun da devlet ve hizmet sektörünün birlikte hazırlaması gerektiğidir. Devlet sosyal olmanın bir gereği olarak, bunu gerçekleştirmelidir. Bu bağlamda, Miller ve Kirk'in (2002) araştırmasından ortaya çıkan önemli bir bulgu; engellilerin turizmden yeterli ölçüde faydalanmalarında devletin büyük sorumluluk sahibi olması gerektiğidir. Benzer bir araştırma da, Brown ve arkadaşları (1999) tarafından yapılmıştır. Engelliler seyahatleri ile ilgili bilgilere ulaşmakta oldukça yetersiz kalmaktadırlar. Dolayısıyla onların turizm faaliyetlerinden yeterli ölçüde faydalanabilmeleri için bu alanda ihtiyaç duyulan bilgilere hızlı ve rahat bir biçimde ulaşabilmeleri gerektiği ifade edilmiştir.

KOLAYLAŞTIRICI DÜZENLEMELER

Engelli turistler boş vakitlerini değerlendirmede ve turizm faaliyetlerine katılmada, kişilerle ilişkiler kurmada engelli değildirler. Ancak, fiziksel engellilerin turizm faaliyetlerinden daha iyi faydalanabilmeleri için yapılması gerekenler vardır (Turco vd. 1998). Bunlardan ilki, turistik çekicilik unsurları ile ilgilidir. Bilindiği üzere, turizm faaliyetlerinde sonradan oluşturulan çevre (tematik parklar, spor olayları vb.), doğal güzellikler (iklim, dağ, okyanus vb.), tarihsel yapılar (müzeler, antik kentler vb.) ve son olarak sosyal ve kültürel çevre yer almaktadır. Engellilerin seyahatleri süresince en fazla zorlandıkları durum bu noktalara ulaşmada yaşanmaktadır. Fiziksel engelliler için burada önemli olan, yeterli ve doğru bilgi toplamalarıdır. İkinci nokta, bilgi kaynakları ile ilgilidir. Araştırmalara göre, ihtiyaç duyulan bilgiler genellikle neler yapılacağı, nasıl yapılacağı, nerede kalınacağı, ulaşım araçları ile ilgili bilgilerdir. Engelliler için bu noktada arkadaşları, seyahat acentaları ve son dönemde internetten alacakları bilgiler önemlidir.

Üçüncü nokta ulaşımın. Turizm faaliyetlerine katılmak için zorunlu bir eleman olan ulaşım alanında engelliler için birçok zorlukları da beraberinde getirmektedir. Engellilerin ihtiyaçlarına uygun ulaşım sistemlerinin oluşturulması gerekmektedir. Son olarak ihtiyaç duyulan şey konaklama ve yeme-içme faaliyetleridir.

Weiss (1986) ise, seyahate çıkacak engelliler için seyahatlerini organize etme sürecinde üç alternatif sıralamıştır. Bunlardan ilki, seyahat acentelerine giderek bir seyahat oluşturabilirler. Normal şartlarda seyahat acenteleri ulaşımından yiyecek içeceğe kadar birçok alanda ihtiyaç duyulan hizmetleri bir araya getirerek bir paket oluşturabilir (Hacıoğlu 1995; İçöz 1998). Engelliler seyahat acentelerini kul-

lanarak bir seyahat planlıyorlarsa bazı güçlüklerle karşılaşabilirler. Örneğin, seyahat acentesi engelliler için gerekli olan bilgilerden yoksun olabilir veya söz konusu seyahat acenteleri daha önceden engelliler için seyahat düzenlemedikleri için yeterli bilgi ve deneyime sahip olmayabilirler. İkincisi, tur operatörlerine giderek seyahat düzenleyebilirler. Tur operatörleri, normal şartlarda bir çok özür alanında (görme kusuru, duyma, diyabetik kişiler için) müşterileri için seyahat düzenleyebilirler. Ancak, her zaman belirli bir özür grubuna ait tur düzenlemeleri zor olmaktadır. Son olarak, devletin veya ilgili kuruluşların kendileri için yayınladığı kitap, internet vb. diğer yardımcı kaynaklardan yararlanarak kendisi tur planı oluşturabilir.

Geçen yirmi yıl ile kıyaslama yapılırsa, engellilerin seyahatlerindeki bu olumsuzluklara rağmen, günümüzde artık yavaş yavaş onlar için oluşturulan turizm faaliyetlerinde, özellikle ulaşım, konaklama ve çekicilik unsurlarında, bazı olumlu değişimler göze çarpmaktadır. Bu olumlu değişimde ABD ve İngiltere başta olmak üzere oluşturulan lobi faaliyetleri ve hukuki düzenlemelerin büyük bir payı vardır (Yau vd. 2004). ABD'de 1990 yılında çıkan Engelli Amerikalılar Yasası (ADA= The Americans With Disabilities Act) ve İngiltere'de 1995 yılında kabul edilen Engelliler Ayrımcılık Yasası'nın (DDA= Disability Discrimination Act) olumlu etkileri özellikle turizm sektöründe hızla ortaya çıkmıştır. Belirtilen kanunlarla otel işletmecilerine işaretlemelerden sunulan hizmetlere engelsizce ulaşabilmeye kadar bazı yükümlülükler getirilmiştir. (Miller ve Kirk 2002; Artar ve Karabacakoğlu 2003).

Türkiye'de ise uzun yıllardan beri taslak olarak bekleyen ve nihayet 01.07.2005 tarih ve 5378 sayılı kanunla "Özürlüler ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" kabul edilmiştir. Bu Kanunun amacı; özür lülüğün önlenmesi, özür lülerin sağlık, eğitim, rehabilitasyon, istihdam, bakım ve sosyal güvenliğine ilişkin sorunlarının çözümünü ile her bakımdan gelişmelerini ve önlerindeki engelleri kaldırmayı sağlayacak tedbirleri alarak topluma katılımlarını sağlamak ve bu hizmetlerin koordinasyonu için gerekli düzenlemeleri yapmaktır (Madde 1). Söz konusu kanunla getirilen engellilerin seyahatleri ile ilgili göze çarpan yenilik: kamu kurum ve kuruluşlarına ait mevcut resmi yapılar, yollar, kaldırımlar, yaya geçidi ve kamusal mekân, en geç 7 yıl içinde engelli kullanımına uygun hale getirilecek olmasıdır (www.tbmm.gov.tr). Buna ilave olarak, Özürlüler İdaresi Başkanlığı, 25/3/1997 tarihli 571 sayılı KHK ile; engellilere yönelik hizmetlerin düzenli, etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesini te-

min etmek için, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak, özürllüler ile ilgili ulusal politikanın oluşmasına yardımcı olmak, engellilerin problemlerini tespit etmek ve bunların çözüm yollarını araştırmak amacıyla kurulmuştur (www.ozida.gov.tr).

ARAŞTIRMA METODU

Araştırma Evreni ve Örnek Kitle Seçimi

Bu araştırmaya konu olan evren Türkiye’de işletme belgeli olarak faaliyette bulunan 2168 (www.turizm-gazetesi.com) konaklama işletmesidir. Araştırmaya konu olan örnek kitle ise, internet erişimi olup kendi elektronik posta adresini kullanan tüm konaklama işletmelerini kapsamaktadır. Örnek kitlenin seçiminde, TUROB, TYD, TÜRSAB, BOYUT YAYIN, EKİN YAZIM ve Hotel & Travel Guide’04 vb. kaynaklardan elde edilen e-posta bilgileri tek bir veri tabanı altında toplanmış, daha sonra, oluşturulan veri tabanı içinden aynı olan e-posta adresleri çıkarılmış ve Türkiye’de mevcut olan 1320 adet otelin e-posta adresi tespit edilmiştir.

Araştırmanın kapsamını belirlerken, başlangıçta tüm Türkiye’deki otellere anket uygulanması düşünülmüştür. Ancak, zaman ve maliyet kısıtlamaları nedeni ile araştırmanın sınırları sadece Türkiye’de e-posta adresi olan otellerle sınırlandırılmıştır. Bazı e-posta adreslerine gönderilen mailin virüs uyarısı ile doğrudan geri dönmesi, bazı adreslerin kullanım dışı olması, sezondaki yoğunlukları ve konuya ilgi duymamaları nedeniyle bazı yöneticilerin ankete cevap vermemeleri vb. nedenler dolaylı araştırmaya katılım %20 (252/1320) ile sınırlı kalmıştır.

Baker ve arkadaşlarının (1994) ifade ettiği gibi araştırmalarda örnek sayısının belirlenmesi araştırmanın bilimsel geçerliliği konusunda hayati bir önem arz etmektedir. Günümüzde araştırmalarda örneklem sayısının belirlenmesi için bir çok yazar (Cannon 1994; Davis ve Cosenza 1988; Ryan 1995; Tatlıdil, 1996) değişik formüller ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada örnek sayısının belirlenmesinde Ryan (1995)’dan faydalanılmıştır.

Örneklem sayısının belirlenmesinde araştırmacının önceden bazı kararlar vermesi gerekir. Araştırma konusu ile ilgili daha önceden her hangi bir araştırma yapılmamış ise, örnek büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılan formüldeki P değeri genel olarak 0.5 olarak alınır. Örnek sayısının belirlenmesinde katlanılabilir hata oranı Hurst’ın (1994) dile getirdiği gibi bir matematiksel kavram olan hata oranı araştırmaya konu olan toplulukla örnek olarak seçilen kitlenin uygunsuzluğunu gösterir ve

genellikle araştırmacının önceden tahmin etmesi gerekir.

Bu çalışmada, katlanılabilir hata oranı % 7 olarak saptanmıştır. Bunun yanında, araştırmalarda yapılan çalışmaların bir güven aralığında olması, araştırmanın güvenilirliği açısından büyük önem arz etmektedir. Araştırmacılar tarafından kabul edilen bu güven aralığı da artı eksi yüzde iki buçuktur. Başka bir ifade ile, %95 güven aralığıdır. Z değeri de buna bağlı olarak 1.96 olarak saptanmıştır. Örneklem sayısının belirlenmesinde araştırmaya konu olan ana kitle olarak 2004 yılı Turizm İşletme Belgeli toplam 2168 adet konaklama işletmeleri açıklamalar ışığında Ryan’ın (1995) geliştirdiği model şu şekildedir;

$$n = \frac{NPq}{(N-1)B^2 + Pq} \cdot Z^2$$

Formülde yer alan sembollerin anlamları:

n = Örneklem sayısını

N = Araştırmaya konu olan topluluğu

P = Topluluk oranını veya tahminini

q = $1-P$ ’yi

B = Katlanılabilir hata oranını

Z = İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle, araştırma için 191 adet konaklama işletmesi yeterli olurken, toplam 274 adet otel yöneticisi araştırmamıza katılmıştır. Doldurulan anketler içinden 22 adet otel yöneticisi, kriterlere uygun anket formlarını doldurmadıkları için değerlendirmeye alınmamış, dolayısı ile araştırma 252 adet anket formu üzerinden yürütülmüştür.

Araştırmada veri toplama metodu olarak e-posta anket yöntemi, maliyet, kolay ulaşım ve zaman konusundaki avantajları nedeniyle tercih edilmiştir. Bu yöntemin bu üstünlükler yanında: yüksek sezonda okunmama, virüslü dosya olması nedeniyle silinme, otel elektronik posta kutularını doldurması nedeniyle sisteme girmesinin önlenmesi ve yetkili kişilerin zaman ve ilgi eksikliği gibi nedenlerle postaları okuyamama sonucu ortaya çıkan sınırlı sayıda cevap alma kısıtlılığı bulunmaktadır.

Anketin Hazırlanması ve Uygulanması

Araştırmada, uygulama yöntemi olarak kullanılan anket için yedi adet soru tespit edilmiştir. Ankette yer alan ilk

iki soru, ankete katılan otel işletmelerinin özelliklerini tespit etmek amacı ile hazırlanmıştır. Üç ve dördüncü sorular, otellerin engellilere hizmet verip vermediğini, eğer hizmet veriyor ise, hangi tip engelli kategorisine hizmet verdiklerini belirlemek amacı ile oluşturulmuştur. Anketin beşinci sorusunda, otel işletmelerinin bedensel engelli müşteriler için uygun olup olmadığı sorulmuştur. Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları hususunda otel yöneticilerinin düşünceleri Likert ölçeği kullanılarak altıncı soruda öğrenilmeye çalışılmıştır. Son soruda ise, otel yöneticilerinin yabancı bedensel engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler hususundaki görüşleri, yine Likert ölçeği kullanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın, bedensel engelliler ile sınırlı tutulmasının ana nedeni, söz konusu engellilerin engelli grubu içinde en yüksek kesimi oluşturması ve bu grubun daha fazla düzenlemeye ihtiyaç duymasındandır.

Anketin pilot uygulaması Ankara'da bulunan toplam 14 adet dört ve beş yıldızlı otel yöneticileri üzerinde yapılmış ve gerekli düzeltme işlemlerinden sonra uygulama aşamasına geçilmiştir.

Araştırmaya konu olan hedef kitle Türkiye'deki e-posta adresine sahip tüm konaklama işletmeleri olarak belirlendiği için, online anket uygulaması tercih edilmiştir. Anket Microsoft Front Page'de hazırlanmış, veri tabanı için de Microsoft Access programı kullanılmıştır. Anket http://www.absunmep.gazi.edu.tr/yayli/index_anket_otel.htm adresinde 3 Nisan 2005 ile 3 Haziran 2005 tarihleri arasında aktif hale getirilerek sunulmuştur.

Yukarıda belirtilen web adresindeki anket formunu doldurmaları için oluşturulan ve araştırmanın amaç ve kapsamını belirten standart bir yazı otellerin e-posta adreslerine gönderilmiştir. Gönderme esnasında, 180 adet e-posta adresinin kullanım dışı olduğu tespit edilmiştir. Özel bir program kullanılarak, ankete cevap verenler kapsam dışı bırakılmış, cevap vermeyen yöneticilere ikinci ve üçüncü kez olmak üzere aynı yazı tekrar gönderilmiştir.

Elde edilen veriler SPSS Paket programında analiz edilmiştir. Araştırma bulguları için frekans, yüzde, aritmetik ortalama, varyans (Anova) analizi ve t-testi kullanılmıştır. Bilindiği gibi iki bağımsız grubun karşılaştırılmasında farklı yöntemler geliştirilmiştir. Bu yöntemler parametrik ve nonparametrik olarak iki gruba ayrılmaktadır. Parametrik testlerden t-testi ve varyans analizi, nonparametrik testlerden Wilcoxon rank-sum test ve Mann-Whitney U testleri sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır (Cody ve Smith, 1991). Veri sayısı otuz-

dan büyük olduğunda ve verilerin normal dağılıma uygun olduğu bilindiğinde parametrik testler kullanılmaktadır. Araştırma verilerinin normal dağılıma uygun olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov uyum iyiliği testi ile araştırılmış ve yapılan test sonucunda verilerin normal dağılıma uyduğu gözlenmiştir. Buradan hareketle; hipotezlerin testi için ikiden fazla bağımsız grubun analizi için tek yönlü varyans analizi (Anova), iki bağımsız grubun analizi için ise t-testi yapılmıştır. Burada bu testlerin uygulanmasının amacı, değişkenlere verilen değerlerin aritmetik ortalaması arasında %95 güven seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığını test etmektir. Anova testi sonucu aralarında anlamlı fark olan değişkenleri açıklamak için de Tukey testi yapılmıştır.

Temel Hipotezler

Konaklama işletmeleri yöneticilerinin faaliyette buldukları otellerin yıldız sayısı itibarıyla bedensel engelli pazarına yönelme eğilimleri ve engelli müşteriye hizmet verme durumları arasında bir farklılık olduğu varsayılarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur. Başka bir ifade ile, otellerin yıldız sayıları ve engelli müşteriye hizmet verme durumunun ilgili pazara yönelme konusunda belirleyici bir unsur olduğu düşünülmektedir.

H_1 = Yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusundaki değerlendirme ortalamaları arasında fark vardır.

H_2 = Yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin yabancı bedensel engellilerin Türk pazarına yönelmeleri konusundaki değerlendirme ortalamaları arasında fark vardır.

H_3 = Konaklama işletmelerinin engelli müşteriye hizmet verip vermeme durumu ile engelli pazarına bakış açıları konusundaki değerlendirme ortalamaları arasında fark vardır.

BULGULAR

Ankete katılan otel yöneticilerinin 64 tanesi 5 yıldızlı (% 25,4), 72 tanesi dört yıldızlı (% 28,6) ve 64 tanesi de (% 25,4) üç yıldızlı oldukları Tablo 1'de görülmektedir. Tablodan anlaşılacağı üzere; yıldız sayısı azaldıkça ankete cevap verme oranı düşmektedir. Bu durum, interneti kullanım oranı yıldız sayısının düşmesi ile bir paralellik gösterdiğini ifade etmektedir. Dolayısı ile, bir yıldızlı otel yöneticilerin hiç birisinin ankete cevap vermeme si bu durumu doğrulamaktadır. Ayrıca, Tablo 1 incelendiğinde, ankete katılan otellerin büyük bir

Tablo 1. Ankete katılan oteller hakkında bilgiler

	f	%	n
Otellerin Sınıfları			
Beş Yıldız	64	25,4	252
Dört Yıldız	72	28,6	
Üç Yıldız	64	25,4	
İki Yıldız	12	4,8	
Tatil Köyü	8	3,2	
Diğer	32	12,7	
Faaliyet Süreleri			
1 Yılda az	4	1,6	252
1-2 Yıl	8	3,2	
3-4 Yıl	32	12,7	
5 ve daha fazla	208	82,5	

bölümünün (% 82,5) beş ve daha fazla yıldan beri faaliyette oldukları da anlaşılmaktadır. Bir başka ifade ile, kurumsallaşmış otellerin bu tür çalışmalara daha fazla ilgi gösterdikleri söylenebilir.

Otel yöneticilerine, bu güne kadar hiç engelli müşteriye hizmet verip vermedikleri sorulmuş; bu soruya ankete katılanların % 88,9'u 'evet', % 11,1'i ise 'hayır' cevabını vermişlerdir (Tablo 2). Bu durum; üç, dört ve beş yıldızlı otellerin büyük çoğunluğunun en az bir kez de olsa engelli müşterileri ağırladıklarını ifade etmektedir.

Tablo 3, otellerin engelli müşteri tiplerine göre hizmet verme durumunu göstermektedir. Engelli müşteriye hizmet veren otellerin önemli bir çoğunluğu (% 96,4), yürüme problemi olan müşterilere hizmet verdiklerini belirtirken tekerlekli sandalye kullananlara hizmet verme oranı %91,1'dir. Bu durumu % 71,4 ile zihinsel engelliler takip etmekte ve en düşük oran da % 55,4 ile görme engellileri oluşturmaktadır. Otellerin, engelliler pazarında bedensel engellilere daha fazla hizmet vermeleri durumu, 65 ve üstü yaş grubunda seyahate katılanlar arasında yürüme güçlüğü çekenlerin oranının fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir (UNESCAP 2000).

Otellerde yer alan ünitelerin engelli müşteriler için uygunluk durumu Tablo 4'de aktarılmıştır. Buna göre; engelli müşteriler açısından otellerin en uygun üniteleri otelin girişi, park alanları, resepsiyon ve restoran gibi ünitelerdir. Öte yandan, engelli müşteriler için uygunluk oranı düşük olan üniteler ise; merdiven, banyo, tuvalet gibi temel ihtiyaçların karşılandığı ünitelerdir. Buna ilave olarak, otellerdeki yüzme havuzu, bar-disco, sauna vb. birimler, engelli olmayan müşteriler için tasarımı olduğundan

Tablo 2. Otellerin engelli müşterilere hizmet verme durumu

Hizmet Verme Durumu	f	%	n
Evet	224	88,9	252
Hayır	28	11,1	

Tablo 3. Otellerin engelli müşteri tiplerine göre hizmet verme durumu

Hizmet Türleri	Evet	%	Hayır	%	n
Yürüme Problemi olanlara	216	96,4	8	3,6	
Tekerlekli Sandalye kullananlara	204	91,1	20	8,9	
Görme Engellilere	124	55,4	100	44,6	
Duyuma ve Konuşma Engellilere	152	67,9	72	32,1	252
Zihinsel Engellilere	160	71,4	64	28,6	
Astım ve Alerjik Problemleri olanlara	152	67,9	72	32,1	
Diğer	108	48,2	116	51,8	

belirtilen birimlerin engelli müşteriler açısından daha az uygun olduğu görülmektedir. Ayrıca, Tablo 4 incelendiğinde, otellerin bir kısmında asansör, bar-disco, sauna gibi ünitelerin yer almadığı da görülmektedir.

Otel yöneticilerinin, Türkiye'deki bedensel engelli pazarına bakış açılarını değerlendirmek amacı ile on bir farklı durum Likert tipi ölçeklendirme kullanılarak ortaya konmaya çalışılmış ve alınan cevaplar Tablo 5'de özetlenmiştir. Ankette kullanılan beşli dereceleme ölçeğine uygun olarak elde edilen ortalama değerlerin yorumlanmasında yöneticilerin görüşlere katılma düzeyleri $X_{ort}=1-1,79$ arası hiç, $X_{ort}=1,80-2,59$ arası az, $X_{ort}=2,60-3,39$ arası orta, $X_{ort}=3,40-4,19$ arası yüksek ve $X_{ort}=4,20-5$ arası çok yüksek olarak değerlendirilmiştir. Otel yöneticilerinin bakış açılarını ortaya koyan sorular dört alt başlık altında değerlendirilmiştir.

İlk iki soru, otel yöneticilerinin çevresel düzenlemenin uygunluğu hususundaki görüşlerini yansıtmaktadır. Buna göre, yöneticilerin mevcut çevrenin bedensel engelliler için uygun olmadığı görüşünü destekledikleri söylenebilir ($X_{ort}=3,66$). Üç ve dördüncü sorular bedensel engelli pazar yapısını ortaya koymak amacı ile oluşturulmuştur. Buna göre, otel yöneticilerinin önemli çoğunluğu yöneticilerin bedensel engelli pazarın farkında olmadıkları görüşüne katılmaktadırlar. Ancak, söz konusu yöneticiler ilgili

Tablo 4. Otellerin engelli müşterilere uygunluk durumu

Otelin Sunduğu İmkanlar	Uygun (f)	%	Uygun Değil	%	İlgili Ünite Yok (f)	%	n
Park Alanları	212	84,1	20	7,9	20	7,9	
İşletmenin Girişi	228	90,5	24	9,5	-	-	
Resepsiyon	216	85,7	32	12,7	4	1,6	
Asansörler	160	63,5	24	9,5	68	27,0	
Merdivenler	116	46,0	132	52,4	4	1,6	
Odalar	212	84,1	36	14,3	4	1,6	252
Banyolar	168	66,7	80	31,7	4	1,6	
Tuvaletler	184	73,0	64	25,4	4	1,6	
Restoranlar	228	90,5	16	6,3	8	3,2	
Yüzme Havuzu	128	50,8	68	27,0	56	22,2	
Bar-Disco	120	47,6	56	22,2	76	30,2	
Sauna	96	38,1	44	17,5	112	44,4	
Güneşlenme Yerleri	172	68,3	12	4,8	68	27,0	

pazarın ekonomik olmadığı görüşüne ise pek katılmamaktadırlar ($X_{ort}=2,63$). 6 ve 7. sorular otellerin bedensel engelli müşterilere uygun olup olmadığının test edilmesi amacı ile sorulmuştur. Ankete katılan yöneticilerin yarısından fazlası otellerin bedensel engelliler için uygun olmadığı görüşüne katılmışlardır.

Bedensel engellilere hizmet sunmada otel personelinin eğitimi de son derece önemlidir. Konu ile ilgili otel yöneticilerinin görüşleri incelendiğinde, otel yöneticilerinin yarısından fazlası ($X_{ort}=3,46$) fiziksel engellilere hizmet vermede çalışanların yeterli bilgi düzeyinde olmadıkları görüşüne katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu durum sektörde çalışanların konu ile ilgili bilgi eksikliğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bedensel engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmelerinin yasal düzenlemeler ile uygun hale getirilmesi görüşüne yöneticilerin büyük bir kısmı katıldıklarını belirtmişlerdir ($X_{ort}=3,75$). Yöneticilerin bu görüşü destekler nitelikte olmaları, bu pazara yönelme istekleri ile açıklanabilir. Tablo 5’de ortaya çıkan diğer bir bulgu da, *bedensel engelliler için özel tasarlanmış otellerin inşa edilmesi* görüşüne ankete katılanların yarıya yakınının destek vermesidir. Bu görüşle ortaya çıkan sonuç, mevcut konaklama arzının engelliler için yeniden yapılandırılmasının yanı sıra sadece engelli pazarına yönelik konaklama işletmelerinin de desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Dokuz, on ve on birinci görüşler, ankete katılanların *bedensel engellilerin turizme katılmaları konusunda yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşları hakkındaki düşüncelerini* almak amacı ile yöneltilmiştir. Ankete cevap veren yöneticilerin önemli

bir kısmı ($X_{ort}=4,35$) “*engellilerin turizm faaliyetine katılması devletin sosyal olmasının gereğidir*” görüşüne katılmışlardır. Bu sonuç Miller ve Kirk’ın (2002) araştırma bulgularından birisi olan ‘*özürlülerin turizmden yeterli ölçüde faydalanmalarında devletin büyük sorumluluk sahibi olması gerektiği*’ görüşü ile de paralellik göstermektedir. Buradan hareketle, devlet engellilerin seyahate çıkmalarını desteklemeli, bu yönde kolaylaştırıcı tedbirler almalı, hukuki düzenlemeler getirmelidir denebilir. Otel yöneticileri, bu konuda yerel yönetimlere büyük görevler düştüğünü belirtmişlerdir. Bu alanda hizmet veren sivil toplum örgütlerine düşen görev konusunda otel yöneticilerinin fikirleri alınmış, ilgili kuruluşların bu alanda etkin çalışmadıkları düşüncesine büyük oranda destek vermişlerdir.

Tablo 6, otel yöneticilerinin, *yabancı bedensel engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler hususundaki görüşleri* yansıtmaktadır. Bu konuda yöneticilerin 13 farklı görüşüne başvurulmuştur. Ankete katılanların tamamına yakını *herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur* görüşüne katılmadıklarını belirtmişlerdir ($X_{ort}=1,62$). Bu durum, otel yöneticilerinin ilgili pazar dilimine bakış açılarının oldukça iyimser olduğunu göstermektedir. “*Bedensel engelliye hizmet verme oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazar dilimidir*” görüşüne yöneticiler pek katılmamaktadırlar ($X_{ort}=2,06$).

Yine, Tablo 6 incelendiğinde; “*Devlet bedensel engellilerin seyahate katılmaları hususunda özendirici tedbirler almalı*” görüşüne yöneticilerin önemli bir kısmı katıldıklarını belirtmişlerdir ($X_{ort}=4,19$). Otel yöneticileri, “*Türk halkı bu yönde eğitilmeli*” görüşüne yüksek oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Buna

Tablo 5. Otel yöneticilerinin Türkiye’deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusundaki görüşleri

Görüşler	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*	n	Aritmetik Ortalama	S.Sapma
	f	f	f	f	f			
1. Ulaşım alt yapısı bedensel engellilere uygun değildir	32	24	36	32	128	252	3,79	1,463
2. Çevresel düzenlemeler bedensel engellilere uygun değildir	36	28	44	52	92		3,54	1,437
3. Yöneticiler bedensel engelli pazarının farkında değildirler	52	20	48	44	88		3,38	1,261
4. Bedensel engelliler pazarı yeterince para kazandırmamaktadır	84	36	60	32	40		2,63	1,530
5. Bedensel engelliler için özel tasarlanmış oteller inşa edilmelidir	40	8	84	24	96		3,51	1,454
6. Otellerin mimari yapıları bedensel engellilere uygun değildir	44	44	80	52	32		2,94	1,429
7. Turizm işletmelerinde çalışan personelin fiziksel engellilere hizmet vermedeki bilgi düzeyleri yetersizdir	36	32	48	52	84		3,46	1,426
8. Bedensel engellilerin faydalanmasına uygun olmayan turizm işletmeleri, yasal düzenlemelerle uygun hale getirilmelidir	40	12	40	40	120		3,75	1,248
9. Bedensel engellilerin turizm faaliyetlerine katılması, devletin sosyal olmasının bir gereğidir	12	8	24	44	164		4,35	1,427
10. Bu alandaki dernekler etkin çalışmamaktadır	28	16	76	68	64		3,49	1,088
11. Yerel yönetimler (belediyeler vb.) üzerlerine düşeni yapmamaktadır	36	12	20	60	124		3,89	1,483

(*) 1= Kesinlikle katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3=Fikrim yok 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 6. Otel yöneticilerinin yabancı bedensel engelli turistlerin Türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler konusundaki görüşleri

Görüşler	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*	n	Aritmetik Ortalama	S.Sapma
1. Herhangi bir şey yapılmasına gerek yoktur	192	12	20	8	20	252	1,62	1,242
2. Bedensel engelliye hizmet verme oldukça yüksek maliyet gerektirdiğinden göz ardı edilebilir bir pazar dilimidir	132	24	60	20	16		2,06	1,286
3. Devlet bedensel engellilerin seyahate katılmaları hususunda özendirici tedbirler almalı	24	-	28	52	148		4,19	1,235
4. Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için kullanılan işletmeler yetersizdir	40	4	68	36	104		3,63	1,432
5. Turizm işletmelerinde bedensel engelliler için işletmeler zorunlu hale getirilmeli	32	8	40	20	152		4,00	1,428
6. Turizm işletmelerinin kendilerini bedensel engellilere tanıtmada yeterli dokümanları yoktur	40	4	48	44	116		3,76	1,447
7. Türk halkı bu yönde eğitilmeli	24	4	16	24	184		4,35	1,264
8. Bu konuda ayrı oteller inşa edilmeli	76	32	68	40	36		2,71	1,411
9. Mevcut otellerin fiziki düzenlemesi bedensel engellilere hizmet verecek şekilde yeniden yapılandırılmalı	32	16	52	48	104		3,70	1,390
10. Hizmet personeli özel eğitimden geçirilmeli	16	8	28	80	120		4,11	1,131
11. Bu konuda yasal düzenlemeye öncelik verilmeli	28	12	60	52	100		3,73	1,326
12. Tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeli	20	8	44	64	116		3,98	1,217
13. Kültür ve Turizm Bakanlığı uluslararası ilgili kamu kurum ve sivil toplum kuruluşları ile iş birliği sağlamalı	24	-	20	72	136		4,17	1,205

(*) 1= Kesinlikle katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3=Fikrim yok 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum

ek olarak, kurumlar arası işbirliği konusundaki görüşü de destekleyici cevap vermişlerdir.

Otel yöneticileri, "bedensel engelliler için ayrı otel yapılmalı" görüşüne çok fazla destek vermezken, ($X_{ort}=2,71$) mevcut tesislerin fiziki düzenlemesinin bedensel engellilerin daha iyi yararlanmalarını sağlayıcı şekilde yeniden yapılandırılması düşüncesine daha fazla destek vermişlerdir ($X_{ort}=3,70$).

Ankete katılan otel yöneticilerinin % 95,2'si bu çalışmanın bir örneğini istemişlerdir. Bu durum, otel yöneticilerinin söz konusu çalışmaya önem verdiklerini ifade etmektedir.

Hipotezlerin Testi

Her ne kadar otel yöneticilerinin bedensel engellilere hizmet verme ve turizm amaçlı seyahate katılmaları konusundaki görüşlerinin belirlenmesi çalışmanın amacını oluştursa da bu görüşlerin yıldız sayısına bağlı olarak farklılık gösterip göstermediğinin ortaya konması da önem arz etmektedir. Bu amaçla üç farklı hipotez oluşturulmuştur. H_1 hipotezi yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusundaki değerlendirmeleri arasında fark olup olmadığının belirlenmesi amacıyla ku-

Tablo 7. Otel yöneticilerinin araştırmanın bir kopyasını isteme durumu

E-posta Yolu ile İsteme Durumu	f	%	n
Evet	240	95,2	252
Hayır	12	4,8	

rumuştur. Hipotez testi için anketin altıncı sorusunda yer alan ifadelerle verilen cevapların aritmetik ortalaması alınarak, otellerin yıldız sayısı ile karşılaştırma yapılmıştır (Tablo 8). Bu karşılaştırmada; 3, 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerinin görüşleri değerlendirilmeye alınmış ve değişkenler ANOVA testine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda beş yıldızlı otel yöneticilerinin görüşlerinin üç ve dört yıldızlı otel yöneticilerinin görüşlerine göre $p=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($X_{ort}=3,85$; 3,50; 3,13). Buradan hareketle, tanımlanan H_1 hipotezi kabul edilmektedir ($p=0,000$).

Belirlenen bu farklılığın açıklanması için Tukey testi uygulanmış ve belirlenen fark açıklanmaya çalışılmıştır. Bu durum, beş yıldızlı otel yöneticilerinin dört ve üç yıldızlı otel yöneticilerine göre, aynı zamanda dört yıldızlı otel yöneticilerinin üç yıldızlı otel yöneticilerine göre daha yüksek düzeyde ilgili görüşlere katıldıklarını ifade eder. Dolayısı ile otellerin yıldız sayıları arttıkça ilgili pazara yönelme eğilimleri artış göstermektedir denebilir.

Tablo 8. Yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusundaki değerlendirmelerinin ortalamaları standart sapmaları ve F değerleri

Otel Sınıfı	N	X_{ort}	Std Sapma (s)	F	p
5 Yıldız	64	3,85	0,62		
4 Yıldız	72	3,50	0,83	13,887	0,000
3 Yıldız	64	3,13	0,83		

Bu farklılığın bir diğer nedeni olarak da yüksek yıldızlı otel yöneticilerinin uluslararası deneyime sahip olmaları ve bir kısmının zincir otel yöneticisi olması nedeniyle konuya daha objektif yaklaşıtları söylenebilir.

Buna ilave olarak, yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin yabancı bedensel engellilerin Türk pazarına yönelmeleri konusundaki değerlendirmeleri arasında fark olup olmadığının belirlenmesi için de H_2 hipotezi kurulmuştur. Hipotezin testi için anketin yedinci sorusunda yer alan on üç adet ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması alınarak otellerin yıldız sayısı ile karşılaştırma yapılmış ve ANOVA testine tabi tutulmuştur (Tablo 9). Yapılan analiz sonucunda beş yıldızlı otel yöneticilerinin görüşlerinin üç ve dört yıldızlı otel yöneticilerinin görüşlerine göre $p=0.05$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiş ve H_2 hipotezi kabul edilmiştir ($p=0,000$). Daha sonra veriler Tukey testine tabi tutulmuş ve bu farklılık açıklanmaya çalışılmıştır. Tüm otel yöneticilerinin görüşleri genel ortalamanın üzerinde çıkmış olmakla beraber, bu durum beş yıldızlı otel yöneticilerinin üç ve dört yıldızlı otel yöneticilerine göre daha yüksek düzeyde ilgili görüşlere katıldıklarını ifade etmektedir.

"Turizm Tesisleri Yönetmeliğinin 18/c maddesi"nde; toplam kapasitesi 80 oda ve üzerinde olan konaklama tesisleri ile eğlence merkezleri, günübirlik tesisler ve temalı parklarda, müşteriler tarafından kullanılan tüm genel mahaller ile açık alanların bedensel engelli müşteriler tarafından da kullanılabilmesini sağlayıcı fiziki düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir. Tesis başına en az bir oda olmak üzere, oda sayısının % 1'i oranındaki yatak odası ve banyosu, bedensel engellilerin kullanımına uygun olarak inşa ve tefriş edilir ifadesi yer almaktadır (Resmi Gazete, 2000). Yıldız sayısına bağlı olarak, otel yöneticilerinin görüşlerinin daha yüksek çıkmasının bir nedeni olarak da (Tablo 8 ve 9); ilgili yönetmeliğin getirdiği düzenlemelerden dolayı dört ve beş yıldızlı otel yöneticilerinin bu konuda daha bilinçli olmalarından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 10 ve 11, otellerin engelli müşteriye hizmet verip vermeme durumu ile yöneticilerin engelli

Tablo 9. Yıldız sayılarına göre otel yöneticilerinin yabancı bedensel engellilerin türk pazarına yönelmeleri konusundaki değerlendirmelerinin ortalamaları standart sapmaları ve f değerleri

Otel Sınıfı	N	X_{ort}	Std Sapma	F	p
5 Yıldız	64	3,89	0,45		
4 Yıldız	72	3,23	0,92	12,631	0,000
3 Yıldız	64	3,30	0,99		

Tablo 10. Türkiye'deki bedensel engellilerin seyahate katılmaları konusundaki hazırlanan sorulara verilen cevaplar ile engelli müşteriye hizmet verme durumu

Hizmet Verme Durumu	N	Ort	Std Sapma	t	p
Evet	224	3,53	0,83	0,983	0,33
Hayır	28	3,3	7	0,81	

pazarına bakış arasında anlamlı fark olup olmadığını yansıtmaktadır. Otel yöneticilerinin otellerinde engellilere hizmet verip vermeme durumu ile Türkiye ve yabancı ülkelerdeki bedensel engelli pazarına bakış açıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığı t-testi yapılarak incelenmiş ve $p= 0,05$ anlamlılık seviyesinde hem Türkiye'deki bedensel engellilerin hem de yabancı bedensel engellilerin Türk pazarına yönelme konusundaki görüşleri arasında her hangi bir fark olmadığı saptanmıştır (Tablo, 10–11). Buradan, ilgili pazarı değerlendirme açısından engelli müşteriye ağırlayan ile ağırlamayan otel yöneticileri arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir fark olmadığı da anlaşılmaktadır. Bu amaçla oluşturulmuş olan H_3 hipotezi kabul edilmemiştir ($p=0,33$; $p=0,086$). Başka bir ifade ile her iki yönetici de söz konusu pazarı aynı düzeyde iyimser bir bakış açısıyla değerlendirmektedir ($X_{ort}=3,53$; $3,37$ ve $X_{ort}=3,51$; $3,80$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkeden ülkeye değişmekle beraber dünya nüfusunun yaklaşık % 5 ila 20'sini engelliler oluşturmaktadır. İnsan hakları ve seyahat özgürlüğünün savunulduğu çağdaş dünyamızda turizm endüstrisinin engellileri dikkate alması günümüz şartlarında artık kaçınılmaz bir durumdur. Zira diğer insanlar gibi onların da engelsiz seyahat etme, dinlenme ve eğlenme en doğal haklarıdır. Bu konuda gelişmiş ülkeler gerek yasal gerek alt yapı açısından gelişmekte olan ülkelerden daha iyi konumdadır.

Bu çalışma, konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelli pazarına bakış açılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'deki konaklama işletmeleri yöneticilerinin, ilgili pazar hakkında bilgili olup olmadıkları ve pazara bakış açıları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 11. Yabancı bedensel engellilerin türk pazarına yönelmeleri için yapılması gerekenler hususundaki hazırlanan sorulara verilen cevaplar ile engelli müşteriye hizmet verme durumu

Hizmet Verme Durumu	N	Ort	Std Sapma	t	p
Evet	224	3,51	0,85	-1,723	0,086
Hayır	28	3,80	0,43		

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, konaklama işletmelerinin önemli bir çoğunluğu bir sefer de olsa engelli bir müşteriye hizmet vermişlerdir. Oteller, hemen hemen her gruptaki engellilere hizmet vermiş iseler de, *bedensel engelli* müşterileri daha fazla ağırlamışlardır. Bu durumun *bedensel engellilerin* diğer engelliler içinde payının nispi olarak fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Yıldız sayısına bağlı olarak otel yöneticilerinin gerek yerli ve gerekse yabancı bedensel engelli pazarına bakış açıları farklılık göstermektedir. Yıldız sayısı arttıkça otel yöneticilerinin ilgili pazarı daha iyimser değerlendirmektedirler. Bu işletmelerin, söz konusu pazara hizmet sunma açısından henüz işin başında oldukları, konaklama hizmet personelinin de bedensel engelliye hizmet vermeye eğitim seviyesi açısından oldukça yetersiz olduğu söylenebilir.

Otellerin park alanları, lobi, resepsiyon gibi giriş katında bulunan hizmet üniteleri banyo, oda, asansör vb birimlerine göre bedensel engelliler için daha uygun konumdadır. Bedensel engelliler için öncelikli hedefin özel tasarlanmış oteller inşa etmek yerine, mevcut kapasitede ek düzenlemelerin yapılması daha uygun olacaktır.

Çalışmanın bulgularının değerlendirilmesi sonucunda özel sektörün bu konuda aktif rol oynaması önerilebilir. Daniels vd. (2004)'nin yaptığı çalışma da, bu görüşü destekler niteliktedir.

Ray ve Ryder'in (2003) çalışmasında vurgulandığı gibi engelliler, günümüzde büyük bir pazar dilimini oluşturmaktadır. Bundan dolayı otellerin zaman geçirmeden bedensel engelliler için tur düzenleyen yurt dışı acentalar ile işbirliği yapmaları ve bu alanda uzmanlaşmış acentaların doğması ilgili alandaki talebin canlanmasına katkı sağlayabilir. Gerek devlet gerekse özel sektörün katkılarıyla ayrı bir fon oluşturularak engellilerin seyahate çıkmaları özendirilebilir.

ABD ve İngiltere (Coles ve Shaw 2003; Ray ve Ryder 2003) örneğinde olduğu gibi, çıkarılan engelliler yasınının ülke turizmüne katkı sağladığından yola çıkarak, 01.07.2005 tarih ve 5378 sayılı kanunla kabul edilen engelliler ile ilgili yasanın hızla hayata geçirilmesi, Türkiye'de de daha fazla engellinin turizm faaliyetine katılmasına önemli katkı sağlayacaktır. Bu durum, Türkiye'de farklı bir turizm türünün canlanmasına yol açabilir.

Engelliler günümüzde seyahat konusunda daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle, Türk halkı gerek medya aracılığı gerek eğitim kurumları vasıtası ile eğitilmelidir. Eğitime öncelik bedensel engelliler ve yakınları ile başlanmalıdır. Ayrıca, turizm eğitimi veren okulların müfreda-

nda engellilere yönelik hizmet unsurlarını içeren bilgiler yer almalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın merkez ve taşra teşkilatında engelliler için ayrı bir hizmet birimi oluşturulabilir. Sektör kuruluşlarının web sayfalarında engelliler ile ilgili bilgilendirici ve yönlendirici bilgilere ulaşılması sağlanabilir.

Öte yandan, ankete katılan otel yöneticilerinin araştırmaya katkı sağlamak üzere sundukları önerilerden bazılarını da şu şekilde özetlemek mümkündür; İnsanların bedensel eksiklikleri seyahat özgürlüğünü kısıtlamamalı, bu konuda ailelerine maddi yardımda bulunulmalı, özellikle büyük holding ve işletmelerin oluşturduğu bir fon vasıtası ile engellilere aileleri ile birlikte tatil yapma imkanı sağlanmalıdır. Bedensel Engelliler Federasyonu mutlaka TUROB (Türkiye Otelciler Birliği) ile bağlantıya geçmeli ve engelli vatandaşlarımız için tatil paketleri ve bir takım kolaylıklar hazırlanmalıdır. Ayrıca, Federasyon da bu konuda araştırma yaparak üyelerine konu hakkında (otel fiyatları, imkânları, federasyona uygun paket fiyatı verenler vb.) bilgi vermelidir. Bedensel engellilere sunulan imkânlar sadece beş yıldızlı otellerle sınırlı kalmamalı, diğer konaklama işletmeleri ile de zenginleştirilmelidir. Engelliler için özel inşa edilecek konaklama tesisleri, onları toplumdan soyutlama anlamına gelecektir. Bu konuda gerek turizm işletmeleri yöneticileri ve çalışanları ve gerekse halk eğitilmelidir.

Konu ile ilgili yapılacak daha sonraki araştırmalar için, ilgili çalışma tüm engellileri kapsayacak şekilde genişletilebilir. Veya çalışmaya bedensel engellilere odaklanmış bir yapı kazandırılarak onların bu konudaki eğilimleri dikkate alınabilir. Bir başka açıdan ise, yerel yönetimler, kamu kurum ve kuruluşlarının bakış açıları değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abeyraine, R.I.R. (1995). Proposals and Guidelines for the Carriage of Elderly and Disabled Persons by Air, *Journal of Travel Research*, 33 (3): 52-59.
- Aitchison, C. (2003). From Leisure and Disability to Disability Leisure: Developing Data Definitions and Discourses, *Disability and Society*, 18 (7): 955-969
- Artar, Y. ve Karabacakoğlu, Ç. (2003). Türkiye'de Özürlüler Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Olarak Konaklama Tesislerindeki Altyapı Olanaklarının Araştırılması (*Basilmış Uzmanlık Tezi*), Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Australian Bureau of Statistics, (1993). Catalogue No. 4430.0 Disability, *Ageing and Carers*, Australia ABS.
- Baker, K, Hozier, G. ve Rogers, R. (1994). Marketing Research and Methodology and the Tourism Industry: A Non-technical Discussion, *Journal of Travel Research*, 32 (3): 3-7.
- Brown, T.J., Kaplan, R. ve Quaderer, G. (1999). Beyond Accessibility Preference for Natural Areas, *Therapeutic Recreation Journal*, 33 (3): 209-221.

- Burnett, J. ve Bender, B.H. (2001). Assessing the Travel-Related Behaviors of the Mobility-Disabled Consumer, *Journal of Travel Research*, 40: 4–11.
- Cannon, J. (1994). Issues in Sampling and Sample Design: a Managerial Perspective, İçinde J. Ritchie, ve C. Goeldner, (Editörler), *Travel, Tourism, and Hospitality Research*, (ss: 131-143). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cavinato, J.L. ve Cuckovich, M.L. (1992). Transportation and Tourism for the Disabled: An Assessment, *Transportation Journal* 31 (3): 46–53.
- Cody, R.P. ve Smith, J.K. (1991). *Applied Statistics and the SAS? Programming Language*. 3th Edition, New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 122-135.
- Coles, T ve Shaw, G. (2003) Disability, Holiday Making and The Tourism Industry in The UK: A Preliminary Survey, *Tourism Management*, 25 (3): 397-403.
- Crawford, D.W. ve Godbey, G. (1987). Reconceptualizing Barriers to Family Leisure, *Leisure Sciences*, 9 (2): 119–128.
- Crawford, D.W., Jackson, E.L. ve Godbey, G. (1991). A Hierarchical Model of Leisure Constraints, *Leisure Sciences*, 13 : 309–320.
- Daniels, M.J., Rodgers, E.B.D. ve Wiggins, B.P. (2004). Travel Tales: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical Disabilities, *Tourism Management*, August.
- Darcy, S. (1998). *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of Disabled New South Wales People with a Physical Disability Tourism*. Sydney: New South Wales.
- Darcy, S. (2002). Marginalized Participation: Physical Disability, High Support Needs and Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management* 9: 61–72.
- Davis, D. ve Cosenza, R. M. (1988). *Business Research for Decision Making*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Disability Discrimination Act (1995). www.legislation.hmso.gov.uk/acts.htm Erişim Tarihi 10.07.2005.
- English Tourism Council. (2000). *People With Disabilities And Holiday Taking*. London: ETC.
- Germ, P.A. ve Schleien, S.J.(1997). Inclusive Community Leisure Services: Responsibilities of Key Players, *Therapeutic Recreation Journal* 31: 22–37.
- Hacıoğlu, N. (1995). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Hawkins, B.P., Peng, J., Hsieh, C. ve Eklund, S.J. (1999). Leisure Constraints A Replication and Extension of Construct Development, *Leisure Sciences*, 21: 179–192.
- Hurst, F. (1994). En Route Surveys, İçinde J. Ritchie, ve C. Goeldner (Editörler), *Travel, Tourism, and Hospitality Research- A Handbook for Managers and Researchers* (ss. 453-471). New York: John Wiley and Sons Inc.
- İçöz, Ö. (1998). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Israeli A.A. (2002). 'A Preliminary Investigation of the Importance of Site Accessibility Factors For Disabled Tourists' *Journal of Travel Research*, 41 (1): 101-104.
- Jackson, E.L. ve Scott, D. (1999). *Constraints to leisure İçinde: E.L. Jackson ve T.L. Burton, Editors, Leisure studies Prospects for the twenty-first century*. PA: Venture Publishing, Inc., State College: 299–321.
- Kahn, J. (2000). *Creating an Online Community—and a market—for the Disabled*. *Fortune*, 7 February, p. 188.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. ve Lam, P., (2003). Travel Agents: Facilitators or Inhibitors of Travel for People with Disabilities, *Tourism Management*, 24: 465–474.
- Mengüç, A.F. (2002). Turizm ve Özürlüler, *Bilim ve Aklın Aydınlanışında Eğitim Dergisi*, 3(29).
- Miller, G.A. ve Kirk, E. (2002). The Disability Discrimination Act: Time for the Stick? *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (1): 82–88.
- Ray, N.M. ve Ryder, M.E. (2003). "Abilities" Tourism: An Exploratory Discussion of the Travel Needs and Motivations of the Mobility-Disabled, *Tourism Management*, 24: 57–72.
- Resmi Gazete, (2000). *Turizm Tesisleri Yönetmeliği*, No: 24101.
- Ryan, C. (1995). *Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems*. London: Routledge.
- Smith, R., (1987). Leisure of Disable Tourists Barriers to Participation, *Annals of Tourism Research*, 14 (3) : 376–389.
- Tatlıdil, H. (1996). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Ankara: Cem Web Ofset Ltd. Şrt.
- Turco, D.M., Stumbo, N. ve Garncarz, J. (1998). Tourism Constraints for People with Disabilities, *Parks & Recreation*, 33 (9): 78–84.
- UNESCAP. (2000). *Conditions to Promote Barrier-free Tourism for People with Disabilities and Older Persons*. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP). Presentation at the National Workshop on Sustainable Tourism Development in China. Tianjin, China.
- US Census Bureau, (2000). Disability status: 2000–Census 2000 Brief. Retrieved June 21, 2003, from <http://www.sciencedirect.com>
- Weiss, L. (1986). *Access to the World*. New York: Holt and Company.
- Yau, M.K., McKercher, B. ve Packer, T.L. (2004). Traveling with a Disability: More than an Access Issue, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 946-960.

İNTERNET KAYNAKÇASI

- www.ozida.gov.tr Erişim Tarihi 07.07.2005.
- www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5378.html Erişim Tarihi 07.07.2005.
- www.turizm gazetesi.com. Erişim tarihi: 08.07.2005.

Gönderilme tarihi : 27 Haziran 2005
 Birinci düzeltme : 7 Temmuz 2005
 İkinci düzeltme : 12 Temmuz 2005
 Üçüncü düzeltme : 27 Eylül 2005
 Dördüncü düzeltme : 20 Ekim 2005
 Kabul : 11 Kasım 2005

Yrd. Doç. Dr. Ali Yaylı, Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, 06830 Gölbaşı, Ankara
 E-posta: yayli@gazi.edu.tr
 Doç. Dr. Yüksel Öztürk, Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, 06830 Gölbaşı, Ankara
 E-posta: oyuksel@gazi.edu.tr

Türkiye Turizminin Gelişmesi Hakkında Raporlar

Kenan ŞANLIER

Anadolu Üniversitesi

NOT: Bu yazıda, 1961 yılında dönemin Devlet Başkanı Org. Cemal GÜRSEL'e turizmle ilgili konularda sunulan raporların biri yer almaktadır. Turizm tarihinden önemli belgeleri yayımlamaya bu sayımızda da devam ediyoruz. Söz konusu raporları temin eden ve yayıma hazırlayan Anadolu Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürü Kenan ŞANLIER'e teşekkür ederiz.

MEVZUATTA DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA LÜZUM KALMAKSIZIN MÜNHASIRAN İDABI TEDBİRLERLE HALLİ MÜMKÜN OLAN HUSUSLAR

1) Yurdumuza gelen, hudut kapılarımızdan giren yabancılarla turistlerin, Türk olarak ilk karşılaştıkları kimseler, polis ve gümrük memurlarımızdır. Yurdumuzu terkederken de son defa yine onlarla karşılaşılır.

Yabancılar da ve turistlerde, memleketimiz ve milletimiz hakkında ilk ve son intihalarının en iyi bir şekilde yer etmesi için, bu gibi memurlarımızın beynelmilel dillerden birisi ile hitap edebilecek ve az çok anlaşabilecek bir dil varlığına ve yabancılarla karşı muamelelerinde de soğuk ve sert hareket etmemeleri için bilgiye sahip olmaları lâzımdır.

Bundan başka polis, belediye zabıta memurlarına, Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığınca hazırlanacak pratik yabancı dil konuşma kitabı ve turiste rehber olacak el kitapları ile bölge, şehir plân ve broşürleri verilmelidir.

2) Hava meydanları, garlar ve iskelelerde yük taşıma hizmetlerinin disiplin altına alınması için bu işlerde çalışacakların yeknesak bir kıyafete sahip olmalarının ve hüviyetlerini belirtecek bir numara taşımalarının usul ittihaz edilmesinin temini hususu komisyonca müzakere edilirken, İçişleri Bakanlığınca temsilcisi tarafından valiliklere gerekli emir ve talimatın verildiği bildirilmiştir.

3) Memleketimizde millî ve milletlerarası toplantı yapmak isteyen derneklerin, resmî konferans ve kongrelerin, aynı zamana tesadüf eden günler içinde toplantılar yapmak sureti ile Ulaştırma ve Konaklamada zorluklar meydana getirmelerini önlemek için, bu gibi toplantıların günleri, ve mahalleri tespit edilmeden önce, dernekler için İçişleri Bakanlığının, diğerleri için de ilgili bakanlıkların Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığı ile önceden anlaşmaya varmalarının usul ittihaz edilmesi, komisyonca da yerinde görülmüştür.

4) Ağır inşa, tesis ve işletme sermayesine ve bilgiye muhtaç olan turizm sanayiimiz sahasına yabancı hususi teşebbüs ve sermayeyi cezbedebilmek için,

bu teşebbüslerin kazançlarından sermayeleri karşılığı olan ve kendi hisselerine düşen miktarların transferinde kolaylık gösterilmesi Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığınca talep edilmektedir.

Turizm sahasına yapılacak yatırımlar, Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanununun 1. nci maddesinde yer almış bulunduğu göre mevzuatta bir değişiklik yapılmasına lüzum görülmemiş ancak, bu sahaya yapılacak yatırımlarda, Yabancı Sermayeyi Teşvik Komitesine Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığının bir temsilcisinin de mevzuun icabına göre davet edilmesi tavsiyeye şayan görülmüştür.

5) Yerli ve Yabancı hususî teşebbüs ve sermayenin turizme hadim tesisler meydana getirmesine yardımcı olmak, Profesör Baade'nin raporunda da tavsiye ettiği şekilde hazinenin de iştirakiyle yerli ve yabancı sermayeden müteşekkil şirketler kurulabilmesine imkânlar hazırlamak için, millî ve milletlerarası turizm bakımından ilk plânda ele alınacak olan Marmara/Ege, Akdeniz ve Karadeniz kıyılarıyla Orta Anadolunun bazı kesimlerinde hazineye ait araziden lüzumlularının Basın -Yayın ve Turizm Bakanlığınca emrinde tutulması istenmektedir.

Komisyonumuz, bu talebin yerine getirilebilmesi için, zikredilen bölgelerde turizm bakımından önceden gerekli etüdlerin yapılmış ve arazi kısımlarının tesbit edilmiş olması icabettiği üzerinde durmuş, hazinece şimdiden bu bölgelerdeki arazinin mümkün mertebe elden çıkarılmamasına itina gösterilmesi, satışlarda vesair hususlarda ise, Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığınca ile temas edilmesi temenniye şayan görülmüştür.

6) Turistik müesseselerde, mefruşat, tesisat ve eşyalarda kırılma, yıpranma, aşınma vesair suretle bir takım noksanlıklar, arızalar meydana gelmekte, hattâ bazen bu gibi haller işletmelerin faaliyetini tatil etmesine sebep olacak durumlar hasıl etmektedir. Bu gibi arıza ve noksanlıkların sür'atle ve zamanında izale ve ikmal edilmesini, seyahat acente sahip ve idarecilerinin de yabancı memleketlere giderek anlaşma yolu ile turist celbini temin için bu müesseselerin ve acentelerin elde ettikleri dövizlerden % 5 veya 10 gibi pek cüz'î bir miktarının bu hususlara harcanmak üzere Basın -Yayın ve Turizm Bakanlığınca emrinde tutulması mezkûr Bakanlıkça talep edilmiştir. Ticaret ve Maliye Bakanlıkları Temsilcileri tarafından böyle bir tahsis usulünün mahzurlu neticelerine temas edilmiş ve bununla beraber memleketimize turist celp eden acentelerin elde

ettikleri dövizin % 50 sine kadar olan kısmının (muayyen şartlar dahilinde) ve yeni bir karara göre bu acentelerin ihtiyaçlarına tahsis edilmesine Maliye Bakanlığınca müsaade olunacağı anlaşılmıştır.

7) Turist ticareti dolayısıyla yabancı memleket acenteleriyle anlaşmaları olan Türk Seyahat Acentelerinin, ödemek mecburiyetinde oldukları komisyon karşılıklarının kolaylıkla transferine imkân bulamadıklarından zaman zaman şikâyet etmeleri sebebiyle bu hususun Maliye Bakanlığınca nazara alınması üzerinde durulmuştur.

Memleketimize kısa bir süre için gelen yabancı artist ve müzisyenler buradaki kazançlarından, önce geçimlerini ve günlük ihtiyaçlarını sağlamak, sonra memleketlerinde bulunan ailelerinin iâşe ve ibatelerini temin etmek ve ayrıca gelecekları için de bir miktar ayırmak zorundadırlar. Bu bakımdan kazançlarından elde ettikleri meblâğın yansını transfer etmeleri imkânının bahsedilmesi komisyonumuzca da uygun görülmüş, Maliye Bakanlığının temsilcisi de bazı kayıt ve şartlar dahilinde bu hususun sağlanabileceğini beyan etmiştir.

Ticaret ve Maliye Bakanlıkları Temsilcileri tarafından böyle bir tahsis usulünün mahzurlu neticelerine temas edilmiş ve bununla beraber memleketimize turist celp eden acentelerin elde ettikleri dövizin % 50 sine kadar olan kısmının (muayyen şartlar dahilinde) ve yeni bir karara göre bu acentelerin ihtiyaçlarına tahsis edilmesine Maliye Bakanlığınca müsaade olunacağı anlaşılmıştır.

Döviz almaya yetkili kılınan müesseseler, aldıkları dövizleri alış fiatı üzerinden Bankalara devrettiklerinden cüz'i bir komisyon almaktadırlar. Gider Vergisi Kanununda bu gibi devirlerden elde edilen komisyonlar gider vergisi mevzuuna girmediği halde vergi tahakkuk ettirildiği, Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığınca ileri sürülmüştür. Komisyonumuz, gider vergisi mevzuuna girmeyen bu yanlış tatbikatın önlenmesi için keyfiyetin Maliye Bakanlığınca ele alınmasını temenni etmiştir.

7) Turist ticareti dolayısıyla yabancı memleket acenteleriyle anlaşmaları olan Türk Seyahat Acentelerinin, ödemek mecburiyetinde oldukları komisyon karşılıklarının kolaylıkla transferine imkân bulamadıklarından zaman zaman şikâyet etmeleri sebebiyle bu hususun Maliye Bakanlığınca nazara alınması üzerinde durulmuştur.

8) Memleketimize kısa bir süre için gelen yabancı artist ve müzisyenler buradaki kazançlarından, önce geçimlerini ve günlük ihtiyaçlarını sağlamak, sonra memleketlerinde bulunan ailelerinin iâşe ve ibatelerini temin etmek ve ayrıca gelecekları için de bir miktar ayırmak zorundadırlar. Bu bakımdan kazançlarından elde ettikleri meblâğın yansını transfer etmeleri imkânının bahsedilmesi komis-

yonumuzca da uygun görülmüş, Maliye Bakanlığının temsilcisi de bazı kayıt ve şartlar dahilinde bu hususun sağlanabileceğini beyan etmiştir.

9) Döviz almaya yetkili kılınan müesseseler, Banka ve şahıs çekleriyle travellers çekleri mubayaa hakkını haiz olmalarına rağmen bunlar için efektif mubayaaalarında olduğu gibi komisyon ödenmediğinden ve bir de bu gibi çekler memleketimizde müteammim olmadığından çeklerin kabul edilmemesi gibi mahzurlu bir durum doğmaktadır.

Komisyonumuz travellers çeklerini alan ve riskini kabul eden bir müessesenin vazifelendirilmesi suretiyle bu çeklerin döviz almaya yetkili müesseselerce para gibi kabul edilmesine, döviz alımı için selâhiyet verilmiş olan müesseselerin ve dairelerin şanj bürolarında çeşitli para ve travellers çeklerinin fotoğraflarının örnek olarak asılmasına zaruret görmektedir. Ayrıca, yine bu gibi bürolarda efektif ve travellers çekleri üzerinde kambiyo muamelesi yapıldığını bildiren levhaların da bulundurulması icap etmektedir.

Millî ve milletlerarası turizme hizmet eden müesseseler, son gelir vergisi artımı ve kurumlar vergisi gibi vergiler karşısında hasılatlarının pek cüz'i bir kazanç bıraktığı ileri sürerek, müesseselerim tevsi, ıslâh ve inkişaf ettirmek için yatırım yapamayacaklarını bildirmişler, Amerika'da ve diğer memleketlerde olduğu gibi yeni yatırımlar için safi kazançlarının % 25-30 nisbetindeki kısmının umumî kazanç yekûnundan çıkarılması hususunda Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığının alâka göstermesini talep etmişlerdir. Komisyonumuzca bu hususun müzakeresinde; Maliye Bakanlığının temsilcisi her çeşit teşekkül ve müesseselerin, otofinsanman mevzuunun bir bütün olarak ele alınmış olduğunu, turizme hizmet eden müesseselerin de aynı mahiyetteki ihtiyaçlarının bu umumî çerçeve içinde mütalâa edilerek müsbet bir hal çaresine bağlanacağını belirtmiştir.

11) Komisyonumuzca, turistik ve benzeri tesislerde mevcut eşya amortismanları hadlerinin, kullanım ve yıpranış şekillerine göre, yeniden tesbit edilmesinin müzakeresinde, Maliye Bakanlığınca bu hususun ele alınmış olduğu, şikâyetlere son verileceği anlaşılmıştır.

12) Mevzuatımızda, ihtiyaçtan fazla döviz bozulan yabancılar ve turistlere iadeten satış yapılması ve dövizlerin cins ve miktar bakımından lüzumlu provizyonun mevcudiyetini icap ettiren muameleler dolayısıyla keyfiyet Bankalara inhisar ettirmektedir. Bu konuda herhangi bir ihtilâfa meydan bırakmamak için de iadeten satışların miktarının, turist tarafından evvelce satılan dövizlere ait bordro veya makbuz muhteviyatım aşmamasına dikkat edilmektedir.

Komisyonumuz, iadeten satışlarda turisti bekletmeyecek, zorluk çıkarmayacak bir şeklin bulunmasını zarurî görmüş ve-turistlerin memleketi terk ettikleri hudut kapılarında PTT, Gümrük veya Turizm Bürolarında açılacak şanj Bürolarında, da bu gibi satışları yapabilmelerinin sağlanması, mevcut kayıt ve şartların ve formalitelerin son derece basitleştirilmesi lüzumunu tebarüz ettirmiştir.

13) Komisyonumuz memlekette müsbet turizm anlayışının yerleşmesi için, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğünün talebi üzerine, Millî Eğitim Bakanlığı salâhiyetli Temsilcileriyle müştereken 1951 yılında hazırlanan ve Millî Eğitim Şûrasınca da kabul edilmiş bulunan her dereceli okullarda turizm bilgi ve terbiyesinin verilmesine ait çalışmalarla okul müfredat programlarında bu konuya ayrılan mevzuların, bu ders yılından itibaren işlenmesinin lüzumu üzerinde durmuştur.

14) Memleketimizin her bakımdan mühim olan turizm kaynak ve imkânının millî ve milletlerarası turizm bakımından daha üstün bir şekilde değerlendirilmesi ve gelecekte turizm sahasında daha geniş ve verimli neticeler alınabilmesi için Üniversitelerimizden birinde ilmî çalışmalar Sapacak bir (Turizm Enstitüsü) nün kurulması, Komisyonumuzca zarurî görülmüştür.

15) Millî Eğitim Bakanlığı Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı ve (ICA) Amerikan Teknik Yardım. Heyetinin müştereken açılmasını kararlaştırdığı Orta Meslek Okulu derecesindeki (Otelcilik Okulu) nun, önümüzdeki ders yılı faaliyete geçmesini ve ayrıca (CENTO) için açılması düşünülen Ankara (Yüksek Otelcilik Okulu) na ait anlaşmanın bir an önce tahakkuk etmesini ve bu sahadaki eğitimin mesleğin pratik icaplarına uygun eleman yetiştirecek surette düzenlenmesini Komisyonumuz ehemmiyetle temenniye değer bulmuştur.

16) Millî Eğitim Bakanlığı Teknik ve Meslekî Öğretim Müsteşarlığı Ticaret Öğretim Genel Müdürlüğü tarafından muhtelif yerlerde faaliyete geçirilmiş olup, piyasada çalışanları kalifiye bir hale getirmek üzere açılmış bulunan Garson ve Aşçı Kurslarının, daha disiplinli ve verimli bir hale getirilmesi, bundan başka yeni genç elemanların yetiştirilmesi için de ayrıca kısa devreli kurslar açılması, Komisyonumuzca zarurî görülmektedir.

17) Etnografik varlıklarımızla folklorik değerlerimizi gün geçtikçe kaybetmekteyiz. Bu sebeple bunları bir araya getirecek, kıymetlendirecek, muhafaza edecek tesislere, arşivlere şiddetle ihtiyaç vardır. Diğer bir çok memleketlerde olduğu gibi ya merkezî bir yerde veya mühim bir kaç bölgede açık hava halk müzelerinin bir an önce kurulmasını, ayrıca tarihimizin mühim hâdise ve; şahsiyetlerine ait binaların ve mevkilerin ziyaretgâh haline getirilmesini, memleketimizde millî ve milletlerarası turiz-

min inkişafına büyük yardımları dokunacak olan bu hususların nazara alınmasını, komisyonumuz Millî Eğitim Bakanlığına tavsiye eder.

18) Komisyonumuz, Tercüman Rehber Kurslarının açılmasında, Tercüman - Rehber yetiştirilmesinde, Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığı ile Millî Eğitim Bakanlığının sıkı işbirliği yapması lüzumuna kani bulunmaktadır.

19) Halkın ve turistlerin istifadesini de gözönünde tutmak suretiyle tanzim ve takdim edilmesi icap eden müzelerimiz, ihtiva ettiği eserleri halka ve turiste tanıtacak kitap ve broşürlere sahip değildir. Dünya ölçüsünde eşsiz olan müzelerimizin ihtiva ettiği kıymetli eserlerin neşriyat, fotoğraf, ve resim yolu ile değerlendirilmeye ihtiyacı vardır. Bu neşriyat, dolayısıyla, dünya ilim ve fikir âlemine karşı faydalı bir hizmet teşkil edecektir.

Bu vesile ile Komisyonumuz, Eski Eserler ve Müzeler Teşkilâtında esaslı bir islâhata ihtiyaç olduğu, Eski Eserler, Müzeler ve tarihî harabe ve yerler için bölge teşkilâtı kurulması gerektiği neticesine varmıştır. Bu suretle her gün biraz daha yok olan tarihî harabe ve eserler muhafaza ve bakıma kavuşmuş olacaktır.

20) Gençlik ve öğrenci turizminin inkişafı mevzuunda Millî Eğitim Bakanlığınca bir takım çalışmalar yapıldığı, yurtlardan ve diğer müesseselerden gençlerin ve öğrencilerin faydalandırıldığı, Bakanlık temsilcisi tarafından izah edilmiştir. Bu izahatla, Millî Eğitim Bakanlığı Dış Münasebetler Genel Müdürlüğü ile Orta Öğretim Genel Müdürlüğünün gençlik ve öğrenci turizmi ile alakadar buldukları anlaşılmıştır. Komisyonumuz, gençlik ve öğrenci turizm faaliyetinin ayrı ayrı iki müdürlüğün elinde değil, münhasıran bu işle meşgul olacak bir müdürlüğün elinde bulunmasının lüzumuna kanidir.

21) Gümrük ve Tekel Bakanlığı Temsilcisinin izahına göre yakın zamanlarda verilen emirler mucibince bir müddetten-beri haklarında yazılı ihbar bulunmadıkça turistler memlekete giriş ve çıkışlarında Gümrük Muayenesine tâbi tutulmamakta, Türkiye'ye gelen yolculardan önce turistler Gümrükten geçirilmekte, sonra yerli yolcuların muayeneleri yapılmakta ve sonunda ihbarlı şahısların muayene ve muameleleri intaç edilmektedir.

Komisyonumuz, bu izahatı memnuniyetle karşılamıştır.

22) Uçak meydanlarından transit olarak geçen turistlerin yemek salonlarında veya eşya satın almak üzere terminal binalarında dolaştıkları esnada, kontrolleri için vazifelendirilen kıyafetleri bozuk ve beli tabancalı memurlar yerine kıyafetleri düzgün sivil memurların bulundurulması lâzımdır. Bundan başka mümkün mertebe transit yolculara ait

salonların ayrılması da icap eder. Gümrük ve Tekel Bakanlığınca da bu yolda tedbirler alınacağı temsilcisi tarafından beyan edilmiştir.

23) Turistler ve yabancı yolcular hakkında yapılacak ihbarların nazara alınması için yazılı olması ve adreslerin de kaydedilmiş bulunması gerektir. Bu gibi ihbarların neticesi müsbet çıkmadığı takdirde, muhbir hakkında gerekli kanunî takibatin yapılması için keyfiyetin mahallî Cumhuriyet Savcılıklarına intikal ettirilmesi tabiidir. Bu hususun Gümrük ve Tekel Bakanlığınca gümrüklere tamim edileceği, Bakanlık temsilcisi tarafından beyan edilmiştir.

24) Gümrük muayene memurlarına turizm bilgisi verilmek üzere Gümrük ve Tekel Bakanlığında mevcut tatbikat kursunda konferanslar tertip edileceği Bakanlık temsilcisi tarafından açıklanmıştır.

25) Hava meydanlarında, tekel mamullerinin tenzilatlı şekilde satışına yeniden başlanacağı, ayrıca yabancıların ve turistlerin zevkine uygun Amerikan sigarası imal veya ithal edilmesi keyfiyetinin de etüd edileceği, ilgili Bakanlık temsilcisi tarafından ifade edilmiştir.

26) Turistik mahallerde, hudut giriş kapılarında PTT şubeleri açılması, bu şubeler gişelerinde, mühim limanlarda, garlarda, turistik mevki istasyonlarında kambiyo muamelelerinin yapılması, bu iş için Maliye Bakanlığı ile Merkez Bankasının şimdiden harekete geçmesi, ehemmiyetli mevkilerdeki PTT gişelerinde, otellerde vesair mühim yerlerde memleketimize ait manzaraları gösteren posta kartları satılmasının sağlanması lâzımdır. Bu iş için Müzeler ve Eski Eserler Umum Müdürlüğü bakımından Millî Eğitim Bakanlığının alâka göstermesi, manzara ve turistik mahallerin fotoğraflarının çekilmesi hususunda Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığının, satış işini tanzim için de Ulaştırma Bakanlığının işbirliği yapmaları icap eder.

Bütün bu mevzuların ilgili Bakanlıklarca temin ve takibi, turistik müesseselerde posta pulu satılması, posta kutuları ile damga için mühürler bulundurulması hususunda Ulaştırma, Basın - Yayın ve Turizm Bakanlıklarının faaliyete geçmesi, Komisyonumuzca uygun mütalâa edilmiştir.

27) Ulaştırma Bakanlığı Temsilcisi Hava, Deniz ve Demir Yollarında turistler için Kombine bilet ihdasının prensip itibariyle Bakanlığınca kabul edildiğini, ancak derhal tatbikata geçilemeyeceğini, Hava, Deniz ve Deniz Yolları idarelerinin organizasyon ve çeşitli malî meseleler bakımından bir anlaşma içinde çalışmasını icap ettireceğini ve mevzuun zamanla ele alınabileceğini kaydetmiştir.

Komisyonumuz bu hususları, teferruata taallük etmekle beraber, turizm bakımından ehemmiyetli bulmuş, adı geçen idareler arasında bu meselelerde işbirliğine varılması için Ulaştırma Bakanlığın-

ca mevzuun hemen ele alınması lüzumuna işaret etmeyi uygun görmüştür.

28) Hava alanlarında, garlarda, yolcu salonlarındaki enformasyon memurlarının Basın - Yayın ve Turizm Bakanlığının yabancı dile vakıf vazifeleri ile müşterek çalışma yapmaları suretile mühim bir ihtiyacın karşılanması, bu arada memleketimizi tanıtacak turistik neşriyatın dağıtılması.

29) Kara Yollarımızda turistler için dinlenme, barınma, tesislerinin de inşa ettirilmesi hususunun Karayolları İdaresince nazara alınacağı ve alınmakta olduğu, milletlerarası trafik işaretlerinin lüzumlu yerlere konulduğu Bayındırlık Bakanlığı temsilcisi tarafından beyan edilmiş ve mezkûr Bakanlıkça bu konularda hassasiyet gösterildiği ve lüzumlu tedbir ve tesislerin tahakkukuna çalışıldığı memnuniyetle müşahede edilmiştir.

30) Turistik bölge ve mahallerin etüde edilmesinde, plân ve programlara bağlanmasında İmar ve İskân Bakanlığının Teşkilât ve çalışmaları ile Basın- Yayın ve Turizm Bakanlığının yardımcı olması Komisyonumuzca da uygun mütalâa edilmiştir.

31) Kara Yollarında turistik mahallere giden yollarda kazaları önlemek bakımından trafik polisinin sık sık kontroller yapması, mühim garlar, hava alanları arasında çalışan taksilerin tesbit edilmesi, şehirler içinde çalışan taksi ve otobüs şoförleriyle, polislerin yanlarında mutlaka şehir plânları bulundurulmasının mecburi tutulması, bu gibi plânların İller Bankasınca şehirler adına bastırılıp satılması, konularında da mutabakata varılmıştır.

KOMİSYON ÜYELERİ

Muslih Fer, *Komisyon Başkanı, Başbakanlık Müsteşar Muavini Üyeyer:*

Mustafa Özkaya, *Maliye Bakanlığı Hazine Genel Müdürlüğü, Kambiyo Mütehasısı*

Alim Şerif Onaran, *İçişleri Bakanlığı, Em. Gn. Md. I. D. Başk.*

Erdoğan Karasapan, *Dışişleri Bakanlığı, I. Şb. Müdür V.*

Turan Bozkurt, *Millî Eğitim Bakanlığı, I. Hukuk Müşaviri*

Orhan Alsaç, *Bayındırlık Bakanlığı Müsteşarı*

Fazıl Asal, *Dış Ticaret Dairesi, Reis Muavini*

Osman Eldemir, *Gümrük Ve Tekel Bakanlığı, Gümrük Genel Md., Kontrol Şube Müdürü*

Vedat Erder, *Tarım Bakanlığı, Orman Gn. Müdürlüğü & Şube Müdür V.*

Muhtar Körükçü, *Ulaştırma Bakanlığı, Ptt Genel Müdürlüğü Müşaviri*

Reşat Ak, *Çalışma Bakanlığı, İşçi Sigortaları Kur. Gn. Md., Genel Sekreteri*

Hasan Memikoğlu, *Sanayi Bakanlığı*

Selahattin Çoruh, *Küçük Sanatlar Dairesi Genel Müdürü,*

Basın Yayın Ve Turizm Bakanlığı Turizm Dairesi Müdürü

Recai Akçay, *İmar Ve İskan Bakanlığı, İller Bankası Genel Müdür Muavini*

Faruk Erdem, *Devlet Planlama Teşkilatı, Uzman Y.*

1. Bursa Turizm Sempozyumu

Yusuf AYMANKUY

Balıkesir Üniversitesi

Sempozyum, Sentez Uluslararası Bilim ve Teknoloji Birliği'nin (SUBİTEB) önderliğinde Bursa İl Genel Meclisi, Büyükşehir Belediyesi, Nilüfer ve Osmangazi Belediyeleri, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Güney Marmara Turistik Otelciler Birliği (GÜMTOB) ile Bursa'daki turizm işletmelerinin ve yerel diğer kurum ve kuruluşların katkıları ile 30 Eylül-2 Ekim 2005 tarihleri arasında Bursa'da Almira Otel'de gerçekleştirildi. Sempozyumun amacı, Bursa şehrinin ulusal platforma taşıyarak özelliklerini ve güzelliklerini bilimsel bir şekilde kamuoyuna yansıtmak ve sempozyumda Bursa adına çıkan sonuçları sempozyum sonrası yayına dönüştürmek olarak belirlenmişti.

Kongrenin ilk gününde kongre kayıt işlemleri sonrasında Kongre başkanı Prof. Dr. Melek Tüz, SUBİTEB başkanı Prof. Dr. Kayıhan Engin, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu üyesi Ali Hazır, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Hikmet Şahin, Bursa Valisi Nihat Canbolat ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Mustafa İsen tarafından açılış konuşmaları yapıldı. Açılış konuşmalarını takiben Prof. Dr. Berna Alpagut, Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu, Prof. Dr. Hasan Ertürk ve Prof. Dr. Zeyyat Sabuncuoğlu tarafından yapılacak olan komisyon çalışmaları hakkında bilgiler verildi. Daha sonra oturum başkanlığını Balıkesir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu'nun yaptığı "Türk Turizminde Son Gelişmeler" isimli panel gerçekleştirildi. Panelde Süha Uyar (TV 8 Turizm Programları Yapımcısı), Ahmet Barut (Türkiye Otelciler Federasyonu Başkanı), Başaran Ulusoy (TÜRSAB Başkanı), Recep Özbay (TÜREB Yönetim Kurulu Başkan Vekili), Hüseyin Baraner, Nedret Koruyan (Dünya Turizm Örgütü) ve Kader Sevinç (Öger Tour) konuşmacı olarak yer aldılar. Panelde ana başlıklar halinde, Anadolu'nun kültürel değerlerinin tanıtılması ve turistlere gösterilmesi gereği; Türkiye'nin hala kruvaziyer gemilerinin olmadığı; turizm işletmeleri arasında örgütlenme ve işbirliğinin bulunmadığı; turizmde pazarlama faaliyetlerinin 24 saat ve 12 ay devam etmesi gerekliliği; turist rehberlerinin hala bir meslek yasalarının bulunmadığı ve toplumlar arası mesajların turizmle kolaylıkla iletilebileceği gibi konular üzerinde duruldu.

Sempozyumda dört komisyon oluşturulmuştu. Birinci komisyon "Bursa'nın Tarihi ve Turistik Değerle-

ri", ikinci komisyon "Turizm İşletmeciliği", üçüncü komisyon "Turizm Rekreasyonel Değerler, Çevre ve Altyapı", dördüncü komisyon ise "Turizm Yönetimi, İmaj, Tanıtım ve Pazarlama" ana başlığına sahipti.

Sempozyumun ikinci gününde bildiriler dört komisyonda, paralel oturumlar olarak dört ayrı salonda ve dört oturumda sunuldu. Sempozyumda toplam 49 bildiri vardı ve her bildiri sahibine sunum için 20 dakikalık süre verildi. Daha sonra da bildirilerle ilgili soru cevap ve tartışma bölümü yapıldı

Birinci komisyonda; Bursa Osmangazi Belediye Başkanı Recep Altepe'nin sunduğu bildiride Bursa Hisarı ve Bursa Tarih ve Kültür Yolu Projeleri ve bunların turizme kazandırılması önerileri oldukça ilgi çekiciydi. Özellikle Bursa Tarih ve Kültür Yolu Projesi'nin kente turizm açısından önemli kazanımlar getireceği ifade edildi. Bildiride bu proje kapsamında yurt dışında örnekleri bulunan özellikle gençlerin katılacağı ve rağbet ettikleri tahrip olmuş doğal alanların bakımı veya tarihi binaların restorasyonu amaçlı tatil seçenekleri ile ilgili organizasyonlar önerildi. Prof. Dr. Alpagut bildirisinde Bursa'nın Kültür turizmi için çok iyi bir potansiyele sahip olduğunu, bu potansiyelinin korumakullanma ilkeleri ışığında değere dönüştürülmesi için hiç vakit kaybetmeden yeni politikaların üretilmesi ve yaşama geçirilmesini gerektiğini ifade etti. Raif Kaplanoğlu'da bildirisinde günümüzde Bursa'nın yeşil Bursa olma özelliğini önemli ölçüde kaybettiğini, kentin tarihi dokusunun, eski evlerin ve sokakların yok olduğunu belirtti. Birinci komisyonda sunulan diğer bildirilerde; Bursa'nın rafting, trekking, çim kayağı gibi doğa sporları ile kuş gözlem potansiyeli üzerinde duruldu. Ayrıca Bursa'ya özgü yiyecekler arasında yer alan İnegöl köftesinin tanıtılması ve pazarlaması ile ilgili Arş.Gör. Murat Doğdubay'ın sunduğu bildiri ilgi topladı.

İkinci komisyonda ise, Tahsin Bulut tarafından sunulan bildiride sürdürülebilir kalkınmada turizmin geliştirilmesi için yerel gündem 21'den ve Bursa'da turizmin gelişmesine yönelik projelerden bahsedildi. Sempozyumun sponsoru aynı zamanda organizasyonunu da yapan Burkon Seyahat Acentası sahibi ve yöneticisi Hasan Eker Bursa'nın kongre turizmi potansiyeli ile ilgili bir portre çizdi ve Bursa'da kongre turizminin geliştirilmesi için yapı-

ması gerekenleri ifade etti. Eker, şu an proje aşamasında olan Sümerbank'a ait Merinos işletmesinin arazisi üzerine kurulması düşünülen Kongre merkezinin uygun bir şekilde projelendirilmesi ve inşası ile yurt dışından Bursa'ya ulaşımın kolaylaştırılması durumunda Bursa'nın kongre turizminden hak ettiği payı alabileceğini belirtti. Murat Özyaba tarafından sunulan bildiriye 2006 yılında İzmir'de yapılması planlanan FICC Karavan Rallisinin Avrupa'da basılan katalogunda Bursa'nın yer almasının il için büyük bir şans olduğu ve bunun mutlaka değerlendirilmesi gerektiği ifade edildi. Doç. Dr. İrfan Arıkan ve Yrd. Doç. Dr. Özcan Yağcı tarafından hazırlanan bildiriye 21. yüzyılda turizm eğitiminin anlayışının değişeceği ve sektörün ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilecek bir eğitim sisteminin ön plana çıkacağı belirtildi. Turizm eğitim kurumlarında da video konferans gibi yeni öğretim metodlarının ön plana çıkacağı ifade edildi. Bildiriye "turizm işletmelerince istihdam politikaları oluşturulurken "ucuz işgücü-düşük maliyet" ilişkisine ait kısa dönem getirisinin "eğitim-hizmet kalitesi-verimlilik" etkileşiminin uzun dönemde sağlayacağı getiriden daha düşük olduğu gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır" ifadesi yer aldı. İkinci komisyonda sunulan bir başka bildiriye turizm sektöründe meslek normlarının belirlenmesi gerekliliği ve sertifikasyon sistemine geçişin önemi üzerinde duruldu. Prof. Dr. Ömer Akat ve Arş. Grv. Çağatan Taşkın tarafından sunulan "Bursa ve Kış Turizmi: Bazı Sorunlar ve Çözüm Önerileri" isimli bildiriye Türkiye'de kış turizmi dendiğinde akla ilk gelen yerin Uludağ dolayısıyla Bursa olduğu belirtilerek, Avrupa'daki kış turizmi merkezleri gelen ziyaretçilerin sayıları ile Uludağ'a gelen ziyaretçilerin sayısı karşılaştırıldığında Uludağ'ın çok gerilerde olduğu ve buraya gelen ziyaretçilerin çoğunun yerli ziyaretçilerden oluştuğu ifade edildi. Ayrıca gerek bu bildiriye gerekse Uludağ ve kış turizmi ile ilgili diğer bildirimlerde Uludağ'daki mevcut yerleşim alanında ve yeni ilan edilen, yapılaşmanın devam ettiği gelişim bölgesi ile ilgili ciddi fikir ayrılıkları ve sorunların varlığından bahsedildi. Bu sorunların, ulaşım dan otopark yetersizliğine, doğal hayatın korunmasından telesiyelerin işletim ve bakımına kadar çok geniş bir yelpazede yer aldığı belirtildi.

Üçüncü komisyonda Yrd. Doç. Dr. Sertaç Güngör ve Arş. Grv. A. Tuğrul Polat tarafından sunulan bildiriye Bursa ili bütünündeki iklim verilerinin çok sayıdaki rekreasyon aktivitesi için oldukça uygun olduğu ifade edildi. Vedat Atacan yaptığı sunumda Bursa'nın turizm açısından sorgulanması gerektiğini ortaya koydu ve Bursa'da bir arz ve talep analizi

yapılma zorunluluğunu ifade etti. Bursa'nın kültür turizmi için potansiyelinin olduğu ancak bunun yeterince kullanılmadığı, kullanılması halinde ciddi oranda dövizin şehre gireceği üzerinde duruldu. Komisyonda sunulan diğer bildirimlerde genel olarak kent içi ulaşımın turizm için olmazsa olmaz bir olgu olduğu, ayrıca Bursa havaalanına işlerlik kazandırılması yönünde çaba harcanması gerektiği belirtildi. Bursa'da özellikle kaçak sanayi bölgelerindeki sanayileşmenin çevreye verdiği tahribatın turizm için olumsuz sonuçlar doğurduğu ve sürdürülebilir kalkınma ve turizm anlayışı ile bağdaşmadığı belirtildi. Yrd. Doç. Dr. Ömer Erdoğan Sivas tarafından sunulan bildiriye ise Uludağ'a yapılan ziyaretler 1988-2002 yılları arasında değerlendirilmişti. Buna göre Uludağ'a ziyaretçiler en çok kış aylarında gelmelerine rağmen yaz ortalaması ile sayısal olarak aralarında pek fark bulunmadığı bir başka ifadeyle yaz ve kış aylarındaki ziyaretçi yoğunluğunun hemen hemen aynı olduğu vurgulandı.

Dördüncü komisyonda Doç. Dr. Cevdet Avcıkurt ve Arş. Gör. Barış Erdem tarafından sunulan bildiriye Bursa ili için bir tanıtma modeli önerildi. Bu modelde önce Bursa'nın misyon ve vizyonunun belirlenmesinin gerektiği ve daha sonra da kısa orta ve uzun vadeli hedefler belirlenerek uygulamaya geçirilmesinin önemi açıklandı. Yrd. Doç. Dr. Burhanettin Zengin tarafından sunulan "İnternetin Seyahat Acentalarının Pazarlama Harcamalarına Olan Etkilerine Yönelik Bir Alan Araştırması" isimli çalışmanın oldukça ilgi çekiciydi. Komisyonda sunulan diğer bildirimlerde Bursa için olumlu bir kent imajının oluşturulması, Bursa'nın bir marka yapılması yönünde çabalar sarfedilmesi gereği ortaya çıkarıldı. Doç. Dr. Celil Çakıcı tarafından sunulan bildiriye ise destinasyonlar için ortak işbirliği ve tutundurma faaliyetlerinde bulunma zorunluluğu üzerinde duruldu. Turizm sektöründe daha çok kazanabilmek için pazarın büyütülmesi gerektiği vurgulandı. Bunun için de sektördeki tüm kurum ve işletmeler ile ilgili çevrelerin pazarı büyütme için yapılacak çabaların maddi yönüne katkıda bulunmalarının zorunlu olduğu belirtildi. Prof. Dr. Ahmet Aktaş sunduğu bildirisinde Türkiye'de iç turizm potansiyeli olarak üçüncü yaş turizmini irdeleyerek, bu turizm türünün ülkede geliştirilmesi için yapılması gerekenleri ortaya koydu.

Sempozyumun üçüncü gününde komisyondalar sunulan bildirimlere ve yapılan değerlendirmelere ilişkin raporlar, sempozyumun açılışında komisyon çalışmalarına ilişkin bilgiler sunan komisyon başkanlarıca genel kurula sunularak ayrı ayrı değerlendirilmeye açıldı ve komisyon raporları tartışılarak son hallerini aldılar. Bu arada yapılan değerlendir-

meler esnasında Uludağ'a ilişkin ortaya çıkan çok sayıdaki sorun ve tespit nedeniyle gelecekte sadece Uludağ konulu bir toplantı yapılması fikri ortaya atıldı ve kabul gördü. Sempozyum öğle yemeğinde Bursa Soğanlı Botanik Parkındaki tarihi İskender Konağında yenilen meşhur döner ve akabinde yarım günlük Bursa şehir turu ile son buldu.

Sempozyum organizasyonu ile gerçekten mükemmeldi. Alanında uzmanlaşmış Burkon seyahat acenması kusursuzca yakın bir etkinlik organize etmişti. Tabii ki bu organizasyonda sponsor olarak yer alan tüm kurum ve kuruluşların payları da oldukça

büyükteydi. Oldukça başarılı geçen bu sempozyumun düzenlemesine emeği geçenlere ve katılımcılara teşekkür ediyor, sempozyumun Bursa'ya ve Türk Turizmine olumlu sonuçlar ve katkılar sağlmasını temenni ediyorum.

Gönderilme tarihi : Ekim 2005

Kabul : Ekim 2005

Yrd. Doç. Dr. Yusuf Aymankuy, Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Çağış Kampüsü, Balıkesir.

E-mail : aymankuy@balikesir.edu.tr

“II. European Congress on Rural Tourism”

Fusun SOYKAN

Ege Üniversitesi

6-28 Eylül 2005 tarihleri arasında Ukrayna'ya bağlı Kırım Özerk Cumhuriyeti'nin Yalta kentinde, Avrupa Köy ve Çiftlik Turizmi Federasyonu (European Federation of Farm and Village Tourism/ EUROGITES) tarafından düzenlenen II. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi Yalta Otelinde gerçekleştirildi. Kongrenin ana konusu “Kırsal Turizm Yoluyla Entegrasyon ve Kalkınma” idi (I. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi 3-5 Ekim 2003 tarihinde İspanya'nın Jaen kentinde yapılmıştır).

EUROGITES'e üye ve üye olmayan toplam 27 Avrupa ülkesinden 200 katılımcıyla gerçekleşen kongrenin dili İngilizce ve Rusça idi. Kongrenin amacı ise; Avrupa'da köy ve çiftlik turizmi (genel adıyla kırsal turizm) ile ilgilenen yerel işletmecileri, sivil toplum kuruluşlarını, yerel yetkilileri ve üniversite öğretim üyelerini biraraya getirerek, kazanılan deneyimleri paylaşmak, sorunları tartışmak, çözüm önerileri üretmek, farklı ülkelerden gelenlerin kaynaşmasını sağlamaktır. Kongrede bu sene; “kırsal turizm ve sürdürülebilirlik, kırsal turizmin yerel toplumlara yararları, Avrupalıların kırsal turizme bakış açısı, gelenekler ve kırsal turizm, kırsal turizm ve ekoturizmi geliştirme stratejileri” başlıkları altında, 5 ayrı temada, 3 gün boyunca toplam 32 bildiri sunuldu, çalışma grupları oluşturuldu.

Kongrenin ilk günü, Luigi Cabrini (WTO), Klaus Ehrlich (EUROGITES), Ukrayna ve Kırım temsilcilerinin (kamu ve sivil toplum kuruluşları) açılış konuşmalarıyla başladı. Öğleden sonraki oturumlarla sunulmaya başlayan bildirimler, ikinci gün devam ederek üçüncü günün sabah oturumları ile tamamlandı. Kongrede ayrıca, çalışma grupları adı altında ülkelerin (sözelimi Türkiye-İsrail-Yunanistan aynı grupta idi) tanıtımları ve ülke genelindeki

kırsal turizmi işleyen sunumları vardı. Sürdürülebilir Turizm ve Kavramlar (Harald Friedl), Bölgesel Kalkınmada Kırsal Turizmin Etkileri (Leonid Tselistshev), Kırsal Turizm Yoluyla Sosyal ve Kültürel Hareketlilik (Alenka Verbole), Yerel Toplumun Kalkınması İçin Kırsal Turizmin Katkısı (Valentina Genry), Kırsal Turizmde Mesleki Eğitim (Nadiya Dorokhova), Ekoturizm Stratejileri ve Kamu-Özel Ortaklığı (Liliana Vesselinova-Bulgaristan, Lydia Matsuck-Ukrayna) bildirimler arasında en dikkati çekenlerdi.

Türkiye'den EUROGITES'e hiçbir kurum veya kuruluş üye olmadığı halde, kurulan iletişim ve alınan davet üzerine Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü'nden Prof. Dr. Fusun SOYKAN ve aynı üniversitenin Yabancı Diller Bölümü'nden Okt. Süha SOYKAN, kongreye iki bildiri ile katılmışlar, birinci bildiri, İzmir'in Karaburun ilçesinde son birkaç yıldır faaliyet gösteren “Karaburun Kadınları Agroturizm Kooperatifi” ni ele alan “An experience on rural tourism from Turkey: Karaburun Agritourism Cooperative -its formation progress, structure, activities, and problems-” sunmuşlardır. Büyük ilgi gören sunum, özellikle Kırsal kadınların Karaburunlular ile tanışmak, ortak projelerde buluşmak, karşılıklı ziyaretler yapmak gibi istekleriyle sonuçlanmıştır. İkinci bildiri, Türkiye'de kırsal turizmi ana hatlarıyla ele almakta ve “An Overview On Rural Tourism In Turkey” adını taşımaktaydı. Ülkemizden çeşitli kırsal görünüm (doğal ve kültürel) eşliğinde yapılan sunuma yine ilgi büyük olmuş ve birçok yere nasıl gidilebileceği sorulmuş, adresleri istenmiştir. Ayrıca; Türkiye'nin tüm doğal ve kültürel kırsal zenginliklerine karşın, kırsal turizmin neden Avrupa'daki gibi gelişme-

diği, neden hiçbir işletmenin ya da sivil toplum kuruluşunun EUROGITES'e üye olmadığı, neden kırsal turizmde bölgesel ve ülkesel çapta bir sivil örgütlenmenin olmadığı, Türkiye'nin kırsal turizm konusundaki politikasının ne olduğu, şeklinde sorular yöneltilmiştir.

Kongre sonrasında, kongre organizasyonu tarafından açıklanan ilk sonuçlar (daha geniş kapsamlı sonuçlara, kongrenin değerlendirilmesine ve fotoğraflara, önümüzdeki aylarda, www.eurogites.com- www.europe-anrtcongress.org - www.ecrt.com.ua adreslerinden ulaşmak mümkündür) şunlardır:

- **II. Avrupa Kırsal Turizm Kongresi'nde**, kırsal turizmin, özellikle geçiş ekonomisine sahip ülkelerdeki artan önemini kabul etmiştir. Bu alandaki gelişme, Avrupa'daki turizmin diğer türlerinden daha fazladır.
- **Sürdürülebilirlik**: Kırsal turizm, ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik kriterlerinin geliştirilmesine ihtiyaç duyar. Kırsal turizm, geleneksel turizmden daha az etkiye sahiptir, ancak hassas bölgelerin aşırı kullanım tehlikesi ve yerel halkın toleransı daha fazla dikkate alınmalıdır. Sürdürülebilirlik politikası, ilgili tüm taraflara somut çıkarlar sağladığı sürece etkili olabilir.
- **Yerel topluluk**: Kırsal turizmin yerel ekonomik etkileri önemlidir. Ancak bu etkiler, doğrudan istihdam yaratmak yerine tamamlayıcı ve farklı gelirler yoluyla yerel ekonomiye geri dönen dolaylı etkilerdir. Yerel nüfusun kaynakları kullanım biçimleri, değerlendirme ve katılımları, başarının temelini teşkil eder.
- **Dinamizm**: Kırsal turizm, kırsal bölgelere sosyal ve kültürel hareketlilik getiren, yerel nüfusa her düzeyde fırsatlar sunan, etkili bir araçtır. Bununla birlikte, "tabandan tavana" yaklaşımı sürdürülebilir sonuçlar sağlayacaktır. İlk aşamalarda, yönetim kurumlarından maddi ve teknik desteğe ihtiyaç duyulur. Somut sonuçlar, değişimin sürmesi için itici güçtür.
- **İşbirliği**: Ürünler yaratılması, yönetilmesi ve satılması yoluyla arz, yerel ya da bölgesel düzeyde, gerçek pazar taleplerini karşılayacak biçimde organize edilmelidir (Destinasyon yönetimi). Kamu-özel ortaklığı, gelişim ve hareket politikalarını tanımlama ve uygulamada etkili bir yoldur.
- **Kalkınma stratejileri**: İşbirliği, amaç ve politikalar için sistematik analizler yapılmalıdır. Tüm taraflar arasında, kırsal turizme merak uyandırılmalıdır. Yeni adımlar atılması için destekleyici yapılar sağlanmalıdır. Stratejiye, pazarlama ve satış da dahil edilmelidir.

- **Pratik öneriler**: Karadeniz + Doğu Avrupa'da kırsal turizm etrafında ortaklıklar yaratılmalıdır. Daha fazla istatistiksel bilgi toplanmalı, istihdam üzerindeki etki araştırılmalıdır.

Kongre sonunda, Kırım Yarımadası'na düzenlenen bir gece konaklamalı gezi, ücretinin yüksekliği ile dikkati çekmiş, ancak katılanların ifadesine göre Kırım'ın kırsal turizm dünyasını tanımak açısından yararlı olmuştur. Ancak kongre programındaki sosyal etkinliklerin (açılış günü resepsiyonu ve kapanış fiestası) zaman ve mekan açısından yeterli olmadığı söylenebilir. Çünkü, Kırım gibi, Avrupalılara oldukça yabancı ve kırsal turizmde gelişme göstermeyi amaçlayan bir ülke için bu kongre, tanıtım açısından kaçırılmaz bir fırsat olmasına rağmen, bu fırsat iyi değerlendirilememiştir. Kongrenin bir başka zayıf yanı, son gün oluşturulan çalışma gruplarının, bir ülke gruplanması olmaktan ve aynı masada sunumlarını yapmaktan öteye gidemediği, aralarında bir iletişim ve tartışma ortamının yaratılmadığıdır. Diğer taraftan kongrenin amacına uygun gerçekleşmesi, bu seneki temaların iyi işlenmesi, katılımcıların kongrenin sonuna kadar kalarak birbirleriyle kaynaşmaları, yanlarında getirdikleri çok çeşitli dokümanları birbirleriyle paylaşmaları ise, kongrenin olumlu yanları olarak belirtilebilir. Ayrıca, kongre bitiminden hemen sonraki günlerde, EUROGITES başkanının, katılımcılara e-mail göndererek teşekkür etmesi, ilk sonuçları ve katılımcı listesi ile kongre hakkında izlenimlerin sorulduğu bir anket formunu (feed-back) göndermesi, genel organizasyonun ne kadar ciddi olduğunu bize kanıtlamaktadır.

Sonuç olarak kırsal turizm; Türkiye'nin hem kırsal kalkınma hem de turizm politikasında yerini bir an önce almalı, Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, plan, program ve projelerle, önceliği saptanmış yerlerde, kırsal turizm gereklerine uygun biçimde başlatılmalı ve yönetilmelidir.

Gönderilme tarihi : Kasım 2005

Kabul : Aralık 2005

Prof. Dr. Füsün Soykan. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, 35100 Bornova, İzmir.
E-mail : fusun.soykan@ege.edu.tr

“2005 AOIFE Annual Conference”

E. Ozan AKSÖZ

Anadolu Üniversitesi

İrlanda'nın Waterford kentinde AOIFE (Association of Irish Festival Events/İrlanda Festival Etkinlikleri Birliği) tarafından düzenlenen konferans, “*Festival Etkinlikleri Kültürü*” adını taşımaktaydı. Onuncu kez düzenlenen bu konferans 11-13 Kasım 2005 tarihleri arasında, Granville Hotel’de yapıldı. 1. ve 2. günler tüm gün 3. gün ise öğleye kadar oturumlar ve bildiri sunumları gerçekleştirildi. 3. ve son gün akşam ise veda yemeği öncesi kısa bir şehir turu gezisi yapıldı. Konferansa, başta ev sahibi İrlanda’dan olmak üzere İngiltere, İskoçya, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Litvanya, Hırvatistan ve Türkiye’den toplam 220 katılımcı iştirak etti.

Açılış konuşmasını, konferansın düzenlendiği Waterford kentinin Belediye Başkanı yaptı. Başkan sözlerinin başında bu yılki katılımcı sayısının çokluğuna değinerek, artık AOIFE konferanslarının bir marka olmaya başladığını belirtti. Belediye başkanı konuşmasının devamında, festival etkinliklerinin düzenlendiği şehre maddi ve manevi katkılarını sayısal veriler vererek gözler önüne serdi.

Konferansın açılış konuşmasından sonra, Leeds Metropolitan Üniversitesinden, Events Planning (Etkinlikler Planlaması) dersleri veren ve aynı zamanda Etkinlikler Yönetimi Eğitimi Birliğinin başkanı olan Glenn Bowdin “*Bilgi Güçtür: Festival Etkinlikleri Sektöründe Araştırmanın Önemi*” isimli çalışmasını sundu. Bu çalışmada festival etkinliklerinin öncesinde yapılması gereken bazı pazar araştırmalarından bahsetti. Araştırmacı, festival etkinlikleri araştırmalarının yerel halkı da kapsamasının önemini vurguladı. Daha sonra, Dublin Teknoloji Enstitüsü Turizm Araştırma Merkezinden, Elizabeth Kennedy çalışmasını sundu. “*İzleyici dönütlerinin değerlendirilmesi: Gerçekten gerekli mi yoksa gereğinden fazla önemseniyor mu?*” adlı bu çalışmada, etkinlikler ile ilgili izleyici görüşlerinin ne derece dikkate alındığı incelenmişti. Çalışmanın sonucunda, izleyici değerlendirmelerin yeterince dikkate alınmadığı vurgulandı. Bu değerlendirmeleri dikkate alan festivallerin ise daha uzun ömürlü oldukları belirtildi. Verilen aradan sonra, “*Londra’da Etkinlik Planlaması*” isimli çalışmasıyla, Westminster Konseyi’nin Etkinlik Planlama Bölümü Müdür Yardımcısı, Tim Owen yer aldı. Çalışmada, son dönemde Londra’ya yönelik olarak gerçekleşen terörist saldırılardan sonra ortaya çıkan güvenlik sorunlarının bir etkinlik çerçevesinde ne gibi zorluklar getirdiği anlatılmaya çalışıldı. Güvenliğin kaçınılabilecek bir maliyet unsuru olarak değerlendirilmesinden çok, artık

bir zorunluluk haline geldiği söylendi.

İkinci gün sabah oturumuna ilk olarak “*Festival Programlama ve Alkol Politikası*” adlı çalışmasıyla Fionnula Sheenan konuk oldu. Dublin Turizm Ofisinden, Sheenan, bu çalışmasında, katılımcıların bu tür etkinliklere katılırken kimi zaman alkol sınırlarını aştığını ve istenmeyen olayların söz konusu olabileceğine değinerek, bu hususun önemini vurguladı. Çalışmada, etkinlik programı yapılırken, alkol politikasının gözden geçirilmesi ve sert içkilerin sunumunun sınırlandırılması gerektiği belirtildi. Nik Quaipe’nin “*Festival Etkinliğiniz için Bir Medya Profili Yaratmak*” adlı çalışması günün ikinci sunumuydu. Etkinliklerin tanıtımı için hazırlanmış bir reklam filmi canlı performansla izleyicilere sunuldu. Bu reklamdaki yanlışlıklar gösteri kesilerek interaktif bir şekilde açıklandı. Böylece, medya profili yaratırken nelerin yanlış nelerin doğru yapıldığını vurgulanmış oldu. Öğleden sonraki oturumda, Anadolu Üniversitesinden Doç. Dr. İrfan Arıkan ile Arş. Gör. E. Ozan Aksöz’ün “*İstanbul’un Global Kongre ve Konferans Pazarındaki Yeri*” adlı ortak çalışması yer aldı. Bu çalışmada öncelikle İstanbul’un kongre ve konferans pazarındaki dünya üzerindeki durumuna yönelik tespitlerde bulunuldu. Derinlemesine mülakat ve uzman görüşleri ile yapılan SWOT analizi ışığında, İstanbul’un ileriye dönük pazardaki yerini sağlamlaştırmak için neler yapması gerektiği vurgulandı. İstanbul’un global kongre ve konferans pazarındaki çok sayıda avantajını yeterince kullanmadığı belirtildi. Sunumun ardından, kökten dincilerin festivallere yönelik herhangi bir olumsuz eylemlerinin olup olmadığı soruldu. Bu soruya cevap olarak böyle bir olaya rastlanılmadığı belirtildi. Bu çalışmanın ardından, Hırvatistan Üniversitesi’nden “*Etkinlik Yönetimi ve Yeni İmaj: Riyeka Şehri*” adlı çalışmasıyla Ivanka Avelini sunumunu yaptı. Avelini çalışmasında, önceleri turistik ve etkinlik anlamında ismi duyulmayan ve bilinmeyen bir şehir olan “*Riyeka*” şehrinin son on yılda yapılan büyük yatırım ve planlama sonucunda çok önemli bir destinasyon olduğunu belirtti.

Pazar günü teşekkür konuşmaları yapıldıktan sonra, organizasyonda emeği geçenlere şilt verildi. Öğle saatine kadar organizasyon komitesi, bildiri sunanlar ve izleyiciler arasında interaktif bir toplantı yapılarak ileriye dönük değerlendirmeler yapıldı. Organizasyonun başarılı olduğu bu konferansta ampirik çalışmaların azlığı gözlemlendi.

Oturlar beş farklı salonda olmasına rağmen konferansın ilk günü ilk iki oturumun otelin en büyük salonunda tüm katılımcılarla gerçekleştirilmesi dikkati çekti. Organizatörler bunun nedenini katılımcıları birbiriyle tanıştırmak kaynaştırmak olduğunu belirttiler.

Gönderilme tarihi : Ocak 2006

Kabul : Şubat 2006

Arş. Gör. E. Ozan Aksöz. Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Yunusemre Kampüsü, 26470 Eskişehir.

E-mail : ozana@anadolu.edu.tr

IV. Akademik Turizm Semineri: Nitel Araştırma Yöntemleri

Metin ARGAN

Anadolu Üniversitesi

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi ile *Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Derneği*'nin işbirliğinde 2002 yılından bu yana her yıl geleneksel olarak düzenlenen *Akademik Turizm Semineri*'nin dördüncüsü, 2-5 Şubat 2006 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Alara Turizm Merkezi'nde (Alanya) faaliyet gösteren Meryan otelde yapılan Seminer, Ankara Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Asker KARTARI tarafından verildi. İki gün süren semineri, çeşitli üniversitelerden turizmin yanı sıra iletişim bilimleri, ekonomi, muhasebe, sivil havacılık yönetimi, pazarlama, yönetim ve organizasyon, eğitim bilimleri gibi alanlarda çalışmakta olan 36 öğretim elemanı ve lisansüstü öğrenci izledi.

Amacı nitel araştırma konusunda kullanılan yöntem ve uygulama konusunda katılımcıları kapsamlı olarak bilgilendirmek olan seminer öncesi 2 Şubat 2006 tarihinde katılımcılar otele yerleştiler ve aynı akşam verilen açılış kokteyline katıldılar. Daha sonraki iki günde ise nitel araştırma yöntemlerine ilişkin detaylı bilgi ve uygulamalardan oluşan sunumlar gerçekleştirildi.

Seminerin ilk günü olan 03 Şubat 2006 tarihindeki sabah oturumunda nitel araştırma kavramı, pozitivist araştırma yöntemleri ile arasındaki farklılıklar, nitel araştırmanın çıkış noktasını oluşturan nesnenin kendisi fiziksel ve sosyal olarak bulunduğu ortamda ele alınması gerektiği vurgulandı. Nesneyi kuşatan içsel faktörlerin (fikir, duygu, düşünce, istek ve beklenti gibi) yanı sıra dışsal faktörlerin (davranış, tutum) ve çevresel faktörlerin (kültür, sosyal normlar ve toplum özellikleri gibi) göz önünde bulundurulması gerektiği ortaya çıkmıştı. Nitel araştırma yöntemleri ile nicel araştırma yöntemlerinin birbirlerinin ikamesi olmadığı, birbirini bütünleyen veya tamamlayan kendilerine has özellikleri olan yöntemler olduğu vurgusu seminerin ilk gününün dikkat çekici konularından birini oluşturdu. Sabah oturumunda üzerinde durulan önemli konulardan

biri de hermeneutik yaklaşım olmuştur. Hermeneutik nitel araştırma, araştırmaya konu olan metnin bilimsel olarak yorumlanıp anlamlandırılmasını ifade etmektedir. Daha basit bir ifade ile, anlamlandırma sanatıdır. Hermeneutikte sözü edilen metin; ses, görünümlü, giyim, kuşam gibi anlam çıkarılan her şey olabilir. Anlamlandırmanın ön şartlarından biri nesneyi kuşatan alanlarla ilgili bilgi sahibi olmaktır.

Seminerin ilk gününün öğleden sonraki oturumunda "*Nitel Araştırmanın Kuramsal Dayanakları*" üzerinde duruldu. Nitel araştırmanın kuramsal dayanakları beş aşamadan oluşan bir süreç içerisinde ele alındı. Bu aşamalar sırasıyla:

- Özneye bağlılık,
- Betimleme,
- Yorumlama,
- Özneyi günlük yaşam çerçevesinde ele alma,
- Sonuçları genelleştirme.

Niteliksel düşünme ile ilgili üzerinde durulan "*Niteliksel Düşünme İle ilgili Temel Dayanaklar*" dört aşamalı bir yaklaşımla ortaya konulmuştur:

Bu dört aşamalı yaklaşımın ilk aşamasında öze bir bütün, tarihsel bir süreç ve problem yönelimli olarak değerlendirilir. İkinci aşama betimleme ile ilgili olup bu aşamada tek olaya dayalı yaklaşım, süreçte tekrar tekrar başa dönmeye açık olma ve araştırmayı şekillendirmenin gözden geçirilmesini ortaya koyan yöntem kontrolü söz konusudur. Üçüncü aşama yorumlamayı esas alıp; daha önceki çalışmalar, araştırmacının bilgi düzeyinde ortaya çıkan sayıltı veya varsayımları, nesnenin kendi bağlamında veya empatik düzeyde incelenmesini esas alan içe bakışı ve araştırmacı ile araştırılan arasında ortaya çıkan etkileşimi kapsar. Son olarak, dördüncü aşamada kendi bağlamında genelleştirmeler yapılmaktadır. Son aşama kanıtı veya argümantatif genelleştirme yapmayı, mümkünse kendi bağlamındaki örüntülü olaylarla ilgili tüme varabilmeyi, tümevarımda ortaya çıkan istisnalar

anlamında yorumlanan kural kavramını ve gerekli ise niceliksel bakımdan sayısallaştırma yapılmasını kapsamaktadır.

Seminerin ikinci ve son günü olan 4 Şubat 2006 sabah oturumunda niteliksel araştırma teknikleri üzerinde duruldu. Seminerde incelenen belli başlı teknikler durum analizi, doküman analizi, davranış ve hareket analizi, alan araştırması, mülakat, niteliksel deney ve içerik analizidir. Durum analizinde nesnenin içsel alanı ve yaşam alanı göz önünde bulundurulurken sorun saptanır. Bu teknikte farklı kayıt cihazlarından yararlanılır ve konuyu operasyonel hale getirmek için çalışma planına bağlı kalarak materyal hazırlanır ve durum protokolü hazırlanır. Durum protokolünde şema, kroki gibi tekniklerden yararlanılır. Doküman analizi temel olarak metinlerin okunması ile ilgilidir. Burada ifade edilen metin sadece yazınsal öğeler değil, metin, görüntü, ses ve olgu gibi her şey olabilir. Davranış ve hareket analizi, davranışın kendisinin, formlarının ve farklı etkilerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesini ortaya koyar. Burada davranışı etkileyen unsurlar açıklanmaya çalışılır. Bireyin niyet ve arzularını da dikkate alarak sosyal davranışın etkileri analiz edilir. Durum analizi üç aşamada incelenebilmektedir. Bunlar; sorun veya soru, mevcudun betimlenmesi ve tarafları bir araya getirerek grup çalışması yapmaktır. Niteliksel araştırmada kullanılan diğer bir teknik olan alan araştırmasında, katılma yoluyla doğrudan gözlem yapma, kuramsal çerçeve, alanla bağlantı kurma ve teknik seçimi gibi aşamalar takip edilir.

Seminerin ikinci günü öğleden sonraki oturumuna niteliksel araştırma tekniklerinden mülakat tekniği ile başlandı. Mülakat tekniğinde yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve problem yönelimli sorulardan yararlanılmaktadır. Mülakatta verilerin transkripsiyonu (transcription) veya çözümlenmesi son derece büyük önem taşır. Kayıtlar transkripsiyona tabi tutulurken sessizlik anlarının bile çağrıştırdığı imgelerin dikkate alınıp yorumlanması büyük önem taşımaktadır. Transkripsiyonda özet çıkarılabilir, eğilim durumu saptanabilir ve dinlenen veya izlenen kısımlardan parçalar alınabilir. Niteliksel deney tekniği, alanda yapılan çalışmalarını kapsamaktadır. Örneğin, grup içerisinde incelenecek konu neden-sonuç ilişkisi göz önünde bulundurulurken analiz edilir. Grup içindeki bireylerin etkileşime katkısını anlamak için sistematik bir yaklaşım sergilenir. Sözelimi dört kişiden oluşan bir gruptaki etkileşim incelenip, gruptan iki kişi izole edilirse ortaya çıkacak davranış değişikliğinin ayrılan hangi üyeden kaynaklandığı tespit edilemeyebilir. Bu bakımdan değişik kombinasyonlarla dinamik etkileşimler ortaya çıkarılmaya

çalışılmaktadır. Üzerinde durulan son niteliksel araştırma tekniği ise içerik analizidir. İçerik analizi esasında metin analizinin önemli bir parçasını teşkil eder. İçerik analizi nitel ve nicel olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmıştır. Nitel içerik analizi daha yorumsamacı bir yöntem olarak değerlendirilebilmektedir. Oturumun sonunda nitel araştırmanın özellikleri ve dikkat edilecek hususlar üzerinde özetleyici aşağıdaki vurgular yapılmıştır:

- Nitel araştırma araştırmanın kendisidir.
- Planlama son derece önemlidir.
- Nitel araştırma birçok şeyi talep ettiği için sabır, bilgi ve sistematik yaklaşım gerektirir.
- Konuda bilgisi olmayanların niteliksel araştırma alanına girmesi doğru değildir.
- Sabırsızlık nedeniyle gidilecek adımlar hızlı olacağı için, nitel araştırmanın sistematiklik kuralına aykırılık ortaya çıkar.
- Niteliksel araştırma yapmaya hemen heves etmemek, alanda donanımlı olmak temel koşullardan biridir.
- Sistematik bir hata yapıldığı takdirde başa dönüş şansı da kalkabilir. İyi bir planlama ön gerekliliktir.
- Araştırmaya konu olan her nesne özgündür.
- Araştırma yöntemi özgün olmalıdır.
- Nitel veya nicel yöntemle aşık olmak tehlikeli olabilir.
- Nitel araştırmada nicel araştırmadan yararlanmak veya tersi mümkündür. Ancak nitel ve birinin ikamesi değildir.
- Nitel araştırma amacı iyi belirlenmezse kötü niyetli biçimde kullanılabilir.
- Nitel araştırma amacı araştırma problemi ile ilgili olmalıdır.
- Nitel araştırmada güven çok önemlidir.

IV. Seminer, katılımcılara sertifikalarının verilmesi ve toplu halde resim çekilmesinin ardından son bulmuştur. IV. Akademik Turizm Semineri kapsamında ele alınan "Nitел Araştırma Yöntemleri" semineri katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından başarılı bulunmuştur. İleriki seminerlerde nitel araştırma konuları uygulamalı çalışmalar kapsamında ele alınabilir. Bu konuda yapılacak destekleyici seminerler öğretim elemanlarına akademik düzeyde büyük katkı sağlayacaktır.

Gönderilme tarihi : Mart 2006

Kabul : Mart 2006

Yrd. Doç. Dr. Metin Argan, Anadolu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, İki Eylül Kampüsü, Eskişehir

E-posta : margan@anadolu.edu.tr

“Fifth Mediterranean Conference”

Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi

22-24 Eylül 2005 tarihleri arasında Selanik'te beşincisi düzenlenen konferansın konusu “Akdeniz’de Kıyıların Gerisinde Turizm: Turizmde Yeni Eğilimler ve Sosyal Organizasyonlar”dı. Aristo Üniversitesi ile Akdeniz Turizm Sosyoloji Derneğinin ev sahipliği yaptığı konferansa başta Yunanistan, İspanya, İtalya, Türkiye (Fusun Soykan-Gözde Emekli), Malta, Fransa ülkelerinden gelen bilim adamları tarafından turizmde yeni eğilimler, Akdeniz havzasında turizm etkinliklerini geliştirme, alternatif ürünler yaratma konusunda çeşitli bildiriler sunuldu.

Konferansın amacı; ortak özelliklere ve benzer çevresel koşullara sahip Akdeniz’e komşu olan ülkelerde kıyı turizminin dışındaki turizm türleri üzerinde durmak, kıynın gerisindeki alanlarda turizmi geliştirmek, alternatif turistik ürünleri ortaya çıkarmak, yerel toplumun kalkınma araçlarından biri olarak turizmi desteklemek, bu konulardaki strateji ve politikaları paylaşmak olarak belirlenmişti. Konferansta üç gün boyunca 6 oturumda 54 bildiri sunuldu.

İlk günkü açılış oturumunda kongre düzenleme komitesi adına Prof. Dr. Olga Iakavidou ve Yunanistan Turizm Bakanlığı temsilcisi konuşma yaptı ve açılış bildirisini Paris Sorbon Üniversitesinden Michel Mafesolli “Göçebelik Kültürü” üzerine verdi. *Akdeniz Turizmde Yeni Eğilimler* adlı ilk oturumda, 10 bildiri sunuldu. Kıynın gerisindeki turizm etkinlikleri, turizm ve bölgeselcilik, turizm ürünlerinin coğrafyası, küçük adalarda turizm organizasyonları, Teselya bölgesinde turizmin geliştirilmesi, yeni turizm gerçekleri ve turist eğilimleri, destinasyonların alternatif kullanımı, pazarlama ve yönetim konusundaki bildiriler oldukça dikkat çekti. Özellikle oturumun tartışma kısmında yeni alanlar geliştirmek mi yoksa destinasyonları farklı şekilde kullanmak mı sorusu üzerinde çok duruldu. Sonuçta destinasyonların farklı kullanımının sağlanması ve alternatif turistik ürünlerle desteklenmesi önerildi.

Turizm ve Yerel Toplum adlı ikinci oturumda, 9 bildiri vardı. Turizmin yerel toplum üzerindeki etkileri ve alan çalışmalarına ilişkin örnekler sunuldu. Özellikle yerel halkın turizm etkinliklerine katılımı, kırsal kalkınmada turizmin bir araç olarak geliştirilmesi, kadının ekonomik yaşama turizm aracılığıyla girmesi, yerel halkı desteklemesi için turizm politikalarının geliştirilmesi, kırsal alanlarda yeni sosyal organizasyonların oluşturulması, Milli parklarda çevresel ve toplumsal taşıma kapasitesinin

belirlenmesi gibi konularda sunulan bildiriler ilgi çekiciydi.

Kırsal Alanlar ve Kentlerdeki Yeni Turizm Eğilimleri adlı üçüncü oturumda 11 bildiri sunuldu. Alan araştırmalarına ilişkin örnekler, kent turizmi, kentin büyümesinde turizmin rolü, turistik kentleşme, tarım turizmi, kırsal kalkınmada ve kadının iş yaşamına girmesinde toplumsal organizasyonların ve turizmin rolü üzerinde duruldu.

Turizm ve Doğal Çevre adlı dördüncü oturumda 6 bildiri vardı. Akdeniz ülkelerindeki turizm hareketlerinin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri, korunan alan kavramı, Milli Parklarda turizm ve doğa koruma etkinliklerinin planlanmasına ilişkin bildiriler ilgi çekici bulundu. Yunanistan’da korunan alanlarda ziyaretçi yönetimi, ekoturizm ve ekolojik pazarlama, 2006 Eurovizyon Şarkı Yarışması ile ilişkili olarak Yunan turistik ürünlerinin pazarlama yaklaşımı ile yeniden ele alınmasına ilişkin bildiriler turizmdeki profesyonelliğin bir kanıtı olarak dikkat çekti. Bu oturumun sonunda Akdeniz Turizm Sosyoloji Derneğinin genel toplantısı yapıldı ve derneğin amaçları, çalışma koşulları katılımcılara anlatıldı.

Turizm Talebinin Çeşitlendirilmesi ve Turizmde Yeni Eğilimler adlı beşinci oturumda ise 10 bildirin sunumu yapıldı. Alternatif turizm türleri ve ürünleri üzerinde durulduktan sonra buna ilişkin örnekler anlatıldı. Özellikle dünya turizm devleri arasında yer alan İspanya’da alternatif turizmin geliştirilmesine ilişkin bildiri dikkat çekti.

Son oturumdaki bildiri konuları *Sürdürülebilirlik ve Turizmin Gelişimi* üzerine yoğunlaşmıştı ve 8 bildiri sunuldu. Yunanistan’da korunan alanlarda, Milli Parklarda turizmin yönetilmesi, alternatif turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması, sürdürülebilir turizmin gelişiminde kır-kent ilişkisi, sürdürülebilir gelişim-turizm ilişkisi ve sürdürülebilir turizmin gelişiminde bir araç olarak ekoturizmi ele alan konulardı.

Konferans bildirilerin bilimselliği ve sunuş teknikleri açısından başarılı geçti. Özellikle Akdeniz havzasında yer alan ülkelerin turizme bakış açıları, yeni turizm türleri ve kıyıların gerisindeki alanların değerlendirilmesine ilişkin yaklaşımları, kırsal kalkınmanın sağlanmasına ilişkin çözüm önerilerini içeren bildirileri, Avrupa Birliği fonlarından yararlanılarak yapılan projeleri, Türk turizminin örnek olması gereken yaklaşımlar olarak görülmektedir.

Söz konusu organizasyonda sadece bir gece akşam yemeği verilerek Yunan müziğinin örneklerini içeren bir resepsiyon düzenlenmişti. Bunun dışında öğle ve akşam yemeklerinin organize edilmemesi, çevreyi tanıtıcı bir gezinin yapılmaması bu organizasyonun zayıf yönü olarak değerlendirilebilir. Konferans sonuçlarının ilgili Web sitesinde yayın-

lanmaması da oldukça önemli bir eksiklik olarak belirtilebilir.

Gönderilme tarihi : Kasım 2005

Kabul : Aralık 2005

Yrd. Doç. Dr. Gözde Emekli. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, 35100 Bornova, İzmir.

E-mail : gozde.emekli@ege.edu.tr

Hafta Sonu Turizm Konferansı X: Turizmde İş Ahlakı

A. Celil ÇAKICI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun organize ettiği "Hafta Sonu Turizm Konferansı X", 11-13 Kasım 2005 tarihleri arasında Ürgüp Mustafa Otel'de gerçekleştirildi. Ana teması "Turizmde İş Ahlakı" olarak belirlenen konferansın programında 10 tebliğ yer almakla birlikte, bunlardan 9 tanesi sunulabildi. Konferansın açılışında Üniversiteden ve şehirden üst düzey yöneticiler hazır bulundu.

Konferans birbirini izleyen üç oturumda gerçekleştirildi. Açılış oturumunda Erciyes Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. İbrahim İlhan, etik ve etiksel karar verme sürecini detaylı bir şekilde anlattı. Sonrasında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Ayşehan Çakıcı, postmodernizmin etik ve düşünce sistemine yansımalarını anlattı. Tebliğ, yaşadığımız yeni dünya düzenini daha iyi kavramaya ve anlamaya katkısı yönünden oldukça dikkat çekiciydi. Bu iki tebliğ, birbirini çok iyi tamamladı ve sonrasında da yapılan eleştiri ve katkılara zemin hazırlamış oldu. Aynı oturumda Muğla Üniversitesi'nden Arş. Gör. Alper Aslan da, Doç. Dr. Metin Kozak ile birlikte üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları bir araştırmanın sonuçlarını dile getirdi. İkinci oturumda; Mersin Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Kemal Birdir, öğrenciler ve konaklama işletmeleri yöneticilerinin etik davranışlarına ilişkin yaptığı araştırmasını sundu. Bu tebliğde dikkat çeken, öğrenciler ve otellerdeki departman yöneticilerinin ilk iki sorun olarak kayırmacılık ve yaranmayı gördükleriydi. Bu oturumun son konuşmacısı Erciyes Üniversitesi'nden Arş. Gör. Duygu Eren oldu. Doç. Dr. İnci Varinli ile birlikte hazırladıkları bildirilerinde otel çalışanlarının etik davranışlar ile ilgili algılamalarını anlattı. Bildiride otel çalışanları ile öğrencilerin algılamaları karşılaştırıldığında; öğrencilerin parasal konularda daha esnek kaldıkları belirtti.

Üçüncü oturumda Mersin Üniversitesi'nden Doç. Dr. Mustafa Tepeci, Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Teoman Duman ve Arş.Gör. Kamil Akyollu ile birlikte hazırladıkları turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin iş etiği konusundaki davranışlarını anlattı. Bu bildiri, Arş.Gör.Durgu Eren'in bildirisine bazı yönleri ile benzerdi. Başka bir çalışmada ise, Ege Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Uysal Yenipınar, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Şule Aydın ile birlikte hazırladıkları Üniversite 2005 oyunlarında görev alan gönüllüler üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarını paylaştı. Son konuşmacı olarak, Trakya Üniversitesi'nden Yrd. Doç. Dr. Emel Gönenç Güler, otellerin ön büro ve kat hizmetlerinde ne tür etik davranışların olması gerektiğini anlattı.

Konferansta dikkat çekici olan, sunulan bildirilerde yapılan araştırmaların sıklıkla öğrenciler üzerinde gerçekleştirildiğidir. Turizm işletmeleri ve çalışanları üzerinde yapılan araştırmalar oldukça azdı. Konferansın başarılı geçtiği kabul edilmekle birlikte, öğrenci ilgisinin azlığı düşündürücü idi.

Bilimsel etkinliklerin çok fazla zaman, enerji ve maliyet gerektirdiği, ciddi planlama ve eşgüdüm çalışmalarını zorunlu kıldığı bir gerçek olup; bu faaliyetler, günümüzün Türkiye koşullarında çok da kolay gerçekleştirilememektedir. Bu açıdan, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu müdürü Prof. Dr. Salih Kuşluvan ile tüm öğretim elemanları, yüksekokul çalışanları ile konferansa destek veren kurumlara, konferans katılımcıları adına teşekkür ediyorum.

Gönderilme tarihi : Aralık 2005

Kabul : Ocak 2006

Doç. Dr. Celil Çakıcı. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Terzioğlu Kampüsü, 17100 Çanakkale.

E-mail : celilc@yahoo.com

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği 2005 Yılı Barlas Küntay Turizm Araştırma Ödülü Sonuçları

Sibel MEHTER AYKIN

Akdeniz Üniversitesi

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), derneğin kurucusu ve onursal başkanı ve aynı zamanda Kültür ve Turizm eski Bakanı merhum Barlas Küntay'ın adını yaşatmak amacıyla, 2002 yılından bu yana turizm araştırma ödülleri vermektedir. 2005 yılı *Barlas Küntay Turizm Araştırma Ödülü'*nün konusu, "Türkiye turizmde kültürel, mimari ya da işletme alanlarında özgün öğeleri de içeren, uygulanabilir yeni yatırım veya geliştirme projesi" olarak belirlenmiş olup, "önerilecek çalışmaların proje bazlı, uygulanabilir, uluslararası düzeyde pazarlanabilir niteliklerde ve turizmin ülke geneline yaygınlaştırılmasına ve yeni turizm yöre veya ürünlerinin geliştirilmesine yönelik bir içerikte hazırlanmış olması" istenmiştir.

Yarışmaya 18 proje katılmıştır. Akademisyen, yazar ve sektör temsilcilerinden oluşan yedi kişilik seçici kurul yaptığı incelemeler sonucunda Akdeniz Üniversitesi ekibi tarafından hazırlanan "*Unulla'da Yaşam (İbradı- Ürünlü Köyü)*" Projesini birinciliğe layık görmüştür.

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan Prof.Dr. Şafak Aksoy, Doç.Dr. Akın Aksu, Arş. Gör. Bahattin Özdemir; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden Yard.Doç.Dr. Sibel Mehter Aykın, Yard.Doç.Dr. Hakan Er; Serik Meslek Yüksekokulu'ndan Yard.Doç.Dr. Sedef Altun ve Talya Otel eski Müdürü Rezan Kulaksız'dan oluşan proje ekibi, çok disiplinli yapısını önerdiği Unulla'da Yaşam projesine de yansıtmıştır. Unulla'da Yaşam, kültürel, mimari ve işletmecilik boyutu olan kırsal turizm anlayışına uygun olarak hazırlanmış bütüncül bir yatırım ve gelişim projesidir. Yöresel bağ evleri mimarisinde tasarlanan 20 apart ile 1 merkezi üniteden oluşan turistik tesis için gerekli toplam yatırım tutarı 1.284.000 Euro olup, yatırımın geri dönüşü 5.5 yılda sağlanmaktadır.

Projenin nihai amacı; bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermek üzere, turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarından sürdürülebilir büyüme ilkesi çerçevesinde maksimum faydayı sağlamaktır. Söz konusu amaca hizmet etmek üzere, önerilen projeye ulaşılmak istenen ara-amaçlar turizmin farklı tarih ve kültürel geçmişe sahip kişileri ustaca kaynaştırma gücünden faydalanmak suretiyle, yerel halk ve turistler arasında anlayış ve hoşgörüyü geliştirmek; küreselleşme olgusu karşısında yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan bir yerel kül-

türel değeri ayakta tutmak; henüz pazar ekonomisine geçememiş bir bölgenin kalkınma çabalarına turizm ile ivme kazandırmak; turizm yatırımıyla, bölgedeki açık ve gizli işsizlere iş olanakları sağlamak suretiyle bölgenin dış göç vermesinin önüne geçmek; az gidilen bir bölgede sıkça uygulanmayan bir turizm ürününe yer vererek turizmin çeşitlendirilmesine ve ülke çapında yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmak ve yatırımcı, turist, yerel halk gibi turizm paydaşları arasında sürdürülebilir turizm bilincini oluşturmak şeklinde belirlenmiştir.

Öte yandan, Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan Doç.Dr. Cevat Tosun ve Arş.Gör. Yasin Bilim'in hazırladığı "*Hatay Yöresinin Turizm Potansiyelinin Tespiti, Ürün Çeşitlendirmesi ve Pazarlanması: Medeniyetlerin Buluştuğu Barış ve Dostluk Bahçesi Projesi*", jüri tarafından mansiyon ödülüne layık görülmüştür. Projenin amacı, yedi bin yıllık tarihi geçmişe sahip Hatay Yöresinin turizm potansiyelinin sürdürülebilir gelişme temelinde değerlendirilmesine katkıda bulunmak ve turizm kanalıyla değişik kültürel kimliğe sahip kişiler arasında karşılıklı anlayış ve hoşgörünün yerleşmesine yardımcı olmaktır. Bu amaçla, sınır bölgesinde farklı bir turizm hamlesi öncüsü olabilecek nitelikteki "*Barış ve Dostluk Bahçesi*" fikri ortaya atılmıştır.

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi O. Cenk Demiroğlu'nun hazırladığı "*Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi Bağlamında Prinkipo Palace (Büyükada Rum Yetimhanesi) için Uygulanabilir bir Yatırım Projesi Önerisi*" jüri tarafından mansiyon ödülüne layık bulunan bir diğer çalışmadır. Proje kapsamında, 19. yüzyıl Türk ahşap konut sanatının ve dünya mimari mirasının eşsiz temsilcisi sayılan Prinkipo Palace'ın (Büyükada Rum Yetimhanesi binası) kuruluşundaki asıl işlevine kavuşturularak otel ve modern sanatlar müzesine dönüştürülmesi fikri ön planda ele alınırken, arka planda da Adaların turizm potansiyelinin geliştirilmesine ilişkin önerilere yer verilmektedir.

Ödüller 13 Nisan 2004 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanı Atilla Koç'un katılımıyla Ceylan Inter Continental'de gerçekleştirilen yemekte sahiplerine verilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Sibel Mehter Aykın, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kampus, Antalya

E-posta: sibelaykin@akdeniz.edu.tr

TÜRKÇE MAKALE İNDEKSİ

Hazırlayan: **Emre Ozan AKSÖZ**
E-mail: ozana@anadolu.edu.tr

ÖZEL İLGI TURİZMİ

- Akat Ö. ve Taşkın Ç. (2005). Bursa ve Kış Turizmi: Bazı Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 148-157.
- Alpaslan M. ve Odabaşı A. D. ve Büyükkutlu A. M. (2005). Çanakkale Boğazı Civarında Dalış Turizmi, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 141-149.
- Gümüş F. ve Veznikli N. A. ve Titiz Z. (2005). Çanakkale Şehir Merkezi ile Eceabat ve Gelibolu İlçelerinde Yaşayan Halkın Gezi Teknesi Turizmine Bakış Açısının Değerlendirilmesi, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 150-159.
- Güneş G. (2005). Biyoçeşitlilik Sıcak Noktalarından Küre Dağları'nda Turizm, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 215-226.
- Karaoğlu D. ve Dalkıran N. ve Dere Ş. (2005). Bursa'nın Doğa Turizmi Potansiyeli: Uluabat Gölü, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 86-96.
- Korkmaz H. N. ve Küçükaslan N. (2005). Doğa ve İç İç Tatil, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 156-169.
- Oruç H. H. ve Cengiz M. ve Öztahtalı İ. ve Aksoy E. ve Gürlük S. (2005). Bursa'da Rafting ve Alternatif Doğa Sporları, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 31-34.
- Özyaba M. ve Urunlu T. (2005). Alternatif Turizm Türleri İçinde Kamp-Karavan Turizminin Yeri ve Bursa'nın Konumu, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 121-130.
- Tıral A. (2005). Bursa İli'nin Kuş Gözlem Turizmi Potansiyeli, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 63-69.

EĞİTİM

- Aktaş A. ve Tekin Y. (2005). Türkiye'de Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Yönetim Kadrolarının Oluşumu ve Eğitim Sisteminde Yaşanan Sorunlar, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 260-271.
- Arıkan İ. ve Yağcı Ö. (2005). 21. Yüzyılda Turizm Eğitiminin Gelişimi Üzerine Görüşler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 131-135.
- Çetin Ş. (2005). Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (16)2: 153-169.
- Gürses N. (2005). Meslek Normları, Sertifikasyon Sistemi ve Sertifikasyon Sisteminin Turizm Sektörüne Sağlayacağı Faydalar, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 145-147.

KONGRE VE TOPLANTI

- Eker H. (2005). Kongre Turizmi ve Bursa'da Kongre Turizminin Düzeyi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 115-120.
- Yıldırgan R. ve Zengin B. ve Batman O. (2005). Türkiye'deki Otel İşletmelerinin Toplantı Pazarı Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 116-125.

TARİH VE KÜLTÜR

- Albay R. (2005). Bursa'nın Peynir Tatlısı; Kemalpaşa, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 69-72.
- Alpagut B. (2005). Bursa'nın Doğal Mirasından Bir Kesit, Kültür Turizmi Örneği Olarak Paşalar Köyü, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 26-30.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 1, Bahar 113-115. 2006.
Copyright © 2006 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: 1300-4220 (1990-2006)

- Altepe R. (2005). Turizme Sunmak Üzere Bursa Hisarı ve Kültür Yolu Projelerimiz, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 13-25.
- Bektaş E. ve Kahraman K. (2005). İnegöl'ün Turizm Potansiyeli ve Bursa Turizmine Yapacağı Katkıları, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 73-80.
- Doğancı K. (2005). Antik Prusa Kenti, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 35-40.
- Erdönmez Ö. A. (2005). Günümüzde Özel Müzelerin Turizm Açısından Önemi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 61-62.
- Güleç Ö. (2005). Dağ Bölgesindeki Tarihi ve Turistik Yerler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 81-85.
- Kaplanoğlu R. (2005). Geçmişten Günümüze Turistlerin Gözüyle Bursa, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 53-60.
- Karakurt E. ve Uyar Ş. (2005). Turizm Potansiyeli Açısından Bursa'nın Kültür, Tarih ve Çevre Envanteri: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 242-262.
- Öz K. A. ve Aybek S. (2005). Apollonia Ad Rhyndacum Antik Kenti Hakkında İlk Gözlemler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 41-52.
- Yağcı Ö. ve Bingöl Z. (2005). Kültür Varlıklarının Turizm Amaçlı Kullanımı: Frig Vadisi Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2)4: 31-36.

EKONOMİ

- Çöklü E. ve Teberler M. (2005). Ekonomik Kriz Altında Türk Seyahat Acentalarının Davranışları Üzerine Bir İnceleme, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 298-302.
- Uğurtaş I. (2005). Turizm Yatırımları, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 104-106.

YÖNETİM

- Ayaz N. (2005). Turizm Sektöründe Oluşacak Kriz Dönemlerinde, Yat Turizminin Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi ve Kullanılması, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 137-140.
- Bahar O. ve Kozak M. (2005). Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (16)2: 139-153.
- Bulut T. ve Cindoruk O. Y. (2005). Turizm Kapasitesinin Geliştirilmesinde Sürdürülebilirliğin ve Katılımcılığın Rolü, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 107-112.
- Çetin Ş. ve Taner B. (2005). Ağırlama İşletmelerinde Başarılı Lider Yönetici Tipolojisi: Kavramsal Bir Çalışma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2) 4: 14-21.
- Dursun M. (2005). Kültürlerarası Yönetici Özellikleri ve Türkiye'deki Zincir Otellerde Bir Araştırma, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 354-364.
- Eriş D. E. ve Aydın Ş. (2005). Otel İşletmelerinde Post Modern Yönetim Yaklaşımları: Vekalet ve İşlem Maliyeti Teorisi Yaklaşımı, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 238-247.
- Ermem E. A. ve Çift yıldız S. S. (2005). Konaklama İşletmelerinde Entelektüel Sermaye Ölçümü, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 365-373.

Kuşluvan Z. ve Kuşluvan S. (2005). Otel İşletmelerinde İş ve İşletme İle İlgili Faktörlerin İşgören Tatmini Üzerindeki Görece Etkisi: Nevşehir Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları*, (16)2: 183-203.

Önal B. Y. ve Karadeniz E. ve Karadeniz A. N. (2005). Türk Turizm Sektörü Açısından Değer Temelli Yönetim Yaklaşımının Önemi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2)4: 37-45.

Sökmen A. ve Yazıcıoğlu İ. (2005). Thomas Modeli Kapsamında Yöneticilerin Çatışma Yönetimi Stilleri ve Tekstil İşletmelerinde Bir Alan Araştırması, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 1-22.

Tengilimoğlu D. (2005). Hizmet İşletmelerinde Liderlik Davranışları İle İş Doyumu Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 23-48.

Tüfekçi K. Ö. ve Uçar N. (2005). Turizm Sektöründe Bir Kült: Stratejik İşbirlikleri, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 343-353.

Tüz V. M. ve Gümüş M. (2005). Bursa'da Faaliyet Yürüten Otel-lerde Farklılık İklimine Yönelik Bir Araştırma, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 97-103.

Yılmaz Z. (2005). Bursa'da Gençlik Turizmi'nin Gelişmesi İçin Öneriler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 133-114.

REKREASYONEL DEĞERLER VE ÇEVRE

Güngör S. ve Polat T. A. (2005). Turizm ve Rekreasyon Planlaması İçin İklim İstekleri ve Bursa İli İçin İklim Analizi Değerlendirmesi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 193- 205.

Gülyüz G. (2005). Uludağ'ın Bitkisel Çeşitliliği ve Turizm, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 206-212.

Atacan V. (2005). Bursa Turizm Kenti mi Yoksa Sanayi Kenti mi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 213-219.

Akdoğan G. ve Kartal M. (2005). Bursa'da Kentleşme Ulaşım, Sanayileşme Sorunları ve Çözüm Önerileri, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 220-231.

Daşkın R ve Kaynak G. (2005). Uludağ'ın Bitki Çeşitliliği ve Çeşitliliğine Etki Eden Faktörler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 174-181.

Daşkın R. ve Kaynak G. (2005). Uludağ Endemikleri ve Uludağ'daki Populasyonlarının Durumu, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 232-241.

Yılmaz S. B. (2005). Sürdürülebilirlik Kapsamında Turizm – Çevre Etkileşimi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 263- 273.

Bağbanç K. Ö. ve Bağbanç B. (2005). Bursa Kent Merkezinde 19.yy'dan Günümüze Ulaşım Düzeninde Yaşanan Değişimler, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 274-286.

Serengil M. (2005). Eko Turizm ve Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Ekoturizm Etkinlikleri, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 287-295.

Sivas E. Ö. (2005). Uludağ Milli Parkına Karayolu ile Yapılan Ziyaretlerin Değerlendirilmesi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 296-306.

PAZARLAMA

Akat Ö. ve Emel G. G. ve Taşkın Ç. (2005). Rekabet Ortamında Seyahat Acenteleri İçin Pazarlama Araştırmasının Önemi ve Bir Uygulama, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 362-370.

Aksakal G. E. ve Aktaş G. (2005). Turizm Pazarlamasında Kriz Yönetimi Uygulamaları ve İletişim, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 403-413.

Aktaş A ve Gürçaylılar T. (2005). Türkiye'de 3. Yaş Turizminin İç Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 386-392.

Altunışık R. ve Çift Yıldız S. S. ve Ermem E. A. (2005). Turistik Destinasyon Seçiminde Kullanılan Bilgi Kaynakları ve Bilgi Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İlinde Bir Araştırma, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 57-64.

Avcıkurt C. (2005). Balıkesir Yöresinin Yerli Turist Profili, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 96-115.

Avcıkurt C. ve Erdem B. (2005). Turizmde Bölgesel Tanıtma ve Bursa İli Bölgesel Tanıtım Modeli, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 307-318.

Ay A. ve Çetinkaya M. (2005). Turizm Sektöründe Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Dışsal Etkisi, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 75-88.

Baysan S. (2005). Turizmin Geliştirilmesi ve Çevreye Etkileri Konusunda Yerli Turistlerin Tutumları: Ören, Milas Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2)4 :22-30.

Çakıcı C. A. (2005). Destinasyonlar Açısından Ortak Tutundurma Faaliyetlerinin Yeri ve Önemi, *1. Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 356-361.

Çakıcı C. A. ve Mordoğan A. M. ve Harman S. (2005). Otel Çalışanlarınca Pazarlamaya Verilen Anlamlar, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 184-193.

Duran E. ve Mercan O. Ş. (2005). Bölge Tanıtımında Festival-lerin Rolü: Troia Festivali Örneği, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 206-214.

Ekiz H. E. ve Kayaman R. ve Bavik A. (2005). İnternetin Konaklama İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerinde Etkileri: Kuzey ve Güney Kıbrıs Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Karşılaştırma, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 160-170.

Gödelek E. (2005). Turistik Kategori Genişliğinin Seyahatten Aldığı Doyum Üzerine Etkisi Var mıdır? Tarsus Örneği, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 126-136.

Gökdeniz A. ve Çeken H. ve Erdem B. (2005). Küreselleşme Sürecinde Yeni Teknolojik Gelişmelerin Hizmet Satışlarına Etkisi ve Seyahat Acentaları Üzerinde Bir Durum Değerlendirmesi, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 285-297.

Gündüz E. ve Erdem R. (2005). İkinci Konutların Kent Mekanına ve Turizm Sektörüne Etkileri (Mahmutlar Örneği), *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 194- 205.

Güngör İ. ve Çuhadar M. (2005). Antalya İline Yönelik Alman Turist Talebinin Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Tahmini, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1): 84-99.

Güngör S. (2005). Turizm Planlamasında Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanım Olanakları; Beyşehir İlçesi Turizm Planlaması Örneği, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 35-45.

Kızıllırmak İ. ve Kurtuldu H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 100-120.

Küçükaltan D. ve Oğuzhan A. ve Yılmaz M. ve Güneş A. İ. (2005). Gelibolu'nun Turizm Potansiyeli ve Gelibolu'da Yerli Halkın Turizme Yaklaşımı, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 25-34.

Küçükaltan G. (2005). Turizm Sektöründe Teşviklerin Çevresel Etkileri, *1. Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 88- 95.

Küçükaslan N ve Medya S. (2005). Bursa İlinin Turizm Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi, 1. *Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 371-385.

Küçükaslan N. (2005). Turizm Arz Kaynaklarının Tanıtımında Bilgi Teknolojisinin Kullanımı "Bursa Tanıtım Cd'si Örneği", 1. *Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 341-355.

Öter Z. ve Özdoğan N. O. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (16)2: 127-138.

Özer L. ve Gülpınar S. (2005). Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 49-65.

Öztürk Y. ve Seyhan K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 121-143.

Öztürk Y. ve Seyhan K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (16)2:170-182.

Popescu M. (2005). Moldova'da Türkiye'nin ve Türklerin İmajı, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 13-24.

Temizkan R. ve Temizkan P. S. (2005). Rehber, Acenta, Mağaza ve Turistler Açısından Türkiye'de Turistlerin Alışveriş Faaliyetleri, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 333-342.

Tosun C. ve Bilim Y. (2005). Turistik Pazarlama Açısından Destinasyon Güvenlik İmajı ve Türkiye'nin Güvenlik İmajının Avrupalı Turistler Tarafından Algılanması, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 1-12.

Türksoy A. (2005). Otel İşletmelerinde Mali Başarısızlığa Yol Açan Faktörler: Ülkemizdeki Halka Açık Otel İşletmelerine İlişkin Bir Değerlendirme, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2)4: 46-55.

Uman G. (2005). Güçlü Bir Kent İmajı Oluşturulması ve Bunun Turizmdeki Rolü, 1. *Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 328-340.

Ünsal S. B. ve Babacan E. (2005). Küçük ve Orta Ölçekli Girişimlerin Geliştirilmesi Konusunda Bir Eğitim Projesi Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, (2)4: 56-60.

Ünüsan Ç. ve Çetinkaya Ş. A. ve Çobanoğlu C. (2005). İnternet Reklamcılığı İlkeler ve Turizm Sektörü Uygulamaları, 11. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 171-183.

Yılmaz S. B. (2005). Bilgi Toplumu Dönüşümü ve Turizm Endüstrisi, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 45-56.

Yüceol H. ve Doğan N. (2005). Türkiye'de Turizm Teşviklerinin Ekonomik ve Mali Analizi, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 65-74.

Zengin B. ve Özer O. K. (2005). İnternetin Seyahat Acentalarının Pazarlama Harcamalarına Olan Etkilerine Yönelik Bir Alan Araştırması, 1. *Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 319-327.

YIYECEK İÇECEK

Akdoğan G. (2005). Turizm Amaçlı Endüstriyel Mutfak Dizaynı ve Hijyen, 1. *Bursa Turizm Sempozyumu*, 30 Eylül-2 Ekim: 182- 192.

Denizer D. (2005). Konaklama İşletmelerinde Hazırlanan Menü Kartlarında Yeni Yaklaşımlar, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 227-237.

İplik N. F. ve Çınar S. (2005). Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynaklardan Yararlanma: Adana'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 248-259.

GENEL KONULAR

Erdemir C. (2005). Türkiye Konaklama İstatistiklerine İlişkin Anket Uygulamasının Örneklem ve Tam Sayım Açısından Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (16)2: 121-126.

Evcı D. E. ve Tezcan S. (2005). Küreselleşme ve Turizm Sağlığı, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 315-323.

Öğüt A. ve Gök T. (2005). Türkiye-AB İlişkilerinin Turizm Sektörüne Olası Yansımaları: Karşılaştırmalı ve Etkileşimsel Bir Değerlendirme, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 303-314.

Özdemir G. (2005). Globalleşme, Turizm Üzerine Etkileri ve Türkiye, 1. *Çanakkale Turizm Biyenalı*, 5-7 Mayıs: 324-332.

GENEL KONULAR

Agarwal, S. ve Brunt, P. (2006). Social Exclusion and English Sea-side Resorts, *Tourism Management*, 27 (4): 654-670.

Alexandros, A. ve Jaffry, S. (2005). Stated Preferences for two Cretan Heritage Attractions, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 985-1005.

Algieri, B. (2006). International Tourism Specialisation of Small Countries, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1): 1-12.

Al-Shorman, A. ve Magablih, K. (2006). A Principal Components and GIS-Based Tourism Index for Jordan, *Tourism Analysis*, 10 (4).

Andriotis, K. (2006). Researching the Development Gap between the Hinterland and the Coast-Evidence from the Island of Crete, *Tourism Management*, 27 (4): 629-639.

Arnesen, T., Ericsson, B. ve Overvåg, K. (2005). Tourism, Mobility and Second Homes, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 525-527.

Baker, L. (2006). The Trouble with Today's Young Ones: A Case Study of One Club's Failed Attempt at Attracting the Youth Market, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 207-221.

Ballantyne, R. ve Hughes, K. (2006). Using Front-End and Formative Evaluation to Design and Test Persuasive Bird Feeding Warning Signs, *Tourism Management*, 27 (2): 235-246.

Bandyopadhyay, R. ve Morais, D. (2005). Representative Dissonance: India's Self and Western Image, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1006-1021.

Berkhout, P.H.G. ve Brouwer, N.J. (2006). The Influence of the Weather on Recreational Behavior: A Micro Econometric Approach, *Tourism Analysis*, 10 (3).

Buckley, R. (2005). Unpaid Work or Serious Leisure: Perspectives on Volunteering (Subtitle: Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering: An International Assessment), *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 520-521.

Burns, P.M. ve Barrie, S. (2005). Race, Space and 'Our Own Piece of Africa': Doing Good in Lumphisi Village? *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 468-485.

Cheng, S., Lam, T. ve Hsu, C.H.C. (2006). Negative Word-of-Mouth Communication Intention, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).

Chhetri, P. (2005). New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 521-525.

Coomber, L., Lee, S.-H., Lee, Y.-L. ve Cairncross, G. (2006). A Thematic Review of Australia's Club Management Magazine: 1993-2003, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 105-130.

Cooper, M. (2005). Japanese Tourism and the SARS Epidemic of 2003, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 117-131.

DeMicco, F.J., Lin, Y., Liu, L., Rejtő, L., Beldona, S. ve Bancroft, D. (2006). The Effect of Holidays on Hotel Daily Revenue, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).

Dimanche, F. ve Taylor, M.M. (2006). An Analysis of the Differences between State Welcome Center Users and Local Visitor Center Users: A Profile of Louisiana Travelers, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 348-351.

Ferreira, R.R. ve Gustafson, C.M. (2006). Select Performance Differences in Equity and Non-Equity Membership Structures Within Private Clubs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 61-77.

Finn, A. (2005). Reassessing the Foundations of Customer Delight, *Journal of Service Research*, 8 (2): 103-116.

Hallab, Z. ve Kim, K. (2006). US Travelers' Images of the State of Mississippi as a Tourist Destination, *Tourism Analysis*, 10 (4).

Healy, R.G. (2006). The Commons Problem and Canada's Niagara Falls, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 525-544.

Hing, N. (2006). A History of Machine Gambling in the NSW Club Industry: From Community Benefit to Commercialisation, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 79-103.

Hsieh, A.T. ve Chang, J. (2005). The Different Response to Hotels' Endorsement Advertising by Taiwanese and American Tourists, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (4): 41-54.

Hsieh, A.-T. ve Chang, J. (2006). Shopping and Tourist Night Markets in Taiwan, *Tourism Management*, 27 (1): 138-145.

Howard, R.W. (2005). Khaosan Road: An Evolving Backpacker Tourist Enclave Being Partially Reclaimed by the Locals, *International Journal of Tourism Research*, 7 (6): 357-374.

Irvine, W. ve Anderson, A.R. (2005). The Impacts of Foot and Mouth Disease on a Peripheral Tourism Area: The Role and Effect of Crisis Management, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 47-60.

Jackson, J. (2006). Developing Regional Tourism in China: The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy, *Tourism Management*, 27 (4): 695-706.

James, M. (2005). Tourism in Western Europe/Cultural Attractions and European Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 414-415.

Kau, A.K. ve Lim, S.P. (2005). Clustering of Chinese Tourists to Singapore: An Analysis of Their Motivations, Values and Satisfaction, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 231-248.

Kemperman, A.D.A.M., Ponjé, M.W.M. ve Timmermans, H.J.P. (2006). Analyzing Heterogeneity and Substitution in Trip-Making Propensity to Urban Parks: A Mixed Logit Model, *Tourism Analysis*, 10 (3).

Khan, H., Toh, R.S. ve Chua, L. (2005). Tourism and Trade: Cointegration and Granger Causality Tests, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 171-176.

Kim, H.J., Gürsoy, D. ve Lee, S.-B. (2006). The Impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons Of Pre- and Post-Games, *Tourism Management*, 27 (1): 86-96.

Kim, W.G. (2006). EVA and Traditional Accounting Measures, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).

Leslie, D. ve Black, L. (2005). Tourism and the Impact of the Foot and Mouth Epidemic in the UK: Reactions, Responses and Realities with Particular Reference to Scotland, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 35-46.

Li, W. (2006). Community Decisionmaking Participation in Development, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 132-143.

Macbeth, J. (2005). Towards an Ethics Platform for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 962-984.

- Mak, J., Carlile, L. ve Dai, S. (2005). Impact of Population Aging on Japanese International Travel to 2025, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 151-162.
- Marnburg, E. (2006). "I Hope It won't Happen to me!" Hospitality and Tourism Students' Fear of Difficult Moral Situations as Managers, *Tourism Management*, 27 (4): 561-575.
- McGehee, N.G., Meng, F. ve Tepanon, Y. (2006). Understanding Legislators and Their Perceptions of the Tourism Industry: The Case of North Carolina, USA, 1990 and 2003, *Tourism Management*, 27 (4): 684-694.
- McIntosh, A.J. ve Bonnemann, S.M. (2006). Willing Workers on Organic Farms (WWOOF): The Alternative Farm Stay Experience? *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 82-99.
- McKercher, B. ve Fu, C. (2006). Living on the Edge, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 508-524.
- Morrin, M. ve Chebat, J.C. (2005). Person-Place Congruency: The Interactive Effects of Shopper Style and Atmospheric on Consumer Expenditures, *Journal of Service Research*, 8 (2): 181-191.
- Naoi, T., Airey, D., Iijima, S. ve Niininen, O. (2006). Visitors' Evaluation of an Historical District: Repertory Grid Analysis and Laddering Analysis with Photographs, *Tourism Management*, 27 (3): 420-436.
- Nishimura, S., Waryszak, R. ve King, A. (2006). Guidebook Use by Japanese Tourists: A Qualitative Study of Australia Inbound Travellers, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1): 13-26.
- O'Brien, D. (2006). Event Business Leveraging The Sydney 2000 Olympic Games, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 240-261.
- Ongaro, S.A.L. (2006). Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 104-106.
- Okumus, F. ve Karamustafa, K. (2005). Impact of an Economic Crisis Evidence from Turkey, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 942-961.
- Padilla, A. ve McElroy, J.L. (2005). The Tourism Penetration Index in Large Islands: The Case of the Dominican Republic, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 353-372.
- Page, S., Yeoman, I., Munro, C., Connell, J. ve Walker, L. (2006). A Case Study of Best Practice-Visit Scotland's Prepared Response to an Influenza Pandemic, *Tourism Management*, 27 (3): 361-393.
- Pfarr, C. (2006). Tourism Policy in the Making: An Australian Network Study, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 87-108.
- Phillips, M.R. ve Jones, A.L. (2006). Erosion and Tourism Infrastructure in the Coastal Zone: Problems, Consequences and Management, *Tourism Management*, 27 (3): 517-524.
- Reisinger, Y. ve Steiner, C.J. (2006). Reconceptualizing Object Authenticity, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 65-86.
- Swanson, K.K. ve Horridge, P.E. (2006). Travel Motivations as Souvenir Purchase Indicators, *Tourism Management*, 27 (4): 671-683.
- Smith, W.W. ve Carmichael, B.A. (2005). Canadian Seasonality and Domestic Travel Patterns: Regularities and Dislocations as a Result of the Events of 9/11, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 61-76.
- Steiner, C.J. ve Reisinger, Y. (2006). Understanding Existential Authenticity, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 299-318.
- Stitt, B.G., Nichols, M. ve Giacomassi, D. (2005). Perception of Casinos as Disruptive Influences in USA Communities, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 187-200.
- Toh, R, Khan, H. ve Goh, L. (2006). Japanese Demand for Tourism in Singapore: A Cointegration Approach, *Tourism Analysis*, 10 (4).
- Tran, X. ve Ralston, L. (2006). Tourist Preferences Influence of Unconscious Needs, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 424-441.
- Tribe, J. (2006). The Truth about Tourism, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 360-381.
- Tucker, H. (2005). Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 638-640.
- Tynon, J.F. ve Chavez, D. (2006). Adapting a Tourism Crime Typology: Classifying Outdoor Recreation Crime, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 298-307.
- Urieli, N. ve Belhassen, Y. (2006). Drugs and Risk-Taking in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 339-359.
- Voorhees, C.M. ve Brady, M.K. (2005). A Service Perspective on the Drivers of Complaint Intentions, *Journal of Service Research*, 8 (2): 192-204.
- Wangenheim, F.V. (2005). Postswitching Negative Word of Mouth, *Journal of Service Research*, 8 (1): 67-78.
- Weeks, P. ve Adams, J. (2006). Clubs and Hallmark Events: Two Australian Cases, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 173-190.
- Whiting, A. ve Donthu, N. (2006). Managing Voice-to-Voice Encounters: Reducing the Agony of Being Put on Hold, *Journal of Service Research*, 8 (3): 234-244.
- Wu, B. ve Cai, L.A. (2006). Spatial Modeling: Suburban Leisure in Shanghai, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 179-198.
- Xiao, H. ve Smith, S.L.J. (2006). The Making of Tourism Research: Insights from a Social Sciences Journal, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 490-507.
- Yüksel, F., Bramwell, B. ve Yüksel, A. (2005). Centralized and Decentralized Tourism Governance in Turkey, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 859-886.

PAZARLAMA

- Alegre, J. ve Cladera, M. (2006). Repeat Visitation in Mature Sun and Sand Holiday Destinations, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 288-297.
- Alleyne, D. (2006). Can Seasonal Unit Root Testing Improve the Forecasting Accuracy of Tourist Arrivals? *Tourism Economics*, 12 (1): 45-64.
- Alvarez, M. ve Asugman, G. (2006). Explorers versus Planners: A Study of Turkish Tourists, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 319-338.
- Back, K.-J. (2005). The Effects of Image Congruence on Customers' Brand Loyalty in the Upper Middle-Class Hotel Industry, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (4).
- Bargeman, B. ve Van der Poel, H. (2006). The Role of Routines in the Vacation Decision-Making Process of Dutch Vacationers, *Tourism Management*, 27 (4): 707-720.
- Bigné, J.E., Andreu, L., Küster, I. ve Blesa, A. (2005). Quality Market Orientation: Tourist Agencies' Perceived Effects, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1022-1038.
- Blake, A., Durbarry, R., Eugenio-Martin, J.-L., Gooroochurn, N., Hay, B., Lennon, J., Sinclair, M.T., Sugiyarto, G. ve Yeoman, I. (2006). Integrating Forecasting and CGE models: The Case of Tourism in Scotland, *Tourism Management*, 27 (2): 292-305.
- Boo, S. ve Busser, J.A. (2005). The Hierarchical Influence of Visitor Characteristics on Tourism Destination Images, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (4): 55-67.

- Chang, J., Wall, G., Tsai, C.-T.S. (2005). Endorsement Advertising in Aboriginal Tourism: an Experiment in Taiwan, *International Journal of Tourism Research*, 7 (6): 347-356.
- Chang, J.C., Wall, G. ve Yan, C. A. L. (2006). The Advertising Effectiveness of Aboriginal Endorsers: An Example from Taiwan, *Tourism Analysis*, 10 (3).
- Chen, R.J.C. (2006). Before and After the Inclusion of Intervention Events: An Evaluation of Alternative Forecasting Methods for Tourist Flows, *Tourism Analysis*, 10 (3).
- Coles, T. (2006). Destination Benchmarking. Concepts, Practices and Operations, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 109-111.
- Drew, A. ve Kriz, A. (2006). Understanding Changing Patron Expectations of Club Offerings: A Consumer Behavioural Approach, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 191-206.
- Fall, L.T. ve Massey, J.E. (2005). The Significance of Crisis Communication in the Aftermath of 9/11: A National Investigation of How Tourism Managers Have Re-Tooled Their Promotional Campaigns, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 77-90.
- Garín-Munoz, T. (2006). Inbound International Tourism to Canary Islands: A Dynamic Panel Data Model, *Tourism Management*, 27 (2): 281-291.
- Gil-Alana, L.A. (2005). Modelling International Monthly Arrivals Using Seasonal Univariate Long-Memory Processes, *Tourism Management*, 26 (6): 867-878.
- Grosspietsch, M. (2006). Perceived and Projected Images of Rwanda: Visitor and International Tour Operator Perspectives, *Tourism Management*, 27 (2): 225-234.
- Han, Z., Durbarray, R. ve Sinclair, M.T. (2006). Modelling US Tourism Demand for European Destinations, *Tourism Management*, 27 (1): 1-10.
- Jang, S.C.S. ve Wu, C.M.-E. (2006). Seniors' Travel Motivation and the Influential Factors: An Examination of Taiwanese Seniors, *Tourism Management*, 27 (2): 306-316.
- Kim, S.S. ve Agrusa, J. (2005). The Positioning of Overseas Honeymoon Destinations, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 887-904.
- Kim, S.S., Chun, H. ve Petrick, J.F. (2005). Positioning Analysis of Overseas Golf Tour Destinations by Korean Golf Tourists, *Tourism Management*, 26 (6): 905-917.
- Kim, S.S., Guo, Y. ve Agrusa, J. (2005). Preference and Positioning Analyses of Overseas Destinations by Mainland Chinese Outbound Pleasure Tourists, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 212-220.
- Kim, S.S. ve Prideaux, B. (2006). An Investigation of the Relationship between South Korean Domestic Public Opinion, Tourism Development in North Korea and a Role for Tourism in Promoting Peace on the Korean Peninsula, *Tourism Management*, 27 (1): 124-137.
- Koenig-Lewis, N. ve Bischoff, E.E. (2005). Seasonality Research: The State of The Art, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 201-219.
- Kozak, M. ve Taşçı, A.D.A. (2005). Perceptions of Foreign Tourists by Local Service Providers: The Case of Fethiye, Turkey, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 261-277.
- Kozak, N. (2006). A Classification and Analysis of Cities Based on Tourism Supply Resources in Turkey, *Tourism Analysis*, 10 (4).
- Kulendran, N. ve Wong, K.K.F. (2005). Modeling Seasonality in Tourism Forecasting, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 163-170.
- Lam, T. ve Hsu, C.H.C. (2006). Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination, *Tourism Management*, 27 (4): 589-599.
- Lee, C.-K., Lee, Y.K. ve Lee, B.-K. (2005). Korea's Destination Image Formed by the 2002 World Cup, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 839-858.
- Lee, S., Su, H.-J. ve Dubinsky, A.J. (2005). Relationship Selling in the Meeting Planner/Hotel Salesperson Dyad, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (4).
- Lew, A. ve McKercher, B. (2006). Modeling Tourist Movements: A Local Destination Analysis, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 403-423.
- Li, X.R. ve Vogelsong, H. (2006). Comparing Methods of Measuring Image Change: A Case Study of a Small-Scale Community Festival, *Tourism Analysis*, 10 (4).
- MacKay, K.J. ve Smith, M.C. (2006). Destination Advertising: Age and Format Effects on Memory, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 7-24.
- March, R. ve Woodside, A.G. (2005). Testing Theory of Planned versus Realized Tourism Behavior, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 905-924.
- McKercher, B. ve Pine, R. (2005). Privation as a Stimulus to Travel Demand? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 107-115.
- Méheux, K. ve Parker, E. (2006). Tourist Sector Perceptions of Natural Hazards in Vanuatu and the Implications for a Small Island Developing State, *Tourism Management*, 27 (1): 69-85.
- Mercille, J. (2005). Media Effects on Image: The Case of Tibet, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1039-1055.
- Okello, M. M. (2005). A Survey of Tourist Expectations and Economic Potential for a Proposed Wildlife Sanctuary in a Maasai Group Ranch near Amboseli, Kenya, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 566-589.
- Pearce, D.G. ve Tan, R. (2006). The Distribution Mix For Tourism Attractions in Rotorua, New Zealand, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 250-258.
- Petrick, J.F., Tonner, C. ve Quinn, C. (2006). The Utilization of Critical Incident Technique to Examine Cruise Passengers' Repurchase Intentions, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 273-280.
- Prebensen, N.K. (2005). Segmenting the Group Tourist Heading for Warmer Weather: A Norwegian Example, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (4): 27-40.
- Prebensen, N.K. ve Kleiven, J. (2006). Stability in Outbound Travel Motivation: A Norwegian Example, *Tourism Analysis*, 10 (3).
- Pina, I.P.A. ve Delfa, M.T.D. (2005). Rural Tourism Demand by Type of Accommodation, *Tourism Management*, 26 (6): 951-959.
- Pol, A.P., Pascual, M.B. ve Vázquez, P.C. (2006). Robust Estimators and Bootstrap Confidence Intervals Applied to Tourism Spending, *Tourism Management*, 27 (1): 42-50.
- Pritchard, M.P. ve Havitz, M.E. (2006). Destination Appraisal: An Analysis of Critical Incidents, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 25-46.
- Reiser, A. ve Simmons, D.G. (2005). A Quasi-Experimental Method for Testing the Effectiveness of Ecolabel Promotion, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 590-616.
- Ryan, C. ve Cave, J. (2005). Structuring Destination Image: A Qualitative Approach, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 143-150.
- Sánchez, J., Callarisa, L., Rodríguez, R.M. ve Moliner, M.A. (2006). Perceived Value of the Purchase of a Tourism Product, *Tourism Management*, 27 (3): 394-409.
- Shareef, R. ve McAleer, M. (2005). Modelling International Tourism Demand and Volatility in Small Island Tourism Economies, *International Journal of Tourism Research*, 7 (6): 313-333.

- Sirakaya, E. ve Woodside, E.G. (2005). Building and Testing Theories of Decision Making by Travellers, *Tourism Management*, 26 (6): 815-832.
- Son, A. (2005). The Measurement of Tourist Destination Image: Applying a Sketch Map Technique, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 279-294.
- Song, H. ve Witt, S.F. (2006). Forecasting International Tourist Flows to Macau, *Tourism Management*, 27 (2): 214-224.
- Stoeckl, N., Greiner, R. ve Mayocchi, C. (2006). The Community Impacts of Different Types of Visitors: An Empirical Investigation of Tourism in North-west Queensland, *Tourism Management*, 27 (1): 97-112.
- Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development, *Tourism Management*, 27 (3): 493-504.
- Urtasun, A. ve Gutiérrez, I. (2006). Hotel Location in Tourism Cities: Madrid 1936-1998, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 382-402.
- Vroomen, B., Donkers, B., Verhoef, P.C. ve Franses, P.H. (2005). Selecting Profitable Customers for Complex Services on the Internet, *Journal of Service Research*, 8 (1): 37-47.
- Wang, Y. ve Fesenmaier, D.R. (2006). Identifying the Success Factors of Web-Based Marketing Strategy: An Investigation of Convention and Visitors Bureaus in the United States, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 239-249.
- Yaman, H.R. ve Gürel, E. (2006). Ethical Ideologies of Tourism Marketers, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 470-489.
- Yüksel, A., Kılınc, U.K. ve Yüksel, F. (2006). Cross-National Analysis of Hotel Customers' Attitudes toward Complaining and their Complaining Behaviours, *Tourism Management*, 27 (1): 11-24.
- YÖNETİM**
- Clemenz, C.E., Kim, S. ve Weaver, P.A. (2006). An Exploratory Study of Waiting Lists in Private Clubs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 17-43.
- Countryman, C.A. ve Horton, B.W. (2006). Qualities and Characteristics Club Managers Look for in Entry Level Supervisors, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 45-60.
- Buultjens, J. (2006). A Comparison of Wage Determination in New South Wales and Queensland (Australia) Clubs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 131-149.
- Bren, H. ve Innes, K. (2006). Strategic Management of External Change in NSW Registered Clubs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 151-171.
- Cater, C.I. (2006). Playing with Risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications in Adventure Tourism, *Tourism Management*, 27 (2): 317-325.
- Chai, K.-H., Zhang, J. ve Tan, K.-C. (2005). A TRIZ-Based Method for New Service Design, *Journal of Service Research*, 8 (1): 48-66.
- Chan, E.S.W. ve Wong, S.C.K. (2006). Motivations for ISO 14001 in the Hotel Industry, *Tourism Management*, 27 (3): 481-492.
- Chan, W.W. ve Mak, B. (2005). An Analysis of the Environmental Reporting Structures of Selected European Airlines, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 249-259.
- Cooper, C. (2006). Knowledge Management and Tourism, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 47-64.
- Dredge, D. (2006). Policy Networks and the Local Organisation of Tourism, *Tourism Management*, 27 (2): 269-280.
- Endo, K. (2006). Foreign Direct Investment in Tourism—Flows and Volumes, *Tourism Management*, 27 (4): 600-614.
- Eugenio-Martin, J.L., Sinclair, M.T. ve Yeoman, I. (2005). Quantifying the Effects of Tourism Crises: An Application to Scotland, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 21-3.
- Frehse, J. (2005). Innovative Product Development in Hotel Operations: The Case of AltiraSPA, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 129-147.
- Fruchter, G. ve Sigué, S.P. (2005). Transactions vs. Relationships: What Should the Company Emphasize? *Journal of Service Research*, 8 (1): 18-36.
- Hjalager, A.-M. (2005). The Marriage Between Welfare Services and Tourism: A Driving Force for Innovation? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 7-29.
- James, M. (2005). Tourism Impacts: Planning and Management/Rural Planning and Management/People, Places and Sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 413-414.
- Johnson, C. ve Vanetti, M. (2005). Locational Strategies of International Hotel Chains, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1077-1099.
- Karatepe, O.M. ve Sökmen, A. (2006). The Effects of Work Role and Family Role Variables on Psychological and Behavioral Outcomes of Frontline Employees, *Tourism Management*, 27 (2): 255-268.
- Karatepe, O.M., Uludag, O., Menevis, İ., Hadzimehmedagic, L. ve Baddar, L. (2006). The Effects of Selected Individual Characteristics on Frontline Employee Performance and Job Satisfaction, *Tourism Management*, 27 (4): 547-560.
- Kim, B.P. ve George, R.T. (2005). The Relationship between Leader-Member Exchange (LMX) and Psychological Empowerment, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (4).
- Kim, B.Y., Oh, H. ve Gregoire, M. (2006). Effects of Firms' Relationship-Oriented Behaviors on Financial Performance, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).
- Kim, Y.S.K. ve Smith, A.K. (2005). Crime and Punishment: Examining Customers' Responses to Service Organizations' Penalties, *Journal of Service Research*, 8 (2): 162-180.
- Laws, E. ve Prideaux, B. (2005). Crisis Management: A Suggested Typology, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 1-8.
- Lin, Y.-H. (2006). The Incidence of Sexual Harassment of Students while Undergoing Practicum Training Experience in the Taiwanese Hospitality Industry-Individuals Reactions and Relationships to Perpetrators, *Tourism Management*, 27 (1): 51-68.
- Liu, A. ve Wall, G. (2006). Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective, *Tourism Management*, 27 (1): 159-170.
- McIntosh, A. (2006). The Family Business in Tourism and Hospitality, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 106-109.
- Neu, W.A. ve Brown, S.E. (2005). Forming Successful Business-to-Business Services in Goods-Dominant Firms, *Journal of Service Research*, 8 (1): 3-17.
- Northcote, J. ve Macbeth, J. (2006). Conceptualizing Yield: Sustainable Tourism Management, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 199-220.
- Ok, C., Back, K.-J. ve Shanklin, C.W. (2005). Modeling Roles of Service Recovery Strategy, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (4).
- Orfila-Sintes, F., Crespi-Cladera, R. ve Martínez-Ros, E. (2005). Innovation Activity in the Hotel Industry: Evidence from Balearic Islands, *Tourism Management*, 26 (6) : 851-865.
- Ottensbacher, M., Shaw, V. ve Lockwood, A. (2005). An Investigation of the Factors Affecting Innovation Performance in Chain and Independent Hotels, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 113-128.

- Qu, R., Ennew, C. ve Sinclair, M.T. (2005). The Impact of Regulation and Ownership Structure on Market Orientation in the Tourism Industry in China, *Tourism Management*, 26 (6): 939-950.
- Pan, C.-M. (2005). Market Structure and Profitability in the International Tourist Hotel Industry, *Tourism Management*, 26 (6): 845-850.
- Pechlaner, H., Fischer, E. ve Hammann, E.A. (2005). Leadership and Innovation Processes: Development of Products and Services Based on Core Competencies, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 31-57.
- Peters, M. ve Pikkemaat, B. (2005). Innovation in Tourism, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 1-6.
- Peters, M. ve Pikkemaat, B. (2005). Crisis Management in Alpine Winter Sports Resorts–The 1999 Avalanche Disaster in Tyrol, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 9-20.
- Phillips, P. ve Louvieris, P. (2005). Performance Measurement Systems in Tourism, Hospitality, and Leisure Small Medium-Sized Enterprises: A Balanced Scorecard Perspective, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 201-211.
- Pikkemaat, B. ve Peters, M. (2005). Towards the Measurement of Innovation: A Pilot Study in the Small and Medium Sized Hotel Industry, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 89-112.
- Ross, G.F. (2005). Tourism Industry Employee Workstress–A Present and Future Crisis, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 133-147.
- Scott, N. ve Laws, E. (2005). Tourism Crises and Disasters: Enhancing Understanding of System Effects, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 149-158.
- Soshiroda, A. (2005). Inbound Tourism Policies in Japan from 1859 to 2003, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1100-1120.
- Volo, S. (2005). A Consumer-Based Measurement of Tourism Innovation, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 73-87.
- Weiermair, K. (2005). Prospects for Innovation in Tourism: Analyzing the Innovation Potential Throughout the Tourism Value Chain, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 59-72.
- Weng, C.-C. ve Wang, K.L. (2006). Scale and Scope Economies of International Tourist Hotels in Taiwan, *Tourism Management*, 27 (1): 25-33.
- White, C. (2005). The Relationship between Cultural Values and Individual Work Values in the Hospitality Industry, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 221-229.
- Wong, K.K.F. ve Song, H. (2006). Do Macroeconomic Variables Contain Any Useful Information for Predicting Changes in Hospitality Stock Indices? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).
- Yu, L. Stafford, G. ve Armoo, A.K. (2005). A Study of Crisis Management Strategies of Hotel Managers in the Washington, D.C. Metro Area, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2/3): 91-105.
- EKONOMİ**
- Algieri, B. (2006). An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: The Case of Russia, *Tourism Economics*, 12 (1): 5-20.
- Croes, R.R. (2006). A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability, *Tourism Management*, 27 (3): 453-465.
- Croes, R.R. ve Vanegas Sr., M. (2005). An Econometric Study of Tourist Arrivals in Aruba and its Implications, *Tourism Management*, 26 (6): 879-890.
- Ferreira, R.F. ve Gustafson, C.M. (2006). Declining Memberships during an Economic Downturn in U.S. Private Clubs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7 (2/3): 1-15.
- Jang, S.C.S., Cai, L.A., Morrison, A.M. ve O'Leary, J.T. (2005). The Effects of Travel Activities and Seasons on Expenditure, *International Journal of Tourism Research*, 7 (6): 335-346.
- Lee, G., Morrison, A.M. ve O'Leary, J.T. (2006). The Economic Value Portfolio Matrix: A Target Market Selection Tool for Destination Marketing Organizations, *Tourism Management*, 27 (4): 576-588.
- Loomis, J. ve Caughlan, L. (2006). The Importance of Adjusting for Trip Purpose in Regional Economic Analyses of Tourist Destinations, *Tourism Economics*, 12 (1): 33-43.
- Oh, C.-O. ve Ditton, R.B. (2006). An Evaluation of Price Measures in Tourism Demand Models, *Tourism Analysis*, 10 (3).
- Samitas, A.G. ve Kenourgios, D.F. (2006). Financing Tourist Development through Stock Capital: Evidence from the Greek Hotel Sector, *Tourism Economics*, 12 (1): 87-100.
- Saayman, M. ve Saayman, A. (2006). Estimating the Economic Contribution of Visitor Spending in the Kruger National Park to the Regional Economy, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 67-81.
- Sharma, A. (2006). Economic Impact and Institutional Dynamics of Small Hotels in Tanzania, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).
- Stoddard, J., Davé, D., Evans, M. ve Clopton, S.W. (2006). Economic Impact of the Arts in a Small US County, *Tourism Economics*, 12 (1): 101-121.
- SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM**
- Fennell, D. ve Weaver, D. (2005). The Ecotourism Concept and Tourism-Conservation Symbiosis, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 373-390.
- Gezici, F. (2006). Components of Sustainability: Two Cases from Turkey, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 442-455.
- Herremans, I.M., Reid, R.E. ve Wilson, L. K. (2005). Environmental Management Systems (EMS) of Tour Operators: Learning from Each Other, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 311-352.
- Hu, W. ve Wall, G. (2005). Economic and Environmental Symbiosis in a Tourism Attraction: An Example from Hainan, China, *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5): 295-310.
- Hu, W. ve Wall, G. (2005). Environmental Management, Environmental Image and the Competitive Tourist Attraction, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 617-635.
- Jamal, T. ve Tanase, A. (2005). Impacts and Conflicts Surrounding Dracula Park, Romania: The Role of Sustainable Tourism Principles, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 440-455.
- Johnston, R.J. ve Tyrrell, T.J. (2005). A Dynamic Model of Sustainable Tourism, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 124-134.
- Knowd, I. (2006). Tourism as a Mechanism for Farm Survival, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 24-42.
- Kuniyal, J.C. (2005). Solid Waste Management in the Himalayan Trails and Expedition Summits, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 391-410.
- Le, Y., Hollenhorst, S., Harris, C., McLaughlin, W. ve Shook, S. (2006). Environmental Management: A Study of Vietnamese Hotels, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 545-567.

Lovelock, B. (2005). Tea-Sippers or Arsonists? Environmental NGOs and Their Responses to Protected Area Tourism: A Study of the Royal Forest and Bird Protection Society of New Zealand, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 529-545.

Lundgren, J.O. (2005). Re-Inventing a Tourism Destination - Facing the Challenge, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 417-419.

Sithole, E. (2005). Trans-Boundary Environmental Actors: The Zambezi Society's Campaign for Sustainable Tourism Development in the Zambezi Bioregion, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 486-503.

Svoronou, E. ve Holden, A. (2005). Ecotourism as a Tool for Nature Conservation: The Role of WWF Greece in the Dadia-Lefkimi-Soufli Forest Reserve in Greece, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 456-467.

Tsaur, S.-H., Lin, Y.-C. ve Lin, J.-H. (2006). Evaluating Ecotourism Sustainability from the Integrated Perspective of Resource, Community and Tourism, *Tourism Management*, 27 (4): 640-653.

Wearing, S., McDonald, M. ve Ponting, J. (2005). Building a Decommodified Research Paradigm in Tourism: The Contribution of NGOs, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 424-439.

Winson, A. (2006). Ecotourism and Sustainability in Cuba: Does Socialism Make a Difference? *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 6-23.

Woodside, A.G., Caldwell, M. ve Spurr, R. (2006). Advancing Ecological Systems Theory in Lifestyle, Leisure, and Travel Research, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 259-272.

HİZMET KALİTESİ

Bell, S.J. ve Luddington, J.A. (2006). Coping With Customer Complaints, *Journal of Service Research*, 8 (3): 221-233.

Collier, J.E. ve Bienstock, C.E. (2006). Measuring Service Quality in E-Retailing, *Journal of Service Research*, 8 (3): 260-275.

Crotts, J.C. ve McKercher, B. (2006). The Adaptation to Cultural Distance and its Influence on Visitor Satisfaction: The Case of First-Time Visitors to Hong Kong, *Tourism Analysis*, 10 (4).

Daniels, M.J., Rodgers, E.B.D. ve Wiggins, B.P. (2005). "Travel Tales": An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical Disabilities, *Tourism Management*, 26 (6): 919-930.

Del Bosque, I.A.R., Martín, H.S. ve Collado, J. (2006). The Role of Expectations in the Consumer Satisfaction Formation Process: Empirical Evidence in the Travel Agency Sector, *Tourism Management*, 27 (3): 410-419.

Edvardsson, B., Enquist, B. ve Johnston, R. (2005). Cocreating Customer Value through Hyperreality in the Prepurchase Service Experience, *Journal of Service Research*, 8 (2): 149-161.

Gallarza, M.G. ve Saura, I.G. (2006). Value Dimensions, Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: An Investigation of University Students' Travel Behaviour, *Tourism Management*, 27 (3): 437-452.

García, D. ve Tugores, M. (2006). Optimal Choice of Quality in Hotel Services, *Annals of Tourism Research*, 33 (2): 456-469.

Gwinner, K.P., Bitner, K.J., Brown, S.W. ve Kumar, A. (2005). Service Customization Through Employee Adaptiveness, *Journal of Service Research*, 8 (2): 131-148.

Home, R.A. (2005). A New Tune from an Old Instrument: The Application of SERVQUAL to a Tourism Service Business, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 187-204.

Luong, A. (2005). Affective Service Display and Customer Mood, *Journal of Service Research*, 8 (2): 117-130.

Obenour, W., Patterson, M., Pedersen, P. ve Pearson, L. (2006). Conceptualization of a Meaning-Based Research Approach for Tourism Service Experiences, *Tourism Management*, 27 (1): 34-41.

Martín, S.S. ve Camarero, C. (2005). Consumer Reactions to Firm Signals in Asymmetric Relationships, *Journal of Service Research*, 8 (1): 79-97.

McKee, D., Simmers, C.S. ve Licata, J. (2006). Customer Self-Efficacy and Response to Service, *Journal of Service Research*, 8 (3): 207-220.

TURİZMDE BİLGİ TEKNOJİLERİ

Antoniou, G., Skylogiannis, T., Bikakis, A. ve Bassiliades, N. (2005). A Semantic Brokering System for the Tourism Domain, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Beldona, S. (2005). Cohort Analysis of Online Travel Information Search Behavior: 1995-2000, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 135-142.

Bergamaschi, S., Beneventano, D., Guerra, F. ve Vincini, M. (2005). Building a Tourism Information Provider With the MOMIS System, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Beritelli, P. ve Schuppisser, M. (2005). Challenges in Mobile Business Solutions for Tourist Destinations: The Trial Case of St. Moritz, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 149-164.

Dell'Erba, M., Fodor, O., Höpken, W. ve Werthner, H. (2005). Exploiting Semantic Web Technologies for Harmonizing E-Markets, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Klauegger, C. (2005). Evaluating Internet Portals: An Empirical Study of Acceptance Measurement Based on the Austrian National Tourist Office's Service Portal, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6 (3/4): 165-185.

Sahadev, S. ve Islam, N. (2005). Exploring the Determinants of E-Commerce Usage in the Hotel Industry in Thailand: An Empirical Study, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Sellitto, C. (2005). A Study of Emerging Tourism Features Associated With Australian Winery Websites, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Skadberg, Y.X., Skadberg, A.N. ve Kimmel, J.R. (2005). Flow Experience and its Impact on the Effectiveness of a Tourism Website, *Information Technology & Tourism*, 7 (3/4).

Soper, A.K. (2005). Internet Guide to Travel Health, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 415-417.

Vilnai-Yavetz, I. ve Rafaeli, A. (2006). Aesthetics and Professionalism of Virtual Servicescapes, *Journal of Service Research*, 8 (3): 245-259.

Williams, R., Rattray, R. ve Grimes, A. (2006). Meeting the Online Needs of Disabled Tourists: An Assessment of UK-Based Hotel Websites, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1): 59-73.

Yuan, Y.-L., Gretzel, U. ve Fesenmaier, D.R. (2006). The Role of Information Technology Use in American Convention and Visitors Bureaus, *Tourism Management*, 27 (2): 326-341.

TURİZM ÇEŞİTLENDİRMESİ

Bigné, J.E., Andreu, L. ve Gnoth, J. (2005). The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction, *Tourism Management*, 26 (6): 833-844.

Frost, W. (2006). Braveheart-ed Ned Kelly: Historic Films, Heritage Tourism and Destination Image, *Tourism Management*, 27 (2): 247-254.

- Fuller, D., Buultjens, J. ve Cummings, E. (2005). Ecotourism and Indigenous Micro-Enterprise Formation in Northern Australia Opportunities and Constraints, *Tourism Management*, 26 (6): 891-904.
- Getz, D. ve Brown, G. (2006). Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis, *Tourism Management*, 27 (1): 146-158.
- Hall, C.M. (2005). Biosecurity and Wine Tourism, *Tourism Management*, 26 (6): 931-938.
- Hottola, P. (2005). The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (4): 411-413.
- Hou, J.S., Lin, C.-H. ve Morais, D.B. (2005). Antecedents of Attachment to a Cultural Tourism Destination: The Case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese Visitors to Pei-Pu, Taiwan, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 221-233.
- Johnson, D. (2006). Providing Ecotourism Excursions for Cruise Passengers, *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 43-54.
- Lee, C.-K. ve Back, K.-J. (2006). Examining Structural Relationships among Perceived Impact, Benefit, and Support for Casino Development Based on 4 Year Longitudinal Data, *Tourism Management*, 27 (3): 466-480.
- Marques, H. (2006). Searching for Complementarities between Agriculture and Tourism—The Demarcated Wine-Producing Regions of Northern Portugal, *Tourism Economics*, 12 (1): 147-160.
- McCleary, K.W., Weaver, P.A. ve Meng, F. (2006). Dance as a Tourism Activity: Demographics, Demand Characteristics, Motivation, and Segmentation, *Tourism Analysis*, 10 (3).
- McKercher, B. Wan Sze M., ve Tse, T.S.M. (2006). Are Short Duration Cultural Festivals Tourist Attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (1): 55-66.
- Moran, D., Tresidder, E. ve McVittie, A. (2006). Estimating the Recreational Value of Mountain Biking Sites in Scotland Using Count Data Models, *Tourism Economics*, 12 (1): 123-135.
- Muzaini, H. (2006). Backpacking Southeast Asia: Strategies of "Looking Local" *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 144-161.
- Poria, Y., Reichel, A. ve Biran, A. (2006). Heritage Site Perceptions and Motivations to Visit, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 318-326.
- Ralston, R., Lumsdon, L. ve Downward, P. (2005). The Third Force in Events Tourism: Volunteers at the XVII Commonwealth Games, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (5): 504-519.
- Ryan, C. ve Higgins, O. (2006). Experiencing Cultural Tourism: Visitors at the Maori Arts and Crafts Institute, New Zealand, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 308-317.
- Petrzalka, P., Krannich, R.S., Brehm, J. ve Trentelman, C.K. (2005). Rural Tourism and Gendered Nuances, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1121-1137.
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering Adventure Tourists: A Conceptual Framework for Research, *Tourism Management*, 27 (1): 113-123.
- Pons, F., Mourali, M. ve Nyeck, S. (2006). Consumer Orientation Toward Sporting Events: Scale Development and Validation, *Journal of Service Research*, 8 (3): 276-287.
- Poria, Y., Reichel, A. ve Biran, A. (2006). Heritage Site Management: Motivations and Expectations, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 162-178.
- Prideaux, B. ve McClymont, H. (2006). The Changing Profile of Caravanners in Australia, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1): 45-58.
- Shafer, E.L. ve Choi, Y. (2006). Forging Nature-Based Tourism Policy Issues: A Case Study in Pennsylvania, *Tourism Management*, 27 (4): 615-628.
- Teo, P. ve Leong, S. (2006). A Postcolonial Analysis of Backpacking, *Annals of Tourism Research*, 33 (1): 109-131.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism-Frameworks for Analysis, *Tourism Management*, 27 (2): 183-200.
- Walmsley, J. (2005). Nature-Based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster? *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 636-638.
- Won Hee, L. ve Moscardo, G. (2005). Understanding the Impact of Ecotourism Resort Experiences on Tourists' Environmental Attitudes and Behavioural Intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (6): 546-565.

YİYECEK VE İÇECEK

Lin, I.Y.-H. ve Mattila, A.S. (2006). Understanding Restaurant Switching Behavior from a Cultural Perspective, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (1).

TURİZMİN SOSYAL VE FİZİKSEL ETKİLERİ

Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C. ve Vogt, C.A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1056-1076.

Cunningham, P. (2006). Social Valuing for Ogasawara as a Place and Space Among Ethnic Host, *Tourism Management*, 27 (3): 505-516.

Lawton, L. (2005). Resident Perceptions of Tourist Attractions on the Gold Coast of Australia, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 188-200.

Kwan, A.V.C. ve McCartney, G. (2005). Mapping Resident Perceptions of Gaming Impact, *Journal of Travel Research*, 44 (2): 177-187.

Pérez, E.A. ve Nadal, J.R. (2005). Host Community Perceptions a Cluster Analysis, *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 925-941.

Ritchie, B.W. ve Inkari, M. (2006). Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: The Case of the Lewes District, Southern England, *International Journal of Tourism Research*, 8 (1): 27-44.

Thyne, M., Lawson, R. ve Todd, S. (2006). The Use of Conjoint Analysis to Assess the Impact of the Cross-Cultural Exchange between Hosts and Guests, *Tourism Management*, 27 (2): 201-213.

Wood, E. ve Thomas, R. (2006). Measuring Cultural Values-The Case of Residents' Attitudes to Saltaire Festival, *Tourism Economics*, 12 (1): 137-145.

SEYAHAT VE ULAŞTIRMA

Coshall, J. (2006). Time Series Analyses of UK Outbound Travel by Air, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 335-347.

Gabe, T.M., Lynch, C.P. ve McConnon Jr., J.C. (2006). Likelihood of Cruise Ship Passenger Return to a Visited Port: The Case of Bar Harbor, Maine, *Journal of Travel Research*, 44 (3): 281-287.

Heung, V.C.S. ve Zhu, P. (2005). Factors Affecting Choice of A Travel Agency for Domestic Tourism: The Case of Shanghai Residents in China, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (4): 13-25.

Hui, T.K. ve Wan, D. (2005). Factors Affecting Consumers' Choice of a Travel Agency: The Case Of Singapore, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (4): 1-12.

TEZ ÖZETLERİ

Hazırlayan: **Hatice GÜÇLÜ**
E-mail: hguclu@anadolu.edu.tr

Türkiye’de Paket Turların Yönetiminde Turist Rehberlerinin Fonksiyonu: Yönetimsel Rollerin Tespiti, Sorunlar ve Çözüm Önerileri (Yüksek Lisans Tezi), Nihat ÇEŞMECİ. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2004 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA).

Günümüzde dünya turizm hareketlerindeki büyüme ve gelişme paket turların katkısı yadsınamaz. Türk turizm endüstrisinin gelişiminde de paket turların oldukça önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Özellikle Türkiye’deki paket turlarda, tur liderlerinin nadiren görev almasından dolayı, ülkemizdeki turist rehberlerinin temel işlevi olan tanıtma ve bilgi verme kadar, tur yönetimi işlevleri de önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı: (a) turist rehberlerinin paket turların gerçekleşme aşamasındaki yönetimsel fonksiyonlarına yönelik mevcut yazında tespit edilen eksiklikleri tamamlamaya yönelik katkıda bulunmak; (b) tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek; ve (c) bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Bu bağlamda, öncelikle mevcut yazın taraması yapılarak yazındaki bilgiler doğrultusunda konu bütünsel olarak ele alınmış, daha sonra ise konuya yönelik birincil veri elde etmek amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Anketler, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir illerinde Aralık 2003’te düzenlenen “Turist Rehberliği Hizmetiçi Eğitim Seminerleri”ne katılan turist rehberlerine uygulanmıştır.

Bu çalışmada, turist rehberlerinin yönetimin fonksiyonu olan planlama, örgütlenme, yönelme ve etkileme, koordinasyon ve denetim ile ilgili yaşadıkları yönetimsel sorunlar ile bu sorunların olası sebepleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada, turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetimsel sorunların, turist rehberlerinin tecrübelerine, tura çıkma sıklıklarına, rehberlik hizmeti verdikleri turların sürelerine ve tura katılan kişi sayılarına göre birtakım farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak, araştırma bulguları doğrultusunda, turist rehberliği eğitimi veren kurumlarda standart bir program uygulanmasının gerekliliği ile seyahat acentaları ve tur operatörlerine yönelik denetimlerin sıklaştırılmasının önemi vurgulanmıştır.

Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Çerçevesinde Sunulan Hizmetin Kalitesini Artırmaya Yönelik Bir Eğitim Modeli (Yüksek Lisans Tezi), Kadir SEYHAN. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2004 (Danışman: Doç. Dr. Yüksel ÖZTÜRK).

Son yıllarda, otel işletmeleri giderek artan ve değişen insan ihtiyaçlarını karşılamak için birbirleriyle rekabet haline girmişler ve müşteri memnuniyetini gerçekleştirerek müşterilerde sürekliliği sağlamayı hedeflemişlerdir.

Müşterilerin otel işletmesinden memnun ayrılmaları, işletmenin varlığını sürdürülebilirliği ve diğer işletmelerle rekabet edebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Bu da yönetici ve işgörende görülen eksikliklere karşı yeterli derecede önlem alınması ile gerçekleştirilebilecektir. Görülen eksiklikler karşısında kayıtsız kalan ve hiçbir şekilde iyileştirme düşünmeyen işletme, yoğun rekabetin yaşandığı turizm pazarında kaybolacaktır.

Bu çalışmanın amacı; konaklama işletmelerindeki hizmetin kalitesini ölçerek, işletmelerdeki aksaklıkları saptayıp, müşteri memnuniyeti çerçevesinde sunulan hizmetin kalitesini artırmaya yönelik bir eğitim modeli geliştirmektir.

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 17, Sayı 1, Bahar: 123-126, 2006.

Copyright © 2006 anatolia

Bütün hakları saklıdır

ISSN: 1300-4220, (1990-2006)

Müşterilerin algılamaları sonucunda oluşan hizmet eksikliklerinin, otel çalışanlarına verilebilecek iyi bir eğitim ile giderilmesi, dolayısıyla hizmet kalitesi artırılarak müşteri memnuniyetinin sağlanması bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, otel işletmeleri departmanlarının özelliklerine göre çeşitli kriterler saptanmış, hizmet sunumu öncesi müşterilerin bu kriterlerden beklentileri ve hizmet sunumu sonrası müşterinin algıladığı hizmet araştırılarak otel işletmelerinde verilen hizmetin kalitesi, hizmet sektörü için en kabul görmüş ölçek olan SERVQUAL yöntemi ile ölçülmüş ve Türkiye’deki otel işletmelerinin tüm departmanlarında çok az da olsa bir hizmet kalitesi eksikliği ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca; elde edilen verilere göre departmanlar arası beklenti ve algılamaları ölçmek için t-testi, uyruklar arası beklenti ve algılama farklılıkları için ise ANOVA testi uygulanmıştır.

Hizmet Sektöründe Kulaktan Kulağa İletişimin Etkileri: Ankara’da Beş Yıldızlı Otelde Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Pınar ANTEPLİOĞLU. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Leyla ŞENTÜRK ÖZER).

Bu çalışmanın amacı, bilgi kaynağı olan kulaktan kulağa iletişimin (girdi) hizmet sektörü içerisinde satın alma davranışı üzerine etkilerini ve satın alma sonrası değerlendirme aşamasında oluşan tatmin/tatminsizliğin de negatif/pozitif (çıkıtı) kulaktan kulağa iletişimin oluşumuna etkilerini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda bir model geliştirilmiştir. Bu model içerisindeki etkileşimleri ölçmeye yönelik hazırlanan sorularla bir anket tasarlanmış ve Ankara’da yer alan beş yıldızlı, beş otel içerisinde seçilen üç otelde konaklayan müşterilere bu anketler uygulanmıştır. Elde edilen anket verilerine doğrusal regresyon analizi ve t testi uygulanarak, modelde yer alan ilişkiler test edilmiştir. Bu çerçevede, genel olarak, girdi kulaktan kulağa iletişimin satın alma davranışını etkilediği belirlenmiştir. Daha sonra, müşterilerin satın alma davranışı sonrası değerlendirmelerinde tatmin olan müşterinin pozitif, tatmin olmayan müşterinin de negatif kulaktan kulağa iletişim oluşturdukları saptanmıştır. Sonuç olarak kulaktan kulağa iletişimin hizmet sektörünü anlamlı şekilde etkilediği belirlenmiştir.

Turizm İşletmelerinde Çalışanlara Yapılan Yıldırma Davranışları (Yüksek Lisans Tezi), Osman ÇALIŞKAN. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Mustafa TEPECİ).

Bu çalışmada, turizm endüstrisinde konaklama işletmelerinde çalışan personelin iş ortamında yaşadığı yıldırma boyutu görgül (empirical) olarak incelenmiştir. Son yıllarda, yıldırma konusu yönetim alanında önem kazanmasına rağmen, Türkiye’de özellikle turizm sektöründe pek denenmemiş bir konudur. Bu araştırma, (1) Turizmde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde çalışan personelin yıldırma boyutu, (2) Yıldırma faktörlerinin, işgörenin iş tatmini seviyesine etkisi, (3) Yıldırma faktörlerinin, işgörenin işte kalma niyeti eğilimi üzerine etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırma, alan araştırması olarak planlanarak konaklama işletmelerinde çalışan personellere uygulanmıştır. Bu kapsamda geliştirilen yıldırma faktörleri ölçeğinin güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. Araştırma, Batı Akdeniz, Kapadokya ve Bodrum bölgelerinde faaliyet gösteren 3,4 ve 5 yıldızlı 12 otel işletmesinde çalışan toplam 328 işgören-

den toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, işgörenleri iş ortamında etkileyen yıldırma faktörleri olarak, Yaşam Kalitesi ve Mesleki Duruma Saldırı, İtibara Saldırı, Sağlığa Saldırı, İş Arkadaşları Tarafından Tehditler ve Negatif İçerikli İletişim, Sosyal İlişkilere Saldırı ve Etnik Köken ve Dini Görüşle Alay Etme olarak belirlenmiştir. Daha önceki araştırmalarda Leymann (1990) tipolojisine uyan ilk beş faktör dışında, Etnik Köken ve Dini Görüşle Alay Etme faktörü ayrı bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Çalışmanın önemli bir sonucu ise, yıldırma faktörlerinin çalışan personelin iş tatminine ve işte kalma niyeti eğilimine etkileridir. Araştırma bulgularıyla, yıldırma boyutu düşük seviyede çıkmıştır. Genelde işyerlerinde yapılan yıldırma davranışları, yaşam kalitesine ve mesleki duruma saldırı ve iş arkadaşları tarafından tehditler ve negatif içerikli iletişim şeklindedir. Yiyecek içecek departmanında çalışan personellerin, diğer departmanlarda çalışan personellere göre daha çok yıldırma maruz kaldığı tespit edilmiştir. Bekar personellerin evli personellere göre, bayan personellerin erkek personellere göre, ilkokul mezunu personellerin, üniversite mezunu personellere göre daha fazla yıldırma yaşamaktadır. Bunun yanı sıra çalışan personelin iş tatmini seviyesi ve işte kalma niyeti eğilimi seviyesi yüksek çıkmıştır. Bu sonucun, yönetimin işe göre personel seçmesinden, ülkemizin ekonomik şartlarından, konaklama sektörünün özel sektör ve esnek olmasından, çalışan personelin iş bulmasının kolay olmasından, sektörün genelde sezonluk olmasından dolayı çalışan personelin işine olan bağlılığının azalmasından ve aynı işletmede yeniden çalışma olasılığının az olmasından, konaklama sektörü dahil diğer tüm sektörlerinde etkilendiği krizlerden ve buna bağlı olarak işsizlik oranının yüksek olmasından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Yöneticilerin Kişilik Özelliklerinin Denetim Odağı Açısından İncelenmesi: Muğla Yöresindeki Beş-Dört Yıldızlı Otellerinin ve Birinci Sınıf Tatil Köylerinin Yiyecek İçecek Yöneticilerine Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Banu Saadet ÜNSAL. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Prof. Dr. Füsün İstanbullu DİNÇER).

Bu tezde, örgütsel davranışa etki eden temel kişilik özelliklerinden biri olan denetim odağı yaklaşımı ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, konaklama işletmelerinin yiyecek içecek bölümünden sorumlu yöneticilerinin iç denetim odaklı veya dış denetim odaklı tutumlarından hangisini benimsediklerini belirlemektir. Yapılan alan araştırması sonucu, konaklama işletmelerinde orta kademe yöneticisi olan yiyecek-içecek bölümünden sorumlu yöneticilerin yüksek oranda iç denetim odaklı olduğu görülmektedir.

İşletmelerde Dış Kaynaklardan Yararlanma ve Konaklama İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Bayram ŞAHİN. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Önder MET).

İşletmelerde dış kaynaklardan yararlanma (DKY) ve konaklama işletmeleri üzerinde örnek bir uygulama isimli yüksek lisans tez çalışmasının amacı dış kaynaklardan yararlanma uygulamasının işletmeler üzerindeki etkilerinin incelenmesi, sürecin işletme yapısına ve faaliyetlerine uygulanması, bu uygulama esnasında dikkat edilmesi gereken kritik noktaların belirlenmesidir. Diğer bazı yönetim uygulamalarıyla birçok benzerlikler gösteren DKY'nin özünde temel yetenek kavramı yatmaktadır. Genel olarak DKY ve temel yetenek kavramları; işletmelerin en iyi yaptıkları faaliyetleri belirleyip bu faaliyetler üzerinde

yoğunlaşmaları, geriye kalan diğer bazı faaliyetleri de yapılan anlaşmalar vasıtasıyla tedarikçi işletmelerden temin etmelerini amaçlayan bir uygulamadır.

Çalışmanın birinci bölümünde dış kaynaklardan yararlanma kavramına değinilmiş, ortaya çıkışı, kullanılma nedenleri, diğer yönetim kavramları ve teknikleriyle ilişkisi irdelenmiştir. İkinci bölümde ise DKY sürecinin işletmelerde uygulanmasından, Türkiye'deki ve dünyadaki bazı dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarına ve sonuçlarına değinilmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde ise konaklama işletmelerinin dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarını kullanıp kullanmadıkları, bu uygulamaya bakış açılarının hangi yönde olduğu, mevcut uygulamalar var ise etkilerinin işletme üzerindeki sonuçlarının değerlendirilmesi kapsam olarak belirlenmiştir. Ayrıca işletmelerde görev yapan üst düzey yöneticilerin uygulama hakkındaki düşünceleri ifadeler verilerek belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda henüz işletmelerin DKY uygulamalarına yoğun olarak başvurmamaları fakat uygulama ile ilgili bilgi sahibi oldukları ortaya çıkmıştır. Konaklama işletmeleri dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının sektörde gelecekte sıkça kullanılacağını ve bu uygulamanın işletmeye verimlilik, hizmet kalitesi ve karlılık anlamında olumlu etkilerinin olduğunu ve olacağını belirtmişlerdir.

İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik'in Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi), Kağan Mehmet USTA. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Sebhattin KARAMAN).

İnanç turizmi açısından İznik'in değerlendirilmesi isimli yüksek lisans tez çalışmasının amacı; İznik'in inanç turizmi bakımından uluslararası turizm hareketliliğini sağlayacak yeterli turizm arzına sahip olup olmadığının araştırılmasıdır. II. Vatikan Konsili'nde Kutsal Şehir olduğu Hristiyanlarca kabul edilen İznik (Nikaia), Hristiyan dünyasında özel bir yere sahiptir.

Çalışmanın birinci bölümünde inanç ve turizm kavramların ilişkisine değinilmiş, inanç turizminin tanımı ve özellikleri ele alınmış, inanç turizmi açısından dinler ve gelişimi incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde İznik ile ilgili genel ve kültürel değerlere ait bilgiler verilmiş, İznik'te gerçekleştirilen I. ve VII. Ekümenik Konsilleri'nin nedenleri ve sonuçları incelenmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde üç ayrı bakış açısından inceleme yapılmıştır. Birinci araştırma, yerel halkın inanç turizmi hakkındaki düşünceleri ve yabancı turistlere bakış açıları ifadeler verilerek belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci araştırma, yabancı turistlerin İznik ve inanç turizmine bakış açıları ifadeler verilerek belirlenmeye çalışılmıştır. Üçüncü araştırma, A grubu seyahat acentalarının İznik'in isminin ön plana çıkması ve yoğun turizm akımına uğraması konusunda istekli olup olmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Yabancı turistlerinde inanç turizmi kapsamında İznik'in muhakkak görülmesi gerektiği, acentalar ise İznik'i tur programlarına katma eğiliminde olduklarını, fakat talepteki yetersizlik ve konaklama problemlerinin yoğun yaşadığını belirtmişlerdir.

Bir Dağıtım Sistemi Olarak Franchising ve Konaklama İşletmelerine Yönelik Spesifik Bir Değerlendirme (Yüksek Lisans Tezi), Murat YEŞİLTAŞ. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Doç. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ).

Son yıllarda işletmeler çeşitli yollarla genişleme kararı alabilmektedir. Franchising de bu genişleme seçeneklerinden biri-

sidir. Bu seçenek franchisingin taraflarını oluşturan franchise alan ve franchise verene karşılıklı olarak genişleme imkanı sunmaktadır. Bu genişleme yolundan, Dünyadaki kadar olmasa da Türkiye'deki konaklama işletmeleri de yararlanmaktadır. Bu çalışmada bu tarz bir genişlemeyi seçen işletmelerin diğer bağımsız işletmelerden farkının incelenmesi hedef alınmış ve bu amaca yönelik üç hipotez belirlenmiştir. Bu hipotezlerden ilkinde göre, yabancı zincir işletmeler kendi hizmetlerini çeşitli şekillerde uluslararası alanda sunmaktadır. Franchising de bu kavramlardan biridir. Türkiye'deki yatırımcılar bu genişleme yönteminden yeterince yararlanamamaktadır. Bunun nedenlerine yönelik araştırma yapılması hedeflenmiş, Türkiye'deki zincir konaklama işletmelerinin franchising sunan işletmelerle ilişkileri incelenmiştir. İkinci hipoteze göre, son yıllarda adından sıkça söz edilen ve Türkiye'de oldukça yaygın olan "Herşey Dahil Sistemi'nin" franchising işletmelerinde kullanışlı bir sistem olup olmadığı araştırıldı. Son hipotez ise franchising işletmelerinin, bağımsız işletmelere göre aracı kurumlardan yararlanma düzeylerinin daha düşük olduğunu iddia etmektedir. Buna yönelik olarak çeşitli değerlendirmeler yapılması hedeflenmektedir. Bu hipotezi desteklemek amacıyla bir franchising işletmesi ve bağımsız bir otel işletmesinin seyahat acentaları ile yaptığı iki sözleşme arasında kıyaslama yapılmıştır. Bu alanlarda yapılan incelemelerin daha sonraki çalışmalara yardımcı nitelikte olması hedeflenmiştir.

Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Sadakati ve Yeni Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Özlem YILDIRIM. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT).

Son yıllarda aynı sektörde faaliyet gösteren, benzer özelliklere sahip ürün ve hizmetleri aynı pazarlara sunmaya çalışan işletmeler arasında büyük bir rekabet yaşanmaktadır. Özellikle, son zamanlarda teknolojinin hızla değişmesi ve gelişmesi, eğitim seviyesinin yükselmesi, müşterilerin tercih edebileceği ürün ve hizmet alternatiflerinin her geçen gün artması ve pazarlarda yaşanan hızlı değişimler, müşterileri daha seçici bir hale getirmiştir. Bununla birlikte, işletmelerin ürün ve hizmetlerini satmaya çalıştıkları müşterilerin, sürekli olarak istek, beklenti, ihtiyaç ve tercihlerinin değişmesi bu rekabet ortamı içerisinde bulunan turizm işletmelerini, özellikle termal turizm işletmelerini çok daha zor bir duruma sokmaktadır.

Bu rekabet ortamında başarılı olabilmek, hatta ayakta kalabilmek için işletmeler, müşterilerinin sürekli olarak değişen istek, beklenti ve ihtiyaçlarına cevap vererek, yeni stratejiler geliştirmek zorundadırlar. Termal turizm işletmeleri de dahil olmak üzere diğer bütün konaklama işletmeleri, müşteri memnuniyeti sağlama, hizmet kalitesini artırma, fiyat düşürme, dağıtım kanallarını genişletme, reklam faaliyetlerini çeşitlendirme gibi değişik pazarlama stratejileri uygulayarak bu rekabet ortamında üstünlük sağlamaya çalışmaktadırlar. Ancak yine de, işletmelerin müşteri memnuniyetinin ötesine geçip, müşteri sadakati oluşturma yönünde geliştirecekleri stratejiler, rekabet üstünlüğü kazanmanın en temel koşulu olacaktır.

Kriz ve Kriz Yönetimi Kapsamında Küçülme: Konaklama İşletmelerinde Örnek Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Seda ŞAHİN. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR).

Kriz ve kriz yönetimi kapsamında küçülme: konaklama işletmelerinde örnek bir uygulama konulu yüksek lisans tez çalışması-

nın amacı; konaklama işletmelerinin kriz dönemlerinde küçülme uygulamalarına başvurup vurmadıklarının belirlenmesi, işletme yöneticilerinin kriz yönetimi ve küçülme uygulamalarına yönelik olumlu, olumsuz düşüncelerinin tespiti, küçülme uygulamalarının konaklama işletmeleri üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Kriz, işletmelerin rutin sistemini bozan, aniden ortaya çıkan beklenmedik olumsuz durumlardır. İşletmelerde faaliyetlerin devamlılığının sağlanması işletme içi ve işletme dışı faktörlerin dengede tutulmasına bağlıdır. Eğer içsel ve dışsal tehlike ve tehditlere her an hazırlıklı bir yönetim anlayışı izlenmezse, işletmeler sürekli tehlike ve tehditlerle karşı karşıya kalacaktır.

İşletmelerin krizlere karşı sürekli hazırlıklı olabilmeleri için ise hantal bir örgüt yapısından ziyade, her türlü duruma hazırlıklı esnek bir yapıya sahip olabilmeleri önem taşımaktadır. Küçülme ise, işletmelerin gereksiz yüklerinden kurtulmalarını amaçlayan bir yönetim yaklaşımı olarak değerlendirilebilir.

Çalışmanın birinci bölümünde kriz, krize neden olan faktörler, kriz süreci ve kriz yönetimi kapsamında işletmelerin uyguladıkları stratejiler değerlendirilmiştir. İkinci bölümde ise, krizden korunma veya krizin etkilerini azaltma stratejisi olarak küçülme ve uygulamaları incelenmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde ise, konaklama işletmelerinin krizlere yönelik bilgileri değerlendirilmiş, işletme içerisinde küçülme uygulamalarının mevcudiyeti, ne amaçla uygulandığı öğrenilmeye çalışılmış, işletme yöneticilerinin kriz, kriz yönetimi ve küçülme uygulamalarına bakış açıları ölçülmüştür. Araştırma sonucunda, konaklama işletmelerinin kriz yönetimine ve küçülme uygulamalarına yönelik düşüncelerinin benzerlik gösterdiği belirlenmiştir.

Yine araştırma sonucunda konaklama işletmeleri yöneticilerinin küçülmeye olumsuz yaklaştıkları, işletmelerin küçülmenin finansal açıdan, insan kaynakları açısından ve işletmenin geleceği açısından, olumsuz sonuçlar doğuracağı konusunda genel bir görüşte birleştikleri tespit edilmiştir. Yine aynı şekilde küçülmenin kriz dönemlerinde uygulanabilecek etkin bir uygulama olduğu konaklama işletmeleri yöneticileri tarafından ifade edilmiştir.

Turizm İşletmelerinde Sendikaların Hizmet Kalitesine Etkisi (Otel İşletmelerinde Örnek Bir Uygulama) (Doktora Tezi), Şimal Yakut AYMANKUY. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT).

Sendikalar, sanayi devrimi ile ortaya çıkmış birer sivil toplum örgütleridirler. Sendikalaşmanın temelinde yatan ve toplumsal sınıflaşmayı da beraberinde getiren sanayi devrimi, emek ile üretim araçlarının mülkiyeti arasında ayrılmaya neden olmuştur. Yine sanayileşme ile beraber, tarım kesiminde çalışan toplam nüfusun aktif nüfusa oranı hızla azalırken, sanayide ve hizmetler sektöründe çalışanların oranı artmıştır. Bu da sanayi sektörünün gelişimi ile ortaya çıkmış sendikal hareketi, hizmet sektörüne de yaymayı zorunlu kılmıştır.

Dünyadaki gelişmelerin ışığı altında, Türkiye'de sendikal örgütlenmeler Osmanlı Devleti'nin son döneminde ortaya çıkmıştır. Ancak çeşitli nedenlerle, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde güçlü bir sendikal hareket gelişmemiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında, sınırlı olarak belirli merkezlerde yaygınlaşan sendika ve benzeri örgütlenmeler daha sonraları varlıklarını sürdürememişlerdir. Bunların bir bölümü ancak 1946 yılı sonlarında gerçek sendikalara dönüşmüşlerdir. Konaklama ve Eğlence İşkolunda sendikal harekete bakıldığında, başlangıcın bu yıl-

lara denk geldiği ve Türkiye’de genel olarak sendikal hareketin gelişimine paralel olarak geliştiği görülmektedir. Bu işkolunda çalışanların içinde buldukları şartları sendikal mücadeleyi gerçekten zorunlu kılmıştır. Çalışanların ekonomik ve sosyal durumları, gelir adaletsizliği, düşük ücretler ve çalışma koşulları böyle bir mücadeleye ortam oluşturmuştur.

Bu sebeple kendine özgü koşullara sahip turizm sektöründe sendikal hareketin gelişiminin incelenmesi, sendikal gelişiminin bu sektörde çalışanlara ve müşterilere ne gibi kazanımlar sağlayabileceğinin ortaya konması büyük önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada, sendikal hareketin turizm sektöründeki gelişimi ele alınmakta, sendikalaşmanın hizmet kalitesine yansımaları irdelenmektedir. İşletme düzeyinde hizmet kalitesini arttırmaya yönelik çalışmalarda sendikaların önemli roller üslenebilecekleri ve verimliliği arttırabilecekleri görüşü savunulmaktadır.

İşletme Stratejileri ve Enformasyon Sistem Stratejilerinin Uyumu (Stratejik Uyum) ve Stratejik Uyumun Antalya Yöresindeki Konaklama Tesislerinde Araştırılması (Doktora Tezi), Beykan ÇİZEL. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ)

İşletme ve enformasyon sistem (ES) stratejilerinin uyumu “stratejik uyum” olarak tanımlanmaktadır. Yapılan mevcut çalışmalarda stratejik uyumun önemi yoğun olarak vurgulanmaktadır. ES ve bir bütün olarak örgüt arasındaki sinerjinin veya uyumun önemini vurgulayan bir çok kavramsal model olmasına rağmen, oldukça az sayıda görgül araştırma yapılmıştır. Yapılan görgül araştırmaların çoğu stratejik uyumu planlama düzeyinde görüştürme ve örnek olay gibi nitel araştırma yöntemleri kullanılarak incelemişlerdir. Örgütlerde mevcut stratejik uyumu inceleyen araştırmalar ise yok denecek kadar azdır.

Bu doktora tezinde örgütlerdeki mevcut stratejik uyumu değerlendirmek için geliştirilen çok boyutlu ve çok maddeli ölçüm aracıyla stratejik ES yönetim yazınına katkıda bulunulması hedeflenmektedir. Bunu işletme ve ES stratejileri ile ilgili mevcut teorilerin ışığında yapmak amaçlanmaktadır. İlgili yazında işletme ve ES stratejileri arasında ideal uyum biçimlerinin olduğuna inanılmaktadır. Bu tezde bu inanış kurama dayalı ideal uyum biçimleri kullanılarak görgül olarak araştırılmaktadır.

İşletme stratejileri Venkatraman’ın (1989) strateji ölçeği kullanılarak incelenmiştir. Faktör analizi sonucunda üç farklı stratejik yönelim türü elde edilmiştir. ES stratejileri ise bu çalışmada geliştirilen ve ES türlerini belirleyen ölçüm aracı kullanılarak incelenmiştir. Çünkü, ilgili yazında farklı ES stratejilerinin farklı ES portföyleri gerektirdiği vurgulanmaktadır. Bu portföylere ve portföylerin özelliklerine göre üç farklı ES stratejisi elde edilmiştir. İşletmelerin stratejik yönelimleri ve ES strateji türleri arasındaki uyum yapılan regresyon analizi ile incelenmiştir.

Bu doktora tezi üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm strateji ve ES kavramlarını tanıtmaktadır. İkinci bölüm ise çalışmanın teorik zeminini oluşturmaktadır. Bu bölümde stratejik uyumu açıklamaya çalışan kavramsal modeller ve yaklaşımlar açıklanmış ve yapılan görgül araştırmalar özetlenmiştir. Son bölümde ise araştırmanın veri toplama araçları ve analizleri açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca araştırmanın bulguları, yorumları, kısıtları ve gelecek araştırmalar için öneriler yer almaktadır.

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları Sistemi: İstanbul Tarihi Yarımada da Sisteme İlişkin Analiz Çalışması (Yüksek Lisans Tezi), Ayşegül ŞAN. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005 (Danışman: Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN)

Gıda güvenliği, her geçen gün önemi daha çok farkedilen bir konu haline gelmiştir. Gıda güvenliğini sağlamak için bugüne kadar geliştirilmiş ve uygulanmakta olan en etkili sistem HACCP sistemidir. HACCP sistemi ülkemizde çoğunlukla endüstriyel gıda üretimi yapan işletmelerde ve yiyecek-içecek sektöründe bilinmekte ve uygulanmaktadır. Küçük ölçekli yiyecek ve içecek işletmelerinin bir çoğunda HACCP sistemi uygulanmamakta ve hatta bilinmemektedir. Bu nedenle, yapılan araştırma işletmelerin çoğunluğunun küçük ölçekli olduğu İstanbul’daki turizm alanlarından biri olan tarihi Yarımada’da gerçekleştirilmiştir. Turistik bir bölgenin seçilmesindeki amaç ise, turistlerin gıda kaynaklı rahatsızlıklardan kolayca etkilenememeleri ve bu turizm bölgesinde yaşanabilecek sorunların ortaya çıkma olasılığının yüksek olmasıdır. Bu araştırma, küçük ölçekli yiyecek ve içecek işletmelerinin gıda güvenliği ve HACCP sistemi hakkındaki bilgilerini ortaya çıkarmak için rasgele seçilmiş 108 işletmede gerçekleştirilen anket çalışması ile yapılmıştır. Sonuçta, küçük ölçekli yiyecek ve içecek işletmelerinin HACCP sistemini uygulamadıkları gibi sistemin ne olduğunu dahi bilmedikleri anlaşılmıştır. Sözkonusu sektörde çalışan personelin önemli bir bölümünün eğitim düzeyinin düşük olduğu ve gıda güvenliği konusunda bilgisiz olduğu saptanmıştır. Anılan nedenle, ilgili dernek, vakıf ve yerel örgütlerin konuya ilişkin geliştirmeleri gerekli görülen çalışma planı ve eğitim gereği üzerinde durulmuştur.

Otel İşletmelerinin Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing): Hizmet Kalitesine Yönelik Yönetici ve Müşteri Algılamalarının Antalya Örneği İle Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi), Erdem KORKMAZ. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006 (Danışman: Prof.Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK)

Günümüzde, farklı ürün ve hizmetlerin tüketicilerin beğenisine sunulması, varolan ürün ve hizmetlere yeni özelliklerin eklenmesi, gittikçe zorlaşan rekabet koşulları, eğitimli işsiz sayısındaki artış ve artan maliyetler işletmelerin yönetim anlayışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu koşullar, işletmelerin yeni birtakım uygulamalara yönelmelerine neden olmuştur. Bu uygulamalardan bir tanesi dış kaynak kullanımıdır. Dış kaynak kullanımı işletmeleri esnek bir yapıya kavuşturarak amaçlarına ulaşmalarına yardımcı bir araç olmaktadır. Hizmet endüstrisi içinde yer alan otel işletmelerinin yiyecek-içecek departmanlarında dış kaynak kullanımına gittikleri görülmektedir. Böylece, hızlı, kaliteli ve düşük maliyetli hizmet üretmek istemektedirler. Ancak, otel işletmelerinin yiyecek-içecek departmanında dış kaynak kullanımının sunulan hizmet kalitesinin algılanmasını ne yönde etkilediği önemli bir konudur. Bu amaçla, araştırmada yiyecek-içecek hizmetlerinde dış kaynak kullanımının hizmetin kalite düzeyine yönelik etkileri, yöneticiler ve müşterilerin algılamalarının karşılaştırılmasıyla ortaya koyulmuştur. Araştırma sonucunda, ilgili literatüre ve sektöre katkı yapılması hedeflenmiştir.