



- ➔ **Akademik Görüş**
Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünyü, Bugünü ve Yarını - 1
- ➔ **Deneyim Kalitesinin Memnuniyet ve Yaşam Kalitesine Etkisi: Kırıkkale Büyük Şehir Parkında Bir Uygulama**
The Effect of Experience Quality on Satisfaction and Quality of Life: An Application in Kırıkkale Big City Park
- ➔ **“Turizm ve Kadın” Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi**
A Bibliometric Analysis of “Tourism and Women” Studies
- ➔ **Profesyonel Turist Rehberlerinde Stres Yönetimi ve Psikolojik Dayanıklılığın Ölçülmesi**
The Assessment of Stres Management and Psychological Hardiness of Professional Tourist Guides
- ➔ **Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Turizm Sektöründe Demografik Değişkenler Açısından Bir İnceleme**
The Dark Triad of Personality: A Research on Demographic Variables in Tourism Sector
- ➔ **Turizm ve Ağırlama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma**
A Bibliometric Study on Employees’ Reactions to Corporate Social Responsibility Practices in Tourism and Hospitality Industry
- ➔ **Turizm Dergilerinde Yayınlanan İnovasyon Başlıklı Makalelerin Bibliyometrik Profili**
Bibliometric Profile of Innovation Related Articles Published in Academic Tourism Journals
- ➔ **Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Dünyada Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmeleri ile Borsa İstanbul Konaklama İşletmelerinin Karşılaştırmalı Analizi**
Corporate Social Responsibility Activities in Lodging Companies: The Comparative Analysis of the World’s Most Valuable Branded Lodging Companies and Borsa İstanbul Lodging Companies
- ➔ **Analysis of Sustainable Tourism Performances of Eastern Black Sea Region Provinces**
Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinin Sürdürülebilir Turizm Performanslarının Analizi
- ➔ **Akademik Görüş**
Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünyü, Bugünü ve Yarını - 2
- ➔ **Akademik Görüş**
Kovid-19 Pandemisi ve Turizm Sektörüne Etkileri

**JTHM - Journal of Travel and
Hospitality Management**
www.soidergi.com.tr

Sahibi
 SİDAS MEDYA AJANS TANITIM
 DANIŞMANLIK LTD. ŞTİ. ADINA
 İMTİYAZ SAHİBİ VE YAZI İŞLERİ
 SORUMLUSU
 ŞAKİR SARIÇAY

Genel Yayın Yönetmeni
 Şakir SARIÇAY

Editör
 Dr. Muammer MESCI

Yardımcı Editörler
 Dr. Zeynep MESCI
 Dr. Emrah ÖZTÜRK

Reklam Müdürü
 Nurcan AKMAN ŞENGÖR

Hukuk Danışmanı
 Murteza AYDEMİR

Abone Sorumlusu
 Halil SOLAK

Grafik Tasarım
 Sidas Medya Tasarım Grubu

Yönetim Yeri
 Fevzipaşa Blv.Çelik İş Merkezi
 No:162 K:3 D:302 Çankaya - İZMİR
 Te l: +90 0 232 441 60 01
 Belgegeçer: +90 0 232 441 61 06

Dört Ayda Bir Yayınlanan Dergimiz
 Basın Meslek İlkelerine Uymaktadır

Yıl: 17
 Sayı: 1
 Ocak - Şubat - Mart - Nisan 2020
 ISSN: 1304-7590 E-ISSN: 2548-0871
 Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi
 Bir **SİMEDYA** GRUP Yayınıdır.

Yayın Türü: Yerel Süreli
 Hakem Denetimli Uluslararası Hakemli Dergi

Dergimiz



indekslerinde yer almaktadır.

Değerli Okuyucularımız,

17. yılımızın birinci sayısı (50. Sayı) ile karşınıza çıkmamızın gururunu ve mutluluğunu yaşamaktayız. Bu aşamaya gelebilmemizde katkı veren herkese çok teşekkür ederiz.

Bu sayımızda hakem denetimli 8 araştırma makalesi ve 3 adet akademik görüş bulunmaktadır. Akademik görüş başlığı altında Sayın Atilla Yüksel hocamız, "Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünyası, Bugünü ve Yarını" başlıklı bir çalışmayı ele almıştır. Hocamız, iki parçalı ele aldığı çalışmada turizmde akademik çalışmalar daki pozitivist-ampirik mevcut duruma dikkat çekmektedir. İkinci çalışmada ise turizm araştırmalarının içinde yer aldığı yapısal sorunlara değinmektedir. Bu sayımızın son akademik görüşünü Sayın Lütfi Atay hocamız ele almıştır. Hocamız, Covid-19 pandemisi ve turizm sektörüne etkilerine ilişkin tespitlerini bizimle paylaşmaktadır.

Araştırma makalesi başlığı altında ise, birinci makale Sayın Ali Solunoğlu ve Sayın Özgür Yayla tarafından ele alınmıştır. Yazarlar, Kırıkkale Büyük Şehir Parkında, deneyim kalitesinin memnuniyet ve yaşam kalitesine etkisini incelemiştir. İkinci makale Sayın Ebru Z. Boyacıoğlu ve Sayın Çilem Elmas tarafından ele alınmıştır. Yazarlar, Dergipark Akademik, Google Akademik ve YÖK Ulusal Tez veri tabanlarında "turizm ve kadın" kelimelerinin birlikte ele alındığı "Turizm ve Kadın" olgusunun bibliyometrik yaklaşım ile inceleyen keşifsel nitelikte bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Üçüncü makale Sayın Zehra Saltık ve Sayın İsmail Kızıllırmak tarafından ele alınmıştır. Yazarlar, profesyonel turist rehberlerinde stres yönetimi ve psikolojik dayanıklılığın ölçülmesine yönelik bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Dördüncü makale Sayın Esin Yücel tarafından ele alınmıştır. Yazar, turizm sektörü çalışanlarının karanlık kişilik özelliklerini belirlemek, bireysel ve demografik özelliklerin karanlık üçlü düzeyleri üzerinde farklılığa sebep olup olmadığını incelemiştir. Beşinci makale Sayın Erhan Boğan tarafından ele alınmıştır. Yazar, turizm ve ağırlama sektöründe çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik tepkileri üzerine bibliyometrik bir çalışma yapmıştır. Altıncı makale Sayın Pembe Ülker, Sayın Nazlı Örnek ve Sayın Harun Çalhan tarafından ele alınmıştır. Yazarlar çalışmalarında, turizm dergilerinde yayınlanan inovasyon başlıklı makalelerin bibliyometrik profilini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmışlardır. Yedinci makale Sayın Erdi Karadeniz ve Sayın Sema Nur Ünlübulduk tarafından ele alınmıştır. Yazarlar, konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında, dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile Borsa İstanbul konaklama işletmelerinin karşılaştırmalı analizine yönelik bir araştırma yapmışlardır. Sekizinci makale ise Sayın İsmail Çalık ve Sayın Orhan Batman tarafından ele alınmıştır. Yazarlar çalışmalarında Doğu Karadeniz Bölgesi illerinin sürdürülebilir turizm performanslarının analizi incelemiştir.

Son olarak SOBIAD atfı dizininin 2019 dergi etki değerine ilişkin paylaşmış olduğu rapora göre Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, listelenen 660 dergi içerisinde 13. sırada, Turizm dergileri içerisinde ise 1. sırada yer almaktadır. Bu güzel haberi de Değerli Okurlarımızla paylaşmak istedik. Bu süreçte katkıları bulunan tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.

Dergimizin bu sayısına katkıda bulunan bütün yazarlara teşekkür ederim. Bir sonraki sayımızda buluşmak umuduyla sevgi ve saygılarımı sunarım.

Dr. Muammer MESCI

SEYAHAT VE OTEL İŞLETMECİLİĞİ DERGİSİ (SOİD)

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD): Turizm sektöründe çalışan yönetici, akademisyen ve araştırmacılar arasında iletişimi ve işbirliğini sağlamayı ve artırmayı, turizm ve turizm işletmeciliği ile ilgili yeni düşüncelerin sunulduğu, karşılaşılan sorunların ve çözüm önerilerinin tartışıldığı bir platform oluşturmayı ve turizm sektöründe çalışan üst ve orta kademe yöneticileri genel yönetim ve turizm işletmeleri yönetimi alanındaki gelişmelerle ilgili bilgilendirmeyi amaçlamaktadır.

Belirtilen amaçlar doğrultusunda SOİD'in yayın ilkeleri aşağıda sıralanmıştır:

- SOİD dört ayda bir olmak üzere yılda üç kez yayımlanır,
- Yayın dili Türkçe - İngilizce'dir.
- Dergide bilimsel nitelikli makaleler yayımlanır ve ampirik (uygulamalı/deneysel) araştırmalara öncelik verilir. Ayrıca turizm sektörü temsilcilerinin görüşleri ve turizm sektörü ile ilgili inceleme dosyaları da yayımlanır,
- Makalelerde yer alan görüşlerin sorumluluğu tamamen yazar(lar)a aittir,
- Yayımlanmak üzere SOİD'e gönderilen çalışmalar daha önce hiçbir dergide yayımlanmamış olmalıdır,
- SOİD'e gönderilen çalışmalar tamamen bilimsel etik kurallarına uyularak hazırlanmış olmalıdır,
- Yayımlanan makalelere ilişkin tüm telif hakları dergiye aittir,
- Yazarlara makaleleri için herhangi bir telif ücreti veya başka bir isim altında ödeme yapılmaz. Dergiye çalışma gönderen yazarlar bu tür taleplerde bulunmamayı kabul etmiş sayılırlar.
- "SOİD'e gönderilen çalışmalar iThenticate programı kullanılarak intihale karşı incelenmektedir".
- SOİD açık erişim sistemi olan Ulakbim Dergipark üzerinde yayınlanmaktadır. Yayımlanan tüm sayılarına ve sayılarda yer alan makalelere ücretsiz olarak erişilir. Dergimiz **Budapeşte Açık Erişim Girişimini(BOAI)** desteklemektedir.
- SOİD çevrimiçi sürümünde yayımlanan akademik içeriğin tersi belirtilmediği sürece Sidas Yayıncılık tarafından Creative Commons Attribution-NoCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND4.0) lisansı aracılığıyla bedelsiz sunulmaktadır.
- SOİD dergimize gönderilen aday makaleler için etik kurul kararı gerektiren çalışmalar için ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir.
(<http://cabim.ulakbim.gov.tr/tr-dizin/tr-dizin-dergi-degerlendirme-kriterleri/>)

THE JOURNAL OF TRAVEL AND HOTEL MANAGEMENT

The Journal of Travel and Hotel Management aims to provide and improve the communication and collaboration between the managers academics and researchs working in the tourism sector, to create a platform where new ideas related to tourism and tourism management are offered where problems and solution proposals, that are met, are discussed and to inform the upper and middle level managers working in the tourism sector about the developments in the field of general management and tourism businesses management.

SOİD's broadcasting principles in the direction of specified purposes are listed below:

- SOİD' published three times a year, each four months.
- SOİD' published in Turkish and English.
- Scientific articles are published and empirical (practical/experimental) researches are given priority in the journal.
- In addition, the reviews of tourism sector representatives and reviews filed about tourism sector are published.
- The responsibility of opinions expressed in the article entirely belong to the authors.
- The studies submitted to SOİD for publications must not be published in any journal beforehand.
- The studies submitted to SOİD should be prepared by entirely obeying the scientific ethics rules.
- All copyrights related to published articles belong to the journal.
- Copyright fees or any other payments under another name are not paid to the authors for their articles.
- The authors who submit studies to the journal are considered as agreed not to demand this kind of claims.
- SOİD is published in Ulakbim Dergipark which is the open access system. All published articles and issue are accessible for free. Our Journal supports the **Budapest Open Access Initiative (BOAI)**
- Except where otherwise noted, academic content of this online version of the journal by SİDAS Publishing is licensed under the terms of Creative Commons Attribution-NoCommercial-NoDerivs 4.0 Unported (CC BY-NC-ND4.0) License.
- "Ethical committee approval must be obtained for candidate articles sent to our journal the SOİD that require an ethical committee decision. In addition, this approval document should be specified in the method section of the article and should be added to the end of the study."

YAYINCI KURULUŞ

Sidas Medya Ajans Tanıtım Danışmanlık Ltd. Şti.

Fevzi Paşa Bulvarı Çelik İş Merkezi, No:162 K:3/302 Çankaya / İZMİR

Tel: 0.232.4416001 Belgegeçer: 0.232.4416106 www.foodsektor.com

YAYIN KURULU

Kurucu Editörler / Founding Editors

Prof.Dr. Fevzi Okumuş - The University of Central Florida
fokumus@mail.ucf.edu

Prof.Dr. Atila Yüksel - Adnan Menderes Üniversitesi
atilayuksel@gmail.com

Prof.Dr. İzzet Kılınç - Düzce Üniversitesi
izzetkilinc@gmail.com

Editör Kurulu / Editorial Board

Editör	Dr. Muammer Mesci - Düzce Üniversitesi muammermesci@yahoo.com.tr	
Yardımcı Editörler	Dr. Zeynep Mesci - Düzce Üniversitesi zeynepaslan@duzce.edu.tr	Dr. Emrah Öztürk - Düzce Üniversitesi emrahozturk@duzce.edu.tr
İstatistik Editörü	Dr. Yalçın Karagöz - Cumhuriyet Üniversitesi ykaragoz01@hotmail.com	
Örnek Olay Editörü	Dr. Cafer Topaloğlu - Muğla Üniversitesi ctopaloglu@mu.edu.tr	
Çeviri Editörleri	Dr. Zafer Öter - İzmir Katip Çelebi Üniversitesi - oter@hotmail.com	Okt. Harun Öztürk - Düzce Üniversitesi harunozturk@duzce.edu.tr
Dizgi - Mizanpaj	Arş. Gör. Fırat ATBAŞ Düzce Üniversitesi	Dr. Yeliz PEKERŞEN Necmettin Erbakan Üniversitesi

Bilimsel Danışma Kurulu / Scientific Advisory Board

Prof Dr. Ahmet AKTAŞ - Girne Amerikan Üniversitesi	Prof Dr. Orhan BATMAN - Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi obatman@subu.edu.tr
Prof. Dr. Celil ÇAKICI - Mersin Üniversitesi celilc@yahoo.com	Prof Dr. Necdet HACIOĞLU - Balıkesir Üniversitesi hacioglu@balikesir.edu.tr
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ - Yaşar Üniversitesi orhan.icoz@yasar.edu.tr	Prof Dr. Nüzhet KAHRAMAN - İstanbul Ticaret Üniversitesi nkahraman@iticu.edu.tr
Prof. Dr. Meral KORZAY - Boğaziçi Üniversitesi korzay@boun.edu.tr	Prof Dr. Fevzi OKUMUŞ - The University of Central Florida fokumus@mail.ucf.edu
Prof. Dr. Saime ORAL - Dokuz Eylül Üniversitesi saime.oral@deu.edu.tr	Prof Dr. Alp TİMUR - Dokuz Eylül Üniversitesi alp.timur@deu.edu.tr
Prof. Dr. Öcal USTA - Dokuz Eylül Üniversitesi ocal.usta@deu.edu.tr	Prof Dr. Muzaffer UYSAL - Virginia Polytech. Ins. and State Uni. samil@vt.edu
Prof. Dr. İzzet KILINÇ - Düzce Üniversitesi izzetkilinc@gmail.com	Prof Dr. Atila YÜKSEL - Adnan Menderes Üniversitesi atilayuksel@gmail.com

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi aşağıda belirtilen indekslerde taranmaktadır.



INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

asos
Türkiye Bilimler Akademisi

TÜBİTAK
ULAKBİM

Research Bible

DOAJ
DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

DRJI
Directory of Research
Journals Indexing

SÖBIAD

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi Hakem Denetimli Uluslararası Bir Dergidir.

The Journal of Travel and Hotel Management is an International Refreeing Journal

İÇİNDEKİLER / Contents

Hakem Denetimli Araştırma Makaleleri Refreeing Research Articles

Akademik Görüş

6

Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünyü, Bugünü ve Yarını - 1
Atilla YÜKSEL

Araştırma Makaleleri

20

Deneyim Kalitesinin Memnuniyet ve Yaşam Kalitesine Etkisi: Kırıkkale Büyük Şehir Parkında Bir Uygulama

The Effect of Experience Quality on Satisfaction and Quality of Life: An Application in Kırıkkale Big City Park

Ali SOLUNOĞLU, Özgür YAYLA

DOI: 10.24010/soid.617309

32

“Turizm ve Kadın” Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi

A Bibliometric Analysis of “Tourism and Women” Studies

Ebru Z. BOYACIOĞLU, Çilem ELMAS

DOI:10.24010/soid.598292

53

Profesyonel Turist Rehberlerinde Stres Yönetimi ve Psikolojik Dayanıklılığın Ölçülmesi

The Assessment of Stres Management and Psychological Hardiness of Professional Tourist Guides

Zehra SALTİK, İsmail KIZILIRMAK

DOI: 10.24010/soid.713557

71

Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Turizm Sektöründe Demografik Değişkenler Açısından Bir İnceleme

The Dark Triad of Personality: A Research on Demographic Variables in Tourism Sector

Esin YÜCEL

DOI: 10.24010/soid.639924

İÇİNDEKİLER / Contents

87

Turizm ve Ağırılama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma

A Bibliometric Study on Employees' Reactions to Corporate Social Responsibility Practices in Tourism and Hospitality Industry

Erhan BOĞAN

DOI: 10.24010/soid.650712

103

Turizm Dergilerinde Yayınlanan İnovasyon Başlıklı Makalelerin Bibliyometrik Profili

Bibliometric Profile of Innovation Related Articles Published in Academic Tourism Journals

Pembe ÜLKER, Nazlı ÖRNEK, Harun ÇALHAN

DOI: 10.24010/soid.554535

124

Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Dünyada Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmeleri ile Borsa İstanbul Konaklama İşletmelerinin Karşılaştırmalı Analizi

Corporate Social Responsibility Activities in Lodging Companies: The Comparative Analysis of the World's Most Valuable Branded Lodging Companies and Borsa İstanbul Lodging Companies

Erdoğan KARADENİZ, Sema Nur ÜNLÜBULDUK

DOI: 10.24010/soid.713565

141

Analysis of Sustainable Tourism Performances of Eastern Black Sea Region Provinces

Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinin Sürdürülebilir Turizm Performanslarının Analizi

İsmail ÇALIK, Orhan BATMAN

DOI: 10.24010/soid.665230

Akademik Görüş

156

Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünü, Bugünü ve Yarını - 2

Atilla YÜKSEL

168

Kovid-19 Pandemisi ve Turizm Sektörüne Etkileri

Lütfi ATAY

Prof. Dr. Atila YÜKSEL

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

atilayuksel@gmail.com**Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünü,****Bugünü ve Yarını - 1¹****Özet**

Turizm alanyazınında niceliksel artışa karşın ham, bitkin, taklitçi, cansız niteliksel yoksunluğun varlığına dikkat çekmeyi amaçlayan bu iki parçalı çalışmada öncelikle turizm konulu akademik çalışmaların yer aldığı sosyal bilimlerde giderek ağırlığını hissettiren bürokratik kurallara, memurlaşan biz akademisyenlere ve düşünce kısırlığı yaratan kurnaz pozitivist-ampirik statükoya ışık tutulmakta, takibinde ansal ve geriye dönük bakışla kurmaca gerçekliğin nasıl türetildiği irdelenmektedir. Bir sürü “izm” etkilerinin görüldüğü pozitivist-ampirik araştırmalarda popüler kültürün etkisi; sentetik eklektizmin eleştirisi yapılmakta, yeni yön arayışında “belirsizlik” ve “ikicilik” unsuruna özellikle değinilmektedir. “P” hoyratlığı eleştirisinin ardından insanın turizm araştırmalarının neresinde olduğu sorgulanmakta, turizm araştırmalarına yerleştirdiğimiz yanlış inançlar eleştirilmektedir. İkinci çalışmada ise turizm araştırmalarının içinde yer aldığı sistemde baş gösteren yapısal sorunlara ışık tutulmaktadır. Bilgi üretiminde normal dağılımı engelleyen, bir tür ayrımcılık görüntüsündeki SSCI ve dergi etki faktörü gibi icatların bilimde emeğin sömürülmesine ve faydalı bilimin sonlanmasına neden olabileceği; atıf kartellerinin nasıl oluştuğu ve çalıştığı; “yayınla ya da yok ol” un nasıl “yayınla ve yok ol” a dönüştüğü; sorunsallaştırma yerine boşluk doldurmaya çalışmanın faydasızlığı, pozitivist-ampirik çalışmalardaki olası McNamara yanılgısı, Parkinson ve Peter ilkeleri ışığında bilimperestlik ve etkileri gibi konular ele alınmaktadır.

Giriş

Uluslararası yayınlarına fevkalade atıf alan yabancı uyruklu bir meslektaşımın son yayınına dönük kendisine yönelttiğim yapıcı eleştiri karşısında verdiği “*yapmayın hocam, atomu parçalamıyoruz sosyal bilim yapıyoruz, kansere de çare bulmuyoruz!*” cevabı üzerine bir an için düşündüm. “Gerçekten biz ne yapıyoruz?” Ancak, bir tarafta böyle düşünenlerin varlığına rağmen faydasız bilginin faydalı bilgiyi kovacağıının farkında olan bazı düşünürlerin “insan (veri veren-veri alan) ve yanıltmaca, bilimin neresinde?” sorusuyla derinden ilgilendiğini görmek umutlarımızı tazeledi. Kaçınılmaz olarak uluslararası turizm hareketleri dalgalanmaya devam ettikçe henüz toplumun refahından daha çok iş dünyası ve sermayenin hizmetine ya da biz akademisyenlerin kariyer menfaatine adanmış durumdaki pozitivist-ampirik turizm araştırmaları da sayısal olarak artacaktır. Korona pandemisinin turizm, tatil ve destinasyon anlayışını tamamen değiştirme olasılığına rağmen geleneksel konulardaki yayınlar sayısal olarak büyümeye devam edecektir. Bununla birlikte, alanyazında yeterince önemsenmeyen fakat giderek derinleşen bir kriz olduğunu düşünmekteyim. Krizin adı “**yanıltıcı niceliksel artışa karşın ham, bitkin, taklitçi, cansız niteliksel yoksunluk**”. Genelde temsil yeteneği tartışmalı örneklemle, kapsamsız sorularla, ileri analiz yöntemlerinin

¹ Pozitivist-ampirik yaklaşım hakkında eleştiri getiren çok olmuştur. Eleştiriye eleştiri getiren de olmuştur, daha da olacaktır ve olmalıdır. Hangi eleştirinin kayda değer olduğunu elbette zaman gösterecektir. Kanaatlerimin ilk müsvedesini kendilerine sunduğum, eleştirerek gelişmesine katkı sağlayan tüm değerli meslektaşlarıma gönül borcum bulunmaktadır.

göz kamaştıran ısıltısına sığınarak sözde istatistiksel olarak anlamlı fakat hayatta geçerliği tartışmalı yazılar yazmak mı yoksa turizmin sosyolojisini, tolerasyon endeksini, turistlerin psikolojisini, destinasyonun cazibesini, yaşamın döngülerini katan Cohen (1972), Christaller (1963), Doxey (1975), MacCannell (1976), Plog (1973), Pearce (1982), Urry (1990), Butler (1980) da olduğu gibi kişisel izlenim, gözlem ve sezgisel zekayla fayda yaratmak mı? Çok derindeki kriz ve nedenleri farkına varılıp giderilmediği sürece pozitivist-ampirik turizm araştırmalarındaki sayısal artış daha fazla “nitelikten yoksunluk” yaratabilir.

Sosyal bilim disiplinleri arasında kendine yer bulmaya çalışan, Tribe'a (1997) göre “disiplinsiz” turizm araştırmalarının önemli önemsenmeyen kronikleşmiş sorunlarından bazıları, geçmişte umut verici şekilde ele alınmıştır (bakınız Airey, 2015; Ateljevic, Pritchard ve Morgan, 2007; Bianchi, 2009; Butler, 2015; Cooper, 2015; Dann 2009, 2011; Erdoğan, 2001; Franklin ve Crang, 2001; Hall, 2015; Korstanje, Mustelier ve Herrera, 2016; Jafari, 2001; Laws ve Scott, 2015; McKercher ve Prideaux, 2014; Pearce, 2012; Pearce ve Butler, 2010 a, b; Ryan, 2005, 2018; Singh 2015; Tribe 1997, 2005, 2006, 2007, 2009; Tribe ve Airey, 2007; Tribe, Dann ve Jamal, 2015; Walle, 1997 gibi). Kimi felsefi açıdan sorunlara yaklaşmış kimi ise tasarımsal, yöntem bilimsel tespitlerini, endişe ve öngörülerini dile getirmiştir. Ancak, bilgi üretme makinası pozitivist ampirik çalışmalarda egemen olan, güçlü sermayenin çıkarını savunan kuralcı görüşün aksine nesnellik olmadığı, başından sonuna kadar metodolojik süreçlere uyulmadığı dolayısıyla sonuçların geçerli ve güvenilir olamayacağı yönündeki bu eleştiriler özellikle akademisyenliği ücretli memurluğa indirgeyen sistem tarafından yeterince dikkate alınmamaktadır. Örneğin, Erdoğan (2001:119) red edilemez bir somutlukla “amaç, önem, kuramsal çerçeve, gerekçeli hipotez ve araştırma hazırlama ve sunma, veri toplama yöntemi, istatistik kullanımı, sonuç ve değerlendirme, bir araştırmayı oluşturan temel öğeler arasında bağlantı kurarak sonuçlar çıkartma bakımlarından makalelerin akademik değerden ve bilimsel geçerlilikten oldukça yoksun olduğu” uyarısında bulunmuştur.

Bu ve benzeri, oldukça yerinde ancak bahtı kara eleştiriler çığır açan bir uyarı niteliğinde olmakla birlikte bizler tarafından hak ettiği değeri görmemektedir. Moda olan “laf kalabalığı, önemsiz, anlamaya katkısı olmayan” popüler, “gideri” olan konuları içeren yazılarımız yüzlerce atıf alırken, bu “gideri” olan yazıların dayandığı temeli sorgulayan, malumat düzeyindeki bulguların bilgiye nasıl dönüştürülebileceğini sorgulayan yöntem bilimsel eleştirilerin göz ardı edilmesi vakası sadece turizm alanına özel bir sorun değildir. Giderek bürokrataşan ve memurlaşan, bir zamanlar eleştirdiği “dogmatik dine” benzeyen pozitivism temelli bilimde heterodoksların dışlanması tarihsel bir gerçektir. Metalaşan akademik hayatta, popüler, zamanın ruhuna uymayan Demoklesin Kılıcıvari gerçekleri ifade edenlere, uyumsuzlara kulaklarını tıkamak, dışlayıcı ve kayıtsız yaklaşım pozitivismde sorunların olmadığı ya da önemsiz olduğu anlamına gelmemelidir. Kanaatinin doğruluğunu ampirik bir çalışmayla ya da otorite sanılan fikirlere ve figürlere dayanarak, atıflayarak kanıtlama gereği hissetmeyen her aykırı duruşta olduğu gibi var olana soru sormanın, şüphenin devam etmesi bilimsel araştırma nosyonunun bir gereğidir. Kaynağa ulaşmak için kaynağın nerede olduğunu sorgulamak, kaynağa kendini adanmak, akıntıya karşı yüzmek, bulduğunu oluş sürecinde bekletmek, gözlemek gerekir. Aksi takdirde istenildiği gibi nesnelleştirilen, araçsal, yüzeysel pozitivist bilim Bacon'un hayal ettiği gerçek bilimin cenazesini kaldırmak, defnetmek üzeredir.

Düzen düşkünlüğünden mustarip, statikliği dinamizme yeğleyen, yaşarken herhangi bir sınıfın savunucusu olmayıp izleyici kalmayı tercih etmiş ama bilimi sınıflara ayıran, bilimden devrimciliği alıp onu sayısal kesinliğin kaderciliğine teslim eden, yarattığı

azgın sayısal kesinlik canavarını çıktığı yere geri gönderemeyen, zihinsel anarşiden ve rastlantıdan her daim korkan Comte icat ettiği “numaracı kesinlikle” geleceği sınırlandırmış, kadükleştirmiştir. “Bilmek, önceden görebilmektir” diyerek olabilir geleceği numaracı kesinliğe indirgemıştır. Oysaki gelecek “kesin tek seçenekten” ibaret değildir. Kesinlik ve sürekliliğin arasında on binlerce olabilirlik vardır. Korona pandemisi de göstermektedir ki turizm alanında yapılması gereken kesinlik kahinliği değil faydalı bilgi üretmek iken, üretilen genelde kendi kendini gerçekleştirmekten öteye geçmeyen, gerçek hayatta değer ve ruh kazanmamış malumat seviyesinde kalan yazılarımız olmuştur. Yazıda yer alan malumatlar konuşturulamadığı sürece yazı olarak kalacak, malumatlar en fazla kendini başka bir yazıda tekrar edecektir. Turizmde üretildiği iddia edilen, birbirinden ayırıştırılmış, farklı ve izole alanlarda hiper hızda çalışılarak üretilen malumatlar bilginin nerede ve nasıl etkili kullanılacağını bilmesi gereken bütünleşik turizm çatısı altında henüz birleştirilememiş, içselleştirilememiş, sosyalleştirilememiş ve dışsallaştırılamamıştır. Bu nedenle iki kısımlı bu çalışmada öncelikle bilimde var olan bürokratik kurallar, memurlaşan bilimi insanları ve statükoya dikkat çekilmekte, takibinde turizmde fotoğraf üzerinden kurmaca gerçekliğin nasıl türetildiği irdelenmektedir. Bir sürü “izm” etkilerinin görüldüğü turizm araştırmalarında popüler kültürün etkisi; zararlı eklektizmin eleştirisi yapılmakta, yeni yön arayışında “ikicilik” unsuruna özellikle dikkat çekilmektedir. “P” hoyratlığı eleştirisinin ardından insanın turizm araştırmalarının neresinde olduğu sorgulanmakta, turizm araştırmalarına hakim olduğunu düşündüğüm yanılsamalar eleştirilmektedir.

Pastiştik

Turizmin ne olduğu (kaynak kullanımı-fayda-maliyet ekseninde), turistin kim olduğu (düşünce-duygu-davranış ekseninde), turizmin nasıl yönetilmesi gerektiği (güç, büyüme-kar maksimizasyonu ekseninde) tartışmalarıyla birlikte, araştırmanın nasıl yapılması, makalenin nasıl yazılması, nasıl yayınlanmasını düzenleyen standart reçeteler, kalıplar öne sürülmüş; böylelikle turizm disiplinler arası disiplinsiz bir disiplin olarak kendini meşrulaştırarak yerini ve kalitesini teminat altına almaya çalışmıştır. Ancak, bürokratik kural haline getirilmiş sözde kusursuz “sonuç süreçten önemlidir” araştırma geleneklerine bağlı, bulunduğu konumu korumak isteyen, alternatiflere kapalı, konuya başkasının, özellikle işletme biliminin bulaşıcı hastalığıyla (işletmeyi yaşatmak) bakmayı dayatan, tüketme arzusunda, hakim güçlerin çıkarları doğrultusunda turizm “nasıl açıklanmalı, araştırılmalı ya da yönetilmeli”yle ilgili maddi yoğunluklu bürokratik bir statüko oluşmuştur. “İşletmeler” için tüketmek, bencilce sosyalleşmek, haz ve yeniyi ulaşmakla tanımlanabilecek maddi yönlü turizm anlayışı turizmin ahlaki anlayışının önüne geçmiştir. Genel haliyle işletme bazlı turizm araştırmalarımız konuları açıklamaya çalışırken okuyucuyu turizmi anlamaktan uzaklaştırmaktadır. Yayın mekanizmasının iplerini tekelinde tutan, kar artırmayı isteyen sermayenin isteklerini yerine getiren, turist bile turist olarak adlandırılmayı reddettiği seyyahlığı benimsemeye eğilim gösterdiği ortamda, araştırmacının gerçekte var olmayan ancak kurmacayla var ettiği malumatlarla faydasız yazı sayısını artırmaktan başka işe yaramayan, kendini olayın dışında tutarak sergilediği pasiflik turizmde problemleri çözmek şöyle dursun yeni problemlerin ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Turizmin, nasıl elde edildiği tartışmalı maddi ampirik ve steril bulgu dolu sözde reçeteye değil ahlaki düzeyde bilgelige, uygulamaya, uygulanabilirliğe ihtiyaç duyduğu açıktır. Turizm araştırmacısı olarak bizler, destinasyon yöneticileri, işletmeciler, turist ve yerel halk antropolojik bir cemiyet oluşturmaya karşın, birbirini tanıyacak kadar birlikte zaman geçirmediklerinden, aynı dili konuşmadığından, biyolojik farklılıklarından aramızda giderek büyüyen bir uçurum oluşmuştur. Benzetmek gerekirse yerel halk ve çalışanlar dilsiz (dertlerini anlatamamakta), turizm araştırmacısı genelde sağır (veri toplamaktan öte gaye taşımamakta), işletmecisi kör (kar maksimize

etmekten başka şey düşünmemekte), destinasyon yöneticileri ise hem kör hem de sağır olduğundan ne turizmin ne de araştırmasının bu haliyle devam edemeyeceği gerçeğini birbirlerine anlatamamaktadır. Sadece görüneni önemseyen, görünmeyeni yok sayan işletme hastalığına karşın koronanın verdiği “turizmde ve araştırmasında çok şeyin değişmesi gerekeceği” mesajının dikkate alınacağını umarım.

Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından ilk defa 1952 de yayımlanan “Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı” bugüne kadar beş köklü değişim geçirmiştir. Benzer bir şekilde 1929 yılında yayımlanan psikoloji ve benzer alanlardaki araştırmalara yön veren “Amerikan Psikoloji Birliği Yayın El kitabı” bugüne kadar yedi değişim geçirmiştir. Ama pozitivist-ampirik araştırmalarda vites bile değiştirmemiştir. Sadece pozitivistten post-pozitivizme geçenlerimiz olmuştur, o kadar. Değişkenlere bölünen kavramda, değişkenin bir ya da birkaç değişkenle, bir başka değişkenle, daha başka değişkenle, sonradan eklenen diğer değişkenlerle arasındaki ilişkiyi izole sanmaktan, açıklamaya çalışmaktan öteye gidilememiştir. Şu an için en büyük değişken “covid19” tüm değişkenleri yutmuş, evrensel genellenebilirlik iddiasında olan çalışma sonuçlarını tartışmalı hale getirmiştir.

Her şeyin değişime uğradığı, yeni olan her şeye neredeyse tapınıldığı bilim dünyasında statükonun varlığı ilginç bir durumdur. Pozitivist statükonun dayattığı kurallar gereği, yapılan araştırmalar farklı gibi görünse de turizm araştırmalarında yaptığımız şey genelde şeklen ve amaç açısından sürekli bölme ve değişken ekleme memurluğu gibidir. O nedenle üretilen malumat “**pastiştir, homojendir, benzektir.**” Dayanması gereken kuramı değil anketi bir yöntem olarak gören bir trend konu, genellikle başka bilim alanından esinlenerek defalarca ve defalarca çalışılmakta, ta ki yeni bir trend konu icat edilene kadar. Turizmin, son zamanlarda cılızda olsa kendine has bir dil oluşturma gayesi, diğer bilim topluluklarının içinde bir topluluk olma çabası takdir görse de “işletmecilik eksenli” turizm araştırmaları turizmin kendinde var olan “sosyal ekoloji” gerçeğine yabancılaşmış, artan turizm sorunlarına çözüm bulamamış, bilginin başka alanlara ihracatında ise başarısız olmuştur. Bu başarısızlığın gerekçesini turizmin giderek paranın, primin ve gücün disiplini olduğu gerçeğine ve turizm araştırmalarının pastiş olmasına (taklit etme yoluyla ortaya eser çıkarma), dayandığı bürokratik bilimsel geleneklere bağlamak mümkündür. Özetle, işletme hastalığına tutulmuş pozitivist araştırmanın maddi dünyasında turizmi anlamak bir illüzyondur. Anlamak sadece sayıya dayalı kurmaca bir yanılsama olarak vardır, yani aslında yoktur. Bir damla bir damla daha iki damla mı, yoksa daha büyük damla mı eder?

Özentilik

Nomotetik (yasa koyucu) ve evrenselci bilimlere özenen, anlamdan çok tekniğe önem veren; ancak, henüz yasa koyamadığı aşık olan, Tribe'nin deyişiyle “disiplinsiz” turizmde sadece ampirik bir özne olarak gördüğümüz insanın eylemindeki manaları açıklayabilmek için anlamak, mantık, ilham ve sezginin bir arada kullanılmasına ihtiyaç vardır. Yaygın pozitivist araştırma pratiğinin aksine insanlar her şeyden yalıtılamaz. Sözde pozitivist kurallar her şeyden yalıtılmamış kişilerin eylemlerindeki anlamlarda belirleyici olamaz. Hali hazırda turizm ve insan “açıklanmayı” değil “anlaşılmayı” beklemektedir. Turizmin ve insanın kompleksliğini değişkenlere indirgemek turizmde insanın tek ve eşsiz olan kişisel anlam dünyasına, özgürlüğüne, arzularına, değerlendirmelerine, etkileşimlerine, rastlantılarına, bütünselliğine sınır çizmektir, bunları yok saymaktır. İnsanı ve davranışını gözlenen nedene ve sonuca indirgemekte inat eden pozitivist araştırmalar her insanı tek ve eşsiz kılan süreci yadsımaktadır. Maddi bir o kadar da katı yaklaşımın şekillendirdiği pasif anket özentisi nedeniyle bilmenin estetik yönü (yani kişiyle ilgili yaş, cinsiyet vb somut göstergelere değil kişinin

anlam dünyasına odaklanan bilme biçimi) bilinçli olarak göz ardı edilmektedir. Bir doktorun tanı koyabilmesi için sadece kan testlerine bakmasının yetmediği, *anamneze*'ye, yani kişinin öyküsünü dinlemeye ihtiyaç duyulduğu unutulmamalıdır. Ortalama anket doldurma süresinin on dakikayı geçmemesi önerilen bir pratikte araştıranın araştırılanın davranış, düşünce ve duygularını bu kadar kısa sürede üstelik öyküsünü bilmeden doğru değerlendirmesi, anlaması nasıl mümkün olabilir? İnsanın anlaşılması için turizm araştırmacısı olarak farkındalıkla dinleyebilmeli, izleyebilmeli, üstelik izlediği konuda yeterli bir süre yaşayabilmeliyiz. Çünkü turizm yaşamda anlam ve amaç yokluğuna bağlı olarak ortaya çıkabilecek acının, merakın, duyumsal/duygusal yoksunluk ya da fazlalığın tedavisi, dengelenmesi için yansıtma, kendini bulma, tanıma, güzel yaşama, dönüştürme, konuşma ve eylemde bulunma sanattır.

Matruşka İndirgemeciliği

Araştırmının asıl pandemisi pozitivist-ampirik gelenekte bilgiyi gözlemlenebilir dünyaya bağlama, hakimiyet kurma ve hükmetme amacı güden, mekanik ve belirsiz bir boyuta doğru küçülen *Matruşka indirgemeciliği* yeni sorunlar yaratmaya gebedir. Bütün parçalara, değişkenlere ayırmak ayrıntıları görmede etkili gibi görünse de aşırı indirgemecilik bütünü yok etmekle sonuçlanacaktır. İnsan bir bütündür. Bütün gözlemlenen parçaların toplamından farklı olabilir. Bütün gözlemlenemeyen yapıtaşlarından da etkilenebilir. Değişmez bir katılıkla bütün erkeklerin eril bütün kadınların ise dişil olduğunu savunan fakat ataerkil kültürün hakimiyetinin azaldığı günümüzde salt bireyin medeni durumuna bakarak aile ve tatil kararı alma sürecini anlamak mümkün müdür? Gerçeklik anlayışını biçimlendiren mekanik ve olgusalçı düşünce, anlayış ve duyumsal (maddeci), ölküsel (manevi), düşüncül (ikisinin sentezi) değerlerin derinden değişimini sağlayan, bir ekolojik hatırlatma olan korona virüs pandemisi pozitivist bilimsel gelenekteki doğrusal, neden-sonuç düşünme geleneğini sarsmaktadır. Anlamadığımız, gözlemleyemediğimiz ve ölçemediğimiz her şeyi yoka indirmek, parçanın özellikleri ve davranışlarından bütün hakkında kesin ve açıklayıcı bilgilere ulaşmaya çalışmak her açıdan sorunludur. İnsan bir bütündür, parçalara bölünmesi anlamsızdır. "Hiçbir şey kesin değildir" demek bir kesinlik içerse de hiçbir şey tek başına bağımsız değildir. Korona pandemisi bunun en güzel örneğidir. İşte kesin olan turizm ve turist yaşamının pozitivist bir formüle sıkıştırılabilecek kadar yalın olmadığıdır. Her şeyden önce düşünceyle eylem dünyası birbirinin ardılı değildir. Hatta çoğu zaman birbirinin karıştıdır. Sürekli indirmek yakında "eşek semerinin turizme faydası" konulu araştırmaların dergi pazarında kendine yer bulmasına sebebiyet verecektir.

Diğer açıdan turizmi ekonomik davranışa indirmek, tek yönlü anlamlandırmaya çalışmak, yararlıysa devam etmeli, zararlıysa hükümetler tarafından yasaklanmalı demek değil midir? İşletme hastalığına tutulmuş fayda-maliyet, kar maksimizasyonu odağı, turizmin gerçek zemininden kopuk kurmaca bir gerçeklik üretmiştir. Turizm salt bireysel ekonomik bir olgu değil aynı zamanda bütünsel, sosyal, ekolojik bir olgudur. Kaldı ki kara kutu olarak değerlendirilen aklın işleyişi davranış bilimiyle değil nörolojik mekanizmalarla açıklamaya çalışsak da bilinçaltı vb alanlar genelde kapsam dışında tutulmaktadır. Zeminsiz, kurmaca ekonomik gerçekliğin varlığı kompleks analizlere pusula olan istatistikteki tartışmalı kanıt, şans olasılığı (p) hoyratlığıyla yayılmıştır. Turizmde pozitivist araştırmalar özgünlüğünü ve yönünü kaybetmekle kalmamıştır. Kendine yön bulmada harita kullanmaktan da vazgeçmiş görünmektedir. Hangi yöne doğru ilerleyeceğini kestiremeyen memur, taklitçi ve indirgemeci araştırmalar kaçınılmaz olarak kendi etrafında dönmeye başlamış, bir kısır döngünün içine girmiştir. Örneğin, karışıklıktan hareketle nitel ve nicel arasında çok dikkat çeken bir çekişme baş

göstermiş olmakla birlikte bugünün niteli kendini eleştirdiği sayılara indirgemekten kurtarabilmiş değildir. Ya da araştırmada geçerlilik iddiası olan araştırmacıların, koşullarını taşımadığı halde kompleks analizler, örneğin yapısal denklem eşitliği kullanmada beis görmemesi bir ikilemdir. Gerçekleşen tekrarlı ziyaret oranlarıyla araştırmalarda sorulan tekrar ziyaret etme niyeti arasında ampirik ilişkinin bulunmadığının ispatına karşın bağıllık çalışanların araştırmalarında tekrar ziyaret etme niyetini davranışın temsilcisi olarak hala kullanmaya ve sormaya devam etmesi bir muammadır. Bir konuda nötr bir tutumun olamayacağı, tutumun ya var ya yok olduğu gerçeğine, Likert'in kendisinin dahi nötr tutum olamaz demesine rağmen, kullanılan ölçeklerin hemen hemen hepsinde orta seçeneğin ne katılıyorum/ne katılmıyorum (nötr) olmaya devam etmesi ise bir pervasızlıktır.

Fotoğrafçılık ve Hızlı Baskı

Bayat bir çerçeve olarak işletme biliminden alınan konseptler, turizmin kendi doğasından çıkan çalışmalara göreceli olarak daha az kıymet verme geleneğimizi beslemiştir. Ayrıca araştırmalar seri ya da uzamsal olmayıp ansal, *ex post facto-geriye dönük* bir görüntü olmanın ötesine geçemedikleri için, turizmin zeminine ve kitlesine bıraktığı etkiler tartışmalı, çoğu zaman gereksiz, yetersiz ve anlamsızdır. Turizmin gerçeğini sayılardan oluşan bir görüntüye dönüştürerek ortadan kaldıran mevcut kolaj sistem, sayısal mevcudiyetini (dergi ve yayın sayısı) artırarak kendisini sağlıklı, güvenilir ve başarılı göstermeye çalışmaktadır. Turizmin otantik doğası materyalist, pastiş turizm araştırmasına duyarsızdır. Rakamlar, istatistiksel testler turizmin gerçeğini yeterince temsil edememektedir. Anlamak için gereken bilimsel emek yerini maliyetlerin karşılığı alınması gereken edere bırakmış (doktora için 2 makale, doçentlik için 6 makale, profesörlük için doçentliğin iki katı gibi), araştırmacının üretmesi gereken gerçek değer unutulmuştur. Bilim olanı açıklamaya çalışmakla yetinmemeli, anlamaya çalışmalı, açıklamak anlamının bir uzantısı olmalıdır. Devşirme ve katı bir bakış açısıyla değişkenler arasındaki ilişkileri açıklama amacı güden kriz konulu çalışmalarda malumat birikimine rağmen Korona pandemisinden en olumsuz olarak etkilenen sektörün turizm olduğu düşünüldüğünde, krizin kendine özgü, kuralsız aklını ve biricik karakterini anlamada pozitivist yöntemin ve bilim insanları olarak aklımızın yetmediği çok açık değil midir?

Promo Kültür

Kapitalizmin canavar çocuğu metalaşmanın oyuncacı popüler kültür (geçici moda yaratımı, takibi, taklidi ve tüketimi) olarak tanımlanabilecek promo kültür (promosyon-özendirme) bilimsel medyanın ardındaki gizli güç ilişkileriyle bolca reklam edilen, özendirilen, ikonlaştırılan araştırmada belli yöntem ve teknik fetişitliğiyle (örn., pozitivist ampirik) turizm ve insan ilişkisini organize etmeye çalışan, kendini pastiş tekniklerde ölçsüzlük, değer yitimi, taklit ve kopyalamayla gösteren bir kültürdür. Bu kültürde her şey promosyonun öznesidir. Seçilen araştırma konusu, incelenecek alan, araştırma stratejisi, veri toplama tekniği, istatistiksel yöntem ve veri analizi, yayınlanacak dergi ve etki değeri vb., her tür ikon özendirilen araştırmacının kendi promosyonunu yapması içindir. "Anlam" promosyon tekniklerle üretilmekte, sözel (konferanslar) ve görsel unsurlarla (dergiler) meşrulaştırılmakta, pozitivist ideolojinin yaygınlaşması için zemin hazırlamakta, böylelikle araştırma dünyasında hızlı dolaşımı sağlanmakta, takipçilerin itirazsız rızası kazanılmaktadır. Bilimsel dünyada promosyon simgelerinin oluşturduğu girdaba bir defa yakalanmak demek bu ırmağın öngördüğü yolda yer alan gösteriş anafolarında sürüklenmek anlamına gelmektedir. O nedenle dergilerin makaleleri yayınlamaları yazar olarak bizlere yetmemekte, kişi olarak sosyal etkinliklerle kendi promosyonumuzu yapmak, yayınlamamız olduğunu, başarılarımızı sosyal medya

mecralarından tüm gücümüzle duyurma çabasına girmektedir. Bu kültürde amaç araştırılan insanların mutluluğu ve refahının artmasından daha ziyade araştırmacının promosyon değerinin artmasıdır. Ayrıca farklılaşma üretilerek, kendimize mikro alanlar oluşturmaya gayret eden turizm araştırmaları, turizmin geçmişiyile geleceğini tutarlı bir yaşantı halinde örgütlenme gücünü kaybetmiştir. Turizmi bir bütün olarak anlamak terk edilmiş, kişisel ve bilinçli olarak önemi abartılmış niş alanlar oluşturulmuştur. Turizmde üretildiği iddia edilen, birbirinden ayrıştırılmış, farklı ve izole alanlarda hiper hızda çalışılarak üretilen malumatlar bilginin nerede ve nasıl etkili kullanılacağını bilmesi gereken bütünleşik turizm çatısı altında henüz birleştirilememiş, içselleştirilememiş, sosyalleştirilememiş ve dışsallaştırılamamıştır. Seri hızlı üretim nedeniyle çalışmalar üretmekten çok kendini tüketmektedir (2. kısımda ele alacağım “yayından kaldırılan makaleler” örneğinde olduğu gibi). Niceliksel türde fazlalık niteliksel türde yoksunluk kokan popüler konuların, yöntem ve tekniklerin fazlalaşmasıyla turizm araştırmalarımız giderek tek tipte olmaya zorlanmaktadır. Hacimsel artışla ilgili anlaşılabilir coşkuyu anlamak mümkün olmamakla birlikte giderek artan taklitsel (pastiş) uygulamalar kanaatimce turizm araştırmasında özgün öznenin öldüğünü ilan etmektedir. Popüler kültür hezeyanının neden olduğu histerik yücenin (devşirmeci eklektizm - seçmecilik) varlığının bizler tarafından fark edilmemesi ya da fark etsek de kayıtsızlığımız, bu anlamsız nicel sarhoşluğun eseridir.

Sentetik eklektizm

Turizmde benimsediğimiz yeni bir görüş getirmektense diğer görüşleri, yöntemleri kendi içinde eritmek yamalı bohçadan başka bir şey üretmemiş, daha çok yeni görünümlü eski meselleri sürekli bir şekilde ele alma kısır döngüsünü doğurmuştur. Bir rayda yer alan vagonlara yeni vagonların eklenmesi olarak tanımlayabileceğim eklektizm, turizm araştırmalarında bir zamanlar var olan yaratıcılığın sonu olmuştur. Tek rayda, sürekli eklenen yeni vagonlar, lokomotifin üzerinde artan baskı, hızı azalttığı gibi gözleri vagonlardan ayıramamaya da sebebiyet vermiştir. Yeni bir ray (yön) ya da yeni bir lokomotif üretme gayreti oluşmamış, varsa da bu gayret giderek zayıflamış, eklektik yaklaşım kendi içinde yaşam ya da güç kaynağı üretmemiş, dışarıya bağımlı kalmıştır. Tek ray, tek lokomotif ve aynı lokomotive sürekli eklenen yeni vagonlarla ilerlemek zordur.

İkicilik

Araştırmalarda sorulara eşlik eden yanıtlar genellikle çoğulcu görünse de iki zıt şıktan birinin seçilmesini gerektirecek bir şekilde sorulmaktadır. İstenen “ya o-ya bu” dur. İki şık çoğu zaman birbirinin zıddı ve alternatifi gibi sunulsa da aslında birbirinin zıddı ya da alternatifi değildir. Kötülüğün zıddı iyilik değilse, memnuniyetsizliğin zıddı memnun olma hali (memnuniyet) değilse ne olacak? Memnuniyetsizliğin diğer ucu memnuniyetsiz olmama hali olabilir bu da memnun olma anlamına gelemmez. “Ya o-ya bu” her zaman hayatın gerçeği olamaz. Turizmin zıddı var mıdır? O nedenle tekilci bir ikicilik yerine belirsizlik (müphemlik) ya da diğer basitleştirici gerçek “hem o-hem bu” da seçenek olarak düşünülmelidir. Farklılıklardan daha ziyade benzerliklerin dikkate alınması turizmde yeni bir ray ya da lokomotif teşkil edebilir.

P hoyratlığı

Gerçeği “akıl” ile mi yoksa “p” ile mi bulacağız? “İstatistiksel anlamda önemli” ya da “olasılık değerine göre” ifadesinin kullanımı ve bir hipotezin doğrulanması/yanlışlanmasında tek başına kanıt olarak sunulması yaygındır ama tartışmalıdır. Sosyal bilimlerdeki yüksek kullanımına karşın, “olasılık testi” fen

bilimlerinde (ör., Fizik, kimya) nadiren kullanılır. Oldukça fazla sayıda bilim insanı tarafından olasılık değerinin hipotezin kanıtı olarak kullanımı bilim dışı kabul edilmektedir (bkzn. Yüksel, 2018, 2019). Bazıları bu yaklaşımın hipotez testinde yasaklanması gerektiğini kuvvetle tavsiye etmektedir. "P değeri" giderek artan bir tartışmanın ortasındadır. "Tek başına p değeri, hipotezin doğrulanması/yanlışlanması kanıtların rasyonel bir ölçümü olarak kabul edilemez. Ayrıca, tek başına bir p-değerinin, etkinin büyüklüğü hakkında hiçbir şey söylemediği de unutulmamalıdır" (Lecoutre, Poitevineau ve Lecoutre, 2005: 252). Kısaca, p değeri sıfır hipotezini yanlışlamak için yeterli olmayabilir. Gerçekte p değeri "sonucun örnekleme hatasının bir sonucu olup olmadığına ölçüsüdür. Hipotez hakkında doğrudur ya da yanlıştır diyemez. Marko Polo ya da Evliya Çelebi planlı yanıltmacanın aleti istatistiğin büyüme kapılmamış, turizm ve seyahate bugünün modern araştırmalarından daha çok fayda sağlamıştır. Ayrıca bu değerli kaşifler atıf almayı umursamamaktadır.

Öznel Nesnellik

Pozitivist-ampirik araştırmada nesnellik vardır iddiası nedense tartışılmazdır. Oysaki amaçlar ve araçlar ayrılmaz şekilde iç içedir. Eğer böyleyse araştırmacı amacına uygun araç seçme yanlılığı gösterecektir. Her insan az ya da çok çabayla benliğini var etme/koruma eğilimindedir. Ne bilim insanı ne de yanıtlayıcı bu etkiden muaf değildir. O nedenle sorulan herhangi bir soruya cevap verirken verdiği yanıtla kendini kötü hissetmek isteyen, kendi benliğine saygısızlık yapacak insan sayısı çok azdır. Her hangi bir konuda yapılan araştırmada değişkenlere verilen yanıtların kişinin yüksek/düşük benlik saygısından (pozitif yanlılık) bağımsız yanıtlandığını düşünmek şaşırtıcıdır. Araştırmacının amacını gerçekleştirmek için araç seçerken sergilediği yanlılık ta gözden kaçmamalıdır. Örneğin, "tatilde can sıkıntısı riskli midir?" konulu araştırmanın yapılacağını varsayalım. Can sıkıntısını ölçülmesi, yönetilmesi, yok edilmesi gereken bir risk olarak gören pozitivist bakış şöyle yapacaktır. Önce tanımlayıp, sonra can sıkıntısının bileşenleri (nedenleri ve sonuçları) ve aralarındaki ilişkiyi/etkiyi tahmin etmek test edilebilir hipoteze dönüştürür. Sonra veri toplar. Can sıkıntısı ve örneğin tatildeyken kendini soyutlama ya da madde bağımlılığı arasındaki korelasyonları analiz eder. Önemli bir korelasyon varsa konuyu deneyle test eder; böylelikle can sıkıntısındaki bir birim artış/azalış kendini soyutlama ya da madde bağımlılığında nasıl bir değişim yapıp yapmadığını ortaya koymaya çalışır. Eğer böyle bir şey varsa tatil yapan gençlerdeki can sıkıntısı mefhumu hakkında politikalar geliştir ve uygulamaya kalkar. Tatildeki insanların can sıkıntısı bu politikalarla geçer mi yoksa yeni uygulamalar yeni can sıkıntılarını neden mi olur bilinmez. Ama can sıkıntısı pozitivist bakışın dayattığı gibi bir risk faktörü müdür gerçekte? Genelde amaçlar ve araçlar ayrılmaz bir şekilde iç içedir. Yani can sıkıntısının risk olduğunu düşünen onun risk olduğunu ispatlamak için uğraşacaktır. Risk yerine can sıkıntısının "zamanda hiçbir şey yapmamayı tercih etmek" ya da "yeni bir hobiye geliştirmede sıçrama tahtası" olarak görülmesi durumunda ne olacak? O zaman bu kadar uğraşa ve baştan konan amacı gerçekleştirmeye uyan araçlarla araştırma yapmaya gerek var mı? Amaç nesnel olmayan dünyada bir sonuca neyin etki ettiğini nesnellikle bulmak mı yoksa olan bir şeyin neden olduğunu öznellikle açıklamak, anlamak mı? Hep tek/mutlak bir gerçek mi var yoksa gerçek birden fazla mı? Gerçek nedenlere, değişkenlere, etkilere ve sonuçlara bölünebilir mi yoksa gerçekler bölünemez mi? Araştırmanın amacı "zamana ve ortama göre değişmez genelleme yapmak mı?" yoksa "bireysel farklılıkların" varlığını anlamak mı?

İstismarcılık

Pozitivist araştırmanın kapitalizmin işine yarayacak kurmaca gerçekliğin yaratılması için son derece elverişli olduğunu düşünüyorum. Ticari bir turizm endüstrisinin

toplumda yoksulluk, ekonomik açıdan yetersizlik, bağımlılık, kıtlık duygusunun devamından çıkarı vardır. Ticari bir güvenlik endüstrisinin toplumda güvensizlik duygusundan çıkarı vardır. Benzer bir şekilde gerçeği sürekli yeni değişkenlere bölen pozitivistizminden da sorunların çözümsüzlüğünden çıkarı bulunmaktadır. Sorunlar süreç içinde kendiliğinden çözülmürse pozitivistizmle araştırılacak, daha doğrusu metalaştırılacak bir şey kalmayacaktır. O nedenle pozitivist-ampirik araştırmanın amacı sorun çözmek (refahı artırmak) değil, “işletilmesi için” değişken yaratmaktır, hacimsel büyüme demek çok iddialı bir sav olmayacaktır.

Unutulmamalıdır ki, sömürme ve istismar üzerine kurulu her sürecin her dinamiği kişisel fayda için feda edilebilir niteliktedir. Pozitivist araştırmalar yapılış amacı açısından “insanı” merkeze koymaktan oldukça uzak görünmektedir. Pozitivist-ampirik araştırma araştırılanın durumunu, koşulunu, psikolojisini kendi menfaatine istismar edebilmektedir. “İncelenen insanın daha anlamlı bir hayat yaşaması” gayesi taşıyan pozitivist araştırma başka alanda var mıdır bilinmez ama turizm alanında bilgim dahilinde neredeyse yoktur. Var olanları tebrik ve takdir etmek gerekir. Araştırmacının gerçek değeri sadece alınan atıflar değildir, insan hayatına olan etkisidir. Deneyim ve izlenimlerime göre:

- Bir işletmede, bir bölgede yaşayan, çalışan ve sıkıntı çeken insanların korunaklı camekan arkasından (anket vb tekniklerle) resimlerinin çekilerek durumlarının incelenmesi; böylelikle elde edilen verinin yorumlanması ve yayına dönmesi sürecinin incelenen insana somut bir yararı yoktur.
- İnceleme bittikten sonra yayın yapmasına, teşvik almasına, prestij kazanmasına vesile olan, belki de sorduğu sorular nedeniyle unutmak istediği travmaları tekrar hatırlaması gereken, psikolojisi bozulan incelenen insanlara araştırmacılar geri dönmemektedir.
- Araştırma sonucu üretilen sözde tavsiyelerin incelenen insanların koşullarını düzeltmede kullanılıp kullanılmadığı önemsenmemektedir.
- Elde ettiği veride çıkan ancak yorumunda ana akıma karşı olan bulgudan bahsetmeyip, mevcut düzenin muhafazası için meşruiyet kazandırma davranışı göstermek insancıl değildir.
- Mevcudu koruma şansı varken, gerçeğin dinamik karakterine karşı çıkmak ve “değişmeli” demek bilim maskesi altında ideoloji ve siyaset yapmak demektir.
- Turizm cenneti vaatlerinden, faydalarından bahseden çalışmalar, her ne kadar “serbest irade var” dese de toplumun başka ekonomik alanları düşünmesini ve bu alanları denemesini engellemektedir.
- Turizmin toplum üzerinde olumlu etkisi olduğunu vurgulayan araştırmalar bilinçsiz olarak özgürlüğe giden yolların seçimini devre dışı bırakmaktadır.
- Bir kültürü, örneğin yemek kültürünü, yayınlarda öven, satılabilir bir ürün olarak gösteren çalışmalar bu kültürün yozlaşmasına, ticarileşmesine ve yok olmasına neden olmaktadır.
- Araştırma yapmak, pozitivist-ampirik araştırma kültüründe statü veya kişisel prestij kazanmak içindir. Dolayısıyla araştırmacı kişisel özgürlüğünü sosyal sorumlulukla, insanlığın yararını hedefleyen kişisel tatminle birleştirmemektedir.

Ayrıca, araştırmalarda nesnel bilgi inşa etmek için deneklerden ya da fenomenden uzak durmak denildiği kadar doğru mudur? Pozitivist yaklaşımdaki nesnellik maskesindeki neden-sonuç geleneği, gerçekliğin alt boyutlarına, nedenleri ve etkilerine ayrılabilceğini savlamaktadır. Bu yaklaşım itiraf etmese de araştırmacı tarafından inşa edilen tek bir mutlak gerçeklik olduğunda ısrar etmektedir. Katılımcılar tarafından oluşturulmuş birden fazla gerçeklik varsa ne olacak? Ya gerçeklik sürekli olarak ve farklı logaritmik bir hızda geliyorsa? Ya pozitivistlerin düşündüğünün aksine gerçek

değişkenlere bölünemezse? İnsan hayatı değerlidir; en önemli gerçeklik insanın kendi yaşadığıdır. Her insan hayatı benzersiz bir süreçtir. O nedenle insan doğası bütündür parçalara bölünmez. İnsan ortamından soyutlanamaz. İnsanlar kendi yaşamına biçim ve anlam verme hakkında sahiptir. İnsanlar olana vesile olurlar gibi sayılabilecek pek çok konu pozitivist-ampirik araştırma yapma geleneğinin sil baştan insancıl bir şekilde gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır.

Ignoratio Elenchi

“Her şey eleştirilebilir ama pozitivist bilim ve tahakkümü eleştirilemez” sanrısı yaygınlaşmaktadır. Neden ki? Neticede bilim iflaslarla, başarısızlıklarla, kesintilerle kendi kendini düzelter bir yapıya sahip değil mi? Sonuçları değişmeyecek olan, kesin bilgiye dayalı, metodu mutlak, sorgulanamaz, eleştirilemez sosyal bilimsel araştırma var mıdır? Ele aldığı şeyi değiştiren, dönüştüren, yıkan ve yeniden inşa eden sosyal bilimde araştırma yok mudur? Kendini zihinsel sisli soyut varsayımlar, kavramlar üzerine inşa eden, mutlak ve eleştirilemez olduğunu iddia eden bilim bilim değildir, olsa olsa bu sözde bilimdir. Kendini ölçülebilen şeylerin niceliksel yönüne sınırlayan, ölçülemeyeni dışlayan bilim bilim değildir, olsa olsa bu sözde bilimdir.

Sözde bilim turizme ne katabilir?

Pozitivizm en çok iddia edilen şeyle alakası olmayan bir sonuç çıkarma yanlılığından (*ignoratio Elenchi*) çekmektedir. Sadece diğer araştırmaları, diğerlerince söylenmiş şeyleri yani bir nevi kendinden önceki tarihi referans vererek argüman haklı kılınabilir mi? Hipotez red etmemeyi bir türlü içine sindirmemek ama daha çok teyit etmeyi amaçlamak bir tür yanlılık (ön yargı) değil midir? Atıf sayısına bakarak bir kişiyi, kullanım sıklığına bakarak metodu otorite kabul etmek (*argumentum ad verecundiam*) ve sırf o söylediği için söylediğinin doğru kabul edilmesi (*ipse dixit*) ne kadar tartışmasız? Tersinin yanlış olduğu ispatlanmadan, tersi hakkında bilgi yokluğunu umursamadan var olan malumatın doğru olduğunu kabul etmek ne kadar tartışmasız olabilir (*argumentum ad ignorantiam*)? Bir karşı argüman ortaya koyduğunuzda, örneğin “şu an yapılan bilim değil, sözde bilime boyun eğdirme çabasıdır” dendiğinde, bunun üzerine akıl yürütmek, karşı argüman koymak varken şahsa saldırıp kıvılcımın üstünü örtmek ne kadar tartışmasızdır (*argumentum ad hominem*)? Çok basit meselelerde dahi ileri istatistiki analizlerini elzem bir ihtiyaç olarak görmek, bir yöntemin kullanım sıklığının diğer kişilerin kullanım sıklığından dolayı artması, yayın sayısında ve atıfta başkalarından geri kalmama isteği (*bandwagon-sürü psikolojisi*) bir tür yanlılık (önyargı) değil mi?

Sonuç

Araştırmanın asıl pandemisi pozitivist-emprisizmdir. Turizm ve araştırmaları bu kurnaz virüsten enfektidir. İnancım odur ki turizmin sosyal ekolojik gerçeğine aykırı olan pozitivism, turizm araştırmalarında bir nevi memurluk dönemi getirmiş olsa da, süreç içinde katı bürokrasi eninde sonunda ayaklanmayı, ayaklanma ise turizm anlayışında devrimi getirecektir. Araştırma iklimi değişecek, enfekte, kurmaca pozitivist malumatlar turizm dünyasından ayrılacaktır.

Çok sayıda araştırmacı (Airey, 2015; Ateljevic, Pritchard ve Morgan, 2007; Bianchi, 2009, Butler, 2015; Cooper, 2015; Dann 2009, 2011; Erdoğan, 2001; Franklin ve Crang, 2001; Hall, 2015; Korstanje, Mustelier ve Herrera, 2016; Jafari, 2001; Laws ve Scott, 2015; McKercher ve Prideaux, 2014; Pearce, 2012; Pearce ve Butler, 2010 a, b; Ryan, 2005, 2018; Singh 2015; Tribe 1997, 2005, 2006, 2007, 2009; Tribe ve Airey,

2007; Tribe, Dann ve Jamal, 2015; Walle, 1997) sorunlara, yanlış inançlara ışık tutmuştur. Tekrarlamakta fayda var. Turizm alanındaki tartışmalı inançlardan ilki turist hareketlerinin sadece dış uyaranlara verilen tepki olduğu ve turizm hareketinin fetişist bir inançla bir davranış, özellikle ekonomik bir davranış olduğudur. Oysa turizm maddeden çok manevi bir yolculuktur. Hayyam'ın dediği gibi seyahat eden iki kere yaşar. Turizmdeki bir diğer sorun pazarlama ve işletme bilimi ile yaptığı mutsuz evliliğidir. Özellikle yönetim ve pazarlama araştırmaları ile bilimsel etiketleme ve sınıflamanın arkasındaki pozitivist hırslar arasındaki evlilik hem mutsuz hem psikolojik ve sosyolojik açıdan düz tabanlı çocukların doğmasına neden olmuştur. Tarzı, tadı, kimliği olmayan bir köpüğün genişlemesindeki kantitatif büyümeden başka anlam ifade etmeyen turizm araştırmaları büyüdükçe kendini daha çok kabul gören analizlere, şaibeli istatistiklere hapsederek bir avuç teorisyene yönünü emanet etmiş olması turizm alanının diğer sorunudur. "Defolu araştırma şablonunu" kullanmaya devam etmesi bir diğer meselesidir. Öyle ki bu şablon (kalıp) bayat, işe yaramaz bilgiyi üretmeye, aynı konuların tekrar tekrar tavaflar edilmesine, işe yaramaz sonuçların tekrarlanmasına neden olmaktadır. Böylelikle, turizm bir seri farklı, yerel bir olguya karşı gaddar ama mantıklı ekonomik adamın vücut bularak sayılabilir ve sıralı satın alma, seyahat, konaklama, ayrılış eylemlerini sınıflama çabasına dönüşmüştür. Turizm çalışmalarının amacı bir sınıf altındaki sınıfı, onunda altındaki sınıfı, sınıfında altındaki sınıfı bulmaya indirgenmiştir. Bu büyük bir zaman kaybıdır. Mevcut bilimsel yaklaşımda büyük ve takıntılı akademik patlamanın neden olduğu abartılı bir sınıflama çılgınlığı devam etmektedir. Bunun sonucunda ise yapılacaklar listeleri üretilerek turizmin düzenlenebileceği ve yönetilebileceği zannedilmektedir. Bu ise tartışmalı bir kehanettir. Özel ilgi türü turizm türlerinin üretilmeye devam ediyor oluşu turizmde büyük resmi görmemizi engelleyen önemli tartışmalı inançlardandır. Turizm artık ne bir konuda uzmanlaşmış tüketici ürünü ne de tüketim türüdür. Turizm fani ve kısa süreli bir ritüel olmaktan çoktan çıkmış, giderek sınırsızlaşan modern yaşamın içinde düzenlendiği araç olmuştur. Kendince oluşturulmuş turistik mekanlara sıkıştırılmaya devam edilmesi, evinden uzakta olanların davranışları olarak görülmesi yerine turizmin küresel sosyal yaşantı olarak algılanmasının zamanı gelip de geçmektedir. Turizm çalışmalarındaki bir önemli yanılsama bilim insanlarının turistleri anladığını sanmasıdır. Oysaki sosyal bir deney laboratuvarında denenmemiş çok sayıda ve başka kimliklerini sürekli deneyen, yeni ilişkilerin sonuçlarını test eden, hayal aleminde ve zihninde seyahat etmesine elveren becerilerini deneyen, gerçek ve fantezi arasında sürekli gelip giden turistleri "ekonomik gerekçelerle hareket ederler" bakış açısına hipnoz olmuş bilim insanlarının anlaması imkansızdır. Turizm göçebelik değildir, modern göçebeler için bir oyalanma yeri değil yaşam alanıdır. Turizm hareketi basitçe ayrılmak ve ayrıldığı yere geri dönmek değil, yeni bir yerde yaşarken evi özlemek, eve dönerken yeni yaşantısını özlemek gibi çok karışık duyguların yaşantısıdır. Turizm çalışmalarının bir diğer sorunu erkek egemen oluşudur. Turizme ve turizm araştırmalarına konu olan hemen hemen her şey erkek dünyasının ürünü olup, erkeğe haz vermek için erkek arayışına verilen cevap olarak kadınsı tüm nesne ve objelerin erkeğe hizmet etmek için sergilendiği insanat bahçesidir. Ne seyahat halindeki turistin ne de turizm araştırmacılarının aynen erkek mantalitesinde olduğu gibi araştırma halindeyken asla evcil sorumlulukları yoktur. Her şeye bakabilir, burnunu sokabilir ama kimse ona bakamaz, her şeye dokunabilir ama kimse ona dokunamaz. Bir erkek gibi meydan okuyan bir tarzda herkese her şeyi sorabilir ama kimse ona sormaz. Turizm araştırmalarında tek kutuplu erkek egemenlikten biraz uzaklaşıp her şeyi gözlemleyen, neden olduğunu sertçe sorgulamadan önce onu sezen, şefkatle kucaklayan kadın bakış açısına ihtiyaç vardır. Turizm çalışmalarının diğer sorunu çok gelişmiş teori-bazlı soruların ürettiği insan eliyle oluşturulmuş, yapaylıktır. Turizmin turistin görmeleri için oluşturulan yapay yapıyı görenlerden oluştuğu sübjektif bir dünya olduğu inancı yanlıştır. Turizmin tamamen bir görsellik olduğu düşüncesi turistin sübjektif özgürlüğe sahip olduğunu

varsayarak çok büyük günah işlemektedir. Öze dönüş peşinde, baktığına anlamak için bir defa daha bakan, yapay yapılardan daha çok günlük hayatın önemsiz ayrıntılarına dalan, turistik sunuşlara küçümseyerek bakan bu insanların davranışlarını görmediği ve önemsemediği bir görsellik içine sıkıştırmak ahmaklıktır. Turizm görsel repertuarın tüketilmesi değildir. Her turist kendi dünyasında ayrışmak değil ama kendince bulunduğu yerde bir şey yapmak, yerle erimek ister. Turizm çalışmalarının diğer önemli sorunu turisti *homo economicus* olarak görmekte diretip onu nedense *homo ludens* olarak görmemesidir. Turizm araştırmalarının kaçırdığı da budur. Araştırmacılar ve araştırmalar ciddidir. Ciddi soruların keyif peşinde koşan turiste ne yaptığını ve cevaplarırken ne yaptırdığını görmezden gelmek büyük saçmalıktır. Bir sürü arzuya şekillenmiş karışık ve çoğunlukla birbiriyle çelişen enerjiyi ciddi ciddi sorularla anlayan var mı?

İnsanların "içinde yaşadıkları çevreyi (toplumsal dünyayı) ve gündelik hayatlarını nasıl anlamlandırdıkları ile pozitivist araştırmalarının nasıl anlamlandırdıklarını düşündükleri arasında geniş bir uçurum bulunmaktadır. Gündelik eylemlerini anlamaya çalışırken, turizm gibi yapay bir düzende bireyin pasif, gözlemlenebilir bir özne olmadığı, meselelere yön veren aktif bir özne olduğunun önemini kavrarırken araştırmaların konusu olan katılımcılar hakkında yaptığımız yorumların tamamen doğru olamayacağının tartışılması gerekir. Açıkçası, yeni yaklaşım sunmaktan uzak, üstelik teorik alt yapıyla geliştirilmemiş sözde pozitivism temelli ampirik çalışmalarımızın gerçeğin resmi kanıtı olarak gösterilmesi büyük bir hayal kırıklığı yaratmaya devam etmektedir. Bir yıl hiç bilimsel araştırma yayınlanmasa da turizm dünyasının kendi halinde gelişmeye devam edeceği açıktır. O nedenle bu tür ampirik çalışmalar için değil "sağlam kanıt", nasıl üretildiği belli olmayan hipotezleri reddetme ya da kabul etmede destek sağlayan araçlar demek bile tartışmalıdır. Ampirik olduğu iddia edilen çalışmalarımızda sonuçların genellikle istatistiksel olasılık değeri ile ifade edilebilir "belirsizlik" tarafından etkilenebileceği unutulur. Temelsiz genellemeler yapıyor ancak şiddetle önerilen güven aralıkları, test gücü ve etki boyutları hakkında testler uygulamıyoruz. Nesnel ve ölçülebilir bir dünyanın varlığı iddiasına karşın, dünyanın sosyal bir ekoloji olduğunu düşünmüyoruz. Birincil olarak ele alınan materyal/nesnel dünyanın gerçekte biz akademisyenler tarafından tasarlandığı, analiz edildiği ve kısmen değiştirildiği hiç eleştirilmiyor. Ampirik araştırmalarımızı sadece kanıtlama/tahrif etmeye çalıştığı teorilerde ima edilen gerçeklere/iddialara odaklanıyor. Kısacası, ampirik araştırmalarımız kendi kendini gerçekleştiren kehanetlerden başka bir şey üretmiyor.

Tek bedende aynı anda üç yaşam süren (fiziksel, zihinsel ve ruhsal), turizm denen muazzam labirente girdiğinde her zerresiyle ait olduğu yeri, zamanı unutan, sözde özgür iradeyle realist, aktivist ya da idealistlik arasında gidip gelerek gerçekte ne aradığını bulmak için aklını kullanmaya ve bilincini yükseltmeye çalışan insanı (turisti) pozitivist-ampirik bir çalışma nasıl anlayabilir? Pozitivism mevcut haliyle daha çok kurmaca, kuralcı ve duygusuzdur. Eğer turizmde yaşam bir formdan diğerine "varlık/geçiş" akışı ise o zaman nasıl oluyor da duygusuz pozitivism oldukça müdahaleci sorularla ölçümlenen, doğrusu sadece kısmen gözlemlenen, doğal yaşam içinde var olmayan anlara ve olaylara "katı ve genelleştirilebilir "açıklama" getirebiliyor? Deneyle anlamak dünya ile varlıkların etkileşimleri için tek yol mu? Deney ve deneyim aynı mı? Ne kadar tekrarlanırsa tekrarlınsın, ki deneyimler gerçekten birebir tekrar edilemezler, insan deneyimi her zaman tektir, yenidir. Ayrıca neden pozitivist-ampirik bilim, hayatta bir durumdan diğerine geçişin ardındaki dinamikleri anlamak yerine sadece seçilen zamanı/noktay/anı ayrıcalıklı hale getiriyor? An tüm turistik yaşamın kesiti olabilir mi? Turizmi okumak, ezbere değerlendirmek yetmiyor, ezberi bozmak,

anlamak gerekiyor. Çünkü anlamadan bilmek özneyi arzulu ve hoşnut hale getirmiyor, açıklama yetmiyor.

Bilimin özünde sorgulamak ve sınamak yatar. Anlamak, daha çok anlamak, daha derinlemesine anlamak için ışığı bulmak gerekliyken pozitivistin karanlığa sığınmak neden? Hatalı sonuçlar her zaman olasıdır. Kuşkucu yaklaşımı bertaraf etmeyen gerçek bilim içtenlikle hatalarını saptayıp düzelttiğinde bir bütüne kavuşabilir. Görsel yanılgının tuzağına düşmek, rakamları anlamakta sistematik yanılmak, hoşumuza gitmeyen kanıtı red etmek, başkalarının düşüncelerinden kolayca etkilenmek günlük hayatın kaçınılmazı. Hatalara düşme eğilimi yüksek, yanılgıların içinde debelenen insandan alınan veri ise bilimsel ve kusursuz! Araştırmanın veriden öteye düşünme sanatı olarak ele alınmasında bu nedenle fayda var. Turizm bir deneyimdir aynı zamandan turizm deneyimin aracıdır. Hiçbir deneyim düşüncül bulaşmadan bağımsız olamaz. Bu sebeple, çalışmada niceliğe karşı azalan niteliğin nedenlerinden bazıları ele alınmıştır. İkinci çalışmada ise turizm araştırmalarımızın içinde yer aldığı sistemde baş gösteren yapısal sorunlara ışık tutulmuştur. Bilgi üretiminde normal dağılımı engelleyen, bir tür ayrımcılık görüntüsündeki SSCI, dergi etki faktörü gibi icatların bilimde emeğin sömürülmesine ve faydalı bilimin sonlanmasına neden olabileceği; atıf kartellerinin nasıl oluştuğu ve çalıştığı; “yayınla ya da yok ol” un nasıl “yayınla ve yok ol” a dönüştüğü; sorunsallaştırma yerine boşluk doldurmaya çalışmanın faydasızlığı, pozitivist-ampirik çalışmalardaki olası McNamara yanılgısı, Parkinson ve Peter ilkeleri ışığında bilimperestlik ve etkileri gibi konular ele alınacaktır

Kaynakça

- Airey, D. (2015). 40 years of tourism studies- a remarkable story. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 6-15.
- Bianchi, R. (2009). The ‘Critical Turn’ in Tourism Studies: A Radical Critique. *Tourism Geographies*. 11, 4: 484-504.
- Ateljevic, I., Pritchard, A. ve Morgan, N. (2007). The critical turn in tourism studies. *Innovative research methods*. Elsevier Publishing.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24, 1: 5-12.
- Butler, R. W. (2015). The evolution of tourism and tourism research. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 16-27.
- Christaller, W. (1963) Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas *Regional Science Association Papers* 95-105 Lund Congress XII
- Cohen, E. (1972) Toward a sociology of international tourism *Social Research* (39) 1 164-182
- Cooper, C. (2015). Managing tourism knowledge. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 107-119.
- Dann, G. (2009). How international is the International Academy for the Study of Tourism? *Tourism Analysis*, 14(1), 3-13.
- Dann, G. M. (2011). Anglophone hegemony in tourism studies today. *Enlightening Tourism: A Path-making Journal*, 1(1), 1-30.
- Doxey, G.V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences *Proceedings of the Travel Research Association* 195-198 *Travel Research Association: San Diego*.
- Erdoğan, İ. (2001). Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları. *Anatolia. Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 119-134.
- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*. 1, 1: 5-22.

- Hall, M. (2015). Tourism and biological exchange and invasions: a missing dimension in sustainable tourism? *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 6-15.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In V. L. Smith & M. Brent (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 28–41). New York: Cognizant Communications.
- Korstanje, M., Mustelier, L. ve Herrera, S. (2016). Understanding the indiscipline of tourism: A radical critique to the current state of epistemology. İçinde Pappas, N. Ve Bregoli, I. (Editor). *Global Dynamics in Travel, Tourism and Hospitality*.
- Laws, E. ve Scott, N. (2015). Tourism research: building from other disciplines. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 48-58.
- Lecoutre, B., Poitevineau, J. ve Lecoutre, M. (2005). A reason why not to ban Null Hypothesis Significance Tests. *Revue MODULAD*. 33: 249-253.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* Macmillan: London
- McKercher, B. ve Prideaux, B. (2014). Academic myths of tourism. *Annals of Tourism Research* 46:16–28.
- Pearce, D. (2012). *Frameworks for Tourism Research*. Cabi Publishing.
- Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (eds) (2010a). *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Goodfellow, Woodeaton, Oxford.
- Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (2010b). Conclusions: trends and advances in tourism research. In: Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (eds) *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Goodfellow, Woodeaton, Oxford, pp. 229–237.
- Pearce, P. L. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. New York: Pergamon Press.
- Plog, S.C. (1973). Why destination areas rise and fall in popularity *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 13 6-13.
- Ryan, C. (2005). Ethics in Tourism Research: objectivities and Personal Perspectives. In *Tourism Research Methods, integrating theory with Practice* (pp. 9–20). Wallingford: CABI
- Ryan, C. (2018). Future trends in tourism research – Looking back to look forward: The future of 'Tourism Management Perspectives'. *Tourism Management Perspectives*. 25: 196-199.
- Singh, T. V., (2015). *Challenges in tourism research*. Channel View Publications.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research* 24 (3) 638-657.
- Tribe, J. (2005). New tourism research. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 5–8.
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360–381.
- Tribe, J. (2007). Critical tourism: Rules and resistance. In I. Altejevic, A. Pritchard, & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies*: 29–40. Oxford, UK: Elsevier.
- Tribe, J. (2009). *Philosophical Issues in tourism*. Bristol: Channelview.
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7–33.
- Tribe, J. Dann, G. ve Jamal, T. (2015). Paradigms in tourism research: a triologue. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 28-47.
- Tribe, J. ve Airey, D. (2007). *Developments in tourism research*. Elsevier Publishing.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Walle, A. H. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524–536.
- Yüksel, A. (2018). Doğru Bilinen Yanlışlar Serisi (2): "P" ve Hipotez Doğrulamak!. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15 (2) , 481-488 .
- Yüksel, A. (2019). Aykırı: Araştırmada Yanılsamaları. Detay Yayıncılık

Deneyim Kalitesinin Memnuniyet ve Yaşam Kalitesine Etkisi: Kırıkkale Büyük Şehir Parkında Bir Uygulama*

The Effect of Experience Quality on Satisfaction and Quality of Life: An Application in Kırıkkale Big City Park

Dr. Öğr. Üyesi Ali SOLUNOĞLU 
Kırıkkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: alisolunoglu@msn.com

Dr. Öğr. Üyesi Özgür YAYLA 
Akdeniz Üniversitesi
Manavgat Turizm Fakültesi
E-posta: ozguryayla@akdeniz.edu.tr

Öz

Teknolojik ve endüstriyel gelişim içerisinde olan kent yaşamında, kırsal yaşamının dinlendirici, güç verici görüntüsü ve ortamı kaybolmaktadır. Bu durum zamanla kişilerin yaşam kalitesini olumsuz etkilemiş ve yerel yönetimleri rekreasyon faaliyetlerini özendirecek alanlar geliştirmeye yöneltmiştir. Yerel yönetimler bağlamında bunun en iyi örnekleri park ve bahçelerdir. Özellikle Türkiye’de “Millet Bahçeleri” kavramının yer almaya başlamasıyla bu tür park ve bahçelerin halkın refahı anlamında yaşam kalitesine nasıl bir katkı sunduğunun bilimsel olarak ortaya konulma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu amaçla Kırıkkale ilinde yüz yüze anket tekniği ile 460 katılımcıdan veriler elde edilmiştir. Toplanan veriler ilgili istatistik programı yardımıyla yüzde, frekans ve ortalama gibi tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra farklılık ve ilişki test analizlerine de tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda park ve bahçeleri ayda 2-3 defa sıklıkta ziyaret edenlerin deneyim kalitesi, memnuniyet ve yaşam kalitesi algısı arasında pozitif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Millet Bahçeleri, Yaşam Kalitesi, Rekreasyon, Deneyim kalitesi.

Abstract

The relaxing, empowering image and environment of rural life is lost in the city life which is in technological and industrial development. Through time, this situation had adversely affected the quality of life of individuals and led the local governments to develop areas to encourage recreational activities. The best examples of this case within the context of local governments are parks and gardens. Especially in Turkey with the introduction of "Public Gardens" concept the need to scientifically demonstrate how such parks and gardens contribute to the quality of life in terms of public welfare has become an important aspect. For this purpose, the data were obtained from 460 participants by face to face survey technique in Kırıkkale province. The collected data were analyzed through descriptive statistics such as percentage, frequency and mean as well as difference and correlated test analyzes with the help of the related statistical program. As a result of the analysis, positive and statistically significant results were obtained between the experience quality, satisfaction and life quality perception of those who visit the parks and gardens 2-3 times a month.

Key Words: Tourism, Public Gardens, Quality of Life, Recreation, Quality of Experience

1. Giriş

Yaşam kalitesi, kelime anlamının da çağrıştırdığı gibi, bireyin yaşamına ilişkin niteliklerin, yaşadığı çevrenin farklı boyutlarının (fiziksel, sosyal çevre, kültür vb.) kendi deneyimleri ve algısı doğrultusunda değerlendirilmesi sonucunda varılan kişisel yargıdır. İnsan yaşamı ile ilgili olan yaşam kalitesi kavramı, konuyu farklı yönleriyle ele alan çok sayıda araştırmacının uzlaştığı üzere, çok boyutlu bir kavram ve disiplinler arası bir sorgulama alanıdır (Szalai, 1980, Diener ve Suh, 1997, Van Kamp ve diğ., 2003, Veenhoven 2007).

Farklı bileşenlerin ortaklaşa geliştirdiği bir çıktı olarak adlandırılabilir olan yaşam kalitesinin söz konusu niteliği, literatürde farklı boyutlarla ilişkili özelleşmiş tanımların ve ölçümlerin geliştirilmesini beraberinde getirmiştir. Yaşam kalitesi; esenlik, refah düzeyi ve yaşam tatmini kavramları ile ilişkili olup, bireyin kendi yaşamının yanı sıra, gündelik hayatını sürdürdüğü çevreye ilişkin algısına odaklanma yoluyla, çevre eksenli yaşam kalitesi ortaya çıkmaktadır. Yaşam kalitesi bireylerin hayat içerisindeki durumlarını, beklentileri, hedefleri, hayat standartları, ait oldukları kültürel yapı ve değerler sistemi çerçevesinde algılama ve değerlendirme biçimidir (WHO, 1995). Bu değerlendirme bireyin fiziksel, psikolojik ve demografik niteliklerini kapsayan kişisel özellikler, sosyal ilişkiler, ekonomik durum ve sağlık durumunu ifade etmektedir. Bunun yanında, gündelik yaşamın sürdürüldüğü çevreye göre biçimlenmekte olup, yaşamın farklı bölümlerinde içinde bulunulan zaman dilimine, dönemin koşullarına ve bu kapsamda oluşan öznel algıya bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Sato ve diğ., 2017; Spiers ve Walker, 2009). Bu çerçevede yaşam koşullarının önemli bir kısmını gündelik yaşam çevresi oluşturmakta olup, mimari olarak müdahale edilebilir olan boyutlar, çevrenin nesnel koşullarını biçimlendirmektedir. Bu koşullar, bireyin öznel algısı doğrultusunda çevreyi deneyimlemesi ile elde ettiği deneyim kalitesi, memnuniyet ve yaşam kalitesini oluşturmaktadır (Wu ve diğ., 2018).

“Deneyim Kalitesinin Memnuniyet ve Yaşam Kalitesine Etkisi; Kırıkkale Büyükşehir Parkında Bir Uygulama” isimli bu çalışmanın amacı halkın memnuniyet düzeyini etkilediği düşünülen park ve bahçelerin yaşam kalitesine etkisinin ortaya konulmasıdır. Buna bağlı olarak yerel yönetimlerin gelecekte yapacakları stratejik eylem ve planların belirlenmesine ve turizm ile pazarlama alanyazınında çalışan akademisyenlere katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Kovacs’a (2007) göre memnuniyet kavramı, bireylerin algıları ile beklentileri arasında oluşan fark ile alakalıdır, farkın azlığı ya da çokluğu memnuniyet düzeyini belirlemektedir. Fark az ise memnuniyet yüksek olacakken farkın fazla olduğu durumlarda memnuniyet düzeyleri düşük olmaktadır. Oliver (1993) ise memnuniyet kavramını, “*var olan hizmet olayına gösterilen bilişsel ve hissedilen tepki*” olarak tanımlamaktadır. Boş zaman ve memnuniyet ilişkisini inceleyen Beard ve Ragheb (1980) ise boş zaman memnuniyeti kavramını “*bireyin gerçekleştirdiği olumlu algı veya duygular boş zaman etkinlikleri ve seçimleriyle ilgili olmanın sonucu olarak meydana gelir*” şeklinde tanımlamışlardır. Bir başka ifadeyle boş zaman memnuniyeti kişilerin boş zaman faaliyetleri sürecindeki hoşnutluk ölçüsüdür. Boş zaman memnuniyeti hakkında birden fazla tanımlama yapılmaktadır. Boş zamanı değerlendirmedeki memnuniyet duygusu yapılan en yaygın tanımlamadır. Boş zaman memnuniyeti katılım odaklı tanımlarda bireyin ne yaptığı önemli iken; deneyim odaklı boş zaman memnuniyeti tanımında ise hissedilen durum ve deneyimler önem arz etmektedir. Memnuniyet duygusunda tecrübeler, farklılıklar, bireyin durumdan bekledikleri, arzu ettikleri ve davranışı arasındaki farklılıklara dayanmaktadır. Francken ve van Raaij (1981) boş

zaman etkinliklerindeki istenilen ve gerçekleştirilen durum arasında var olan memnuniyet farklılığını araştırmış ve incelemiştir. Çalışmaları sonucunda elde edilen verilerde iyimser bakış açısına sahip olup yaşları ileri olan bireylerin yüksek derecede boş zaman memnuniyetine ulaştıkları; genç yaşta kötümsen hale sahip bireylerin düşük boş zaman memnuniyet duygusuna sahip oldukları görülmüştür. Lu ve Hu'nun (2005) çalışmaları incelendiğinde bireylerin boş zaman faaliyetlerinden farklı düzeyde memnuniyet ve yarar sağladığı belirtilmiştir. Boş zaman etkinliklerinin ciddi yapılan bir faaliyetle gerçekleştirildiğinde kişilerin stres boyutunun arttığı gözlemlenirken akıcılık ve mücadeleciliği tetiklemesi açısından bu tarz etkinliklerle boş zaman memnuniyeti gerçekleştiren bireylerde memnuniyet duygusunun arttığını gözlemlemiştir. Ciddi olmayan televizyon izleme vb. gibi boş zaman etkinliğinden elde edilen yarar ve memnuniyet duygusunun ise az olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü televizyon izleyen kişilerde sıkılganlık duygusu artmakta olup buna bağlı olarak boş zaman memnuniyet seviyesi düşmektedir. Kişilerin hayat kalitesinde, psikolojik sağlığı, fiziksel sağlığı ve mutlu olma durumunda önemli bir şart olan boş zaman faaliyetlerinden kazanılan memnuniyeti ele almış bilimsel çalışmaların ulusal literatürde az olduğu görülmektedir.

Literatür incelendiğinde Yılmaz ve diğ. (2006) Antalya'da yürüttükleri çalışmada bireylerin rekreasyonel alanlardan memnuniyet düzeylerinin orta seviyede olduğu ve maddi imkânların rekreasyonel faaliyetlere katılmayı etkilediği görülmektedir.

Göktaş (2007) tarafından yürütülen çalışmada boş zaman değerlendirmenin iş yerindeki performansı arttırmaya katkı sağladığı tespit edilmiştir. Yayla ve Çetiner (2019) boş zaman memnuniyetini psikolojik, sosyal ve fiziksel memnuniyet olmak üzere üç grupta incelemiştir. Bunun yanı sıra boş zamanlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin sağlamış olduğu memnuniyet duygusu yaşam tatminini doğrudan etkilemektedir. Yaşam tatminine bağlı olarak yaşam kalitesi de pozitif yönde değişmektedir.

Araştırma değişkenlerinden bir diğeri olan deneyim kalitesi bireyin yaşam şartları içerisinde ulaşılacağı kişisel hazzı etkileyen ruhsal, fiziksel ve toplumsal etki olarak ifade edilebilir. Deneyim kalitesini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bireysel özellikler, sosyal değişkenler, ekonomik değişkenler, çevresel değişkenler bunlara örnek olarak gösterilmektedir. Yerel yönetimlerin, rekreasyonel alanlarının hazırlanması, geliştirilmesi ve eksikliklerin giderilmesi için göstereceği çaba yöre halkına psikolojik ve sosyal açıdan fayda sağlayacaktır (Yıldız ve diğ., 2016). Bu bağlamda elde edilen sonuçların bilhassa örneklemin seçildiği ilde faaliyet gösteren işletme ve yerel yönetimlere ışık tutacağı düşünülmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıda yer alan hipotezler sınanmak üzere geliştirilmiştir.

H1: Rekreasyon alanlarından elde edilen deneyim kalitesi algısı ziyaret sıklığına göre farklılık göstermektedir.

H2: Rekreasyon alanlarından elde edilen memnuniyet ziyaret sıklığına göre farklılık göstermektedir.

H3: Rekreasyon alanlarından elde edilen yaşam kalitesi ziyaret sıklığına göre farklılık göstermektedir.

H4: Rekreasyon alanlarındaki deneyim kalitesi algısının yaşam kalitesi üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H5: Rekreasyon alanlarındaki deneyim kalitesi algısının memnuniyet üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H6: Rekreasyon alanlarındaki memnuniyet algısının yaşam kalitesi üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

3. Yöntem

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, medeni durumu) belirlemeye ilişkin sorular yer alırken, ikinci bölümde ise rekreasyon alanlarına yönelik olarak Wu ve diğ. (2018) çalışmasında yer alan 8 ifadeli Deneyim kalitesi ölçeği, Kim ve diğ. (2015) ile Woo ve diğ. (2018) 4 ifadeden oluşan Memnuniyet ölçeği, Woo ve diğ. (2018) 8 ifadeden oluşan Yaşam kalitesi ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğe ilişkin tüm ifadeler beşli Likert tipi ölçek (1=Hiç Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum) kullanılarak derecelendirilmiştir. Araştırma evrenine ilişkin net bir sayı bulunmadığı için bu araştırmada Kırıkkale ilinin toplam nüfusu evren olarak kabul edilmiştir. 2019 yılı verilerine göre Kırıkkale'nin toplam nüfusu 280.969 olarak tespit edilmiştir (TUİK, 2019). Araştırma örneklemini seçilirken olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Zikmund, 2003). Kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi, yakın çevrede bulunan ve ulaşılması kolayca mümkün olan katılımcıların örnekleme dâhil edilmesidir (Erkuş, 2013: 122). Çalışmanın uygulanabilmesi için gerekli olan etik kurul izni alınmış (Bu çalışmanın Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Yönergesinde belirtilmiş Etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir. Karar tarih:12.06.2019 Karar Numara: 5) ve Nisan-Haziran 2019 tarihlerinde Kırıkkale Büyük Şehir Parkı ziyaretçilerine yüz yüze anket tekniği uygulanarak elde edilen verilerin niteliğine uygun olarak SPSS paket programı aracılığıyla bulgular analiz edilmiştir. Bu amaçla 460 anketten elde edilen veriler ilgili istatistik programına kodlanarak girilmiştir.

4. Bulgular ve Tartışma

Araştırma verilerinden elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Veriler

	Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	203	44,1
	Erkek	257	55,9
Yaş	18-24	92	20,0
	25-34	113	24,6
	35-44	66	14,3
	45-54	136	29,6
	55 yaş ve üstü	53	11,5
	Çok Nadir	12	2,6
Ziyaret Sıklığı	Ayda 1	15	3,3
	Ayda 2-3	179	38,9
	Haftada 1	254	55,2
Medeni Durum	Evli	234	50,9
	Bekâr	226	49,1
	Okuryazar	43	9,3
Eğitim Durumu	İlköğretim	116	25,2
	Lise	186	40,4
	Ön lisans	53	11,5
	Lisans	50	10,9
	Lisansüstü	12	2,6

Tablo 1'in devamı

Kişisel Gelir	0-2020 ₺	100	21,7
	2021-3500 ₺	260	56,5
	3501-5000 ₺	62	13,5
	5001-6500 ₺	25	5,4
	6501 ₺ - ve daha fazla	13	2,8
Meslek	Kamu Personeli	154	33,5
	Özel Sektör Çalışanı	135	29,3
	Serbest Meslek	82	17,8
	Diğer (Emekli vb.)	89	19,3
	TOPLAM	460	%100

Tablo 1 incelendiğinde araştırma katılımcılarının %55,9'unun erkek, %29,6'nin 45-54 yaş aralığında olduğu, %50,9'unun evli olduğu, %40,4'ünün lise eğitime sahip olduğu ve aylık gelirleri incelendiğinde, %56,5'inin 2021-3500 Türk lirası gelire sahip olduğu, %33,5'inin kamu personeli olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırma anketini cevaplayan katılımcıların %55,2'sinin ayda 2-3 defa parkları ziyaret ettiğini ifade etmektedir.

Hipotez testleri analizlerine başlamadan önce ölçeklere ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerlerine aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

Tablo 2: Deneyim Kalitesi Ölçeğine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Güvenirlik Değerleri

İfadeler	Ort.	S.S.	α
Bu rekreasyon alanının fiziksel çevresi dört dörtlüktür.	2,00	1,379	,799
Bu rekreasyon alanındaki fiziksel çevre yüksek standartlardadır.	2,46	1,488	
Rekreasyon alanında var olan işletmelerin, katılımcılara fayda sağladıklarını düşünüyorum.	3,32	1,245	
Her zaman, bu rekreasyon alanını ziyaret ettiğimde eşsiz bir deneyime sahip oluyorum.	2,52	1,434	
Rekreasyon alanına herhangi bir ulaşım sorunu yoktur.	3,27	1,329	
Rekreasyon alanı merkezi bir noktadadır.	3,28	1,414	
Bu rekreasyon alanının nitelikleri diğer illerde bulunan rekreasyon alanlarına nazaran üstün bir seviyededir.	3,46	1,308	
Bu rekreasyon alanını ziyaret benim için güzel bir deneyimdir.	2,94	1,552	

Rekreasyon alanlarındaki deneyim kalitesi algısına ilişkin yöneltilen 8 ifadelik ölçeğin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ,799 olarak yüksek düzeyde güvenilirlik sağladığı tespit edilmiştir. İfadelerin ortalamaları değerlendirildiğinde katılımcıların en fazla olumlu görüş bildirdiği ifade "Bu rekreasyon alanının nitelikleri diğer illerde bulunan rekreasyon alanlarına nazaran üstün bir seviyededir." ifadesi olurken (İfade ort: 3,46), en düşük ortalamaya sahip ifade ise "Bu rekreasyon alanının fiziksel çevresi dört dörtlüktür." (İfade ort:2,00) ifadesi olmuştur.

Tablo 3'te Memnuniyet ölçeğine ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 3: Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Güvenirlik Değerleri

İfadeler	Ort.	S.S.	α
Rekreasyon alanı ücretsiz olmasına rağmen benim ihtiyacımı karşıladı.	2,50	1,402	,787
Genel olarak bu rekreasyon alanını ziyaret için zaman, para ve çaba harcamak için değer.	3,33	1,346	
Bu rekreasyon alanını ziyaret sonucunda edindiğim deneyimden memnunum.	3,17	1,471	
Bu rekreasyon alanını ziyaret etmeye karar verdiğim için mutluyum.	3,21	1,365	

Rekreasyon alanlarındaki memnuniyete ilişkin yöneltilen 4 ifadeli ölçeğin ortalama, standart sapma ve Cronbach's Alpha değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ,787 olarak tespit edilmiştir. İfadelerin ortalamaları değerlendirildiğinde katılımcıların en fazla olumlu görüş bildirdiği ifade "Genel olarak bu rekreasyon alanını ziyaret için zaman, para ve çaba harcamak için değer" ifadesi olmuştur (İfade ort: 3,33). Bunu sırasıyla "Bu rekreasyon alanını ziyaret etmeye karar verdiğim için mutluyum" (İfade ort: 3,21) ve "Bu rekreasyon alanını ziyaret sonucunda edindiğim deneyimden memnunum" ifadeleri izlemektedir (İfade ort: 3,17). Bu ölçeğe ilişkin en düşük ortalamaya sahip ifade ise "Rekreasyon alanı ücretsiz olmasına rağmen benim ihtiyacımı karşıladı" ifadesi olmuştur (İfade ort: 2,50).

Aşağıda yer alan Tablo 4'te 8 ifadeden oluşan Yaşam Kalitesi ölçeğine ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenirlik değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 4: Yaşam Kalitesi Ölçeğine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Güvenirlik Değerleri

İfadeler	Ort.	S.S.	α
Bu rekreasyon alanını ziyaret ettiğim için gerçekten zevk aldım.	2,62	1,227	,829
Rekreasyon alanında sunulan hizmetler, genel anlamda tatmin ediciydi.	2,23	1,544	
Genel olarak, bu rekreasyon alanını ziyaret ettikten sonra kendimi enerji dolu hissettim.	3,37	1,243	
Rekreasyon alanını ziyaret ettikten kısa bir süre sonra yaşam tatminimde artış oldu.	2,20	1,456	
Şimdiye kadar hayatta istediğim önemli şeyleri aldım.	3,33	1,353	
Her ne kadar hayatta sıkıntılarımla olsa da, rekreasyon alanını ziyaret ettikten kısa bir süre sonra hayatım hakkında iyi hissettim.	3,03	1,471	
Genel olarak bu rekreasyon alanındaki deneyimim, yaşam kalitemi zenginleştirdi ve unutulmaz oldu.	3,25	1,347	
Rekreasyon alanını ziyaretten sonra anlamlı ve tatmin edici bir hayat sürdürdüğümü hissettim.	2,53	1,621	

Tablo 4 incelendiğinde Yaşam Kalitesi ölçeğine ilişkin ortalama, standart sapma ve Cronbach's Alpha değerleri görülmektedir. Yaşam Kalitesi ölçeğinde yer alan ifadelerin güvenirlik değeri ,829 olarak tespit edilmiştir. Tüm ölçeklerin Cronbach Alpha değerleri 0,70'den büyük olması sebebiyle ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2006). Ayrıca ifade ortalamaları değerlendirildiğinde katılımcıların en fazla olumlu görüş bildirdiği ifadenin "Genel olarak, bu rekreasyon alanını ziyaret ettikten

sonra kendimi enerji dolu hissettim.” ifadesi olmuştur (İfade ort: 3,37). Bu ölçeğe ilişkin en düşük ortalamaya sahip ifade ise “Rekreasyon alanını ziyaret ettikten kısa bir süre sonra yaşam tatminimde artış oldu.” ifadesi olarak tespit edilmiştir (İfade ort: 2,20).

Hipotez testleri yapılmadan önce tüm ölçeklerin ortalamaları alınarak hesaplamalar için hazır hale getirilmiştir. Bu aşamadan sonra çalışmaya katılan kişilerin parkları ziyaret sıklıkları ile deneyim kalitesi algılamaları arasında farklılık olup olmadığını incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Parkları Ziyaret Sıklıkları ile Deneyim Kalitesi Algılamaları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	N	Ort.	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P
Çok nadir ^a	12	3,50	,941	3,278	3	0,021
Ayda 1 defa ^b	15	3,32	,994			
Ayda 2-3 defa ^c	179	2,83	,756			
Haftada 1 defa ^d	254	2,84	971			

LSD
a ile c ve
d
arasında

Tablo 5'te yer alan sonuca göre 0,021 önem düzeyi ile H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile katılımcıların park ve bahçeleri ziyaret etme sıklıkları ile deneyim kalitesi algılamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Yapılan Post Hoc testleri ile farklılığın kaynağı incelendiğinde parkları çok nadir ziyaret edenler ile ayda 2-3 defa ile haftada 1 sıklıkta ziyaret edenler arasında deneyim kalitesi algılamaları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin daha fazla park ziyareti gerçekleştirmesinin deneyim kalitelerini ve bunun devamında yaşam kalitesini olumlu etkileyeceği ifade edilebilir.

Katılımcıların algıladıkları memnuniyet düzeyinin park ve bahçeleri ziyaret sıklığına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır.

Tablo 6: Katılımcıların Parkları Ziyaret Sıklıkları ile Memnuniyet Algılamaları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ort.	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P
Çok nadir ^a	12	3,18	1,570	2,873	3	0,036
Ayda 1 defa ^b	15	3,11	,981			
Ayda 2-3 defa ^c	179	2,85	1,073			
Haftada 1 defa ^d	254	3,16	1,118			

LSD
c ile
diğerleri

Tablo 6'da görüldüğü üzere katılımcıların park ve bahçeleri ziyaret sıklıkları ile memnuniyet algılamaları arasında 0,036 önem düzeyi ile istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$). Bu sonuca göre H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Yani park ve bahçeleri ziyaret etme sıklığının artması memnuniyet üzerinde anlamlı bir etki oluşturmaktadır. Yapılan Post Hoc testleri ile farklılığın kaynağı incelendiğinde parkları ayda 2-3 defa ziyaret edenler ile diğer grupların memnuniyet düzeyleri arasında farklılık

olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre bireylerin daha fazla park ziyareti gerçekleştirmesinin memnuniyeti etkilediği görülmektedir.

Katılımcıların yaşam kalitesi algılamalarının park ve bahçeleri ziyaret sıklığına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmıştır.

Tablo 7: Katılımcıların Parkları Ziyaret Sıklıkları ile Yaşam Kalitesi Algılamaları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği			
	n	Ort.	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P	
Çok nadir ^a	12	3,14	1,184	8,879	3	0,000	LSD c ile diğerleri
Ayda 1 defa ^b	15	3,07	1,223				
Ayda 2-3 defa ^c	179	2,42	,820				
Haftada 1 defa ^d	254	2,84	,971				

Tablo 7’de yer alan sonuçlara göre 0,000 önem düzeyi ile H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile katılımcıların park ve bahçeleri ziyaret etme sıklıkları ile yaşam kalitesi algılamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır (p<0,05). Yapılan Post Hoc testleri ile farklılığın kaynağı incelendiğinde parkları ayda 2-3 defa ziyaret edenler ile daha farklı sıklıktaki sürelerde ziyaret edenler arasında yaşam kalitesi algılamaları arasında farklılık mevcuttur.

Araştırma değişkenlerinin birbirleri ile olan etkileşimini ortaya koymak amacıyla korelasyon testi uygulanmıştır. Korelasyon testine ilişkin bulgulara Tablo 8’de yer verilmiştir.

Tablo 8: Korelasyon (Pearson) Analizi Sonuçları

	DK	MEM	YK
DK	1		
MEM	,475**	1	
YK	,737**	,714**	1

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

Araştırma değişkenleri arasında ilişkinin yönünü gösteren korelasyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 8 incelendiğinde tüm değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu, en yüksek ilişkinin deneyim kalitesi ve yaşam kalitesi değişkenleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde gerçekleştiği görülmektedir.

Değişkenlere ait çoklu regreasyon analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9: Yaşam Kalitesi ile Diğer Değişkenler Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş β	T	Sig.	Çoklu Bağlantı	Doğrusal	Regresyon Modeline Ait Değerler	Ait
				Tolerans	VIF		
DK	,545	18,068	,000	,701	1,292	Adj. R ² =,713 F:57,668 P=,000	
MEM	,401	16,522	,000	,774	1,315		

Tablo 9'da yer alan bulguların yorumlanması için regresyon modelinde birden fazla bağımsız değişkenin bulunması halinde (Deneyim kalitesi, Memnuniyet) bu değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığı incelenmelidir. Bu amaçla tolerans ve VIF değerleri önem göstermektedir. Çoklu doğrusal bağlantı problemi için ilk incelenmesi gereken değer tolerans değeridir. Hair ve diğ. (2003) bu değer 0,10 üzerinde olması gerektiğini ifade etmektedir. Bir diğer önemli nokta olan VIF değerinin ise Allison'a (1999) göre 2,5 altında olması gerektiği, Hair ve diğ. (2010)'a göre ise 4 ve altında olması gerektiği ifade edilmiştir. Tablo 9 incelendiğinde tolerans ve VIF değerlerinin uygun olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir.

Katılımcıların yaşam kalitesi ile park ve bahçeleri kullanımları sonucu edindikleri deneyim kalitesi ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla kurulan regresyon modelinin pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,000$). Bu sonuca göre H_4 ve H_5 kabul edilmiştir. Ayrıca yaşam kalitesinde yaşanan değişkenliğin %71'inin deneyim kalitesi ve memnuniyet boyutları tarafından açıklanabilmektedir.

Tablo 10: Memnuniyet ile Diğer Değişkenler Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standardize Edilmemiş β	T	Sig.	Çoklu Doğrusal	Regresyon Modeline Ait Değerler
				Tolerans VIF	
DK	,138	2,309	,021	,457 2,292	Adj. $R^2=,513$ F:24,311 P=,000
YK	,831	16,522	,000	,474 2,315	

Tablo 10 incelendiğinde tolerans ve VIF değerlerinin uygun olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir. Katılımcıların memnuniyet düzeyleri ile park ve bahçeleri kullanımları sonucu edindikleri deneyim kalitesi ve yaşam kalitesi arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla kurulan regresyon modelinin pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmektedir ($p=0,000$). Bu sonuca göre H_6 kabul edilmiştir. Ayrıca memnuniyet algısında yaşanan değişkenliğin %51'inin deneyim kalitesi ve yaşam kalitesi boyutları tarafından açıklandığı görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Köyden kente göç sonucu insan yaşamının çevresel olarak değişmesiyle birlikte şehirlerde oluşturulan park ve bahçelere insanların daha fazla ihtiyacı olduğu görülmektedir. Zira, rekreasyonel aktiviteleri gerçekleştirmenin insan sağlığı üzerinde önemli etkiler oluşturduğu düşünülmektedir. Park ve bahçelerin insanların memnuniyet ve yaşam kalitelerini nasıl etkilediğini ortaya koymaya çalışan bu çalışma birincil ve ikincil veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Çalışmanın çeşitli sonuç ve önerilerine aşağıdaki başlıklar altında yer verilmiştir.

5.1. Uygulamaya Dönük Çıkarımlar

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ziyaret sıklıklarının katılımcıların deneyim kalitesi, algıladıkları memnuniyet ve yaşam kalitesi üzerinde anlamlı etkileri olduğu görülmektedir. Park ve bahçeleri ayda 2-3 defa sıklıkta ziyaret edenlerin söz konusu değişkenleri algılama durumları daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Bu doğrultuda park

ve bahçeleri daha sık ziyaret etmenin insanların deneyim kalitelerini, memnuniyet algılarını ve yaşam kalitelerini arttıracak ifade edilebilir. Bu anlamda yerel yönetimlerin ve şehir planlamacıların daha fazla ve ulaşılabilir park ve bahçe alanları oluşturmaları önerilmektedir.

Deneyim kalitesinin yaşam kalitesi üzerinde %54,5 düzeyinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir. Halkın yaşam kalitesinin artması psikolojik, sosyal ve ekonomik anlamda önemli kabul edilmektedir. Özellikle yoğun çalışma temposu sonrası stres atılabilmesi, ekran ve telefon bağımlılığının tetiklediği ve bugün halk sağlığı anlamında önemli bir sorun olarak kabul edilen obeziteye karşı etkin bir çözüm yöntemi olarak rekreasyon alanlarının artırılması ve çeşitlendirilmesi önerilmektedir.

Yerel halkın deneyim kalitesindeki artışın memnuniyet üzerinde de bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda yerel halkın park ve bahçeleri kullanırken deneyim kalitelerini arttırmak memnuniyetlerini %13 düzeyinde olumlu yönde etkilemektedir. Yerel yönetimlerin ve şehir planlamacılarının halkın deneyim kalitesini arttırmak amacıyla park çeşitliliğini arttırması, konumlarının ve kullanım amaçlarının çeşitli bilimsel yöntemlerle belirlenerek projelendirilmesi önerilmektedir.

Millet bahçesi rekreasyon alanından elde edilen memnuniyetin halkın yaşam kalitesi üzerinde olumlu etkileri olduğu da görülmektedir. Bu sebeple memnuniyeti arttırmanın halkın yaşam kalitesindeki artışa önemli derecede etki edeceği söylenebilir. Özellikle “*Millet Bahçeleri*” kavramının oluşmasıyla birlikte elde edilen sonuçların planlama, projelendirme, uygulama ve işletme anlamında önemli fikirler vereceği ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.2. Akademik Öneriler

Bu araştırmanın önemli teorik katkılarından biri Türkiye’deki park ve bahçelerin deneyim kalitesi algılarını ölçen sınırlı sayıda araştırma olması sebebiyle literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Bunun yanında kullanılan ölçüm aracının deneyim kalitesi, memnuniyet ve yaşam kalitesi algısı arasındaki ilişkiyi açıklamak için yeterli olduğu görülmektedir. Özet olarak mevcut araştırma ölçeği farklı araştırma alanlarında söz konusu değişkenleri ölçmek adına kullanılabilir. Bu araştırma Kırıkkale ilinde bulunan yerel halkın rekreasyon alanlarında edindikleri (deneyim kalitesi, memnuniyet algısı ve yaşam kalitesi) değişkenlerin etkileri irdelenmiştir. Gelecek çalışmalarda “*Millet Bahçeleri*” ne yönelik farklı illerde yaşlı ve engelli bireylerin yaşam kalitesi ve memnuniyetlerine yönelik araştırmalar yürütülebilir. Bu araştırmanın seçildiği destinasyonun Ankara-Nevşehir destinasyonu yol güzergahında bulunması sebebiyle benzer özelliklere sahip Kırşehir ve Çankırı gibi diğer şehirlerde de uygulanması önerilmektedir. Ayrıca araştırma modeline algılanan değer, imaj ve davranışsal niyetler boyutlarının eklenmesi de söz konusu değişkenlerin daha kapsamlı etkilerini belirlemek açısından önem arz etmektedir. Regresyon analizleri veya yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla belirtilen değişkenlerin aracılık etkileri saptanarak destinasyona yönelik ulaşım, güvenlik, imaj algıları ve turizm potansiyeli ortaya konularak hem halkın hem de turistlerin davranışları hakkında tespitler öne sürülebilir.

6. Kaynakça

- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Pine Forge Press.
- Beard, J. ve Ragheb. M. (1980). “Measuring Leisure Satisfaction”. *Journal of Leisure Research* 12 (1): 20-31. Akt: Lim, S.J. (2006). “The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction, Attitudinal Loyalty, Behavioral Future Intentions for

- Participation of Fitness Centers in South Korea: A Structural Equation Modeling Approach". *Pro Quest Dissertations and Theses*.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı- istatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum*, 6. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Diener, E. D., ve Eunkook Suh, M. (1997). Subjective well-being and age: An international analysis. *Annual Review Of Gerontology And Geriatrics*, 17, 304-324.
- Erkuş, A. (2013). Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci [Scientific research process for the behavior sciences]. *Ankara, Turkey: Seçkin Yayın Evi:(Gözden Geçirilmiş 4. Baskı)*.
- Francken, D.A. ve vanRaaij, W.F. (1981). "Satisfaction with Leisure Time Activities". *Journal of Leisure Research*, 13(4), 337-352. Akt: Broughton, K.Beggs, B.A. (2007). "Leisure Satisfaction of Older Adults". *Activities, Adaptation & Aging*, 31(1):1-18.
- Göktaş, Z. (2007). Vergi Dairesi Başkanlığında Çalışan Personelin Boş Zamanlarını Değerlendirmesi Üzerine Bir Araştırma (Balıkesir Örneği). *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 2(2).16-23.
- Hair, J. F. Jr., Bush, R. P., ve Ortman, D. J. (2003). *Marketing research: within a changing information environment*, The McGraw-Hill/Irwin, Second Edition.
- Hair, J. F., Black, WC, Babin, B. J., ve Anderson, RE (2010). *Multivariate data analysis*, 7. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Jin, N., Lee, S., ve Lee, H. (2015). The effect of experience quality on perceived value, satisfaction, image and behavioral intention of water park patrons: New versus repeat visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82-95.
- Kim, H., Woo, E., ve Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism management*, 46, 465-476.
- Kovacs, A., (2007). The Leisure Personality Relationships Between Personality, Leisure Satisfaction, and Life Satisfaction, PhD Thesis. School of Health, Physical Education and Recreation, Indiana University.
- Lu, L., ve Hu, C., (2005). Personality, Leisure Experiences And Happiness, *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3): 418-430.
- Sato, M., Yoshida, M., Wakayoshi, K., ve Shonk, D. (2017). Event satisfaction, leisure involvement and life satisfaction at a walking event: the mediating role of domain satisfaction. *Leisure Studies*, 36 (5), 605-617.
- Spiers, A., ve Walker, G. (2009). The effects of Ethnicity and Leisure Satisfaction on Happiness, Peacefulness, and Quality of Life, *Leisure Sciences*, 31, 84-99.
- Szalai, A. (1980). The meaning of comparative research on the quality of life. *The quality of life*, 7-21.
- TÜİK, (2019). *Nüfus istatistikleri*. <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselstatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do> adresinden 08.10.2019 tarihinde ulaşılmıştır.
- Van Kamp, I., Leidelmeijer, K., Marsman, G., and De Hollander, A. (2003). Urban environmental quality and human well-being: Towards a conceptual framework and demarcation of concepts; a literature study. *Landscape and urban planning*, 65(1-2), 5-18.
- Veenhoven, R. (2007). *Measures of gross national happiness* (231-253). OECD World Economic.
- Whoqol Group. (1995). The World Health Organization quality of life assessment (WHOQOL): position paper from the World Health Organization. *Social science & Medicine*, 41(10), 1403-1409.

- Woo, E., Uysal, M., ve Sirgy, M. J. (2018). Tourism impact and stakeholders' quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 260-286.
- Wu, H. C., Li, M. Y., ve Li, T. (2018). A study of experiential quality, experiential value, experiential satisfaction, theme park image, and revisit intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26-73.
- Yayla, Ö., ve Çetiner, H. (2019). Boş Zamanların Değerlendirilmesinde Etkili Olan Faktörlerin Boş Zaman Tatminine Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 219-228.
- Yıldız, B., Kılıç, N. S., ve Gürbüz, K. A. (2016). Balıkesir Kent Halkının Yaşadıkları Kentteki Rekreatyon Faaliyetlerine Katılımları ve Yerel Rekreatyon İmkanlarının Yeterlilik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(1), 10-23.
- Yılmaz, Ş., Küçüktopuzlu, F. ve Çerez, H. (2006). The Recreational Activity Condition and Level of Satisfaction of Individuals in Antalya City, 9. *Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, Muğla: Nobel Yayın Dağıtım.
- Zikmund, W. G. (2003). Sample designs and sampling procedures. *Business research methods*, 7(2), 368-400.

T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI
ETİK KURULU TOPLANTISI

KARAR TARİHİ : 19/12/2018
OTURUM NO : 10
TOPLANTI SAATİ : 13:30

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu, Kurul Başkanı Prof. Dr. Eyüp BAŞ başkanlığında gündemdeki maddeleri görüşmek üzere toplanarak aşağıdaki kararları almıştır.

GÜNDEM 2- Kırıkkale Üniversitesi Fatma ŞENSES Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Öğretim Görevlisi Dr. Ali SOLUNOĞLU tarafından gönderilen proje başvurusunun görüşülmesi.

Çalışmanın Adı : Rekreatyon Deneyim Algılarının Yaşam Kalitesine Etkisi:
Kırıkkale Örneği

Çalışmada Görevli Personeller :

	Unvan Ad Soyad	Fakülte Bölüm	Telefon	e-mail	Çalışmadaki Görevi
1	Dr. Ali SOLUNOĞLU	Kırıkkale Üni. Fatma Şenses Sosyal Bilimler MYO			
2	Dr. Özgür YAYLA	Ankara Hacı Bayram Üniversitesi Turizm Fakültesi			

KARAR 2 - Kırıkkale Üniversitesi Fatma ŞENSES Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Öğretim Görevlisi Dr. Ali SOLUNOĞLU tarafından gönderilen "Rekreatyon Deneyim Algılarının Yaşam Kalitesine Etkisi: Kırıkkale Örneği" isimli proje incelenmiş olup, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Yönergesinde belirtilmiş olan Etik ilkelere uygun olduğuna karar verildi.

“Turizm ve Kadın” Olgusunun Bibliyometrik Yaklaşım ile İncelenmesi

A Bibliometric Analysis of “Tourism and Women” Studies

Dr. Öğr. Üyesi Ebru Z. BOYACIOĞLU 

Trakya Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
E-posta: ebruzboyacioglu@yahoo.com

Çilem ELMAS 

Trakya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
E-posta: cilemelmas@gmail.com

Öz

Turizm; multidisipliner yönü ile pekçok alanda çalışma yapılmasına imkân sağlamaktadır. Özellikle “turizm ve kadın” olgularını birlikte inceleyen çalışmaların son yıllarda arttığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle çalışma; ulusal turizm alanyazınında kadın konusunda yapılmış çalışmaları nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik bir yaklaşım ile tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında Dergipark Akademik, Google Akademik ve YÖK Ulusal Tez veri tabanlarında “turizm ve kadın” kelimelerinin birlikte ele alındığı keşifsel nitelikte bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre 1994 ile 2019 yılları arasında ulusal ölçekte yayınlanmış 85 esere ulaşılmıştır. Eserlerin 46 makale, 23 tez, 14 bildiri ve 2 kitaptan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu konuda yapılan ilk çalışma 1994 yılında gerçekleştirilmiş olup, 2016 yılından itibaren hız kazandığı belirlenmiştir. Yapılan çalışmaların %54,12’si makalelerden oluşmaktadır. Makalelerde yazarların daha çok kadın olduğu tespit edilmiştir. Makalelerin % 56,52’sinde ağırlıklı olarak yabancı kaynak kullanılarak atıf yapılmıştır. Yazar sayısı durumuna yönelik incelemede genelde birden fazla (çok) yazarlı çalışmaların yapıldığı sonucu elde edilmiştir. Çalışmanın “turizm ve kadın” olgularını birlikte inceleyen araştırmalar kapsamında alanyazına katkı sağlaması ve gelecek araştırmalar için bir kaynak niteliği taşıması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kadın, Bibliyometrik Araştırma.

Abstract

Tourism; with its multidisciplinary aspect, enables to work in many fields. Especially the studies examining “tourism and women” together have increased in recent years. The aim of this study is to determine the studies on women in national tourism literature via bibliometric approach. An exploratory research was determined which includes “tourism and women” keywords together in Dergipark Academic, Google Academic and YOK National Thesis Center databases. According to the findings, 85 studies published at national literature between 1994 and 2019. These 85 studies, consist of 46 articles, 23 thesis, 14 papers and 2 books were processed with bibliometric analysis. The first study on this subject was carried out in 1994 and since 2016 topic has gained momentum. 54,12% of the studies are composed of articles. In these articles, the authors were mostly women, 56,52% of the articles were cited mainly by using foreign references. The number of authors was concluded that there were more than one (multi) authors. It is aimed to contribute to the literature and to serve as a resource for future research within the scope of the studies that examine “tourism and women” together.

Key Words: Tourism, Women, Bibliometric Research.

1. Giriş

Kadınların ekonomideki varlığı, sürdürülebilir kalkınma açısından önemli bir unsurdur. Kadının her alanda aktif katılımının sağlanması ve karar almanın tüm kademelerine eşitlikçi toplumsal cinsiyet ana yaklaşımının yerleştirilmesi ile ülkelerin kalkınmışlık düzeyinin artırılması mümkündür. Dünya iş yaşamında çalışma saatlerinin % 66'sı kadınlar tarafından gerçekleştirildiği halde kadınlar dünya gelirinin %10'una ve mülkiyetin %1'ine sahiptir(UNDP,2010). Bu durum istihdam edilen kadınlarda da cinsiyet eşitsizliklerine bağlı sorunların sürdüğünün göstergesidir.

Ekonomik ve sosyal alanlardaki gelişmeler ile mesleklerin cinsiyete göre ayrılması azalmakta ve kadınların çalıştıkları meslekler ve sektörler çeşitlenmektedir. Bunun yanı sıra kadınların eğitim seviyesinin yükselmesi işgücüne katılmalarını arttıran unsurlar arasındadır. Günümüzde 'emek-yoğun' yapısı nedeni ile hizmet sektörünün işgücü ve istihdamdaki payı giderek artmaktadır. Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm; sayısal olarak sürekli büyümekte, ekonomik, sosyal ve çevresel olumlu etkiler yaratarak toplumların gelişimlerine katkıda bulunmaktadır. Hızla gelişen turizm sektörü özellikle kadınlara yeni istihdam alanı oluşturmakta, esnek çalışma olanakları ile işgücüne aktif katılımlarında önemli rol oynayarak, kadınları ekonomik ve sosyal olarak güçlendirmektedir(Ghodsee, 2005). Turizm sektörü giderek gelişen ve birçok sektörden etkilenen bir alan olduğu için kadın istihdamı yaratma özelliğine sahiptir.

Gelişimini hızla sürdüren turizm sektörüne ilişkin çeşitli araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar sıklıkla; farklı değişkenler arasındaki ilişkileri ve etkileşimleri inceleyen ampirik çalışmalardan oluşmaktadır. Turizm alanyazınında hangi konuların, hangi yöntemlerle ele alındığı, hangi sıklıkla gerçekleştirildiğine ilişkin çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen kadın konusunun ne yoğunlukta, hangi değişkenlerle çalışıldığına dair bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Oysa ki bir alanın gelişimi için hangi kavramların ön plana çıktığının tespiti alanı değerlendirebilmek açısından önemlidir ve konunun genel görünümünü belirleyerek eğilimleri ortaya çıkarmak açısından gereklidir(Kozan vd., 2014:117).

Farklı bilgi ve beceri düzeyine sahip kadınlara istihdam olanakları sunması nedeni ile turizm sektörü emek-yoğun olduğu kadar kadın-yoğun olarak da nitelendirilmektedir (Akoğlu Kozak,1996:16; Cave ve Kılıç,2010:285). Çalışma özellikle "turizm ve kadın" olgusuna odaklanarak, bu konuda yapılan bilimsel yayınların tespitini amaçlamaktadır. Çalışmada ulusal turizm alanyazınında kadın konusunda yapılmış çalışmaların nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz yaklaşımı kullanılarak keşfedilmesi amaçlanmıştır.

Yazın taraması sonucu "turizm ve kadın" olgusunu hem ulusal hem de uluslararası boyutta farklı yöntemlerle inceleyen araştırmalar olmasına rağmen bibliyometrik açıdan inceleyen bir araştırmaya rastlanmaması ve turizmin "emek-yoğun" özelliğinin yanı sıra "kadın-yoğun" nitelik taşıması çalışma alanını seçme konusunda etkili olmuştur. Elde edilen bulguların "turizm ve kadın" konularında yapılan çalışmaların zaman içindeki gelişimini ortaya koyması, araştırmacılara yeni veri sağlaması ve konunun gelişim sürecini somutlaştırması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Turizm sektöründe kadınlar yoğun istihdam edilmekte ve çok farklı görevlerde yer almaktadırlar(Tajeddini vd., 2017: 56). Hizmet sektörü olması, kadınların bilgi ve becerisi ile örtüşen alanların turizmde bulunması, kısmi çalışma koşulları, mevsimlik

yapısı, mekânsal yoğunlaşması gibi sebeplerle kadınların bu sektörde çoğunlukla yer aldığı görülmektedir (Şit, 2016: 106). Dünya Turizm Örgütü verilerine göre turizm sektöründe çalışanların % 54'ü kadındır (UNWTO, 2019:9). Türkiye'deki durum ise Tablo 1'de belirtilmiştir.

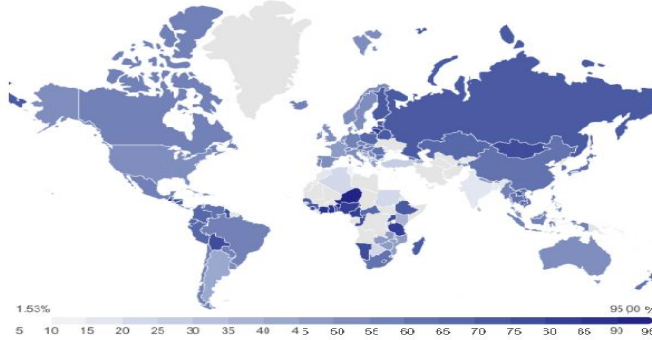
Tablo 1: Turizm Sektörü Ana Hizmet Kategorileri İşgücü Miktarı, 2016

Turizm Tesisi Türü	Erkek		Kadın		Toplam	
	İşgücü	%	İşgücü	%	İşgücü	%
Konaklama	255.189	40,1	112.705	44,8	367.894	41,4
Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	381.577	59,9	139.108	55,2	520.685	58,6
Toplam	636.766	100	251.813	100	888.579	100

Kaynak: TOBB Turizm Sektör Meclisi Turizm Raporu, 2016

Tablo 1 verilerine göre turizm sektöründe istihdam edilen erkek işgücü sayısı 636.766 (% 58,6) iken kadın işgücü sayısının 251.813 (%41,4) olduğu görülmektedir. TÜİK 2019 İşgücü İstatistiklerine göre erkeklerde işgücüne katılma oranı %72,6, kadınlarda ise %34,9 dur. Bu durum Türkiye'de toplam kadın işgücünün % 30'lar düzeyi gerçeğinden hareketle turizmde % 41,4 lük kadın işgücü oranının, diğer sektörlerle göre yüksek olduğunun bir göstergesidir. Bu durum turizmin diğer sektörlerden farklılığını ve toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlama açısından katkısını ortaya koymaktadır. Buna ilaveten kadınlar; turizm sektöründe ziyaretçi, girişimci veya çalışan olmaları nedeniyle yüksek katılım oranına sahiptir.

Şekil 1: Dünyada Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Yüzdesel Dağılımı (%)



Kaynak: (UNWTO, 2019:10). Gobar Report on Women and Tourism, Second Edition.

Şekil 1'de belirtilen Dünya Turizm Örgütü'nün Kadın ve Turizm Raporu'na göre ülkelerin çoğunluğunda kadınlar turizmde önemli bir rol oynamaktadır. Kadınlar turizmde işgücünün önemli bir kısmını temsil etmektedirler ancak genel olarak sektördeki alt düzey pozisyonlarda görev almaktadırlar. Kadınlar genellikle kendi turizm işletmelerinde girişimci olarak aktif rol alırken, üst yönetim pozisyonlarında yeterince temsil edilmemektedirler (UNWTO, 2019:11). Turizm sektöründe yapılan çalışmalar kadınların gerek kentsel gerekse kırsal alanlarda girişimcilik faaliyetleri açısından güçlendiğini göstermektedir (El-Sharif vd., 2007; Koutsou vd., 2009; Arzjani ve Rahiminezhad, 2011).

Kadınlar lehine yaşanan gelişmelere rağmen sektörde kadınların cinsel sömürü olarak kullanılması durumu yaygındır ve cinsiyetler arası ücret farkı da çok belirgindir (Women First, 2010). Turizmde cinsiyet ayrımcılığı yapıldığını gösteren çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Köse, 2014:66; Dalkıranoglu, 2006:37). Cinsiyet ayrımcılığı; yatay ve dikey şekilde gerçekleşmektedir. Yatay ayrımcılık; kadın ve erkeğin aynı görev ve role sahip olması durumunda farklı görev ve sorumlulukları alması durumudur. Dikey

ayrımcılık ise; kadınlara daha az yetki ve sorumluluk, daha az görev verilerek terfi etmek için daha az fırsatı olması durumudur(Tükeltürk ve Perçin, 2008:114).

Demir (2011) tarafından turizm sektörüne yönelik yapılan araştırmada “Cinsiyet ve Medeni Durum” en önemli ayrımcılık olarak belirlenmiştir(Demir, 2011: 480). Arlı (2013) tarafından deniz turizm sektöründe yapılan araştırmada bireylerin cinsiyetinin; ayrımcılık ve önyargı konusundaki algılamaları etkilediği tespit edilmiştir.

Turizm sektörünün kendine özgü çalışma koşullarının olması da kadın işgücünü olumsuz etkilemektedir. Uzun çalışma saatleri, tatil günlerinde mesai gibi koşullar kadınların ev yaşamı ile iş hayatı arasında zorluklar yaşamasına neden olmaktadır (Ünlüönen ve Şahin, 2011:13). Kadınlar turizm sektöründe genellikle mevsimlik ya da yarı zamanlı ve düşük ücretlerle çalıştırılmakta ve küçük bir oranı yönetici pozisyonlarına yükselebilmektedir (Jordan, 1997: 528; Köse, 2014:65). Kadın; cinsiyeti nedeni ile düşük ücretle çalıştırılma, tehlikeli çalışma koşulları, cinsel taciz, fuhuş, kölelik ve insan ticareti gibi birçok farklı biçimde sömürü ögesi olarak kullanılabilir(Jucan ve Jucan, 2013:440).

Kadın işgücüne yönelik cinsiyet temelli ayrımcılık ne kadar devam etse de, turizm sektörünün, kadınlar için halen önemli bir istihdam alanı yaratma durumu bilinmektedir(Cukier vd, 1996:252). Kadınların işgücüne katılımının artmasını sağlayan bir diğer neden de yarı zamanlı çalışma olarak görülmektedir. Kadınların turizm yoluyla güçlendirilmesi, yaşam koşullarında ve refah seviyelerinde artış etkisi olduğu kadar, kadınlara eşitlik sağlamak açısından da önemlidir.

Akademisyenler ve uluslararası kuruluşlar tarafından yapılan çalışmaların neredeyse tamamı, kadınların işlerinde, ücretlerinde, çalışma koşullarında, terfilerinde cinsiyetlerinden dolayı ayrımcılığa maruz kaldıklarını göstermektedir. Pek çok sektörde olduğu gibi, turizm sektöründe de halen kadınların cinsiyet ayrımcılığı, cam tavan engelleri, yönetim kademelerinde yetersiz temsil edilme, erkek meslektaşlarına göre daha az kazanma ve aile işletmelerinde ücretsiz çalıştırılma sorunları devam etmektedir. Turizmde de eşitsizliği gidermek için eğitim, araştırma ve politikalarda cinsiyet temelli eşitliği güçlendirmek gerekmektedir(Pritchard,2014:321). Kadınları olumsuz yönde etkileyen unsurların giderilerek, turizm sektöründe etkin yer almaları sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesinde önemli bir araçtır.

3. Araştırma Yöntemi

Bir bilim dalı ile ilgili üretilmiş farklı türlerden akademik yayınların ve alan yazının belirli zaman dilimleri ile incelenerek bilim dalının gelişme evresini ortaya koyması önemlidir(Temizkan vd, 2015). Bibliyometrik analiz bir disiplinde ya da bilim dalında yapılan araştırmaların profilini belirlemeyi hedefleyen ve bilimsel bilgi üretiminin gelişimi için faydalı veriler sunan son derece önemli bir araştırma türüdür (Hussain vd, 2011:2). Bibliyometrik analiz ile akademik bir alanda yayımlanmış çalışmaların çeşitli özellikleri (konu, yıl, anahtar kelime, yazar/yazarlar, atıf oranı, vb.) incelenerek bulgular elde edilmektedir. Bulgular söz konusu alanlarda ülke ve kurumlar arasındaki karşılaştırmalarda, bilimsel iletişim araçlarının kullanım oranlarının belirlenmesinde, alanyazında yapılan çalışmaların ve yazarların tespit edilmesinde ve dergilerin değerlendirilmesinde kullanılabilir(Yalçın, 2010: 206).

Bibliyometri kavramı; ilk olarak Pritchard tarafından “*matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim ortamlarına uygulanması*” şeklinde tanımlanmıştır(Pritchard,1969:348). Farklı bir tanımda “Bibliyometri” kavramı, “*basılı*

olarak yayınlanmış çalışmaların niceliklerine yönelik araştırmaları” ifade etmektedir (Broadus,1987:376). Diodato (1994) ise bibliyometri kavramını, “yayınlanan dergi, kitap, vb. bilimsel araçların incelenmesinde kullanılan matematiksel ve istatistiksel yöntem” şeklinde tanımlamıştır(Diodato,1994:250).

Bibliyometrik araştırmaların yapıldığı disiplinlerden biri de turizmdir(Arıca ve Çorbacı,2019:265). Turizm alanyazınında gerek ulusal gerekse uluslararası çalışmaların bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesine ilişkin pekçok araştırma bulunmaktadır. Turizm sektörünün sayısal olarak büyümesi ve araştırma yapan akademisyen sayısının artması bibliyometri yönteminin turizm alanındaki çalışmalarda tercih edilmesinde önemli bir neden olmaktadır(Şahin ve Acun, 2015). Turizm alanyazınında yapılan araştırmalarda bibliyometrik yaklaşım genellikle dergi ve makalelerin değerlendirmesinde kullanılmaktadır(Hall,2011:16). Dergilere yönelik yayınlanmış uluslararası çalışmaların bir kısmı Palmer vd., (2005); Ryan (2005); Singh vd., (2007); Cheng vd., (2011) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bunlara ilaveten Bao (2002); yayınlanmış turizm tezlerini bibliyometrik açıdan incelemiştir.

Jogaratham vd. (2005), 1992-2001 yılları arasında turizm alanındaki 11 dergiyi inceledikleri çalışmalarında makaleleri; yazarların üniversiteleri ve en fazla yayın yaptıkları dergiler açısından değerlendirmişlerdir. Ryan (2005), 1990-2004 yıllarında önemli turizm dergilerinde yayımlanmış makalelerin yazarlarını incelemiştir. Turizm alanında bir başka kapsamlı araştırmada McKercher (2006) 25 turizm dergisinde yayımlanan 3.153 makaleyi incelemiştir. Huang ve Hsu(2008) ise, 2000-2005 yılları arasında Çin’in Tourism Tribune dergisinde yayımlanmış 500 makaleyi incelemiştir.

Türkiye’de de bibliyometrik yöntem kullanılarak yapılan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Dergilerin bibliyometrik incelenmesi ile ilgili yapılan ilk çalışma Kozak (1994) tarafından Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nin ilk beş yılında yayımlanan makalelerin ele alındığı araştırmadır. Kozak (1994), yazarların unvan ve kurumlarını, makalenin konusunu, yılını, sayfa ve yazar sayısını, araştırma yöntemini ve yazının çeviri olup olmadığını incelemiştir. Kozak (1995) benzer şekilde Türkiye’de turizm alanında yayımlanmış olan makaleleri konuları, yayınlandığı dergi, yayın yılı, yazarların unvanları ve makalelerin görgül veya kavramsal temelli olma durumu gibi farklı bibliyometrik özellikleri açısından incelemiştir.

Evren ve Kozak (2012) 2000-2010 yıllarında Türkiye’deki turizm dergilerinde yayımlanmış makaleleri bibliyometrik açıdan incelemişlerdir. Özel ve Kozak (2012) 2000-2011 yıllarında turizm pazarlaması alanında yayımlanmış makalelerin bibliyometrik profilini incelemiştir. Türktarhan ve Kozak (2012) 1985-1994 yıllarında yayımlanmış Turizm Yıllığı’nı değerlendirmiştir. Zencir ve Kozak (2012) Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergileri’nde yayımlanmış turizm makalelerini, yazar, konu, yöntem vb. bibliyometrik özellikleri ile ele almıştır. Yüncü ve Kozak (2012) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanmış makaleleri; konularını ve kurumlar arası işbirliğini sosyal ağ analizi ile incelemiştir. Çiçek ve Kozak (2012) Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanmış makaleleri bibliyometrik özellikleri ile inceleyerek 3 dönemli karşılaştırma yapmıştır. Arıca, 2014; Aydın, 2017; Demirbulut ve Dinç, 2017; Şahin vd., 2018, hazırlanmış turizm tezlerini, Çakıcı, vd., 2013; Yılmaz, 2017 ise yayınlanmış kongre bildirilerini bibliyometrik özellikleri açısından incelemiştir.

Kozan vd. (2014) tarafından gerçekleştirilen araştırmada deniz turizminin olgusal gelişimini birincil ve ikincil gruplar olarak gruplandırarak 256 adet yayına ulaşmıştır. Bozok vd (2017) kırsal turizm konusunda ulusal ve uluslararası akademik çalışmaları bibliyometrik açıdan inceleyerek 400 den fazla akademik çalışmaya ulaşmıştır. Gül ve

Gül (2018) yaptıkları çalışmada 2007-2017 yılları arasında kırsal kalkınma ve kırsal turizm alanındaki lisansüstü tezleri bibliyometrik özellikleri açısından belirlemiş, 70 adet yüksek lisans ve 18 adet doktora tezi tespit etmiştir. Işık ve diğerlerinin (2019) yaptığı çalışmada “turizm ve girişimcilik” konularında 96 esere ulaşılmış, çalışmaların 2010 yılı itibarı ile arttığı; girişimcilik özellikleri, kadın girişimciliği ve iç girişimcilik konularına ağırlık verildiği belirlenmiştir.

Bulgular; turizm disiplini ulusal ve uluslararası alanyazında farklı çerçevelerden bibliyometrik açıdan inceleyen araştırmaların olduğunu göstermektedir. Turizmin hızla gelişmesi ve araştırmacı sayısının artması bibliyometri yönteminin turizm alanındaki çalışmalarda tercih edilmesinde önemli bir neden olmaktadır (Şahin ve Acun, 2015). Turizm alanyazınının gösterdiği değişimi ortaya koymak amacı ile bundan sonrada çeşitli bibliyometrik çalışmalar yapılmaya devam edecektir. Nitekim bu araştırma da bu alandaki örneklerden biridir.

3.1 Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı “turizm ve kadın” olgusunu birlikte içeren çalışmaların ve kullanılan araştırma yöntemleri hakkındaki bilgilerin bibliyometrik analiz tekniği ile derlenerek verilmesidir. Çalışmada; Dergipark Akademik, Google Akademik ve YÖK Ulusal Tez veri tabanlarında ulaşılan, “turizm ve kadın” olgularının anahtar kelime olarak birlikte ele alındığı ve ulusal alanyazında yayınlanan makale, tez, bildiri ve kitaplar değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmaların turizm alanını ve kadın konusunu kapsayıp kapsamadığını belirlemek amacı ile özet ve yöntem bölümleri ayrıca okunmuş ve değerlendirmeler bu kriterler dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, 2019 yılının Nisan-Mayıs-Haziran aylarında çevrimiçi olarak taranabilen veri tabanlarında yayınlanan akademik kaynaklardan faydalanılarak oluşturulmuştur. Çalışmada Kozak’ın 2000 yılında yaptığı çalışma referans alınmış olup çalışma kapsamında “Turizm ve Kadın” olgusunun gelişmesinde etkili olan tezler, makaleler, bildiriler ve kitaplar incelemeye alınmıştır. Bibliyometrik profilin oluşturulması için elde edilen çalışmalar belirli parametreler doğrultusunda tablolar halinde sunulmuştur. Çalışmada bibliyometrik profilin ortaya çıkarılması için kullanılan parametreler:

- Çalışmanın Yayın Yılı, Yazarı/Yazarları
- Çalışmanın Amacı
- Çalışmanın Uygulama Alanı, Örneklem Grubu
- Çalışmanın Yöntemi
- Çalışmanın Bulguları/Sonucu olarak belirlenmiştir.

3.2. Araştırma Bulguları

“Turizm ve kadın” anahtar kelimeleri ile ulusal alanyazın tarandığında Türkiye’de 1994-2019 yılları arasında yayınlanmış 85 çalışmaya ulaşılmıştır. Elde edilen çalışmaların yıllara göre dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: “Turizm ve Kadın” Konulu Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Çalışma Sayısı	Yıl	Çalışma Sayısı	Yıl	Çalışma Sayısı
1994	2	2007	1	2014	8
1996	1	2008	5	2015	3
1997	3	2009	3	2016	9
2001	2	2010	1	2017	18
2002	1	2011	4	2018	11
2004	1	2012	2	2019	6
2006	1	2013	3		
TOPLAM			85		

Tablo 2 verilerine göre Türkiye’de ulaşılan en eski çalışma 1994 yılında yayınlanmıştır. Kadın ve turizm konulu çalışmaların 1994 yılında başlamış olmasına rağmen 2000’li yılların başında sayısal olarak çok fazla araştırmaya rastlanılmamıştır. Eksik olan yıllarda çalışma verisi elde edilememiştir. 2016 yılından itibaren kadın ve turizm konusu ciddi bir ivme göstermiştir ve bu durum halen devam etmektedir. Son yıllarda araştırmalardaki artış konuya gösterilen ilgi ve önemin artması şeklinde değerlendirilebilir. Araştırmanın sınırlılıkları içinde ulaşılabilen çalışmalar incelenmiştir, ulaşılamamış çalışmaların da olabileceği dikkate alınmalıdır. Araştırma sonucu elde edilen bulgular makale, tez, kitap ve bildiri olarak dört ayrı başlık altında incelenmiştir.

Tablo 3: Birincil Kaynakların Dağılımı

Yayınlar	Frekans	Yüzde %
Makale	46	% 54,12
Tez	23	% 27,06
Bildiri	14	% 16,47
Kitap	2	% 2,35
Toplam	85	% 100

Çevrimiçi ulaşılan kaynakların dağılımı Tablo 3’de belirtilmiştir. Ulusal alanyazında elde edilen araştırmaların çoğunluğunun (%54,12) makale olduğu tespit edilmiştir. Bulgular “turizm ve kadın” konusunun daha çok makale düzeyinde ele alındığını göstermektedir.

3.2.1. Makaleler

Ulusal düzeyde yapılan araştırmalar neticesinde turizm ve kadın konusunun 1994 yılından itibaren araştırılmaya başlandığı saptanmıştır. Araştırma sonucunda 1994-2019 yılları arasında 46 adet makaleye ulaşılmıştır. Ulusal alanyazında yapılan ilk araştırmanın Akoğlu Kozak’a (1994) ait olduğu tespit edilmiştir. Ulaşılan 46 makalenin 24’ünde nicel, 15’inde ise nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. 6 makale ikincil kaynak kullanılarak yapılan literatür araştırması ve sadece bir makale ise Swot analizi ile gerçekleştirilmiştir. Makalelerin çoğunluğu veri toplama yöntemlerinden anket aracılığı ile yapılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen ulusal düzeyde yazılmış makalelerin %56,52’sinde ağırlıklı olarak yabancı kaynaklar kullanılmıştır.

Tablo 4: Makale Yazarlarının Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Tek Yazarlı Makaleler		Çok Yazarlı Makaleler		Karma Yazarlı Makaleler	
Kadın	15	Kadın	10	Kadın-Erkek Karma	14
Erkek	1	Erkek	6		
Toplam	16	Toplam	16	Toplam	14

Tablo 4 verilerine göre bu konuda çalışma yapan yazarların kadın ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Turizm alanyazınında kadın olgusunun yine kadınlar tarafından inceleniyor olması dikkat çekicidir. Makalelerin 16 tanesi (%34,78) tek yazarlıdır, 30 tanesi (% 65,22) ise çoklu yazarlı çalışmalardır. Çoklu yazarlı çalışmaların 16 tanesi yine kadın yazarlar tarafından kaleme alınmıştır. Makalelere ilişkin araştırma alanı, amaç, yöntem ve sonuçlar Tablo 5’te gösterilmektedir.

Tablo 5:“Turizm ve Kadın” Konuları Üzerine Yapılan Makaleler

Yazar/Yıl	Amaç	Araştırma Alanı	Yöntem	Sonuç
Başaran ve Ateş, (2019)	Kırsal kalkınma bölgelerinde kadın istihdamının incelenmesi	Gazilüğü bölgesi termal tesislerde çalışan kadınlar	Anket ve mülakat yöntemi	Kadınlar iş imkanının kısıtlı olmasından dolayı ailelerine destek olmak için termal tesislerde çalışmayı seçmişlerdir.
Kaya ve Topbaş, (2019)	Türkiye’de turizm sektöründe cinsiyete dayalı ücret ayrımcılığının hangi boyutta olduğunu tespiti	TÜİK (Hane halkı işgücü anketi) verileri	Oaxaca ve Cotton modeli, EKK yöntemi	Turizmde cinsiyete dayalı ücret ayrımcılığı yapıldığı tespit edilmiştir.
Korkmaz, Özkök ve Uluocak, (2019)	Yerel halkın yalnız seyahat eden kadın turistlere bakış açısının toplumsal cinsiyet eşitliği ve değerler bağlamında incelenmesi	Gökçeada’da yaşayan yerel halk	Anket, Açıklayıcı Faktör Analizi ve Korelasyon Analizi	Bölge halkının toplumsal cinsiyet rollerine eşitlikçi yaklaşıtları, tek başına gelen kadın turistlere yönelik bakış açısının olumlu olduğu saptanmıştır.
Serinikli, (2019)	Kırsal alandaki kadın girişimcilerin faaliyetleri ve kooperatifleşmeye karşı tutumlarının ortaya konulması	Edirne ilindeki 21 köyde yaşayan kadınlar	Ki-kare testi,	Kadınların kooperatif konusunda bilgili oldukları ve kooperatifleşmeye olumlu baktıkları tespit edilmiştir.
Bayram, (2018)	Kadın girişimcilerin mevcut durumu, toplumsal cinsiyet perspektifinden analizi ve bölge turizmine etkilerinin tespiti	Sinop ilinde butik işletmelerin kadın yöneticileri ve sahipleri	Nitel araştırma, Yarı yapılandırılmış görüşme, mülakat	Bölgesel algı ve geleneksel inançlar engeli büyük ölçüde giderilmiş, turizmin kadınlar için elverişli bir sektör olduğu tespit edilmiştir.
Çelik ve Şahingöz, (2018)	Turizm işletmelerinde çalışan kadın aşçıların yaşadığı sorunlar ve çözüm önerilerinin tespiti	Ankara’da Aşçılar Federasyonuna üye kadın aşçılar	Anket, X2 analizi	Kadın aşçıların işe alımda ayrımcılık yaşadığı ve cinsiyetlerine göre iş bölümü yapıldığı belirlenmiştir.
Demirel ve Perçin, (2018)	Otelde çalışan orta ve üst düzey kadın yöneticilerin kariyer engellerinin kariyer geliştirme stratejileri üzerindeki etkisi	Alanya’da 4-5 yıldızlı otellerde çalışan kadın yöneticiler	Anket, korelasyon ve çoklu regresyon analiz	Kadınların kariyer engellerinin kariyer stratejilerini olumsuz etkilediği saptanmıştır.
Güçer, Keleş, Demirdağ ve Çelikkanat, (2018)	Kadın işgörenlerin karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunların örgütsel sessizlikleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi	Bodrum’da 3-4-5 yıldızlı otellerde çalışan kadınlar	ANOVA, Korelasyon analizi	Kadın çalışanların ücretlerinin düşüklüğü ruh hallerini olumsuz etkilemekte ve bu durum örgütsel sessizlik düzeylerinde etkilidir.
Ertaş, (2018)	Otel çalışanlarının kadınların çalışmasına karşı tutumunun incelenmesi.	Türkiye’deki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan erkekler	Anket, korelasyon ve regresyon analizi	Erkek Katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksek olması, kadınların çalışmasına olumlu yaklaşıtlarını ortaya koymuştur.
Öktem, Kubat ve Kızıltan, (2018)	Otel işletmelerinde çalışan kadınların örgütsel adalet, işe yabancılaşma ve cam tavan sendromu algıları incelenmesi	Antalya, İstanbul, Karahayit, Pamukkale, Denizli otellerinde 11 kadın turizm uzmanı	Yüz yüze görüşme tekniği Analitik hiyerarşi süreci,	Otel işletmelerinde yoğun iş temposu nedeniyle kadınlarda en önemli algının işe yabancılaşma olması görülmüştür.
Ayaz ve Çobanoğlu, (2017)	Ev hanımlarının turistler için yöresel yemek üretme konusundaki bakış açılarının ortaya çıkarılması.	Bartın ilinde ikamet eden 420 ev kadını	Anket, Faktör analizi, ANOVA	Ev kadınlarının yöresel yemek üretiminde potansiyel bir kaynak olduğu saptanmıştır.
Çakır, Barakazı ve Barakazı, (2017)	Turizm işletmelerinde kadın istihdamının önündeki engelleri ortaya koyarak kadınların cinsiyet ayrımcılığı düşüncelerinin belirlenmesi.	Şanlıurfa’da turizm işletmelerinde görev yapan kadınlar	Basit tesadüfî örnekleme yöntemi, Anket	Kadın ve erkek arasındaki görev dağılımı farkı kadınları olumsuz etkilemekte ve iş memnuniyetinde kararsızlık getirmektedir.
Çiçek, Zencirve Kozak, (2017)	Kadınların Türk turizm tarihinde ne tür başarılar kazandıklarını tespiti	Turizm sektöründe çalışan kadınlar	Yüz yüze görüşme Sözlü Tarih Yöntemi,	Çalışan kadınların ekonomik, sosyal ve bireysel olarak güçlendikleri tespit edilmiştir.
Çoşar, (2017)	Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında kadın emeği konulu tamamlanmış ve halen yürürlükteki projelerin etkilerinin değerlendirilmesi	Seferihisar’da 4-5 yıldızlı otellerin mutfak kadınılar	Yüz yüze görüşme tekniği, İçerik analizi	Geleneksel mutfağın geliştirilmesiyle kadınların el emekleriyle ekonomik kazanç elde etmeleri sağlanmıştır.
Diker, Taşınar ve Soylu, (2017)	Kadına karşı olumsuz tutumlar ile çelişik duygulu cinsiyetçilik ilişkisinin araştırılması	Taksim bölgesindeki 4-5 yıldızlı otellerin mutfak personelleri	Anket, T-testi, ANOVA, Regresyon ve korelasyon analizi	Araştırma sonucunda kadına yönelik olumsuz tutum ile kararsız cinsiyetçilik arasında anlamlı pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.
İşık, Çetinkaya ve İşık , (2017)	Konaklama işletmelerindeki kadın çalışanların mutluluk düzeylerinin tespiti ve mutluluğun iş tatmini üzerindeki etkisi	Palandöken Turizm merkezinde konaklama işletmelerindeki kadınlar	Anket, Korelasyon ve Regresyon analizler	Kadın çalışanların büyük çoğunluğun işlerinden mutlu oldukları ve iş tatminlerinin arttığı saptanmıştır.
Kaya, (2017)	Turizmde kadın istihdamı ve kadın emeğinin merkezi konumunu aydınlatılması	Küresel ve yerel bağlamda turizmde istihdam edilen kadınlar	Literatür taraması İkincil kaynak	Turizm sektörünün modernite ile olan bağından dolayı her geçen gün kadın istihdamı artmaktadır.
Kayabaşı Torun, (2017)	Kırsaldaki kadınların turizm üzerindeki etkisi ve rollerin incelenmesi	Kırsal kesimde yaşayan kadınlar	Literatür taraması, ikincil kaynak	Kadınların sosyo-ekonomik durumlarının iyileşmesi aile içi rolleri yükselmektedir.
Sökmen ve Şahingöz, (2017)	Konaklama sektöründeki kadınların cam tavan sendromu ve zihinsel durağanlığı Etkileyen değişkenlerden kurum ikliminin, iş tatmini ile işten ayrılma niyetinin belirlenmesi	Antalya’da zincir otel grubunun üç ayrı işletmesinde yiyecek-içecek departmanında kadrolu kadınlar	Anket, T-testi, Regresyon ve korelasyon analizi	Kurumsal yapının kadın çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı ve negatif, işten ayrılma niyetine ise anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu saptanmıştır.
Şimşek, Özgener ve İlhan, (2017)	Otantik liderliğin sosyal tembellik üzerindeki etkilerinin ve bu iki değişken arasındaki ilişkide yaşam tatmininin düzenleyici rolü olup olmadığının analizi	Nevşehir’de turizm sektöründe çalışan kadın girişimciler ve yöneticiler	Anket, Kolmogorov-Smirnov testi, Faktör analizi, Pearson ve çoklu regresyon analizi	Çalışma sonucunda turizm sektöründeki kadın girişimci ve yöneticiler arasında sosyal tembellik eğiliminin orta düzeyde olduğu saptanmıştır.
Altındal ve Gül, (2016)	Güney Ege ve Batı Akdeniz bölgesindeki kadın girişimcilerin risk alma deneyimlerinin toplumsal cinsiyet temelli perspektif bağlamında incelenmesi	Bodrum-Marmaris, Kaş Alanya yiyecek içecek, konaklama sektöründeki kadın girişimciler	Nitel araştırma, Derinlemesine görüşme,	Turizmin mevsimsel, emek yoğun ve mikro ölçekli aile işletmesi olması kadınlara yönelik olumsuz bakış açısı getirmektedir. Mali riskler kadınları iş hayatında sınırlandırmaktadır.
Ciğer ve Uyar, (2016)	Konaklama işletmelerindeki kadın muhasebecilerin kariyer süreçlerine etki eden, cam tavani oluşturan faktörlerin tespiti	5 yıldızlı otellerin muhasebe bölümünde çalışan kadınlar ve erkekler	Anket, T-testi, ANOVA	Kadın çalışanlar kariyerleri için fedakarlık yapmaktadır. Muhasebe mesleğini seçenler işlerinden destek görmekteylerdir.
Diğer, Akova, Ertuğral ve Çiçi, (2016)	Türkiye’de Kadın çalışanların turizm sektöründe istihdam olanakları ve kadın istihdamında karşılaşılan engeller incelenmiştir.	Kadın çalışanların turizm sektöründe karşılaştığı engeller, Türkiye’deki turizm sektörü	Swot analizi,	Ayrımcılık, toplumsal ve mesleki olumsuz bakış açısı, psikolojik ve fiziksel şiddet, çalışma şartları, yasal düzenleme eksiklikleri turizmde kadın istihdamını engelleyen faktörlerdir.
İşık, Tırak ve İşık, (2016)	Turizm eğitimi alan kız öğrencilerin girişimcilik ve inovasyon eğilimlerinin belirlenmesi	Atatürk Üniversitesinde, turizm eğitimi alan kız öğrenciler	Anket, T-testi, ANOVA	Potansiyel girişimci kadın adayların deneyime açık ve kendilerine güveni yüksek bireyler olduğu belirlenmiştir.

Tablo 5'in devamı

Karakaş ve Gökmen, (2016)	Amasra ve Safranbolu turizm kentlerindeki kadın girişimcilerinin profilinin belirlenmesi	Amasra ve Safranbolu'daki kadın turizm girişimcileri	Anket, Mann Whitney U, testi, Kruskal Wallis H testi	Sosyal ve kültürel açıdan gelişmek isteyen kadınlar ekonomik bağımsızlık için girişimcilik faaliyetlerine atılmışlardır
Pelit, Güçer ve Demirdağ, (2016)	Kadınların karşılaştığı sorunların analiz edilmesi ve bu sorunların iş bırakma eğilimlerine olan etkisinin belirlenmesi	Afyonkarahisar, Ankara, Çankırı, Gaziantep, Uşak, Muğla, Kırşehir'deki otellerdeki kadın işgörenler	Anket, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizi	Kadın çalışanların yaşadığı sorunlar ile iş bırakma eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.
Uğuz ve Topbaş, (2016)	Turizm sektöründe kadın emeğine karşı ayrımcı tutumun irdelenmesi ve ayrımcılığın en sık görüldüğü biçimi olan ücret ayrımcılığı derecesinin tespit edilmesi	TÜİK'e göre 60.297 erkek ve 16.804 kadın ve konaklama işletmelerinde 837 erkek ve 281 kadın çalışan	Beşeri sermaye teorisi Oaxaca ve Cotton ayrışım yöntemleri	Turizm sektöründe cinsiyet temelli ayrımcılığın genelden özele inildikçe arttığı ve ücret farkının yaklaşık %6'sının ayrımcılıktan kaynaklandığı tespit edilmiştir
Boyacıoğlu, (2014)	Edirne'de kırsal turizm odaklı kadın girişimciliğinin durumunun ortaya konulması	Edirne'de faaliyetteki kadın girişimciler	Nitel araştırma, Anket,	Kadın girişimcilerin bölgenin kırsal turizm potansiyeline katkılarının yüksek olduğu, girişimcilik ile kadının konumunda olumlu gelişmeler yaşandığı belirlenmiştir.
Uğuz ve Topbaş, (2014)	Türkiye'de kadın emeğinin uluslararası verilerle kıyaslanması, Turizm sektörünün istihdamda cinsiyetçi yapı itibarıyla ele alınarak yaşanan sorunların tespiti	Dünya Ekonomik Forumu, Sosyal İzleme Örgütü ve BM Kalkınma Programı endeksleri	Literatür taraması İkincil kaynak	Dünya geneli toplumsal cinsiyet bağlamında kadın işgücünün özellikle ücret ve terfi konularında ayrımcılığa maruz kaldığı saptanmıştır.
Ülkü ve Köroğlu, (2014)	Kadın tüketicilerin turistik ürün satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi	İstanbul çıkışlı paket turları satın almış kadın tüketiciler	Anket, Tek yönlü varyans analizi	Kadın tüketicilerin medeni hal ve çocuk sahibi olma durumlarının ürün satın alırken etkili olduğu saptanmıştır.
Yirik ve Yıldırım, (2014)	Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerlerinin demografik özellikleri açısından incelenmesi	Antalya'da turizm sektöründe çalışan kadın girişimciler	Anket, Frekans analizi, Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testleri	Kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri ve yaşlarına göre sektördeki başarıları değişim göstermektedir.
Yirik ve Yıldırım, (2014)	Turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerleri ile risk ve belirsizlik algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi	Antalya'da turizm sektöründe çalışan kadın girişimciler	Anket, Regresyon ve korelasyon analizi	Kadın girişimciliğinin eğitim ile doğru orantılı ilerlediği, güç faktörünün risk ve belirsizlik algısı üzerine algısının yüksek olduğu saptanmıştır.
Fidan ve Nam, (2012)	Kırsal turizmde kadınların yerini ve etkinliğini ortaya konulması	Tarakh'da faaliyet gösteren kadın girişimciler	Yüz yüze görüşme, derinlemesine mülakat, gözlem	Kadınların kırsal turizm gelişmesine katkısı göz ardı edilemeyecek kadar yüksektir.
Uçar, (2012)	Antropoloji bakışıyla ev pansiyonculuğu yapan kadınların profilinin tespit edilmesi	Gökçeada Yeni Bademli ve Uğurlu'da ev pansiyonculuğu yapan kadınlar	Mülakat ve gözlem tekniği	Bölge kadınlarının turizm ile şiveleri, yeme-içmeleri, giyimleri değişime uğramıştır.
Ekiz Gökmen, (2011)	Turizm sektöründe istihdam edilen yabancı göçmen kadınların işgücü piyasasına eklenmesi sürecinin ve bu süreçte yaşadıkları sorunların incelenmesi	Marmaris'te yaşayan turizm sektöründe çalışan yabancı göçmen kadınlar	Etnografik yöntem, derinlemesine görüşme,	Göçmen kadınlar bölgede turizm sektöründe niteliksiz olarak çalıştırılmakta, düşük ücret, fazla mesai ve tacize maruz kalmaktadırlar.
Tuncel, (2011)	Türk basınında turizm haberlerinin cinsellik ve kadın bedeni üzerinden değerlendirilmesi	Antalya Akdeniz Bölge Ekleri'nin kadın içerikli haberleri	İçerik analizi,	Ülkemizde yerli-yabancı turist kadınların cinsel obje olarak kullanıldığı ve Antalya'da kadın turizm muhabiri olmadığı belirlenmiştir.
Anafarta, Sarvan ve Yapıcı, (2008)	Kadın yöneticilerin kariyer engelleri ve cam tavana ilişkin algılamalarının incelenmesi	Konaklama işletmelerinde çalışan kadın yöneticiler	Anket, Korelasyon ve regresyon analizi,	Kadınların büyük çoğunun ücret ve terfi konusunda ayrımcılığa maruz kaldığı saptanmıştır.
Dalkıranoglu ve Çetinel, (2008)	Otel departman yöneticilerinin cinsiyeti ile cinsiyet ayrımcılığına karşı tutumlarının ilişkisinin incelenmesi	İstanbul'daki beş yıldızlı otellerdeki kadın ve erkek yöneticiler	Anket, T-testi,	Kadın ve erkek yöneticilerin cinsiyet ayrımcılığı konusunda benzer tutumlar sergilediği saptanmıştır.
Tükteltürk ve Perçin, (2008)	Kadınların iş hayatlarında yükselmelerine engel sebeplerin belirlenmesi	Otel işletmelerinde çalışan kadın yöneticiler	Literatür taraması, İkincil kaynak	Kadınların üst kademelere geçememe sebebinin altında toplumsal roller yatmaktadır.
Demirkol, Fidan ve Pelit, (2004)	Otel işletmelerinde çalışan kadın işgörenlerin iş hayatlarında karşılaştıkları sorunların belirlenmesi	İstanbul, Kocaeli ve Bursa'da 4-5 yıldızlı otellerde 209 kadın işgören	Anket, Frekans analizi	Kadınların sorunları; İş yükü ve çalışma saatlerinin fazlalığı, yetki azlığı, Sosyal güvence ve ücret yetersizliği seklindedir.
Akoğlu Kozak, (2001)	Konaklama işletmelerinde çalışan kadın yöneticilerin durumunun belirlenmesi	Konaklama Sektöründeki kadın yöneticiler	Anket	Kadınların üst düzeyde yeterince temsil edilmedikleri; görevlerin erkekler göre daha az, orta ve kurmay düzeyde olduğu belirtilmiştir.
Oktik, (2001)	Kırsal kökenli kadınların turizmden etkileşiminin boyutunun incelenmesi	Marmaris ve Dalyan yakınında nüfusu 600 ile 1100 olan üç köy	Derinlemesine mülakat, Odak grup görüşmesi,	Erkekler otel işinin kadınlar açısından daha ağır olduğunu düşünürken kadınlar ise kolay olduğunu, ailelerine çok vakit ayırdıklarını belirtmişlerdir.
Akoğlu Kozak, (1997)	Kadın yöneticilerin yönetsel davranışları ve etkinlik algıları arasındaki ilişki incelenmesi	Marmara Bölgesindeki Kadın Yöneticiler	Anket, Spearman Korelasyon Testi	Kadın yöneticilerin demografik özelliklerinde etkinlik ve davranış boyutuna verdiği önemin farklılaştığı tespit edilmiştir.
Türker, (1997)	Konaklama işletmelerinde cinsel taciz ve cinsiyet ayrımcılığının incelenmesi	Ulusla/ uluslararası cinsel taciz ve cinsiyet ayrımı literatürü	Literatür taraması, İkincil kaynak	Türkiye'de cinsel taciz ile ilgili araştırmaya rastlanmamasına rağmen iş yerlerinde cinsel taciz olaylarının yüksek olduğu düşünülmektedir.
Akoğlu Kozak, (1996)	Konaklama endüstrisinde çalışan kadınların konumunun incelenmesi	Konaklama endüstrisindeki kadınlar	Literatür taraması, İkincil kaynak	Kadın yöneticilerin kariyer engelleri, çalışma alanları ve ücretleri konusun ele alınmıştır.
Akoğlu Kozak, (1994)	Turizm sektöründe çalışan kadınların sektördeki dağılımlarının incelenmesi	Yiyecek-içecek işletmelerindeki kadın yöneticiler	Anket, Literatür taraması	Kadın yöneticilerin % 50 si sektörde yeterlilikte erkeklerin gerisinde olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5 incelendiğinde turizm sektörü ve kadın konulu makalelerin sayısında 2016 yılından sonra ciddi bir artış yaşandığı görülmektedir. Buna ilaveten makalelerin örneklemeleri daha çok konaklama işletmelerinde istihdam edilen kadınlardan oluşmaktadır. Makalelerde sıklıkla turizm sektöründeki kadın girişimcilerin ve kadın

çalışanların sorunları, cinsiyet ayrımcılığına yönelik yaşadıkları durumlar incelenmiştir. Bulgulardan elde edilen sonuçlar, turizm sektöründe yer alan kadınların cinsiyet ayrımcılığı yaşadıklarını, cam tavan engeline takıldıklarını ve sektörde yeterli düzeyde temsil edilmediklerini göstermektedir.

3.2.2. Tezler

Araştırma konusuyla ilgili ulusal düzeyde 23 adet tez hazırlanmıştır. Bu tezlerden 3 tanesi (%13,04) doktora, 20 tanesi (%86,96) ise yüksek lisans tezidir. Araştırmalar sonucu ilk tezin Akoğlu Kozak'a (1994) ait yayınlanmamış doktora tezi olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde 1994-2019 yılları arasında hazırlanan tezler bibliyometrik açıdan çeşitli parametrelere göre sınıflandırılarak aktarılmıştır. Ulaşılan tezlerin 4 tanesi vakıf üniversitesi, 19 tanesi devlet üniversitesi tarafından hazırlanmıştır. Araştırma sonucu ulaşılan tezlerin 16'sında nicel araştırma yöntemleri, 7'sinde ise nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak ağırlıklı olarak anket kullanıldığı belirlenmiştir.

Tablo 6: "Turizm ve Kadın" Konuları Üzerine Yazılan Tezler

Yazar/Yıl	Tez	Üniversite	Amaç	Araştırma Alanı	Yöntem	Sonuç
Başaran, (2019)	Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi	Kırsal kalkınma bölgelerinde kadın istihdamını incelenmesi	Gazlıgöl termal bölgesinde termal tesislerde çalışan kadınlar	Anket ve mülakat yöntemi	Kadınlar ekonomik nedenlerden ve iş imkanının kısıtlı olmasından dolayı çalıştıklarını belirtmişlerdir.
Çiçen, (2019)	Yüksek Lisans	Trakya Üniversitesi	Kadın çalışanların performansları ve cinsiyet ayrımcılığı yaşayıp yaşamadıklarının tespiti	Edirne ili konaklama işletmelerinde istihdam edilen kadınlar	Anket, Faktör Analizi	Kadın çalışanların performansının yeterli olduğu ve cinsiyet ayrımcılığı yaşamadıklarını tespit edilmiştir.
Avcı, (2018)	Yüksek Lisans	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Kadın işgücünün önemi, karşılaştıkları toplumsal, örgütsel ve bireysel nedenlerden kaynaklanan engellere yönelik algılarının araştırılması	Fethiye ilçesi turizm sektöründe çalışan kadınlar	Faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizi	Kadınlar daha çok alt düzey ve ara seviyede, mevsimlik, geçici olarak çalışılmaktadır. Eğitim durumu, pozisyon ve çalışma şekli kadınlara kariyerlerinde engeldir
Demirer, (2018)	Yüksek Lisans	Nişantaşı Üniversitesi	Örgüt kültürü ve örgütsel destek algısının kadın çalışanların cam tavan engeli algısı arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması	İstanbul'da faaliyet gösteren turizm işletmelerindeki kadın çalışanlar	Kantitatif yöntem, faktör analizi, güvenirlik analizi	Kadın çalışanların gelir düzeylerinin artmasıyla, cam tavan engeli algısı azalmaktadır.
Neziroğlu, (2018)	Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi	Türk yazılı basınında turizm sektörüne ait haberlerde kadının ne şekilde verildiğinin incelenmesi	2015-2018 yılları arasındaki turizm haberleri	Basit yargısal örneklem, Teun Van Dijk analizi	Turizm haberlerinde eril dilin hakim olduğu ve kadının cinsel bir obje olarak görüldüğü gözlemlenmiştir.
Güler, (2017)	Yüksek Lisans	Atılım Üniversitesi	Sürdürülebilir turizmin için yerel ürünlerin korunmasında kadınların rolünün belirlenmesi	Seferihisar yerel halkı	Nitel Araştırma Yöntemleri	Türkiye'nin ilk Ciltaslow şehrinde yaşam kalitesinin, üretimin artmasının ve göçün engellenmesinde olumlu sonuçlar saptanmıştır.
Özgüven, (2017)	Yüksek Lisans	Batman Üniversitesi	Otel işletmelerinde çalışanların dindarlık düzeyinin kadının çalışmasına karşı tutum, öz kaytarma ve sosyal kaytarma üzerindeki etkisini incelenmesi	Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesinde yer alan turistik otel işletmelerinin çalışan ve yöneticileri	Anket, tek yönlü varyans analizi, ki-kare analizi	Dindarlık çalışanlar üzerinde önemlidir. Sosyal kaytarma algısı demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.
Akbayır, Kozan, (2016)	Yüksek Lisans	Dokuz Eylül Üniversitesi	Kadın turizm akademisyenlerin işyeri arkadaşlıklarının örgüt iklimi ekseninde değerlendirilmesi ve arkadaşlıkların kadınların yaşamına etkilerinin araştırılması	Türkiye'deki devlet üniversitelerinde 4 yıllık fakülte ve yükseköğretim turizm bölümlerindeki kadın akademisyenler	Derinlemesine mülakat tekniği, Betimsel analiz tekniği	Kadın yöneticilerin bulunduğu kurumların hiçbirinde kadın ve erkeğe farklı politikalar uygulanmamaktadır. Kadınların kadın çalışanlara ve kadın yöneticilere bakışı olumludur.
Altındal, (2016)	Doktora	Süleyman Demirel Üniversitesi	Türkiye turizmde kadın girişimciliğinin serüveni, güçlendirme yaklaşımının toplumsal cinsiyet temelli bakışıyla incelenmesi	Alanya, Kaş, Bodrum ve Marmaris Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf ve Sanatkar Odası konaklama veme-içme sektöründeki kadın girişimciler	Derinlemesine mülakat tekniği, feminist metodoloji,	Ataeril baskı kadınları engellemekte ve sektörde var olabilmek için cinsiyet rollerine daha fazla yönelmektedirler. Genç yaşta sektöre atılanlar daha başarılı olmaktadır.
Bıyıklı, (2015)	Yüksek Lisans	Atatürk Üniversitesi	Kadın istihdamının yapısını, özelliklerini toplumsal cinsiyet ile ilişkilendirerek iş hayatında karşılaştıkları ayrımcı uygulamaların incelenmesi	Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Erzurum MYO öğrencileri	Anket, Güvenirlik analizi, Ki-kare analizi	Kadınların çalışma alanlarının toplumsal cinsiyet rollerine göre şekillendiği ve erkek/kadın işi ayrımı açıkça ortaya konmuştur.
Fidan, (2015)	Yüksek Lisans	Beykent Üniversitesi	Turizm sektöründe çalışanların cinsiyet farklılıkları, kariyer öncelikleri ve iş koşullarına duyarlılığının belirlenmesi	İstanbul ilinde bulunan otellerde çalışan yöneticiler	Anket, Kruskal Wallis ve Mann Whitney testleri	Cinsiyet ayrımcılığı kadınların yönetici pozisyonlarına gelmelerine engeldir.. Kadınlar kariyerlerinde erkekleri engel olarak görmektedirler.

Tablo 6'nın devamı

Güleç, (2015)	Yüksek Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	Kadın çalışanların cam tavan sendromunun örgütsel vatandaşlığa etkilerinin araştırılması	Kuşadası'ndaki 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki kadın işgörenler	Anket, T-testi, ANOVA	Kadınlar çoğunlukla alt düzey çalışan kadrosunda istihdam edildiği gözlemlenmiştir.
Köse, (2014)	Yüksek Lisans	Hacettepe Üniversitesi	Turizmde kadın girişimciliği ve istihdamının toplumsal cinsiyet rolleri üzerindeki etkisi incelenmesi	Ankara Beypazarı'nda turizm sektöründe çalışan kadınlar	Odak grup görüşmesi, İçerik analizi	Turizmin kadınların çalışmasını olumlu etkilediği, girişimcilik alanında hala sınırlı oldukları ve kendilerini önce anne ve eş, sonra çalışan kadın olarak tanıtmakta oldukları gözlemlenmiştir.
Mayuk, (2013)	Yüksek Lisans	Balıkesir Üniversitesi	Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları kariyer engelleri, nedenleri, etkileri ve sonuçları incelenmiştir.	İstanbul'daki 4-5 yıldızlı otellerde orta ve üst düzey yönetici pozisyonunda çalışanlar	Anket, Ki-kare, T-testi ve ANOVA	Konaklama işletmelerinde kadın yöneticilerin kariyer engelleriyle karşılaştıkları bunun da cam tavan sendromuna yol açtığı saptanmıştır.
Çamlıbel, (2010)	Yüksek Lisans Tezi	Sakarya Üniversitesi	Otel işletmelerinde çalışan kadınların iş değiştirmelerine etken olan sebepler incelenmesi.	İstanbul'da 5 Yıldızlı otellerdeki kadın çalışanlar	Anket, Korelasyon Analizi	Kadınların yaşadığı iş güçlüklerinin iş değiştirme niyeti üzerinde etkili olduğu sonucu elde edilmiştir.
Tuncel, (2009)	Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi	Kadınların haber metinlerini, gazete sayfalarını ne şekilde, nasıl doldurduğunun belirlenmesi	Antalya'da yayın yapan üç yerel gazetenin ekleri	Yüz yüze görüşme tekniği,	Medyada kadına cinsiyetçi bir bakış hakim olmuştur.
Tümen, (2009)	Yüksek Lisans	Mersin Üniversitesi	Turizm alanındaki üniversite öğrencilerinin ayrımcı uygulamalar ve iş tercihleriyle ilgili tutumlarının incelenmesi	Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu 3. ve 4. Sınıf öğrencileri	Anket, T testi, Frekans analizi	Erkek öğrenciler kadın/erkek işi ayrımı yapılmasını ve kadınların toplumsal cinsiyet rollerine uygun işlerde çalışmaları belirtmişlerdir.
Güzel, (2009)	Doktora	Dokuz Eylül Üniversitesi	Kadınların karşılaştığı kariyer engellerinin örgütsel bağlılıklarını etkileme düzeyinin ölçülmesi.	Kuşadası'ndaki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan kadınlar	Anket, T-testi, Varyans analizi, İkincil kaynaklar	Kadınların d özelliklerinin kariyerlerinde etkili olduğu, engellerle karşılaştıklarında örgütsel bağlılıklarının arttığı ve mücadeleyi tavır sergiledikleri gözlemlenmiştir.
Gebelek, (2008)	Yüksek Lisans	Koç Üniversitesi	Türkiye'ye kadın göçlerin sebepleri, toplumda var olma ve kendilerine farklı kimlik yaratma çabalarının incelenmesi	Antalya'da Sovyet Ülkelerinden gelen turizm endüstrisinde çalışan kadınlar	Anket, Gözlem, Derinlemesine görüşme tekniği	Göçmen kadınların çalıştıkları iş kollarının dinamiklerine göre turizmin önemli olduğu ve topluma entegre önemli rol oynadığı saptanmıştır.
Sezen, (2008)	Yüksek Lisans	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Cam tavan sendromunun boyutlarının tespiti, nedenleri ve sonuçlarının incelenmesi	İstanbul'da Faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerde yönetici kadınlar ve erkekler	Anket, Faktör analizi,	Çalışan kadınların çok fazla ailevi sorumluluklar üstlendiği ve bununda kariyerlerine engel teşkil ettiği gözlemlenmiştir.
Dalkıranoglu, (2006)	Yüksek Lisans	Eskişehir Anadolu Üniversitesi	Otel yöneticilerinin cinsiyeti ile cinsiyet ayrımcılığına karşı tutumları arasındaki ilişki incelenmesi	İstanbul'daki 5 yıldızlı otel işletmelerindeki kadın ve erkek departman yöneticileri	Anket, Frekans analizi,	Yöneticinin cinsiyetinin kadın çalışanlara karşı ayrımcı tavrının önleyici, bakiş açısının iyileştirici etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
Elmas, (2002)	Yüksek Lisans	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Turizmde işgücünü oluşturan kadınların sektörün yarattığı iş olanaklarının cinsiyete dayalı işbölümünü güçlendirip güçlendirmede incelenmesi	Kapadokya bölgesinde 20 işyerinde işveren ve çalışan kadın ve erkekler	Kantitatif(nicel) yöntem ve Kalitatif (nitel) yöntem	Turizm sektörünün kadın iş gücü için fırsatları çok olsa da sosyal, kültürel ve ekonomik bağımsızlığın tatmin edici düzeyde olmadığı saptanmıştır.
Akoğlu, (1994)	Doktora	Gazi Üniversitesi	Kadın yöneticilerin konumları, eğitimleri, kariyer engelleri ve yoğunlaştıkları çalışma alanlarının incelenmesi	Konaklama sektöründeki kadın Yöneticiler	Anket, Spearman Korelasyon testi	Kadın yöneticilerin etkinlik ve davranış boyutuna verdiği önemin farklılaştığı, etkinlik algılamaları tercihlerinin benzeştiği belirlenmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde tezlerin yıllara göre dağılımı 2015 yılı itibariyle ivmelenmeye başlamıştır. Ulaşılan tezlerin % 86,96'sının yüksek lisans tezi olduğu, özellikle doktora alanında yapılan çalışmaların oldukça düşük oranda olduğu tespit edilmiştir. Yapılan tez çalışmalarının daha çok bulundukları bölge/kenti kapsayan nitelikte çalışmalar olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7: “Turizm ve Kadın” Konulu Tezlerin Yazarlarının Cinsiyetleri

Kadın Yazarlar		Erkek Yazarlar	
Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
20	%86,96	3	%13,04

Tablo 7 verileri incelendiğinde turizm ve kadın konulu ulusal alanyazında ulaşılan tezlerin büyük bir çoğunluğu (% 86,96) kadın yazarlar tarafından hazırlanmıştır. Turizmde kadın olgusunun tez düzeyinde de yine kadınlar tarafından inceleniyor olması, benzer şekilde makale yazarlarının çoğunun kadın olması gibi dikkat çekicidir.

3.2.3. Kitaplar

Türkiye'de alanyazında “turizm ve kadın” anahtar kelimeleri tarandığında Tablo 8'deki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 8: “Turizm ve Kadın” Konuları Üzerine Yazılan Kitaplar

Yazar/Yıl	Kitabın Adı	Yayın Evi, Basım yeri
Bayram, Bayram, Sürücü (2018)	Turizm ve Kadın	Detay Yayıncılık, Ankara
Çelebi (1997)	Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler	T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara

Araştırma bulgularına göre sadece iki adet kitapta “turizm ve kadın” konuları birlikte ele alınmıştır. İlk kitap 1997 yılında ikinci kitap ise 2018 yılında yayımlanmıştır. Bu durum ulusal alanyazında kitap düzeyinde konunun çok az incelendiğinin göstergesidir.

3.2.4. Bildiriler

Bu çalışma sonucunda ulusal alanyazında turizm ve kadın konulu 14 adet bildiriye ulaşılmıştır. İlk bildiri 2007 yılında yayınlanmıştır. Ulaşılan bildiriler yöntem, alan ve bulgular gibi parametrelere göre sınıflandırılarak Tablo 9’da aktarılmıştır.

Tablo 9: “Turizm ve Kadın” Konuları Üzerine Yapılan Bildiriler

Yazar/Yıl	Araştırma Alanı	Yöntem	Sonuç
Özmen, Bilgin ve Ubbelohde, (2018)	Sakarya ilinde 3,4 ve 5 yıldızlı 18 otel işletmesinde 8 üst düzey kadın yönetici	Yüz yüze görüşme tekniği, Betimsel ve İçerik analizi	Araştırmada erkek yöneticilerin çoğunlukta olduğu, kadınların duygusal zeka empati kurma, gibi özelliklerinin sektörde rekabetçi yapıyı artırdığı tespit edilmiştir.
Akarsu ve Akça, (2017)	Yozgat Bölgesindeki Termal tesisler	İkincil Kaynak	Yozgat bölgesindeki turizm tesislerinin kadınların kullanımına uygun ve gidilecek yerler haline gelmesine katkı sağlanmıştır.
Gül ve Gül, (2017)	Balıkesir’de yiyecek içecek sektöründeki kadın girişimciler	Anket, Frekans Analizi ve T-testi	Kadınların iş kurma sürecinde en çok eşlerinden destek aldıkları ve ekonomik risk algılarının yüksek olduğu saptanmıştır.
Kavak ve Kaygın, (2017)	Kars ili ve Sarıkamış ilçesindeki 4 yıldızlı otellerde görevli çalışanlar	Anket, Faktör analizi, Korelasyon ve Regresyon analizleri	Medeni durumun toplumsal cinsiyet algısı ile anlamlı farklılık oluşturduğu bu durumun da bekarların evlilere oranla toplumsal cinsiyet algılarının yüksekliğinden kaynaklandığı tespit edilmiştir.
Savgın ve Göktürk, (2017)	Burhaniye kırsal alanlarda yiyecek içecek sektöründeki kadın girişimciler	Yüz yüze görüşme, Betimsel analiz	Kadınların mesleki bilgi ve deneyimi olmadığı, kırsal alanda girişimcilikte bulunan kadınlara destek mekanizmalarının ulaşmadığı tespit edilmiştir.
Sürücü, Kargılioğlu ve Ak, (2017)	Beypazarı’ndaki kadınlar	İkincil kaynak	Kadınların üretime katıldıkları, ailelerine mutfak ve el sanatları alanında ekonomik katkı sağladıkları sonucuna varılmıştır.
Tunçsiper, Özkan ve Boz, (2017)	Nusratlı Köyünde Yaşayanlar	Yüz yüze görüşme, Betimsel Analiz	Kırsal turizm faaliyeti ekonomik katkı sağlamış ve girişimcilik yönleri ortaya çıkmıştır. Farklı ürünler üretme istekleri doğmuş ve kendilerine güvenleri artmıştır.
Kanten, Yeşiltaş ve Akdağ, (2014)	Antalya’daki 5 yıldızlı 4 otel	Korelasyon ve Regresyon analizi	İş- aile, çevre ve cinsiyet ayrımcılığından dolayı kadınların mutluluk düzeyleri ve kariyer motivasyonlarının olumsuz etkilendiği belirlenmiştir.
Şahin, Sönmez, Kazoğlu, Saygı, (2014)	Antalya il ve ilçelerinde 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan kadınlar	Anket, Faktör analizi, T-testi	İş hayatında cinsiyet ayrımcılığına maruz kalan kadınların kariyer beklentileri düşmekte, kariyerlerini sonlandırma eğilimleri artmaktadır.
Güçer, Yayla ve Koç, (2013)	Ankara il sınırı TÜİK 2011 verileri	Anket, T-testi, ANOVA	Turizm faaliyetleri cinsiyet kimliği açısından, feminen ve maskülen mesajlar barındıran reklam yapan işletmelerle göre hedef kitlenin belirlendiği görülmüştür.
Ülkü, Erol ve Köroğlu, (2013)	İstanbul çıkışlı paket turları satın almış kadın tüketiciler	Anket, Tek yönlü varyans analizi ve T-testi	Kadın tüketicilerin medeni hal ve çocuk sahibi olma durumlarının ürün satın alırken etkili olduğu saptanmıştır.
Tosun, Bilim, Cihangir, Gökçe ve Kocabozdoğan, (2011)	İskenderun’daki kadınlar	Anket	Kadınların turizm sektöründe çalışmaya çok olumlu baktıkları görülmüştür.
Tosun, Gökçe, Bilim, Kocabozdoğan Çalkın, Babat, (2011)	Samandağ’daki kursiyerler	Anket	Kursiyerlerin turizm sektörüne ve sektörde çalışmaya çok olumlu baktıkları, turizmi uzun yıllar çalışabilecekleri bir sektör olarak gördükleri tespit edilmiştir.
Aydın, Özkul, Tandoğan ve Şahin, (2007)	Otel işletmelerinde orta ve üst kademe kadın yöneticiler	Anket, ANOVA	Otel işletmelerindeki kadınların ciddi bir cam tavan ile karşı karşıya oldukları gözlemlenmiştir.

Ulaşılan bildirilerin yarısında nitel, diğer yarısında ise nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmaların sadece iki tanesi ikincil kaynaklar kullanılarak yapılan literatür araştırmasını kapsamaktadır. Bildirilerde genellikle turizm sektöründeki kadınların sorunları işletmeler ve kentler bazında ele alınmıştır. Bulgulardan elde edilen

sonuçlar, kadınların turizm sektöründe çalışmanın avantaj ve dezavantajlarının farkında olduklarını göstermektedir. Kadınların cinsiyet ayrımcılığı yaşadıkları, cam tavan engeline maruz kaldıkları, yönetim kademelerinde yeterince yer almadıkları gibi olumsuz unsurların yanı sıra sektörün girişimcilik yönlerini ortaya çıkarması ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı yapması gibi olumlu yansımaları olduğu da belirlenmiştir.

4. Sonuç

Bir sektöre ait performansın etkin değerlendirilebilmesi için mikro ve makro bazlı analiz yapılması önemlidir (Bustillo, Fernandez-Macias, Anton ve Esteve, 2011:448). Bilim dallarının mevcut durumlarının belirlenmesinde önemli rol oynayan bibliyometrik çalışmalar, araştırmacılara söz konusu alanlara ilişkin kapsamlı bilgi sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışma; “turizm ve kadın” olgularını birlikte ele alan ulusal çalışmaların bibliyometrik analiz ile incelenmesini amaçlamıştır. Turizm sektöründe kadın işgücünün fazla olması ve turizmin “emek-yoğun” olduğu kadar “kadın-yoğun” iş alanı özelliği taşıması çalışma alanını seçme konusunda etkili olmuştur. Çalışmanın “turizm ve kadın” konusunda alanyazına katkı sağlaması ve gelecek araştırmalar için bir kaynak niteliği taşıması hedeflenmiştir.

Çalışma kapsamında yapılan bibliyometrik araştırma sonucu ulusal alanyazın veri tabanlarında yayınlanmış çalışmalar tez, makale, bildiri ve kitap başlıkları altında incelenmiş, 85 akademik çalışmaya ulaşılmıştır. Araştırma bulguları “turizm ve kadın” konuları birlikteliğinin özellikle 2016 yılından itibaren ivme kazandığını göstermektedir. Turizm ile Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Çalışmaları Anabilim Dalları YÖK nezninde doçentlik alanı olarak kabul edilmektedir. Bu durum son dönemlerde bu konulara yönelik gerçekleştirilen akademik çalışmaların sayısının artmasını açıklamaktadır.

Araştırmada elde edilen önemli bulgulardan biri; ulusal düzeyde “turizm ve kadın” olgularını kapsayan bilimsel çalışma sayısının turizm sektöründeki diğer alanlara (girişimcilik, kırsal turizm vb) kıyasla az olduğudur. Ancak kadınların yoğun ve aktif olarak rol aldıkları turizm sektöründe kadın çalışanların sorunlarını ortaya koyan ve çözüm önerileri sunan akademik çalışmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Buna rağmen uluslararası alanyazında turizm ve kadın konularını kapsayan teorik açıdan daha geniş bir literatür mevcuttur.

Bibliyometrik analiz bulgularına göre elde edilen çalışmaların; turizmde kadın işgücünün yüksek olduğu ancak kadınların erkeklerden daha alt pozisyonlarda istihdam edildikleri, daha düşük ücrete maruz kaldıkları, kadın yönetici oranının yetersiz olduğu, kadınların genellikle kat hizmetlerinde istihdam edildiği ve kırsal turizmde kadın girişimciliğinin daha yüksek olduğu şeklinde yoğunlaştığı görülmüştür. Elde edilen çalışmalar öncelikle kadın girişimciliği, daha sonra cinsiyet ayrımcılığı ve cam tavan sendromu konularını kapsamaktadır. Buna ilaveten çalışmalarda; turizm sektöründeki kadınların cinsiyet ayrımcılığı yaşamalarının performanslarını olumsuz etkilediği, performansları ve demografik özellikleri arasında ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda “turizm ve kadın” konularını kapsayan en fazla sayıdaki akademik çalışma türünün makale ve ardından lisans üstü tezler olduğu görülmüştür. Lisans üstü çalışma olarak yüksek lisans düzeyinde üretilen tez sayısı daha fazla olmasına rağmen özellikle doktora düzeyinde çalışma sayısının düşük olması nedeni ile yazılacak yeni doktora tezlerinin alanyazına ciddi katkı yapacağı düşünülmektedir. Makale ve tezlerin yazarlarının cinsiyetlerine yönelik bir projeksiyon; turizm alanyazınında kadın olgusunun çoğunlukla kadın yazarlar tarafından ele alındığını göstermektedir. Makalelerin büyük çoğunluğu (% 65,22) çoklu yazarlı çalışmalardır. Bu

araştırma kapsamında konu ile ilgili Türkiye’de yayınlanan kitap sayısının sadece 2 adet olması ulusal kitap açısından eksiklik olarak değerlendirilebilir. Araştırmada kitap bölümleri kapsam dışı tutulmuştur. Akademik süreli yayınlarda, özel olarak “turizm ve kadın” konulu dergilere rastlanılmamıştır. Bu alandaki çalışmaların çoğunlukla genel turizm konulu dergilerde yayımlandığı tespit edilmiştir. Ulaşılan çalışmalarda sıklıkla nicel, ardından ise nitel araştırma yöntemlerini kapsadığı belirlenmiştir. Az sayıda çalışma ikincil kaynak kullanılarak yapılan literatür taramasını ve Swot analizini içermektedir. Çalışmaların büyük çoğunluğunda veri toplama yöntemlerinden anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen çalışmalarının sıklıkla yazar/yazarların bulundukları bölge/kenti kapsayan nitelikte çalışmalar olduğu belirlenmiştir. Araştırma neticesinde elde edilen ulusal düzeyde yazılmış makalelerin %56,52’sinde ağırlıklı olarak yabancı kaynaklar kullanılmıştır.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar söz konusudur. İlk olarak çalışma; zaman açısından sınırlandırılmış ve 2019 yılının Nisan-Mayıs-Haziran aylarında gerçekleştirilmiştir. İkinci olarak çalışma kaynaklara erişebilirlik açısından sınırlandırılmış, örneklem sadece çevrimiçi erişimi sağlanabilen ve ulusal veri tabanlarında yayınlanan akademik kaynaklardan faydalanılarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın, turizm sektöründeki kadınları inceleyen araştırmalar açısından veri olduğu düşünülmektedir. Buna ilaveten çalışma araştırmacılara ve sektöre yönelik birtakım önerileri de beraberinde getirmektedir. Alanyazın taraması sonucunda turizm sektöründe önemli yeri olan kadınlar için ulusal düzeyde “turizm ve kadın” konularını birlikte ele alan bilimsel çalışmaların çok fazla olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda “turizm ve kadın” konularında yapılacak araştırmaların çeşitlendirilmesi ve artırılması alanyazını güçlendirecektir. Gelecek çalışmaların ulusal ve uluslararası tüm kaynakları dahil edecek şekilde genişletilmesi karşılaştırma imkanı sunabilir. Çalışma turizm sektöründe çalışan kadınların mevcut durumunu, sorunlarını ve cinsiyet ayrımcılığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda sektörde kadınların yaşadıkları sorunları çözmek, cinsiyet ayrımcılığını giderebilmek, eşit işe eşit ücret alabilmelerini sağlamak, terfi olanaklarını geliştirmek vb konularda üretilecek politikalara rehber niteliğindedir. Turizmde yaşanan cinsiyet eşitsizliğini gidermek için eğitim, araştırma ve politikalarda toplumsal cinsiyet eşitliği temelli yaklaşım gerekli görülmektedir.

5. Kaynakça

- Akarsu Höbek, R. ve Akça Kılıç, N. (2017), 'Yozgat Bölgesinde Termal Turizm ve Kadın', *II. Uluslararası Bozok Sempozyumu Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri Sorunları Bildiri Kitabı*, ss.148-156.
- Akbayırılı Kozan, Y. G. (2016), Kadın Turizm Akademisyenlerinin İşyeri Arkadaşlıklarının Örgüt İklimi Ekseninde Analizi, *Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akoğlu, M. (1994), Konaklama Sektöründe Kadın Yöneticilerin Yönetsel Davranışları ile Etkinlik Algılamaları İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akoğlu, M. (1994), 'Turizm Sektöründe Yönetici Kadınlar', *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), ss.48-49.
- Akoğlu Kozak, M. (1996). 'Konaklama Endüstrisinde Kadının Konumu', *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), ss.16-23.
- Akoğlu Kozak M. (1997), 'Konaklama Endüstrisinde Kadın Yöneticilerin Yönetsel Davranışları ve Etkinlik Algılamalarının Analizi', *TÜGEV Turizmde Seçme Makaleler*:27, ss.1-27, İstanbul.

- Akoğlu, M. (2001), 'Türkiye’de Konaklama Sektöründe Çalışan Kadınların Tükenmişlik Durumları Üzerine Bir Araştırma', *Turizm Akademik Dergisi*, 1(12).
- Altındal, Y. (2016), Türkiye’de Turizm Sektöründe Kadın Girişimciliğinin Gelişiminin İncelenmesi: Batı Akdeniz Bölgesi-Güney Ege Bölgesi Karşılaştırması, *Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Altındal, Y. ve Gül Sallan, S. (2016), 'Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Risk Alma Deneyimleri', *Toplum ve Demokrasi*, 10(21), ss.115-131.
- Anafarta, N., Sarvan, F. ve Yapıcı, N. (2008), 'Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma', *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 15, ss.111-137.
- Arzjani, Z. ve Rahiminezhad, V. (2011), 'Rural Women and Their Roles in Tourism', *International Journal of Bio-Resource & Stress Management*, 2 (1), ss.1-4.
- Arlı, E. (2013), 'Deniz Turizm Sektöründe Algılanan Cinsiyet Ayrımcılığı ve Cinsiyet Önyargısı: Karamürsel Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma', *Çalışma ve Toplum*, 2013/3.
- Arıca, R. (2014), 'Seyahat İşletmeciliği Literatürünün Gelişim Süreci: Türkiye’de Hazırlanan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Olarak İncelenmesi', *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, Kuşadası, Aydın, 04-05 Nisan ss: 446-462.
- Avcı, N. (2018), Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Karşılaştıkları Engeller ve Bu Engellere Yönelik Algıları, *Yüksek Lisans Tezi*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Aydın, B. (2017), 'Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi', *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2 (1), ss.23-38.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017), 'Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği', *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), ss.413-427.
- Aydın, Ş., Özkul, E., Tandoğan Karakaş, G. ve Şahin, N. (2007), 'Otel İşletmelerinde Kadınların Üst ve Tepe Yönetime Yükseltilmesinde Cam Tavan Etkisi Üzerine Bir Araştırma', *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 25-27 Mayıs 2007, Sakarya.
- Bao, J. (2002), 'Tourism Geography As The Subject Of Doctoral Dissertations In China, 1989-2000', *Tourism Geographies*, 4 (2), ss.148-152.
- Başaran, M. ve Ateş, A. (2019), 'Kırsal Kalkınmanın Sağlanmasında Kadın İstihdamı: Afyonkarahisar Gazlıgöl Termal Turizm Bölgesi Araştırması', *Journal of YasarUniversity*, 14(54), ss.87-95.
- Başaran, M. (2019), Kırsal Kalkınma Bölgelerinde Kadın İstihdamı: Afyokarahisar Gazlıgöl Termal Turizm Bölgesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Bayram Erkol, G. (2018), 'Kadın Girişimciler ve Turizm: Mevcut Durum ve Sorunlar Üzerine Sinop İlinde Bir Araştırma', *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), ss.56-88.
- Bayram Erkol G., Bayram T. A., ve Sürücü Altunöz Ö. (2018), *Turizm ve Kadın*, Ankara:Detay Yayıncılık.
- Bıyıklı, S. (2015), Turizm Sektöründe Kadın İstihdamının Önemi ve Karşılaşılan Sorunlara Yönelik Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Erzurum.
- Boyacıoğlu, Z. E. (2014), 'Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği', *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(2), ss.82-90.
- Bozok, D., Kılıç, S.N., ve Özdemir, S.S. (2017), 'Turizm Literatüründe Kırsal Turizmin Bibliyometrik Analizi', *Journal of Human Sciences*, 14(1), ss.187-202.
- Broadus, R. N. (1987), 'Toward A Definition Of "Bibliometrics"', *Scientometrics*, 12 (5-6), ss.373-379.

- Bustillo, M., Fernández-Macías, E., Antón, J. I. ve Esteve, F. (2011). Measuring more than money: The social economics of job quality, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK.
- Cave, P. ve Kılıç, S. (2010). The Role of Women in Tourism Employment with Special Reference to Antalya, Turkey, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (3): 280-292.
- Cheng, C., Li, X., Petrick, J. F., ve O'Leary, J. T. (2011), 'An Examination Of Tourism Journal Development', *Tourism Management*, 32, ss. 53-61.
- Ciğer, A. ve Uyar, F. G. (2016), 'Konaklama İşletmelerinde Kadın Muhasebecilerin Cam Tavan Algısına Yönelik Bir Araştırma: Antalya İli Örneği', *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), ss.43-58.
- Coşar, Y. (2017), 'Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Kadın Emeğinin Rolü', *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(38), ss.115-138.
- Cukier, J. Norris, J. ve Wall G. (1996), 'The Involvement of Women in the Tourism Industry of Bali Indonesia', *Journal of Development Studies*, 33 (2), ss.248-271.
- Çakıcı, C., Yıldırım, O. ve Karacaoğlu, S. (2013), 'Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili', *14. Ulusal Turizm Kongresi*, Kayseri, 05-08 Aralık, ss. 1429-1447.
- Çakır, G. P. Barakazı, ve M. Barakazı, E. (2017), 'Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Karşılaştığı Sorunları Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma', *The Journal of Academic Social Science Studies*, 61, ss.461-674.
- Çamlıbel, Z. (2010), İş Güçlüğü ve İş Değiştirme Niyeti İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Kadın Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çiçen, C. (2019), Turizm Sektöründe Kadın İşgücünün Performansının İncelenmesi: Edirne İli Konaklama İşletmeleri Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Çiçek D. ve Kozak N. (2012), 'Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili', *Türk Kütüphaneciliği*, 26, 4, ss.734-756.
- Çiçek, D., Zencir, E. ve Kozak, N. (2017), 'Women in Turkish Tourism', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, ss.228-234.
- Çelebi, N. (1997), *Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler*, Ankara:T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları GM.
- Çelik, M. ve Şahingöz Akar, S. (2018), 'İş Yaşamında Cinsiyet Ayrımcılığı: Kadın Aşçıları Örneği', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), ss. 370-383.
- Dalkıranoglu, T. (2006), Çalışma Yaşamında Kadın İşgücü ve Cinsiyet Ayrımcılığı: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dalkıranoglu, T. ve Çetinel, G. F. (2008), 'Konaklama İşletmelerinde Kadın ve Erkek Yöneticilerin Cinsiyet Ayrımcılığına Karşı Tutumlarının Karşılaştırılması', *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, ss.277-297.
- Demir, M. (2011), 'İş yaşamında ayrımcılık: Turizm sektörü örneği', *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), ss.761-784, Erişim: <http://www.insanbilimleri.com>.
- Demirbulat, Ö. G. ve Dinç, N.T. (2017), 'Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili', *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), ss.20-30.
- Demirel, H. Z. ve Perçin Şahin, N. (2018), 'Otel İşletmelerindeki Kadın Yöneticilerin Kariyer Engellerinin Kariyer Geliştirme Stratejileri Üzerine Etkisi', *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(57), ss. 546-557.
- Demirkol, Ş., Fidan, F. ve Pelit, E. (2004), 'Turizm Sektöründeki Bayan İşgörenlerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Otel İşletmelerinde Bir Uygulama', *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(8), ss.71-88.

- Demirer, F. S. (2018), Örgüt Kültürü ve Örgütsel Destek Algısının Cam Tavan Engeli ile İlişkisi: İstanbul Turizm Sektörü Kadın Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Diodato, V. P. (1994), 'Dictionary of Bibliometrics', USA: The Hawthorne Press.
- Diker, O., Taşpınar, O. ve Soylu, Y. (2017), 'İstanbul/Beyoğlu-Taksim Bölgesindeki 4-5 Yıldızlı Otel Mutfak Personelinin Çelişki Duygulu Cinsiyetçilik Düzeyleri ile Kadın Çalışanlara Yönelik Tutumları İlişkisinin İncelenmesi', *Journal of Life Economics*, 4(4), ss.125-142.
- Dinçer İstanbullu, F., Akova, O., Ertuğral Muğan, S. ve Çifçi Aydoğan, M. (2016), 'Türkiye'de Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: İmkanlar ve Engeller', *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*, 1, ss.379-395.
- El-Sherif İbrahim, N. S., Pritchard, A. ve Jones, E. (2007), '(Un)veiling Women's Employment in the Egyptian Travel Business', İçinde Pritchard, A., Morgan, N. Ateljevic, I., Harris, C. (edt.) *Tourism and Gender: Embodiment, Sensuality and Experience*, Wallingford: CABI, 290-301.
- Elmas, Ş. (2002), Turizm Sektöründe Ücretli ve Ücretsiz Kadın İşgücü: Kapadokya Bölgesi, Nevşehir-Avanos-Ürgüp, *Yüksek lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Ertaş, Ç. (2018). 'Otellerde Çalışan Erkeklerin Kadınların Çalışmasına Karşı Tutumu: Erilliğin Etkisi', *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), ss.625-645.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012), 'Türkiye'de 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi', VI. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı*, ss.250-267, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fidan, D. (2015), Yönetimde Cinsiyet Farkları Kariyer Öncelikleri ve İş Koşullarına Duyarlılık: Turizm Sektöründe Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Fidan, F. ve Nam, D. (2012), Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler-Taraklı Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), ss.51-57.
- Gebelek, G. (2008), The New International Migration From a Gender Perspective: Study of Post-Soviet 'Servants of Tourism' in Antalya, *Yüksek Lisans Tezi, Koç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Ghodsee, K. (2005), *The Red Riviera: Gender, Tourism, and Post socialism on the Black Sea*, Durham, NC: Duke University Press.
- Güçer, E., Keleş, Y., Demirdağ, A.Ş. ve Çelikkanat, N. (2018), 'Kadın İşgörenlerin Karşılaştığı Sorunların Örgütsel Sessizlikleri Üzerindeki Etkisi: Bodrum'daki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma', *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), ss.1-18.
- Gökmen Ekiz, Ç. (2011), 'Türk Turizminin Yabancı Gelinleri: Marmaris Yöresinde Turizm Sektöründe Çalışan Göçmen Kadınlar', *Çalışma ve Toplum*, 1(28), ss. 201-231.
- Güçer, E., Yayla, Ö. ve Koç, B. (2013), 'Konaklama İşletmelerinin Seçiminde Biyolojik Cinsiyete ve Cinsiyet Kimliğine Dayalı Reklam Etkisi', 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık, Kayseri, ss.858-869.
- Gül, M. ve Gül, K. (2017), 'Yiyecek-İçecek Sektöründe KOSGEB Kredi Desteğinin Kadın Girişimcilerin Ekonomik Risk Algısına Etkisi', 8. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Balıkesir, ss.583-597.
- Gül, M. ve Gül, K. (2018), 'Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili', *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* ISSN: 2146-0078, 8(2), ss. 56-62.
- Güleç, M. (2015), Kadın Çalışanlarda Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Vatandaşlığa Etkileri Kuşadası 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

- Güler, Y. (2017), Turizm Ürününün Korunmasında Kadınların Rolü: Cittaslow Seferihisar Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güzel, B. (2009), Kadın Çalışanların Kariyer Engellerinin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Doktora Tezi*, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.
- Hall, C. M. (2011), 'Publish And Perish? Bibliometric Analysis Journal Ranking and The Assessment of Research Quality in Tourism', *Tourism Management*, 32, ss. 16-27.
- Huang, S. ve Hsu, C.H. C. (2008), 'Recent Tourism and Hospitality Research in China', *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9 (3), ss. 267-287.
- Hussain, A., Fatima, N. ve Kumar, D. (2011), 'Bibliometric Analysis Of The 'Electronic Library' Journal (2000-2010)', *Webology*, 8(1), ss.1-11.
- Işık, C., Tırak, L. ve Işık, Z. (2016), 'Potansiyel Kadın Turizmcilerin Girişimcilik ve İnovasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi', *İstanbul Arel Üniversitesi İktisadi-İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), ss. 31-44.
- Işık, Z., Çetinkaya, N. ve Işık, F.M. (2017), 'Mutluluğun İş Tatmini Üzerindeki Rolü: Erzurum İli Palandöken Kış Turizm Merkezinde Yer Alan Konaklama İşletmelerindeki Kadın Çalışanlar Üzerine Bir Uygulama', *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), ss.457-471.
- Işık, C., Günlü Küçükaltan, E., Kaygalak Çelebi, S., Çalkın, Ö. Enser, İ. ve Çelik, A. (2019), 'Turizm ve Girişimcilik Alanında Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi', *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), ss.119-149.
- Jordan, F. (1997), An Occupational Hazard? Sex Segregation in Tourism Employment, *Tourism Management* 18 (8), ss.525-534.
- Jogaratham, G. McCleary, K. W, Mena, M. M. ve EunYoo, J. J. (2005), 'An Analysis Of Hospitality and Tourism Research: Institutional Contributions', *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (3), ss.356-371.
- Jucan, M. S. ve Jucan, C. N. (2013), Gender Trends in Tourism Destination, *Social and Behavioral Sciences*, 92, ss.437 – 444.
- Kanten, P., Yeşiltaş, M. ve Akdağ, G. (2014), 'Kariyer Engellerinin Mutluluk Üzerindeki Etkisinde Kariyer Motivasyonunun Rolü: Otel İşletmelerinde Kadın İşgörenler Üzerine Bir Uygulama', *15. Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Kasım, Ankara*, ss.411-430.
- Kavak, O. Kaygın, E. (2017), 'Toplumsal Cinsiyet Algısı İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Turizm Sektörü Açısından İncelenmesi', *Iwact'17 International West Asia Congress of Tourism Research*, 28 Sept-01Oct, Bildiri Kitabı, Van-Turkey, ss.436-450.
- Kaya, Ş. (2017), 'Turizm'de Kadın Emeği', *Karatahta İş Yazıları Dergisi*, 9, ss.1-22.
- Kayabaşı Torun, E. (2017), 'Kırsal Turizmde Kadınların Rolü ve Önemi', *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(12), ss.252-261.
- Kaya, İ. ve Topbaş, F. (2019), 'Turizm Sektöründe Cinsiyete Dayalı Ücret Ayrımcılığı', *İzmir Democracy University Social Sciences Journal*, 2 (1), ss.74-87.
- Karakaş, A. ve Gökmen, G. (2016), 'Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Profiline İncelenmesi', *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(3), ss.18-25.
- Korkmaz, M., Özkök, F. ve Uluocak, Ş. (2019), 'Yerel Halkın Kadın Turistlere Yönelik Bakış Açısının Toplumsal Cinsiyet Rollerine Eşitliği ve Yaşam Değerleri Bağlamında İncelenmesi:Gökçeada Örneği', *Journal of Life Economics*, 6(1), ss.35-60.
- Koutsou, S., Notta, O., Samathrakís, V. ve Partalídou, M. (2009), 'Women's Entrepreneurship and Rural Tourism in Greece: Private Enterprises and Cooperatives', *South European Society and Politics*, 14, ss.191-209.
- Kozak, N. (1994), 'Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (Aralık), ss.22-33.

- Kozak, N. (1995), 'Türkiye’de Yayımlanan Turizm Konulu Makaleler Üzerine Bir İnceleme', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), ss.62-72.
- Kozak, N. (2000), 'Türkiye’de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme', *DAÜ: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), ss.15-55.
- Kozan, G.Y., Özdemir, S. S. ve Günlü, E. (2014), 'Turizm Yazınında Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi', *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2), ss.115-129.
- Köse, Z. (2014), Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği: Beypazarı Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mayuk, A. (2013), Çalışma Yaşamında Kadın ve Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerde Cam Tavan Sendromunu Önlemeye Yönelik Stratejiler: İstanbul Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- McKercher, Law, R. ve Lam, T. (2006), 'Rating Tourism And Hospitality Journals', *Tourism Management*, 27, ss.1235-1252.
- Neziroğlu, S. (2018), Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Turizm Haberleri Üzerine Bir İnceleme, *Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Oktik, N. (2001), 'Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri', *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 4.
- Öktem, Ş., Kubat, G. ve Kızıltan, B. (2018), 'Otel İşletmelerinde Kadın İşgören Davranışlarını Etkileyen Algılara İlişkin Bir Araştırma', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), ss.197-208.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012), 'Turizm Pazarlaması Alanındaki Makalelerin Bibliyometrik Profili (2000-2011) ve Bradford Yasası', *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı*, ss.423-433. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özmen, K., Bilgin, Ö.E. ve Ubbelohde, G. (2018), 'Otel İşletmelerinde Kadın Yönetici Olmak: Sakarya İli Örneği', *1.Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Konferansı*, 01-03 Kasım, Sapanca, ss.145-161.
- Özgüven, E. (2017), Kadının Çalışmasına Yönelik Tutumda ve Sosyal Kaytarma Davranışında Dindarlık Düzeyinin Etkisi: Otel Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Palmer, A. L., Sese, A. ve Montano, J.J. (2005), 'Tourism and Statistics: Bibliometric Study 1998-2002', *Annals of Tourism Research*, 32 (1), ss.167-178.
- Pelit, E., Güçer, E. ve Demirdağ, A. Ş. (2016), 'Kadın İş Görenlerin Karşılaştığı Sorunların İş Bırakma Eğilimlerine Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma', *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), ss.43-65.
- Pritchard, A. (1969), 'Statistical Bibliography or Bibliometrics?', *Journal of Documentation*, 25, ss.348-349.
- Pritchard, A. (2014), The Wiley Blackwell Companion to Tourism, “Gender and Feminist Perspectives in Tourism Research” Chapter 25, Edited by Alan A. Lew, C. Michael Hall, and Allan M. Williams, First Edition, John Wiley & Sons,
- Ryan, C. (2005), 'The Ranking and Rating of Academics and Journals in Tourism Research', *Tourism Management*, 26, ss.657–662.
- Savgın, C. E. ve Göktürk Bostan, T. (2017), 'Kırsal Alanlarda Kadın Girişimcilerin Sorunlarının İncelenmesi: Yiyecek İçecek Sektörüne Yönelik Bir Araştırma', *8. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Balıkesir, ss.1092-1107.
- Serinikli, N. (2019), 'Kırsal Alandaki Mikro Kadın Girişimcilerin Kooperatifleşmeye Karşı Tutumları: Agro-Turizm Kadın Kooperatifleri', *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 14(1), ss.45-57.

- Sezen, B. (2008), Örgütlerde Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Cam Tavan Engeli: Orta ve Büyük Ölçekli Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Singh, N. Hu, C. ve Roehl, W.S. (2007), 'Text Mining A Decade Of Progress In Hospitality Human Resource Management Research: Identifying Emerging Thematic Development', *International Journal of Hospitality Management*, 26, ss.131-147.
- Sökmen, A. ve Şahingöz Akar, S. (2017), 'Kadın Çalışanlarda Cam Tavan Yansıtıcılarından Kurum İkliminin, Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma', *İşletme Araştırma Dergisi*, 9(1), ss.113-133.
- Sürücü Altunöz, Ö., Kargiglioğlu, Ş. ve Ak, S. (2017), 'Kırsal Turizmde Geleneksel Kültürün Yansıtılması ve Kadın İstihdamı: Beypazarı Örneği', 1. *International Sustainable Tourism Congress*, November 23-25, ss.550-565.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2015), 'Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri)', *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (34), ss.213-234.
- Şahin, B., Sönmez, B., Kazoğlu, H. İ. ve Saygı, C. A. (2014), 'Kadın İşgörenlerde Algılanan Kariyer Engelleri ve Kariyer Sonlandırma Eğilimi İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma', 15. *Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım, Ankara, ss.445-461.
- Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018), 'Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dallarında Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Analizi', *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), ss.30-41.
- Şimşek, Ş. M., Özgener, Ş. ve İlhan, İ. (2017), 'Turizm Sektöründeki Kadın Girişimciler ve Yöneticiler Açısından Otantik Liderliğin Sosyal Tembellik Üzerindeki Etkileri: Yaşam Tatmininin Düzenleyici Rolü', *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), ss.88-109.
- Temizkan, P. Çiçek, D. ve Özdemir, C. (2015), Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili, *International Journal of Human Sciences*, 12 (2), ss.394-415.
- TOBB Turizm Sektör Meclisi, (2016), *Turizm Raporu 2016*, (Erişim 24.07.2019).
- Tosun, C., Bilim, Y., Cihangir, S. İ., Gökçe, F. ve Kocabozdoğan, K. (2011), 'Bölgesel Kalkınmada AB Destekli Turizm Eğitim Projeleri: Turizm Sektöründe Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi (TUSKİP)', 1. *Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu*, 29 Eylül-1 Ekim .
- Tosun, C., Gökçe, F., Bilim, Y., Kocabozdoğan, K., Çalkın, Ç. ve Babat, D. (2011), 'AB Destekli Turizm Eğitim Projeleri Samandağ Turizm Sektöründe Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi SAKİP', 1. *Uluslararası IV. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu*, 1-4 Aralık, Eğirdir, Isparta, ss.651-660.
- Tuncel, I. (2009), Turizm Haberlerinde Yabancı Uyruklu Kadınların Temsili, *Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tuncel, I. (2011), 'Turizmin Cinsiyeti Ya Da Kadın Gölgesinde Turizm', *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2, ss.140-164.
- Tunçsiper, B., Özkan, Ç. ve Boz, M. (2017), 'Kırsal Turizm ve Kadın Girişimciler: Nusratlı Köyü Örneği', 8. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Balıkesir, ss.77-85.
- TÜİK (2019), İşgücü İstatistikleri Haber Bülteni, Sayı: 30688, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30688>.
- Tükeltürk Aydın, Ş. ve Perçin Şahin, N. (2008), 'Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırmaya Yönelik Stratejiler', *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), ss.113-128.
- Tümen, C. B. (2009), Turizm Sektöründe Kadın İstihdamının Özellikleri ve Karşılaşılan Sorunlar, *Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Türker, N. (1997), 'Konaklama İşletmelerinde Cinsel Taciz ve Cinsiyet Ayrımı', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), ss. 74-76.
- Türktaş, G. ve Kozak, N. (2012), 'Turizm Yıllığı'nın Bibliyometrik Profili. VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı, ss.567-584, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uçar, N. (2012), 'Kırsal Alanda Turizmle Modernleşen Kadın', *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), ss.111-115.
- UNDP Human Development Report, (2010), UNESCO Education for All Global Monitoring Report.
- UNWTO (2019), Gobal Report on Women and Tourism, Second Edition, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420384>.
- Uğuz Çelik, S. ve Topbaş, F. (2014), 'Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Emeği: Turizm Sektörüne Betimsel Bir Yaklaşım', *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(7), ss.487-509.
- Uğuz Çelik, S. ve Topbaş, F. (2016), 'Turizmde Kadın İstihdamı ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz', *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), ss.62-78.
- Ülkü, A., Erol, G. ve Köroğlu, A. (2013), 'Kadın Tüketicilerin Turistik Ürün Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler', 14. Ulusal Turizm Kongresi, 5-8 Aralık, Kayseri, ss.839-857.
- Ülkü, A. ve Köroğlu, A. (2014), 'Kadın Tüketicilerin Turistik Ürün Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler', *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(3), ss.1-11.
- Ünlüöner K. ve Şahin S. Z.(2011), 'Turizmde İstihdam', *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), ss.1-25.
- Women First (2010), The Case for Change: WomenWorking in Hospitality, Leisure, Travel and Tourism, Women1st _ Case _ For _ Change _ Executive _ Summary _ November2010.
- Yalçın, H. (2010), 'Millî Folklor Dergisi'nin Bibliyometrik Profili (2007-2009)', *Millî Folklor*, 22(85), ss.205-211.
- Yılmaz, G. (2017), 'Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı İle İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma', *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6 (1), ss.24-39.
- Yirik, Ş. ve Yıldırım Ilgaz, B. (2014), 'Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerlerinin Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Antalya İli Örneği', *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26), ss.361-378.
- Yirik, Ş. ve Yıldırım Ilgaz, B. (2014), 'Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerleriyle Risk ve Belirsizlik Algıları Arasındaki İlişkilerin Alan Araştırması İle İncelenmesi: Antalya Örneği', *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), ss.97-111.
- Yüncü Karadeniz, D. ve Kozak, N. (2012), 'Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İşbirliğinin Sosyal Ağ Analiz İle İncelenmesi', VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı, ss.642-661, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zencir, E. ve Kozak, N. (2012), 'Sosyal Bilimler Enstitü Dergileri'nde Yayımlanan Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Profili (2000-2010)', VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı, ss.673-685, Ankara: Detay Yayıncılık.

Profesyonel Turist Rehberlerinde Stres Yönetimi ve Psikolojik Dayanıklılığın Ölçülmesi

The Assessment of Stres Management and Psychological Hardiness of Professional Tourist Guides

Arş. Gör. Zehra SALTİK 
İstanbul Bilgi Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
E-posta: zehra.saltik@bilgi.edu.tr

Prof.Dr. İsmail KIZILIRMAK 
İstanbul Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
E-posta: ikizilirmak@yahoo.com

Öz

Turist rehberliği, bilinen en eski mesleklerden biridir. Turist rehberleri, satın alınan turun önemli bir bileşeni olup, turun niteliğini önemli ölçüde etkilemektedir. Turist rehberi, turu başından sonuna kadar etkili bir şekilde yöneten kişidir. Ancak turist rehberliği meslek olarak hak ettiği değeri görememiş, mesleğin rolleri ve ücretleri çoğu zaman ihmal edilmiştir. Bu da, turist rehberlerinin yaşadıkları zorluklarla nasıl başa çıktıkları, yani yaşadıkları stresi nasıl yönettikleri sorusuna yanıt vermeyi önemli hale getirmektedir. Bu çalışma, rehberlerin stresi yönetme biçimlerini ve psikolojik dayanıklılık düzeylerini belirleyerek, bu kavramlar arasındaki ilişki ve etkileşimi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın evreni, Türkiye genelinde aktif olarak faaliyet gösteren kokartlı turist rehberlerinden oluşmaktadır. Çalışmanın örneklemini, % 5 güvenirlilik aralığı temel alınarak 370 kişi olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada, elde edilen verilerin analizi korelasyon ve regresyon kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Buna göre, psikolojik dayanıklılık boyutları ile stres yönetimine ait aktif planlama boyutu arasında bir ilişki belirlenirken; psikolojik dayanıklılığın stres yönetimi üzerinde herhangi bir etkisi bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Stres, Stres Yönetimi, Psikolojik Dayanıklılık, Kokartlı Turist Rehberleri.

Abstract

Tourist guiding is one of the known oldest profession. Tourist guides are both the most important component of the purchased tour and factor that considerably affect quality of the tour. A tourist guide is the one who effectively manage the tour from beginning to the end. Yet, tourist guiding, as a profession, has not got the value that it deserves and the roles and wages of the profession has mostly been neglected. This makes important to answer the question that how tourist guides overcome these challenges and manage the stress they live. This research aims to both determine the level of psychological hardiness and the ways to manage stress of tourists guides and reveal the relationship and interaction between the two variables. The population is made up of licensed tourist guides operating around Turkey. The sample was calculated as 370 people based on 5 per cent of confidence interval. Thus, stress management and psychological hardiness have been handled in terms of tourist guides and the data was concluded with correlaion and regression analysis method. According to the findings of analysis, while a relationship was determined between active planning (sub-dimension of stress management) and psychological hardiness; not any effect of psychological hardiness was found on stress management.

Key Words: Stress, Stress Management, Psychological Hardiness, Licensed Tourist Guides.

1. Giriş

Bireyler üzerindeki olası etkileri birbirinden farklı olan stres, tanımlaması zor bir kavram olsa da, kelime olarak şiddet, gerginlik, gerilim, zorlama vb. anlamları içinde barındırmaktadır. Stres kavramsal olarak ele alındığında, bireyin algıladığı çevresel tehditlere fiziksel ve ruhsal yönden verdiği tepki olarak ifade edilmektedir. Bireylerin stres karşısındaki tutumu, genel olarak tepki vermek, yok saymak veya tepkisiz kalmak şeklinde olmaktadır. Dolayısıyla stres, vücudun herhangi bir duruma veya olaya verdiği belirgin olmayan bir tür reaksiyon olarak da ifade edilmektedir. Stres ve yönetimi alanında Hans Selye (1950, 1955, 1956, 1973, 1976, 1993), Richard S. Lazarus (1978, 1984, 1986, 1995, 2000, 2007), Walter Cannon (1935), Alvin Toffler (1970-71), M. Iwanhevic ve M. T. Matteson (1982-84-86-87, 1990) gibi araştırmacılar önemli çalışmalar ortaya koymuştur.

Hayatın hızlı temposu içerisinde strese neden olacak olayların bir kısmı kişisel faktörlerden, bir kısmı ise çevresel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Hızlı teknolojik gelişmelerin ve ulaşım imkânlarının olduğu 21. yüzyılda, ülkenin ve dünya ekonomisinin gidişi, politik alanda yaşanan belirsizlikler, giderek değişen yaşam tarzları ve alışkanlıklar, kuşaklararası çatışma, zorlu, rekabetçi ve aşırı çalışmaya dayalı endüstriyel yaşam gibi nedenler, stresin insanları tehdit eden büyük bir tehlike olarak belirmesine yol açmıştır. Dünya genelinde yaşanan değişime, gelişmelere ve bunlara uyum sağlayamama endişesi bireyler üzerinde baskı ve gerginlik oluşturmaktadır. Bu noktada, 'başa çıkma' stratejilerinin belirleyici rolü, araştırmacıların dikkatini her geçen gün daha fazla çekmeye başlamıştır. Bu alanda yapılan araştırmalar sonrasında ilgili stratejilerin kaynaklar, tarzlar ve çabalar şeklinde sınıflandırıldığı görülmektedir. Başa çıkma kaynakları kategorisinde, var olan sorunların üstesinden gelme becerisi, diğer kişilerle olan tutum, davranışlar ve kişiliğin bazı yönleri yer alırken; kişilerin belli başlı ya da benzer durumlarda uyguladığı davranışlar, başa çıkma tarzını ifade eder. Başa çıkma çabaları ise, hissedilen baskı ya da zorlanma karşısında ortaya çıkan davranışsal veya bilişsel stratejilerdir ve stres yaratan olay bağlamına göre değişmektedir (Şahin ve Durak, 1995).

Kişiliğin bazı yönlerinin, dolayısıyla kişilik özelliğinin başa çıkma kaynaklarından biri olduğu, bir önceki paragrafta ifade edilmişti. Kişinin karşılaştığı sorunlarla veya zorluklarla başa çıkma kapasitesi olarak tanımlanan psikolojik dayanıklılık, strese karşı direnç kaynağı olarak işlev gören bir kişilik özelliğidir. Psikolojik dayanıklılık, ilk kez Kobasa (1979) tarafından, ağır iş stresi altında sağlıklı kalmayı başarabilen yöneticileri diğerlerinden ayıran kişilik eğilimleri veya nitelikler şeklinde tanımlanmıştır. Bu nitelikler bağlılık (hayatın ilginç ve yaşamaya değer olduğuna dair güçlü inanç); kontrol (kişinin sonuçları kontrol edebileceğine veya etkileyebileceğine inanma) ve meydan okuma (hayata dair maceracı ve keşfedici yaklaşım) olarak belirlenmiştir. Bu niteliklere sahip olmak, stresli durumları avantaja çevirmek açısından önem taşımaktadır (Maddi ve Khoshaba, 2005). Psikolojik açıdan dayanıklı olmak, zor bir durumu tehdit olarak algılamayı azaltırken; etkili başa çıkma stratejilerinin kullanılmasını sağlayarak iyi olmayı etkilemektedir.

Bu çalışma, stres yönetimi ve psikolojik dayanıklılık kavramlarını, turist rehberleri açısından ele alıp analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bilindiği üzere, hizmet sektöründe müşteri odaklı hizmet anlayışının varlığı, müşterilerle bire bir iletişim halinde olmak, çalışanlara ciddi manada yükümlülük getirmektedir. Bu yükümlülüğün doğan iş yükü de, strese neden olabilmektedir. Hizmet sektörü içerisinde turizm önde gelen bir alandır. Turizm sektörü denildiğinde, akla ilk olarak yoğun ve aralıksız çalışan, temel görevi turizm bölgesini tanıtmak, turistlere doğru ve güvenilir bilgi vermek yani eğitici ve öğretici

rollerinin ön plana çıktığı profesyonel turist rehberleri gelmektedir. Bu rol, turist rehberleriyle ilişkilendirildiğinden, beraberinde tura katılan kişilerle sürekli ve bire bir iletişimi ve bilgilerini sürekli güncellemelerini gerekli kılmaktadır. Diğer taraftan tur katılımcılarının bir ülkeye ve ilgili ülkenin sunduğu turizm hizmetinin kalitesine yönelik algısının oluşmasında profesyonel turist rehberi önemli bir görev üstlenmektedir. Dolayısıyla bu mesleğin çalışma şartları zordur ve çalışma ortamında pek çok sorunla karşılaşmaları olasıdır (Akdu ve Akdu, 2016). Konu bu açıdan ele alındığında ve ilgili alandaki çalışmalar incelendiğinde, daha çok algılanan mesleki sorunlara ve çözümlere yönelik araştırmalara rastlandığından (Batman, 2003; Çetin ve Kızıllırmak, 2012; Güzel, Türker ve Şahin, 2014); bu araştırma, turist rehberlerinin stresle başa çıkma stratejilerine ve psikolojik dayanıklılıklarının rolünün incelenmesine odaklanmıştır. Ayrıca İstanbul gibi metropol bir şehirde çalışan rehberlerin çalışmanın örneklemini oluşturmasının, bu alandaki yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

Yapılan çalışmanın kuramsal çerçevesini stres, nedenleri, başa çıkma stratejileri ve psikolojik dayanıklılık kavramları oluşturmaktadır.

2.1. Stres ve Stresle Başa Çıkma Stratejileri

Sürekli gelişen ve değişen günümüz modern dünyasında, hemen her insan stresle karşı karşıya kalmaktadır. Bireyler ister iş ister aile ve sosyal ortamlarında olsun, strese neden olan olumsuz durumlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu yüzdendir ki stres, pek çok disiplinin temel konusu olmuş ve 17. yüzyılda “felaket, musibet (adversity), bela, dert, keder ve elem (affliction)” gibi anlamlarda kullanılırken; 18. ve 19. yüzyıllarda değişerek “güç, baskı ve zor” gibi anlamlar yüklenerek objelere ve insanlara yönelik kullanılmıştır. 19. ve 20. yüzyıllarda ise, “stres” kelimesi, sezgi yolu ile bedensel ve psikolojik hastalıkların sebebi olarak görülmüştür (Balcioğlu, 2005).

Stres kavramının öncülerinden olan Hans Selye'ye (1976) göre stres, yaşamın kaçınılmaz bir parçasıdır, dolayısıyla örgütlerin de kaçınılmaz bir parçasıdır (Richardson ve Rothstein, 2008). Çevreden gelen ve bireyde bir dizi tepki yaratan uyarılara stresör; bireyin ilgili stresörlere yönelik reaksiyonlarına ise stres ifadesini kullanmıştır. Strese yönelik bir diğer önemli teori, Lazarus (1966) tarafından ortaya atılmıştır. Daha sonraki dönemlerde de benzer çalışmalar ile bu alanda katkıda bulunmuş (Lazarus ve Launier, 1978; Lazarus ve Folkman, 1984; Lazarus, 1991). Lazarus (1993) stresi ilişkisel bir kavram olarak nitelendirmektedir. Yazara göre stres, tipik bir tür harici uyarılma olmadığı gibi, psikolojik, davranışsal ya da sübjektif bir tepki de değildir. Aksine stres, birey ve çevresi arasındaki ilişki olarak görülmektedir (Krohne, 2002). Bu noktadan yola çıkarak stres, bir canlının içsel dengesinin o canlının iç dünyası veya dış çevresi tarafından zorlandığı bir durum şeklinde ifade edilebilir ve yaşam boyu ortaya çıkan normal bir süreçtir (Wolff, 1968). Orta düzeyde seyreden stres, kişilerin güdülenmesi açısından önemli sayılmaktadır, ancak aşırı stres zararlı ve yıkıcı olabilmektedir. Önemli olan nokta ise, stresin olumlu tarafından yararlanmak ve olumsuz stresten korunma yollarını aramaktır (Örnek, 2009).

Bireylerin günlük yaşamda stresle en çok karşı karşıya kaldıkları ortam iş yerleridir yani çalışma hayatıdır. Fiziksel çalışma koşulları, iş miktarı sabit kalmasına rağmen işletmelerin küçülmeye gitmesi (Dollard ve Winefield, 2002), işin yapısı, çalışma saatleri, ücret, kariyer olanakları, küreselleşme ve sürekli gelişen teknolojiye ayak uydurma çabası, yeteneklerini sürekli geliştirme zorunluluğu (Kendall ve diğ., 2000), adil olmayan

terfi uygulamaları, yönetim baskısı, performans değerlendirmeleri, rol belirsizliği, rol çatışması (Dunnette, 1998), işle ilgili kararlara katılabilme durumu, iş-aile çatışması, örgütsel yapı veya iklim, iş arkadaşlarıyla çatışma, çalışanlar arası rekabet, iş yerinde sosyal destek eksikliği, mobbing, tatil ve eğlence olanaklarının azlığı, işle ilgili talebin işgörenlerin yeteneklerini aşması vb. nedenlerden dolayı çalışma hayatı ve çatısı altında çalışılan örgüt bir stres faktörü haline gelmiştir. İş yerinin sahip olduğu kaynaklar aşırı talepler karşısında yetersiz kaldığında, bu durumun iş görenlerde strese neden olduğu belirtilmiştir (Powell ve Enright, 1990). İş yaşamı veya örgütler, bireylerin işte geçirdikleri zaman miktarı, performansa yönelik talepler ve iş yerindeki diğer çalışanlarla etkileşim gibi nedenlerden dolayı yaşadıkları stres miktarının büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır (DeFrank ve Cooper, 1987). İngiliz Endüstrisi Konfederasyonu'nun sunduğu rapora göre stres, İngiltere'deki beyaz yakalı işçiler arasında işe devamsızlığın en büyük ikinci nedenidir ve Avrupa Yaşam ve Çalışma Koşullarını İyileştirme Vakfı, Avrupa'nın çalışan popülasyonunun üçte birinin stresten etkilendiğini bildirmiştir (Giga ve diğ., 2003). Avustralya'daki pek çok olay, her yıl stres ile ilgili şikayetlerin arttığına ve buna bağlı olarak devamsızlıkların yaşandığına ve aynı zamanda yıllık işgören tazminat taleplerinin arttığına dikkatleri çekmektedir (Caulfield ve diğ., 2004).

Bu çalışmanın hedef kitlesini oluşturan profesyonel turist rehberlerinin algılanan mesleki ve eğitim sorunları ve engelleri incelenmiş ve Tablo 1'de sıralanmıştır (Batman, 2003; Yarcın, 2007; Yazıcıoğlu ve diğ., 2008; Çetin ve Kızılırmak, 2012; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013; Güzel ve diğ., 2014):

Tablo 1: Turist Rehberlerinin Algılanan Mesleki ve Eğitim Sorunları

Mesleki Sorunlar	Eğitim Sorunları
• Yasal mevzuat ile ilgili sorunlar, • Kaçak rehberlerin varlığı ve bu durumun haksız rekabete neden olması, • Turizm sektörüne özgü mevsimlik işsizlik, • Bazı rehberlerin sosyal güvencelerinin olmaması, • Rehberlik taban fiyatlarının göz ardı edilmesi, • Mesleki yönden örgütlenememe, • Turizmde yaşanan krizlerden etkilenmesi, • Sürekli kendini yenileme zorunluluğu, • Emekliliğinin olmaması veya çok geç olması, • Düzensiz çalışma koşulları, • Turizm alt yapısının yetersizliği, • Rehberlerin satış yapmaya zorlanması, • Aşırı seyahat etmekten doğan problemler, • Özel hayatın olumsuz etkilenmesi, • Duygusal emeğin yoğun olması, • Dışsal faktörlere bağımlılık	• Turist rehberliği alan derslerinin daha yüzeysel düzeyde verilmesi, • Hem teorik hem de alan bilgisine sahip turist rehberi belgeli akademisyen sayısının yetersizliği, • Mevcut turist rehberliği bölümlerinin ders müfredatlarının mevcut kadrolara göre düzenlenmesi, • Yabancı dil sorunu, • Teknik ve uygulama derslerine yer verilmemesi, • Uluslararası rehberliğe yönelik derslerin yeterli düzeyde olmaması, • Bakanlığın zorunlu tuttuğu uygulama gezisinin yetersiz ve maliyetli olması,

Tablo 1'de görüldüğü üzere, çok sayıda ve ciddi sorunların yer aldığı iş ortamında stresin varlığı ve neden olduğu sonuçlar göz ardı edilemez. Bu noktada profesyonel turist rehberlerinin meslekten kaynaklanan stresle nasıl başa çıktıkları ve psikolojik yönden dayanıklı olmalarının stresle başa çıkmada nasıl bir etki yarattığı önem kazanmaktadır. Stresin varlığı ve doğurduğu sonuçlar, zaman içerisinde araştırmacıları "başa çıkma stratejileri" ve/veya "stres yönetimi" gibi kavramlar üzerinde çalışmaya yönlendirmiştir. Çünkü stres altındayken bireylerin, stresin etkilerini ve zararlı sonuçlarını azaltmak adına

'başa çıkma' stratejilerine başvurdukları görülmektedir. Bir araştırmaya göre başa çıkma stratejileri, bireylerin sağlığını korumaya yardımcı olan telafi edici faktörlerdir (Billings ve Moos, 1984). Bu faktörler sayesinde insanlar, stresi tamamen ortadan kaldıramasalar bile, stresi yönetmeyi öğrenebilirler. Bu bilginin yayılmasıyla pek çok işletme, işgörenlerin stres düzeylerini azaltacak stres yönetimi programları edinmeye başlamıştır. 1970'lerden bu yana dünya genelinde iş ortamındaki stresi azaltma stratejilerine duyulan ilgi düzenli olarak artmıştır (Nigam ve diğ., 2003). Tarihsel süreç içerisinde stresle başa çıkma stratejileri; 5 farklı şekilde ele alınmış olup; bilinç dışı savunma mekanizmaları, bireysel kaynaklar, problem çözme çabaları, genetik olarak programlanmış tepkiler ve uyum sağlamaya yönelik, sürekli değişen bilişsel ve davranışsal çabalar şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca bu stratejiler; kaynaklar, tarzlar ve belirli çabalar şeklinde de sınıflandırılmıştır (Şahin ve Durak, 1995). Stresle başa çıkma veya stres yönetimi kapsamında bireysel ve örgütsel stres yönetimi davranışlarından söz etmek mümkündür. Bireysel stres yönetimi içerisinde eğitim, kararlılık, kendine güven, iletişim becerileri, zaman yönetimi, problem çözme ve etkili yönetim gibi özellikler yer alırken; örgütsel müdahaleler istihdam düzeyleri, iş düzenlemeleri, fiziksel çevre iyileştirmeleri gibi yapısal; işte kontrol, sosyal destek, katılım gibi psikolojik yönde olmaktadır (Michie, 2002). Burada unutulmaması gereken nokta, bu stratejilerin bireyden bireye veya örgütten örgüte değişiklik gösterebileceğidir.

2.2. Stresle Başa Çıkma Kaynağı Olarak Psikolojik Dayanıklılık

Strese yönetimi üzerine yapılan araştırmalar esnasında ortaya atılan bir kavram olan psikolojik dayanıklılık, tek gizli bir değişken olup (Harrison ve Brower, 2011) bireylerin stresli yaşam koşullarını nasıl karşıladıklarını ve bunlarla nasıl başa çıktıklarını etkileyen bir kişilik özelliğidir. Psikolojik dayanıklılık, dolaylı olarak birbiriyle ilişkili olan bağlanma, kontrol ve meydan okuma davranışlarından oluşmaktadır. Birbiriyle ilişkili olan bağlanma, kontrol ve meydan okuma özelliklerinin, stres altındaki bireylerin sağlığını ve performansını artıran mekanizmaları etkilediği düşünülmektedir. Bu özellikler, kişilerin stresi avantaja dönüştürmelerine yardımcı olur. Çünkü stres yaratan yaşam olaylarının algılanmasında ve değerlendirmesinde, güçlü insanların daha iyimser oldukları ve zorluklara karşı daha pozitif düşünmeye eğilimli oldukları görülmektedir. Güçlü insanlar yaşadıkları olayları ilginç ve eğlenceli (bağlanma), bir tür kişisel seçim (kontrol/denetim) ve öğrenmek için önemli bir itici güç (meydan okuma) şeklinde değerlendirirler. Dolayısıyla yaşamda pozitif bir anlam çıkarma çabası, dayanıklılığı tanımlayan bir özelliktir (Cole ve diğ., 2004).

Teorik anlamda dayanıklılık, gerçekleşen olaylara, özellikle bireylerde stres yaratan olaylara anlam yükleme eğilimi şeklinde ifade edilir. Geçmiş araştırmalar güçlü insanların yüksek düzey stres karşısında fiziksel hastalık belirtileri göstermeye daha az eğilimli olduklarını ortaya koymuştur. Bu yüzden dayanıklılığın, stresli deneyimlerden fayda sağlamak ile ilişkilendirilmesi gerektiği teorik açıdan mantıklı görülebilir (Britt ve diğ., 2001). Çünkü bu tarz insanlar, olumsuz bir olayı avantaja dönüştürecek güce sahip olduklarını düşünürler. Hayata meydan okuma gücü yüksek olan bireyler, durağanlıktan çok, değişimin yaşamı şekillendirdiğine inanırlar. Böyle kişiler değişimin, daha fazla gelişim için kendilerine imkân sağlamasını umarlar. Böylece güçlü bireylerin iyimser bilişsel değerlendirmeleri ve uyarlanabilir başa çıkma stratejilerini uygulamaları, stres yaratan durumları tam tersine dönüştürebilir (Crowley ve diğ., 2003). Bu durumda, araştırmanın hipotezleri;

H1: Psikolojik dayanıklılık ile stres yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Psikolojik dayanıklılık, stres yönetimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Stresle ve zorluklarla başa çıkma kapasitesi (Buchecker ve Degenhardt, 2015) olarak tanımlanan psikolojik dayanıklılık, son 20 yılda davranış bilimleri alanındaki uzmanların ve araştırmacıların kuramsal analizlerinde ve ampirik çalışmalarında yer almaya başlamıştır. Ancak hala 'dayanıklılığın' kavramsallaştırılması ve ölçülmesine yönelik daha fazla düşünmeye ve araştırmaya ihtiyaç vardır (Sezgin, 2009). Dolayısıyla bu çalışmanın bu alandaki ihtiyaca cevap vermesi beklenmektedir.

3. Yöntem

3.1. Örneklem

Bu çalışma, aktif olarak faaliyet gösteren kokartlı profesyonel turist rehberlerine yönelik yapılmıştır. Türkiye genelinde aktif olarak faaliyet gösteren ve farklı rehber odalarına kayıtlı toplam 10.324 turist rehberi olduğu bilgisine ulaşılmıştır (TUREB, 2018). Ulaşılmaya gereken örneklem sayısı; % 95 güvenirlik düzeyi ve % 5 güvenirlilik aralığı temel alınarak www.surveysystem.com adresi üzerinden hesaplanmış ve ilgili sayı 370 olarak bulunmuştur.

3.2. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak, anket tekniği kullanılmıştır. Stresle başa çıkma stratejilerini ölçmek üzere Stresle Başa Çıkma Tutumları Envanteri (SBTE) ve psikolojik dayanıklılığı ölçmek üzere de Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği kullanılmıştır.

Stresle başa çıkma biçimlerini ölçmek üzere çeşitli ölçekler geliştirilmiştir. Bunlardan biri, Lazarus ve Folkman (1984) tarafından geliştirilen ve daha sonraki araştırmalarda temel alınan 'Başa Çıkma Yolları Envanteri (Ways of Coping Inventory)'dir. Bu ölçek toplamda 3 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar, 'Genel Başa Çıkma, Doğrudan Başa Çıkma ve Yok Sayma' şeklinde belirlenmiştir. Diğer çeşitli uluslararası çalışmalarda, stresle başa çıkma tutum ve davranışları 'problem çözme, problemden kaçınma, sosyal destek, bilişsel yeniden yapılanma, özeleştirme' gibi birincil boyutlarla ölçeklendirilmiştir (Aldwin ve Revenson, 1987; Beckman ve Adams, 1984; Chiriboga ve diğ., 1983; Felton ve diğ., 1984; Scheier ve diğ., 1986; Stone ve Neale, 1984). Bir diğer ölçek de, Şahin ve Durak (1995) tarafından daha önceki ölçeklerden yararlanarak geliştirilmiş olan 'Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği'dir. Bu ölçekte alt boyutlar; 'Kendine Güvenli Yaklaşım, Çaresiz Yaklaşım, Boyun Eğici Yaklaşım, İyimser Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma' şeklinde adlandırılmıştır. Stresle başa çıkma tarzı ile ilgili bir başka ölçek de Türküm (2002) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçek geliştirilirken; Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği (SBTÖ), Umutsuzluk Ölçeği (BUÖ), İç-Dış Kontrol Odağı Ölçeği (RIDKOÖ), Problem Çözme Envanteri (PÇE)'nden yararlanılmıştır. Bu ölçekte ifadeler toplam üç alt boyutta toplanmış ve 'Sosyal Destek Arama, Soruna Yönelme, Sorunla Uğraşmaktan Kaçınma' şeklinde isimlendirilmiştir. Bu alanda geliştirilmiş bir başka ölçek de Stresle Başa Çıkma Tutumları Envanteri (SBTE)'dir. Bu çalışmada kullanılan ölçeğin orijinali Amerika Birleşik Devletleri'nde üniversitede öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilere yönelik geliştirilmiş olan stresle başa çıkma yolları ölçeğidir. Daha sonra, testin Türkçe Uyarlaması yapılmıştır. Türkçe uyarlama çalışmasında faktör analizi sonucunda 56 maddelik orijinal başa çıkma ölçeğinden 43 madde 6 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler; aktif planlama, dış yardım arama, dine sığınma (yönelme), kaçma-soyutlama (duygusal/Eylemsel), kaçma-soyutlanma (biyokimyasal) ve kabul-bilişsel yeniden yapılanma şeklinde sıralanmaktadır. Test 5'li likert tipi derecelendirme ile düzenlenmiştir. Testin güvenirlik hesapları Cronbach Alfa iç tutarlılık yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Testin genel güvenirlik katsayısı 0.81 olarak bulunmuştur (Özbay ve

Şahin, 1997). Bu ölçek, Deniz ve Yılmaz (2006), Avşaroğlu ve Üre (2007) ve Erkmen ve Çetin (2008) tarafından çalışmaları kullanılmıştır.

Psikolojik dayanıklılığın ortaya çıkarılması ve ölçülmesi için çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu ölçeklerden biri Kobasa (1979) tarafından geliştirilmiş ve 'kontrol', 'kendini adama ve 'değiştirme' olmak üzere 3 boyutta ele alınmıştır. Wagnild ve Young (1993) geliştirdikleri Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği (Resilience Scale) incelendiğinde, 2 faktörlü bir ölçek olup psikolojik dayanıklılığı kişisel uyumu destekleyen pozitif bir kişilik özelliği olarak ele almaktadır. Ölçeğin boyutları, 'kişisel yeterlilik' ve 'kendini ve hayatı kabullenme' şeklinde adlandırılmıştır. Bu alanda geliştirilen bir diğer ölçek, Baruth Koruyucu Faktörler Envanteri (Baruth Protective Factors Inventory)'dir. Bu ölçek koruyucu faktörlere odaklanarak, uyumlu kişilik, destekleyici çevre, daha az stres kaynakları ve dengeleyici tecrübeleri içeren dört koruyucu faktörün değerlendirilmesiyle psikolojik dayanıklılık yapısını ortaya çıkarmaya çalışır (Baruth ve Carroll 2002). Connor-Davidson Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği (Connor-Davidson Resilience Scale) ise stresle başarılı biçimde baş etme yeteneğini temel alır ve stres, baş etme ve uyumluluğa odaklanır. Bu ölçeğin boyutları 'kişisel yeterlilik', 'içgüdülerine güvenme', 'pozitif kabullenme', 'kontrol' ve 'manevi etki' şeklinde sıralanmıştır (Connor ve Davidson, 2003). Bu çalışmada kullanılan Işık (2016) tarafından geliştirilmiş olan Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği (PDÖ) kullanılmıştır. İlgili ölçek 21 ifade ve üç boyuttan (kendini adama, meydan okuma ve kontrol) oluşmaktadır. Ölçek "Kesinlikle katılmıyorum" ve "Kesinlikle katılıyorum" arasında değişen 5'li likert tipine uygun olarak düzenlenmiştir ve alt boyutların altında yer alan maddeler; kendini adama (1, 2, 3, 5, 6, 18, 21); kontrol (4, 10, 11, 12, 15, 19, 20) ve meydan okuma (7, 8, 9, 13, 14, 16,17) şeklinde sıralanmaktadır (Işık, 2016). Ayrıca katılımcılara demografik özelliklerini ortaya koyan beş soru yöneltilmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan yapılandırılmış anket formu, çeşitli online platformlar yoluyla, Şubat-Haziran (2018) ayları arasında turist rehberlerine ulaştırılmıştır. Veri toplama süresi sonunda, 388 kullanılabılır anket elde edilmiştir. Elde edilen verilerden sırasıyla, tanımlayıcı istatistik analizi, ölçeklerin faktör analizi, güvenilirlik analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. İlk olarak demografik özelliklere yönelik tanımlayıcı istatistik analizi yapılmış ve Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Demografik Özelliklere Ait Tanımlayıcı İstatistik Analizi

	Frekans	Yüzde(%)	Ort.	Std. Sapma
Cinsiyet	388		1.80	.39
Kadın	74	19.1		
Erkek	314	80.9		
Yaş	388		2.75	1.22
20-25	50	12.9		
26-31	146	37.6		
32-37	97	25		
38-43	40	10.3		
44 ve üzeri	55	14.2		
Medeni Durum	388		1,67	,46
Evli	127	32,7		
Bekar	261	67,3		

Tablo 2'nin devamı

Eğitim Düzeyi	388		2,98	,62
Lise	10	2,6		
Önlisans	47	12,1		
Lisans	269	69,3		
Lisansüstü	62	16		
Çalışma Süresi (Yıl)	388		2,64	1,56
1-5	107	27,6		
6-10	113	29,1		
11-15	73	18,8		
16-20	38	9,8		
21-25	20	5,2		
26 ve üzeri	37	9,5		

Tablo 2 genel olarak incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcılar arasındaki farkın büyüklüğü göze çarpmaktadır. Tabloya bakarak, 30 yaşından sonra bu mesleği icra edenlerin sayısında bir düşün yaşandığı söylenebilir. Medeni durum açısından bakıldığında, bekâr katılımcılar % 67,3 ile büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Lisans mezunu rehberler, 269 kişiyle çoğunluğu sağlarken, lise mezunları ise % 2,6 ile en az oranı oluşturmuştur. Lisansüstü eğitim alan katılımcılar ise, 62 kişiyle toplamın % 16'sını oluşturmaktadır. Katılımcıların mesleklerini icra etme süresine bakıldığında, 6-10 yıl arasında çalışan rehberler % 29,1 ile ilk sırada yer alırken, ikinci sırada bu orana yakın % 27,6 ile 1-5 yıl arasında çalışan rehberler yer almıştır. Ortalama değerler ile standart sapma arasındaki farkın büyüklüğü, normal bir dağılımın gerçekleşmediğini ortaya koymaktadır.

Demografik özelliklere yönelik tanımlayıcı istatistik verileri değerlendirildikten sonra, Stresle Başa Çıkma Tutumları Envanteri ölçeğine yönelik faktör analizi yapılmıştır. Bu analizde, ilk olarak ölçeğin KMO ve Bartlett's değerleri incelenmiş ve analiz sonucu KMO değeri 0.81, Bartlett's testi ile elde edilen Ki-Kare ($\chi^2 = 6412,172$, $p < .00$) anlamlı bulunmuş ve faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Toplamda 43 ifade ile gerçekleştirilen faktör analizine ait "bileşken matrisi" tablosunda, değişkenler 12 boyutta yer almış ve bazı değişkenler birden fazla boyut altında toplanmıştır. İlgili 12 sütun ve bu sütunlarda yer alan satırların birleştirilerek daha anlaşılır hale getirilmesi amacıyla, rotasyon yöntemine başvurulmuştur. Rotasyon yöntemi uygulandığında, bileşken sayısı 9'a inmiş ve bazı bileşkenlerin altında sadece 2 ifade toplanmıştır. Boyut sayısını daha aza indirmek amacıyla, boyut zorlama uygulanmış, faktör sayısı 6 olarak belirlenmiş ve analiz tekrarlanmıştır. Bu aşamada 6. ifade olan 'başımın gelenleri kabullenmek istemem' değişkeni iki boyut altında yer almış ve faktör yükleri farkı 0.10'dan küçük çıkmış ve bu ifade çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. İkinci kez uygulanan rotasyon sonucunda, boyutlar ve altında yer alan ifadeler daha anlaşılır ve kabul edilebilir bulunmuştur. Sonrasında bu çalışmanın verilerine göre, ölçeğin ve boyutlarının güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçekte yer alan 42 değişkene ait Cronbach Alpha (α) değeri 0.80'dir. Maneviyata yönelme alt boyutuna ait $\alpha = 0.93$; aktif planlama alt boyutuna ait $\alpha = 0.82$; dış yardım arama alt boyutuna ait $\alpha = 0.82$; kaçma-soyutlama alt boyutuna ait $\alpha = 0.68$; kabullenme alt boyutuna ait $\alpha = 0.69$ ve kaçma(biyokimyasal) alt boyutuna ait Cronbach Alpha değeri ise $\alpha = 0.60$ çıkmıştır. Bu değerler, kabul edilebilir güvenilirlik seviyesini temsil etmektedir. Son analiz sonucunda, elde edilen boyutlar, ifadeler ve aldıkları faktör yükleri Tablo 3'te detaylı olarak gösterilmiştir:

Tablo 3: Stresle Başa Çıkma Tutumları Envanteri Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi

Değişkenler	Maneviyat a Yönelme	Aktif Planlama	Dış Yardım Arama	Kaçma Soyutlam a	Kabullenme	Kaçma (biyokimyasal)
- Huzuru dinimde bulmayı denerim. - Dini inançlarımdan güç alarak kendimi güvende hissederim. - Her şeyimle ilahi bir güce sığınırım. - İlahi bir güçten yardım isterim. - Eskisinden daha fazla ibadet/dua ederim. - Dini aktivitelere katılırım.	,901 ,890 ,879 ,860 ,793 ,751					
- Problemimi en iyi nasıl çözebileceğimi düşünürüm. - Enerjimi yaptığım işler üzerinde yoğunlaştırırım. - Ne yapacağım konusunda bir plan hazırlarım. - Attığım her adımı/yapacağım her hareketi çok iyi düşünürüm. - Olaya daha olumlu bakmamı sağlayacak bir bakış açısı ile yaklaşırım. - Her ne yapacağım zamanında yaparım. - Olanlara daha iyimser bir gözle bakmaya çalışırım. - Başka şeylerden ziyade söz konusu probleme odaklanırım. - Problemi çözmemi engelleyen diğer şeylerden kendimi alıkoyarım. - Problemimden kurtulmak için üzerine giderim. - Başıma gelenlerden bir şeyler öğrenmeye çalışırım. - Asıl problemin üzerinde yoğunlaşır, gerekirse diğer her şeyi bir kenara bırakırım. - Başkalarından ne yapabileceğim konusunda tavsiyeler alırım. - Problem hakkında hissettiklerimi başkaları ile tartışırım. - Benzer şeyleri yaşayan insanların tecrübelerinden yararlanırım. - Benden yaşlı birine danışırım. - Problemime dair duygularımı başkalarıyla paylaşıyorum. - Durum ile ilgili daha çok bilgi edinmek için başkalarına danışırım. - Problemim hakkında somut bir şeyler yapabilecek birileri ile konuşurum. - Başkalarından şefkat ve anlayış beklerim. - Arkadaşılarımdan ve yakınlarımdan duygusal destek almaya çalışırım - Problemimden uzaklaşmak için farklı işlere yönelirim. - Problemimi unutmak için spor yaparım/başka farklı şeylerle ilgilenirim. - Problemimi daha az düşünmek için sinemaya giderim/TV seyrederim. - Müzik dinleyerek sıkıntılarımı unutmaya çalışırım. - Sanki hiçbir şey olmamış gibi davranırım.		,674 ,645 ,642 ,641 ,620 ,603 ,601 ,565 ,549 ,545 ,455 ,366	,750 ,689 ,678 ,668 ,663 ,658 ,582 ,524 ,479	,690 ,628 ,595 ,553		

• Kendime bütün bunların gerçek olmadığını söylerim.				,551		
• Rahatlamak için ağlarım.				,359		
• Duruma olduğu gibi alışmaya çalışırım.				,321		
• Problemimle yaşamayı öğrenirim.					,740	
• Başa gelenin çekileceğine inanırım.					,714	
• Problemi bütün gerçekliğiyle olduğu gibi kabul ederim.					,670	
• Kendimi daha iyi hissedebilmek için keyif veren maddeler kullanırım.					,638	,747
• Problem hakkında daha az düşünmek için alkol alırım.						,697
• Kendimi daha iyi hissetmek için ilaç (antidepresan/sakinleştirici/yatıştırıcı) alırım.						,631
• Gerginliğimi azaltmak için sigara içerim.						,461

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

a. Rotation converged in 8 iterations.

Literatüre göre, kaç üzeri değer ilgili faktör için anlamlı olduğunun en önemli göstergesi örneklem sayısıdır. İlgili literatür, sosyal bilimlerde 350 kişilik bir örneklemde 0.3 üzeri yüklerin kabul edilir olduğunu ifade etmiştir (Yaşlıoğlu, 2017). Tablo 3'te değişkenlerin aldığı faktör yüklerinin yeterli temsil gücüne sahip oldukları görülmektedir. Elde edilen boyutlar ölçeğin orijinaline bağlı kalarak adlandırılmış, ancak ölçeğin orijinalinden farklı olarak bu çalışmanın verilerinden elde edilen sonuçlarda, "olaya daha olumlu bakmamı sağlayacak bir bakış açısı ile yaklaşım", "olanlara daha iyimser bir gözle bakmaya çalışırım" ifadeleri aktif planlama boyutu altında yer alırken; "sanki hiçbir şey olmamış gibi davranırım" ifadesi kaçma-soyutlama boyutu altında yer almıştır. Bunların dışında kalan diğer ifadeler ölçeğin orijinali ile tutarlılık göstermektedir.

Maneviyata yönelme alt faktörü 6 madde ile temsil edilip, inançlardan güç almayı vurgulamaktadır. İlgili maddeler; 12., 13., 17., 20., 21. ve 31. ifadelerdir. Aktif olarak bir şeyler yapma ve aktif çabaları artırma anlamına gelen aktif planlama 12 maddeden oluşup, bunlar 2., 3., 5., 7., 16., 19., 25., 26., 27., 32., 35. ve 37. no'lu ifadeleri kapsamaktadır. Dış yardım arama, somut çözüme yönelik ve duygusal dış yardım talebi olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Duygusal, bilişsel ve fiziksel boyutta, 9 ifade ile ölçülmektedir. Bunlar; 1., 8., 9., 10., 11., 14., 29., 33., ve 38. no'lu ifadelerdir. Kaçma-soyutlama alt faktörü, kişinin pasif anlamda kendisini durumdan soyutlama biçiminde ifade edilmektedir ve 7 maddeden oluşmaktadır. Bunlar; 22., 34., 36., 40., 41., 42. ve 43. ifadelerdir. Kaçma (biyokimyasal); sigara, alkol, ilaç ve/veya uyuşturucuya yönelmek gibi biyokimyasal başa çıkma yollarını temsil ederek, 4 maddeden oluşmaktadır. Bunlar; 18., 23., 24. ve 28. maddeler ile ifade edilmektedir. Problemi kabul ederek, kendince bilişsel olarak yeni çözüm yolları aramak anlamında gelen kabullenme 4 maddeden oluşmaktadır. Bunlar; 4., 15., 30. ve 39. ifadeler ile temsil edilmiştir.

Stresle Başa Çıkma Tutumları Envanteri'ne ait faktör analizi tamamlandıktan sonra, Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği'ne yönelik verilerin analizine geçilmiştir. Öncelikle çalışma grubundan elde edilen verilerin faktör analizi için uygunluğunu ölçmek üzere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmış ve sonuç 0.85 bulunmuştur. Değerin 1'e çok yakın olması uygunluğunu göstermektedir. Ayrıca sig. değeri .000; yani $p < 0.05$ olup, veriler normal dağılmaktadır. Rotasyon öncesi incelenen "Toplam Açıklanan Varyans" tablosunda, Eigenvalue değeri 1'in üzerinde olan toplam 5 bileşken olduğu ve toplam varyansın % 52'ini açıkladığı görülmüştür. Sonraki aşamada rotasyon yöntemi uygulanmıştır. Rotasyon sonrası ortaya çıkan tabloda, değişkenler 5 boyut altında toplanmış ve bazı boyutlar altında çok az sayıda değişken yer almıştır. Bu aşamada

boyut zorlama yoluna gidilerek, ifadeler 3 boyut altında toplanmaya zorlanmıştır. Bu aşamada, 5 değişken aldıkları faktör yükleri itibarıyla herhangi bir boyut altına uygun şekilde yerleşemediğinden ölçekten çıkarılması uygun bulunmuştur. Geriye kalan ifadeler, güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Boyutların güvenilirlik analizi sırasında, 'hayatın benim için monotonlaşmaya başladığını düşünüyorum' ile 'önceden yaptığım bir programın dışına çıkmak zorunda kaldığımda rahatsız olurum' değişkenlerinin altında yer aldığı boyutun güvenilirlik kat sayısını düşürdüğü görülmüş ve çıkarılmaları uygun görülmüştür. Son analizde, birinci boyuta ait $\alpha = 0.72$; ikinci boyuta ait $\alpha = 0.63$ ve üçüncü boyuta ait $\alpha = 0.60$ olarak bulunmuştur. Çalışmanın verilerine göre, Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği'ne ait faktör analiz sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Psikolojik Dayanıklılık Ölçeğine Yönelik Faktör Analizi

Değişkenler	Meydan Okuma	Kendini Adama	Kontrol
• Yaşamımda olan önemli değişiklikleri, kişisel gelişimim için bir fırsat olarak görürüm.	,738		
• Yeni şeyler denemekten hoşlanırım.	,730		
• Hep aynı yaşam tarzına bağlı kalmak yerine, riskli de olsa yeni şeyler denemeyi tercih ederim.	,718		
• Kendimle ilgili yeni şeyler öğrenmek benim için heyecan vericidir.	,557		
• İnsan hatalarından öğrenir ve gelişir.	,527		
• Keyif aldığım etkinliklere düzenli olarak katılırım.	,506		
• Kaderimi değiştirebileceğime inanırım.	,479		
• Devam ettiğim işime/mesleğime yürekten bağlıyım.		,753	
• Çalışmaktan çok keyif alıyorum.		,750	
• Çok çalışarak amacıma ulaşabilirim.		,584	
• Yeni bir iş/projeye/göreve başladığımda, ayrıntılı bir plan yapmayı tercih ederim.			,636
• Çıkabilecek sorunları önceden kestirerek önlemlerimi alırım.			,573
• Yargılarıma ve kararlarıma daima güvenirim.			,496
• Yarın bana ne olacağı bugün yaptıklarımaya bağlıdır.			,483

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Tablo 4 incelendiğinde; meydan okuma boyutuna ait değerlerin 0.73 ile 0.47; kendini adama boyutuna ait değerlerin 0.75 ile 0.58 ve kontrol boyutuna ait değerlerin ise 0.63 ile 0.48 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değerler değişkenlerin yeterli temsil gücüne sahip olduklarını göstermektedir. Meydan okuma boyutu altında 8., 9., 10., 13., 16., 17. ve 18. ifadeler yer alırken; bağlanma anlamına gelen kendini adama boyutu altında 1., 3. ve 5. ifadeler yer almıştır. Bireyin kontrol altına alabilme çabasını ve yeteneğini ölçmeye yönelik olan 'kontrol' boyutu ise, 4., 11., 19. ve 20. ifadelerden oluşmaktadır. Boyutlar, ölçeğin orijinaline bağlı kalarak aynı isimler ile ifade edilmiştir.

Faktör analizi tamamlandıktan sonra, psikolojik dayanıklılık ve stres yönetimi arasındaki ilişkiyi ve etkiyi ölçmek üzere korelasyon ve regresyon analizlerine geçilmiştir. Öncelikle stres yönetimi ve psikolojik dayanıklılık boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve ilgili değerler Tablo 5'te gösterilmiştir:

Tablo 5: Stres Yönetimi ve Psikolojik Dayanıklılık Arasındaki Korelasyon Analizi

	Meydan Okuma	Kendini Adama	Kontrol
Aktif Planlama	,331** ,000	,331** ,000	,420** ,000
Kaçma-Soyutlama	-,018 ,730	-,064 ,206	-,096 ,060
Dış Yardım Arama	,093 ,066	,040 ,436	,019 ,714
Kabullenme	-,032 ,527	-,008 ,868	-,111** ,029
Maneviyata Yönelme	-,098 ,054	,150** ,003	,025 ,618
Kaçma (Biyokimyasal)	-,028 ,587	-,289** ,000	-,091 ,074

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Korelasyon analizi tablosu incelendiğinde, aktif planlama boyutu ile psikolojik dayanıklılık boyutları birbiriyle ilişkili görülmektedir. Bu sonuç, hayata dair maceracı ve keşfedici bir yaklaşımın, kendini işine ve hayatına adama ve/veya hayatındaki olayların sonucunu kontrol edebilme yeteneğinin, aktif olarak planlar yapmayı ve zorluklar karşısında aktif olarak çaba sarf etmeyi beraberinde getirdiğini göstermektedir. Zorluklarla başa çıkmada kendini soyutlama ya da dışardan destek sağlama yoluna gitmek ile psikolojik dayanıklılığın herhangi bir boyutu arasında bir ilişki bulunamamıştır. Kabullenme boyutu ile kontrol arasında negatif ve düşük oranda bir ilişki çıkarken; manevi değerlere yönelmek ve biyokimyasal maddeler kullanmak yoluyla bir kaçış yolu aramak ile psikolojik dayanıklılığın sadece kendini adama boyutu arasında sırasıyla %15 ve %28 (negatif yönlü) oranında bir ilişki bulunmuştur. Bir başka deyişle, manevi yönden güçlü olma ile psikolojik olarak kendini yaptığı işe ve hayatına adama arasında az da olsa bir ilişki söz konusudur.

Korelasyon analizi tamamlandıktan sonra, psikolojik dayanıklılığın stresi yönetme üzerindeki etkisini ortaya koymak üzere regresyon analizi yapılmış ve ortaya çıkan değerler Tablo 6'da gösterilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 6: Psikolojik Dayanıklılığın Stres Yönetimi Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler		B	Beta	t	p	R Katsayısı	R ²	Uyar. R ²	S.Hata
Bağımsız (P. D.)	Bağımlı (S. Y.)								
Meydan Okuma	Aktif Planlama	,170	,146	2,874	,004	,479 ^a	,230	,224	,49314
		,145	,183	3,760	,000				
		,285	,287	5,482	,000				
Kendini Adama	Dış Yardım Arama	,149	,103	1,792	,074	,099 ^a	,010	,002	,69429
		,022	,023	,410	,682				
		-,045	-,037	-,620	,535				
Kontrol	Maneviyata Yönelme	-,390	-,168	-2,969	,003	,213 ^a	,045	,038	1,09652
		,295	,187	3,445	,001				
		,067	,034	,579	,563				
Kontrol	Kabullenme	,033	,017	,303	,762	,117 ^a	,014	,006	,91495
		,045	,034	,624	,533				
		-,214	-,131	-2,217	,027				
Kontrol	Kaçma (Soyutlama)	,055	,039	,680	,497	,106 ^a	,011	,004	,67224
		-,038	-,040	,720	,472				
		-,118	-,099	-1,669	,096				
Kontrol	Kaçma (Biyokimyasal)	,093	,067	1,202	,230	,296 ^a	,088	,080	,64383
		-,290	-,306	-5,768	,000				
		-,011	-,009	-,160	,873				

Psikolojik dayanıklılığın stresi yönetme tutum ve tarzları üzerindeki etkisinin ölçüldüğü regresyon analiz tablosu incelendiğinde, psikolojik yönde dayanıklı olmanın aktif planlama değişkenini %23 oranında açıkladığı görülmektedir. Bir başka deyişle, maceraya ve yeniliklere açık olmak, risk alarak farklı deneyimler edinmek, hayattan keyif almak, amacına ulaşmak için çok çalışmak ve sonuç olarak ortaya çıkan bazı olumsuzlukları kontrol edebilmek, kişinin aktif olarak planlar yapmasını ve çaba göstermesini etkileyebilmektedir diyebiliriz. Özellikle tabloda, kontrol boyutunun aktif planlamayı diğerlerine nazaran daha çok (%28.5) etkilediği görülmektedir. Ancak psikolojik dayanıklılığın, yakın çevreden veya arkadaşlardan yardım alma, problemlerini veya sorunlarını başkalarıyla paylaşarak rahatlama tutumu üzerinde herhangi bir etkisi görülmezken; genel anlamda maneviyata yönelme tutumunu açıklamasa da, meydan okuma ve kendini adama boyutlarının bu tutum üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). Diğer taraftan, psikolojik yönden dayanıklı olma hali, genel itibarıyla kabullenme, kendini problemlerden soyutlama ve biyokimyasal maddeler kullanarak üzerindeki baskıyı azaltma tutumunu etkilemezken; kontrol boyutu tek başına kişinin başına gelenleri olduğu gibi kabullenme tutumu üzerinde; kendini adama boyutu ise kaçma (biyokimyasal) tutumu üzerinde anlamlı çıkmıştır ($p<0.05$). Sonuç olarak, rehberlerden elde edilen verilerden, psikolojik dayanıklılık ölçeğinde yer alan değişkenlerin, stresle başa çıkma tutumları envanterinde yer alan değişkenler üzerinde ciddi anlamda bir etkiye sahip olmadığı ifade edilebilir.

4. Sonuç ve Öneriler

Çağımızın temel sorunlarından biri olan ve geniş kitleleri etkileyen stres, iş hayatındaki etkisi ve doğurduğu sonuçlar itibarıyla üzerinde durulması gereken bir konudur. Stres çok yönlü bir olgu olup, uzun yıllar boyunca araştırmacıların üzerinde durduğu bir konu olmuştur. Stresin tanımı, etkileri, nedenleri, doğurduğu sonuçlar vs. üzerinde yapılan araştırmalar, zaman içerisinde araştırmacıları stresle başa çıkma tutum ve davranışları, bir başka deyişle stres yönetimi üzerinde çalışmaya itmiştir. Çünkü stres altındaki

bireyler, olumsuz stresin etkilerini azaltmak veya bu etkilerden tamamen kurtulmak için çeşitli yöntemlere başvurmaktadırlar. Bu yöntemler aktif planlama, kaçma-soyutlanma, maneviyata yönelme, dış yardım arama gibi farklı kategoriler altında isimlendirilmiştir. Strese dayanıklılık olarak tanımlanan ve stres yönetiminde etkili olduğu düşünülen psikolojik dayanıklılık ise, bir kişilik özelliği olup, bireyin stresli durumları nasıl karşıladığını ve nasıl kontrol altına alabildiğini ifade eder. Psikolojik dayanıklılık birbiriyle dolaylı olarak ilişkili olan kendini adama, meydan okuma ve kontrol davranışlarından oluşmaktadır.

Stres, stres yönetimi, başa çıkma tutumları ve psikolojik dayanıklılık ile ilgili kuramsal çerçeve tamamlandıktan sonra, elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde, katılımcıların demografik özellikleri göz önüne alındığında, erkek rehberlerin büyük çoğunluğu oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bu sonuç, rehberliğin bir meslek olarak zorluğundan, çalışma saatlerinin uzunluğundan, iş yükünün fazlalığından, yoğun fiziki güç gerektirmesinden, sektörde rehberlere yönelik cinsiyet ayrımcılığının yapılmasından, dolayısıyla kadınlar tarafından daha zor ve yıpratıcı görülmesinden kaynaklanabilir. Ayrıca kadın rehberlerin ev ve aile yaşantısı ile ilgili sorumluluklarının olması, ev yaşantısı ve sosyal yaşamlarının engellenmesi gibi nedenlerden dolayı, bu mesleği daha az tercih ettikleri ifade edilebilir. Katılımcılar yaş itibarıyla değerlendirildiğinde, 20-37 yaş aralığındaki katılımcıların, 37 yaş ve üzeri katılımcılardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, mesleğin dinamik yapısıyla ve zor bir meslek olmasıyla ilişkilendirilebilir. Rehberlik meslek olarak dinamik bir yapıya sahip olup, hareketli olmayı gerektiren bir iştir. Çoğunlukla 7/24 çalışmayı gerektirdiğinden, belli bir yaştan sonra icra edilmesi zor olabilmektedir. Ayrıca iş ve dış faktörlere bağlı olarak rehberlik mesleğinde iş güvencesi ve gelir sürekliliğinin olmaması, sezon dışında gelirlerinin düşmesi, turizm sektörünün geleceğinin belirsiz olması gibi nedenler, rehberlerin yıllar içerisinde farklı iş dallarına yönelmelerine neden olabilir. Diğer taraftan, belli bir mesleki ve maddi doyuma ulaşanlar ve/veya mesleki yıpranma yaşayanların, başka iş kollarında çalışma hayatına devam etmeleri de söz konusu olabilir. Bunların dışında, ilerleyen yaşlarda sağlık sorunlarının artması ve hızlı hareket etme kabiliyetini azaltması ya da kaybettirmesi de, bu mesleğin daha çok gençler arasında yaygınlık göstermesine neden olabilmektedir. Rehberler medeni durum açısından incelendiğinde, evli olmayan katılımcıların evlilere oranla daha fazla olduğu görülmüştür. Bu sonuç, aile kültürü ile mesleğin gerekliliklerinin birbirine ters düşmesine bağlanabilir. Rehberliğin bir meslekten çok yaşam biçimi olması, özel hayatı sınırlaması ve düzenli bir gelirin olmaması, aile kurmayı olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu meslekte, düzenli bir hayatın varlığından söz etmek zordur. Günlük şehir turları dışında, uzun süreli il dışı veya yurtdışı turlara çıkan rehberler, bu süre zarfında evden ve aileden uzak kalmaktadır. Bundan dolayı, aile ve evlilik hayatında ciddi sıkıntıların yaşanması ve evliliklerin sonlanması kaçınılmaz olabilmektedir. Dolayısıyla, rehberler bekâr kalmayı ya da evlendikten sonra farklı bir iş koluna geçmeyi tercih etmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar, daha önce rehberlik mesleğine yönelik yapılan araştırmaların sonuçlarını destekler niteliktedir (Batman, 2003; Çeşmeci, 2003; Yazıcıoğlu, Tokmak ve Uzun, 2008; Güzel, Türker ve Şahin, 2014; Güzel ve Koroğlu, 2015; Taştan ve Genç, 2017; İlhan ve Soybalı, 2018; Karacaoğlu ve Sert, 2018). Rehberlerin eğitim düzeyleri incelendiğinde, lisans eğitimi alanların en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bakanlık kurslarının kapatılması, bilgi birikimi yüksek ve kalifiye eleman ihtiyacı, lisans eğitiminin önemini ortaya çıkarmıştır. Böylece, eğitim düzeyi yüksek rehberlerin sayısının arttığı ifade edilebilir. Bir diğer dikkat çeken konu ise, lisansüstü eğitim alan rehberlerin, %16 oranında çıkmasıdır. Bu, azımsanmayacak bir sayıdır ve turist rehberlerinin, lisans eğitiminden sonra, giderek artan oranda lisansüstü eğitime devam ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu durum rehberlerin, belli bir süre sonra, rehberlik mesleğinden ayrılıp, akademi alanında devam etmek istediklerinin bir göstergesi de olabilir. Böylece, o

zamana kadar edindikleri mesleki deneyimleri bilimsel çerçevede değerlendirme ve/veya rehberlik alanında eğitim veren birer akademisyen olma fırsatı yakalayabilirler. Bu sonuç, belli bir yaştan sonra rehber sayısında meydana gelen azalmayı da destekler niteliktedir. Bu sonucu destekleyen bir diğer faktör ise, çalışma süresidir. Bir ila on beş yıl arasındaki sürede, oranlar yüksek çıkarken; bu oran 16 ve üzeri yıllarda daha düşük çıkmıştır. Mesleğin gereklilikleri ve çalışma şartlarının, uzun yıllar bu meslekte kalmayı negatif yönde etkilediği söylenebilir.

Daha sonra rehberlerin stresle başa çıkma tutumları incelenmiş ve stresle başa çıkmada en çok hangi tutum ve davranışı sergilediklerine bakıldığında, aktif planlama ilk sırada; dış yardım arama ikinci sırada ve kabullenme ise, üçüncü sırada yer almaktadır. Aktif planlama, rehberler tarafından sık sık başvuru alan bir yöntem olurken; dış yardım arama ve kabullenme ise bazen tercih edilen bir başa çıkma stratejisi olmuştur. Maneviyata yönelme, kaçma-soyutlanma ve kaçma (biyokimyasal) tutumları ise turist rehberleri tarafından, stresle başa çıkma stratejileri olarak görülmemektedir. Rehberliğin bir meslek olarak sürekli seyahat etmeyi gerektirmesi, kriz ortamlarının sık sık yaşanması, emek yoğun bir iş olması, rehberlerin çalışma zamanının belli olmaması, çalışma ortamının sürekli değişmesi, farklı kişilik özelliklerine sahip çok sayıda yerli ve yabancı turist ile iç içe olması ve onlara karşı sorumluluklarının olması, turizm işletmeleri ve farklı meslek elemanları ile iletişim halinde olmaları, rehberleri aktif planlar yaparak ve bu yönde çaba göstererek, stresle başa çıkmaya yöneltmektedir. Ayrıca, yakın arkadaş ve çevresinden destek almaları veya kendilerinden daha deneyimli kişilerin tecrübelerinden yararlanmaları da mesleki sorumluluk ve çalışma şartlarının rehberler üzerinde yarattığı stresi ve krizi yönetebilme tutumlarını etkilemesiyle arasında paralellik göstermektedir. Psikolojik dayanıklılık ölçeği incelendiğinde, rehberlerin hemen hepsinin psikolojik yönden dayanıklı oldukları görülmektedir. Meydan okuma, rehberlerin kişilikleriyle en çok özdeşleşen özellik olmuştur. Kendini adama ve kontrol ise ikinci ve üçüncü sırada yer almıştır. Bu durumda, turist rehberlerinin kişisel özellikler bakımından, yaşamlarında değişikliklere ve kişisel gelişime açık oldukları, risk aldıkları, yeni şeyler öğrenmeye heyecan duydukları, çalışmaktan keyif aldıkları, işle ilgili çıkması muhtemel sorunları önceden kestirip kontrol altına alabildikleri görülmüştür. Korelasyon analizinde de, psikolojik açıdan meydan okuma, kendini adama ve kontrol özelliklerine sahip olmak ile aktif planlama arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş; ancak, aynı anlamlı ilişki dış yardım arama tutumunda görülmemiştir. Psikolojik dayanıklılığın stres yönetimi üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizinde ise, genel olarak büyük bir etkinin varlığından söz edilemediği tespit edilmiştir.

Turist rehberlerinden elde edilen verilerin sonucunda, ilgili boyutların yüksek değerler almadığı, dolayısıyla turist rehberlerinin başa çıkma tutum ve davranışlarını tam anlamıyla temsil edemediği söylenebilir. Bu durumda, buna benzer yapılacak çalışmalarda, çeşitli odak grup görüşmeleri, mülakat ve ilgili literatür ışığında, turist rehberlerinin stres yönetimine ve psikolojik dayanıklılığına ilişkin yeni ölçekler geliştirilebilir. Bunun yanı sıra, ilgili değişkenlerin demografik özellikler ya da özellikle yaş, cinsiyet ve çalışma süresi açısından değerlendirilmesi ele alınabilir. Ayrıca turist rehberleri açısından, ilgili değişkenlerin iş tatmini, yaşam doyumu veya çalışan performansı gibi değişkenlerle ilişkisi araştırılabilir. Bunların yanı sıra, turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yükseköğremlerin, müfredatlarında psikoloji, stres ve kriz yönetimi gibi derslere yer vermeleri önerilebilir. Bu yolla, rehberlerin krizi ve stresi daha iyi kontrol edebilmeleri ve psikolojik yönden kendilerini daha güçlü hissetmeleri sağlanabilir. Çünkü rehberlerin kendilerinin yanı sıra, müşterilerin ve beraber çalıştıkları personelin stresini de yönetmeleri gerekir. Bunun yanı sıra rehber adaylarına, teorik derslerin yanında, eğitim-öğretim dönemi boyunca tecrübe ve pratik kazanmalarını sağlayacak uygulamalı

derslerin verilmesi önerilebilir. Bu yönden, bu araştırmanın hem yazın alanına hem de sektöre katkı sağlayacağı söylenebilir.

5. Kaynakça

- Akdu, U., ve Akdu, S. (2016). Duygusal Emek ve İş Stresinin Tükenmişlik Üzerindeki Etkileri: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (47), 1142-1153.
- Aldwin, C. M., ve Revenson, T. A. (1987). Does Coping Help? A reexamination of the relation of coping and mental health. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 337-348.
- Avşaroğlu, S. ve Üre, Ö. Üniversite Öğrencilerinin Karar Vermede Özsaygı, Karar Verme Ve Stresle Başa Çıkma Stillerinin Benlik Saygısı Ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18: 85-100.
- Balcıoğlu, İ. (2005, Aralık). Stres Kavramı ve Tarihsel Gelişimi. *Medikal Açından Stres ve Çareleri Sempozyum Dizisi*, İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri, (47), 9-12.
- Baruth, K.E. ve Carroll, J.J. (2002). A Formal Assessment of Resilience: The Baruth Protective Factors Inventory. *J Individ Psychol*, 58: 235-244.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 117-134.
- Beckam, E., ve Adams, R. (1984). Coping behavior in depression: A new scale. *Behaviour Research and Therapy*, 22, 71-75.
- Billings, A. G., ve Moos, R. H. (1984). Coping, Stress, and Social Resources Among Adults with Unipolar Depression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46 (4), 877-891.
- Britt, T. W., Adler, A. B., ve Bartone, P. T. (2001). Deriving Benefits From Stressful Events: The Role of Engagement in Meaningful Work and Hardiness. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6 (1), 53-63.
- Buchecker, M., ve Degenhardt, B. (2015). The Effects of Urban Inhabitants' Nearby Outdoor Recreation on Their Well-Being and Psychological Resilience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, (10), 55-62.
- Caulfield, N., Chang, D., Dollard, M. F., ve Elshaug, C. (2004). A Review of Occupational Stress Interventions in Australia. *International Journal of Stress Management*, 11 (2), 149-166.
- Chiriboga, D., Jenkins, G., ve Bailey, J. (1983). Stress and coping among hospice nurses: A test of an analytic model. *Nursing Research*, 32, 294-299.
- Cole, M. S., Feild, H. S., ve Harris, S. G. (2004). Student Learning Motivation and Psychological Hardiness: Interactive Effects on Students' Reactions to a Management Class. *Academy of Management Learning and Education*, 3 (1), 64-85.
- Connor, K.M. ve Davidson, J.R. (2003). Development of a New Resilience Scale: The Connor Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depress Anxiety*, 18: 76-82.
- Crowley, B. J., Jr., B. H., ve Hobdy, J. (2003). Psychological Hardiness and Adjustment to Life Events in Adulthood. *Journal of Adult Development*, 10 (4), 237-248.
- Çeşmecı, N. (2003). "Türkiye'de Paket Turların Yönetiminde Turist Rehberlerinin Fonksiyonu: Yönetmelik Rollerinin Tespiti, Sorunlar ve Çözüm Önerileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Çetin, G., ve Kızıllırmak, İ. (2012). Türk Turizmde Kokartlı Turist Rehberlerin Mevcut Durumunun Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14 (2), 307-318.

- DeFrank, R. S., ve Cooper, C. L. (1987). Worksite Stress Management Interventions: Their Effectiveness and Conceptualisation. *Journal of Managerial Psychology*, 2 (1), 4-10.
- Deniz, M., ve YILMAZ, E. (2006). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve stresle başa çıkma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(25), 17-26.
- Dollard, M. F., ve Winefield, A. H. (2002). Mental Health: Overemployment, Underemployment, Unemployment and Healthy Jobs. *Australian e-Journal for the Advancement of Mental Health (AeJAMH)*, 1 (3), 170-195.
- Dunnette, M. D. (1998). Emerging Trends and Vexing Issues in Industrial and Organisational Psychology. *Applied Psychology*, 47 (2), 129-153.
- Erkmen, N., ve ÇETİN, M. Ç. (2008). Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Bazı Değişkenlerle İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 231-242.
- Felton, B. J., Revenson, T. A., ve Hirichsen, G. A. (1984). Stress and coping in the explanation of psychological adjustment among chronically ill adults. *Social Science and Medicine*, 18, 889-898.
- Giga, S. I., Cooper, C., ve Faragher, B. (2003). The Development of a Framework for a Comprehensive Approach to Stress Management Interventions at Work. *International Journal of Stress Management*, 280-296.
- Güzel, F. Ö., Türker, A., ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 173-190.
- Güzel, F.Ö. ve Köroğlu, Ö. (2015). Turist Rehberlerinin Mesleklerine Yönelik Pozitif Ve Negatif Yönlü Algılarının İçerik Analizi Yöntemi İle Belirlenmesi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16 (1): 155-174.
- Harrison, J. K., ve Brower, H. H. (2011). The Impact of Cultural Intelligence and Psychological Hardiness on Homesickness among Study Abroad Students. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, (21), 41-62.
- Işık, Ş. (2016). Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 4 (2), 165-182.
- İlhan, Y., ve Soybalı, H. H. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(1), 13-23.
- Karacaoğlu, S. ve Sert, A. N. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma: Kapadokya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 81-99 DOI: 10.21325/jotags.2018.273
- Kendall, E., Murphy, P., O'Neill, V., ve Bursnall, S. (2000). *Occupational Stress: Factors that Contribute to its Occurrence and Effective Management*. Canberra: Centre for Human Services, Griffith University.
- Kobasa, S. C. (1979). Stressful life events and health: An inquiry into hardiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (1), 1-11.
- Krohne, H. W. (2002). Stress and Coping Theories. *The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*(22), 15163-15170.
- Lazarus, R. S. (1966). *Psychological Stress and The Coping Process*. New York, NY, US: McGraw-Hill.
- Lazarus, R. S. (1993). Coping Theory and Research: Past, Present, and Future. *Psychosomatic Medicine*, (55), 234-247.
- Lazarus, R. S. (1993). From Psychological Stress to the Emotions: A History of Changing Outlooks. *Annual Review of Psychology*, 44, 1-22.
- Lazarus, R. S., ve Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer Publishing Company.

- Lazarus, R. S., ve Launier, R. (1978). Stress-Related Transactions between Person and Environment. L. A. Pervin, & M. Lewis içinde, Perspectives in Interactional Psychology (s. 287-327). New York: Plenum Press.
- Maddi, S. R., ve Khoshaba, D. M. (2005). Resilience at Work (1 b.). New York: Amacom.
- Michie, S. (2002). Causes and management of stress at work. Occupational and environmental medicine, 59 (1), 67-72.
- Nigam, J. A., Murphy, L. R., ve Swanson, N. G. (2003). Are Stress Management Programs Indicators of Good Places to Work? Results of a National Survey. International Journal of Stress Management , 10 (4), 345-360.
- Örnek, A. Ş. (2009). Turizm İşletmelerinde Stres Yönetimi. Z. SABUNCUOĞLU içinde, Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış (s. 163-187). Bursa: MKM Yayınları.
- Özbay, Y., ve Şahin, B. (1997). Stresle başa çıkma tutumları envanteri: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. IV. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi (s. 1-3). Ankara: A. Ü.
- Powell, T. J., ve Enright, S. J. (1990). Anxiety and Stress Management. Florence: Routledge.
- Richardson, K. M., ve Rothstein, H. R. (2008). Effects of Occupational Stress Management Intervention Programs: A Meta-Analysis. Journal of Occupational Health Psychology, 69-93.
- Scheier, M., Weintraub, J., ve Carver, C. (1986). Coping with stress: Divergent strategies of optimists and pessimists. Journal of Personality and Social Psychology, 51, 1257-1264.
- Sezgin, F. (2009). Relationships between teacher organizational commitment, psychological hardiness and some demographic variables in Turkish primary schools. Journal of Educational Administration, 47 (5), 630-651.
- Stone, A., ve Neale, J. (1984). New measure of daily coping: Development and preliminary results. Journal of Personality and Social Psychology, 46, 892-906.
- Şahin, N. H., ve Durak, A. (1995). Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği; Üniversite Öğrencileri İçin Uyarlanması. Türk Psikoloji Dergisi, 10 (34), 56-73.
- Taştan, H. ve Genç, E. (2017). Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Zorlukların Cinsiyete ve Yıllara Göre İncelenmesi. K. Birdir (Ed.), The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability (Futourism 2017) içinde (857-867. ss.). Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.
- TUREB. (2018, Şubat 12). Rehber İstatistikleri. <http://tureb.org.tr: http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>.
- Türküm, A. S. (2002). Stresle Başa Çıkma Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 2 (18): 25-34.
- Wagnild, G.M. ve Young, H.M. (1993). Development and Psychometric Evaluation of the Resilience Scale. Journal of Nursing Measurement, 1 (2): 165-178.
- Wolff, H. G. (1968). Stress and Disease. (S. G. Wolf, & H. Goodell, Dü) New York, ABD: Thomas.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18 (1), 33-44.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46 (Özel Sayı), 74-85.
- Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C., ve Uzun, S. (2008). Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı. Üniversite ve Toplum Dergisi (Elektronik Dergi), 8 (2), 1-19.
- Yenipınar, U., Zorkirişçi, A., (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. Cag UniversityJournal of SocialSciences, 10 (2), 111-136.

Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Turizm Sektöründe Demografik Değişkenler Açısından Bir İnceleme

The Dark Triad of Personality: A Research on Demographic Variables in Tourism Sector

Dr. Esin YÜCEL 

Akdeniz Üniversitesi

Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü

E-posta: esinyucel@akdeniz.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı turizm sektörü çalışanlarının karanlık kişilik özelliklerini belirlemek, bireysel ve demografik özelliklerin karanlık üçlü düzeyleri (subklinik narsisizm, Makyavelizm ve subklinik psikopati) üzerinde farklılığa sebep olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Alanya'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada, çalışanların bireysel özelliklerini belirlemeye yönelik sorular ile karanlık üçlü ölçeği olmak üzere iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. 684 anket üzerinden yapılan değerlendirmeler için yüzde ve frekans analizi, t-testi, Anova testlerinden faydalanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda otel çalışanlarının subklinik narsisizm düzeyleri, Makyavelizm ve subklinik psikopatiden daha fazladır. Cinsiyetin karanlık üçlünün tüm alt boyutlarında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Makyavelizm ve subklinik narsisizmde medeni durum anlamlı farklılığa sebep olurken, yaş değişkeni sadece subklinik narsisizmde etkili olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Karanlık Üçlü, Makyavelizm, Subklinik Narsisizm, Subklinik Psikopati.

Abstract

The aim of this study is to determine the dark personality traits of tourism sector employees and to determine whether individual and demographic characteristics cause differences on the dark triad levels. The population of the research consists of the employees of four and five star hotels operating in Alanya. In the research, two-part questionnaire form including questions to determine the individual characteristics of employees and dark triad scale were used. Percentage and frequency analysis, t test, Anova tests were used for evaluations made on 684 questionnaires. As a result of the analyzes, subclinical narcissism levels of hotel staff were higher than Machiavellianism and subclinical psychopathy. It was concluded that gender was effective in all sub-dimensions of the dark triad. In addition, while marital status caused a significant difference in Machiavellianism and subclinical narcissism, age variable was only effective in subclinical narcissism.

Key Words: Dark Triad, Machiavellianism, Subclinical Narcissism, Subclinical Psychopathy.

1. Giriş

Kişilik özellikleri örgütsel bağlamda çoğunlukla olağan kişilik özellikleri çerçevesinde araştırmalara konu olmaktadır. Fakat bu durum ölçüm kriterleri arasında yer almayan menfaat odaklı olma, uyumsuzluk, ikiyüzlülük, manipülasyona başvurma, duygusal soğukluk gibi eğilimlerin örgütsel bağlamda değerlendirilmesine olanak tanımamaktadır. Kişilik özellikleri, bireylerin örgüt ortamında ve sosyal yaşantılarında sergiledikleri davranışların, dolayısıyla çalışma arkadaşlarına ve müşterilere karşı sergiledikleri tutum ve davranışların önemli bir belirleyicisidir (Sığı ve Gürbüz, 2011: 31). Toplum içinde istenen/beklenen/olumlu kişilik özelliklerini taşıyan bireylerin yanında, karanlık yön olarak nitelendirilen bazı özelliklere sahip bireyler de mevcuttur.

Her ne kadar işletmeler personel alımlarında çeşitli eleme ölçütlerine dayanarak seçim yapsalar da tüm kişilik özelliklerinin bu aşamada tespit edilemeyeceği açıktır. Bu durumda, istihdam edilen karanlık kişilik özelliklerine sahip kişilerin nasıl yönetileceği sorunu karşımıza çıkmaktadır. Özellikle emek yoğun sektör olan turizm sektöründe, çalışanların kişilik özelliklerinin olumlu ve karanlık yönleri hem örgüt iklimini hem de hizmeti müşteriye doğrudan sundukları için hizmetin kalitesini, bunun sürdürülebilirliğini, müşteri memnuniyetini, sadakatini ve daha pek çok örgütsel çıktıyı etkileyecektir.

Uluslararası alan yazın incelendiğinde karanlık kişilik özellikleri olarak ifade edilen narsisizm, Makyavelizm ve psikopatinin sıklıkla araştırmalara konu olduğu görülmektedir. Son yıllarda iş yaşamında etik olmayan uygulamaların artması, yönetim alanındaki araştırmacıları kişilik özelliklerini olumlu boyutlarıyla değerlendirmenin yanında örgüt ve toplum açısından oluşturacağı potansiyel zararları göz önüne alarak karanlık yönünü de değerlendirmeye yöneltmiş ve araştırmalar karanlık kişilik özelliklerinin örgütsel çıktıları nasıl etkilediği üzerine odaklanmıştır (Brunell ve diğ., 2008; Penney ve Spector, 2002; Robinson ve O'Leary-Kelly, 1998; Amernic ve Craig, 2010; Galperin ve diğ., 2011; Rosenthal ve Pittinsky, 2006; Kiazad ve diğ., 2010; Kessler ve diğ., 2010; Harms ve diğ., 2014; Jones ve Paulhus, 2011; McDonald ve diğ., 2012; O'Boyle ve diğ., 2012; Furnham ve diğ., 2013; Maples ve diğ., 2014; Schyns, 2015; Jonason ve Webster, 2010; Skeem ve diğ., 2011; Jonason ve diğ., 2015; Spain ve diğ., 2013). Ulusal alan yazında ise bu konudaki çalışmaların azlığı (Kanten ve diğ., 2015; Özsoy ve Ardic, 2017; Özsoy ve diğ., 2017(a;b); Özer ve diğ., 2016; Aydoğan ve Serbest, 2016; Özen Kutunis ve diğ., 2015) dikkat çekicidir. Ulusal alan yazında bu kişilik eğilimlerinin örgütsel bağlamda çeşitli değişkenler kapsamında incelenmesi bu özelliklerin olası örgütsel yansımalarının anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Diğer taraftan, çalışanların sosyo-demografik özelliklerinin karanlık kişilik özelliğini açıklamadaki etkisini inceleyen az sayıda çalışma (Ergun Özler ve diğ., 2013; Özcihan, 2014; Hamedoğlu, 2009; Akıncı, 2015; Özer ve diğ., 2016; Aydoğan ve Serbest, 2016) olduğu ve bu konunun turizm sektörü kapsamında ele alınmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda, bu çalışmada Alanya'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanlarının karanlık kişilik seviyelerini belirlemek ve bu özelliklerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Veriler, otel işletmeleri çalışanlarından anket yoluyla toplanmıştır. Sonrasında bağımsız örneklem t-testi ve Anova testi uygulanarak sonuçlar teorik ve uygulama perspektifinden değerlendirilmiştir. Çalışmada öncelikle teorik çerçeve çizilmiş, araştırmanın yöntemi açıklanmış, son olarak da bulgular ilgili alan yazını ışığında tartışılmıştır. Sonuçların konuya ilgi duyan araştırmacılara ve sektör yöneticilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Karanlık Üçlü: Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati

Paulhus ve Williams (2002) tarafından “The Dark Triad of Personality” olarak tanımlanan kavram, kişiliğin karanlık özellikleri olarak nitelendirilen narsisizm, Makyavelizm ve psikopati alt bileşenlerini kapsamaktadır. Her ne kadar alan yazında bu kavramın Paulhus ve Williams (2002) ile hayat bulduğu belirtilse de Harms ve Spain (2015) karanlık kişilik çalışmasının yeni olmadığını vurgulamışlardır. Yazarlara göre Emil Kraepelin’in 1907’de kaleme aldığı, rahatsız edici kişiliklerin yapısını anlatan ders kitabı karanlık kişilik kavramının doğduğu yer olarak nitelendirilmiştir. Harms ve Spain (2015), Kraepelin’in ahlaki delilik (sempati eksikliği, zulme eğilim ve öngörü eksikliği ile karakterize edilen), dengesizlik (huysuzluk, huzursuzluk ve ilgisizlik) yalancılık ve dolandırıcılık (başkalarını aldatmaktan zevk alma ve başkalarını başarısızlıkla suçlamaya eğilim) olarak nitelendirdiği kişilik özelliklerinin bugün psikopati, sınırda kişilik, paranoya ve Makyavelizm olarak etiketlendiğini belirtmektedirler.

2.1.1. Subklinik Narsisizm

Paulhus ve Williams (2002) narsisizm özelliğini subklinik narsisizm olarak tanımlamışlardır. Narsisizm, psikiyatri ve klinik psikoloji alanında bir kişilik bozukluğunu tanımlarken; subklinik narsisizm sosyal ve örgütsel psikoloji alanında kişilik özelliği olarak ele alınmaktadır. Pek çok noktada benzeşen tanımların farkı; subklinik narsisizmde narsisizm eğiliminin daha düşük olmasıdır. Ayrıca narsisizm klinik bir tanı iken subklinik narsisizmin tespiti kişinin kendi kendini değerlendirmesi yoluyla yapılmaktadır. Klinik bir hastalığın önceki safhasını ifade eden subklinik narsisizmde fark edilebilir klinik belirtiler bulunmamaktadır (Paulhus ve Williams, 2002; Campbell ve diğ., 2010).

Narsist birey kendisinde bulunan nitelikleri abartan, sahip olmadığı niteliklerle ayrı bir benlik inşa eden yapıya sahiptir. Kendisini eşsiz ve ayrıcalıklı hisseden birey başkalarının üzerinde otorite kurma eğilimindedir. Diğer insanların kendisini takip etmesini isteyen bireyde liderlik özelliğinin baskın olduğu söylenebilir. Diğer insanlardan üstün olduğunu düşünen narsist bireye göre kendisini sadece önemli insanlar anlayabilir çünkü diğerleri onu anlayacak donanıma sahip değildir. Narsistler için güç sahibi olmak çok önemlidir çünkü temelde psikolojik ihtiyaçların bastırılmış olduğu gerçeği vardır. Kendisine hayranlık duyulmasını isteyen birey dikkat çekme çabasıdadır ve bunun için sahip olduklarıyla övünerek diğerlerinin gözünde daha güçlü, önemli ve çekici görünmeye çalışır. Çevresindeki insanlara değer vermeyen birey duygusal yakınlıktan hoşlanmaz, empati yapamaz, diğerlerine karşı kuşkucu ve güvensizdir. Kişisel ihtiyaçları ve menfaatleri her zaman ön planda bulunan birey, amaçlarına ulaşmak ve üstün/güçlü görünmek uğruna yalana başvurmaktan çekinmez. Eleştirilere kapalıdır ve eleştirilmek agresif tepkiler vermesine neden olabilir (Raskin ve Terry, 1988; Ames ve diğ., 2006; Campbell ve diğ., 2010; Jonason ve Webster, 2010; Campbell ve Miller, 2011; Jones ve Paulhus, 2014).

2.1.2. Makyavelizm

Makyavelizm kavramı, İtalyan düşünür ve politikacı Niccolò Machiavelli’nin düşünceleri üzerine kurulu bir yaklaşımdır. Devlet yönetimi ile ilgili düşüncelerinin temelini Prens adlı kitabında açıklayan Machiavelli için zafere giden her yol mubahtır. Niccolò Machiavelli’ye göre tüm insanlar bencil, ürkek, doymak bilmez, nankör ve içten pazarlıklıdır. Bu nedenle

başarılı olmak ve kazanmak isteyen akıllı bir yönetici, gerektiğinde kötü olmak zorundadır.

Aslında Niccolò Machiavelli kendi adıyla anılan bakış açısını siyaset için tanımlamıştır. Ona göre siyasetçi, çıkarlarına aykırı olduğunda verdiği sözleri tutmayabilir. Başarıya ulaşması için halkı aldatması gerekiyorsa bunu hiç düşünmeden yapmalıdır. Aksi halde başarı mümkün değildir. 1970'lerde ise Christie ve Geis (1970), Niccolò Machiavelli'nin stratejisinin insanların kişilik özelliklerinde de bulunduğunu ve bireysel farklılıkları tanımladığını iddia ederek "Makyavelizm"i bir kişilik özelliği olarak tanımlamışlardır. Makyavelist bireyler, hedeflerine ulaşmak için yalan söylemek, hile yapmak gibi yollara başvurmayı meşru görürler. Hedefe ulaşmak için önemli insanlara yakın olmak isterler çünkü onlar hedefe ulaşma yolunda güç sahibi kişilerdir. Şahsi çıkarları uğruna olayları ve kişileri çok rahat şekilde manipüle edebilen Makyavelist bireyler için diğerleri güvenilmezdir ve onlarla bilgi paylaşılmamalıdır. Dışadönük olmakla beraber, samimi değillerdir ve diğerleriyle ilişkilerinde ikiyüzlüdürler. Diğerlerini yönetebilmek için gerçekleri değil onların duymak istediklerini söylemeyi tercih ederler. Toplumsal ve ahlaki değerleri küçümstedikleri için çevrelerindeki bireyleri kendi menfaatleri uğruna kullanmaktan ve ahlaka aykırı davranışlardan çekinmezler (Nagler ve diğ., 2014; Christie ve Geis, 1970; Fehr ve diğ., 1992; Gunthorsdottir ve diğ., 2002; Kessler ve diğ., 2010).

2.1.3. Subklinik Psikopati

Narsisizmde olduğu gibi psikopati psikiyatri ve klinik psikoloji alanında bir kişilik bozukluğunu tanımlarken, subklinik psikopati sosyal ve örgütsel psikoloji alanında kişilik özelliği olarak ele alınmaktadır. Pek çok noktada benzeşen tanımların farkı subklinik psikopatide psikopati eğiliminin daha düşük olmasıdır. Ayrıca psikopati klinik bir tanı iken subklinik psikopatinin tespiti kişinin kendi kendini değerlendirmesi yoluyla yapılmaktadır. Klinik bir hastalığın önceki safhasını ifade eden subklinik psikopatide fark edilebilir klinik belirtiler bulunmamaktadır (Paulhus ve Williams, 2002; Campbell ve diğ., 2010).

Psikopat birey tanımlanırken sıkça fevri (dürtüsel) davranışlar sergiledikleri, diğerlerini küçümseme ve alay etme eğiliminde oldukları, sabırsız, sıkılgan ve uyumsuz oldukları belirtilmektedir (Skeem ve diğ., 2011). Ahlak dışı davranma eğiliminde olan birey, yaptığı davranışlarla ilgili olarak vicdan azabı duymaz. Uzun süreli ilişkileri sürdüremeyen, başkalarına bağlılık ve sadakat gösteremeyen birey için dürtüselliliğin uzantısında detaylıca düşünmeden ani ve keskin kararlar almak sıradandır. Dahası, psikopatlar gayri ahlaki davranışlarının sonuçlarından endişe duymazlar ve korkmazlar. Ayrıca ihtiyaçlarının derhal tatmin edilmesini isterler (Spain ve diğ., 2013).

Narsisizm, Makyavelizm ve psikopati yapılarının ortak özellikleri; çok iyi gizlenmekle birlikte sosyal kötü niyet, bencillik, insan ilişkilerinin yüzeysel ve menfaat odaklı olması, uyumsuzluk, ikiyüzlülük, manipülasyona başvurma, duygusal soğukluk ve amaç odaklılık olarak sıralanabilir (Paulhus ve Williams, 2002). Karanlık üçlü kişilik özelliğine sahip bireyler, kişileri ve toplumu etkilemek adına bir takım manipülasyon teknikleri kullanmaktadırlar. Bir başkasına herhangi bir işi, görevi yaptırmak adına o bireye yalan söyleme, tehdit etme, zor kullanma ile o bireyi övme, ona büyüleyici ve etkileyici şekilde davranma tekniklerinin karanlık üçlü kişilik özellikleri için ortak noktalar olduğu söylenebilir (Bayramoğlu, 2019).

Bu gibi davranışsal eğilimlere sahip çalışanın saldırgan davranışlar sergilemesi, astları ya da yöneticileri ile çatışma eğilimine girmesi beklenebilir. Çünkü menfaatlerini ön planda tutması, diğerlerinden üstün olduğu düşüncesi ve diğer pek çok olumsuz

özelliği diğerlerinin davranışsal özellikleriyle çatışabilir. Bunların yanında güç ve başarı odaklı olan narsist kişilik özelliğine sahip bireylerin iş ve sosyal yaşamlarında stratejik önem taşıyan bir konuma erişme arzusu için çaba göstermeleri beklenebilir (Kanten ve diğ., 2015: 367). Fakat burada önemli olan bu amaç uğruna başvuru yollarının etik olup olmayacağıdır. Madan (2014: 1730), narsistik bireylerin örgütlerde etik olmayan davranışlara daha fazla yöneldiğini belirtmektedir.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Konaklama işletmesi çalışanlarının demografik özelliklerinin karanlık üçlü üzerinde farklılığa sebep olup olmadığını belirlemek amacıyla ortaya koyulan hipotezler aşağıda ifade edilmiştir.

H₁: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H_{1a}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri eğitim durumu değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri çalışma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{1e}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm özellikleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H₂: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri eğitim durumu değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri çalışma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Konaklama işletmesi çalışanlarının Makavelizm özellikleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H₃: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri eğitim durumu değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri çalışma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Konaklama işletmesi çalışanlarının subklinik psikopati özellikleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmaya başlamadan önce Akdeniz Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na başvuruda bulunulmuştur. Yayın Etiği Kurulu'nun planlanan araştırma sürecinin etik olarak uygun olduğuna dair kararı sonrasında araştırmaya katılmayı kabul eden 25 otelin çeşitli departmanlarında çalışan personele araştırmacı tarafından ulaşılmış ve çalışmanın amacı doğrultusunda araştırmaya katılmak isteyenlere anket formu dağıtılmıştır.

Araştırma evrenini Alanya'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada evrenin tam sayısına ulaşmak mümkün olmamış ve kazara örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 698 personele anket uygulanmış ve 14 anket formu çeşitli nedenlerle değerlendirme dışında tutularak 684 anket formu analizlere dâhil edilmiştir. Veriler, 15 Ağustos-30 Eylül 2019 tarihleri arasında toplanmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri için birinci bölümünde katılımcıların bireysel özelliklerini belirlemeye yönelik soruların bulunduğu anket formu kullanılmıştır. İkinci bölümde ise Karanlık Üçlü Ölçeği yer almaktadır. Jonason ve Webster (2010) tarafından geliştirilen "Dark Triad Dirty Dozen"ın Türkçe'ye uyarlaması hem Eraslan-Çapan ve diğ. (2015) hem de Özsoy ve diğ. (2017c) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada Eraslan-Çapan ve diğ. (2015) tarafından yapılan uyarlama kullanılmıştır. Ölçekte subklinik narsisizm, Makyavelizm ve subklinik psikopati yapılarının her biri 5'li Likert tipinde dörder madde ile ölçülmektedir. Verilerin analizinde SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programından faydalanılmıştır. Ankette yer alan sorular için frekans dağılımları ve yüzdeleri ile standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanarak sonuçlar tablolar halinde gösterilmiştir. Katılımcıların bireysel özelliklerinin karanlık üçlü kişilik özellikleri üzerinde belirleyici etkisinin olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve Anova testi uygulanmıştır. Karanlık Üçlü ölçeğinin ve alt boyutlarının güvenilirliği Cronbach Alpha (α) katsayısı ile açıklanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Ölçeğin Güvenilirliği

Ölçeğin güvenirliği, iç tutarlılığı gösteren Cronbach Alpha (α) değerleri ile incelenmiştir. Ölçeğin güvenirlik katsayısı .88'dir ve her bir faktör grubunun güvenirliğinin .80 değerinin üstünde olması, ölçeğin ve her bir faktör grubunun yüksek derecede güvenilir sınırlar içinde yer aldığı sonucunu ortaya koymaktadır (Kozak, 2017). Ölçek boyutlarına ait Cronbach alpha iç tutarlılık katsayıları aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 1: Ölçek ve Alt Boyutlarının Cronbach Alpha (α) Katsayıları

	Madde Sayısı	α
Karanlık Üçlü (Toplam)	12	0,88
Subklinik narsisizm	4	0,88
Makyavelizm	4	0,81
Subklinik psikopati	4	0,89

4.2. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Örneklem grubunu oluşturan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

		f	%
Cinsiyet	Erkek	325	47,51
	Kadın	359	52,49
	Toplam	684	100,00
Eğitim	İlköğretim	154	22,51
	Ön lisans	203	29,68
	Lisans	184	26,90
	Lisansüstü	143	20,91
	Toplam	684	100,00
Yaş Grubu	18-30	239	34,94
	31-45	247	36,11
	46+	198	28,95
	Toplam	684	100,00
Medeni Durum	Evli	328	47,95
	Bekar	356	52,05
	Toplam	684	100,00
İşletmede çalışma süresi	1 yıldan az	162	23,68
	1-5 yıl	128	18,71
	6-10 yıl	128	18,71
	11-15 yıl	143	20,91
	16-20 yıl	123	17,98
	Toplam	684	100,00

Araştırmaya katılan çalışanların çoğunluğunun kadın (%52), 31-45 yaş grubundan (%36) ve bekâr (%52) olduğu görülmektedir. %29,7'si ön lisans mezunu olan örneklemin çoğunluğu bir yıldan az çalışma süresine sahiptir.

4.3. Katılımcıların Karanlık Üçlü Alt Boyutlarına İlişkin Bulguları

Tablo 3: Araştırmaya Katılanların Karanlık Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarına İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Min.-Max. Değerleri

Değişkenler	Min.	Max.	$\bar{x}$	S.S.
Subklinik Narsisizm	1.0	4.26	2.94	0.68
Makyavelizm	1.0	4.07	2.72	0.72
Subklinik Psikopati	1.0	4.96	2.68	0.69

Ortalama değerler, araştırmaya katılanların her bir boyuta ilişkin kişilik özelliklerinin bir göstergesi olarak ele alınabilir. Ölçeğin tasarımına ve soru kalıplarına göre ortalama değerlerin düşük ya da yüksek olmasının yorumu değişecektir. Bu ölçekte yüksek düzeyde hesaplanan ortalama değerler olumsuz olarak nitelendirilen özelliklerin varlığını ifade etmektedir. Standart sapma değerleri ise gözlem değerlerinin ortalama değerlerden ne derece farklılık gösterdiği konusunda bir fikir vermektedir. Subklinik narsisizm boyutu en yüksek, subklinik psikopati boyutu da en düşük ortalama değere sahiptir.

4.4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Karanlık Üçlü Arasındaki Farklılığa İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılanların Subklinik Narsisizm Düzeyleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılığa İlişkin t-Testi/Anova Testi/Tukey HSD Sonuçları

Demografik Özellikler			Subklinik Narsisizm				
		n	$\bar{x}$	ss	t/F	p	Tukey HSD
Cinsiyet	Erkek	325	3,12	0,87	2,725	0,010*	
	Kadın	359	2,16	1,02			
	Toplam	684	2,94	0,68			
Eğitim	İlköğretim	154	3,24	0,89	2,815	0,102	
	Ön lisans	203	2,54	1,14			
	Lisans	184	2,82	1,22			
	Lisansüstü	143	2,62	1,28			
	Toplam	684	2,94	0,68			
Yaş Grubu	18-30 ^x	249	3,24	1,02	3,124	0,036*	x,y ve z
	31-45 ^y	237	2,54	1,19			
	46+ ^z	198	1,82	0,90			
	Toplam	684	2,94	0,68			
Medeni Durum	Evli	328	2,15	1,01	1,523	0,003*	
	Bekar	356	2,95	1,09			
	Toplam	684	2,94	0,68			

Tablo 4'ün devamı

İşletmede çalışma süresi	1 yıldan az	162	2,44	0,79	3,245	0,652	
	1-5 yıl	128	2,19	1,02			
	6-10 yıl	128	2,16	1,02			
	11-15 yıl	143	2,15	1,18			
	16-20 yıl	123	1,81	1,22			
	Toplam	684	2,94	0,68			

*p<0.05

Tablo 4'te katılımcıların Subklinik Narsisizm düzeyi farklılıklarını belirlemeye yönelik cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için yapılan t-testi sonuçları ile eğitim düzeyi, çalışma süresi ve yaş değişkenleri için yapılan Anova testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre çalışanların subklinik narsisizm seviyeleri cinsiyet ($t=2,725$, $p=0,010<0,05$), medeni durum ($t=1,523$, $p=0,003<0,05$) ve yaş ($F=3,124$, $p=0,036<0,05$) faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Bekâr çalışanların subklinik narsisizm düzeyleri evli çalışanlara göre daha yüksektir. Erkek çalışanların subklinik narsisizm düzeyleri ise kadın çalışanlara göre daha yüksektir. Ayrıca çalışanların yaş grupları ile subklinik narsisizm seviyeleri arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Farklı grupları belirlemeye yönelik yapılan Tukey testi sonucuna göre, 18-30 yaş grubuna dâhil olan katılımcıların subklinik narsisizm seviyeleri diğer yaş gruplarına göre daha fazladır ($p<0,05$). Elde edilen sonuçlara göre turizm sektöründe çalışanların yaşları arttıkça subklinik narsisizm seviyeleri azalmaktadır.

Subklinik narsisizm seviyeleri işletmede çalışma süresi ve eğitim değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermemiştir ($p<0,05$). Bu durumda araştırmanın H_{1a} , H_{1b} ve H_{1e} hipotezleri kabul edilirken H_{1c} ve H_{1d} hipotezleri kabul edilmemiştir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılanların Makyavelizm Düzeyleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılığa İlişkin t-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Demografik Özellikler			Makyavelizm			
		n	$\bar{x}$	Ss	t/F	p
Cinsiyet	Erkek	325	2,84	0,77	2,965	0,006*
	Kadın	359	2,29	1,12		
	Toplam	684	2,72	0,72		
Eğitim	İlköğretim	154	3,17	0,79	1,824	0,102
	Ön lisans	203	2,64	1,24		
	Lisans	184	2,42	1,32		
	Lisansüstü	143	2,22	1,38		
	Toplam	684	2,72	0,72		
Yaş Grubu	18-30	249	3,54	1,12	3,124	0,116
	31-45	237	2,84	1,39		
	46+	198	2,81	1,90		
	Toplam	684	2,72	0,72		

Tablo 5'in devamı

Medeni Durum	Evli	328	2,34	1,21	1,753	0,023*
	Bekar	356	2,97	1,19		
	Toplam	684	2,72	0,72		
İşletmede çalışma süresi	1 yıldan az	162	2,68	0,89	2,255	0,312
	1-5 yıl	128	2,29	1,22		
	6-10 yıl	128	2,19	1,32		
	11-15 yıl	143	2,56	1,68		
	16-20 yıl	123	2,81	1,42		
	Toplam	684	2,72	0,72		

*p<0.05

Tablo 5'te katılımcıların Makyavelizm düzeyi farklılıklarını belirlemeye yönelik cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için yapılan t-testi sonuçları ile eğitim düzeyi, çalışma süresi ve yaş değişkenleri için yapılan Anova testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre çalışanların Makyavelizm seviyeleri cinsiyet ($t=2,965$, $p=0,006<0,05$) ve medeni durum ($t=1,753$, $p=0,023<0,05$) faktörlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Subklinik Narsisizmde olduğu gibi bekâr ve erkek çalışanların Makyavelizm düzeyleri evli ve kadın çalışanlara göre daha yüksektir. Fakat subklinik narsisizmde etkili olan yaş faktörü Makyavelizm boyutunda farklılığa sebep olmamıştır.

Makyavelizm seviyeleri işletmede yaş, çalışma süresi ve eğitim değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermemiştir ($p<0,05$). Bu durumda araştırmanın H_{2a} ve H_{2b} hipotezleri kabul edilirken H_{2c} , H_{2d} ve H_{2e} hipotezleri kabul edilmemiştir.

Tablo 6: Araştırmaya Katılanların Subklinik Psikopati Düzeyleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki Farklılığa İlişkin t-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Demografik Özellikler			Subklinik Psikopati			
		n	$\bar{x}$	ss	t/F	p
Cinsiyet	Erkek	325	2,64	0,83	2,675	0,013*
	Kadın	359	2,49	1,12		
	Toplam	684	2,68	0,69		
Eğitim	İlköğretim	154	2,87	0,99	1,756	0,872
	Ön lisans	203	2,54	1,94		
	Lisans	184	2,92	1,32		
	Lisansüstü	143	2,47	1,38		
	Toplam	684	2,68	0,69		
Yaş Grubu	18-30	249	2,94	1,02	2,128	0,096
	31-45	237	2,74	1,09		
	46+	198	2,51	1,87		
	Toplam	684	2,68	0,69		

Tablo 6'nın devamı

Medeni Durum	Evli	328	2,47	1,08	1,753	0,210
	Bekar	356	2,27	1,19		
	Toplam	684	2,68	0,69		
İşletmede çalışma süresi	1 yıldan az	162	2,12	0,87	1,295	0,252
	1-5 yıl	128	2,39	1,32		
	6-10 yıl	128	2,29	1,65		
	11-15 yıl	143	2,26	1,78		
	16-20 yıl	123	2,31	1,93		
	Toplam	684	2,68	0,69		

*p<0.05

Tablo 6'da katılımcıların subklinik psikopati düzeyi farklılıklarını belirlemeye yönelik cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için yapılan t-testi sonuçları ile eğitim düzeyi, çalışma süresi ve yaş değişkenleri için yapılan Anova testi sonuçları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre çalışanların subklinik psikopati seviyeleri subklinik narsisizm ve Makyavelizm'de olduğu gibi cinsiyet ($t=2,675$, $p=0,013<0,05$) faktörüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Makyavelizm seviyeleri işletmede medeni durum, yaş, çalışma süresi ve eğitim değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermemiştir ($p<0,05$). Bu durumda araştırmanın H_{3a} hipotezi kabul edilirken H_{3b} , H_{3c} , H_{3d} ve H_{3e} hipotezleri kabul edilmemiştir.

5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı turizm sektörü çalışanlarının karanlık kişilik seviyelerini belirlemek ve bu özelliklerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Bu amaçla Alanya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir alan araştırması yapılmıştır.

Araştırma bulgularına göre otel işletmesi çalışanlarının subklinik narsisizm kişilik özelliğine dair ortalamaları diğer alt boyutlara göre daha fazladır. Subklinik narsisizmi sırasıyla Makyavelizm ve subklinik psikopati takip etmektedir.

Bağımsız değişkenlerin alt boyutlar üzerindeki etkisine ayrı ayrı bakıldığında ise cinsiyetin tüm alt boyutlarda etkili olduğu görülmektedir. Erkek çalışanların karanlık kişilik özellikleri kadın çalışanlara göre daha fazladır. Bu sonuç Özcihan (2014) ve Hamedoğlu'nun (2009) çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Özcihan (2014) ve Hamedoğlu'nun (2009) araştırma sonuçlarına göre de erkek çalışanların narsisizm düzeyleri kadın çalışanlara göre daha yüksektir. Diğer yandan Akıncı (2015) ve Özer ve diğ.'nin (2016) çalışma bulgularına göre cinsiyet, karanlık kişilik boyutları üzerinde farklılığa sebep olmamıştır.

Ayrıca medeni durum ve yaş, karanlık kişiliğin subklinik narsisizm boyutunu açıklamada etkilidir. Bekâr çalışanların subklinik narsisizm düzeyleri evli çalışanlara göre daha yüksektir. Çalışanların yaş grupları ile subklinik narsisizm seviyeleri arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. 18-30 yaş grubuna dâhil olan katılımcıların subklinik narsisizm seviyeleri diğer yaş gruplarına göre daha fazladır. Elde edilen sonuçlara göre turizm sektöründe çalışanların yaşları arttıkça subklinik narsisizm seviyesi azalmaktadır. Araştırma sonucunda subklinik narsisizm ile ilgili elde edilen

veriler daha önceki çalışma sonuçlarıyla benzer niteliktedir. Nitekim Akıncı da (2015) araştırmasında yaştan narsisizmde etkili olduğunu ve yetişkinliğin erken dönemlerinde narsisizmin daha ileri yaşlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Yine Aydoğan ve Serbest (2016) bu sonucu mesleğin başlarında olan ve genç olarak adlandırılabilir olan katılımcıların beklentilerinin ve hedeflerinin yüksek olması şeklinde yorumlamıştır. Özer ve diğ.'nin (2016) araştırma sonuçlarına göre de medeni durum ve yaş subklinik narsisizm üzerinde belirleyicidir. Hamedoğlu (2009), erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde narsistik özellikler göstermesini çocukluk yıllarından başlayarak erkeklerdeki narsistik eğilimlerin aileler tarafından daha fazla beslenmesine bağlamaktadır. Eğitim durumu ve çalışma süresi subklinik narsisizm düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa sebep olmamıştır.

Bu sonuçlara göre, kendisinde bulunan nitelikleri abartmak, kendini eşsiz ve ayrıcalıklı hissetmek, güç sahibi olmayı önemsemek, empati yapamamak, diğerlerine karşı kuşkucu ve güvensiz olmak, kişisel ihtiyaç ve menfaatleri her zaman ön planda tutmak ve eleştirilere tahammül edememek gibi subklinik narsisizm özelliklerinin zamanla azaldığını söylemek mümkün görünmektedir. Nitekim genç katılımcıların ileri yaştaki katılımcılara göre subklinik narsisizm düzeyleri daha fazladır. Bireyler ilerleyen yaşla birlikte çalışma yaşamında daha uyumlu ve kanaatkâr olabilirler. Kişilerin kurumda ilgi odağı olma, deneyimleriyle ilgili intikam alma, istediklerini elde etmede hileli yollara başvurma, elindeki bilgiyi başka birine karşı kullanma gibi eğilimlerinde azalmalar görülebilir. Ayrıca ilerleyen yaşla birlikte insan ilişkilerinde olgunlaşmadan ve barışçıl ilişkiler kurma arayışından söz edilebilir. Evliliğin de birlikte yaşamayı gerektirdiği için bireysel düşünmeyi azalttığı, evlendikten sonra duygusal paylaşımların ve sorumlulukların artması ile narsistik eğilimlerin azaldığı düşünülebilir. Erkek çalışanların subklinik narsisizm düzeylerindeki fazlalık ise geleneksel aile yaşamındaki yetiştirilme tarzından kaynaklanıyormuş olabilir.

Her ne kadar narsisizmin tehlikeli boyutlara ulaşmadığı sürece gerekli ve değerli bir eğilim olduğunu (Cihangiroğlu, 2012: 122), ruh sağlığına fayda sağladığını, duygusal anlamda olumlu sonuçlar yaratabileceğini (Campbell ve Foster, 2007: 114) ifade eden araştırmacılar olsa da narsistik kişilere ait özelliklerin örgüt yaşamında istenmeyen özellikler olduğunu söylemek mümkündür. Bu anlamda kişiler arası ilişkilerin ve ekip çalışmasının son derece önemli olduğu turizm sektöründe hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin ve sadakatinin müşteriyle birebir iletişim halinde olan turizm işletmesi çalışanlarına bağlı olduğu düşünüldüğünde bencil, egosu yüksek ve kendini diğerlerinden üstün ve değerli gören çalışanların örgüte zarar vereceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Araştırmanın diğer sonuçları çalışanların Makyavelizm seviyelerinin cinsiyet ve medeni durum faktörlerine, subklinik psikopati seviyelerinin ise sadece cinsiyet faktörüne göre anlamlı bir farklılık göstermesidir. Subklinik narsisizmde olduğu gibi bekâr ve erkek çalışanların Makyavelizm düzeyleri evli ve kadın çalışanlara göre daha yüksektir. Benzer şekilde Ergun Özler ve diğ. (2013), erkek çalışanların makyavelist eğilimlerinin kadın çalışanlardan yüksek olduğunu tespit etmiştir. Subklinik psikopati düzeyleri de erkek çalışanlarda daha yüksektir. Jones ve Figueredo (2012) da yaptıkları çalışmada karanlık üçlü kişilik özelliğinin erkeklerde kadınlardan daha yüksek düzeyde olduğunu; özellikle psikopati kişilik özelliğinin erkeklerde daha yüksek düzeyde olduğunu belirlemişlerdir. Eğitim durumu, çalışma süresi ve yaş makyavelizm üzerinde etkili değildir. Benzer şekilde, eğitim durumunun istatistiksel olarak anlamlı bir değişken olmadığını belirten çalışmalar (Hamedoğlu, 2009; Atay, 2009) olduğu gibi eğitim durumu, yaş ve cinsiyetin çalışanların makyavelist eğilimlerinde etkisinin olduğunu belirten çalışmalar da (Ergun Özler ve diğ., 2013; Özcihan, 2014; Özer ve diğ., 2016)

bulunmaktadır. Eğitim durumu bu çalışmada hiçbir alt boyut üzerinde etkili olmamıştır. Bu durumda araştırmanın H_{2a} ve H_{2b} hipotezleri kabul edilirken H_{2c}, H_{2d} ve H_{2e} hipotezleri kabul edilmemiştir.

Karanlık kişilik ölçeğinin bütün boyutlarında cinsiyet faktörünün farklılığa sebep olması Türkiye'deki kültürel yapıya ve geleneksel aile yapısına bağlanabilir. Kadını çocuk bakımı ve ev işlerinden sorumlu tutan geleneksel yapıda, kadınlar için sadece evle ilgili (domestik) rolün, erkekler için de gelir getiren birey rolünün uygun olduğu görüşü ile büyütülmenin, erkek çalışanların iş yaşamında kadın çalışanlara nazaran daha rekabetçi olmalarına sebep olduğu söylenebilir.

Turizm işletmelerinin birbirine benzer hizmet ve ürün sunduğu piyasa şartlarında farklılığı ve müşteri memnuniyetini sağlayacak olan, hizmeti birebir müşteriye sunan insan kaynağıdır. Bu açıdan standart hizmetleri fark yaratacak şekilde sunacak olan beşeri sermayenin sahip olduğu kişisel özellikler konaklama işletmeleri açısından önemlidir. Her ne kadar işe alımlar belirli eleme ölçütlerine göre yapılsa da ilk aşamada bu özelliklerin belirlenememesi ihtimali de vardır. Bu açıdan turizm işletmesi yöneticilerine çalışan davranışlarını gözlemlemeleri, karanlık üçlü eğilimlerine dair ölçüm yapmaları ve bu eğilimleri azaltmaya yönelik eğitim programları düzenlemeleri önerilebilir.

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, araştırmacıya genelleştirilebilir sonuçlar üretmesi ve farklı gruplar arasında karşılaştırmaya fırsat vermesi açısından yardımcı olurken mükemmel nitelik ve sayıda örneklem almanın güçlüğü ve ölçme aracının önyargıyı da yansıtmaya ihtimali gibi sınırlılıkları mevcuttur. Ayrıca karanlık üçlü (subklinik narsisizm, makyavelizm ve subklinik psikopati) nesnel olarak değerlendirilmesi güç olan kavramlardır ve kişiyi kendi beyanına dayalı ölçüm araçları ile değerlendiriyor olmanın sınırlılığını taşımaktadır. Yapılan araştırmanın bulguları ve kullanılan ölçeklerin güvenilirliği örneklem grubunda yer alan kişilerin verdikleri yanıtlar ile sınırlıdır. Araştırmanın örneklemini Alanya'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı 25 otel ve 684 çalışan oluşturmaktadır. Dolayısıyla bulguların tüm otel işletmesi çalışanlarına genellenemeyeceği göz ardı edilememelidir. Konuyu farklı sektördeki örneklem gruplarıyla ele almak bir başka araştırmanın konusu olabilir. Böylelikle sektörler arasında karşılaştırma yapma fırsatı ortaya çıkabilecektir.

6. Kaynakça

- Akıncı, İ. (2015), The Relationship Between the Types of Narcissism and Psychological Well-Being: The Roles of Emotions and Difficulties in Emotion Regulation, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, ODTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Amernic, J. H. ve Craig, R. J. (2010), "Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism", *Journal of Business Ethics*, 96 (1), ss. 79-93.
- Ames, R., Rose, P. ve Anderson, C. P. (2006), "The NPI-16 as a short measure of narcissism", *Journal of Research in Personality*, 40, ss. 440-450.
- Atay, S. (2009), "Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçe'ye Standardizasyonu", *Gazi University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 11(1), ss.181-196.
- Aydoğan, E. ve Serbest, S. (2016), "İş Yerinde Karanlık Üçlü: Bir Kamu Kuruluşunun İç Denetim Biriminde Araştırma", *Sayıştay Dergisi*, 101, ss. 97-121.
- Bayramoğlu, E. (2019), Ölümlülük Manipülasyonunun, Bağlanma Türlerinin ve Karanlık Üçlü Kişilik Özelliklerinin Risk Alma Davranışına Etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Brunell, A. B., Gentry, W. A., Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Kuhnert, K. W. ve DeMarree, K. G. (2008), "Leader Emergence: The Case of the Narcissistic Leader, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(12), ss. 1663-1676.
- Campbell, W. K. ve Foster, J. D. (2007), "The Narcissistic Self: Background, An Extended Agency Model, and Ongoing Controversies, (ed.) C. Sedikides and S. Spencer, *Frontiers in Social Psychology: The Self*, ss. 115-138, ABD: Philadelphia.
- Campbell, W.K., Hoffman, B. J., Campbell, S. M. ve Marchisio, G. (2010), "Narcissism in organizational contexts", *Human resource management review*, 21, ss. 268–284.
- Campbell, W. K. ve Miller, J. D. (2011), *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Theoretical Approaches, Empirical Findings, and Treatments*, New York: John Wiley & Sons.
- Christie, R. ve Geis, F. L. (1970), *Studies in Machiavellianism*, New York: Academic Press.
- Cihangiroğlu, N. (2012), "Narsistik Kişilik ile Kurumsal Bağlılık Arasında Bir İlişki Var mıdır?", *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(2), ss.119-126.
- Eraslan-Çapan, B., Satıcı, S. A., Yılmaz, M. F. ve Kayış, A. R. (2015), "Karanlık Üçlü Ölçeği: Türkçeye uyarlama çalışması", *13. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi*, 7-10 Ekim, Mersin, Türkiye.
- Ergun Özler, D., Atalay Gider, C. ve Dirican, M. (2013), "Örgütlerin Karanlık Yüzü Makyavelizm İle İlgili Literatür Taraması ve Çalışanların Makyavelist Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *21. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kütahya, ss. 679-685.
- Fehr, B., Samsom, D. ve Paulhus, D. L. (1992), The construct of Machiavellianism: Twenty years later. İçinde, C. D. Spielberger ve J. N. Butcher (Eds.), *Advances in personality assessment*, 9, ss 77-116, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Furnham, A., Richards, S.C., ve Paulhus, D.L. (2013), "The Dark Triad of personality: A 10 year review", *Social and Personality Psychology Compass*, 7, ss. 199–216.
- Galperin, B. L., Bennett, R. J. ve Aquino, K. (2011), "Status Differentiation and the Protean Self: A Social-Cognitive Model of Unethical Behavior in Organizations", *Journal of Business Ethics*, 98 (3), ss. 407-424.
- Gunnthorsdottir, A., McCabe, K. ve Smith, V. (2002), "Using the Machiavellianism instrument to predict trustworthiness in a bargaining game", *Journal of Economic Psychology*, 23, ss. 49-66.
- Hamedoğlu, M. A. (2009), *Örgütsel Narsizim Düzeyine İlişkin Yönetici ve Öğretmen Algıları, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Harms, P. D. ve Spain, S. M. (2015), "Beyond the Bright Side: Dark Personality at Work", *Applied Psychology: An International Review*, 64(1), ss.15–24.
- Harms, P. D., Spain, S. M. ve Wood, D. (2014), "Mapping Personality in Dark Places", *Industrial and Organizational Psychology*, 7 (1), ss. 114-117.
- Jonason, P.K. ve Webster, G.D. (2010), "The Dirty Dozen: A concise measure of the Dark Triad", *Psychological Assessment*, 22, ss. 420-432.
- Jonason, P. K., Wee, S. ve Li, N. P. (2015), "Competition, Autonomy, and Prestige: Mechanisms through which the Dark Triad Predict Job Satisfaction", *Personality and Individual Differences*, 72, ss. 112-116.
- Jones, D. N. ve Figueredo, A. J. (2012), "The core of darkness: Uncovering the heart of the dark triad", *European Journal of Personality*, 27(6), ss. 521-531.
- Jones, D. N. ve Paulhus, D.L. (2011), "The role of impulsivity in the dark triad of personality", *Personality and Individual Differences*, 51, ss. 679–682.
- Jones, D. N. ve Paulhus, D. L. (2014), "Introducing the Short Dark Triad (SD3): A Brief Measure of Dark Personality Traits", *Assessment*, 21 (1), ss. 28-41.

- Kanten, P., Yeşiltaş, M. ve Arslan, R. (2015), "Kişiliğin karanlık yönünün üretkenlik karşıtı iş davranışlarına etkisinde psikolojik sözleşmenin düzenleyici rolü", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29, ss. 931-259.
- Kessler, S. R., Bandelli, A. C., Spector, P. E., Borman, W. C., Nelson, C. E. ve Penney, L. M. (2010), "Re-examining Machiavelli: A Three-Dimensional Model of Machiavellianism in the Workplace", *Journal of Applied Social Psychology*, 40 (8), ss. 1868-1896.
- Kiazad, K., Restubog, S. L. D., Zagenczyk, T. J., Kiewitz, C. ve Tang, R. L. (2010), "In Pursuit of Power: The Role of Authoritarian Leadership in the Relationship between Supervisors' Machiavellianism and Subordinates' Perceptions of Abusive Supervisory Behavior", *Journal of Research in Personality*, 44 (4), ss. 512-519.
- Kozak, M. (2017), *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. 3. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Madan, A. O. (2014), "Cyber Aggression / Cyber Bullying and the Dark Triad: Effect on Workplace Behavior/ Performance", *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering*, 8(6), ss.1725-1730.
- Maples, J. L., Lamkin, J. ve Miller, J. D. (2014), "A test of two brief measures of the Dark Triad: The dirty dozen and short Dark Triad", *Psychological Assessment*, 26, 326–331.
- McDonald, M.M., Donnellan, M.B. ve Navarrete, C.D. (2012). A life history approach to understanding the Dark Triad. *Personality and Individual Differences*, 52, ss. 601–605.
- Nagler, U. K. J., Reiter, K. J., Furtner, M. R. ve Rauthmann, J. F. (2014), "Is There a "Dark Intelligence"? Emotional Intelligence is Used by Dark Personalities to Emotionally Manipulate Others", *Personality and Individual Differences*, 65, ss. 47-52.
- O'Boyle, E. H. Jr, Forsyth, D. R., Banks, G. C. ve McDaniel, M. A. (2012), "A meta-analysis of the Dark Triad and work behavior: A social exchange perspective", *Journal of Applied Psychology*, 97, ss. 557–579.
- Özcihan, T. (2014), *Organizasyonlarda Stratejik Duygusal Zekâ Kullanımı Makyavelizm İlişkisi ve Çatışma Yönetimine Yansıması: Tasarım Mühendisliğinde Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özen Kutanis, R., Özsoy, E., Karakiraz, A. ve Uslu, O. (2015), "Örgütsel Davranış Araştırmalarında Kişiliğin Karanlık Yönü (Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati) Dikkate Alınıyor mu?", 23. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 14-16 Mayıs, Muğla Sıtkı Koçman, Muğla.
- Özer, Ö., Uğurluoğlu, Ö. Kahraman, G. ve Avcı, K. (2016), "Hemşirelerin Karanlık Kişilik Özelliklerinin Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi", *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), ss. 203-2016.
- Özsoy, E. ve Ardiç, K. (2017), "Karanlık Üçlü'nün (Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati) İş Tatminine Etkisinin İncelenmesi", *Yönetim ve Ekonomi*, 24(2), ss. 391-406.
- Özsoy, E., Ardiç, K. ve Balaban, Ö. (2017a), "Karanlık Üçlü'nün Örgütsel Bağlılığa Etkisinin İncelenmesi", *Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı*, 9-11 November, 2017, Ankara.
- Özsoy, E., Ardiç, K. ve Balaban, Ö. (2017b), "Karanlık Üçlü'nün Yöneticiye Güvene Etkisinin İncelenmesi", *Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı*, 9-11 November, 2017, Ankara.
- Özsoy, E., Rauthmann, J. F., Jonason, P. K., ve Ardiç, K. (2017c), "Reliability and validity of Turkish version of Dark Triad Dirty Dozen (DTDD-T), Short Dark Triad (SD3-T) and Single Item Narcissism Scale (SINS-T)", *Personality and Individual Differences*, 117, ss. 11–14

- Paulhus, D. L. ve Williams, K. M. (2002), "The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism and psychopathy", *Journal of Research in Personality*, 36, ss. 556-563.
- Penney, L. M. ve Spector, P. E. (2002), "Narcissism and Counterproductive Work Behavior: Do Bigger Egos Mean Bigger Problems?", *International Journal of Selection and Assessment*, 10 (1/2), ss. 126-134.
- Raskin, R. ve Terry, H. (1988), "A principal-components analysis of the narcissistic personality inventory and further evidence of its construct validity", *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, ss. 890-902.
- Robinson, S. L. ve O'Leary-Kelly, A. M. (1998), "Monkey See, Monkey Do: The Influence of Work Groups on the Antisocial Behavior of Employees", *Academy of Management Journal*, 41 (6), ss. 658-672.
- Rosenthal, S. A. ve Pittinsky, T. L. (2006), "Narcissistic Leadership", *The Leadership Quarterly*, 17, ss. 617-633.
- Schyns, B. (2015), "Dark personality in the workplace: Introduction to the special issue", *Applied Psychology: An International Review*, 64, ss. 1-14.
- Sıgır, Ü. ve Gürbüz, S. (2011), "Akademik Başarı ve Kişilik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma", *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10 (1), ss. 30-48.
- Skeem, J. L., Polaschek, D. L. L., Patrick, C. J. ve Lilienfeld, S. O. (2011), "Psychopathic personality: bridging the gap between scientific evidence and public policy", *Psychological Science in the Public Interest*, 12, ss. 95-162.
- Spain, S. M., Harms, P. ve LeBreton, J. M. (2013), "The Dark Side of Personality at Work", *Journal of Organizational Behavior*, 35 (1), ss. 41-60.

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KARAR

Toplantı Tarihi : 20/11/2019

Karar Sayısı : 211

Üniversitemiz Rektörlüğü Öğr. Gör. Dr. Esin YÜCEL'in yürütücülüğünü üstlendiği, "Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Turizm Sektöründe Demografik Değişkenler Açısından Bir Araştırma" başlıklı bilimsel araştırma projesi kapsamında kullanılacak olan anket çalışmasının uygunluğunun görüşülmesi istemi.

Üniversitemiz Rektörlüğü Öğr. Gör. Dr. Esin YÜCEL'in yürütücülüğünü üstlendiği, "Kişiliğin Karanlık Üçlüsü: Turizm Sektöründe Demografik Değişkenler Açısından Bir Araştırma" konulu anket çalışmasının, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Turizm ve Ağırlama Sektöründe Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yönelik Tepkileri Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma

A Bibliometric Study on Employees' Reactions to Corporate Social Responsibility Practices in Tourism and Hospitality Industry

Dr. Öğr. Üyesi Erhan BOĞAN 

Adıyaman Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: ebogan@adiyaman.edu.tr

Öz

Bu çalışma, turizm ve ağırlama sektöründe çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik verdikleri tepkileri araştıran makaleleri kapsayan bibliyometrik ilk çalışmadır. Çalışmada, 2019 yılına kadar turizm ve ağırlama alanında yer alan akademik dergilerde İngilizce yayınlanan makaleler incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, çalışmaların büyük bir kısmının International Journal of Hospitality Management ve International Journal of Contemporary Hospitality Management dergilerinde yayınlandığı belirlenmiştir. Çalışmaların çoğunlukla Asya ülkelerinde gerçekleştirildiği; 2019 yılının en fazla yayın yapılan yıl olduğu; sosyal kimlik teorisi ve sosyal mübadele teorisinin en fazla yararlanılan teoriler olduğu; kurumsal sosyal sorumluluğun duygusal bağlılık, örgütsel özdeşleşme ve iş tatmini üzerine etkisinin en fazla çalışılan konular olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, araştırmacılara birtakım tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Çalışanların Tutum ve Davranışları, Turizm ve Ağırlama Dergileri.

Abstract

This is the first bibliometric study that investigates employees' reactions to corporate social responsibility practices in tourism and hospitality industry. In this study, articles published in academic journals until 2019 were examined. As a result of the analysis, it was determined that most of the studies were published in International Journal of Hospitality Management and International Journal of Contemporary Hospitality Management. It was indicated that the studies were mostly carried out in Asian countries; the highest number of articles were published in 2019; social identity theory and social exchange theory are the most widely used theories in articles; the effect of corporate social responsibility on affective commitment, organizational identification and job satisfaction are the most studied topics. In line with the findings, some recommendations were provided to the researchers.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Employees' Attitude and Behaviors, Tourism and Hospitality Journals.

1. Giriş

Avrupa Birliği Komisyonu (2001:4) tarafından “işletmelerin gönüllülük esasına bağlı olarak paydaşları ile etkileşimlerinde ve ticari faaliyetlerinde çevresel ve sosyal sorunları bütünlemesi” olarak tanımlanan kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramına, sektör temsilcilerinin ve araştırmacıların ilgisi giderek artmaktadır. İşletmeler, yerel halka istihdam sağlama, yerel tedarikçilerle çalışma gibi ekonomik; enerji-su tasarrufu, geri dönüşüm, doğal çevreyi koruma ve geliştirme gibi çevresel; okul, hastane vb. yapımına finansal destek sağlama, sosyo-kültürel organizasyonlara sponsorluk yapma ve yerel kültürün korunmasına katkı sağlama gibi sosyal alanda sorumlu girişimler yürütmektedir (Gursoy ve diğ., 2019). Bu girişimlerle işletmeler, sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin hayata geçmesinde aktif rol üstlenmektedir. Son yıllarda, KSS uygulamalarına önderlik eden büyük ve lüks turizm işletmelerinin yanı sıra bu kavramın artan önemine bağlı olarak küçük-orta ölçekli işletmeler ve aile işletmeleri de faaliyet gösterdikleri bölgede insanların yaşam kalitesini arttıracak sorumlu faaliyetler yürütmektedirler (Thomas ve diğ., 2011). Bir diğer ifadeyle, KSS faaliyetleri ölçeğine bakılmaksızın artık birçok işletmenin stratejik planlamasında kendisine yer bulmaktadır.

KSS kavramının turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için stratejik önemini ortaya koyan çalışmalar ilk dönemlerde işletmenin çoğunlukla finansal performansı ile ilişkilendirilmiştir (Rodríguez ve Cruz, 2007; Lee ve Park, 2009). Bu faaliyetlerin işletme finansal performansına olumlu katkılar sağladığı belirlenmiştir. Finansal performansın yanında KSS faaliyetleri işletmelerin önemli paydaşlarından biri olan müşterilerin işletmeye yönelik olumlu tutum ve davranışlar sergilemesine katkı sağladığına dair turizm literatüründe çok sayıda çalışma mevcuttur (García de Leaniz ve Rodríguez Del Bosque Rodríguez, 2015; Gürlek ve diğ., 2017; Kang ve Namkung, 2018). Son yıllarda paydaş grubu içerisinde çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkileri araştıran çalışma sayısı da giderek artmaktadır. Song ve arkadaşlarına (2015) göre, ağırılama sektöründe KSS uygulamalarının çalışanların tutum ve davranışları üzerine etkisinin araştırılması son derece önemlidir. Çünkü, bu sektörde çalışanlar müşterilerle doğrudan etkileşim halindedir. Çalışanlar, pazarda meydana gelen değişimler ve tüketici tercihleri hakkında bilgi edinirler ve böylece müşteri tatmininin nasıl sağlanacağı hususunda öneriler geliştirip, uygularlar (Korschun ve diğ., 2014). Aynı zamanda, turistik ürünün soyut yapısından dolayı müşterilere karşı gösterilen tutum ve davranışlar, müşteri deneyiminin şekillenmesinde ve sonuç olarak müşteri tatmini ve sadakatinde büyük öneme sahiptir (Ko ve diğ., 2019).

Artan araştırmacı ilgisine rağmen, turizm ve ağırılama sektöründe çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkileri içeren çalışmalara dair durum analizinin yapılmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla mevcut çalışma literatürde yer alan bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Konuya dair yapılan çalışmaların yıllara-ülkelere-dergilere-alt sektörlere dağılımı, en çok işlenen konular, en çok faydalanılan teoriler ve çalışmalardaki yazar sayısı mevcut durumun belirlenmesi ve araştırmacılara öneriler geliştirilmesi açısından önem arz edecektir. Çalışmanın amacına ulaşması için konuya dair 2019 yılına kadar yapılmış nicel çalışmalar bibliyometrik analiz tekniği ile incelenmiştir.

Bu bağlamda, kavramsal çerçeve kapsamında KSS kavramı, ağırılama sektöründe KSS uygulamaları ve bu sektörde çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik verdikleri tepkileri içeren bir literatür incelemesi yapılacaktır. Çalışmanın yöntem kısmında, bibliyometrik analiz hakkında bilgi verildikten sonra dergilerin nasıl seçildiği açıklanacaktır. Ardından bulgular, ilgili literatürdeki çalışmalarla

birlikte tartışılacaktır. Son olarak çalışmanın sonuçları ve kısıtlarına yer verilip araştırmacılara konu tavsiyelerinde bulunulacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Modern anlamda KSS kavramının geçmişi 1950'li yıllara dayanmaktadır. Carroll (1989), 1950'li yılları sosyal sorumluluk kavramının kabul gördüğü ve kavramın içerik anlamında genişlediği yıllar olarak kabul etmektedir. O dönemlerde Bowen (1953) sosyal sorumluluğu, gelecekte işletmelere rehberlik edecek, tüm iş adamlarının karşılaştacağı önemli bir realite olarak nitelendirmektedir. Dönemdeki ileri görüşlülüğü, bilim dünyasını farklı bir kavram ile tanıştırmayı ve iş adamlarına farklı bir vizyon kazandırması nedeniyle Carroll (1999: 270) Bowen'i "kurumsal sosyal sorumluluğun babası" olarak nitelendirmiştir. Bowen (1953: 6) KSS kavramını; "işletmelerin hem kendi amaçlarına hem de toplumsal değerler ve beklentilere uygun politikalar belirleme, uygulama, karar verme ve faaliyetleri yerine getirmeye toplumun yaşamını iyileştirmeye ilişkin yükümlülüklerin bir bütünü" olarak tanımlamaktadır.

KSS kavramının gelişimine önemli katkılardan birini de Archie B. Carroll sağlamıştır. Carroll (1979) işletmelerin KSS alanlarını dört basamaktan oluşan bir piramitte ele almıştır. Bu piramidin basamaklarını alttan yukarıya doğru sırasıyla ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk oluşturmaktadır. Ekonomik sorumluluk, işletmelerin mal-hizmet üretilip satması ve kar elde etmesi sorumluluğudur. Yasal sorumluluk, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken yasal düzenlemelere riayet etmesi sorumluluğudur. Etik sorumluluk, yasal düzenlemelerde yer almayan ancak toplum tarafından genel kabul görmüş normlara ve değerlere uygun hareket edilmesi sorumluluğudur. Son olarak gönüllü sorumluluk ise, işletmelerin toplumun yaşam kalitesini artırma amacıyla yürütülen hayırseverlik faaliyetlerini kapsamaktadır (Carroll, 1991). Sosyal sorumluluk alanlarını içeren Carroll'un bu modeli, günümüzde KSS kavramının ölçümünde kullanılan ve en fazla kabul gören yöntemdir (Lee ve diğ., 2012; Fu ve diğ., 2014a; Wang, 2014; Song ve diğ., 2015; Kim ve diğ., 2016; Kim ve diğ., 2017).

Günümüzde işletmelerin çevresinde meydana getirdiği olumsuz etki; medya, sivil toplum kuruluşları ve devlet tarafından sıkça dile getirilmektedir. Bu baskı karşısında bazı büyük işletmeler yayınladıkları sosyal sorumluluk ya da çevre etki değerlendirmeleri raporları ile bu baskıya karşı imaj zedelenmesini önleme, var olan imajlarını koruma hatta geliştirme çabasıdadır. Bu durum, işletmeleri stratejik raporlarında ve politikalarında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine de yer vermek zorunda bırakmıştır (Porter ve Kramer, 2006). Konu turizm ve ağırlama sektörüne geldiğinde, turistlerin çevresel ve sosyal anlamda farkındalık düzeylerinin artması (Jiang ve Gao, 2019), kalifiye işgücünün sorumlu girişimler beklemesi (Boğan ve Dedeoğlu, 2019b) ve artan rekabet dikkate alındığında, ölçeğine bakılmaksızın sektörün farklı alt dallarında faaliyetlerini sürdüren işletmeler, sosyal ve çevresel anlamda sergiledikleri sorumlu faaliyetleri paydaşlarına duyurmaktadır. Böylece işletmeler, toplum, müşteriler ve işgücünün beklentilerine karşılık vererek hem meşruiyet kazanma hem de rekabet üstünlüğü elde etmeyi amaçlamaktadır (Li ve diğ., 2015).

KSS faaliyetlerinin stratejik bir gereklilik olarak kabul edilmesinin ardından bir diğer önemli konu kurumsal sosyal sorumluluğun nasıl ölçüleceğidir. Meta bir yapı olan KSS kavramı çok boyutlu ölçüldüğü gibi tek bir boyuta indirgenerek de ölçülmüştür (Song ve diğ., 2015; Luu, 2017; Park, Lee ve Kim, 2018; Şentürk ve diğ., 2019; He ve diğ.,

2019; Jia ve diğ., 2019; Boğan ve Dedeoğlu, 2019b; Su ve Swanson, 2019). İlk dönemlerde çoğunlukla Carroll'un KSS piramidinin basamaklarını esas alarak ölçümler yapılmıştır (Lee ve diğ., 2012; Wang, 2014; Fu ve diğ., 2014a; Song ve diğ., 2015; Kim ve diğ., 2016; Kim ve diğ., 2017). Daha sonraları araştırmacılar paydaş teorisinden faydalanarak çalışanlar, müşteriler, devlet, doğal çevre ve toplum gibi paydaşlara karşı sosyal sorumluluk gibi ölçekler geliştirmiştir (Youn ve diğ., 2018; He ve diğ., 2019; Boğan ve Dedeoğlu, 2019a; 2019b; Gürlek ve Tuna, 2019; Ko ve diğ., 2019). Konuya dair geliştirilen bir diğer ölçüm aracı, sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını içermektedir (Cowper-Smith ve de Grosbois, 2011; Gursoy ve diğ., 2019). Son olarak, son birkaç yıldır turizm ve ağırlama sektörünün kendisine has özelliklerine vurgu yapılarak farklı ölçüm araçları geliştirilmiştir (Fatma ve diğ., 2016; Luo, 2018; Ko ve diğ., 2019). Bu ölçüm araçlarıyla, KSS ve finansal performans ilişkisinin yanı sıra müşterilerin, çalışanların, potansiyel işgücünün ve toplumun işletmelere yönelik KSS algılamaları ölçülmektedir.

2.2. Turizm Sektöründe KSS Uygulamaları

Ağırlama endüstrisinde ilk dönemlerde KSS kavramı çoğunlukla çevresel uygulamalarla eş değer görülmüştür (Coles ve diğ., 2013). İşletmelerin enerji-su tasarrufu, geri dönüşüm vb. doğal çevreyi koruma faaliyetleri sosyal sorumluluk kapsamında ele alınmıştır. Ancak son yıllarda, KSS kavramı içerisinde çevresel uygulamalara ek olarak paydaşların yaşam kalitesini artırıcı ekonomik ve sosyo-kültürel girişimlerin yer aldığı çalışmalar da yapılmaktadır. Günümüzde birçok ulusal ve uluslararası işletme topluma fayda sağlayacak girişimlerde bulunarak, paydaşlarına bu girişimleri farklı kanallarla iletmektedir. Örneğin; Hilton otelleri yaptıkları sosyal sorumluluk faaliyetlerini ayrı bir web sayfası oluşturarak paydaşlarına duyurmakta ve her yıl oluşturdukları raporlarla paydaşlarını bilgilendirmektedir. Bunun yanında dünyanın önde gelen kafe işletmelerinden biri olan Starbucks kurumsal web sayfasında 'sosyal etki' başlığı altında gerçekleştirdikleri sorumlu girişimleri paydaşlarına iletmektedir. Bu sorumlu girişimler, kamuoyu nezdinde işletmelerin imajlarını güçlendirerek paydaşlarda olumlu izlenimler oluşturmaktadır. Bu girişimler vasıtasıyla müşteriler, toplum, mevcut çalışanlar ve potansiyel işgücü sorumlu işletmelere karşı olumlu tutum ve davranışlar sergilemektedir.

García de Leaniz ve Rodríguez Del Bosque Rodríguez (2015) İspanya'da otel müşterilerinin KSS algısının müşteri güveni, müşteri bağlılığı ve müşterilerin işletme ile özdeşleşmesi üzerine olumlu etki oluşturduğunu tespit etmiştir. Gürlek ve arkadaşları (2017) İstanbul'da beş yıldızlı otel müşterilerinin KSS algısının müşteri sadakati üzerine etkisinde kurumsal imaj algısının aracılık rolü üstlendiğini belirlemiştir. Yine müşteriler bağlamında Kang ve Namkung (2018) Starbucks müşterilerinin ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk algılamalarının marka farkındalığı, marka imajı, algılanan kalite ve marka sadakati boyutlarından oluşan marka denkliği üzerine etkisini araştırmıştır. Yapılan analizler sonucunda müşterilerin ekonomik, yasal ve etik sorumluluk algısının marka denkliği üzerine pozitif bir etki oluşturduğu görülmüştür.

Paydaş grubu içerisinde potansiyel işgücünün de KSS faaliyetlerini gerçekleştiren işletmelere karşı olumlu tutum ve davranışlar sergilediği belirlenmiştir. Bu kapsamda, Boğan ve Dedeoğlu (2019b) Türkiye'de turizm programlarında lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilerin çalıştıkları otel işletmelerine yönelik KSS algısının sektöre olan bağlılık ve oteli başkalarına tavsiye etme tutumları üzerine etkisini araştırmışlardır. Yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin çevreye yönelik sorumluluk algısının sektöre olan bağlılık ve tavsiye etme tutumları üzerine pozitif bir etki oluşturduğu belirlenmiştir. Yılmazdoğan ve arkadaşları (2014) Eskişehir'de eğitim gören turizm öğrencilerinin KSS algısının sektörde çalışma niyeti üzerine etkisini araştırmışlardır. Çalışmada KSS

kavramı ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk boyutlarıyla ölçülmüştür. Yapılan analiz sonucunda, öğrencilerin KSS algısının sektörde çalışma niyeti üzerine pozitif bir etki oluşturduğu belirlenmiştir.

KSS uygulamalarına verilen tepkiler kapsamında araştırılan bir diğer paydaş grubu yerel halktır. Su ve arkadaşları (2018) Çin'de yerel halkın destinasyon seviyesinde sosyal sorumluluk algısının turizmin olumlu etkisine yönelik algı, turizme destek ve yaşam kalitesi üzerine pozitif bir etki oluşturduğunu belirlemiştir. Gursoy ve arkadaşları (2019) Alanya'da yerel halkın otel işletmelerine yönelik KSS algısının toplumun tatmini, bölgeye olan bağlılığı ve turizme olan desteği üzerine etkisini araştırmışlardır. Yerel halkın ekonomik ve çevresel sorumluluk algısının turizme destek; ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluk algısının tatmin üzerine pozitif bir etki oluşturmuştur. Lee ve arkadaşları (2018) ise, kumarhane işletmelerinin KSS faaliyetlerinin yerel halkın yaşam kalitesi, algılanan fayda ve turizme destek üzerine etkisini araştırmışlardır. Güney Kore'de yaşayan yerel halktan toplanan verilerle yapılan analizler sonucunda, halkın KSS algısının yaşam kalitesi, turizme destek ve algılanan fayda üzerine pozitif bir etki oluşturduğu belirlenmiştir.

2.3. Çalışanların KSS Faaliyetlerine Verdikleri Geri Dönüşler

Paydaş grubu içerisinde çalışanlar, hem ne tür KSS faaliyetinin gerçekleştirilmesi gerektiği konusunda fikirler sunmada, hem de bu faaliyetlerin başarılı bir şekilde uygulanmasında kritik bir öneme sahiptir. Bunun yanında bu sektörde çalışanlar müşterilerle doğrudan etkileşim halindedir. Çalışanlar, pazarda meydana gelen değişimler ve tüketici tercihleri hakkında bilgi edinirler ve böylece müşteri tatmininin nasıl sağlanacağı hususunda öneriler geliştirip, uygularlar (Korschun ve diğ., 2014). Aynı zamanda, turistik ürünün soyut yapısından dolayı müşterilere karşı gösterilen tutum ve davranışlar, müşteri deneyiminin şekillenmesinde ve sonuç olarak müşteri tatmini ve sadakatinde büyük öneme sahiptir (Ko ve diğ., 2019). Bu noktada, çalışanların KSS faaliyetlerini nasıl algıladıkları ve bu faaliyetlerin çalışanların tutum ve davranışlarına nasıl yansıdığının araştırılması gerekmektedir (Song ve diğ., 2015).

KSS faaliyetlerinin finansal performans ve müşterilerin işletmeye dönük tutum ve davranışlar üzerine etkisinden sonra en fazla araştırılan konuların başında, çalışanların bu faaliyetleri nasıl algıladığı ve bu faaliyetlerin tutum ve davranışlarına nasıl bir etki oluşturduğu gelmektedir. Yapılan araştırmalar, çalışanların KSS algısının örgütsel bağlılık (Fu ve diğ., 2014a; Song ve diğ., 2015; Kim ve diğ., 2016), örgütsel özdeşleşme (Park ve Levy, 2014; Fu ve diğ., 2014a; Boğan ve diğ., 2018a; He ve diğ., 2019; Su ve Swanson, 2019; Gürlek ve Tuna, 2019), örgütsel vatandaşlık davranışı (Fu ve diğ., 2014a; 2014b; Raub ve Blunschi, 2014; Kim ve diğ., 2017; He ve diğ., 2019), örgütsel güven (Lee ve diğ., 2012; 2013; Jia ve diğ., 2019; Boğan ve Dedeoğlu, 2019a; Su ve Swanson, 2019), bilgi paylaşımı (Jia ve diğ., 2019), çevresel anlamda örgütsel vatandaşlık davranışı (Luu, 2017; Su ve Swanson, 2019), işe adanmışlık (Lee ve diğ., 2014; Zientara ve diğ., 2015; Park ve diğ., 2018; Gürlek ve Tuna, 2019), işte kalma niyeti (Park ve diğ., 2018), işten ayrılma niyeti (Lee ve diğ., 2014; Kim ve diğ., 2016), yapılan işin anlamlılığı (Raub ve Blunschi, 2014; Supanti ve Butcher, 2019), yenilikçi davranış (Park ve diğ., 2018), duygusal bağlılık (Fu ve diğ., 2014b; Wong ve Gao, 2014; Wang, 2014; Zientara ve diğ., 2015; Kim ve diğ., 2017; Youn ve diğ., 2018), örgütsel inovasyon (Wang, 2014), iş tatmini (Lee ve diğ., 2012; Raub ve Blunschi, 2014; Zientara ve diğ., 2015; Youn ve diğ., 2018; Boğan ve diğ., 2018a; Appiah, 2019), duygusal tükenmişlik (Raub ve Blunschi, 2014), içsel motivasyon (Nazir ve Islam, 2019), müşterilere dönük örgütsel vatandaşlık davranışı (Bavik, 2019), örgütsel adanmışlık (Lee ve diğ., 2014), iş yaşam kalitesi (Kim ve diğ., 2017), iş performansı (Kim ve diğ., 2017), yardım davranışı

(Supanti ve Butcher, 2019), öznel iyi oluş (Hu ve diğ., 2019), psikolojik ihtiyaç tatmini (Hu ve diğ., 2019) ve algılanan dışsal prestij (Gürlek ve Tuna, 2019) gibi tutum ve davranışlar üzerine etkili olduğu belirlenmiştir. Yapılan bu araştırmalar, işletmelerin mevcut çalışanları nezdinde KSS faaliyetlerini gerçekleştirerek stratejik önemli çıktılar elde edebileceğini göstermektedir.

3. Yöntem

3.1. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometrik analiz, temel düzeyde ve gelişmiş istatistiksel teknikler kullanarak yayınlanmış bilimsel çalışmaların atıf, yazar künyeleri, anahtar kelimeler, çalışılan konular ve uygulanan metotlar gibi kıstaslara bağlı olarak ilgili disiplindeki gelişimi gözlemek ve değerlendirmek için kullanılan bir tekniktir (McBurney ve Novak, 2002). Bir diğer ifadeyle, bibliyometrik analiz, belirli bir konu, disiplin veya sektördeki ilerlemeyi, gelişim veya büyümeyi ölçmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Bouyssou ve Marchant, 2011). Bibliyometrik analiz, turizm ve ağırılama yazınında hem ulusal (Boğan ve diğ., 2018b; Çelik, 2019) hem de uluslararası (Köseoğlu ve diğ., 2016; Okumuş ve diğ., 2018; Okumuş ve diğ., 2019) düzeyde sıkça kullanılmaktadır.

3.2. Dergilerin Seçimi

Çalışma kapsamına giren dergiler SCIMAGO Institutions Ranking adlı kaynaktan elde edilmiştir. Dergilerin seçiminde iki metot uygulanmıştır. İlk olarak, konu kategorisi kısmından 'turizm, boş zaman ve turizm işletmeciliği' seçeneği seçilmiştir. Bu kapsama giren 107 akademik dergi olduğu belirlenmiştir. Bu dergiler arasında en yüksek etki faktörüne sahip dergiler Q1 kodu ile belirtilmiştir. Çalışmada Q1 kodlu yüksek etki faktörüne sahip dergiler seçilmiştir. Q1 koduna sahip, 25 adet derginin olduğu belirlenmiştir. Bu dergiler arasında sadece KSS ve çalışan tutum ve davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların yayınlandığı dergiler ele alınmıştır. Bu kapsama giren 8 derginin olduğu belirlenmiştir. İkincisi, Q2 koduna sahip olmasına rağmen SSCI indeksinde yer alan Asia Pacific Journal of Tourism Research dergisi konuya ilişkin makaleleri yayınlanmasından dolayı araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Q2 kodlu SSCI indeksinde yer alan diğer dergiler incelendiğinde araştırma kapsamına girebilecek makalenin olmadığı belirlenmiştir. Sonuç olarak, çalışma kapsamına dâhil edilen toplamda 9 akademik derginin adı aşağıda yer almaktadır.

- Asia Pacific Journal of Tourism Research
- Current Issues in Tourism
- Journal of Hospitality and Tourism Management
- Journal of Sustainable Tourism
- Tourism Management
- Tourism Management Perspectives
- Cornell Hospitality Quarterly
- International Journal of Contemporary Hospitality Management
- International Journal of Hospitality Management

3.3. Veri Toplama ve Analiz

Seçilen dergilerden çalışma kapsamına giren makaleleri çıkarmak için 'Web of science' sitesinden faydalanılmıştır. Çalışmada araştırmanın kapsamını daraltma adına sadece nicel analiz tekniklerini kullanan çalışmalar incelenmiştir. Yıl olarak herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiştir. Arama yaparken 'corporate social responsibility, corporate

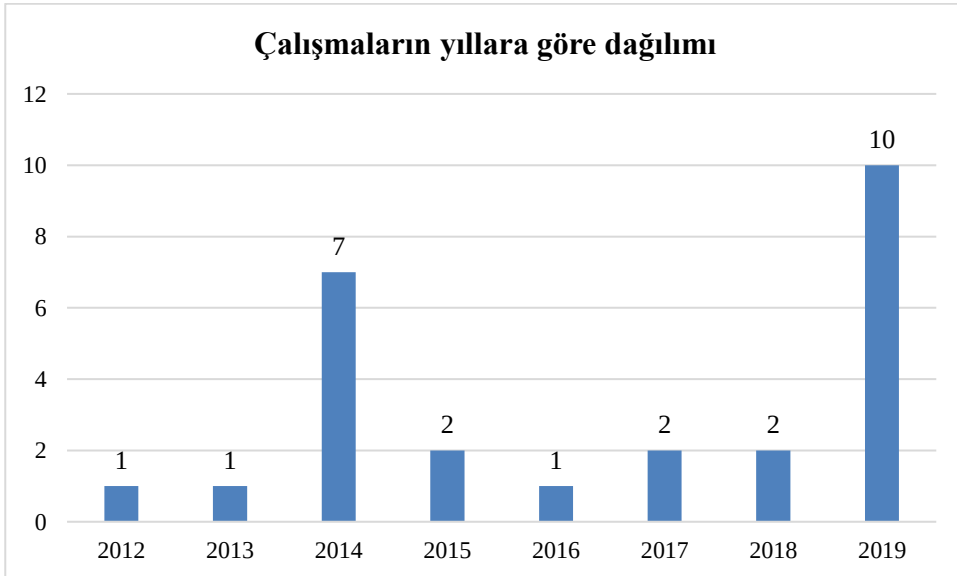
citizenship, corporate responsibility' anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Veriler, 05.10.2019-20.11-2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplamda 26 adet akademik makaleye ulaşılmıştır. Her bir makale içerik analizine tabi tutulmuş ve bunun için ayrı bir çalışma tablosu oluşturulmuştur. Çalışmalarda diğer bibliyometrik çalışmalara (Rey-Martí ve diğ., 2016; Okumuş ve diğ., 2019) benzer bir şekilde içerik olarak; çalışmaların yıllara göre dağılımı, çalışmaların dergilere göre dağılımı, çalışmaların ülkelere göre dağılımı, çalışmaların alt sektörler göre dağılımı, çalışmalarda en çok işlenen konular, çalışmalardaki yazar sayısı ve çalışmalarda en çok yararlanılan teoriler esas alınmıştır.

4. Bulgular

4.1. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 1, KSS faaliyetlerinin çalışanların tutum ve davranışlarına yönelik etkisini araştıran çalışmaların yıllara göre dağılımını göstermektedir. Konuya olan ilginin 2012 yılında başladığı görülmektedir. O dönemde yavaş yavaş ilgi gören konu 2014 yılında yayınlanan yedi, 2019 yılında yayınlanan on çalışma ile popülerlik kazanmıştır. 2015, 2017 ve 2018 yıllarında yayınlanan çalışma sayısı ikidir. Konunun nicel yöntemlerle araştırılmasına ilgi duyan ilk yazarlar Lee ve arkadaşları (2012)'dir. Araştırmacılar, Güney Kore'de faaliyet gösteren yiyecek-içecek sektörü çalışanlarının KSS algısının örgütsel güven ve iş tatmini üzerine etkisini araştırmışlardır. Çalışmada çalışanların KSS algısı Carroll (1979)'un KSS piramidinin basamaklarını oluşturan ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk boyutları ile ölçülmüştür.

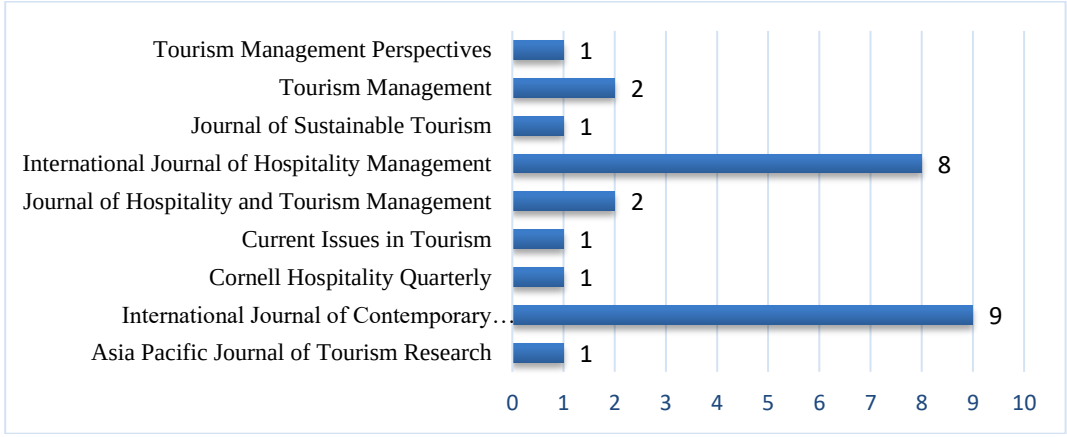
Şekil 1: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



4.2. Çalışmaların Dergilere Göre Dağılımı

Şekil 2, yayınlanan yirmi altı çalışmanın dergilere göre dağılımını göstermektedir. Dergilerin beş tanesi turizm dergisi iken, dört tanesi ağırlama işletmeciliği dergisidir. İlgili konuya dair çalışmalar en çok International Journal of Contemporary Hospitality Management (IJCHM) ve International Journal of Hospitality Management (IJHM) dergilerinde yayınlanmıştır.

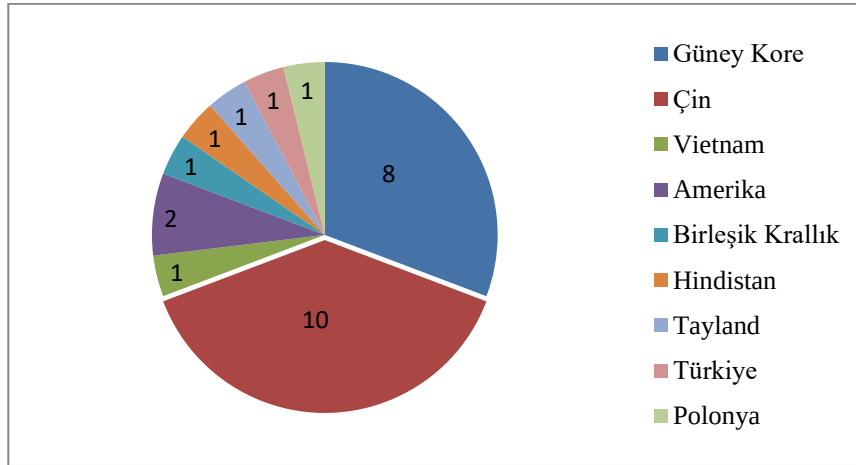
Şekil 2: Çalışmaların Akademik Dergilere Göre Dağılımı



4.3. Çalışmaların Ükelere Göre Dağılımı

Şekil 3, KSS faaliyetlerine çalışanların verdikleri reaksiyonları araştıran çalışmaların gerçekleştirildiği ülkelere göre dağılımını göstermektedir. Çalışmaların çok büyük bir kısmı Çin ve Güney Kore'de gerçekleştirilmiştir. Yine çalışmaların çok büyük bir kısmının Asya kıtasında gerçekleştirildiği görülmektedir. Çalışmalar Avrupa kıtasında sadece Türkiye, Polonya ve Birleşik Krallık'ta gerçekleştirilmiştir. Amerika'da yapılan çalışma sayısı sadece ikidir.

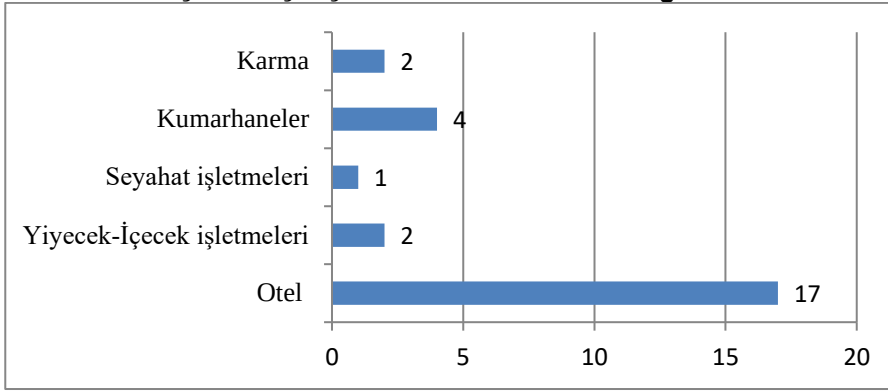
Şekil 3: Çalışmaların Ükelere Göre Dağılımı



4.4. Çalışmaların Alt Sektörlere Göre Dağılımı

Şekil 4, çalışmaların turizm ve ağırlama sektöründe yer alan alt sektörler göre dağılımını göstermektedir. Bu kapsamda, en fazla çalışmanın otel ve kumarhanelerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Kumarhanelerde gerçekleştirilen çalışmaların tamamı Güney Kore'de yapılmıştır.

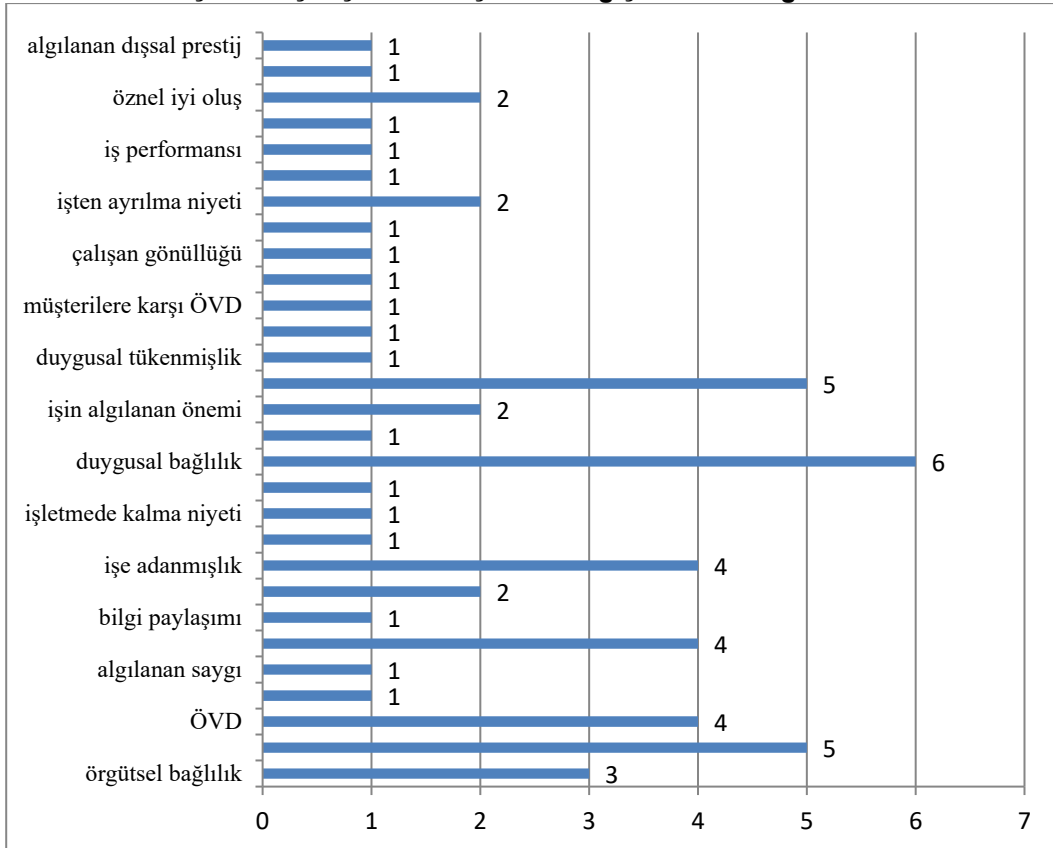
Şekil 4: Çalışmaların Alt Sektörlere Dağılımı



4.5. Çalışmalarda En Çok İşlenen Konular

Şekil 5'te çalışanların KSS verdikleri tepkilerde en çok işlenen konular yer almaktadır. Çalışanların KSS algısının üzerine etkisi birden fazla araştırılan kavramlar sırasıyla duygusal bağlılık, iş tatmini, örgütsel özdeşleşme, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD), işe adanmışlık, örgütsel bağlılık, çevresel anlamda ÖVD, yapılan işin algılanan önemi, işten ayrılma niyeti ve öznel iyi oluştur. Şekilde dikkat çeken önemli hususlardan birisi içerisinde birden fazla boyutu içeren değişkenlerin boyutsal olarak incelenmesidir. Örgütsel bağlılığın önemli boyutlarından biri olan duygusal bağlılık buna bir örnektir.

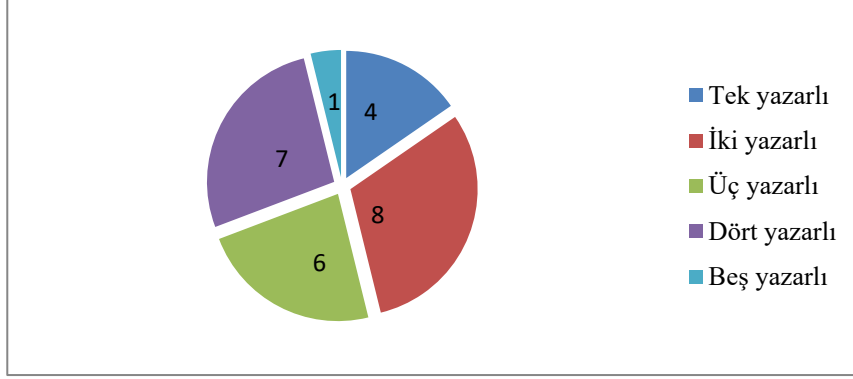
Şekil 5: Çalışmalarda İşlenen Değişkenlerin Dağılımı



4.6. Çalışmalardaki Yazar Sayısı

Şekil 6'da akademik çalışmalardaki yazar sayısı yer almaktadır. Buna göre, en fazla sırasıyla iki yazarlı, dört yazarlı, üç yazarlı, tek yazarlı ve beş yazarlı çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

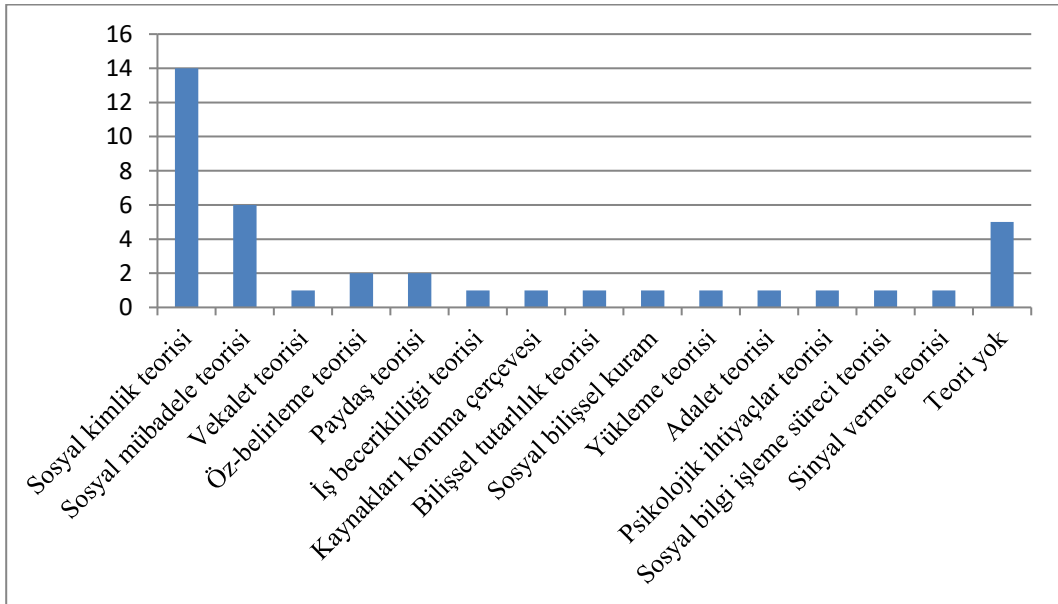
Şekil 6: Çalışmalardaki Yazar Sayısı



4.7. Çalışmalarda Faydalanılan Teoriler

Şekil 7'de çalışmalarda kurulan modele teorik altyapı oluşturma adına yararlanılan teoriler yer almaktadır. Bu kapsamda, en fazla yararlanılan teori sosyal kimlik teorisidir. Bu teoriyi, sosyal mübadele teorisi, paydaş teorisi ve öz-belirleme teorisi takip etmektedir. Şekilde yer alan diğer ilgili teorilerden sadece birer çalışmada faydalanılmıştır. Ancak şekilde görüldüğü üzere beş çalışmada kurulan model herhangi bir teoriye dayandırılmamıştır. Bu durum, teorik anlamda yeterli altyapı oluşturulmadan çalışmaların gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Şekil 7: Çalışmalarda Faydalanılan Teoriler



5. Tartışma

Turizm ve ağırlama sektöründe mevcut çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkileri araştıran çalışmalara dair bibliyometrik bir makale olan mevcut çalışmadan elde edilen bulgular önemli birtakım sonuçlar ortaya koymaktadır. İlk olarak, 2012 yılına kadar konunun yüksek etki faktörüne sahip herhangi bir dergide yer almadığı görülmektedir. Bu durum aslında konunun henüz yeni popülerlik kazandığını göstermektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, ilk dönemlerde çoğunlukla çalışanların KSS algısının tutum ve davranışlarına doğrudan etkisi araştırılırken (Lee ve diğ., 2012; 2013; Park ve Levy, 2014), daha sonraları aracılık rolü üstlenen (Fu ve diğ., 2014a; He ve diğ., 2019) ya da ilişkinin gücünü ya da yönünü farklılaştıran değişkenlerin (Supanti ve Butcher, 2019; Jia ve diğ., 2019) keşfedilmeye çalışıldığı görülmektedir.

İkincisi, yapılan araştırmaların çoğunlukla Asya ülkelerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Yönetim literatüründe çoğunlukla çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkileri ölçen çalışmaların Batılı gelişmiş ülkelerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelere konunun araştırılması tavsiye edilmesine rağmen (Aguinis ve Glavas, 2012), turizm ve ağırlama literatüründe durumun tam tersi olduğunu söylemek mümkündür. Bir diğer ifadeyle, var olan çalışmaların çoğunlukla gelişmekte olan Asya ülkelerinde gerçekleştirildiği dolayısıyla gelişmiş Batılı ülkelerde çalışmaların kısıtlı olduğu ifade edilebilir.

Üçüncüsü, çalışmaların alt sektörler dağılımları incelendiğinde seyahat ve yiyecek-içecek alt sektörlerinde konuya dair çalışma sayısının oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. KSS faaliyetlerinin çoğunlukla lüks ve büyük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirildiği göz önüne alındığında, çalışmaların büyük bir kısmının otelcilik sektöründe gerçekleştirilmiş olması makul karşılanabilir. Özellikle Hilton, Wyndam, Accor gibi uluslararası otel zincirleri her yıl toplumun yaşam kalitesini iyileştirme ve doğal çevreyi korumaya dair gerçekleştirdikleri sorumlu girişimleri raporlayarak paydaşlarına iletmektedir. Ancak McDonalds, Burger King, KFC gibi uluslararası fast-food zincirlerinin de kurumsal web sayfalarında paylaştıkları sorumlu girişimler göz önüne alındığında, konunun yiyecek-içecek sektöründe de çalışılması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Dördüncüsü, çalışanların KSS algısının üzerine etkisi en çok araştırılan kavramların; iş tatmini, duygusal bağlılık ve örgütsel özdeşleşme olduğu görülmektedir. Bu kavramların son araştırmalarda artık nihai bağımsız değişken olarak değil aracı değişken olarak incelendiği göze çarpmaktadır. Örneğin; He ve arkadaşları (2019) KSS ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile KSS ve görev performansı arasındaki ilişkide örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolünü incelemişlerdir. Kim ve arkadaşları (2016) çalışanların KSS algısının işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde duygusal bağlılığın aracılık rolüne sahip olduğunu belirlemiştir. Youn ve arkadaşları (2018) KSS algısının duygusal bağlılık üzerine etkisinde iş tatmininin aracılık rolü üstlendiğini ortaya koymuşlardır.

Son olarak, çalışanların KSS algısının tutum ve davranışlarına olan etkisini inceleyen araştırmacılar kurdukları modele teorik altyapı oluştururken çoğunlukla sosyal kimlik teorisi (Ashforth ve Mael, 1989) ve sosyal mübadele teorisinden (Blau, 1964) faydalanmışlardır. Sosyal kimlik teorisine göre (Ashforth ve Mael, 1989), insanlar doğuştan kendilerini ve başkalarını birtakım sınıflara ya da kategorilere ayırmaktadırlar. Bu sınıflar ya da kategoriler, bireyin benlik kavramının gelişimi ya da korunmasında kalkan rolü üstlenmektedir. Ayrıca bu kategoriler, bireyin sosyal çevrede kendisini ve başkalarını konumlandırmasına yardımcı olmaktadır. Genel olarak sosyal ve çevresel anlamda sorumlu davranışlar sergileyen işletmelerin kurumsal anlamda itibarının yüksek

olduğu açıktır. Böyle yüksek itibarlı bir işletmede çalışmak, bu işletmenin bir parçası olmak, çalışanın kendini sosyal çevresinde iyi bir yerde konumlandırmasına katkı sağlamaktadır. Bir diğer teori sosyal mübadele teorisidir (Blau, 1964). Bu teorisinin en temel prensiplerinden biri mütekabiliyettir. Mütekabiliyet doğrudan ve geliştirilmiş olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan mütekabiliyette, bir taraf diğer tarafa fayda sağlayacak bir eylemde bulunduğunda, fayda elde eden kişi bu eyleme mütekabil fayda sağlayacak bir geri dönüş yapar. Geliştirilmiş mütekabiliyette ise ikiden fazla taraf bulunmaktadır. Buna göre, her taraf bir başkasına fayda sağlamakta ve fayda sağladığı taraftan olmayacak şekilde fayda elde etmektedir. Bu temel prensiplere bağlı olarak, işletmeler çalışanların kendisine ya da dış paydaşlarına fayda sağlayacak eylemlerde bulunduğunda, çalışanlar kendisi fayda elde etmiyor olsa dahi, bu eyleme mütekabil faydalı geri dönüşlerde bulunacaktır (Cropanzano ve Mitchell, 2005; Molm ve diğ., 2007).

6. Sonuç

Bu çalışma, turizm ve ağırlama sektöründe çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkileri inceleyen çalışmalar hakkında yapılmış bibliyometrik bir araştırmadır. Bu kapsamda çalışmaların yıllara, dergilere, ülkelere, alt sektörler göre dağılımının yanı sıra çalışmalarda en çok işlenen konular, yazar sayısı ve faydalanılan teoriler gibi ölçütler esas alınmıştır. Bilindiği kadarıyla, bu çalışma turizm ve ağırlama sektör çalışanlarının KSS faaliyetlerine verdikleri geri dönüşler hakkında yapılan çalışmaları bibliyometrik analiz ile inceleyen ilk çalışmadır. Çalışma kapsamına yüksek etki faktörüne sahip Q1 kodlu turizm ve ağırlama dergileri dahil edilmiştir. Ek olarak, Q1 koduna sahip olmayan ancak SSCI indeksinde yer alan Asia Pacific Journal of Tourism Research dergisi de kapsama dahil edilmiştir. Ancak yapılan araştırmalar neticesinde 2019 yılı da dahil çalışma kapsamına giren akademik çalışma sayısının sadece yirmi altı olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, araştırmacılara var olan bilgilere dair genel bir bakış sunmaktadır. Aynı zamanda bulgular, araştırmacılar için literatürde ve uygulamada var olan açıklıklara dair önemli ipuçları sunmaktadır.

6.1. Kısıtlılıklar ve Araştırmacılara Öneriler

Tıpkı diğer çalışmalarda olduğu gibi, mevcut araştırmada birtakım kısıtlılıklara sahiptir. İlk olarak, çalışmada sadece yüksek etki faktörüne sahip SSCI indeksinde taranan dergilerde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Sonraki araştırmalarda, SCIMAGO Institutions Ranking adlı internet kaynağında yer alan diğer turizm ve ağırlama dergilerinde yer alan çalışmalar da bu kapsama dahil edilebilir. Böylece mevcut çalışmadan elde edilen bulgular güçlendirilebilir. İkincisi, çalışmada sadece nicel analiz teknikleri ile gerçekleştirilen çalışmalar incelenmiştir. Sonraki araştırmalarda, nitel yöntemlerle gerçekleştirilen çalışmalar da kapsama dahil edilebilir. Mevcut çalışmadan elde edilen bulgular da aslında araştırmacılara birçok yeni çalışma konusu sunmaktadır. Öncelikle, çalışanların KSS faaliyetlerine verdikleri tepkilerle alakalı çalışma kapsamına dahil edilen dergilerde Türkiye ile ilgili yeterince çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Konunun Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede araştırılması ilgili literatüre katkı sağlayacaktır. Ayrıca çalışmanın turizm ve ağırlama endüstrisinde farklı alt sektörlerde de (yiyecek-içecek, ulaştırma sektörü) araştırılması ilgili yazına farklı bir bakış getirecektir.

7. Kaynakça

Aguinis, H. ve Glavas, A. (2012), 'What We Know and Don't Know about Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda', *Journal of Management*, 38(4), ss. 932-968.

- Appiah, J. K. (2019), 'Community-based Corporate Social Responsibility Activities and Employee Job Satisfaction in the US Hotel Industry: An Explanatory Study', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, ss. 140-148.
- Ashforth, B. E. ve Mael, F. (1989), 'Social Identity Theory and The Organization', *Academy of Management Review*, 14(1), ss. 20-39.
- Avrupa Birliği Komisyonu (The European Union Commission) (2001). Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper of the European Commission. COM (2001) 366, July. Brussels: The EU Commission.
- Bavik, A. (2019), 'Corporate Social Responsibility and Service-Oriented Citizenship Behavior: A Test of Dual Explanatory Paths', *International Journal of Hospitality Management*, 80, ss. 173-182.
- Blau, P. M. (1964), *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley.
- Boğan, E. ve Dedeoğlu, B. B. (2019a), 'The Effects of Hotel Employees' CSR Perceptions on Trust in Organization: Moderating Role of Employees' Self-Experienced CSR Perceptions', *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(4), ss. 391-408.
- Boğan, E. ve Dedeoğlu, B. B. (2019b), 'The Influence of Corporate Social Responsibility in Hospitality Establishments on Students' Level of Commitment and Intention to Recommend', *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25, 100205.
- Boğan, E., Çalışkan, C. ve Dedeoğlu, B. B. (2018b), 'Turizm Yazınında Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Türkiye'de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi', *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), ss. 47-62.
- Boğan, E., Türkay, O. ve Dedeoğlu, B. B. (2018a), 'Perceived Corporate Social Responsibility and Job Satisfaction: The Mediator Role of Organizational Identification', *International Journal of Business and Management Studies*, 10(2), ss. 51-67.
- Bouyssou, D. ve Marchant, T. (2011), 'Ranking Scientists and Departments in a Consistent Manner', *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(9), ss. 1761-1769.
- Bowen, H. R. (1953), *Social Responsibilities of Businessman*, New York: Harper and Row.
- Carroll, A. B. (1979), 'A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance', *Academy of Management Review*, 4(4), ss. 497-505.
- Carroll, A. B. (1989), *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 2. Baskı, South-Western Publishing Co. USA, Ohio.
- Carroll, A. B. (1991), 'The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders', *Business Horizons*, 34(4), ss. 39-48.
- Carroll, A. B. (1999), 'Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct', *Business and Society*, 38(3), ss. 268-295.
- Coles, T., Fenclova, E. ve Dinan, C. (2013), 'Tourism and Corporate Social Responsibility: A Critical Review and Research Agenda', *Tourism Management Perspectives*, 6, ss. 122-141.
- Cowper-Smith, A. ve de Grosbois, D. (2011), 'The Adoption of Corporate Social Responsibility Practices in the Airline Industry', *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), ss. 59-77.
- Cropanzano, R. ve Mitchell, M. S. (2005), 'Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review', *Journal of Management*, 31(6), ss. 874-900.
- Çelik, S. (2019), 'Turizm Alanında Liderlik Konusu ile İlgili Hazırlanmış Tezler Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz', *Journal of Academic Value Studies*, 5(4), ss. 516-527.

- Fatma, M., Rahman, Z. ve Khan, I. (2016), 'Measuring Consumer Perception of CSR in Tourism Industry: Scale Development and Validation', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, ss. 39-48.
- Fu, H., Li, Y. ve Duan, Y. (2014b), 'Does Employee-perceived Reputation Contribute to Citizenship Behavior? The Mediating Role of Organizational Commitment', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), ss. 593-609.
- Fu, H., Ye, B. H. ve Law, R. (2014a), 'You do well and I do well? The Behavioral Consequences of Corporate Social Responsibility', *International Journal of Hospitality Management*, 40, ss. 62-70.
- García de Leaniz, P. M. ve Rodríguez Del Bosque Rodríguez, I. (2015), 'Exploring The Antecedents of Hotel Customer Loyalty: A Social Identity Perspective', *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(1), ss. 1-23.
- Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B. ve Çalışkan, C. (2019), 'Residents' perceptions of Hotels' Corporate Social Responsibility Initiatives and its Impact on Residents' Sentiments to Community and Support for Additional Tourism Development', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, ss. 117-128.
- Gürlek, M., Düzgün, E. ve Meydan Uygur, S. (2017), 'How Does Corporate Social Responsibility Create Customer Loyalty? The Role of Corporate Image', *Social Responsibility Journal*, 13(3), ss. 409-427.
- Gürlek, M., ve Tuna, M. (2019), 'Corporate Social Responsibility and Work Engagement: Evidence from the Hotel Industry', *Tourism Management Perspectives*, 31, ss. 195-208.
- He, J., Zhang, H. ve Morrison, A. M. (2019), 'The Impacts of Corporate Social Responsibility on Organization Citizenship Behavior and Task Performance in Hospitality: A Sequential Mediation Model', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), ss. 2582-2598.
- Hu, B., Liu, J. ve Qu, H. (2019), 'The Employee-focused Outcomes of CSR Participation: The Mediating Role of Psychological Needs Satisfaction', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, ss. 129-137.
- Jia, X., Liao, S., Van der Heijden, B. I. ve Guo, Z. (2019), 'The Effect of Socially Responsible Human Resource Management (SRHRM) on Frontline Employees' Knowledge Sharing', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), ss. 3646-3663.
- Jiang, Y. ve Gao, Y. (2019), 'Factors That Influence Potential Green Hotel Customers' Decision-Making Process—evidence from China', *Journal of China Tourism Research*, ss. 1-23.
- Kang, J. W. ve Namkung, Y. (2018), 'The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Equity and the Moderating Role of Ethical Consumerism: The Case of Starbucks', *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), ss. 1130-1151.
- Kim, H. L., Rhou, Y., Uysal, M. ve Kwon, N. (2017), 'An Examination of the Links between Corporate Social Responsibility (CSR) and its Internal Consequences', *International Journal of Hospitality Management*, 61, ss. 26-34.
- Kim, J. S., Song, H. J. ve Lee, C. K. (2016), 'Effects of Corporate Social Responsibility And Internal Marketing on Organizational Commitment and Turnover Intentions', *International Journal of Hospitality Management*, 55, ss. 25-32.
- Ko, A., Chan, A. ve Wong, S. C. (2019), 'A Scale Development Study of CSR: Hotel Employees' Perceptions', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), ss. 1857-1884.
- Korschun, D., Bhattacharya, C. B. ve Swain, S. D. (2014), 'Corporate Social Responsibility, Customer Orientation, and the Job Performance of Frontline Employees', *Journal of Marketing*, 78(3), ss. 20-37.

- Köseoglu, M. A., Rahimi, R., Okumus, F. ve Liu, J. (2016), 'Bibliometric studies in tourism', *Annals of Tourism Research*, 61, ss. 180-198.
- Lee, C. K., Kim, J. S. ve Kim, J. S. (2018), 'Impact of a Gaming Company's CSR on Residents' Perceived Benefits, Quality of Life, and Support', *Tourism Management*, 64, ss. 281-290.
- Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S. and Bernhard, B. J. (2013), 'The Impact of CSR on Casino Employees' Organizational Trust, Job Satisfaction, and Customer Orientation: An Empirical Examination of Responsible Gambling Strategies', *International Journal of Hospitality Management*, 33, ss. 406-415.
- Lee, S. ve Park, S. Y. (2009), 'Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals?', *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), ss. 105-112.
- Lee, Y. K., Choi, J., Moon, B. Y. ve Babin, B. J. (2014), 'Codes of Ethics, Corporate Philanthropy, and Employee Responses', *International Journal of Hospitality Management*, 39, ss. 97-106.
- Lee, Y. K., Lee, K. H. ve Li, D. X. (2012), 'The Impact of CSR on Relationship Quality and Relationship Outcomes: A Perspective of Service Employees', *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), ss. 745-756.
- Li, Y., Fu, H. ve Huang, S. S. (2015), 'Does Conspicuous Decoration Style Influence Customer's intention to Purchase? The Moderating Effect of CSR Practices', *International Journal of Hospitality Management*, 51, ss. 19-29.
- Luo, J. M. (2018), 'A Measurement Scale of Corporate Social Responsibility in Gambling Industry', *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(4), ss. 460-475.
- Luu, T. T. (2017), 'CSR and Organizational Citizenship Behavior for the Environment in Hotel Industry: The Moderating Roles of Corporate Entrepreneurship and Employee Attachment Style', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(11), ss. 2867-2900.
- McBurney, M. K. ve Novak, P. L. (2002), 'What is Bibliometrics and Why Should You Care?' In *Proceedings. IEEE International Professional Communication Conference* (ss. 108-114). IEEE.
- Molm, L. D., Collett, J. L. ve Schaefer, D. R. (2007), 'Building Solidarity through Generalized Exchange: A Theory of Reciprocity', *American journal of sociology*, 113(1), ss. 205-242.
- Nazir, O. ve Islam, J. U. (2019), 'Influence of CSR-Specific Activities on Work Engagement and Employees' Innovative Work Behaviour: An Empirical Investigation', *Current Issues in Tourism*, ss. 1-19.
- Okumus, B., Köseoglu, M. A. ve Ma, F. (2018), 'Food and Gastronomy Research in Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis', *International Journal of Hospitality Management*, 73, ss. 64-74.
- Okumus, F., Köseoglu, M. A., Putra, E. D., Dogan, I. C., ve Yildiz, M. (2019), 'A Bibliometric Analysis of Lodging-Context Research from 1990 to 2016', *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(2), ss. 210-225.
- Park, S. Y. ve E. Levy, S. (2014), 'Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), ss. 332-348.
- Park, S. Y., Lee, C. K., ve Kim, H. (2018), 'The Influence of Corporate Social Responsibility on Travel Company Employees', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), ss. 178-196.
- Porter, M. E. ve Kramer, M. R. (2006), 'The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility', *Harvard Business Review*, 84(12), ss. 78-92.

- Raub, S. ve Blunschi, S. (2014), 'The Power of Meaningful Work: How Awareness of CSR Initiatives Fosters Task Significance and Positive Work Outcomes in Service Employees', *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), ss. 10-18.
- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D. ve Palacios-Marqués, D. (2016), 'A Bibliometric Analysis of Social Entrepreneurship', *Journal of Business Research*, 69(5), 1651-1655.
- Rodríguez, F. J. G. ve Cruz, Y. D. M. A. (2007), 'Relation between Social-Environmental Responsibility and Performance in Hotel Firms', *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), ss. 824-839.
- Song, H. J., Lee, H. M., Lee, C. K. ve Song, S. J. (2015). 'The Role of CSR and Responsible Gambling in Casino Employees' Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Customer Orientation', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), ss. 455-471.
- Su, L. ve Swanson, S. R. (2019), 'Perceived Corporate Social Responsibility's Impact on The Well-Being and Supportive Green Behaviors of Hotel Employees: The Mediating Role of The Employee-Corporate Relationship', *Tourism Management*, 72, ss. 437-450.
- Su, L., Huang, S. ve Huang, J. (2018), 'Effects of Destination Social Responsibility And Tourism Impacts on Residents' Support for Tourism and Perceived Quality of Life', *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), ss. 1039-1057.
- Supanti, D. ve Butcher, K. (2019), 'Is Corporate Social Responsibility (CSR) Participation the Pathway to Foster Meaningful Work and Helping Behavior for Millennials?', *International Journal of Hospitality Management*, 77, ss. 8-18.
- Şentürk, F. K., Boğan, E. ve Bayırlı, M. (2019), 'Etik Liderlik ve Materyalist Eğilimlerin Otel Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısına Etkisi: Alanya Örneği', *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), ss. 136-153.
- Thomas, R., Shaw, G. ve Page, S. J. (2011), 'Understanding Small Firms in Tourism: A Perspective on Research Trends and Challenges', *Tourism Management*, 32(5), ss. 963-976.
- Wang, C. J. (2014), 'Do Ethical and Sustainable Practices Matter? Effects of Corporate Citizenship on Business Performance in the Hospitality Industry', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), ss. 930-947.
- Wong, A. I. ve Gao, H.J. (2014), 'Exploring the Direct and Indirect Effects of CSR on Organizational Commitment: The Mediating Role of Corporate Culture', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), ss. 500-525.
- Yılmazdoğan, O. C., Secilmis, C. ve Cicek, D. (2015), 'The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Perception on Tourism Students' Intention to Work in Sector', *Procedia Economics and Finance*, 23, ss. 1340-1346.
- Youn, H., Lee, K. ve Lee, S. (2018), 'Effects of Corporate Social Responsibility on Employees in the Casino Industry', *Tourism Management*, 68, ss. 328-335.
- Zientara, P., Kujawski, L. ve Bohdanowicz-Godfrey, P. (2015), 'Corporate Social Responsibility and Employee Attitudes: Evidence from a Study of Polish Hotel Employees', *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), ss. 859-880.

Turizm Dergilerinde Yayınlanan İnovasyon Başlıklı Makalelerin Bibliyometrik Profili

Bibliometric Profile of Innovation Related Articles Published in Academic Tourism Journals

Arş. Gör. Pembe ÜLKER 

Erciyes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: pembeulker@erciyes.edu.tr

Arş. Gör. Nazlı ÖRNEK 

Erciyes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: nazliornek@erciyes.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Harun ÇALHAN 

Erciyes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: hcalhan@erciyes.edu.tr

Öz

Bu çalışmada, Türkçe yayın yapan akademik turizm dergilerinde yayınlanan inovasyon başlıklı makalelerin bibliyometrik profilinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında, zaman sınırlaması olmaksızın, belirlenen 30 akademik turizm dergisinin 1998-2019 yılı son sayıları dâhil olmak üzere bütün sayıları taranmış, başlığında "inovasyon", "yenilik", "yenileşim", "inovatif", "yenilikçi" ve "yenilikçilik" kelimelerinden en az biri bulunan ve erişilebilen 33 makale tespit edilmiştir. Makaleler yayın yılı, dergiler, konular, benimsenen araştırma deseni, örneklem büyüklüğü, veri toplama yöntemi, incelenen alanlar gibi bazı parametreler çerçevesinde değerlendirilmiş ve özelliklerine göre kategorize edilmiştir. Elde edilen bulgular inovasyon ile ilgili makalelerin akademik turizm dergilerinde 2008 yılı itibarıyla yayınlanmaya başladığı ve yayınlanma oranının 2014 yılı sonrasında artış gösterdiğine işaret etmektedir. Bunun yanı sıra inovasyon konulu makalelerin en çok sırasıyla "Journal of Tourism and Gastronomy Studies", "Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi" ve "Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi"nde yayınlanmış olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, incelenen 33 makalede ağırlıklı olarak nicel araştırma yönteminin benimsendiği ve yoğun olarak anket tekniği ile veri toplandığı araştırmanın önemli bulgularından bazıları olarak ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik analiz, İnovasyon, Akademik Turizm Dergileri, Turizm.

Abstract

In this study, it was aimed to determine the bibliometric profile of Turkish articles published in academic tourism journals. Within the scope of the study, all the issues of the 30 academic tourism journals including the latest issues of 1998-2019, have been scanned without any time limitation and 33 articles were identified that are accessible and contained at least one of the words "innovation", "innovativeness", "innovative", and "innovator" in their headings. The articles were evaluated within the framework of some parameters such as publication year, journals, topics, research design adopted, sample size, data collection method, research areas and categorized according to their characteristics. The findings indicate that the articles about innovation started to be published in academic tourism journals as of 2008 and the rate of publication increased after the year 2014. In addition, it was determined that articles on innovation were published mostly in "Journal of Tourism and Gastronomy Studies", "International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences" and "Journal of Travel and Hotel Management" respectively. Furthermore, some of the important findings of the research can be expressed as that the quantitative research method was adopted predominantly in 33 articles examined and data was collected mainly with the survey technique.

Key Words: Bibliometric Analysis, Innovation, Academic Tourism Journals, Tourism.

1. Giriş

Sürekli artan rekabet içerisinde hem araştırmacılar hem de sektör temsilcileri inovasyonun gerekli olduğunu düşünmekte, inovasyona önem vermekte ve yönetim anlayışlarını inovasyona uygun hâle getirmektedirler (Kızıllırmak ve Albayrak, 2013: 56). Diğer hizmet sektörlerine benzer şekilde, turizm sektöründe de turistlerin değişen demografik özelliklerinden kaynaklı yaşam tarzlarının farklılaşması ve turizmde taklit ürünlere yönelik görece düşük engeller olması nedeniyle turizm sektöründe önemli zorluklarla karşılaşabilmektedir. Bu zorluklar ve değişimler, turizm işletmelerini ve turistik destinasyonları giderek artan rekabetçi ortamda pazardaki konumlarını koruyabilmeleri açısından inovasyon yapmaya mecbur bırakmaktadır (Presenza, Petruzelli ve Sheehan, 2019:192). Turizm sektöründe gerçekleşen inovasyon faaliyetlerinin turizm işletmelerine maliyetleri düşürmek, operasyonların verimliliğini ve/veya kâr seviyelerini arttırmak, tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını karşılamada kolaylık sağlamak, arzın değişen talep yapılarına uyumunda esneklik sağlamak, rekabet avantajına sahip olmak ve rekabette uzun dönemli güçlü kalmaya yardımcı olmak gibi birçok yarar (Pırnar, Bulut ve Eriş, 2012:134) sağlamasından dolayı sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve yüksek işletme performansı elde etmede son derece önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bununla birlikte, inovasyon sadece destinasyon içinde birbirleri ile rekabet eden turizm işletmeleri için değil aynı zamanda daha fazla ziyaretçi çekmeye çalışan ve birbirleri ile rekabet eden destinasyonlar içinde önemli bir güç olarak değerlendirilmektedir (Martínez-Pérez, Elche ve Garcia-Villaverde, 2019:81).

Alanyazında sektörle bağlantılı olarak oluşturulmuş akademik çalışmalar oldukça ilgi görmektedir. Buna yönelik temel varsayım, bilginin akademide yaratıldığı ve sonra daha da geliştirilmek ve işlenmek üzere işletmelere aktarıldığıdır. Nitekim yapılan çalışmalar, üniversite araştırmalarının iş başarısının gelişimi için önemli olduğunu ve etkisinin hafife alınmaması gerektiğini göstermektedir (Hjalager, 2002: 468-469). İnovasyonun turizm sektöründe çok önemli olduğu konusunda tüm araştırmacıların hemfikir olduğu (Peters ve Pikkemaat, 2005: 5) ifade edilse de yapılan birçok çalışmada (Hjalager, 1997; Peter ve Pikkemaat, 2005; Camisón ve Monfort-Mir, 2012; Martínez-Pérez, Elche ve Garcia-Villaverde, 2019: 82) inovasyon konusunda hala sınırlı sayıda ve yetersiz çalışmanın olduğu vurgulanmaktadır. Türkiye'de inovasyon konusunun çok fazla inceleme alanı olarak ele alınmadığı ve ulusal alanyazında inovasyon üzerine odaklanan oldukça sınırlı sayıda çalışma olduğu (Erdem, Gökdeniz ve Met, 2011:79) da belirtilmektedir.

Bibliyometrik analiz pek çok alanda uygulanabilmekte (Sánchez, Del Rio ve Garcia, 2017:9) ve sınırsız sayıda kaynak bu analiz aracılığıyla incelenabilmektedir (Wallin, 2005:261). Turizm alanının olgunluğunun ölçülmesi için hem niceliksel (bibliyometrik analiz gibi) hem de niteliksel (alanyazın taraması gibi) tekniklerle gerçekleştirilen araştırmaların gerekli olduğu ifade edilmektedir (Köseoğlu, Şehitoğlu ve Parnell, 2015:359). Turizmde farklı alanların niceliksel olarak bir değerlendirmesini yapmak üzere özellikle son yıllarda bibliyometrik analiz kullanan çalışma sayısı artış göstermiştir. Bu çalışmada ise akademik turizm dergilerinde, yıl sınırlandırması yapılmaksızın, dergilerin ilk basıldıkları yıllardan itibaren inovasyon başlıklı makalelerin bibliyometrik olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Buradan hareketle akademik turizm dergilerinde Türkçe yayınlanmış inovasyon konusunda yapılmış çalışmalar bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Bu çalışmada a) İnovasyon konusunda akademik turizm dergilerinde Türkçe yayınlanmış çalışma sayısı nedir?, b) Çalışmaların konularına göre dağılımı nedir?, c) Çalışmaların turizm alt sektörlerine göre dağılımı nedir?, d) Çalışmaların yıllara göre dağılımı nedir?, e) Çalışmaların dergilere göre dağılımı nedir?, f) Çalışmaların türü nedir?, g) Çalışmalarda kaynak kullanım düzeyi nedir? gibi temel

araştırma sorularına cevap aranmıştır. Bu çalışmanın ulusal alanyazında inovasyon konusunun ele alınma düzeyine yönelik bilgiler sunacağı ve ulusal alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür Taraması

2.1. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri, matematiksel ve istatistiki yöntemlerin kitaplara ve diğer basılı kaynaklara uygulanması olarak ifade edilmektedir (Pritchard, 1969:349). Fairthorne (2005:171) bibliyometriyi basılı kaynakların ve kaynaklara dair özelliklerin niceliksel açıdan ele alınması olarak tanımlamaktadır. Bu yöntemin temel amacı somut olmayan nitelikleri somut ve dolayısıyla yönetilebilir hâle getirmek olarak ifade edilmektedir (Wallin, 2005: 261). Bibliyometrik çalışmalar, akademik alanyazını analiz etmek için istatistiki yöntemlerin kullanılmasını içermektedir (Ruhanen, Weiler, Moyle ve McLennon, 2015). Bibliyometrik yöntemler doğası gereği niceldir, ancak yazılı kaynakların nitel özellikleri hakkında bilgi vermek amacıyla kullanılırlar (Wallin, 2005:261). Bilimsel bilginin birikimsel olması, her yeni araştırmanın kendinden öncekileri temel alarak gerçekleşmesi ve alandaki bilgiyi zenginleştirilmesi beklenmektedir (Sánchez, Del Rio ve Garcia, 2017: 9). Bu doğrultuda bibliyometrik analiz de daha önce bir alanda yapılan çalışmaların sayısal olarak tarif edilmesi, alanın ne ölçüde doygunluğa ulaştığının resminin çizilmesi ve alandaki eğilimin hangi yöne doğru evrildiğinin anlaşılması için son dönemlerde sıklıkla kullanılmaktadır.

Günümüzde bibliyometri, neredeyse tüm bilim alanlarında kullanılan ender analiz yöntemlerinden biridir (Glanzel, 2003: 5). Bibliyometri hem genel olarak hem de turizm özelinde popüler hâle gelmiş araştırmacılar, kurumlar, dergiler ve disiplinler nezdinde bibliyometrik çalışmaların önemine dair farkındalık artmıştır (Evren ve Kozak, 2014). Turizmde yayın yapan araştırmacı sayısının ve dolayısıyla yayın sayısının artması ve turizmin bir bilim alanı olarak büyümesi ile birlikte bu alandaki bibliyometrik çalışmaların sayısında da artış gözlemlendiği ifade edilmektedir (Özel ve Kozak, 2012: 716).

Uluslararası turizm alanyazınında bibliyometri sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir. Örneğin, turizmde iş etiği (Köseoğlu, Şehitoğlu, Ross ve Parnell, 2016), sürdürülebilirlik (Ruhanen vd., 2015; Niñerola, Sánchez-Rebull ve Hernandez-Lara, 2019), şarap turizmi (Sánchez, Del Rio ve Garcia, 2017), macera turizmi (Cheng, Edwards, Darcy ve Redfern, 2018), araştırma yöntemleri (Koç ve Boz, 2014) ve turizm çalışmalarında istatistiki yöntemlerin kullanımı (Palmer, Sese ve Montano, 2005) konularında bibliyometrik çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Türk turizm alanyazınında bibliyometriyi yöntem olarak benimseyen ilk çalışmalar 1990'lı yıllarda gerçekleştirilmiştir (Kozak, 1994; Kozak, 1995; Kozak ve İçöz, 1999). Daha sonra turizmin pek çok alanında gerçekleşen çalışmalar ile turizm alanında gerçekleştirilen çalışmalara dair sayısal bilgilerin elde edilmesi mümkün hâle gelmiştir. İlgili alanyazın incelendiğinde daha önceki yıllarda kırsal turizm (Bozok, Kılıç ve Özdemir, 2017), turizm pazarlaması (Özel ve Kozak, 2012), sağlık turizmi (Temizkan, Çiçek ve Özdemir, 2015), turist rehberliği (Şahin ve Acun, 2015), turizm ve girişimcilik (Işık vd., 2019) konularında yayınlanan makalelerde ve turizm ve gastronomi alanlarında yazılan tezler (Cevizkaya, İlsay ve Avcıkurt, 2014; Tayfun, Küçükergin, Aysen, Eren ve Özekici, 2016; Demirbulat ve Dinç, 2017; Aydın, 2017; Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay ve Mercan, 2017; Tayfun, Ülker, Gökçe, Tengilimoğlu, Sürücü ve Durmaz, 2018; Ayaz ve Türkmen, 2018) ile turizm alanında yayınlanan bildirilerde (Yılmaz, 2017; Şahin ve Acun, 2015; Çakıcı, Yıldırım ve Karacaoğlu, 2013) bibliyometriden yoğun olarak

faydalanıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, bibliyometri ile tek bir dergide yayınlanan çalışmalar incelenebildiği gibi (Kozak, 1994; Karagöz ve Kozak, 2014; Çiçek ve Kozak, 2012), birden fazla dergide yayınlanan çalışmalar da incelenebilmektedir (Evren ve Kozak, 2014; Köseoğlu, Şehitoğlu ve Parnell, 2015).

2.2. İnovasyon

Günümüz ekonomisinin en önemli sloganlarından biri artık “ya inovasyon yap ya da öl” olarak ifade edilmektedir (Lemon ve Sahota, 2004: 483) ki bunu doğrular şekilde inovasyon, tüketicilerin dünyanın her yerinden ürün ve hizmet seçimi yaptığı ve belli oranlarda doyuma ulaşmış her sektör için önemli bir var olma stratejisi olarak görülmektedir (Peters ve Pikkemaat, 2005: 1). Küresel rekabet şartlarında hem mevcut işletmelerin hem de yeni kurulan işletmelerin büyümesi ve varlığını sürdürebilmesi, inovasyon yapmalarına ve inovatif olmalarına dayanmaktadır. Artan rekabet ve değişen tüketici beklentileri sonucunda işletmeler pazardaki rekabetçi yapılarını sürdürebilmek için ürün veya süreçlerinde birtakım yenilikler yapmak mecburiyetinde kalmıştır (Işık ve Keskin, 2013: 44). İnovatif ve yaratıcı düşünce ile beslenen işletmelerin başarılı olma şansının çok daha yüksek olduğu ancak inovasyonu içselleştirememiş ve aktif kullanamayan işletmelerin ayakta kalmasının pek de mümkün olmadığı vurgulanmaktadır (Çiftçi, Tozlu ve Akçay, 2014: 77).

Örgütlerin temel yapı taşı olan bireylerin yenilikçiliği ise, yeni bir fiziksel ürün, hizmet ya da fikrin birey tarafından benimsenmesi ve bireyin bunu uygulama yeteneği olarak ifade edilmektedir (Işık ve Türkmenbaş, 2016: 70). İnovasyon hizmet endüstrisinde artan bir öneme ve role sahip olmakla birlikte tartışmasız özellikle turizm sektörü için de çok önemli bir faktör konumuna gelmiştir (Aldebert, Dang ve Longhi, 2011: 1204). İnovasyon, turizm endüstrisinde özellikle destinasyon rekabetçiliği ve turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü elde etmesinde kritik bir faktör olduğunun anlaşılmasından sonra (Martínez-Pérez, Elche ve Garcia-Villaverde, 2019: 82) ve performans üzerindeki etkisinin hala tartışılıyor olmasından (Martin-Rios ve Ciobanu, 2019: 218) dolayı akademisyenlerin, ekonomistlerin ve politikacıların ilgisini çekmeye devam etmektedir.

Türkçe’de “inovasyon”, “yenilik”, “yenilenme” ve “yenileşim” kelimeleri ile ifade edilen inovasyon kavramı, etimolojik olarak Latince kökene dayanmakta olup, “*innovare*” kelimesinden türetilmiştir. Yeni bir şey yapmak anlamına gelen (Tidd, Bessant ve Pavitt, 2005: 66) inovasyon kavramı, ilk kez Joseph Schumpeter tarafından orijinali 1912 yılında Almanca yayınlanan ve 1934 yılında İngilizceye çevrilen “Ekonomik Kalkınma Teorisi” adlı çalışmada ele alınmıştır (Schumpeter, 2003). Schumpeter (2003)’e göre inovasyon ile icat birbirinden tamamen farklı iki kavramdır ve kalkınmanın itici gücü icatlar değil inovasyonlardır. Nitekim, inovasyona dönüşemeyen icadın ekonomik değerinin bulunmadığını ve ekonomik kalkınmada öneminin olmadığını ifade etmektedir (Demir, 1995: 162). Schumpeter, ekonomik kalkınmanın ancak eskilerin yerini alan yeni teknolojileri kapsayan dinamik bir süreç olan “inovasyon” yoluyla başarılacağını savunmakta ve yarattıkları etkileri bakımından inovasyonları büyük dengeleri değiştirebilen değişimler yaratan “radikal inovasyonlar” ve değişim sürecinde sürekli gelişen “artımsal inovasyonlar” olarak sınıflandırmaktadır (Çalhan, 2018: 549). Türk Dil Kurumu (2019) inovasyon kelimesini, “yenileşim” olarak çevirmekte ve “değişen koşullara uyabilmek için toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması, yenilik, inovasyon” olarak ifade etmektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 2005 yılında yayınlanan Oslo Kılavuzu’nda inovasyon kavramı; yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş ürün, süreç, pazarlama yöntemi ve/veya örgütsel yöntemin uygulanması şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka kaynaktan

ise, inovasyon, var olan fiziksel ürün, süreç veya hizmetleri geliştirmeye ve iyileştirmeye yönelik yenilikçi fikirler üretmek olarak ifade edilmektedir (Işık ve Barlak, 2018: 16). En genel şekliyle inovasyon bir birey, bir grup insan, bir işletme, bir sanayi sektörü veya bir bütün olarak bir toplum için yeni olduğu düşünülen bir fikir, ürün veya süreç, bir sistem veya cihaz olarak tanımlanabilmektedir (Halpern, 2010: 52).

İnovasyonlar; (a) tüketicinin daha önce tanımadığı yeni bir malın ya da bir malın yeni bir tipinin veya aynı malın yeni bir kalitesinin pazara sunulması, (b) üretime yönelik yeni bir tekniğin uygulanması, (c) yeni pazarların keşfi veya yaratılması, (d) yeni bir hammadde veya yan mamul madde kaynağının bulunması ve (e) endüstrinin yeniden organize edilmesi olarak sınıflandırılmaktadır (Schumpeter, 1964'ten aktaran Demir, 1995: 163). OECD, Oslo Kılavuzu'nda inovasyonların sınıflandırılmasına yönelik ortak bir kavramsal çerçevenin oluşturulmasının gerekliliğinden hareketle inovasyonları ürün, süreç, pazarlama ve örgütsel inovasyonlar şeklinde sınıflandırmaktadır. Turizm sektöründe inovasyon üzerine yapılan birçok çalışmada da (Hjalager, 1997; Ottenbacher ve Gnoth, 2005; Hjalager, 2010; Pivcevic ve Pranicovic, 2012; Vila, Enz ve Costa, 2012; Nordli, 2018; Martin-Rios ve Ciobanu, 2019) OECD (2005) tarafından yapılan inovasyon sınıflandırmasının aynısının veya benzer sınıflandırmaların ele alındığı görülmektedir. Ürün (mal ve hizmet) inovasyonu tüketici, işletme veya destinasyon için daha önce görülmemiş yeni olarak kabul edilen değişiklikler şeklinde ifade edilmektedir (Hjalager, 2010: 2). Süreç inovasyonu, hizmet üretimi ve teslimat süreçlerine yönelik yapılan inovasyonlar veya iyileştirmeler olarak ifade edilirken (Jacob, Tintoré, Aguiló, Bravo ve Mulet, 2003: 282) pazarlama inovasyonu, işletmelerin potansiyel veya mevcut müşterilere mal ve hizmetlerini pazarlamada yeni yöntemler geliştirmesi şeklinde ifade edilmektedir (Halpern, 2010: 52). Örgütsel inovasyon ise, bir işletmenin ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir örgütsel yöntemi uygulaması şeklinde açıklanmaktadır (OECD, 2005: 55).

3. Yöntem

Bu çalışmada, Türkçe yayın yapan akademik turizm dergilerinde yayınlanan inovasyon konulu makalelerin profilinin belirlenmesi amaçlanmış ve bu doğrultuda bibliyometrik analizden yararlanılmıştır. Bibliyometrik analiz, çeşitli parametreler (konular, yöntemler ve referanslar gibi) çerçevesinde makalelerin frekans ve alıntı analizini içeren bir tür içerik analizidir (Evren ve Kozak, 2014: 67). Bu bağlamda, bu çalışmanın nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi ve tür olarak da bibliyometrik inceleme şeklinde gerçekleştirildiği söylenebilir.

3.1. Araştırma Soruları

Bu çalışmada aşağıda yer alan araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- a) İnovasyon ile ilgili makaleler dergilere, yıllara ve yazarların çalıştıkları kurumlara göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
- b) İnovasyon ile ilgili makaleler konularına, araştırma yaklaşımlarına, araştırma desenlerine ve incelediği alt sektörler göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
- c) İnovasyon ile ilgili makaleler veri toplama yöntemlerine, örneklem büyüklüklerine, örneklem bölgelerine, analiz yöntemlerine ve kaynak sayılarına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Türkçe yayın yapan akademik turizm dergilerinde yayınlanan inovasyon başlıklı makalelerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında bibliyometrik

analize dahil edilecek makalelerin belirlenebilmesi için öncelikle, ULAKBİM ve Dergi Park üzerinden “turizm”, “seyahat” ve “gastronomi” arama kelimeleriyle 23 akademik turizm dergisi ve Google Akademik üzerinden ilave 7 dergi daha olmak üzere doğrudan turizmle ilgili toplam 30 akademik turizm dergisi seçilmiştir. Taranan dergiler sadece akademik turizm dergileri ile sınırlı tutulmuş olup, enstitü dergileri gibi dergiler araştırma kapsamına alınmamıştır. Söz konusu dergilerin internet üzerinden ulaşılabilen cilt ve sayılarının 1998-2019 yılları arasını kapsadığı tespit edilmiştir. Dergiler ilk yayın yaptıkları yıldan itibaren taranmıştır. Araştırma kapsamında belirlenen akademik turizm dergilerine ilişkin liste Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: İncelenen Akademik Turizm Dergileri

Turizm Dergileri	İncelenen Yayın Aralığı
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	2005-2019
Ankara Üniversitesi Bepazarı Meslek Yüksekokulu Turizm Çalışmaları Dergisi	2019-2019
Aydın Gastronomy	2017-2019
Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi	2016-2019
Disiplinler Arası Akademik Turizm Dergisi	2016-2019
Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	2017-2019
Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi	1998-2019
GSI Journals Serie a: Advancements in Tourism, Recreation and Sport Sciences	2018-2019
Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	2017-2019
Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel	2018-2019
Journal of Hospitality and Tourism Issues	2019-2019
Journal of Recreation and Tourism Research	2014-2019
Journal of Tourism & Gastronomy Studies	2013-2019
Journal of Tourism Theory and Research	2015-2019
Journal of Tourism Intelligence and Smartness	2018-2019
Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi	2018-2019
Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	2004-2019
Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi	2018-2019
Tourism and Recreation	2019-2019
Turizm & Araştırma Dergisi	2012-2019
Turizm Araştırma Enstitüsü Dergisi	2019-2019
Turizm Akademik Dergisi	2014-2019
Turizm, Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi	2019-2019
Turist Rehberliği Dergisi	2018-2019
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	2017-2019
Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi	2017-2019
Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	2017-2019
Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi	2017-2019
Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi	2017-2019
Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi	2016-2019

3.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Belirlenen 30 derginin tüm ciltleri ve sayılarında yer alan makalelerin başlıkları sistematik bir biçimde “inovasyon”, “yenilik”, “yenileşim”, “inovatif”, “yenilikçi” ve “yenilikçilik” kelimelerini içermesi çerçevesinde taranmış ve doğrudan inovasyon ile ilgili yayınlanmış toplam 33 makale tespit edilmiştir. Söz konusu dergilerde makale tarama işlemi internet üzerinden 01.12.2018-15.01.2020 tarihleri arasında yapılmış ve tüm dergilerin ilk cilt ve sayılarından başlanarak 2019 yılı son sayılarını kapsayacak şekilde tarama işlemine devam edilmiştir. Çevrimiçi olarak erişilebilen 33 makalenin tümü indirilmek suretiyle

çalışma kapsamında incelemeye alınmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, 33 makalenin bibliyometrik profilini ortaya çıkarmak için farklı parametreler belirlenmiş ve makaleler bu parametreler çerçevesinde incelenmiştir. Parametreler oluşturulurken, daha önce turizm alanyazınında bibliyometrik analiz gerçekleştiren araştırmalarda (Şahin ve Acun, 2015; Yılmaz, 2017, Tayfun vd., 2018) kullanılan parametrelerden de faydalanılmıştır. Bu çalışmada belirlenen parametreler şunlardır;

- Yayın yılı
- Yayınlandığı dergi
- Yazarların çalıştıkları kurumlar
- İncelenen konu
- Araştırma yaklaşımı
- Araştırma deseni
- Örneklem bölgesi
- Örneklem büyüklüğü
- Veri toplama yöntemi
- İncelenen alt sektör
- Verinin toplandığı kitle
- Veri analiz yöntemi
- Türkçe kaynak sayısı
- Yabancı kaynak sayısı
- Toplam kaynak sayısı

3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmaların geçerliliğini ortaya koymak için araştırmacının veri toplama aşamasına kendisinin dahil olması, araştırma yöntemi ve veri analiz süreci ile ilgili detaylı bilgilerin sunulması, parametrelerin belirlenmesi sürecinde araştırmacılar arasında tartışmaların yapılması, doküman incelemenin en az iki farklı araştırmacı tarafından yapılması (Yılmaz, 2017: 176), ham verinin ortaya çıkan kavramlara göre yeniden düzenlenmiş bir biçimde okuyucuya yorum katmadan ve verinin doğasına sadık kalınarak ayrıntılı bir şekilde aktarılması (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 270) gerektiği dile getirilmektedir. Bu çalışmada, araştırmacının hangi aşamalarda ve nasıl gerçekleştirildiği açıkça ortaya konulmuştur. Araştırmanın yöntemi, evren ve örneklemi, veri toplama aracı ve süreci, veri analiz yöntemi, veri analizi süreci ve bulguları sunulmaya çalışılmıştır. Çalışmada araştırmacıların ortak uzlaşısı ile parametreler geliştirilmiş, aynı parametreler kullanılarak ayrı ayrı makale inceleme işlemi yapılmıştır. Çalışmanın her aşamasında araştırmacılar arası tartışmalar ve uzlaşısı arayışı gerçekleştirilmek suretiyle araştırma geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır.

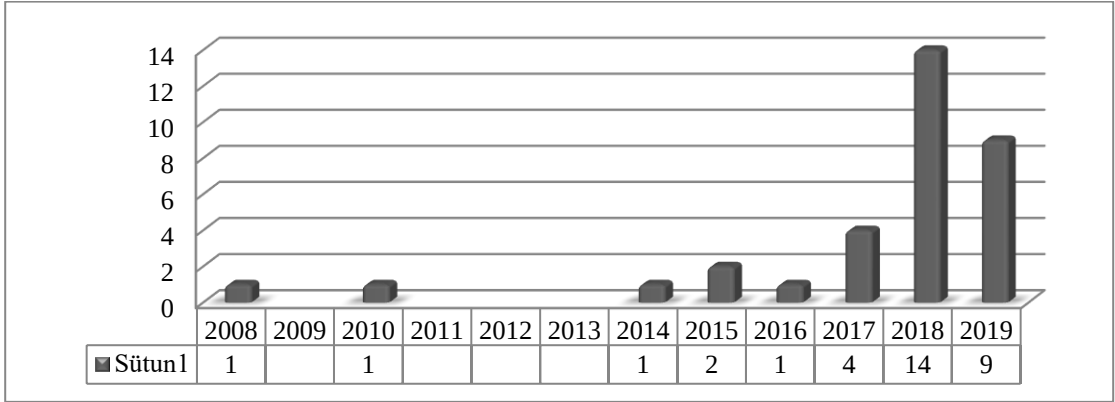
Araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması amacıyla “araştırmacı üçgenleme yöntemi” kullanılarak makaleler incelenmiş ve üç araştırmacı tarafından analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırmacı üçgenleme yöntemi, verilerin toplanması, analizi ve yorumlanmasında birden fazla araştırmacının yer almasını içeren nitel araştırmalarda kullanılan bir güvenilirlik yöntemidir (Başkale, 2016: 25). Makalelerin incelenmesi işlemi, araştırmacılar tarafından dört aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada her araştırmacı tüm makaleleri bireysel olarak inceleyerek kendi verisini oluşturmuştur. İkinci aşamada değişim esasına dayalı olarak her bir araştırmacının oluşturduğu verinin doğruluğu diğer bir araştırmacı tarafından tekrar incelenerek kontrol edilmiştir. Üçüncü aşamada makalelerin tümü üç araştırmacının bir araya gelmesiyle tartışma ve uzlaşısı esasına dayalı olarak tekrar kontrol edilmiştir. Dördüncü aşamada, söz konusu kontrollerde ortaya çıkan görüş farklılıkları tekrar değerlendirilmiş ve uzlaşısı ile giderilmeye çalışılmıştır. Bu sayede çalışmanın güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır.

4. Bulgular

Akademik turizm dergilerinde inovasyon ile ilgili makalelerin yayınlandığı yıllar incelendiğinde (Grafik 1), makalelerin 2008 yılı itibariyle yayınlanmaya başladığı görülmektedir. 2014 yılı sonrasında inovasyon konusundaki makalelerin dergilerde

yayınlanma sayısının artış gösterdiği, 2014 öncesi yıllarda ise az sayıda makalenin yayınlanmış olduğu ifade edilebilir.

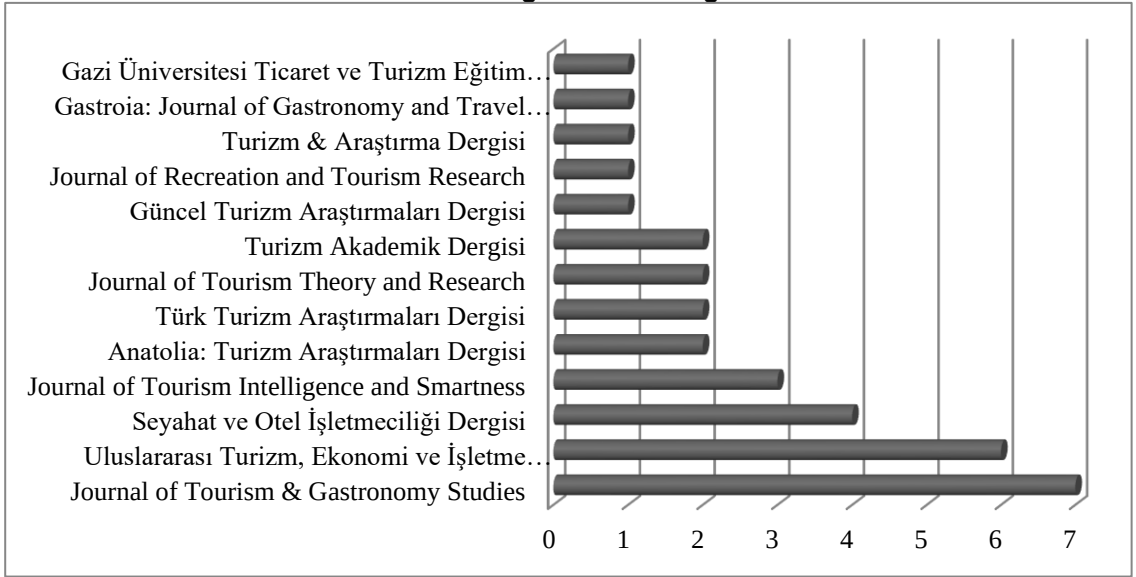
Grafik 1: Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı



Grafik 1’de görüldüğü üzere, özellikle son üç yılda inovasyon konusunda yayınlanan makale sayısında dikkat çekici şekilde bir artış yaşanmıştır. Bu durum, özellikle 2010 yılından sonra turizm alanında yayın yapan akademik turizm dergi sayısının artmasına bağlı olarak inovasyon konusunda yayınlanan makale sayısının da artması ve daha da önemlisi inovasyon konusunun diğer pek çok sektör gibi turizm sektörü için de her geçen gün daha da önemli ve araştırılması gereken bir konu haline gelmesi ile açıklanabilir.

İnovasyon ile ilgili 33 makalenin yayınlandığı dergiler incelendiğinde (Grafik 2), en fazla makalenin “*Journal of Tourism and Gastronomy Studies (JOTAGS)*”, “Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi” ve “Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD)”nde yayınlandığı görülmektedir. JOTAGS yedi yıldır yayınlanmakta olan bir dergidir. Diğer dergilerle kıyaslandığında daha uzun süredir yayın yaptığı belirtilebilir. Bu açıdan incelendiğinde, bu alanda daha fazla makalenin yayınlanmış olması beklenen bir sonuçtur. Diğer taraftan, Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi henüz üç yıldır yayınlanmakta olan bir dergi olmasına rağmen diğer dergilere kıyasla daha fazla sayıda inovasyon konusunda çalışma yayınlamıştır. Bu durum ise, her bir sayısında çok sayıda makaleye yer verilmesi ile açıklanabilir. Daha uzun süre yayın hayatı olan *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* ve *SOİD* dergilerinde ise nispeten daha az sayıda inovasyon alanında makale yayınlandığı görülmektedir. Bu durum, turizm akademisyenlerinin özellikle son yıllarda inovasyon konusunda çalışmalar yapmaya yöneldikleri veya geçmişte inovasyon ile ilgili yaptıkları çalışmalarının yayınlanmasında turizm dergilerini tercih etmemiş oldukları, başka dergilerde makalelerini yayınlamış oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Grafik 2: Makalelerin Dergilere Göre Dağılımı



İncelenen 33 makalenin biri yedi yazar, biri dört yazar, üçü üç yazar, 16'sı iki yazar ve ikisi de bir yazar tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarların çalıştıkları kurumlara göre dağılımına bakıldığında sırasıyla Atatürk Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi ve Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nden araştırmacıların inovasyon konusunda makale yayınladığı görülmektedir. Diğer yazar sayıları ve yazarların çalıştıkları kurumlar Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Yazarların Çalıştıkları Kurumlara Göre Dağılımı

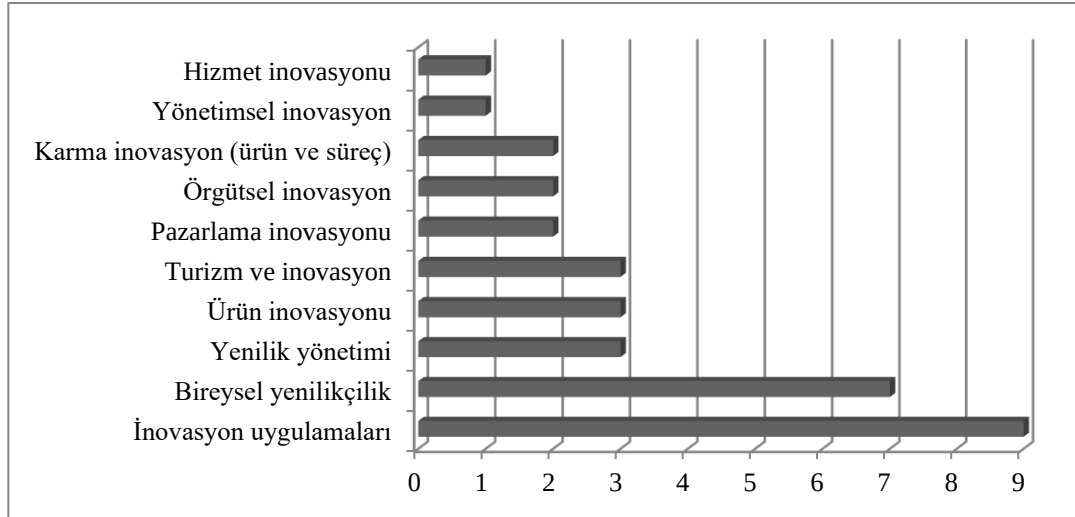
Kurum Adı	Yazar Sayısı
Atatürk Üniversitesi	11
Mersin Üniversitesi	8
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	7
Çankırı Karatekin Üniversitesi	6
İstanbul Gelişim Üniversitesi	3
Kocaeli Üniversitesi	3
Gaziantep Üniversitesi	3
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	3
Dokuz Eylül Üniversitesi	2
Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu	2
Balıkesir Üniversitesi	2
Karabük Üniversitesi	2
Akdeniz Üniversitesi	2
Sakarya Üniversitesi	2
Gümüşhane Üniversitesi	2
Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	1
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	1
İstanbul Arel Üniversitesi	1
Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi	1
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi	1
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1
Pamukkale Üniversitesi	1
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	1

Tablo 2'nin devamı

Siirt Üniversitesi	1
Süleyman Demirel Üniversitesi	1
Türk Hava Kurumu Üniversitesi	1
Bülent Ecevit Üniversitesi	1
Çukurova Üniversitesi	1
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	1
Kırklareli Üniversitesi	1
Zübeyde Hanım Lisesi	1

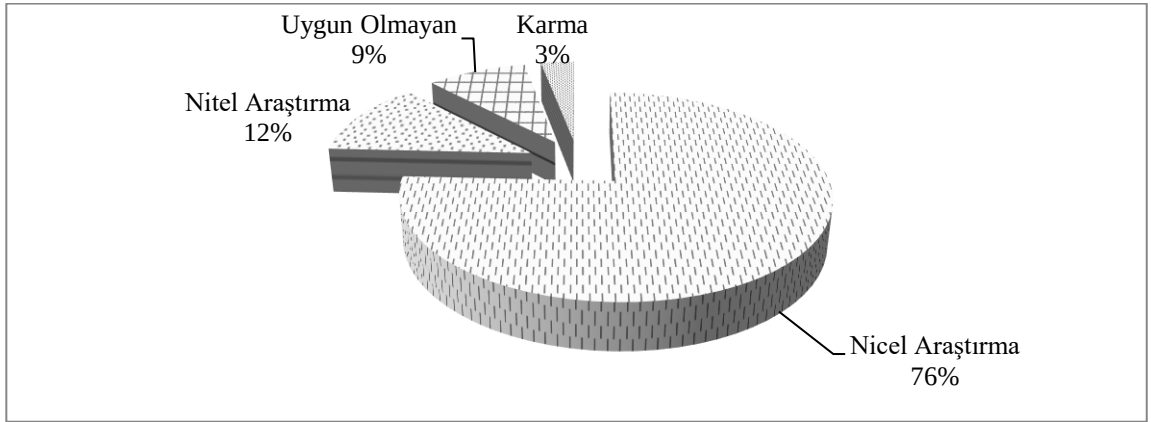
Makaleler konularına göre ele alındığında, ağırlıklı olarak “inovasyon uygulamaları” ve “bireysel yenilikçilik” konularında çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Grafik 3). Bunun yanı sıra, “yenilik yönetimi”, “ürün inovasyonu” ve “turizm ve inovasyon” konularında da kayda değer sayıda çalışma gerçekleştirildiği ifade edilebilir. Son olarak, “yönetimsel inovasyon” ve “hizmet inovasyonu” konularında diğer konulara kıyasla daha az sayıda çalışma gerçekleştirildiği Grafik 3'te gösterilmektedir.

Grafik 3: Makalelerin Konulara Göre Dağılımı



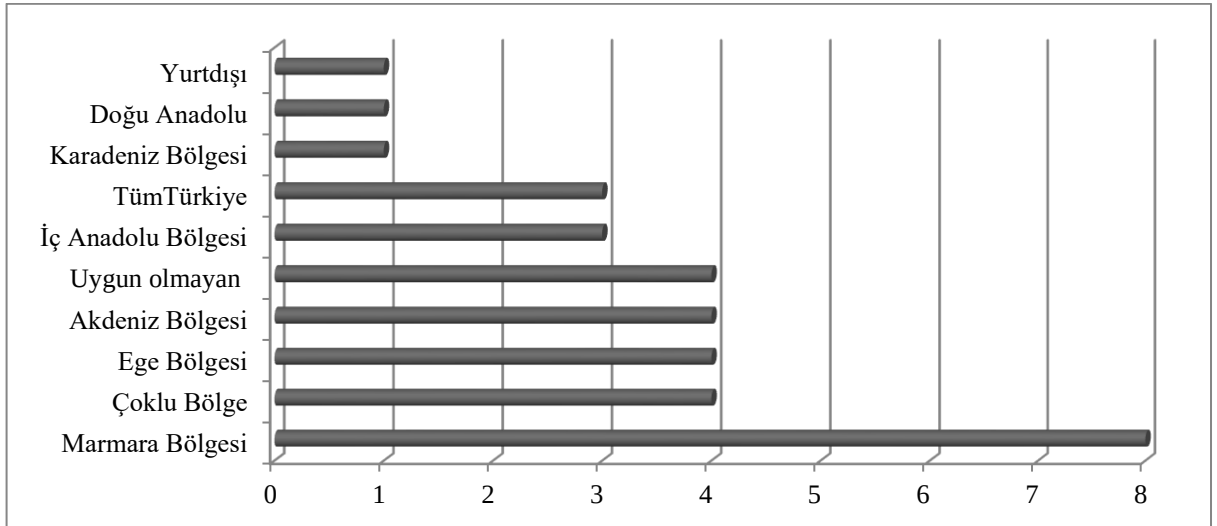
Makalelerin büyük çoğunluğunun nicel araştırma teknikleri kullanılarak gerçekleştirildiği görülmektedir (Grafik 4). Turizm ile ilgili araştırmalarda sağladığı bazı avantajlardan dolayı nicel tekniklerin sıklıkla kullanıldığı bilinmektedir. Ancak nitel tekniklerin de konu ile ilgili daha derinlemesine bilgi sağlamasından dolayı tercih edilmesi gerektiği de ifade edilmektedir. Bu çalışmanın sonuçları ile benzer nitelikte, turizm alanında gerçekleştirilen bazı bibliyometrik çalışmalarda (Aydın, 2017; Demirbulut ve Dinç, 2017; Sünnetçioğlu vd., 2017) genellikle nicel tekniklerin daha sıklıkla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, son 20 yılda turizm alanında nitel tekniklerin de prestij kazandığı belirtilmektedir (Walle, 1997: 526). Bununla doğru orantılı olarak turizm dergilerinde de inovasyon konusunda nitel teknikler ile gerçekleştirilen makalelerin sayısının artış gösterdiği söylenebilir. İncelenen 33 makaleden alanyazın taraması, çeviri, kavramsal çalışma ve deneysel çalışma türündeki çalışmalar ise uygun olmayan olarak kodlanmıştır.

Grafik 4: Makalelerin Benimsenen Araştırma Desenine Göre Dağılımı

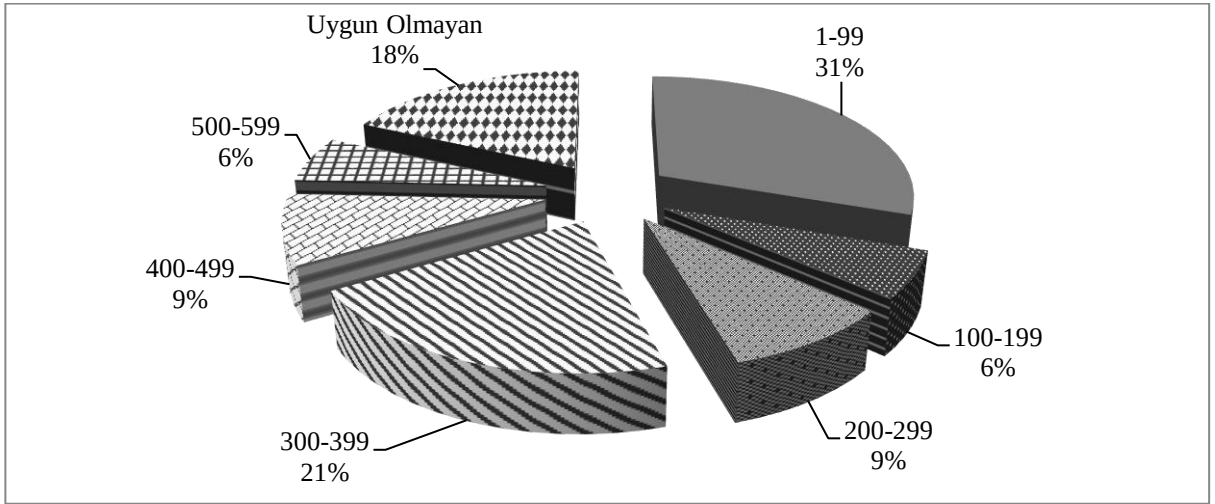


Grafik 5 incelendiğinde, makalelerin büyük kısmının Marmara Bölgesi'nden veri toplanmak suretiyle gerçekleştirildiği görülmektedir. Dört makale, iki ve daha fazla bölgeden veri toplanması suretiyle yapılmış olduğundan bu makaleler çoklu bölge olarak sınıflandırılmıştır. Dört makale Ege Bölgesi'nden, dört makale de Akdeniz Bölgesi'nden veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Üç makalede İç Anadolu Bölgesi araştırma alanı olarak seçilmiştir. Üç makalenin araştırma alanı tüm Türkiye olarak belirlenmiştir. Daha sınırlı sayıda çalışma ise Karadeniz Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve yurtdışında gerçekleştirilmiştir.

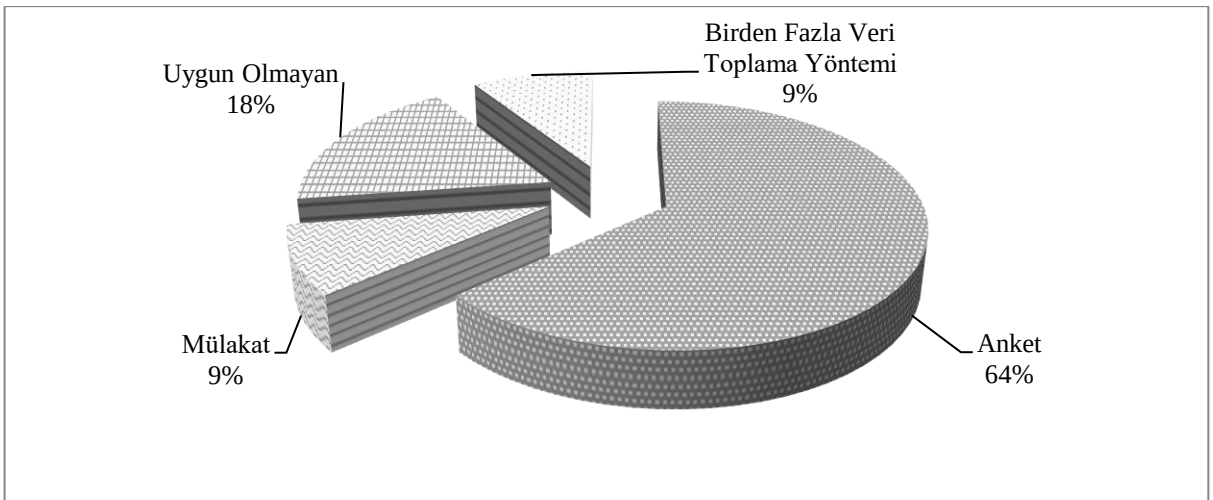
Grafik 5: Makalelerin Örneklem Bölgelerine Göre Dağılımı



Örneklem büyüklükleri açısından ele alındığında, çalışmaların ağırlıklı olarak 1-99 örneklem büyüklüğünde gerçekleştirildiği görülmektedir. Örneklem büyüklüğünün 100 ve altında sayıda olması nicel araştırmalar için yetersiz olarak ifade edilse de incelenenler arasında verinin mülakat ve odak grup gibi tekniklerle toplandığı çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca, örneklem büyüklüğü 200-299 aralığında üç, 300-399 aralığında yedi, 400-499 aralığında ise üç makalenin olduğu anlaşılmıştır. Makalelerin örneklem büyüklüğüne ilişkin detaylı bilgi Grafik 6'da verilmektedir.

Grafik 6: Makalelerin Örneklem Büyüklüklerine Göre Dağılımı

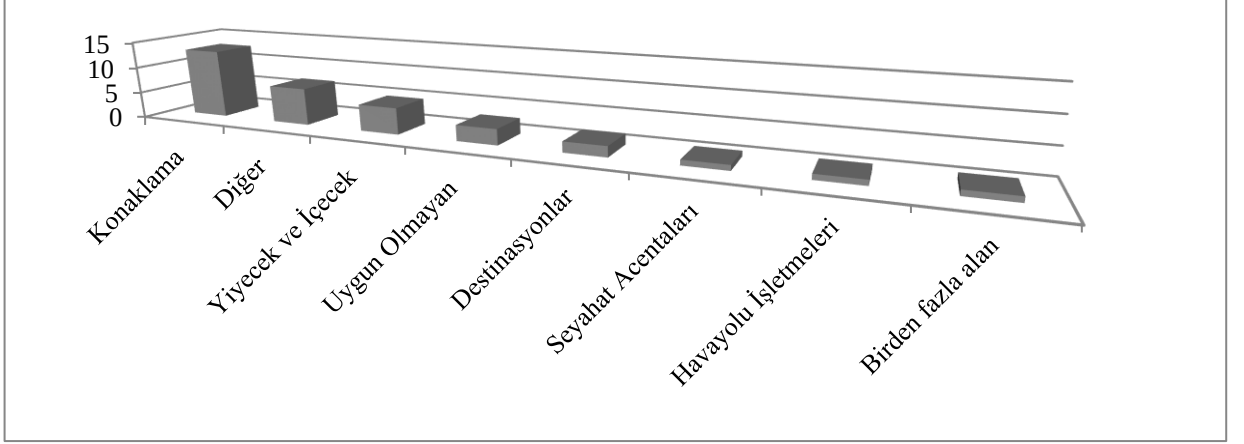
Çalışma kapsamında ele alınan 33 makalede kullanılmış olan veri toplama yöntemleri incelendiğinde, çalışmalarda ağırlıklı olarak anket tekniği ile veri toplanmış olduğu görülmektedir. Çalışmaların %9'unda mülakat tekniğinden yararlanılmışken, %9'unda karma teknikler ile veri toplanmıştır (Grafik 7). Turizm alanında gerçekleştirilen bazı bibliyometrik çalışmalarda (Şahin ve Acun, 2015) benzer şekilde anket tekniğinin ağırlıkta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uygun olmayan seçeneği ise çeviri, alanyazın taraması, kavramsal çalışma ve ikincil veriden yararlanılan çalışmaları ifade etmektedir.

Grafik 7: Makalelerin Veri Toplama Yöntemine Göre Dağılımı

Makalelerde incelenen alt sektörler bakımından, en fazla makalenin konaklama işletmeleri örneğinde gerçekleştirildiği görülmektedir (Grafik 8). İncelenen dergilerde turizm sektörü dışındaki alanlarda da yapılan makalelerin yayınlanmış olduğu görülmüştür. Konaklama işletmelerinden sonra en fazla yüzdeye sahip olan diğer seçeneği sağlık sektörü, imalat sektörü gibi turizm dışı sektörleri içermektedir. Bunun dışında beş çalışma yiyecek ve içecek alanında gerçekleştirilmiştir. İki çalışma farklı destinasyonları konu almakta iken bir çalışma konaklama, seyahat ve yiyecek içecek

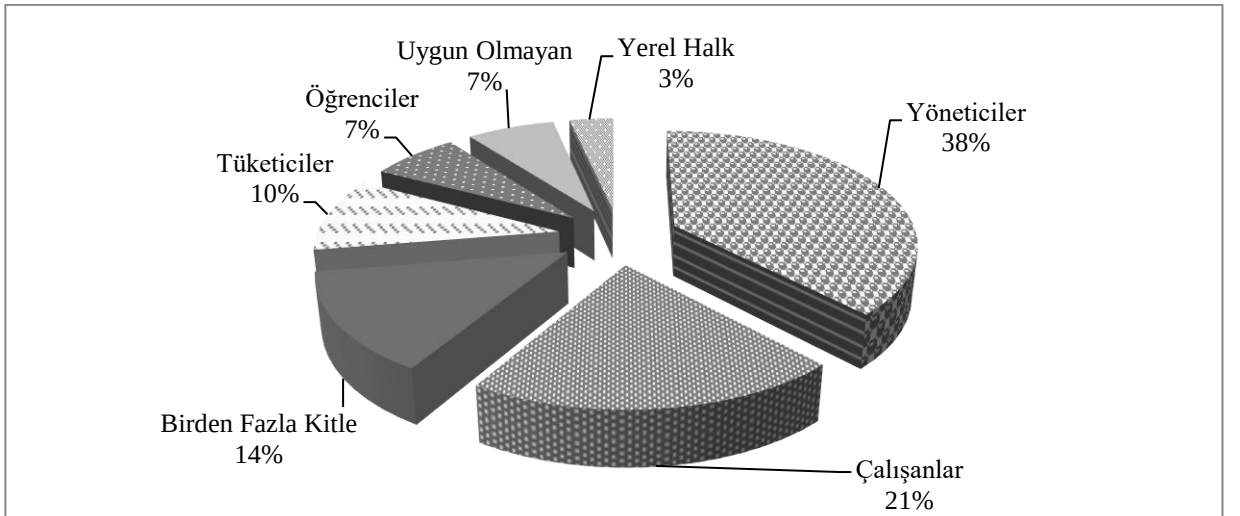
işletmelerini konu almış olmasından dolayı birden fazla alan kategorisi altında sınıflandırılmıştır.

Grafik 8: Makalelerin İncelenen Alanlara Göre Dağılımı



Grafik 9 incelendiğinde, yapılan çalışmaların 11'inde yöneticilerden, altısında çalışanlardan, dördünde birden fazla kitleden ve üçünde tüketicilerden veri toplandığı görülmektedir. Bu bağlamda, inovasyonlar ile ilgili makalelerde verinin çoğunlukla karar verici konumda olmalarından dolayı turizm işletmesi yöneticilerinden ve uygulayıcı konumda olmalarından dolayı ise çalışanlardan toplanmış olduğu görülmektedir. Herhangi bir kategori altında gruplandırılmayan çeviri, alanyazın taraması ve ikincil veri ile gerçekleştirilen çalışmalar yine uygun olmayan kategorisi altında toplanmıştır. Bahsedilenler dışında tüketiciler (turistler de dâhil olmak üzere), öğrenciler ve yerel halkın da hedef kitle olarak belirlendiği çalışmalar bulunmaktadır.

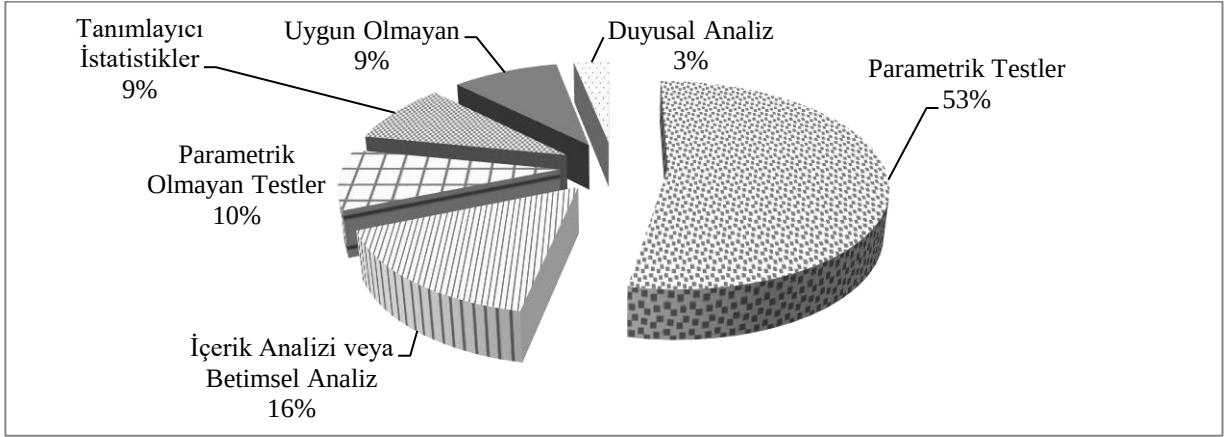
Grafik 9: Makalelerin Verilerin Toplandığı Kitleye Göre Dağılımı



İncelenen çalışmalar analiz yöntemleri açısından incelendiğinde, Grafik 10'da görülebileceği üzere parametrik testlerin parametrik olmayan testlere göre daha sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir. Leech ve Onwuegbuzie (2002) parametrik olmayan testlerin kullanımının doğru olmaması, hatalı ve geçersiz sonuçlar sağlayabilmesi gibi

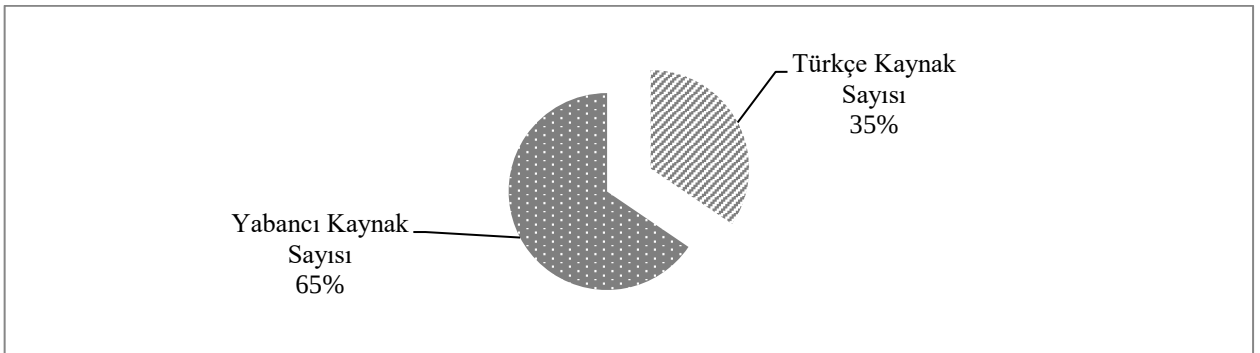
düşüncelerle analizlerde sıklıkla yer verilmediğine işaret etmektedir. Benzer şekilde, bu çalışmada da parametrik olmayan testlerin sınırlı sayıda kullanılmış olduğu görülmektedir (Grafik 10). Bunun yanı sıra, üç çalışmada tanımlayıcı istatistikler aracılığı ile analiz gerçekleştirilmiş iken, bir çalışmada deneysel model benimsenmiş ve duyusal analiz gerçekleştirilmiştir.

Grafik 10: Makalelerin Analiz Yöntemlerine Göre Dağılımı



Son olarak, ele alınan çalışmalarda yararlanılan kaynaklar analiz edildiğinde incelenen 33 çalışmada toplamda 1666 kaynaktan yararlanılmış olduğu, bunların 1091'i yabancı, 575'i ise Türkçe kaynaklardan oluştuğu görülmektedir. Kaynakların dağılımı Grafik 11'de gösterilmektedir. Her bir makalenin yararlanmış olduğu toplam kaynak sayısına bakıldığında ise sonuçların 21-60 arasında yoğunlaştığı dikkat çekmektedir.

Grafik 11: Makalelerde Yararlanılan Kaynakların Dağılımı



5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma ile inovasyon konusunda çalışacak olan araştırmacılara ve ilgili alanyazına ilişkin bazı çıkarımlarda bulunmaktadır. Öncelikle, bu çalışma kapsamında akademik yayın yapan turizm dergileri listelenmiştir ki bu yeni araştırmacıların turizm dergilerini tanıması açısından ve makalelerini turizm dergilerine yönlendirmek suretiyle turizm alanyazına katkı sunmalarını sağlamak adına önemli görülmektedir. Ayrıca turizmde inovasyon konusunda çalışacak olan araştırmacılara özellikle Türkçe kaynaklara ulaşım konusunda makalelerin hangi dergilerde yoğunlaştığını göstermek açısından da önemli bir çıktı sunulduğu düşünülmektedir. Turizmde inovasyon üzerine çalışacak olan

araştırmacılar, bu konu ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan veri toplama teknikleri, örneklem grubu seçimi, kaynak tercihi gibi konularda fikir sahibi olabileceklerdir. Çalışma, akademik turizm dergilerinde Türkçe olarak inovasyon üzerine yapılmış makalelerin bibliyometrik analiz ile değerlendirilmesini esas alması açısından önem taşımaktadır.

Çalışmada, zaman sınırlamasına yer verilmemiş olup, turizm dergilerinde (tüm sayılarda) yayınlanan “inovasyon”, “yenilikçilik”, “yenilik”, “yenileşim”, “inovatif” ve “yenilikçi” kavramlarıyla ilgili yapılan makaleler belirli parametreler çerçevesinde incelenmiştir. Bu bağlamda, farklı veri tabanları aracılığıyla taranan toplam 30 akademik turizm dergisinde yayınlanan 33 inovasyon başlıklı makale bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Yenilik geliştirmenin ve yenilikçiliğin büyük önem arz ettiği turizm sektöründe yayınlanan çalışmaların turizm dergilerinde sınırlı sayıda olması dikkat çekicidir. İnovasyon kavramı, her sektör için büyüme, rekabet üstünlüğü ve sürdürülebilirlik açısından önem arz etse de özellikle turizm gibi dinamik ve dünyanın her yerinde aynı ürün ve hizmetin talep edilebildiği bir sektörde daha kritik bir öneme sahiptir (Peters ve Pikkemaat, 2005: 1). Her ne kadar Türkçe alanyazında akademik turizm dergileri özelinde inovasyon çalışmaları sınırlı sayıda yapılmış olsa da çalışmaların yapıldığı yıllar incelendiğinde, özellikle 2014 yılından sonra çalışmaların artış gösterdiği görülmektedir.

Akademik turizm dergilerinin bu alanla ilgili yapılan makalelere yer verme durumlarına bakıldığında, toplam 30 turizm dergisinin sadece 13’ünün inovasyonla ilgili makalelere yer vermiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konuyla ilgili en fazla sayıda makale yayınlayan üç dergi JOTAGS, Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi ve SOİD’tir.

Çalışmada, makaleleri yayınlanan araştırmacıların çalıştıkları kurumlara göre dağılımında Atatürk Üniversite’sinin 11 araştırmacı ile konuyla alakalı en fazla çalışma yapan yazarların görevli olduğu üniversite olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Atatürk Üniversitesi’ni sekiz araştırmacı ile Mersin Üniversitesi izlemektedir. Çalışmaların örneklemi incelendiğinde ise, Marmara Bölgesi’nin sekiz çalışmada örneklem olarak seçilmesi bu bölgenin örneklem olarak en çok tercih edilen destinasyon olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Özellikle İstanbul ilinin bu bölgede olması ve nitelikli turizm işletmelerinin büyük çoğunluğunun bu ilde olmasından dolayı Marmara Bölgesi’nin en çok tercih edilen araştırma bölgesi olduğu söylenebilir.

Turizm dergilerinde yayınlanan inovasyon makalelerinin çoğunlukla inovasyon uygulamaları ve bireysel yenilikçilik konularını kapsadığı ortaya çıkmıştır. Bu sonucun ulusal inovasyon çalışmalarında bireysel yenilikçilik çalışmalarının çoğunlukta olduğu sonucuna ulaşan Işık vd. (2018)’ni desteklediği söylenebilir.

Çalışmada ele alınan 33 makalede hangi alt sektörler üzerinde araştırmaların gerçekleştirildiği incelenmiş ve çoğunlukla konaklama işletmelerinin tercih edildiği anlaşılmıştır. Konaklama işletmelerinin çevrimiçi rezervasyon sistemlerinden, tanıtımına; yenilik kararını etkileyen pazar güçlerinden, insan kaynaklarına kadar tüm alanlarının özellikle güncel kavramları takip edebilmesi ve uygulayabilmesi rekabet açısından önem arz ettiği için (Orfila-Sintes ve Mattsson, 2009: 390-391) ve inovasyona yönelik daha fazla çalışma ve faaliyetlerin diğerlerine nazaran ilgili sektörde yaşanıyor olması nedeniyle bu sonucun ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Çalışmaların örneklem büyüklükleri incelendiğinde 1-99 arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Nicel araştırmalar için bu örneklem büyüklüğü yetersiz olarak görülse de

(Sekaran ve Bougie, 2016: 264) nitel araştırmalar için bu örneklem büyüklüğünün yeterli sayıda olduğu söylenebilir. Makalelerde verilerin toplandığı kitle incelendiğinde ise çoğunlukla yöneticiler ve çalışanlardan veri toplandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Makalelerde benimsenen araştırma desenleri incelendiğinde nicel araştırmaların sayıca üstün olduğu görülmektedir. Nicel araştırmalarda verilerin genellikle anket tekniğiyle, nitel araştırmalarda ise mülakat tekniği ile toplanmış olduğu bulunan sonuçlar arasındadır. Bu sonuç daha önce turizm alanında gerçekleştirilmiş olan bazı çalışmaların (Aydın, 2017; Demirbulat ve Dinç, 2017; Sünnetçioğlu vd., 2017) sonuçlarını desteklemektedir. Nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma çalışmaların son zamanlarda artışına rağmen incelenen makalelerin sadece birinde karma yöntemlere yer verilmiştir. Nicel araştırmalarda ağırlıklı olarak parametrik testlerin kullanıldığı da çalışmanın ortaya koyduğu diğer bir bulgudur.

Çalışmada ulaşılan diğer bir sonuç da makalelerde kullanılan kaynak sayılarıdır. İncelenen makalelerde yabancı kaynaklardan daha fazla yararlanıldığı görülmektedir ki bunun makalelerin uluslararası alanyazın incelemesine önem verdikleri şeklinde yorumlanması mümkündür. Daha önce yapılan bazı bibliyometrik çalışmalarda (Çiçek ve Kozak, 2012; Zencir ve Kozak, 2012) da benzer şekilde yabancı kaynak kullanımının Türkçe kaynak kullanımından daha fazla olduğu belirlenmiştir. Araştırmaların çoğunlukla ampirik olup, az sayıda kavramsal çalışmanın gerçekleştirilmiş olduğu da çalışmanın sonuçları arasındadır.

5.1. Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar için Öneriler

Birçok çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu sınırlılıkların başında bu çalışma kapsamında sadece akademik turizm dergileri ve bu dergilerde tespit edilmiş inovasyon başlıklı 33 makale incelenmiştir. Ayrıca bu çalışmada sadece Türkçe dilinde yayın yapan akademik turizm dergilerinin taranmış olması bir diğer sınırlılık olarak ifade edilebilir. Bir diğer sınırlılık ise çalışmada sınırlı sayıda parametre kullanılmasıdır. İleriki çalışmalarda özellikle atıf analizi parametresi de eklenerek ilgili alanın bilgi birikimine katkı sağlanabilir. Bununla birlikte ileriki çalışmalarda yabancı dilde yayın yapan akademik turizm dergilerinin ve makalelerinin de incelenmesi önerilmektedir. Ayrıca, gelecekte yapılacak benzer konudaki araştırmaların bu çalışmanın sonuçları ile kıyaslanarak çıkarımlarda bulunulması ile ilgili alanyazının gelişimine katkı sağlanabileceği ifade edilebilir.

6. Kaynakça

- Aldebert, B., Dang, R. J. ve Longhi, C. (2011), Innovation in the Tourism Industry: The Case of Tourism, *Tourism Management*, 32(5), ss. 1204-1213.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2018), Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), ss. 22-38.
- Aydın, B. (2017), Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2(1), ss. 23-38.
- Başkale, H. (2016), Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), ss. 23-28.
- Bozok, D., Kılıç, S. N. ve Özdemir, S. S. (2017), Bibliometric Analysis of Rural Tourism on Tourism Literature, *Journal of Human Sciences*, 14(1), ss. 187-202.

- Camisón, C. ve Monfort-Mir, V. M. (2012), Measuring Innovation in Tourism from Schumpeterian and the Dynamic-Capabilities Perspective, *Tourism Management*, 33(4), ss.776-789.
- Cevizkaya, G., İlsay, S. ve Avcıkurt, C. (2014), Turizm Alan Yazınında Engelliler ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili 2000-2013, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), ss. 101-108.
- Cheng, M., Edwards, D., Darcy, S. ve Redfern, K. (2018), A Tri-Method Approach to a Review of Adventure Tourism Literature: Bibliometric Analysis, Content Analysis, and a Quantitative Systematic Literature Review, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(6), ss. 997-1020.
- Çakıcı, A. C., Yıldırım, O. ve Karacaoğlu, S. (2013), Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili, *14.Ulusal Turizm Kongresi*, ss. 5-8, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çalhan, H. (2018), "İnovasyon", İçinde K. Karamustafa (Editör), *Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, ss. 547-579, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012), Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), ss. 734-756.
- Çiftçi, M., Tozlu, E. ve Akçay, A. (2014), Drucker Perspektifinde İnovasyonun İşletmelerin Gelişimi Üzerine Etkisi: Girişimci İşletme, *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 5(10), ss. 76-85.
- Demir, Ö. (1995), Joseph A. Schumpeter: Hayatı, Eserler ve Katkıları, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(50), ss. 155-172.
- Demirbulat, Ö. G. ve Dinç, N. T. (2017), Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), ss. 20-30.
- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) (2005), *Oslo Kılavuzu*, 3. Baskı, Paris.
- Erdem, B., Gökdeniz, A. ve Met, Ö. (2011), Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), ss. 77-112.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2014), Bibliometric Analysis of Tourism and Hospitality Related Articles Published in Turkey, *Anatolia*, 25(1), ss. 61-80.
- Fairthorne, R. A. (2005), Empirical Hyperbolic Distributions (Bradford-Zipf-Mandelbrot) For Bibliometric Description and Prediction, *Journal of Documentation*, 61(2), ss. 171-193.
- Glanzel, W. (2003), *Bibliometrics as a Research Field a Course on Theory and Application of Bibliometric Indicators*, Course Handouts.
- Halpern, N. (2010), Marketing Innovation: Sources, Capabilities and Consequences at Airports in Europe's Peripheral Areas', *Journal of Air Transport Management*, 16(2), ss. 52-58.
- Hjalager, A. M. (1997), Innovation Patterns in Sustainable Tourism: An Analytical Typology, *Tourism Management*, 18(1), ss. 35-41.
- Hjalager, A. M. (2002), Repairing Innovation Defectiveness in Tourism, *Tourism Management*, 23(5), ss. 465-474.
- Hjalager, A. M. (2010), A Review of Innovation Research in Tourism, *Tourism Management*, 31, ss.1-12.
- Işık, C. ve Keskin, G. (2013), Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), ss.41-57.
- Işık, C. ve Türkmenbaş, T. (2016), Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), ss. 70-99.
- Işık, C. ve Barlak, S. (2018), Hotel Managers' Perception of Green Innovation: The Case of Istanbul, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), ss. 14-26.

- Işık, C., Akoğul, E., Taş, S., Uyrun, A., Hajiyeve, T., Turan, B. ve Dirbo, A.H. (2018), Turizm ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(2), ss. 34-74.
- Jacob, M., Tintoré, J., Aguiló, E., Bravo, A. ve Mulet, J. (2003), Innovation in the Tourism Sector: Results from a Pilot Study in the Balearic Islands, *Tourism Economics*, 9(3), ss. 279-295.
- Karagöz, D. ve Kozak, N. (2014), Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi, *Türk Kütüphaneciliği*, 28(1), ss. 47-61.
- Kızıllırmak, İ. ve Albayrak, A. (2013), İnovasyon Örneği Olarak Moleküler Mutfağın İstanbul'daki Restoran İşletmelerinde Uygulanmasına Yönelik Bir Araştırma, 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, ss. 55-72, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koç, E. ve Boz, H. (2014), Triangulation in Tourism Research: A Bibliometric Study of Top Three Tourism Journals, *Tourism Management Perspectives*, 12, ss. 9-14.
- Kozak N. (1994), Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 22-33.
- Kozak N. (1995), Türkiye'de Yayımlanan Turizm Konulu Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 62-72.
- Kozak N. ve İçöz O. (1999), Turizm İşletmeciliği Dergisi'nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(2), ss. 9-17
- Köseoğlu, M. A., Şehitoğlu, Y. ve Parnell, J. A. (2015), A Bibliometric Analysis of Scholarly Work in Leading Tourism and Hospitality Journals: The Case of Turkey, *Anatolia*, 26(3), ss. 359-371.
- Köseoğlu, M. A., Şehitoğlu, Y., Ross, G. ve Parnell, J. A. (2016), The Evolution of Business Ethics Research in the Realm of Tourism and Hospitality, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), ss. 1598-1621.
- Leech, N. L. ve Onwuegbuzie, A. J. (2002), A Call for Greater Use of Nonparametric Statistics, *Technical Report*, US Dept. Education.
- Lemon, M. ve Sahota, P. S. (2004), Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovative Capacity, *Technovation*, 24(6): 483-498.
- Martínez-Pérez, A., Elche, D. ve Garcia-Villaverde, P. M. (2019), From Diversity of Interorganizational Relationships to Radical Innovation in Tourism Destination: The Role of Knowledge Exploration, *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, ss. 80-88.
- Martin-Rios, C. ve Ciobanu, T. (2019), Hospitality Innovation Strategies: An Analysis of Success Factors and Challenges, *Tourism Management*, 70, ss. 218-229.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V. ve Hernández-Lara, A. B. (2019), Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis, *Sustainability*, 11(5), ss. 1377-1394.
- Nordli, A. J. (2018), Information Use and Working Methods as Drivers of Innovation in Tourism Companies, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(2), ss. 199-213.
- Orfila-Sintes, F. ve Mattsson, J. (2009), Innovation Behaviour in the Hotel Industry, *Omega*, 37(2), ss. 380-394.
- Ottenbacher, M. ve Gnoth, J. (2005), How to Develop Successful Hospitality Innovation', *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), ss. 205-22.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012), Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), ss. 715-733.
- Palmer, A. L., Sese, A. ve Montano, J. J. (2005), Tourism and Statistics: Bibliometric Study 1998-2002, *Annals of Tourism Research*, 32(1), ss. 167-178.
- Peters, M. ve Pikkemaat, B. (2005), *Innovation in Hospitality and Tourism*, New York: Routledge.
- Pınar, I., Bulut, C. ve Eris, E. D. (2012), Improving the Performance and Competitiveness of Tourism Establishments by means of Innovation Trends and

- Applications, *Enlightening Tourism: 1st International Conference Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment*, ss. 133-142, Naples.
- Pivcevic, S. ve Pranicevic, D. G. (2012), Innovation Activity in the Hotel Sector: The Case of Croatia, *Ekonomika Istrazivanja - Economic Research*, 25(1), ss. 337-363.
- Presenza, A., Petruzelli, A. M. ve Sheehan, L. (2019), Innovation through Tradition in Hospitality: The Italian case of Albergo Diffuso, *Tourism Management*, 72, ss. 192-201.
- Pritchard, A. (1969), Statistical Bibliography or Bibliometrics, *Journal of Documentation*, 25(4), ss. 348-349.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D. ve McLennan, C. L. J. (2015), Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25-year Bibliometric Analysis, *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), ss. 517-535.
- Sánchez, A. D., Del Río, M. D. L. C. ve García, J. Á. (2017), Bibliometric Analysis of Publications on Wine Tourism in the Databases Scopus and WOS, *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), ss. 8-15.
- Schumpeter, J. A. (1964), *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, New York: McGrawHill Book Company.
- Schumpeter, J. A. (2003), *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: The Taylor & Francis e-Library.
- Sekaran, U. ve Bougie, R. (2016), *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, New York: Wiley.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçinkaya, P., Olcay, M. ve Mercan, Ş. O. (2017), Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), ss. 345-354.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2015), Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), ss. 213-234.
- Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Eren, A. ve Özekici, Y. K. (2016), Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), ss.50-69.
- Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç. ve Durmaz, M. (2018), Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), ss. 523-547.
- Temizkan, P., Çiçek, D. ve Özdemir, C. (2015), Bibliometric Profile of Articles Published on Health Tourism, *Journal of Human Sciences*, 12(2), ss. 394-415.
- Tidd, J., Bessant, J. ve Pavitt, K. (2005), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change*, Chichester: Wiley.
- Türk Dil Kurumu (TDK), 'İnovasyon' www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c821d9c65b709.02717011 (08.01.2019).
- Vila, M., Enz, C. ve Costa, G. (2012), Innovative Practices in the Spanish Hotel Industry, *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(1), ss. 75-85.
- Walle, A. H. (1997), Quantitative Versus Qualitative Tourism Research, *Annals of Tourism Research*, 24(3), ss. 524-536.
- Wallin, J. A. (2005), Bibliometric Methods: Pitfalls and Possibilities, *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), ss. 261-275.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yılmaz, G. (2017), Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), ss. 171-191.

Zencir, E. ve Kozak, N. (2012), Sosyal Bilimler Enstitü Dergilerinde Yayımlanan Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Profili (2000-2010), *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, ss. 673-682.

EK 1. Bu Bibliyometrik Çalışma Kapsamında Değerlendirilen Makaleler

- Albayrak, A. (2017), Restoran İşletmelerinin Yenilik Uygulama Durumları: İstanbul'daki Birinci Sınıf Restoranlar Üzerine Bir Çalışma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), ss. 53-73.
- Arslan F. ve Çakmak A.F. (2019), Yiyecek-İçecek Çalışanlarının Yenilikçi İş Davranışı ile İlişkisinde Dönüşümcü Lider ve Demografik Bazı Değişkenlere Göre Farklılığının İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), ss. 220-235.
- Ayaz N. ve Türkmen B. M. (2018), Yenilik Yönetimi Uygulamaları Üzerine Butik Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(2), ss. 24-32.
- Bağırhan Özşeker, D., Kurgun, H. ve Kurgun O. (2018), Otel İşletmelerinde İş Modeli İnovasyonunda Stratejik Bir Yaklaşım Olarak İnovasyon Radarı: Swisshotel Büyük Efes İzmir Örnek Olay Çalışması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), ss. 133-170.
- Bal, M., Yıldırım, M., ve Sönmezdağ, A. S. (2019), İnovatif Yaklaşımlarla Osmanlı Meyveli Baklavasının Gastronomiye Kazandırılması, *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), ss. 215-226.
- Bayındır, M. S. ve Demir, M. (2019), Otel İşletmelerinde Mutfak Şeflerinin Yenilikçi Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Antalya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), ss. 1689-1710.
- Cankül, D. (2019), İşletmelerde Yenilik Uygulamaları: Restoran İşletmeleri Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), ss.225-240.
- Ceylan, U. ve Karaman, S. (2017), Kurumsal İtibar Oluşturma Sürecine Müşteri Şikâyet Yönetimi, İnovasyon ve Öğrenmenin Etkisi: Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), ss. 85-106.
- Çakıcı, A. C., Şimşek Evren, E. ve Evren, S. (2019), Akademisyen Kültür Turistlerinin Yenilik Arama Düzeyleri ve Kültür Destinasyonu Tercihleri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), ss. 271-282.
- Çetin, A. ve Topaloğlu, C. (2018), Otel İşletmelerinde Cameron-Quinn Örgüt Kültürü Tiplerinin Yenilikçiliğe Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), ss. 457-473.
- Çetin, S. A. ve Şahin, B. (2018), Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), ss. 419-447.
- Çetintürk, İ., Adıgüzel, O. ve Demir, C. (2016), Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Kaynağı Olarak Yenilik Yeteneği: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), ss. 25-42.
- Çöp, S. ve Topcu, M. (2019), Sosyal Sermayenin Hizmet İnovasyonu Üzerine Etkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), ss. 31-48.
- Dölarslan, E. Ş. (2018), Marka İnovatifliği, Algılanan Kalite ve Marka Sadakati Arasındaki İlişki, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences*, 2(2), ss. 86-96.
- Duygun, A. ve Yücel, M. F. (2018), Yolcu Tercihlerinde Havayolunun Algılanan Yenilikçilik Düzeyinin Rolü Üzerine Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), ss. 443-460.

- Doğan, H. ve Aktan, V. (2018), Mutfakta Kadının Rolü ve Yenilikçi Yaklaşımına Yönelik Muğla İl Merkezinde Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), ss. 60-73.
- Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008), Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), ss. 15-29.
- Güler, O., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Benli, S. (2015), Turizmi Değiştiren 100 Yenilik, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), ss. 290-317.
- Günsel, A. ve Pelenk, S. E. (2017), Yenilikçi İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Yenilik Odaklı Bir Kültür Oluşturmadaki Rolü, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences*, 1(2), ss. 57-68.
- Işık, C. ve Barlak, S. (2018), Otel Yöneticilerinin Yeşil İnovasyon Algıları: İstanbul İli Örneği, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), ss. 14-26.
- Işık, C., Küçükaltan, E. G., Çelebi, S. K., Çalkın, Ö., Enser, İ. ve Çelik, A. (2019), Turizm ve Girişimcilik Alanında Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), ss. 119-149.
- Işık, C. ve Hajiyeva, T. (2019), Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul Otelleri Örneği, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), ss. 206-227.
- Işık, C., Akoğlu, E., Taş, S., Uyrun, A., Hajiyeva, T., Turan, B. ve Dırbo, A. H. (2018), Turizm ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(2), ss. 34-74.
- Işık, C. ve Türkmendağ, T. (2016), Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), ss.70-99.
- Kahvecioğlu, J., Bekar, A. ve Kılıç, B. (2019), Z Kuşağının Gastronomi Turizmine İlişkin Tutumlarının Yenilik Arayışı Kapsamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), ss. 2855-2872.
- Kale, E. Y. ve Birdir, S. S. (2010), Otel İşletmelerinde Yenilikçi Hizmetler, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(2), ss. 30-40.
- Kale, E. (2019), Proaktif Kişilik ve Kontrol Odağının, Kariyer Tatmini ve Yenilikçi İş Davranışına Etkisi, *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), ss. 144-154.
- Mercan, G. ve Çetin, A. K. (2018), Hibe Desteklerinin Firma İnovasyonuna Etkisi: Türkiye Örneği, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences*, 2(2), ss. 65-71.
- Öztürk, A. ve Günsel, A. (2018), Hizmet Yenilikçiliği Kavramı ve Sağlık Sektöründe Hizmet Yenilikçiliğinin Gelişimi, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences*, 2(2), ss. 402-418.
- Sahilli Birdir, S. ve Kale, E. Y. (2014), Restoran İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları: Mersin ve Adana Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), ss. 57-72.
- Süt, E. ve Çetin, A. K. (2018), İnovasyon Göstergesi Olarak İnovasyon Endeksleri, *International Journal of Tourism, Economics and Business Sciences*, 2(2), ss. 299-309.
- Topsakal, Y. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2018), Turizm İşletmelerinin Özelliklerine Göre Sosyal İnovasyon Algı Farkları, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), ss. 27-46.
- Yavuz, M. C. (2019), Akıllı Destinasyon: Turizm, İnovasyon, Girişimcilik ve Çözüm Bekleyen Konular, *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), ss. 203-211.
- Zengin, B. ve Dursun, C. (2017), Otel İşletmelerinde Uygulanan İnovatif Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerine Etkileri: Doğu Marmara Örneği, *Turizm & Araştırma Dergisi*, 6(2), ss. 38-58.

Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri: Dünyada Marka Değeri En Yüksek Konaklama İşletmeleri ile Borsa İstanbul Konaklama İşletmelerinin Karşılaştırmalı Analizi*

Corporate Social Responsibility Activities in Lodging Companies: The Comparative Analysis of the World's Most Valuable Branded Lodging Companies and Borsa İstanbul Lodging Companies

Doç.Dr. Erdinç KARADENİZ 

Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi

E-posta:ekaradeniz@mersin.edu.tr

Sema Nur ÜNLÜBULDUK 

Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

E-posta:unlubulduksemanur@hotmail.com

Öz

Bu araştırmanın amacı dünyada marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile Borsa İstanbul konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlanma düzeyini karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Bu amaçla söz konusu işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ve yıllık faaliyet raporları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz neticesinde “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların analiz kapsamındaki bütün konaklama işletmeleri tarafından en fazla faaliyet gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu belirlenmiştir. Ayrıca marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, Borsa İstanbul konaklama işletmelerine göre daha fazla kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri paydaşlarına daha etkin sundukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması, Yıllık Faaliyet Raporları, Konaklama İşletmeleri.

Abstract

The purpose of this study is to comparative analyze the reporting level of corporate social responsibility activities in the most valuable branded lodging companies in the world and Borsa İstanbul lodging companies. For this purpose, the corporate social responsibility and annual reports of the companies were tried to be analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, it has been determined that the codes created under the themes of “Employees” and “Sector” are the areas of corporate social responsibility with the most activities performed by all lodging companies. In addition, it was found that the most valuable branded lodging companies performed more corporate social responsibility activities than Borsa İstanbul lodging companies and presented these activities more effectively to their stakeholders through the reports they published.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Reporting, Annual Reports, Lodging Companies.

Bu çalışma, 2019 yılının Temmuz ayında Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D. bünyesinde tamamlanan “Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Analizi: Borsa İstanbul Konaklama İşletmeleri Ve Marka Değeri En Yüksek Uluslararası Konaklama İşletmeleri Karşılaştırması” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

1980'li yıllardan itibaren küreselleşmeyle beraber sınırların yok olduğu iş dünyasında, işletmelerin paydaşlarına olan sorumlulukları çoğalmıştır. İşletmeler artık yalnızca muhasebe karını hedeflememekte, bunun yanında çevre kirliliği, insan hakları, sürdürülebilir ekonomi, toplumsal refahın iyileşmesi ve ilerlemesi gibi konularda da sorumluluk almak durumunda kalmaktadırlar. Değişen yapılanmada, işletmelerin paydaşlarına yönelik ek olarak üstlendikleri sorumluluklar, genel olarak sosyal sorumluluk olarak ifade edilmektedir (Alpaslan, 2012). İşletme biliminde sosyal sorumluluk, tüm paydaşların ihtiyaçlarını veya beklentilerini karşılamak olarak tanımlanmaktadır (Bansal ve Kandola, 2003). Sosyal sorumluluk faaliyetleri, toplum refahını iyileştirme ve çevreyi koruma amacı güden, faaliyetler olup, toplum kavramı içerisindeki tüm paydaşları kapsamaktadır. Bununla birlikte sosyal sorumluluk faaliyetleri refah, sağlık ve güvene ek olarak, psikolojik ve duygusal gereksinimlere yönelik uygulamalardır (Kotler ve Lee, 2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ise işletmelerin kurallara uyma, karar verme, toplumun değerleri ve amaçları doğrultusunda oluşan faaliyetleri gerçekleştirme yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır (Bowen, 1953). Yukarıdaki tanımlardan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk kavramını; işletmelerin yasal zorunluluklar taşımadan, tüm paydaşları için gönüllü ve işletme stratejilerine, vizyon ve misyonlarına paralel olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konulara duyarlı, etik ve sorumluluk sahibi yaklaşımlarla faaliyetler gerçekleştirmesi olarak tanımlamak mümkündür.

Kurumsal sosyal sorumluluk, temelinde gönüllülüğü esas almaktadır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk olgusu, toplumun beklentileri doğrultusunda, işletmelerin önemini belirlemede etkisi olan bir değer yaratımı süreci halini almıştır. Ayrıca işletmelerin, gönüllü olarak çalışanlarının ve ailelerinin, yerel toplumun ve küresel toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için gerekli adımları atmalarını gerekli kılmaktadır (Martin ve diğ., 2009; Özgen, 2007). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını benimseyerek iş kültürü haline getiren işletmeler, toplum içinde kazandığı itibar ile birlikte işletme imajını iyileştirmektedirler. İşletme imajında yaşanan bu değişim, işletmenin marka değerini doğrudan ve olumlu şekilde etkilemektedir. Bununla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin, daha iyi koşullar altında borçlanabilme ve hisse senedi değerini artırma üzerinde etkileri bulunmaktadır. Ayrıca işletme tarafından gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerine işletme çalışanlarının ve müşterilerin dahil edilmesi hem çalışan bağlılığını artırmakta hem de müşteri sadakatini olumlu yönde etkilemektedir (Argüden, 2002).

Turizm sektörünün en önemli aktörlerinden biri olan konaklama işletmeleri, sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından son derece önemli bir rol oynamaktadır (Shoval ve Cohen-Hattab, 2001). Son yıllarda konaklama işletmelerinin sayılarında oluşan hızlı büyüme, işletmelerde oluşan tüketim hızının yükselmesine sebep olabilmektedir. Tüketim hızının yükselmesi ile birlikte hem kaynakların kullanımında hem de işletmelerde oluşan atık oranlarında artış meydana gelmektedir (Atay ve Dilek, 2013). Konaklama işletmelerinin yatırımları sürecinde doğaya verilen zarar, yeşil alanların yerini alan betonlaşma, işletmelerin faaliyet alanlarında yaşayan yerel halka karşı yanlış tutumları, kültürel mirasın tahribi, atık yönetimindeki başarısızlıklar ve bilinçsiz kaynak tüketimi gibi konular sektöre yönelik sosyal sorumluluk bağlamında eleştirilere neden olmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2010). Konaklama işletmelerinin hem varlıklarını hem de maddi kazançlarını devam ettirebilmeleri için, kurumsal sosyal sorumluluğu başta çevre, yerel ekonomi, çalışanlar ve müşteriler olmak üzere işletme faaliyetinin her alanında benimsemesi ve davranış haline getirmesi gerekmektedir (Pelit ve Pekmezci,

2012). Sektördeki işletmelerin bu faaliyetlerde bulunması kadar, faaliyetleri raporlaması ve tüm paydaşlarına sunması da önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesidir. Araştırma, belirlenen amaçlara yönelik olarak dört bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde konuyla ilgili daha önce konaklama işletmelerine yönelik yapılan araştırmalar özetlenmiştir. İkinci bölümde, araştırmanın veri kaynakları ve kullanılan analiz yöntemi açıklanmıştır. Üçüncü bölümde, gerçekleştirilen analiz sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur. Araştırmanın son bölümünde ise analiz sonucunda elde edilen bulgular bağlamında genel bir değerlendirme yapılarak öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

2. Literatür

Konuyla ilgili olarak konaklama işletmelerine yönelik literatür incelendiğinde, konaklama işletmesi yöneticilerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine bakış açılarını ele alan çalışmaların olduğu saptanmıştır (Huimin ve Ryan, 2011; Levy ve Park, 2011; Pelit ve diğ., 2009). Bu çalışmalarda konaklama işletmesi yöneticilerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramına önem verdikleri belirlenmiştir. Yine kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların iş performansı, iş tatmini, işte kalma niyeti, işe ve örgüte bağlılığı üzerindeki etkiyi belirlemeye yönelik araştırmalarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, iş görenler tarafından olumlu algılandığı ve önemli ölçüde iş tatminini, işte kalma niyetini, iş performansını ve örgütsel kimlik düzeyini olumlu etkilediği belirlenmiştir (Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014; Çalışkan ve Ünüsan, 2011). Konaklama işletmelerine yönelik ilgili literatürde konuyla bir başka önemli araştırma eğiliminin ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme performansına, piyasa değerine ve müşteri memnuniyetine olan etkilerini belirlemeye yönelik olduğu saptanmıştır (Ghaderi ve diğ., 2019; Ionescu ve diğ., 2018; Su, Pan ve Chen, 2017; Garay ve Font, 2012; Lee ve Heo, 2009). Bu araştırmalarda da kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin genel olarak konaklama işletmelerinin finansal değer yaratma, itibar, verimlilik, rekabet ve inovasyon açısından performanslarına olumlu etkileri olduğu ayrıca konaklama işletmelerine gelen müşterilerin memnuniyet düzeylerini de olumlu etkilediği belirlenmiştir. Bunlara ek olarak konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik de literatürde araştırmaların gerçekleştirildiği saptanmıştır.

Bu bağlamda Henderson (2007), Hint Okyanusunda gerçekleşen tsunami sonrasında bölgede bulunan konaklama işletmelerinin toplum ve çevrenin refahı ve hasar gören yerlerin restorasyonu için uluslararası yardım kuruluşları ve yerel gruplarla ortaklaşa kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdiklerini saptamıştır.

Holcomb ve diğ. (2007), belirli kriterlere göre seçtikleri en iyi on konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini çoğunlukla kurumsal web sitelerinde bildirdiklerini saptamışlardır. Konaklama işletmelerinin incelenen raporlarına göre sosyal sorumluluk faaliyetlerinin %80'inin bağlılıklardan oluştuğu belirtilmiştir.

Ateşoğlu ve Türker (2010), Muğla ilinde faaliyet gösteren 43 konaklama işletmesinin genellikle çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları üzerinde durduklarını, kültürel ve toplumsal gelişime yönelik konularla ilgili ise daha az faaliyette bulunduklarını tespit etmişlerdir.

Golja ve Nizic (2010), Hırvatistan'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin hiçbirinin kurumsal web sitelerinde kendi kurumsal bilgilerini paydaşlarına sunmadıkları ayrıca sürdürülebilirlik veya çevresel raporlarını yayınlamadıklarını saptamışlardır.

Güzel (2010), Türkiye Otelciler Federasyonu'na (TÜROFED) üye olan 42 adet beş yıldızlı konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında önemli farklılıklar tespit edememiştir. Bununla birlikte az sayıda işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri için ayrı bir bütçe ayırdığını saptamıştır.

Grosbois (2012), Hotels Magazine tarafından yayımlanan Kurumsal 300 Listesinde yer alan 150 büyük konaklama işletmesinin kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili bilgi miktarını, niteliğini ve kapsamını araştırmak için yıllık faaliyet raporlarını, sürdürülebilirlik raporlarını ve kurumsal web sitelerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, analize dahil edilen işletmelerin büyük çoğunluğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili seçilen temalardan en az birini kapsayan raporlamalar yaptığı gözlemlenmiştir. Ayrıca işletmelerin kendi kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri hakkında verdikleri bilgilerin detay düzeyinin de değiştiği belirlenmiştir.

Cherapanukorn ve Focken (2014), Asya'daki lüks konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk için kullandıkları standartları ve ilgili faaliyetlerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla işletmelerin yıllık sürdürülebilirlik veya kurumsal sosyal sorumluluk raporları, işletmelerin web siteleri ve haberlerinden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın sonucunda Asya'daki konaklama işletmelerinin çoğunun, operasyonel performansları için bir kriter olarak Uluslararası Standardizasyon Örgütü'nün (ISO) kriterlerini benimsedikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte işletmelerin daha çok çevre ve toplum alanında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirdikleri saptanmıştır.

Durovic ve diğ. (2015), konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin topluma iletilme yöntemlerini tespit etmeyi hedeflemişlerdir. Araştırmanın sonucunda, büyük uluslararası otel zincirlerinin kurumsal sosyal sorumluluk hedeflerine katkıda bulunmak için yaptığı özel girişimler ile ilgili detaylı raporlar ortaya koyarken, bağımsız konaklama işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluğun sadece vizyon ve misyon ifadeleri ile bildirilmekle sınırlı kaldığı ya da hiç bildirilmediği saptanmıştır.

Akmeşe ve Aras (2016), Borsa İstanbul Turizm Endeksi'nde yer alan altı adet konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları hakkındaki farkındalık düzeylerini ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlamalarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, işletmelerin genelde sosyal yardımlaşma kapsamında dernek ve vakıflara bağlı şekilde kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürüttükleri tespit edilmiştir.

Cech ve diğ. (2018), Çekya ve Slovakya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde ne tür kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirildiğini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda küçük ölçekli otel işletmelerinin büyük ölçekli otel işletmelerine göre daha gayri resmi ve kişisel bir yaklaşım kullanarak kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. Yine işletmelerde ekonomik alanda müşteriler ve tedarikçilerle uzun vadeli ilişkiler kurma, sosyal alanda çalışanların niteliklerini yükseltmek için fırsatlar yaratma ve adil ödül sistemi, çevre alanında ise çevre dostu atık yönetimi gibi sorumluluk faaliyetlerinin daha sık gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Ettinger ve diğ. (2018), kurumsal sosyal sorumluluk sertifikalı otellerin web sitelerinde sosyal sorumluluklarını iletme şekillerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda otellerin web sitelerine içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi sonucunda tedarikçi ilişkilerinin, sürdürülebilir kaynak kullanımının ve çevre uygulamalarının oteller tarafından web sitelerinde iletilen önemli sorumluluk alanları olduğu, buna karşılık, çalışan ve toplum ilişkilerine daha az yer verildiği tespit edilmiştir.

Yukarıda özetlenmeye çalışılan konuyla ilgili literatür bağlamında son yıllarda uluslararası ve ulusal düzeyde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmeye çalıştıkları saptanmıştır. Ancak literatür incelendiğinde konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda konaklama işletmelerinin hem bu faaliyetleri yerine getirme düzeylerinde hem de raporlama süreçlerinde eksiklikleri olduğu (Akmeşe ve Aras, 2016; Durovic ve diğ. 2015; Grosbois, 2012; Ateşoğlu ve Türker, 2010; Holcomb ve diğ. 2007) vurgulanmaktadır. Yine konaklama işletmelerine yönelik olarak genellikle konaklama işletmesi yöneticilerinin veya çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini algılamaya dönük çalışmaların (Avcı ve Akdemir, 2014; Park ve Levy, 2014; Çalışkan ve Ünüsan, 2011; Huimin ve Ryan, 2011; Levy ve Park, 2011; Pelit ve diğ., 2009) ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletme performansına, piyasa değerine ve müşteri memnuniyetine olan etkilerini belirlemeye yönelik araştırmaların (Ghaderi ve diğ., 2019; Ionescu ve diğ., 2018; Su, Pan ve Chen, 2017; Garay ve Font, 2012; Lee ve Heo, 2009) gerçekleştirildiği saptanmıştır. Bunun dışında Borsa İstanbul Turizm Endeksi'nde yer alan altı tane halka açık konaklama işletmesinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini belirlemeye yönelik bir araştırmaya (Akmeşe ve Aras, 2016) ulaşılmıştır.

Bu araştırmada ise kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin raporlanma düzeyinin hem Türkiye'de Borsa İstanbul'da (BIST) hisseleri işlem gören on adet konaklama işletmesi hem de uluslararası olarak marka değeri en yüksek on adet konaklama işletmesi bağlamında analizi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Böylece hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırmasının hem de Türkiye'deki halka açık konaklama işletmeleri ile dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmelerinin karşılaştırması yapılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın hem örneklemin farklılığı hem de uluslararası bir karşılaştırma içermesi nedeniyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırmanın amacı, BIST'de işlem gören konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetleri raporlama düzeylerini içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek değerlendirilmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda BIST'de işlem gören on konaklama işletmesi ve Brand Finance kuruluşu tarafından yayımlanan dünyanın en değerli otel markaları listesi (Brand Finance, 2018) sıralamasında yer alan ilk on konaklama işletmesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Söz konusu konaklama işletmelerinin isimleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 1: Analiz Kapsamındaki Konaklama İşletmeleri

2018 Yılında Dünyanın En Yüksek Marka Değerine Sahip Konaklama İşletmeleri	BIST Konaklama İşletmeleri
1)Hilton Hotels Corporation	1) Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.
2)Marriott International Inc.	2) Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
3)HYATT Hotels Corporation	3) Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrisi A.Ş.
4) Holiday Inn	4) Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.
5) Courtyard by Marriott	5) Martı Otel İşletmeleri A.Ş.
6) Shangri-La Asia Hotels and Resorts	6) Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.
7) Wyndham Hotels and Resorts	7) Petrokent Turizm A.Ş.
8) Sheraton Hotels & Resorts	8) Tek- Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
9) Ramada Worldwide Inc.	9) Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.
10) Hampton by Hilton	10) Ütopya Turizm İnşaat İşletmecilik Ticaret A.Ş.

Tablo 1 incelendiğinde, Brand Finance kuruluşu tarafından belirlenen dünyanın en yüksek marka değerine sahip ilk on konaklama işletmesi ile Türkiye’de BIST’te pay senetleri işlem gören on adet konaklama işletmesi olmak üzere toplamda 20 işletmenin analize dahil olduğu görülmektedir. Örneklem olarak marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin seçilme sebebi, marka değerleri itibarıyla en başarılı konaklama işletmeleri olması ve bu bağlamda doğru yönetim, finansman, satış, pazarlama, müşteri ilişkileri ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirdikleri varsayımdır. BIST konaklama işletmelerinin seçilme sebebi ise söz konusu işletmelerin halka açık ve borsada işlem gören işletmeler olmaları nedeniyle şeffaf olmaları ve raporlarını düzenli aralıklarla paydaşlarına sunma gerekliliği taşımalarıdır. Ayrıca, halka açık işletmelerin paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini açıklama yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu sebeple BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Böylelikle hem bu işletmelerin kendi sınıflandırması içinde karşılaştırması yapılmış hem de Türkiye’deki halka açık konaklama işletmeleri ve dünyanın en yüksek marka değerine sahip konaklama işletmeleri karşılaştırılarak güçlü ve geliştirilmesi gereken zayıf taraflar saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmada belirlenen amaçlar doğrultusunda, analize dahil edilen konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinde yayımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk raporlarına ve yıllık faaliyet raporlarına doküman inceleme tekniği uygulanarak veriler elde edilmiştir. Doküman inceleme tekniği, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin incelenmesini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda hangi kaynakların doküman olarak kullanılması gerektiğine karar verilmiş ve ardından dokümanların ait olduğu kaynaklardan özgün haline erişim sağlanmıştır.

Araştırmanın analiz sürecinde, incelenen konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarına ait kurumsal sosyal sorumluluk faaliyet raporları ve yıllık faaliyet raporları içerik analizine tabi tutulmuştur. İşletmelerin 2018 ve 2019 yıllarına ait raporlarının analize dahil edilmemesinin sebebi, söz konusu raporların tüm işletmeler tarafından analizin gerçekleştirildiği tarihte yayımlanmamış olmasıdır. Analiz sürecinde kullanılan içerik analizi; birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamak şeklinde tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

İçerik analizi bağlamında konaklama işletmelerinin yerine getirdiği ve kurumsal raporlarında sunduğu kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinden toplanan veriler kodlanmış ve 33 adet kod belirlenmiştir. Söz konusu aşamada kodlar belirlenirken, elde edilen tüm veriler özenle incelenerek anlamlı bölümler oluşturulmaya çalışılmıştır. Verilerde farklı kısımlarda sunulan ama benzer anlamlara sahip olan bölümler aynı kod altında toplanmıştır. Analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirme sıklığı da göz önünde bulundurularak belirlenen kodlardan temalar tanımlanmıştır. Temalar, birbirleri ile ilişkili olan ve ortak yönleri sahip kodlar üzerinden, kodları genel bağlamda açıklayabilecek ve anlamlı bir bütün oluşturabilecek şekilde belirlenmiştir. Temalar; “çevre, toplum, çalışanlar, etik uygulamalar, sektör” olarak tanımlanmıştır. Daha sonra söz konusu 5 tema, gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve işletmeler bazında analiz edilmek amacıyla Holcomb ve diğ. (2007)’in gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarından esinlenerek oluşturulan tablolarla incelenmiştir. Söz konusu tablolar, araştırmanın bulgular kısmında sunulmaktadır.

Analiz kapsamında incelenen konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği faaliyetler arasından belirlenen 33 kod ve 5 tema Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Analiz Kapsamında Oluşturulan Temalar ve Kodlar

ÇEVRE	TOPLUM	ÇALIŞANLAR	ETİK UYGULAMALAR	SEKTÖR
Enerji Tasarrufu	Eğitime Destek	Adil ve Eşit Fırsatlar	Sorumlu Kaynak Kullanımı	Hissedarlar ile ilişkiler
Su Tasarrufu	İşsizlikle Mücadele	Mesleki Gelişime Destek	Yerel Kaynak Kullanımı	Tedarikçiler ile ilişkiler
Atık Yönetimi	Ulusal Refaha Destek	Kişisel Gelişime Destek	Davranış Kodları Oluşturma	Misafirler ile ilişkiler
Geri Dönüşüm	Yerel Refaha Destek	Tazminat ve Ödüller	İnsan Hakları	Sektör İşbirliği
İklim Değişikliği	Sanata Destek	Çalışan Yardım Programları	Kaçakçılık ile Mücadele	
Emisyon Azaltma	Doğal Afetle Mücadele	Çalışan Çeşitliliği	Hayvan Refahı	
Çevre Dostu Tesisler	Vakıf	Çalışan Sağlığı ve Refahı		
Kültürel Mirası Koruma	Bağış			

4. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmaktadır. Tablolardan yararlanılarak marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleştirdikleri ve raporladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik karşılaştırmalı yorumlara yer verilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular 2016 ve 2017 yılları bağlamında iki ayrı alt başlıkta sunulmaya çalışılmaktadır.

4.1. Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılına İlişkin Analiz Bulguları

Analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2016 yılında gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdelik performanslarına göre sıralanışı Tablo 3’de sunulmaktadır.

Tabloda; A:Enerji tasarrufunu, B:Su tasarrufunu, C:Atık yönetimini, Ç:Geri Dönüşümü, D:İklim değişikliğini, E:Emisyon azaltmayı, F:Çevre dostu tesisler, G:Kültürel mirası korumayı, H:Eğitime desteği, I:İşsizlikle mücadeleyi, İ:Ulusal refaha desteği, J:Yerel refaha desteği, K:Sanata desteği, L:Doğal afetle mücadeleyi, M:Vakıfları, N:Bağışları, O:Adil ve eşit fırsatları, Ö:Mesleki gelişime desteği, P:Kişisel gelişime desteği, R:Tazminat ve ödülleri, S:Çalışan yardım programını, Ş:Çalışan çeşitliliğini, T:Çalışan sağlığını, U:Sorumlu kaynak kullanımını, Ü:Yerel kaynak kullanımını, V:Davranış kodunu, Y:İnsan haklarını, Z:Kaçakçılıkla mücadeleyi, W:Hayvan refahını, Q:Hissedar ilişkilerini, X:Tedarikçi ilişkilerini, α:Misafir ilişkilerini, β:Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini göstermektedir.

Tablo 3 genel olarak incelendiğinde, analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinde “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların en sık tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda analize dahil edilen işletmelerin, paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok önem verdiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda analize dahil edilen işletmelerin, 2016 yılında paydaşlarına yönelik gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha çok önem verdiği düşünülmektedir.

Tablo 3: Konaklama İşletmelerinin 2016 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.							SEKTÖR				%
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	ß	100		
1.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9	
2.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9	
3.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9	
4.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9	
5.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9	
6.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,9	
7.Ramada	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	90,9	
8.Wyndham	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	90,9	
9.Hyatt	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	81,8	
10.Shangri-La	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	81,8	
11.Altinyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	+	66,6	
12.Martı Otel								+	+	+		+				+	+	+	+			+	+			+	+			+		+	+	+	45,4	
13.Merit								+			+					+	+			+	+					+	+			+	+	+	+	+	36,3	
14.Marmaris Altinyunus	+		+	+												+	+	+		+			+							+	+		+	+	33,3	
15.Avrasya									+	+	+					+	+	+	+				+			+				+				+	30,3	
16.Kuştur Kuşadası									+	+	+					+	+	+		+										+	+	+		+	30,3	
17.Tek-Art										+							+			+			+		+	+				+	+	+		+	27,2	
18.Ütopya																+		+	+				+							+	+	+		+	21,02	
19.Ulaşlar																+	+	+												+				+	12,1	
20.Petrokent																			+														+	+	9,1	

Tabloda “Çevre” teması altında “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarının, “Toplum” teması altında “Bağış” kodunun, “Çalışanlar” teması altında “Adil ve Eşit Fırsatlar” kodunun, “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri” kodunun analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir.

Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamının 2016 yılında “Enerji Tasarrufu”, “Atık Yönetimi” ve “Geri Dönüşüm” kodlarına katılım sağladığı görülürken, BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin konu bağlamında faaliyetini bildirdiği görülmektedir. “Adil ve Eşit Fırsatlar” koduna marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamı katılım gösterirken, BIST konaklama işletmelerinden sekiz tanesinin konu ile ilgili faaliyetlerini raporladığı görülmektedir. Genel olarak incelendiğinde, 2016 yılında temalar altındaki 33 kod içinde en çok sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Hissedar İlişkileri” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2016 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Hilton Hotels Corporation, Hampton by Hilton, Marriott International Inc., Sheraton Hotels and Resorts ve Courtyard by Marriott olduğu tespit edilmiştir. Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2016 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdikleri ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri bildirdikleri tespit edilmiştir.

4.2. Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılına İlişkin Analiz Bulguları

Analize dahil 20 konaklama işletmesinin 2017 yılında gerçekleştirdikleri ve kamuoyuyla paylaştıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve bu faaliyetler neticesinde yüzdelerlik performanslarına göre sıralanışı Tablo 4’de sunulmaktadır.

Tabloda; A: Enerji tasarrufunu, B: Su tasarrufunu, C: Atık yönetimini, Ç: Geri Dönüşümü, D: İklim değişikliğini, E: Emisyon azaltmayı, F: Çevre dostu tesisler, G: Kültürel mirası korumayı, H: Eğitime desteği, I: İşsizlikle mücadeleyi, İ: Ulusal refaha desteği, J: Yerel refaha desteği, K: Sanata desteği, L: Doğal afetle mücadeleyi, M: Vakıfları, N: Bağışları, O: Adil ve eşit fırsatları, Ö: Mesleki gelişime desteği, P: Kişisel gelişime desteği, R: Tazminat ve ödülleri, S: Çalışan yardım programını, Ş: Çalışan çeşitliliğini, T: Çalışan sağlığını, U: Sorumlu kaynak kullanımını, Ü: Yerel kaynak kullanımını, V: Davranış kodunu, Y: İnsan haklarını, Z: Kaçakçılıkla mücadeleyi, W: Hayvan refahını, Q: Hissedar ilişkilerini, X: Tedarikçi ilişkilerini, α: Misafir ilişkilerini, β: Sektör işbirliğini ifade etmektedir. Analiz kapsamındaki konaklama işletmeleri ile aynı satırda yer alan hücrelerde (+) işaretinin olması, söz konusu işletmenin oluşturulan tema altındaki ilgili kod bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildirdiğini göstermektedir. Hiçbir işaretin bulunmadığı hücreler ise, ilgili kod doğrultusunda gerçekleşen bir kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetinin bildirilmediğini göstermektedir.

Tablo 4: Konaklama İşletmelerinin 2017 Yılında Gerçekleştirdikleri Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Konaklama İşletmeleri	ÇEVRE								TOPLUM								ÇALIŞANLAR								ETİK UYG.							SEKTÖR				%
	A	B	C	Ç	D	E	F	G	H	I	İ	J	K	L	M	N	O	Ö	P	R	S	Ş	T	U	Ü	V	Y	Z	W	Q	X	α	β	100		
1.Marriott	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9		
2.Courtyard	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,9		
3.Sheraton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	96,6		
4.Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,9		
5.Hampton by Hilton	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	93,6		
6.Shangri-La	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		81,8		
7.Hyatt	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+			+	+		+	+	+	+	78,7		
8.Holiday Inn	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+		+		+	+			+	+	+	+	78,7		
9.Altınyunus Çeşme	+	+	+	+		+			+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	66,6		
10.Wyndham		+	+		+	+						+				+		+	+	+		+		+		+	+			+	+	+	+	51,5		
11.Ramada		+	+		+	+						+				+		+	+	+		+		+		+	+			+	+	+	+	51,5		
12.Martı Otel								+	+	+		+				+	+	+	+			+	+			+	+			+		+	+	45,4		
13.Merit								+			+					+	+			+	+					+	+			+	+	+	+	36,3		
14.Marmaris Altınyunus	+		+	+												+	+	+		+			+							+	+		+	33,3		
15.Avrasya									+	+	+					+	+	+	+				+			+				+				30,3		
16.Kuştur Kuşadası									+	+	+					+	+	+		+										+	+	+		30,3		
17.Tek-Art										+							+			+			+		+	+				+	+	+		27,2		
18.Ütopya																+		+	+				+							+	+	+		21,2		
19.Ulaşlar																+	+													+					9,1	
20.Petrokent																			+														+		6,1	

Tablo 4 genel olarak değerlendirildiğinde, 2017 yılında da “Çalışanlar” ve “Sektör” temaları altında oluşturulan kodların hem BIST konaklama işletmeleri hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından daha yoğun bir şekilde tercih edilen kurumsal sosyal sorumluluk alanları olduğu gözlemlenmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Toplum” ve “Çevre” temaları karşılaştırıldığında, işletmelerin “Toplum” teması altında belirtilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha sık katılım gösterdiği belirlenmiştir. Tabloda “Çevre” teması altında “Atık Yönetimi” kodu ve “Toplum” teması altında ise “Bağış” kodunun öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 4’teki “Çalışanlar” teması incelendiğinde “Adil ve Eşit Fırsatlar” ile “Mesleki Gelişime Destek” kodlarının en sık raporlanan faaliyet konuları olduğu gözlemlenmektedir. “Etik Uygulamalar” teması altında “Davranış Kodu” ve “Sektör” teması altında “Hissedar İlişkileri”, “Misafir İlişkileri” ve “Tedarikçi İlişkileri” kodlarının analize dahil edilen işletmeler tarafından en sık bilgi sağlanan alanlar oldukları tespit edilmiştir. Genel olarak incelendiğinde, temalar altındaki 33 kod içinde en çok kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirilen kodun “Bağış” olduğu saptanmıştır. Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında, en çok sosyal sorumluluk ifadesine yer veren işletmelerin Marriott International Inc., Courtyard by Marriott, Sheraton Hotels and Resorts, Hilton Hotels Corporation ve Hampton by Hilton olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu 2016 yılı analiz sonuçları ile farklılık oluşturmaktadır. Yıllar bazında oluşan bu farklılık, Hilton Hotels Corporation ve bünyesinde çalışan işletmelerin 2016 yılında “Tazminat ve Ödüller” kodu bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetleri raporlarken, 2017 yılında söz konusu kod bağlamında bir faaliyet raporlamamasından kaynaklanmaktadır.

Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin 2017 yılına ait faaliyet ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının analizi bağlamında Petrokent Turizm A.Ş.’nin ise oluşturulan 33 kod içinden 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti bildiren işletme olduğu saptanmıştır. Araştırmamanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, 2017 yılı içerisinde marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri ile BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirdiği kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve söz konusu faaliyetlere raporlarında yer verme düzeyleri arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin, BIST konaklama işletmelerine göre daha sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti gerçekleştirdiği ve yayımladıkları raporlar aracılığı ile söz konusu faaliyetleri bildirdikleri saptanmıştır.

BIST konaklama işletmelerinin gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için 2016 ve 2017 yılına ait kurumsal sosyal sorumluluk başlıklı ayrı rapor yayımlamadıkları, söz konusu faaliyetlerini kurumsal faaliyet raporları aracılığı ile sundukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş. tarafından 2017 yılında yayımlanmış “Çevre Politikası” bildirisi bulunmaktadır. İşletmelerden beş tanesinin faaliyet raporları içinde oluşturulan ana başlıklar altında, dört tanesinin ise alt başlıklar altında faaliyetleri raporladığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında genellikle yapmış oldukları bağış ve yardım politikaları ile ilgili açıklamalara yer verdikleri gözlemlenmiştir. Söz konusu raporlarda BIST konaklama işletmelerince yasal yükümlülüklerin yerine getirildiği vurgusunun sıklıkla yapıldığı görülmüştür. İşletmelerin kurumsal faaliyet raporlarında yer alan sosyal sorumluluk ile ilgili bölümlerde, çevresel ve toplumsal konularda verilen zararlar bağlamında ceza alınmadığı, haklarında açılan herhangi bir dava bulunmadığı gibi ifadelerle çoğunlukla yer verildiği gözlemlenmiştir. Çalışanların sosyal hakları ve eğitimlerinin iyileştirilmesi için gerçekleştirilen faaliyetlerin bildirildiği, işletmelerin kazandığı ödüllerin ve aldıkları

sertifikaların paylaşıldığı görülmüştür. İlgili bölümlerde işletmeler tarafından yazılı etik kuralların oluşturulduğuna ve faaliyetlerin gerçekleştirilirken etik kurallar çerçevesinde hareket edildiğine değinilmiştir.

5.Sonuç

Günümüzde turizm sektörü, sürdürülebilir çevre ve ekonomik büyüme ile doğrudan etkileşim içinde olan sektörlerden biridir. Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğin yanı sıra toplumsal fayda yaratmak için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmek, turizm sektörünün önemli aktörlerinden birisi olan konaklama işletmeleri için kurumsal strateji ve planlamaların ana unsurlarından biri haline gelmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, konaklama işletmeleri için güçlü paydaş ilişkileri oluşturmak açısından da önem arz etmektedir. Bu bağlamda çevreyi ve kültürel mirası koruma, enerji ve atık yönetimi, yerel refahı destekleme, ayrımcılıkla mücadele, çalışanlar için adil çalışma koşulları oluşturma, toplumun refahına katkıda bulunma ve hissedar ve misafirler ile sağlıklı ilişkiler kurma, konaklama işletmelerinin stratejileri için önem arz eden hususlar olarak kabul edilmektedir. Paydaşlarına karşı duyarlı hareket ederek kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren konaklama işletmelerinin, söz konusu faaliyetleri paydaşlarına iletebilmesi de önemlidir.

Bu araştırmanın temel amacı; BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016-2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlamalarının, içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek uluslararası bağlamda karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir.

Analiz kapsamındaki konaklama işletmelerinin 2016 yılında yayımlanan kurumsal raporları analiz edildiğinde, işletmelerin hiçbirinin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayımlamadıkları saptanmıştır. Yıllık faaliyet raporları incelendiğinde işletmelerin en sık bilgi sundukları temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Hem BIST konaklama işletmelerinin hem de marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çalışanları için gerçekleştirdikleri faaliyetlere raporlarda sıkça yer verdikleri belirlenmiştir. Bu durumun, artan çalışan refahının performansa olumlu yansımaları açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Aynı sayıda kodlardan oluşan “Çevre” ve “Toplum” temaları karşılaştırıldığında, “Toplum” temasını oluşturan kodlarla ilgili daha çok bilginin sunulduğu saptanmıştır. 2016 yılına ait raporlar genel olarak incelendiğinde, BIST konaklama işletmeleri ile marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlamada bölüm başlıkları sunumu itibarı ile farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini raporlarken, tüm paydaşlar için gerçekleştirilen faaliyetleri ayrı bölümler halinde sunduğu saptanmıştır. Buna karşın BIST konaklama işletmeleri ile ilgili aynı durumun geçerli olmadığı gözlemlenmiştir.

2017 yılında yayımlanan kurumsal raporlar incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini bildirmek için ayrıca raporlar yayımladıkları saptanmıştır. Ancak 2016 yılında olduğu gibi, 2017 yılında da BIST konaklama işletmelerinin hiç birisinin kurumsal sosyal sorumluluk raporu yayınlamadığı gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin, konu bağlamındaki yaklaşımlarını ve faaliyetlerini, yıllık faaliyet raporlarında “İş Sağlığı ve Güvenliği, Genel Bilgiler, İnsan Kaynakları Politikası, Etik Kurallar ve Sosyal Sorumluluk” gibi başlıklar altında ve dağınık şekilde bildirdikleri saptanmıştır. Buna karşın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk raporlarının; grafiklerden, çalışan ifadelerinden, oranlardan, gerçekleştirilen faaliyetlerin görsellerinden yararlanılarak profesyonelce hazırlandığı belirlenmiştir. Dolayısıyla BIST konaklama işletmelerinin

aksine marka değeri en yüksek konaklama işletmelerine ait raporların, biçimsel anlamda oldukça ilgi çekici olduğu söylenebilir. Raporları etkili bir iletişim stratejisi olarak kullanmak için, içeriğinin ve yapısının oluşturulmasında özen gösterilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda BIST konaklama işletmelerinin, marka değeri en yüksek konaklama işletmeleri tarafından hazırlanan raporları incelemesi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin etkin raporlanması ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmesi tarafımızca önerilmektedir. 2017 yılı analiz sonuçlarında işletmelerin en sık bildiği temaların “Çalışanlar” ve “Sektör” olduğu tespit edilmiştir. Bu durum 2016 analiz sonuçları ile benzerlik taşımaktadır. Analiz sonuçlarında her iki yıl içinde “Sanata Destek” kodu bağlamında oldukça az sayıda bilgi sunulduğu görülmektedir. Analize dahil edilen işletmeler için sanat konusunun öncelikli bir kurumsal sosyal sorumluluk alanı olmadığını söylemek mümkündür.

2016 ve 2017 yılında yayımlanan raporlar incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin tamamında kurumsal raporların son bölümlerinde iklim değişikliği, yolsuzlukla mücadele, sürdürülebilirlik, insan hakları gibi konulara uyum bağlamında açıklamalara yer verildiği gözlemlenmiştir. Buna karşın BIST konaklama işletmelerinden sadece iki tanesinin bu konularda bilgi sunduğu tespit edilmiştir. BIST konaklama işletmelerinin yıllık faaliyet raporlarında çevre bağlamında duyulan hassasiyeti belirttiği ancak konu bağlamında gerçekleştirilen faaliyetlere çok az yer verdiği belirlenmiştir. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin ise kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında konulara olan yaklaşım ya da politikalarından çok uygulamalara ve rakamsal sonuçlara yer verdiği saptanmıştır. Marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin çevre bağlamında genelde enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi, iklim değişikliği ile mücadele gibi konular hakkında faaliyetler gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin ise raporlarında enerji tasarrufu, kültürel mirası koruma ve atık yönetimi ile ilgili bilgi sunarken, iklim değişikliği ile mücadele etmek için gerçekleştirilen bir faaliyete ya da iş birliğine yer vermedikleri tespit edilmiştir.

2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinden Hilton Hotels Corporation ve Marriott International Inc. ile bünyelerinde faaliyet gösteren işletmelerin 2016 yılında 33 koddan 32 tanesine katılım göstererek, en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletmeler oldukları tespit edilmiştir. Ancak 2017 yılı analiz sonuçlarında eşitliğin bozulduğu ve Hilton grubunun 33 koddan 31 ile ilgili bilgi sağladığı saptanmıştır. Marriott International Inc. grubunun 33 koddan 32 tanesi bağlamında bilgi sunarak en sık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti raporlayan işletme olduğu gözlemlenmiştir. BIST konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yılları analiz bulguları incelendiğinde, 2016 yılında Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.’nin 33 kod içinden 23 tanesine katılım göstererek en sık faaliyet raporlayan işletme olduğu görülmektedir. Bu durum, 2017 yılı analiz sonuçları içinde aynı olmuştur. 2016 ve 2017 yılında 33 kod içinden sadece 2 tanesi ile ilgili bilgi sunarak en az katılım gösteren işletmenin ise Petrokent Turizm A.Ş. olduğu belirlenmiştir.

Analiz neticesinde elde edilen bulgular bağlamında BIST konaklama işletmelerinin genel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramına yeterli önemi göstermediği ve faaliyetlerinde yer vermediği sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen raporlarda kurumsal sosyal sorumluluk kavramının daha çok yasal zorunluluklar çerçevesinde benimsendiği tespit edilmiştir. İşletmelerin çoğunun, kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili başlıkların altında gerçekleştirdikleri faaliyetlerden dolayı bir ceza almadıklarını belirtmeleri, bu durumun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. BIST konaklama işletmelerinin, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının yasal yükümlülüklerin dışında gönüllü gerçekleştirilen faaliyetler olduğu bilincini taşımadıkları düşünülmektedir. Söz konusu

bilincin oluşturulması için, gerekli birimler tarafından işletme paydaşlarına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eğitimlerin verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca BIST konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin raporlaması ile ilgili uygulamaları standartlaştırması gerekmektedir. Yine raporların uluslararası bağlamda uyum sağlamasının, işletmelere rakipleri arasında öne çıkma fırsatını da sunacağı düşünülmektedir. Bilinçli tüketiciler tarafından fark edilir olmayı sağlamak için aynı sektörde faaliyet gösteren marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin söz konusu faaliyetlerinin takibi sağlanmalı ve benzer uygulamalar BIST konaklama işletmeleri tarafından da gerçekleştirilmelidir. Sektör öncüleri tarafından turizmin sürdürülebilirliği için kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmenin önemi bağlamında konferanslar düzenlenebilir, eğitimler verilebilir, sektörel iş birlikleri sağlanabilir, devlet desteği ve teşviklerinden yararlanılabilir. Ayrıca turizm sektörüne yatırım yapan birey ve işletmelerin sosyal sorumluluğu benimsemiş işletmeleri tercih etmesi, sektörde ilgili faaliyetlerin çoğalmasına imkân sağlayabilir. Yine sektörün yapısı gereği istihdam ettiği bireylerin sayısal çokluğunu bir avantaja dönüştürmek için işletme çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinde aktif rol oynamalarını sağlamaları gerekmektedir.

Gerçekleştirilen literatür taraması neticesinde, konaklama işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin raporlanmasının belirlenmesine yönelik uluslararası karşılaştırmayı içeren bir araştırmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda araştırmamızın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma sonuçlarının sektör içindeki işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili eksikliklerini görebilmeleri açısından önemli olduğu ve bu farkındalığın işletmeler tarafından değerlendirildiğinde yönetsel, finansal ve pazarlama performanslarını artıracakları düşünülmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlar, BIST konaklama işletmeleri ile dünyanın marka değeri en yüksek konaklama işletmelerinin 2016 ve 2017 yıllarına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ve raporlamalarıyla sınırlıdır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilirken analiz süresinin iki yıl ile kısıtlı olmasının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Gelecek araştırmalarda daha fazla konaklama işletmesinin raporlarına erişilmesi durumunda daha kapsamlı bir çalışmanın gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte konaklama işletmeleri yöneticileri ile görüşülerek gerçekleştirilecek araştırmalar hakkında konuyla ilgili daha detaylı bulgular elde edilebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda yine, uluslararası konaklama işletmeleri markalarının ülkemizde faaliyet gösteren alt markalarına ait konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri incelenebilir ve karşılaştırılabilir.

6. Kaynakça

- Akmeşe, H. ve Aras, S. (2016), "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Farkındalıkları ve Uygulamaları", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 18 (1), ss. 917-942.
- Alpaslan, A. (2012), Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Argüden, Y. (2002), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İstanbul: Rota Yayın Yapım.
- Atay, L. ve Dilek, S. E. (2013), "Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: İbis Otel Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), ss. 203-219.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2010), "Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(3), ss. 207-226.

- Avcı, N. ve Akdemir, İ. (2014), "Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Doyumu Üzerine Etkisi", *Ege Akademik Bakış*, 14(1), ss. 125-135.
- Bansal, P. ve Kandola, S. (2003), "Corporate Social Responsibility: Why Good People Behave Badly in Organizations", *Ivey Business Journal*, 68 (4), ss. 1-5.
- Brand Finance (2018), "The Most Valuable Hotel Brands of 2018 List", <https://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-hotels-50-2018/> (20.03.2019).
- Bowen, H. R. (1953), *Social Responsibility of The Businessman*, New York: Harper & Row.
- Cech, P., Jindrichovska, I. ve Neubauer, J. (2018), "Corporate Social Responsibility in Hotel Industry: Empirical Analysis of Transitional Market", *International Journal of Economics and Business Administration*, 6 (1), ss. 61-89.
- Cherapanukorn, V. ve Focken, K. (2014), "Corporate Social Responsibility and Sustainability in Asian Luxury Hotels: Policies, Practices and Standards", *Asian Social Science*, 10 (8), ss. 198-209.
- Çalışkan, O. ve Ünüsan, Ç. (2011), "Otel Çalışanlarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyetine Etkisi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), ss. 154-166.
- Durovic, M., Jakovic, B. ve Tubic, D. (2015), "Hotel Corporate Social Responsibility Reporting", *The Macrotheme Review*, 4(6), ss. 50-61.
- Ettinger, A., Krauter, S. ve Terlutter, R. (2018), "Online CSR Communication in the Hotel Industry: Evidence from Small Hotels", *International Journal of Hospitality Management*, 68, ss. 94-104.
- Garay, L. ve Font, X. (2012), "Doing Good to Do Well? Corporate Social Responsibility Reasons, Practices and Impacts in Small and Medium Accommodation Enterprises", *International Journal of Hospitality Management*, 31, ss. 329-337.
- Ghaderi, Z., Mirzapour, M. ve Henderson, J.C. (2019), "Corporate Social Responsibility and Hotel Performance: A View from Tehran, Iran", *Tourism Management Perspectives*, 29, ss.41-47.
- Golja, T. ve Nizic, M. K. (2009), "Corporate Social Responsibility in Tourism–The Most Popular Tourism Destinations in Croatia: Comparative Analysis", *Management: Journal Of Contemporary Management Issues*, 15(2), ss. 107-121.
- Grosbois, D. D. (2012), "Corporate Social Responsibility Reporting by The Global Hotel Industry: Commitment, Initiatives and Performance", *International Journal of Hospitality Management*, 31, ss. 896-905.
- Güzel, T. (2010), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönelimli Otel İşletmeleri Uygulamaları", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), ss. 285-304.
- Henderson, J. C. (2007), "Corporate Social Responsibility and Tourism: Hotel Companies in Phuket, Thailand, after The Indian Ocean Tsunami", *Hospitality Management*, 26, ss. 228-239.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S. ve Okumuş, F. (2007), "Corporate Social Responsibility: What Are Top Hotel Companies Reporting?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), ss. 461-475.
- Huimin, G. ve Ryan, C. (2011), "Ethics and Corporate Social Responsibility- An Analysis of the Views of Chinese Hotel Managers", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30, ss. 875-885.
- Ionescu, G. H., Firoiu, D., Badircea, R. ve Dragan, C. (2018), "Implementation of Integrated Management Systems and Corporate Social Responsibility Initiatives - A Romanian Hospitality Industry Perspective", *Journal of Sustainability*, 10, ss. 36-84.
- Kotler, P. ve Lee, N. (2013), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: MediaCat.

- Lee, S. ve Heo, C. Y. (2009), "Corporate Social Responsibility and Customer Satisfaction among USA Publicly Traded Hotels and Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, 28, ss. 655-657.
- Levy, S. E. ve Park, S. Y. (2011), "An Analysis of CSR Activities in The Lodging Industry", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, ss. 147-154.
- Martin, J., Petty, W. ve Wallace, J. (2009), "Shareholder Value Maximization—Is There a Role for Corporate Social Responsibility?", *Journal of Applied Corporate Finance*, 21(2), ss. 110-118.
- Özgen, E. (2007), "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Çalışan Memnuniyetine Etkisi", *D. Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8, ss. 1-6.
- Park, S.Y. ve Levy, S. E. (2014), "Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), ss. 332-348.
- Pelit, E. ve Pekmezci, (2012), *Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Alanları*, Ankara: Sözkesen Matbaacılık.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Çakır, M. (2009), "Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), ss. 19-30.
- Shoval, N. ve Cohen-Hattab, K. (2001), "Urban Hotel Development Patterns in The Face Of Political Shifts", *Annals of Tourism Research*, 28(4), ss. 908-925.
- Su, L., Pan, Y. ve Chen, X. (2017), "Corporate Social Responsibility: Findings from the Chinese Hospitality Industry", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, ss. 240-247.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Analysis of Sustainable Tourism Performances of Eastern Black Sea Region Provinces*

Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinin Sürdürülebilir Turizm Performanslarının Analizi

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK 
Gümüşhane Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta:ismailcalik29@gmail.com

Prof.Dr. Orhan BATMAN 
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta:obatman@subu.edu.tr

Abstract

The research aims to determine the sustainable tourism indicators specific to the Eastern Black Sea Region of Turkey and to make inferences about the tourism performance of the region under the light of pre-determined indicators. To fulfill this purpose, qualitative and quantitative methods were employed together in the research. The secondary data used in the research were obtained from the time series published by the relevant public institutions between 2008/2012. As for the qualitative research, the data were collected by using a semi-structured interview technique. As a result of the research, it may be commented that the sustainable tourism performances of the provinces in the region remained at low levels according to the total values of the sustainable performance index and alleged that meaningful problem fields that may constrain sustainable tourism development in the region exist.

Anahtar Kelimeler: Sustainable Tourism Indicators, Eastern Black Sea Region, Turkey.

Öz

Bu araştırmada, Doğu Karadeniz Bölgesi'ne özgü sürdürülebilir turizm göstergelerinin belirlenmesi ve belirlenen göstergeler ışığında bölgenin turizm performansı hakkında çıkarımlar yapılması amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel ve nicel yöntemler bir arada kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ikincil veriler, 2008/2012 yılları arasında ilgili kamu kurumları tarafından yayınlanan zaman serilerinden elde edilmiştir. Nitel araştırmada kullanılan veriler ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonucunda, bölge illerinin sürdürülebilir turizm performanslarının, sürdürülebilir performans endeksi toplam değerleri sonuçlarına göre düşük seviyelerde kaldığı ve bölgede sürdürülebilir turizm gelişimini engelleyecek ciddi sorun alanlarının bulunduğu söylenebilir.

Key Words: Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri, Doğu Karadeniz Bölgesi, Türkiye.

Bu çalışma 30.04.2014 tarihinde, "Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Bağlamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Analizi" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

1. Introduction

Tourism sector has been among the most important development options, especially for the developing and underdeveloped countries since the second half of the 20th century. It is estimated that international tourism arrivals, which were 674 million people in 2000, reached 949 million in 2010, will reach 1.56 billion in 2020 (UNWTO, 2020) and 1.8 billion in 2030 (United Nations World Tourism Organizations, 2015: 4). In parallel with this development, it may be uttered that tourism has unique characteristics and can constitute opportunities for the achievement of sustainable development. Actually tourism sector provides relatively environmental and renewable options as against sectors such as textile, mining, and forestry shows the role of tourism in achieving sustainable development goals. In addition, the natural (sea, sand, sun, natural life), historical and socio-cultural resources, which are found free of charge in the nature, are more available in less developed countries, reinforcing the stated role of tourism (Speier, 2005: 2).

Tourism serves for multiple benefits to developing and underdeveloped countries in terms of contributing to the regional economy, such as increasing employment, maximizing foreign exchange revenues, reducing poverty, increasing tax revenues, positive impacts on balance of payments, activating other sectors and raising per capita income. It is also argued that the tourism contributes to strengthening the economy of the region, increasing recreation areas open to the use of local people, confidence of the local people as well as kindness and mutual trust, and contributing to the general quality of life (Aspinall, 2006:1; Bahar and Kozak, 2010: 155-170; Goodwin, 1998: 2; Tosun, 2002: 245).

Despite the given positive effects, some economic, socio-cultural and environmental damages originating from tourism arise. Activities damaging the natural environments as traffic, crowd, architectural pollution, exceeding the limits of physical carrying capacity, solid wastes, construction in sensitive areas, erosion, emission and greenhouse gas formation, overfishing, and so on are increasing the environmental damage in tourism destinations. The increase of common crimes such as snobbism, prostitution, language disputes, murder and theft, the commodification of cultural values, negatively affect intra-family relations and identity conflicts caused by cultural interaction can be considered among the socio-cultural negativities caused by tourism. The increase in prices, inflation, leaks, the inability of the local people to play an active role in the economic management and planning processes namely the inability to resort to the opinions of local people in the decision-making process and the opportunity costs can be considered among the economical negativities caused by tourism (Bal, 1995; Liu, 2003; Reilly, 2008; Sharpley, 2006: 103-132; Choi and Sirakaya, 2006: 1274; Tanquay, Therrinen and Rajaonsen, 2011).

In line with sustainable development, there are some factors that enable the development of sustainable tourism options. For example, minimizing the economic, socio-cultural and environmental obstacles stemming from tourism, observing the extent of the destruction and determining which strategies should be implemented to eliminate this destruction. Sustainable tourism development requires that social, economic and environmental objectives be determined by long-term planning and by consulting the opinions of all stakeholders (Murphy and Price, 2005: 175). Sustainable tourism, defined as the satisfaction of the needs of tourists and local people without disregarding the needs of future generations (Kahraman and Türkay, 2014: 112), is a combination of nature-friendly tourism activities, protection of local heritage, active participation of local people in tourism planning and implementation processes, the calculation of carrying

capacity, the guiding of sustainable tourism indicators, and the carrying out the planning process. One of the methods used to measure the sustainability aspects of tourism activities is the usage of sustainable tourism indicators (Farsari and Practacos, 2001:1). Pre-determination of the problems that will emerge from sustainable tourism indicators is a frequently used method for measuring and identifying the results of activities to solve the problem and to observe the risks and potential risk elements, which seem to be the main source of problems (UNWTO, 2004: 8).

Nowadays using indicators in the context of sustainable tourism has become one of the prominent subjects. International organizations such as the United Nations World Tourism Organization, statistical organizations, World Tourism and Travel Council, national and local governments are carrying out significant studies for establishing appropriate indicators to measure sustainability in tourism (Ceron and Dubais, 2003: 54-56). The most comprehensive study in the literature on sustainable tourism indicators is the work of the United Nations World Tourism Organization, "Guide for Sustainable Development Indicators for Tourism Destinations". Besides, numerous studies including ecological coverage, carrying capacity, sustainable social tourism indicators, etc. have been performed in different times (Choi and Sirakaya, 2006: 1275; Hunter and Shaw, 2007: 46; Miller, 2001: 351; Tokmak, 2008; UNWTO, 2004).

In this study, the Eastern Black Sea Region was tackled under the light of sustainable tourism indicators. Firstly, the indicators were picked up in order to make evaluations from the sustainable tourism indicator list formulated by the UNWTO. Gained from the time series studies of the related public institutions, the data related to the selected indicators were then analyzed and were examined through the sustainable performance index method in order to carry out comparisons between the regions. On the other hand, the main motivation for the preparation of this work is that the sustainable tourism approach is based on cultures, investors, businesses, people, decision-makers, tourists, academicians, developing holistic suggestions for distinct interest groups, and that planning activities that may be determined and realized by the guided indicators will reduce the extent of the destruction that will create tourism in the region. Furthermore, in order to protect environmental and cultural values with the contribution of tourism and to maintain the balance of protection / use in the Eastern Black Sea Region where the tourism arrivals are relatively less intensive, determining the principles of sustainable tourism indicators at the beginning stage and measuring the extent of destruction in destinations through indicators will contribute to all stakeholders in the region in the medium and long term.

2. Research Method

2.1. Quantitative survey

In the study, indicator data sets obtained by compiling time series studies announced by related institutions were used. Indicators are frequently used method of predicting the problems that will arise, measuring and identifying the results of activities to eliminate the problem and to observe the risks and potential risks that are the main source of problems, (UNWTO, 2004: 8). Sustainable tourism indicators bolster practitioners not only to measure sustainable elements but also to identify environmental and social issues, defining social capacity limits, detailing sustainable development goals and optimal management strategies (Schianetz and Kavanagh, 2008: 604).

Prior to the selection of sustainable tourism indicators, it has been deemed appropriate to choose and measure the indicators from the perspective of the Eastern

Black Sea Region among the 140 indicators determined by the UNWTO, where meaningful data may be made use of (UNWTO, 2004). While determining the indicators, it needs to be noted that there are some specific limitations. For instance, certain indicator datasets do not allow to execute comparisons over the years and a few public institutions are not willing to share their indicator data. In this study, indicator themes were specified under four headings as economic, socio-cultural, environmental and planning and control. Then 16 indicator themes and 37 indicators were determined related to the Eastern Black Sea Region. Having elected the indicators, sustainable performance index method was used to make comparisons between provinces. Sustainable tourism indicator datasets for the years between 2008 and 2012 were used for Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize and Trabzon, which are the provinces located in the Eastern Black Sea Region of Turkey (TR90). These indicators are in shown Table 1.

Table 1: Sustainable tourism indicators of Eastern Black Sea Region

Indicator Type	Indicator Theme and Indicators
Sustainable Tourism Economic Indicators	Development of Touristic Overnight Stay (6 indicators)
	1)Number of Guests in Accommodation Facilities certified by Ministry of Culture and Tourism
	2)Number of Guests in Accommodation Facilities certified by Municipality
	3)Number of Nights in Accommodation Facilities certified by Ministry of Culture and Tourism
	4)Number of Nights in Accommodation Facilities certified by Municipality
	5)Occupancy Rates in Accommodation Facilities certified by Ministry of Culture and Tourism
	6)Occupancy Rates in Accommodation Facilities certified by Municipality
	Development of Railway and Airline Arrivals (4 indicators)
	1)Number of Aircraft Landing / Departing
	2)Number of Passengers in Aircrafts
	3)Number of Passengers Traveling by Cruise Ship
	4)Number of Vehicles Carried with Ro-Ro Vessels
	Variety of Accommodation Types and the Priority of the Services of the Region (3 indicators)
	1)Bed Capacity in Accommodation Facilities certified by Ministry of Culture and Tourism
	2)Bed Capacity in Accommodation Facilities that has Tourism Investment Certification
	3)Bed Capacity in Accommodation Facilities certified by Municipality
	Development of Touristic Investments (1 indicator)
	1)Public Tourism Investments
Social Indicators in Sustainable Tourism	Net Migration Rate (1 indicator)
	1)Net Migration Rate
	Information on Local Culture, Preservation of Intangible Cultural Heritage (2 indicators)
	1) Folk Culture Field Research by Ministry of Culture and Tourism
	2)Research for the Conservation of Intangible Cultural Heritage
	The Quality, Variety and Number of Cultural Environments (3 indicators)
	1)Cinema Audience Numbers
	2)Theater Audience Numbers
	3)Number of Public Library Use
	General Situation of Contemporary, Traditional, Monumental Heritage (2 indicators)
	1)Restoration Project Numbers
	2)Restoration Project Amounts
	General Situation of Health Services (2 indicators)
	1)Number of Hospital Staff
	2) Bed Capacity at Hospitals

Continuation of Table 1

Environmental Indicators in Sustainable Tourism	Solid Waste Collection, Reuse and Conversion Systems (2 indicators)
	1)Solid Waste Collected by Municipalities
	2)Proportion of Waste Service Population to Total Population
	Emission Level and Atmospheric Pollution (2 indicators)
	1)Annual Average Sulfur Dioxide (SO ₂) Values
	2)Annual Average Particulate Matter Values (PM ₁₀)
	Sustainable Forestation Areas and Erosion Control Studies (2 indicators)
	1)Afforestation Activities
	2)Erosion Control Activities
	Capacity and Availability of Renewable Energy Reserves and Network (2 indicators)
	1)Installed Capacity of Hydroelectric Power Plants
	2)Gross Production Amount of Hydroelectric Power Plants
	Use of Natural Resources in Places of Tourism (2 indicators)
Sustainable Tourism Planning and Control Indicators	1)Organic Farming Production Amount
	2)Organic Farming Fields
	Activity of Planning, Control and Management Systems (2 indicators)
	1) Number of Tourism Projects Supported by Eastern Black Sea Development Agency
	2) Amount of Tourism Projects Supported by Eastern Black Sea Development Agency
	Corporate Consultation and Communication Efforts (1 indicator)
	1)Meetings, Trainings and Seminars for Tourism Sector Stakeholders organized by Eastern Black Sea Development Agency

Source: Adopted from UNWTO (2004).

2.1.1.1. Data analysis method

Sustainable Performance Index Method

A sustainable performance index is described as a measurement technique that plays a vital role in measuring indicators and in making decisions based on these measured values. This method is used to assess the sustainable performance of an integrated sustainable development index (Castellani, 2009).

Determination of Sustainable Performance Index Value

Sustainable performance index value is known as the integrated value of identified indicators;

$$SP = \sum_{i=1}^{20} I_i \quad [1]$$

In the sustainable performance index method, each indicator that is initially set takes a value between 0 and 10. These values represent the level of sustainable development for that indicator. If the relationship between the value of the subject and the value of the indicator gives the correct ratio, the value of this indicator is calculated in the 2nd equation. For example, a direct relationship between education level and sustainable performance may come out. If there is an inversely proportional relationship between the value of the subject and the value of the indicator, that is, if an indicator value increases while the other value decreases, then equation 3 is employed. For instance, as the level of urbanization goes up, sustainable performance decreases.

These equations used in the calculation of the indicator value are listed below:

$$li = (S-s)/(Vi-vi)*xi + S - ((S-s)/(Vi-vi))*Vi \quad [2]$$

$$li = -(S-s)/(Vi-vi)*xi + S + ((S-s)/(Vi-vi))*Vi \quad [3]$$

In the study, tables of index values for illicit drugs for the years 2008, 2009, 2010, 2011 and 2012 were prepared using the above-mentioned formulas and the index values in the tables were collected and the total values of the sustainable performance indexes in the specified years were calculated for each province.

2.2. Qualitative Survey

In the study, 71 tourism stakeholders in the Eastern Black Sea Region were interviewed via a semi-structured survey in order to identify the problem areas and the strengths of sustainable tourism. The results of the interviews have been supplied in the findings chapter. In the analysis of qualitative data, descriptive analysis method was used. The results of the sustainable tourism indicators and semi-structured interviews, which were obtained by analyzing the secondary data in the findings, were presented together. The details about the interviewed stakeholders are shown in Table 2.

Table 2: Sustainable tourism stakeholders interviewed in Provinces of Eastern Black Sea Region

Sustainable tourism stakeholders	Artvin	Giresun	Gümüşhane	Ordu	Rize	Trabzon	Total
Tourism academics	4	3	-	1	-	2	10
Hospitality businesses	2	1	-	6	4	12	25
Travel agencies	-	2	1	1	2	3	9
Tour guides	-	-	-	-	2	3	5
Mayors	-	2	-	-	2	8	12
Public tourism managers	1	2	1	1	-	1	6
Civil society organizations	-	-	1	-	1	2	4
Total	7	10	3	9	11	31	71

3. Research Findings

In this part of the study, the findings concerning the sustainable tourism indicator survey of the Eastern Black Sea Region have been pointed out. It is observed that the total number of residents, number of overnight stay and occupancy rates in tourism businesses and accommodation businesses certified by municipality, which are among the economic indicators of sustainable tourism, have risen again since 2010 even though the provinces in all the region have declined in 2009 and 2010. It can be said that the economic crisis experienced in Turkey in 2009 may be the main cause of this situation. Despite the demand increase on the region by locals and foreign tourists, many problems related to tourism businesses in the region have been voiced in interviews with tourism stakeholders. The fact that the tourism movements are affected by several

factors such as illegal accommodation businesses, travel agencies and tourist guidance activities, the lack of suitable materials for tourism investments, the effects of short term economic interests on investment decisions, architectural pollution caused by investments in non-zoned tourism enterprises in the tablelands, inability to employ qualified personnel in tourism business due to excessive working hours, seasonality, low wages etc., travel agencies' being insufficient to prepare package tours and to attract tourists outside the region are just some of these problems.

One of the economic indicators of sustainable tourism is the development of arrivals of tourists traveling to the region by rail, sea and air. It can be said that the number of airplanes landing in/ departing from Trabzon Airport, which is the only airport in operation between 2008-2012, and the number of passengers increased gradually. Besides, the Ordu-Giresun Airport opened in 2015 may contribute to the rise of tourist arrivals to the region. Since there is no railway transport in the area, there is no data on this indicator. Even though there are ports in Ordu, Giresun, Rize, Trabzon and Artvin in Eastern Black Sea Region, Trabzon port is the only port where cruise ships drop anchor. Tourism statistics including the Trabzon port cruise ships have gone up between 2008 and 2010 but witnessed the lowest number of tourists among the five years in 2011. Yet, the statistics about the tourists that traveled by cruise ships were the highest in five years in 2012. Despite these statistics, it is believed that the demand for cruise tourism to the region is not at the desired level compared to the other regions. For this reason, public institutions and tourism businesses in the region should make use of promotional activities for different tourist groups (family, young people, luxury tourists, conservative tourists).

The variety of accommodation types and the prominent features of the offerings in the region are covered by changes in the bed capacities of tourism businesses, investment certificates by ministry of culture and tourism and accommodation businesses certified by municipality. When the statistics are examined, it may be conceived that bed capacity of the accommodation businesses in the region has increased. However, it should be noticed that related statistics do not include tourism businesses operating in tourism areas such as Uzungöl, Ayder Plateau, where tourism activities in the region are carried out without building and having any operating certification. In the interviews with stakeholders residing in this region, has been observed that the local people tend to operate in tourism management activities that are not in compliance with the law due to the concentration of tourist demand and zoning problems.

On the other hand, it can be said that with the change of land use patterns in tablelands, there are active residentials, recreation facilities and tourism businesses in the region, which would harm the economic, socio-cultural and environmental sustainability elements of tourism. The reasons why this damage takes place are that public institutions failed to prevent illegal construction in the regions for different reasons, the local people lack consciousness about plateau tourism, there are bureaucratic obstacles caused by the legislative special state of the plains and the migrating locals carried their urban habits to the highlands. In the study conducted by Somuncu et al. (2012), it is stated that the most important legal problem in the region is the ownership status of the highlands and the difficulties in the implementation of the Pasture Law No. 4342.

Despite the clear provisions of the pasture law, the way to benefit from tablelands, constructions built for shelter, recreation and tourism facilities and ownership problem of these structures are the main obstacles in tablelands. Likewise, there are other

dilemmas such as failure in vegetation cover, solid and liquid waste management problems and noise pollution due to the traffic caused by the change depending on the usage of the tablelands (Somuncu et al. 2012: 222 and 223). In order to overcome these issues, it is suggested that a scientific approach should be taken to determine the limits of carrying capacity and change limits of the region, to support the house pension system instead of giving the tourism services to the non-traditional structures, to apply the legal sanctions to reduce environmental degradation, to pass on long-term tourism plans including the topics such as accommodation areas, green areas, recreation areas, etc., and to install the standards for the facilities in these areas under the guidance of the stakeholder opinions.

Tourism is one of the basic indicators of sustainable tourism that may provide the local people with sustainable economic benefits. In this context, it is expected that investments in tourism businesses be realized in the regions where sustainable tourism approach is adopted through smaller-scale investments by which local people play more active roles rather than the investments in hotel chains. In this context, the hometown of accommodation businesses owners and employed personnel in the region are among the basic economic indicators of sustainable tourism. When the region is appraised in terms of this indicator, it can be said that about 90% of the accommodation businesses were run by local actors, and local employees were recruited in similar proportions. While this may seem to be a key strength of the region, it might be constructive to administer in-service trainings for the employees and owners operating in the region regarding some topics like accommodation, institutionalization, service quality improvement and guest satisfaction.

It is an important requirement in terms of sustainable performance in the monitoring of goods and service processes through certification and the control of the enterprise by professional standardization organizations in tourism enterprises. It can be said that 60% and more of the accommodation businesses operating in the region do not have any national or international certificates. The "Green Star" certificate issued by the Ministry of Culture and Tourism to hotels that use environmentally sensitive applications in the provision of goods and services is only available in two hotels in the region. It was declared during the interviews by some of sustainable tourism stakeholders that some hotels have been registered to obtain an environmentally friendly hotel certificate.

The net migration rate takes its place among the social indicators of sustainable tourism. The net migration rate is the difference between the migration from a region and the migration it receives. The migration of the young population especially from the region can be regarded as a negative indicator in terms of the tourism sector. It may be asserted that it may be difficult to employ qualified personnel in regions where the rate of net migration is quite high because the average age of employed personnel in tourism enterprises is between the ages of 18-35.

The Eastern Black Sea Region is one of the most intensely immigrating regions of Turkey. It was determined that there are positive and negative changes in the immigration values between 2008 and 2012. Accordingly, the immigration characteristic of the region continues in some of the provinces. For example, the migration receiving amount is more than the migration sending in 2012 in Gümüşhane, Ordu and Giresun, but the net migration rate in Trabzon and Rize provinces is negative. According to these results, while negative rates of migration rates in Trabzon and Rize provinces where tourism is concentrated in the region are a negative factor in terms of sustainable tourism, reverse migration movements towards Ordu, Giresun, Gumushane and Artvin

provinces may results in positively for the regional tourism. It should be highlighted that the migration structure of the region affects the sustainability of the region negatively in many aspects, especially in the employment of experienced and qualified personnel. On the other hand, it can be said that people who migrate to metropolitan cities and return to the region after a certain time may have negative effects especially in some fields such as reinforced concrete building, transferring urban culture rituals to tablelands, whereas they may have positive impacts in some fields such as the use of the tourism experiences obtained in the cities, and return of the acquired capital as a tourism investment in the region.

Among the social indicators of sustainable tourism, the educational level of the employed personnel in tourism businesses and female employment in tourism enterprises are critical indicators. When the education levels of the personnel employed in the hospitality businesses in the district provinces are evaluated, it was noticed that 70% of the employees hold primary and secondary education levels. What is more, it was spotted that the proportion of graduates of vocational schools and undergraduate education institutions providing formal tourism education is only 10%. In addition, in interviews with regional tourism stakeholders, it has been emphasized by almost all of the enterprises that qualified and trained personnel cannot be employed in tourism businesses.

The main reasons of trained staff employment problems stated by the sustainable tourism stakeholders are the scarcity of higher education institutions in the region and the lack of qualified foreign language education in higher education institutions where tourism education is provided. Furthermore, waitresses, receptionists, etc. tourism professions are not considered as a permanent job. It was also obtained that young people were not interested in tourism professions due to seasonality, low wages and excessive working hours. However, if the tourism-school graduate consent to work in the sector, they prefer to engage in more developed regions like Antalya and Muğla. In the solution of the qualified personnel problem, it is recommended to ensure that the professional competence rules related to tourism professions are brought into effect by legal regulations, periodically supervised by the relevant public institutions, and that measures are taken to make it easier for young people to prefer tourism professions. In addition, it was identified that the rate of female staff employed in the hospitality enterprises in the region is 25%. Once the international data, indicating that the average rate of female employees working in businesses in the tourism sector is 50%, is taken into account, it can be accentuated that the number of women employed in the hospitality businesses in the region is rather low.

In the region, context of information on local culture and the protection of intangible cultural heritage indicators, folk culture field studies and intangible cultural heritage studies carried out by the Ministry of Culture and Tourism in the provinces of the region were discussed. Besides, projects related to the intangible cultural heritage supported by the Eastern Black Sea Development Agency were evaluated within this scope. It should be noted that within the scope of the subject, although a limited number of projects and field studies were carried out in 2008-2012. In this context, projects related to the scientific guidance and coordination of regional universities and the promotion of cultural intangible heritage with the encouragement of relevant public institutions should be carried out.

Under the indicator of the state of the modern, traditional, monumental heritage, 278 restoration projects were prepared between 2008-2012, and according to the number of projects prepared for the restoration, preservation and maintenance of cultural

values several funds were allocated to these projects. A total of TL 15.203.082, 91 of funding was granted to these projects. Moreover, it was emphasized by the regional stakeholders that the projects were prepared for the restoration, maintenance and protection of many historical buildings in the region by Eastern Black Sea Development Agency, Ministry of Culture and Tourism, General Directorate of Foundations and Special Provincial Administrations. On the other hand, there are a few issues to be put forward in this regard such as the failure to preserve the historic fabric and structures so that allowing them to destroy, and restorations in some tourist areas led the original structures to lose their originality.

According to the results of the indicator of seasonal and full-time employment in accommodation businesses under the tourism social impact indicator on employment, the study result shows that full-time employment in the businesses has a ratio of 75% or more. Moreover, it can be uttered that the rates of seasonally employed personnel in Trabzon, Rize and Artvin are higher than the other three provinces, where the tourism arrivals tend to be higher than the others. Some other points that were revealed by the regional stakeholders are the reduced service quality in seasonal employment, increased turnover rate, and lack of customer satisfaction, and so on.

Among the sustainable tourism social indicators come the accommodation arrangements for disabled guests. Disabled room services provided by the accommodation businesses located in the Eastern Black Sea Region has been evaluated under this indicator title. According to the results of the research, it was recognized that approximately 65% of the accommodation businesses do not possess any rooms for the disabled. In line with the sustainable tourism approach, more accommodation businesses should take action to enable the access of the disabled to tourism services so that a contribution to sustainable tourism development in the region may be achieved.

According to the indicator of the number of personnel at hospitals and the bed capacity at hospitals in the region under the heading of the general state of health indicator, it can be said that general increases in nominal values were achieved in 2008-2012. There are qualified universities, public and private hospitals in the region where the health needs of tourists can be met. However, it is harshly criticized by locals that the shortages of health centers, hospitals and health personnel in the tourism areas such as Uzungöl and Ayder Plateau, where tourism arrivals are concentrated in the region, are on the rise.

Solid wastes collected by municipalities within the context of the collection, reuse and conversion systems of solid wastes, one of the environmental indicators of sustainable tourism, and solid wastes collected in 2008-2012, except 2 provinces, increased according to the results of the ratio of the population compared to the total population of waste service. On the other hand, solid waste services, in general, are provided by the municipalities in more than 60% of the provincial population in the districts. Sewerage infrastructure is an obstacle that needs to be emphasized concerning solid wastes in the region, especially in festivals, during which the use of solid wastes, conversion, and reuse systems is low.

The average sulfur dioxide (SO₂) and particulate matter (PM₁₀) results for the winter period on the emission level indicator in the districts are evaluated in the category of environmental indicators. According to this data, the first level warning threshold (> 260 µg / m³) in sulfur dioxide average has been exceeded twice in the winter season of 2012/2013 in Trabzon. In relation to the average of particulate matter, the warning

threshold was not exceeded between 2008-2012 in the provinces of region. On the other hand, Giresun attained the lowest value of $14 \mu\text{g} / \text{m}^3$ in the average of the winter season of particulate matter in the 2011/2012 winter season. Despite the results obtained from the secondary data, the environmental pollution caused by the coal fuel used for heating in Trabzon, Giresun and Ordu provinces has been brought up during the interviews with stakeholders.

Sustainably managed afforested areas and erosion control work are other environmental indicators used to determine the extent of environmental damage in tourism areas. In the given years, there is no sustainable rise in afforestation areas and erosion control work in the region. When planning the sustainable tourism development strategy in the region, it may be helpful to take tourism investment decisions by looking at protection/usage balance in sensitive areas and to take sustainable measures in areas where erosion is intense.

The Eastern Black Sea Region is one of the regions where the number of vulnerable and protected areas is higher than the country average. There are 37 protected areas in the region, including national parks, nature parks, nature protection areas and natural monuments. There are many tourist facilities in these areas where the needs of tourists are satisfied. Investments without considering the protection/use balance in protected areas will undoubtedly damage environmental sustainability in the long-term. Illegal construction, facility investments made without taking environmental carrying capacity into account may damage the sustainability of protected areas.

When the gross production quantities and the changes in installed capacity of the hydroelectric power plants where the study and project works were carried out are checked out in the scope of the capacity and usability of the renewable energy reserves and the network, it may be commented that there is a remarkable and gradual increase in both the capacity of the hydroelectric power plants and in the gross production amounts. Additionally, there are many hydroelectric power plant investments in the investment plans of the region in the coming years. These plants, which were opened and planned to be opened to operate on streams, rivers and rivers with sustainable tourism potential will undoubtedly damage the environmental sustainability of the region. It was alleged by tourism stakeholders that one of the most important hurdles hampering the sustainable tourism development of the region is the investment in hydroelectric power plants.

Considering the number of tourism projects and the amount of funds provided within the scope of the indicator subject, the effectiveness of planning, control and management systems in the planning and control indicators category, it was obtained that 260 tourism projects were supported by the Eastern Development Agency. Project support for these projects totaled TL 21,088,121.99. The number of tourism projects and support amounts for 2010 is the highest year. It was emphasized by the tourism stakeholders during interviews that the Eastern Black Sea Development Agency makes affirmative contributions to sustainable tourism development in the region. In this scope, it may be claimed that the number of meetings, trainings and seminars organized by the Eastern Black Sea Development Agency for the tourism sector stakeholders is another firm indicator.

4. Conclusion and Discussion

Sustainable tourism is an approach that focuses on the preliminaries of the sources of destructive elements in tourism, in which medium and long-term planning processes are

identified in line with stakeholder management principles, along with reconsidering the regions in terms of their strengths and weaknesses. Particularly by employing the sustainable tourism indicators, the harmonization of the tourism development strategies of the regions through their economic, socio-cultural and environmental conditions is evaluated. Just as in many other areas, there are significant barriers to obtaining indicator data sets periodically or in a way that enables the researchers to make comparisons between certain years. The most leading constraint in this study is that public institutions, tourism operators and other stakeholders were insufficient in recording their data and archiving them and were also reluctant to analyze or share the indicator data with researchers.

Eastern Black Sea Region takes its place among the newly discovered tourism areas of our country with its nature, protected areas and tablelands. Tourists, particularly the ones coming from the Middle East countries, visit tourist attractions in Trabzon, Giresun, Ordu, Rize, Artvin and Gumushane in the Eastern Black Sea Region. The main emphasis here is whether tourism activities in the region have sustainable qualities. It is essential to take the extent of the destruction and the limits of the carrying capacity in the region into account as the destruction by tourism is not irreversible. Thus, the planning and implementation processes should be utilized under the guidance of sustainable tourism indicators.

It seems that tourism in the Eastern Black Sea Region is an inevitable industry in terms of changing the region's traditional rural function and diversification of tourism (Bakırcı, 2012). Tourism constitutes an important potential for the traditional livelihoods of local people. For example, Bakırcı (2012) stated that in a study conducted in Yaylalar Village in the Yusufeli district of Artvin province, tourism has a 20% share of economic activities. Although tourism is regarded as an economic necessity among regional stakeholders in this research as well, it is emphasized that the decisions to be taken considering the short-term economic benefit will be unsustainable for the region in the medium and long term.

In the region, with the support of Eastern Black Sea Development Agency, restoration, roads, etc. infrastructure and superstructure capacity-building projects were actualized in tourism regions. Apart from the Development Agency, Small and Medium-Sized Enterprises Development and Support Administration (KOSGEB), Municipalities, Special Provincial Administrations and some other public institutions provide support to investors in the region. According to the findings of this research, it was made clear that the Eastern Black Sea Development Agency (DOKA) has made remarkable contributions to the tourism of the region through financing the investments in the region, bringing stakeholders together and training them. It is recommended by this study that the bureaucratic formalities be minimized in the process of project application, evaluation and control and the projects that will not prevent environmental destruction be supported.

Investments in hydroelectric power plants are a source of pressure on tourism areas in the region. Therefore, it is asked by the locals that the authority not grant any permission for the construction of the power plants in regions such as İkizdere Valley, Fırtına Valley, Artabel Valley, etc. where tourism arrivals centered and the environmental impact assessment criteria be followed when hydroelectric power plant investments are planned in the region. On the other hand, a study by Ürker and Çobanoğlu (2012) emphasized the necessity of carrying out integrated basin planning in the regions where HEPP projects are planned and determining different values and usage elements in the basins. In addition, in the same research it was stated that the HEPPs operating without

integrated basin planning will create landslide risk in the Eastern Black Sea and lead to irreversible environmental damages.

The tablelands are areas of tourist attraction in the Eastern Black Sea Region. Noncertified accommodation investments in the tablelands, which do not use natural materials, do not comply with the principles of sustainable tourism. Demirel and Ejder (1995) point out that the use of local architecture examples of home-boarding should be encouraged instead of hotels and motels facilities in the tablelands and the density of the visitors at the tableland festivals should be included in the planning. Another issue is that the chalet construction, which is in harmony with nature, is replaced by unplanned, makeshift, two- or three-story reinforced concrete buildings that are no longer in harmony with the local architecture. (Bekdemir and Özdemir, 2002: 30). This state lead to architectural pollution in the tablelands and damages the sustainability of tourism activities in the region. Similarly, it was suggested in a research by Doğanay (2009) that tableland tourism should not adversely affect the traditional plateauing activities, the local elements should be considered as a part of sector and the traditional lifestyle and architecture of tablelands should be preserved. The local stakeholders have emphasized the fact that architectural pollution in the valleys is still going on. In order to overcome this situation, problems arising from the legislation in the construction of tourism facilities or houses should be solved, and illegal construction should not be allowed.

The education levels of employed in the tourism sector in the region are not at the desired level. In addition, there are problem areas such as the insufficient level of foreign language among the employees, the fact that the tourism professions are not evaluated within the scope of dependent work, seasonality, low wages, excessive working hours, and educated employees prefer advanced tourism areas such as Antalya and Muğla. For the solution of these problems, it is recommended to raise the awareness of local people and tourism enterprises on tourism education, to increase the quality of foreign language and professional practice education in universities, and to take legal measures to improve the personal rights and working conditions of the employees.

Finally, it can be said that creating a structure that will contribute to the sustainable development of the Eastern Black Sea Region and including all stakeholders in the planning processes under the guidance of sustainable tourism indicators can be a key element of tourism development in the region. On the other hand, a system of economic, socio-cultural and environmental standards with the support of the people of the region should include the sustainable elements of tourism development in the region rather than the elements that will limit and destroy the values and belief system of the people, which are incompatible with the traditions of the local people and therefore will not be adopted by the people of the region. Otherwise, the effect of destruction arising from mass tourism on issues such as family and cultural relations, environmental processes and economic gains of local people will not have positive consequences for the region in the long term.

5. References

- Aspinall, A. J. (2006). Communities in change: social sustainability and tourism development. Unpublished Master Thesis. University of Waterloo Applied Environmental Studies: Ontario.
- Bahar, O. and Kozak, M. (2010). Tourism economics. Ankara: Detay Publishing.
- Bakırcı, M. (2012). Impact of tourism on diversifying economical activities in rural settlements: Case of Yaylalar Village (Yusufeli / Artvin). East Geography Journal, 57, p: 71-85.

- Bal, H. (1995). Tourism impact on family relationships in rural society. İstanbul: Doğa-İnsan Publishing.
- Bekdemir, Ü. and Özdemir, Ü. (2002). An Example to Developing Centers of Plateau Tourism in Black Sea Region: Bektas Plateau. *East Geography Journal*, (7) (30), p: 9-35.
- Castellani, V. (2009). Development of methodologies and indicators to assess sustainability in tourism and agriculture, Unpublished Doctorate Thesis, University of Milano, Department of Environmental Science and Technology: Milano.
- Ceron, J.P. and Dubois, G. (2003). Tourism and sustainable development indicators: The gap between theoretical demands and practical achievements. *Current Issues in Tourism*, 6(1), p: 54-75.
- Choi, C. H. and Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 2, p: 1274-1289.
- Demirel, Ö. and Ejder, N. (1995). Çamlıhemşin tablelands and nature tourism activities. *Ekoloji Journal*. 17, p: 4-8.
- Doğanay, S. (2009). A geographical approach to the tourism potential of Cami Boğazi High Plateau and Çakırgöl in view of protection-usage balance. *East Geography Journal*, 14 (22), p: 165-186.
- Farsari, Y. and Prastacos, P. (2001). Sustainable tourism indicators: Pilot estimation for the municipality of Hersonissos, Crete. Athens: Regional Analysis Division, Institute of Applied and Computational Mathematics, Foundation for the Research and the Technology Hellas.
- Goodwin, H. (1998). Sustainable tourism and poverty elimination, DFID/DETR Workshop on Sustainable Tourism and Poverty. 13 October 1998. Faversham.
- Hunter, C. and Shaw, J. (2007). The ecological footprint as a key indicator of sustainable tourism. *Tourism Management*, 28, p: 46-57.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). Turizm ve çevre. Ankara: Detay Publishing.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), p: 459-475.
- Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management*, 22, p: 351-362.
- Murphy, P.E. and Price, G.G. (2005). *Tourism and Sustainable Development*. W. F. Theobald (Ed) Global Tourism, Burlington: Elsevier-Heinemann Publishing.
- Reilly, J. M. (2008). Building future tourism environments: Towards more eco-efficient destination transportation systems. Unpublished Master Thesis. Thompson Rivers University, School of Resource and Environmental Management of Resource Management: Wellington.
- Schianetz, K. and Kavanagh, L. (2008). Sustainability indicators for tourism destinations: A complex adaptive systems approach using systemic indicator systems. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), p: 601-628.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and tourism*, California: Sage Publications.
- Somuncu, M., Kaya, N.Ç., Kurum, E., Akpınar, N. ve Ecerel, Ö.T. (2012). Doğu Karadeniz yaylalarında çevresel değişim, Ankara: Ankara University Publishing.
- Speier, J. V. (2005). Sustainable development and tourism, Unpublished Doctorate Thesis. University of Southern California, Faculty of the School of Policy, Planning and Development: California.
- Tanquay, G., Therrien, M. C. and Rajaonson, J. (2011). Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. Montreal: CIRANO Scientific Series, p.60.
- Tokmak, C. (2008). Carrying capacity for sustainable tourism: Topkapı Palace example, Unpublished Doctorate Thesis, Gazi University, Institute of Educational Sciences: Ankara.

- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), p: 231–253.
- United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guide book*. Madrid: UNWTO Publishing.
- United States World Tourism Organizations (2015). *UNWTO tourism highlights 2015 edition*, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (12.10.2018).
- United States World Tourism Organizations (UNWTO) (2020). *International tourism growth continues to outpace the global economy*. <https://unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (01.03.2020).
- Ürker, O. and Çobanoğlu, N. (2012). Evaluation of hydroelectric power plants in Turkey in the context of environmental policies, *Journal of Ankara University Social Sciences Institute*, 3(2), p: 66-88.

Prof. Dr. Atila YÜKSEL

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

atilayuksel@gmail.com

Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünü, Bugünü ve Yarını - 2

Özet

Bilimsel araştırmalarda geçmişten geleceğe köprü kurmanın, çalışmanın niteliğini ve katkısını artırmanın anahtarı olan atıf geleneği son zamanlarda harareti giderek yükselen tartışmaların odağında. Atıf-bilimsel bilginin ilerleme rotasında öncü kaşiflerin bıraktıkları ayak izleri - malumatın nasıl keşfedildiğinin, nereden geldiğinin, test edildiğinin, yeniden değerlendirmelere tabi tutularak nasıl bilgiye dönüşerek perçinlendiğinin sağlam ve güvenilir göstergesiye nasıl oldu da böylesine ateşli tartışmaların hedefi oldu? İçerdiği kavramsal, tasarımsal, yöntemsel, ölçümsel hatalardan dolayı prestijli dergilerde (SSCI), hem de sözde yüksek güvenilirlikli hakem değerlendirmesinden geçerek yayımlanmış çok sayıda makale yayından/dergiden geri çekilmekteyken, SSCI dergilerinden seçilen bazı yayınların replikasyon (yineleme) denemelerinde çalışma sonuçlarının yüzde yüz replike edilemediği ortadayken, sosyal bilimlerde üretilmiş bilginin %95'inin geçerliliği sorgulanırken, yayından kaldırılmış makalelerin hem de katlanan hızla hala olumlu alıntılanmaya devam etmesi atıf geleneği ve uygulamalarının geçerliliğiyle ilgili şüphe uyandırmakta. Atıf neyin göstergesi? Çalışmanın kalitesinin ve bilime katkısının mı? Atıf alan çalışmayı yapan bilim insanının araştırma ve yayın eylemiyle ne kadar meşgul olduğunun mu? Yoksa hiçbir mi? Dayatılan genel başarı ölçütü konumundaki atıf geleneğinin çöküşte olduğundan hareketle bu çalışma akademik alanda varsa başarının yeniden tanımlanması gerektiğine işaret etmektedir.

Giriş

Yayın yapmak, özellikle primden dolayı rağbet edilen prestijli dergilerde yayın yapmak bir çok akademisyen için vazgeçilmez hedef. Ancak, artık yayın yapmamız yetmiyor. Markette, yayın reyonundaki ürünümüzün bir de **raf ömrüne** dikkat etmemiz gerekiyor. Hedef sadece yayın yapabilmek değil aynı zamanda giderek yükselen alıntılanma (atıf) sayısı ile prestij kazanmak, rafta uzun süre kalmak.

Alıntılanma bilimsel bilginin üretilmesi, test edilmesi, genişlemesi, süzülmesi, elenmesi açısından önemli. Bununla birlikte Gross ve Gross'un (1927) çalışmasıyla bilimsel araştırma literatürüne giren, hızla bilimsel çalışmanın öneminin ve bilim insanının prestijinin göstergesi olarak algılanmaya başlayan alıntılanma sayısı, alıntılama motivasyonu ve davranışı birçok yönden eleştiriye açık. Değişik türde atıf uygulamasının varlığı söz konusu: Zorlama atıf, gereksiz atıf, negatif atıf, olumlu atıf, yüzeysel atıf, kayıtsız atıf, yanlış atıf, kendine atıf gibi çok farklı türleri bulunmakta.

Her ne kadar bilmediğimiz şeyin bizi incitmeyeceği söylene de sadece atıf geleneği değil gereğinden fazla önem atfedilen atıf sayılarını temel alan dergi etki faktörünün başarı göstergesi olarak kullanımı da çok şaşırtıcı sorulara ve keşiflere gebe (bakınız Archambault ve Larivière, 2009). Bu sorulardan bazıları: Alıntı sayısı çalışmanın niteliğinin tek göstergesi mi? Her alıntının ağırlığı eşit mi? Diğer bir ifadeyle her bir alıntı

tek mi (eşsiz) yoksa bir mi (benzer)? Bütün sırrını yüksek alıntılanma sayısına bağlamış SSCİ ideolojisi ve işçileri olarak bizler makalenin neresinin, nasıl ve kimin tarafından alıntılandığını önemsiyor muyuz? SSCİ ideolojisinin mevcut uygulamasında makalenin hangi kısmının alıntılanmaya dahil edildiğine dikkat edilmemesinin nedeni ekonomik mi? Yöntem, teori, bulgular, ya da ileri sürdüğünüz meydan okuma ya yanlışa destek olması için alıntılanıyorsa ne yapmalı? Kim kimi alıntılıyor hiç düşündünüz mü, bu bağlamda “network”lar yok mu? Amaç sayı mı yoksa bilindik/tanıdık/alanında deyim yerindeyse rüştünü ispatlamış bilim insanlarınca alıntılanmak mı? Önemli bir diğer soru “alıntılaman bizi doğru alıntılıyor mu?” Ayrıca, eğer bilim eleştirisiyle geliyorsa “alıntılanma neden daha çok pozitif ve neden daha az negatif?” Bulgunuza/yönteminize negatif alıntılama yapıldığında haberiniz oluyor mu? İlk negatif alıntılanmadan sonra makalenin alıntılanma ömrü nedir? Bu arada, negatif alıntılanması yüksek yazarlara pozitif alıntılanması yüksek yazarlara göre daha az prim ödemesi mi olmalı? Çalışmanın negatif alıntılanması onun yanlışlanması anlamına mı geliyor? Alıntılanan makalenin kendisini okumadan, orijinal makaledeki fikirlerini test etmeden, modelini bütünsel tekrar etmeden alıntılanan kaynağı kelime kopyacılığıyla kullanmak bilimi nasıl ilerletecek? Özetle, kör şekilde, kopyala ve yapıştır alıntılama geleneği neticesinde, alıntılama bağımlılığın arttığı, bunun makalenin içeriğini bir alıntılanma mezarına dönüştürdüğünü, daha da kısalan yazıya karşı daha da uzayan referans listesi gibi oldukça tartışmalı bir uygulamanın yaygınlaştığı görülmektedir. Fire ve Guestin’in (2019) 120 milyon makaleyi analiz ettiği çalışması başarının göstergesi sayılan atıf uygulamasında taviz verildiğini, bir gösterge olarak geçerliliğinin riskli olduğunu ve faydasının azaldığını göstermektedir.

Manipülasyon Borsası

“Sosyal veya ekonomik bir ölçüt, politikalar ve stratejiler belirleyen bir hedef haline dönüşürse ölçme özelliğini yitirir” diyen Goodhart yasası ve benzer bir şekilde *“sosyal karar verme mekanizmalarında kullanılan sosyal göstergeler ne kadar nicel olursa, bu göstergeler o derecede baskı altında kalacak ve denetlemeleri gereken süreçleri de o derecede bozacaktır”* diyen Campell yasası uyarınca atıf gibi performansa dayalı ölçümler dönüşü olmaz yıkıma sebebiyet verecektir. Şöyle ki; bir akademisyenin yayın/atıf sayısı ne kadar başarıyı simgeler hale gelirse, yayın/atıf sayısını artırmak için önce iç ve dış baskı (teşvik nedeniyle) oluşacaktır. Akademisyenler göstergelerini iyileştirmek için muhtemelen şaibeli işlere bulaşacak, başarıyı simgeleyen gösterge (simulakır) faydalı bilim yapmanın/gerçeğin yerini alacaktır. Sonuçta fasarya bir bilim doğarak, başarıyı simgeleyen göstergeyi elde etme çabası bu göstergeyle ölçülen bilimi bozarak sonunu hazırlayacaktır. Diğer bir ifadeyle Goodhart ve Campell yasaları uyarınca bilimin ve prestijin ölçütü olan “atıfı sayma” giderek bilimin yozlaşmasına sebebiyet veren bir uygulamaya dönecektir. Akademisyenler, göstergeye ulaşmak için sistemin ödülünü ve takdirini kazanmak için akla dahi gelmeyecek eylemlere girişebileceklerdir.

Başarı kriteri atıf çöküştedir.

Ayrıca basitçe sayı sayma ve buna göre çalışmanın önemine/etkisine karar verme dört aşamalı **“McNamara Yanılsamasına”** gebe bir durumdur. Birinci sırada en kolay olanı ölçmek var (alıntıyı saymak gibi); takibinde kolay ölçülemeyen diğer her şeyi göz ardı etmek (çalışmanın hayata katkısı); kolay ölçülemeyen her şeyi önemsiz saymak ve kolay ölçülemeyen her şeyin yok olduğunu var saymakla karakterize olan bu yanılgı kabaca sadece nicel gözlemlere (veya ölçümlere) dayalı bir karar verme ve diğerlerini görmezden gelmek. Sayılara indirgeme, fayda yerine atıfı önemseyip bir de sayılarla ölçme yanılgıyı alevlendirmektedir. Ölçmenin kendine has bozuklukları vardır. En basit olan “atıf sayısını ölçme eğilimi, çiktıdan daha çok girdileri ölçmek, ölçmeyle yormak, ölçmeyi

çarpıtmak, ölçmeyi kişisel menfaate kurban etmek söz konusudur. Ölçülen şey ölçüm sürecinden etkileniyorsa o zaman ölçümden ve sonucunun güvenilirliğinden bahsetmek mümkün müdür? Özellikle ölçümün objesi insansa ve insan kendini düşünen bir varlık olduğundan yani ölçüm sürecine bilinçle tepki vereceğinden, özellikle kendini/varlığını koruma bilincinden dolayı ölçümün geçerliliğini şüpheli hale getirmeyecek midir (atıf kardeşlikleri gibi)? Ölçüme ve ölçüte (measurement/criteria/metrics) odaklanmanın sonu oluşan aşırı sayısal odaklanma daha azın değil ama daha çoğun daha iyi olduğu sonucuna sebebiyet vermiyor mu?

Daha çok yayın ve daha çok alıntı iyi midir? “*Yayınla ya da yok ol*” günümüzde “*yayınla ve yok ol*” olmuştur. Bilindiği üzere araştırmalarının dahil olduğu genel yayın sisteminde makalelerin değerlendirme ve yayınlanma sürecinde saptanmayan; ancak, yayımlandıktan sonra fark edilen sorunlardan dolayı makalelerin bilimsel dergilerde yayından kaldırılma (*retraction*) hızı yükselmektedir. 1997’ye kıyasla 2018 yılında bu hızın 10 kat arttığı ifade ediliyor (Brainard ve You, 2018). Darsee Vakası, Reuben Vakası, Stapel Vakası, Kusnetsoz Vakası (Bar-İlan ve Halevi, 2017) ya da en son Rus Bilim Akademisinin 800 çalışmayla ilgili kararı. Giderek büyüyen bu sorun ne birkaç bilim dalıyla ne de birkaç ülkeyle sınırlı (Alrawadie ve Zareer, 2019; Craig vd., 2020; Hesselmann, Graf, Schmidt ve Reinhart, 2017). Hız bilim dalına ve çalışma konusuna göre değişiklik gösterebiliyor. Sosyal bilimler kategorisinde bu makalenin hazırlandığı tarihlerde binlerce makale yayından geri çekilmiş durumda. Tartışmalı da olsa “Retractiondatabase” deki dağılım şöyle: Çin 10003; ABD 3930; Japonya 1079; İngiltere 835; Almanya 751; Türkiye 240; İsrail 95. 1970’li yıllardan itibaren, yayınlanan makalenin geçersizliğini kanıtlayan bilimsel sahtekarlık saptamaları sonunda yayından kaldırılan 18 binin üzerinde makale var.

Ancak, bu makalelerin yayından/dergiden kaldırıldıktan sonra atıf almaya devam etmesi gibi ilginç bir durum da var. 82 makale yayından kaldırıldıktan sonraki yıllarda 733 olumlu atıf alabiliyor (Pfeifer vd., 1990); Kochan ve Budd (1992): 1982 ‘de yayından kaldırılan Darsee’nin makalesi 1990 yılına kadar aldığı atıf 328; Budd vd., (1999): 235 makale yayından kaldırıldıktan sonra aldığı atıf 2034; Bornemann-Cimenti vd., (2015): Reuben’in 25 makalesi yayından kaldırıldıktan sonraki 5 yıl içinde aldığı atıf 274; 2018 de kaldırılan bir makale kaldırıldıktan sonra 371, 2007 de yayından kaldırılan makale kaldırıldıktan sonra 1096 atıf alabiliyor. En son ise Gastronomi alanında tanınmış, Cornell Üniversitesindeki “Yemek Psikolojisi Laboratuvarının” kurucusu, bilinçli beslenmenin gelişmesinde tanınmış bilim insanlarından, çalışmaları medyada ve gazete köşelerinde sıklıkla kendine yer bulan 1993 den bu yana 919 yayınlı h-index 83, i10-index 273 ve 31605 alıntılanması olan, olaydan sonra zorunlu olarak emekliliğe ayrılan Brian Wansink vakası (Munafo, Hollands ve Marteau, 2018). Wansink’in yaklaşık iki düzine makalesi yayından çekildi. Neden makaleler yayından kaldırılıyorlar? Nedenler çok değişik; ancak, “p korsanlığı” önde gidiyor: Psikoloji alanında incelenen 250 araştırmanın %12 yanlış p-(olasılık) değeri sunmuş (Bakker ve Wicherts, 2011); ABD üniversitelerine araştırmaya dahil olan 2155 araştırmacının %22’si p değerini yuvarladıklarını itiraf etmiş (John vd., 2012); Alman Üniversitelerinde psikoloji alanından akademisyenlerin %47’si hipotezi bulguları değerlendirdikten sonra oluşturduğunu itiraf etmiş (Fiedler ve Schwarz, 2015).

Adil oyun alanı olan alıntılama hızla adil olmayan bir manipülasyon alanına dönüşmekle birlikte dergi-dergi, editör-yazar, hakem-yazar, yazar-yazar arası karşılıklı/zorunlu alıntılama eleştiren çalışmaların sayısı da giderek artmakta. Çalışmalar neredeyse her beş makalenin en az birinde hakemin kendi makalesinin dahil edilmesini (%20) kibar bir zorlamayla belirtmekten çekinmediğini, dergide yayınlanabilmesi için yazarların en az %50’sinin o dergiden yersiz alıntılanma yaptığını gösteriyor (bakınız Wilhite ve Fong

(2012) ve Fong ve Wilhite (2017), karteller hakkında daha fazla bilgi için Fister vd., (2016)).

Ayrıca dergilerin içindeki atıf dağılımı genellikle çarpık; dergi etki faktörü alana özgü; birincil araştırma makaleleri ve derlemeleri de içeren, birbirinden oldukça farklı çeşitli makale türlerinin birleşik bir ölçümü; Editöryal politikalar aracılığı ile dergi etki faktörleri manipüle edilebilir (veya etki faktörü ile oyun oynanabilir); Dergi etki faktörlerini hesaplamak için kullanılan veriler ne şeffaf, ne de herkes tarafından erişilebilir durumda değilken dergi etki faktörünün güvenilir olduğunu kabul etmek mümkün mü (Dora deklarasyonu)? Basitçe bir yıl içinde yapılan alıntılamanın belirlenen zaman dilimi içinde dergide yayınlanan makale sayısına bölünmesiyle elde edilen dergi etki faktörü çok tartışma yaratan enflasyon hesaplaması gibi değil mi? Dergide yayımlanan her makalenin aynı oranda alıntılama başarısı göstermeyeceği de kesin. Bir kaç makale illaki başı çekecektir. Bu da karşımıza normal olmayan, çarpık bir dağılım getirecektir.

Normal olmayan dağılımla normal bir başarı değerlendirmesi nasıl yapılır?

Çalışmanın Kalitesi

Yüksek sayıda alıntılanma neyin göstergesi ve neyin sonucu olabilir? Bilim insanının ve yaptığı işin kalitesinin göstergesi olduğu düşünülmeyle birlikte diğer destekleyici kanıtlar olmaksızın tek başına alıntılama sayısının çalışmanın ve bilim insanının değeri hakkında net bir şeyler söyleyebilmesi neredeyse imkansız. Alıntılanan çalışmanın iş hayatında ve bilimsel dünyadaki yansıması, her ne kadar katılmasam da alıntılanan bilim insanının varsa aldığı ödüller, teşvikler, araştırma fonları, sponsor ilişkileri, meslektaşlarının hakkında düşündükleri vb çok sayıda başka kriterler de var (Cronin, 2005a, b). Araştırmanın kalitesi tek boyutlu bir kavram değil. Salt alıntılanma sayısı araştırmanın sosyal değeri, katkısı, orijinallliği, yapılabiliirliği ve sağlamlığı hakkında pek de bir şey sunamıyor. En basit ve en ekonomik yaklaşımla alıntılanma sayısını saymak ve sayıları toplayarak bilim insanı ve çalışması hakkında bir şeyler söylemek tartışmalı bir yaklaşımdır.

Ayrıca alıntılanma motivasyonu standart formüle edilebilir bir yapıya henüz sahip değil. "Alıntılanmama" da sonsuz değil. Robinson-Garcia vd. (2015) sosyal bilimlerde yayınların %88.1'inin hiç alıntılama almadığını belirtse de "*Uyuyan Güze*" sendromlu makaleler uzunca süre hiç atıf almayan çalışmaların asla atıf almayacağı mitini yerle bir ediyor. Bu tür makaleler uzun zaman atıf almıyor görünseler de birden sihirli bir öpücükle uyanıyor ve hiç olmayan bir hızla atıf alabiliyorlar (Van Raan, 2005 a, b). Atıf sayısını etkileyebilecek çok sayıda değişken var. Bazı disiplinlerde son 15 yıl gibi yakın tarihi alıntılama eğilimi daha yüksek, bazı alanlarda ise eski tarihli makaleler daha yoğun alıntılanma yaşıyor. Mağazalarda göz hizası yerleştirmede olduğu gibi makalenin dergide kaçınıcı sırada yayınlandığı dahi alıntılanma olasılığını etkileyebiliyor. İlginç ama birinci sırada yayınlanan çalışmanın son sırada yayınlanan çalışmaya göre alıntı alma ihtimali daha yüksek (Ayres ve Vars, 2000). Makalenin içeriği kadar makalenin sayfa uzunluğu ve referansların sayısı alıntılanma sayısını etkiliyor. Kısa makaleler ve referanslar uzun makalelere göre daha az alıntılanıyor (Beaver, 2004). Erkekler kadınlara göre daha fazla alıntılanıyor. Ayrıca yayın dünyasındakilerle var olan güçlü kişisel network alıntılanmanın zamanla artmasına neden olabiliyor (Cronin, 2005a, b).

Atıf Motifi ve Davranışı

Alıntılanma motivasyonunda genel çerçeve "kanıt sunarak ikna etmek". Mevcut yaygın bilgiye karşı meydan okumayı sağlamaştırma, yöntemi destekleme, alan yazın

okumasına tarihsel delil olarak sunma, öncekileri eleştirme, kendinden önce açılan patikayı takip etme gibi bir sürü alıntılama motifi mevcut.

Alıntılamanın davranışlarına baktığımızda genelde üç tür davranış öne çıkıyor: Öncekini onaylama, onaylamama ve nötr ya da kayıtsızlık hali. Eleştirel bir çalışmanın çok yaygın bir teoriyi çürüttüğünü varsayın. Atıfla onaylayanlar bu çalışmanın eleştirel argümanlarını kabul edip yaygın teorinin yanlış olduğunu tekrarlayacaklar, onaylamayanlar ise yaygın teorinin prensiplerinin doğru olduğunu savunmak için çalışmayı alıntılacaklardır. Kayıtsızlar ise muhtemelen bir görevi tamamlamakta etkili olan **“en az çaba ilkesi”** gereği çalışmayı okumadıkları için ya da okudukları halde anlamadıkları için çalışmayı teoriyi teyit eden çalışma olarak alıntılacaklardır. Bu arada içerikle uyumlu olmayan Trojan türü alıntılama da dikkate alınmalı. Editör ya da hakemi memnun etmek, gözünü boyamak, çalıntı imasından kurtulmak için ilgili makalenin çalışmada sadece bir yerde dahil edilmesi makale değerini saptırıcı bir eylem.

Alıntılama davranışında daha çok öncekini onaylama mevcut. Onaylama davranışının hakimiyeti %10 ila %90 arasında değişiyor. Ancak, onaylama davranışında menfaat güdümlü şöyle bir paradoks ortaya çıkıyor. Alıntılamanın aynı zamanda alıntılanmak istediği için alıntıladığı çalışmanın alıntılanmasına muhtaç. Bu durumda alıntılamanın kendi çalışmasının onaylanması için alıntıladığı makaleye uyum göstermesi, (fikri, teorik çerçeve, yöntemsel yaklaşım ve bulgular) tabiatıyla onu onaylaması gerekiyor. Oysaki bilim eleştirisi olmaksızın ilerleyemiyor. Herkesin birbirini onaylamaya başladığı an bilim “patinaj” etkisine giriyor. Patinaj yönün değişmesine de neden olabiliyor.

Alıntılama önceki çalışmayı onaylamamanın sıklığı %5 ila %40 arasında değişiyor. Kısaca, oransal olarak çok daha az sayıda çalışma bir öncekine karşı çıkıyor, çarpışma, meydan okuma ve rakip olma cesareti gösterebiliyor (Bornman ve Daniel, 2005, 2008). Bilim eleştirisi üzerine inşa edilmesi gereken bir olguyken öncekileri eleştirme, karşı çıkmanın oranı (negatif alıntılama) %2.4. Taşkın ve Al (2017) negatif alıntılama araştırmacının kültürünün önemli olabileceğini gösteriyor. Türkiye’de saptanan iki bilim alanında yapılan yayınlara yönelik alıntılama davranışlarının analizinde nötr, pozitif ve negatif alıntılama oranı sırasıyla %97.2., %2 ve %0.08. Kısaca sadece önceki çalışmalarına adından bahsetmek ezberlenmiş herhangi bir şeyi söylemekten, malumun ilamını raporlamaktan öte gidemiyor. Letrud ve Hernes (2019)’e göre eleştirilmeden kabul edilen yanlış bilgi ne kadar yaygınlsa, onu eleştirmek giderek zorlaşmakta, hatta eleştirmekten daha çok yanlış bilginin daha yaygınlaşmasına hizmet etme eğilimi artmaktadır.

Alıntılama Önce Oku

“Alıntılanma” alıntılanan çalışmanın okunup anlaşıldıktan sonra kullanıldığı anlamına da gelmiyor. Çok sayıda çalışma (örneğin, Eichorn ve Yancuer, 1987; Evans vd., 1990) alıntılanma yapılan çalışmanın referans bölümünde yanlış yazıldığını gösteriyor. Bu oran %10-60 arasında değişebiliyor. Bu da alıntılama yapan çalışmanın orijinal çalışmayı okuyup okumadığı hakkında büyük bir şüphe oluşturuyor. Orijinal çalışma okunmuyor, onun yerine referansında bu önemli çalışmaya yer verenden alıntılanma yapılıyorsa o zaman orada yapılan bir yanlış, yanlışın yerleşmesini sağlıyor. Şaşırtıcı olan ise tüm yanlışların kelime kelime aynı olması! Simkin ve Roychowdhury (2002) çalışması ilginç bir şekilde alıntılama yapanların sadece %20’sinin alıntılama yaptıkları orijinal makaleyi okuduklarını gösteriyor. Alıntı yapandan alıntı yapanların bir hataya kurban gitmeleri bu nedenle sadece an meselesi. Örneğin ilk alıntılama yapanın kendi kavrayış yeteneğiyle, imla, çeviri hatası veya anlam kaymasıyla alıntılama yapması çok muhtemel.

Amaçsız Alıntılama

Doğrulanmış kaynak bilgi karar almada gerekli olan bir unsurken, doğrulanması yapılmamış kaynak bilginin eleştirilmeden doğrudan kabul edilmesi ve kullanılması kör inanç felsefesinin bilim gibi ana yakıtı şüphe olan bir alanda yaygın olması başlı başına şüpheli bir durum. Orijinalin okunmaması orijinal makalede ileri sürülen malumatın yanlış/eksik yayılmasına ya da bozulmasına neden olabiliyor. Maslow'un herkes tarafından bilinen ihtiyaçlar hiyerarşisini buna bir örnek olabilir. Maslow tarafından 1943 te ilk yayımlandıktan sonra bu makaleye yaklaşık bugüne kadar 38 binin üzerinde atıf yapılmış. Maslow fikirlerini 1950 de kitaplaştırmış. Ancak özellikle 1954 ve 1967'den itibaren insan ihtiyaçlarının 1943 makalesinde söyledikleriyle sınırlı olmadığını vurgulamış (Maslow, 1967). Hatta tabiri caizse eksik ve yanlış yaptığını defalarca ifade etmiş. Bu beş motivasyonun üstünde bir meta motivasyonun varlığından bahsetmiş; ancak, alıntılama çılgınlığı ve orijinali kontrol etme eksikliği nedeniyle beş basamaklı hiyerarşi Maslow'un kendini eleştirmesine rağmen hala doğru olarak kabul görmeye devam etmekte. Bu modelin mucidi Maslow böyle olduğuna inanmasa da. Benzer bir şekilde Fodness ve Murray (1999) tarafından geliştirilen "Turist bilgi arama davranışı" adlı makaleye son 18 yılda yapılan alıntılar incelenmesi sonucunda (Zarezadeh, Benckendorf ve Gretzel, 2018) alıntılama yapanların sadece %1.7'sinin Fodness ve Murray'in bir fikrini, stratejisini, önerisini test ettiğini, %25'inin Fodness ve Murray'den sadece bir cümle ya da tümce dahil ettiğini, alıntılama yapan 175 makale içinde sadece 9 çalışmanın Fodness ve Murray'in makalesindeki en önemli kısmı alıntıladığı, hiçbirinin turist bilgi arama modelini topyekun test etmediğini ortaya koymakta. Yanlış, eksik, yanlış alıntılama bu çalışmalarla sınırlı değil. Butler (1980) tarafından geliştirilen "Yaşam Alanları Yaşam Döngüsü Modeli" çalışmasına yapılan 4200 alıntılama üzerine araştırma yapan Wang vd., (2016) her 10 alıntıda birinin yanlış olduğunu ortaya koyuyor. Şaşırtıcı olan başka bir diğer konu ise alıntılama körlüğü. En çok atıf alan fakat içerdikleri düzilemez hatalardan dolayı dergilerdeki yayın listesin den geri çekilen beş makaleye atıflar bu yayınlar dolaşımdan çekilmiş olmasına rağmen hala devam etmekte. Hatta atıfların %45'i makalenin geri çekildiği tarihten sonra oluşmuş (bu konuda çok dikkate değer bilgiler için Al ve Soydal (2015) ve Halevi ve Bar-İlan (2015)).

Sonuç

Bilimsel araştırmalarda geçmişten geleceğe köprü kurmanın, çalışmanın niteliğini ve katkısını artırmanın anahtarı olan atıf son zamanlarda harareti giderek yükselen tartışmaların ana malzemesi. Atıf bilimsel malumatın bilgiye dönüşme rotasında öncü kaşiflerin bıraktıkları ayak izleri bilgiye dönen malumatın nasıl keşfedildiğinin, nereden geldiğinin, test edildiğinin, yeniden değerlendirmelere tabi tutularak nasıl perçinleştiklerinin sağlam ve güvenilir göstergesiye nasıl oldu da böylesine ateşli tartışmaların objesi oldu? İçerdiği kavramsal, tasarımsal, yöntemsel, ölçümsel hatalardan dolayı prestijli dergilerde(SSCI), hem de sözde yüksek güvenilirlikli hakem değerlendirmesinden geçerek yayımlanmış çok sayıda makalenin yayından/dergiden geri çekilmeleri yapılırken, SSCI dergilerindeki bazı yayınların replikasyon (yineleme) denemelerinde çalışma sonuçlarının yüzde yüz replike edilemediği ortadayken, sosyal bilimlerde üretilmiş bilginin %95'inin geçerliliği sorgulanırken, yayından kaldırılmış makalelerin hem de katlanan hızla hala onaylanmaya/alıntılanmaya devam etmesi nasıl açıklanabilir?

"Atıf çalışmanın kalitesinin mi yoksa çalışmayı yapan bilim insanının araştırma ve yayın eylemiyle ne kadar meşgul olduğunu göstergesi olmalı?" sorusunun tartışılması için hazırlanan çalışmanın bu ikinci kısmı alıntılama amaç, davranış ve etkilerinin titizlikle incelenmesi gerekliliğine işaret etmektedir. Alıntılama davranışının bilimin niteliğine etkilerinin farkına varılmamasıyla tartışmalı atıf geleneğinin sorun çözmekten daha çok

sorun yaratmaya devam edeceği öngörülmektedir. Şöyle ki; bir akademisyenin yayın/atıf sayısı ne kadar başarıyı simgeler hale gelirse, yayın/atıf sayısını artırmak için önce baskı (prim) oluşacak, akademisyenler göstergelerini iyileştirmek için şaibeli işlere bulaşacak, başarıyı simgeleyen gösterge (simulakır) faydalı bilim yapmanın/gerçeğin yerini alacak, sonuçta fasarya bir bilim doğarak, başarıyı simgeleyen göstergeyi elde etme çabası başarısı bu göstergeyle ölçülen bilimi bozarak sonunu hazırlayacaktır. Bilim uzun ve meşakkatli bir dolaşımdır, dolaşımına kötü atıf girerse Gresham Yasası gereği bu iyi bilimi dolaşımdan çıkaracaktır. Faydalı atıf geleneğindeki her bir birim azalma, Okun Yasası gereği akademisyenin/ülkenin bilime katkı yapma potansiyelinden iki birim uzaklaşmasına neden olacaktır. Dolayısıyla on şaibeli atıf eşittir yirmi birim gerçekten uzaklaşma. Akademide dolaşan atıfla kazanılan mikro ün ve prestij ihtiyacı, faydalı bilim yapma miktarını aşarsa prestij satanların (SSCİ, SCİ vb dergilerin) arzında ve türünde artış olacaktır. Atıf tek göstergedir demek, tek ölçütün üstün olduğunu ifade etmek bir tür ırkçılıktır. Bilimin sadece yüksek atıfla SSCİ dergilerde güvenilir olduğu iddiası gizli bir ilahın yaratılma eylemidir. Bu ilahın akıllara durgunluk veren atıfa dayandırılan dergi etkisi, gaddar ve insan kurbanlar isteyen ilahın en önemli ayinidir. “Meşhur, ünlü” etkisiyle (Metthew yasası) sadece bilinen çalışmaları alıntılanak medeniyet değildir. Bilimde medeni olmak herkes ve her yerle diyalogu gerektirir.

Bilim, bilim insanlarının hayata ve tesadüfe sahip çıkma kapasiteleriyle ilgilidir. Hayatta tesadüflük, spontanlık vardır. Atıf yanlılığı veya ırkçılığıyla bilimde rastgeleliğin, tesadüfün kaldırılması keşfin özgürlüğünün, serbestliğinin ve yaratıcılığının yok edilmesidir. En kolay olanı ölçme, en basiti ölçmeyle karakterize olmuş atıf ölçümü ve standardizasyonu, faydalı bilimin iflası olacaktır. Atıfta standardizasyon içeriği ve anlamı sıyrır atar. Buğdayın standardizasyon öyküsünde olduğu gibi. Rüşeymi, kabuğu, kepeği alındıktan sonra geriye kalan içeriğin buğdayın özülüyle aynı kaldığını iddia etmek aklın iflasıdır. Hem doğada standardizasyon değil bifurkasyon hakimdir. Unutulmamalıdır. Bilimin mutlak olarak tek bağlayıcı ilkesi vardır. O da iflas etmemiş tek bir kuralının olamayacağı. O nedenle gösterge olarak atıf bilimsel etki/katkıda tek gösterge olmaktan çıkacaktır. Kör inanç, kopyala ve yapıştır, en az çaba ilkesi gereğince gerçeğin peşinde yorulmama bir konfor alanı yaratmıştır Konfor beyin ve bilim için tehlikelidir. Bilimdeki en büyük konfor alanlarından biri de doğruluğu kontrol edilmemiş yanlı, yanlış, eksik, yüzeysel, anlamsız alıntılanadır.

Malumun yeniden ilama ihtiyacı yoktur!

Araştırmacılar atıf kadar çalışmanın yaşam amacına da (*raison d’etre*) dikkat etmelidir. Yaşam amacını sunamayan, hele hele bunun farkında olmayan araştırma kafa karıştırıcıdır. Meydan okuyan, bilinenin ötesine geçen, sınırları zorlayan, yeniliklerle merakı kamçılayan, yapılabilişliğiyle şaşırtan çalışmalar başka bir hevesle okunacaktır. Bilinirlik denizinde yüzmeyen, olgunlaşmış, artık dalından neredeyse düşecek konuları çalışmayan, yanı başındaki kolaylığı seçmeyen araştırmalar dikkat çekecektir. Çalışmanın oturduğu teorik çerçeve sağlamsa ve araştırmacı ondan öncekilerin söylediklerine yetinmemiş ve yararlandığı kaynakların orijinallerini bulup okuduysa, öncekileri alıntılananın teori geliştirmekle eşdeğer olmadığını bilen çalışmalar takdir görecektir. İlk okunduğunda anlaşılacak kadar açık, malumun ilamı olmayan konunun farklı yönleri gösteren, bilinen varsayımları alt üst eden, çınlama yanılgısından ve yaygın yöntem yanılgısından uzaklaşmış, numaracılık sanrısından kurtulmuş, sayılara tapmayan araştırmalar turizmde geleceğin umududur. Gelecek yıllarda konusuyla alakalı ilginç, dikkat çekici, hayattan, gerçek bir hikaye, anekdot, alıntı ya da analogiyle başlayan; kanıtlamak istediği iddiasını, tezini, argümanını kendi diliyle cesurca ait olduğu zemine oturtan ve başkasının değil kendi sesiyle dile getiren; ana argümanı alt argümanlara bölebilen ve her alt argümanı destekleyen kanıtlanabilir kanıtlar sunan;

argümanına karşı olası eleştirileri kapsamlı şekilde dile getirip bu savları çürüten; yapılabilecekleri mantık ve olabilirlik sınırları ve sırası içinde ele alan argümanı sağlam çalışmaların yeniden vücut bulacağına inanıyorum. Savrulan tartışmaları, dağınık bulguları, esasında konuyu dengeye getirirken kendine özgü bir ifade tarzı sergileyen; okurken okuyucuda konuyla, kavramla, teoriyle, uygulamayla ilgili zihinsel dönüşüm yaşatan; konunun derinliğinde gizli kalmış, keşfedilmemiş manaları okuyucunun anlamasını sağlayan bir gelişim yolculuğuna çıkaran; sınırlarının farkında olan, korunaklı, sağlam ama bir o kadar da kendine ait olanı içine alıp olmayanı dışında tutan; konuyla, yaşamla, biliş, duygu ve ruhsal düzeyde bağlantı kurduran; zeka, yaratıcılık, muhakeme gücüyle parlayan; okuyucunun görme ve yorumlama yeteneğine hükmetmeye kalkmayan, okuyucunun bilme, öğrenme ve anlamadaki kişisel hakkına tecavüz etmeyen çalışmaların sayısının artacağına inanıyorum.

Atıf almak ve saymakla yarışa dönen bilim, daha ünlünün daha da ünleneceği gerçeği (Matthew etkisi - birikmiş üstünlük) sahip olduğu ekonomik, sosyal kapital ve ilişki ağı gücüyle daha fazla güç (alıntılama- kazanma) gibi nedenler kaçınılmaz olarak bir atıf borsası yaratacaktır. Makalenin alıntılanma sayısının artmasına doğal olmayan yollardan müdahaleyi amaçlamış ilişki ağlarının oluşmasına daha da olanak verecektir. Bazı “kuzen” dergiler, editörler, hakemler ve yazarlarca yapılan tartışmalı “sen benim sırtımı kaşı ben de senin” tarzı ilişkiyi yönetecek karteller akademik camiada daha fazla boy gösterecektir. Ancak, bilim üretme makinasının çıktısını fasarya hale getiren bazı dergi ve editörlerin yapageldikleri kasıtlı suiistimaller başka bir çalışmada ele alınacak olsa da SSCİ gibi dayatmalarla bir “işletme” hüviyetine bürünmüş, kurumsallaşmış bilimde bürokrasi makinası, bürokraside memurlaşan biz akademisyenler, bölünerek artan dergi sayısı, farklılaşma adına yola çıkan ancak giderek birbirine benzeyen dergilerde birbirine benzer makalelerin yer alıyor oluşu “*dergitoloji*” biliminin yakın zamanda yayın rafında yerini alacağına işaret ediyor. Tavşandan sonra üreme potansiyeli en yüksek varlık olan sözde bilimsel yazılara yer veren yayınevlerinin ya da dergilerin başına “sorumlu”, “sosyal” ya da “bilimsel” kelimelerinin getirilişi bu yayınevlerini sorumlu, sosyal ve bilimsel yapmıyor. Halihazırda varlığını sürdüren “*dergitoloji*” akımı büyük sermayeli dergilerin kök salmasına, büyümesine, dallanıp budaklanmasına, beraberinde çiçek açmasına, küçük sermayeli dergilerin kurumaya yüz tutmasına, ölmesine, ölürken toprağa tohumlar saçmasına, saçılan tohumlardan büyük dergilerin gölgesinde ama daha cılız dergilerin doğmasına neden olacaktır. Parkinson yasası (Parkinson, 1957) gereği hükmedilecek, ast pozisyonda tutulacak, gerektiğinde aşağılanacak ve suçlanacak yeni ve cılız dergiler hep olacaktır. Bununla birlikte “ideal dergilerin” sayısı yedi ila dokuzu geçmeyecektir. Bu dergilerdeki yayın politikasında herhangi bir bilimsel görüşün, bilim felsefesinin haklılık ya da haksızlık derecesinin dergi yayın politikaları hakkında alınan kararlar üzerinde zerre kadar önemi olmayacaktır. Politikayı belirleyen “işletilebilir, metalaştırılabilir” değişkenler olacaktır. Parkinson yasası uyarınca bilim felsefesini okumamış, bilimle uğraşmayan, topluma faydalı bilimin can çekişme sesini duyamayacak kadar sağır olan çalışanlar, bürokratlar dergi yönetiminde daha baskın güç olacaklardır. Bu bürokratlar içinde şaş kaza bilim felsefesi okumuş olanlar bulunsa bile Sayres prensibine göre diğerleriyle aralarında herhangi bir konuda yaşanacak tartışmada konunun önemiyle tarafların yaşadığı duygusal yoğunluk ters orantılı olacaktır. Yani tartışılan konu ne kadar önemsizse tarafların birbirine gösterdiği tepki o kadar yüksek olacaktır, asıl önemli konular ise tartışılmayacaktır. Konu bilim üretme makinasının işletme karlılığı açısından ne kadar önemliyse hızlıca kabule edilecek, taraflardan az tepki alacaktır. Parkinson yasası açısından bakacak olursak konuların önemiyle tartışma süreleri de ters orantılı olacaktır. O nedenle önemsiz konular, örneğin şaibeli yayıncılık iddiasıyla odağı başka dergilere yöneltme, suçlama daha yoğun tartışılacaktır. Ancak SSCİ dergilerde var olan sorunlar, suiistimaller tartışılmayacaktır. Hatırlanmalıdır ki geri çekilen makalelerin büyük

bir çoğunluğu SSCİ dergiler tarafından kabul edilerek yayımlanmıştır. Bilime çeki-düzen verme adı altında üst-düzey dergiler ve editörleri kendi önemlerini artırabilmek için aslında birkaç cümlede söylenebilecekleri uzatabildikleri kadar uzatacaktır. Üst düzey dergiler bilimsel araştırmaya çağ atlatacak yenilik getirmekte zorlanacaklarından, belki de gerçekte de bu amacı taşımadıklarından, kurdukları kuvvetli network ve politik ilişkilerle “böl ve yen” ya da “acıklık” stratejisi gereği şaibeli dergi silahına sarılacak, orta seviyedeki dergiler birbirlerine karşı komplolarda zaman harcayacak, en genç dergiler ise ne yapacaklarını bilmedikleri için nefes alamayacak, şaşkın şakin gezineceklerdir. Rekabet kuralları gereği sözde üst düzey dergiler kendileri hariç diğerlerinin ortalıktan tasfiyesini, ileride kendine rakip olabilecekler ile ilgili her türlü zeka kıvılcımını kendince kurumsallaştırdığı alanın dışına itecektir.

Ancak yetmezlik evrenseldir (Laurence ve Hull, 1971). Bilim üretme makinesinin içine düştüğü hal, sürekli ve hızlı yayın yapma histerisi, mevcut gelenekteki dergilerin “yetmezlik” düzeyine ulaşma hızını artıracaktır. Yetmezlik, “kendinden bekleneni verememe” durumudur. Dergiler bilim üretiminde kendinden bekleneni veremeyecek duruma gelmektedir, gelecektir. Dergi etki faktörü, SSCİ icatlarıyla kendini hiyerarşide en üst prestijli makama getiren dergiler, bir süre sonra bilime yarardan çok zarar verebilecek, eli ayağına dolaşan makinelere dönüşecektir. Bilimi yapma görevini üstlendiğini iddia eden dergiler içinde bu amaç ve uğraşta samimi istisnalar bulunsun da Peter ilkesi gereği *“her görev zamanla o görevin gereklerini yerine getirmemekten aciz biri tarafından doldurulacaktır”*. Mevcut pozitivist gelenekte dergilerin yetmezlik düzeylerine ulaşabilmelerini hızlandıran ya da buna zemin hazırlayan uygulamalardan birinin SSCİ dayatması ve İngilizce dilde yayın olduğu özellikle unutulmamalıdır. Bu arada listeden çıkarılan dergilerde körler sağırda birbirini ağırlar mantığını da savunmadığını belirtmek isterim. Özetle, dergi etki faktörü gibi oldukça tartışmalı uygulamanın devam etmesi durumunda dergiler ve makaleler hızla kendinden bekleneni verememeye doğru gidecektir. Yayınların genelde birbirine benzemesi, yayınlarda geri çekilme oranlarının artması, istatistiklerdeki suiistimallerin yükselmesi, dergiler ve kişiler arası atıf ilişkilerinde şaibeli işlere bulaşma oranının artması, yayından kaldırılan makalelerin yayında oldukları dönemden daha yüksek sayıda atıf alması, üst-düzey dergilerin kendilerini aşırı yeterli görerek kendilerini putlaştırması bilim üretme makinasında yetmezlik düzeyine erişilmekte olduğunun bir işareti olarak yorumlanabilir. Ancak, mevcut bilim üretme makinası yetmezlik düzeyine varmak üzere olduğundan habersiz görünmektedir.

Akademide “atıfla” musallat olan mikro ün ve prestij ihtiyacı, faydalı bilim yapma miktarını aşarsa makyajlı fakat içi boş çalışmalarımızın arzında ve türünde artış olacaktır. Harvard Business Review Dergisinde ret oranı bu nedenle %99’dur! SSCİ endeksli dergilerde yayın yapmak her türlü takdiri hak ediyor fakat fazlasıyla da abartılıyor. Yayın yapmak meşakkatli bir iş. Araştırma yapmak, veri toplamak ve yazmak bazen işin en kolay kısmı. Önemli mesele yazılacak nitelikte (ilginç, şaşırtıcı, zorlayıcı) çalışmanın varlığı. Eğer elde nitelikli materyal yoksa o zaman yazma işi hayal gücünüzün eline kalıyor. Çok iyi düşünülmüş, araştırma sorusuna çok uygun düşen tekil değil seri bir çalışma çok ender. Bir önceki çalışmanın kusurunu gidermek için ardı ardına yapılmış bir seri çalışma. Ama yazmayı beceremedikten sonra eldeki nitelikli materyalin de bir manası yok. Ya iyi yazamadığımız için ya da yazılacak iyi araştırmalar yapamadığımız için uluslararası atıflarda bize yakışan yerde değiliz. “Bir dolgu yapaalım, 10 sene idare eder” mantığının bulunduğu yer konusunda etkisi olduğunu düşünmekteyim. Boşluk saptadık/doldur bazı araştırma kültürü kendi ayağına dar bir ayakkabıdır. Yaygın gelenek der ki “literatürde bir boşluk bul ve onu doldur”. Dişçinin dişte saptadığı ilk çürük gibi. Bulunan ve giderek oyulan boşluğa önce geçici dolgu atılır. Bir zaman sonra o çıkarılır. Yerine kurşun-civa karışımı amalgam konur. Aynı diş bir süre sonra yeniden ağrımaya başlar.

Kurşun amalgam sağlığa zararlıdır denerek yerine dişle aynı renkte farklı içerikte amalgam konmaya başlanmadan önce diş biraz daha oyulur. İçine amalgam doldurulur. Aynı diş bir süre sonra tekrar ağrımaya başlar. Amalgamlar yetmez, doldurmalar derman olmaz olur. Diş kanal tedavisine ihtiyaç duyar. Daha da oyulur. Hissetmesin diye dişin sinirleri alınır. Kanal tedavisi beş yıl idare eder denir ama dişin çürüyeceği de söylenir. Beş yıl sonra diş çürür, ağrılar başlar. İmplant önerilir. Aynı diş tamamen çekilir, kemiğe vida atılır. Dişin özü oyula-doldurula, oyula-doldurula yok olmuşken bir sivri akıllı çıkar der ki “dişe kök hücre eklendiğinde diş kendini yeniler.” İşte doldur/boşaltın sonu budur. Gerçek olan kaybedilir, yerini yapay alır. Araç amacın yerini alır. Boşluk saptamaya uğraşmak bu nedenle risklidir. Her boşluk araştırmaya, emeğe değer boşluk değildir. Boşluğu verimsizce doldurmak hedeflendikçe, o boşluğa neden olan mekanizmanın ardındaki olgu gözden kaçır. “Önceki çalışmalar yetersiz, eksik, uygulama yanlış, ampirik desteği yok, tutarsızlık dolu, orada uygulanmış bizde uygulaması yok”la boşlukları bulmaya çalışarak, zaman kaybederek etkili bir fayda üretme fırsatını niye kaçıırıyoruz ki? Fayda bir çalışmanın tam da kalbi, o yoksa bilim hareket etmiyor. Özellikle var olan yaygın varsayımlara meydan okuyan fayda. O nedenle genç akademisyenlere, fark yaratmak isteyenlere “boşluklar boşuna odağınızı bozmasın, insanların sorgulamadan inandıkları, yaptıkları, yazdıkları şeylere iyi bakın” demek yerinde bir tavsiye olabilir. Asıl “boşluk” herkesin neden sorgusuz sualsiz aynı şeyi yapıyor oluşudur. Makinada seri üretime dönen malumun ilamı yerine, gelenekten ayrıl ve nasıl daha farklı düşünebileceğini keşfet. Velez ki tüm boşluklar dolu, ne yapacaksın?

Kaynaklar

- Al, U. ve Soydal, İ. (2015). Bilimsel iletişimin farklı bir yüzü: Geri çekilen makaleler [The other face of scholarly communication: Retracted articles]. İçinde Prof. Dr. İrfan Çakın'a Armağan (Umut Al & Zehra Taşkın Eds.) (ss. 22-37). Ankara: Hacettepe University, Department of Information Management.
- Alrawadieh, Z. ve Zareer, A. (2019) Exploring Retraction in Tourism and Hospitality Journals. *European Journal of Tourism Research* 22, pp. 20-30
- Archambault, É., ve Larivière, V. (2009). History of the journal impact factor: contingencies and consequences. *Scientometrics*, 79(3), 639-653
- Ayres, I. ve Vars, F. E. (2000). Determinants of citations to articles in elite law reviews. *Journal of Legal Studies*, 29, 427-450.
- Bakker, M. ve Wicherts, J.M. (2011). The (mis)reporting of statistical results in psychology journals. *Behav Res Methods*. 43(3):666-78.
- Bar-Ilan, J. ve Halevi, G. (2017). Post retraction citations in context: a case study. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5629243/>
- Beaver DB (2004) Does collaborative research have greater epistemic authority? *Scientometrics* 60:399–408
- Bornemann-Cimenti H, Szilagyi IS, Sandner-Kiesling A. (2015). Perpetuation of retracted publications using the example of the Scott S. Reuben case: Incidences, reasons and possible improvements. *Science Engineering Ethics*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26150092>
- Bornmann, L. ve Daniel, D. H. (2008). What do citation counts measure? A review of studies on citing behavior. *Journal OF documentation*, 64(1):45-80
- Bornmann, L. ve Daniel, D. H. (2005). Selection of research fellowship recipients by committee peer review. Analysis of reliability, fairness and predictive validity of Board of Trustees' decisions. *Scientometrics*, 63, 297-320.
- Brainard, J. ve You, J. (2018). What a massive database of retracted papers reveals about science publishing's 'death penalty'. <https://www.sciencemag.org/news/2018/10/what-massive-database-retracted-papers-reveals-about-science-publishing-s-death-penalty>

- Budd JM, Sievert M, Schultz TR, Scoville C. (1999). Effects of article retraction on citation and practice in medicine. *Bulletin of the Medical Library Association*. 87(4):437
- Butler, W. R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*., 24: 5-12.
- Craig, R., Cox, A., Tourish, D. ve Thorpe, A. (2020). Using retracted journal articles in psychology to understand research misconduct in the social sciences: What is it to be done?. *Research policy*. 49: 1-9.
- Cronin, B. (2005a) *The hand of science. Academic writing and its rewards*, Lanham, MD, USA, Scarecrow Press.
- Cronin, B. (2005b) A hundred million acts of whimsy? *Current Science*, 89, 1505-1509. Dora Declaration. <https://sfdora.org>
- Eichorn, P. ve Yankauer, A. (1987). Do authors check their references - a survey of accuracy of references in 3 public-health journals. *American Journal of Public Health*, 77, 1011-1012.
- Evans, J. T., Nadjari, H. I. ve Burchell, S. A. (1990) Quotational and reference accuracy in surgical journals - a continuing peer-review problem. *Journal of the American Medical Association*, 263, 1353-1354.
- Fiedler, K., ve Schwarz, N. (2015). *Questionable Research Practices Revisited. Social Psychological and Personality Science*, 7(1), 45–52.
- Fire, M. ve Guestrin, C. (2019). Over-optimization of academic publishing metrics: observing Goodhart's Law in action . *Giga science*. 8; 1-20.
- Fister I Jr., Fister I & Perc M (2016) Toward the Discovery of Citation Cartels in Citation Networks. *Front. Phys.* 4:49.
- Fodness, D. ve Murray, B. (1999). A Model of Tourist Information Search Behavior. *Journal of Travel Research*, 37(3): 220-230
- Fong EA ve Wilhite AW (2017) Authorship and citation manipulation in academic research. *PLoS ONE* 12(12): e0187394. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0187394>
- Gross, P. L. K. ve Gross, E. M. (1927) College libraries and chemical education. *Science*, 66, 385-389.
- Halevi, G. ve Bar-Ilan, J. (2016). Post retraction citations in context. In *BIRNDL 2016 Bibliometric- enhanced Information Retrieval and Natural Language Processing for Digital Libraries* (p. 23-29). Newark: CEUR
- Hesselmann, F., Graf, V. Schmidt, M., ve , Reinhart. M. (2017). The visibility of scientific misconduct: A review of the literature on retracted journal articles. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5600261/>
- John, L. K., Loewenstein, G., ve Prelec, D. (2012). Measuring the pre- valence of questionable research practices with incentives for truth-telling. *Psychological Science*, 23, 524–532. doi:10.1177/ 0956797611430953
- Kochan CA, ve Budd JM. The persistence of fraud in the literature: The Darsee case. *Journal of the American Society for Information Science*. 1992;43(7):488–493.
- Laurence, J. P. ve Hull, R. (1971) *The Peter Principle*. Londra. Pan Books Ltd.
- Letrud K. ve Hernes S (2019) Affirmative citation bias in scientific myth debunking: A three- in-one case study. *PLoS ONE* 14(9): e0222213.
- Maslow, A. H. (1967) A Theory of Metamotivation : the Biological Rooting of the Value-Life First Published October 1, *Journal of Humanistic Psychology*.
- Munafo, M. R., Hollands, J. G. & Marteau, M. T. (2018). Open science prevents mindless science. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6193470/>
- Parkinson, C. N. (1957). *Parkinson's Law and other studies in administration*. Cambridge Mass. Houghton Mifflin Co.

- Pfeifer MP, Snodgrass GL. (1990). The continued use of retracted, invalid literature. JAMA. 263(10):1420–1423. doi: 10.1001/jama.1990.03440100140020.
- Robinson-Garcia, N. , Jiménez-Contreras, E., ve Torres-Salinas, D (2015). Analyzing data citation practices using the Data Citation Index. Journal of the Association for Information Science and Technology 67(12): 1-20.
- Simkin M.V. ve Roychowdhur, V.P. (2002). Read before you cite! <https://arxiv.org/pdf/cond-mat/0212043.pdf>
- Taşkın, Z. ve Al, U. (2017). A content-based citation analysis study based on text categorisation. Scientometric.114 (1): 335-357.
- Van Raan, A. F. J. (2005a) Fatal attraction: conceptual and methodological problems in the ranking of universities by bibliometric methods. Scientometrics, 62, 133-143.
- Van Raan, A. F. J. (2005b) For your citations only? Hot topics in bibliometric analysis. Measurement: Interdisciplinary Research and Perspectives, 3, 50-62.
- Wang, X., Weaver, D., Li, X., ve Zhang, Y. (2016) In Butler (1980) we trust? Typology of citer motivations. Available from: https://www.researchgate.net/publication/305698277_In_Butler_1980_we_trust_Typology_of_citer_motivations[accessed Feb 10 2020].
- Wilhite AW ve Fong EA. (2012). Coercive Citations in Academic Publishing. Science 2012; 3 Feb:542–543. pmid:22301307
- Zarezadeh, Z., Benckendorff, P. ve Gretzel, U. (2018). Lack of progress in tourist information search research: a critique of citation behaviour and knowledge development, Current Issues in Tourism, DOI: 10.1080/13683500.2018.1459511

Doç. Dr. Lütfi ATAY

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Turizm Fakültesi

lutfiatay@yahoo.com

COVID-19 Salgını ve Turizme Etkileri

Yeni Koronavirüs (COVID-19), ilk olarak Çin'in Hubei Eyaletinin Wuhan şehrinde, 2019 yılı sonunda ateş, öksürük ve nefes darlığı gibi solunum yolu belirtileri ile ortaya çıkan bir virüstür (1). İlk defa 2020 yılı Ocak ayı başında tanımlanan COVID-19 virüsün, Wuhan şehrinde bulunan deniz ürünleri ve hayvan pazarından çoğaldığı, önce Çin'de daha sonra da Avrupa ve Amerika başta olmak üzere tüm dünyada etkili olduğu ve bir salgına dönüştüğü görülmektedir. COVID-19 virüsünü salgın (pandemi) olarak ilan eden Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) son verilerine göre salgın 212 ülkede yaklaşık 1.9 milyon kişiyi enfekte etmiş ve 120.000 den fazla kişinin de ölümüne yol açmıştır(2). COVID-19 virüsünün etkisinin tam olarak ne olacağına ilişkin belirsizliğin bir süre daha devam edeceği öngörülmektedir. Küreselleşmenin bu kadar üst düzeyde olduğu günümüzde maalesef salgının yayılması çok hızlı olmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün tavsiyeleri ve bilim insanlarının yönlendirmeleri ile ülkeler de kendi koşullarına uygun çeşitli önlemler alarak hastalığın yayılmasını azaltmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda sosyal izolasyon başta olmak üzere birçok faaliyetin geçici olarak durdurulması veya kısıtlanması sağlanmıştır. Uluslararası ve ulusal uçuşlar iptal edilmiştir. Bazı yerleşimlerde kısmen veya tamamen sokağa çıkma yasağı ilan edilirken, bazı yerleşim bölgelerinde de karantina ilan edilmiştir. Tüm bu çabalar salgının yayılma hızını azaltıp, kontrol altına alarak ülkelerin sağlık sistemlerinin çökmesini engellemeye yöneliktir. Virüsten enfekte olan çok sayıda insan iyileşirken, maalesef kronik hastalığı olan ve özellikle ileri yaştaki insanların ölümüne neden olduğu görülmektedir.

Bu süreçte birçok işkolu olumsuz etkilenmiştir. Ayrıca, bazı işkolları için de fırsatlar doğmuştur. Özellikle internette alışveriş imkanı sunan işletmeler ve paket servis yapan yiyecek içecek işletmeleri ile kargo ve benzeri lojistik şirketleri için yeni fırsatlar oluşmuştur. COVID-19 salgını nedeniyle insanların hareketliliğini engelleyici tedbirlerin alınmasından hizmet sektörü çok üst düzeyde olumsuz etkilenmiştir. Özellikle turizm işletmeleri faaliyetlerini tamamen durdurma aşamasına gelmiştir. İnsanların sürekli yaşadığı yeri geçici olarak terk ederek bizzat fiziki katılımı ile gerçekleştiren turizm sektörü belirsiz bir sürecin içine girmiştir. Salgının birlikte turizm sektöründe çok sayıda işletme gelirini kaybetmiş ve çok sayıda çalışanında işini kaybettiği görülmüştür.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2019 yılı verilerine göre (3) Türkiye'yi 45.1 milyonu yabancı olmak üzere toplam 51.7 milyon kişi ziyaret etmiş ve bir önceki yıla göre %12.1'lik bir artış olmuştur. Aynı dönemde turizm geliri ise %16,9 luk artışla 34.5 milyar dolara ulaşmıştır. Turizm Bakanlığı belgeli 4761 adet konaklama tesisinde 2019 yılında 211.3 milyon geceleme yapılmıştır. Yine ülkemizden de 2019 yılında 9.6 milyon vatandaşımız yurtdışına ziyaret amaçlı seyahat etmiştir. Bu rakamlar turizmin hem ilke ekonomisi hem de istihdam açısından ülkemiz için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Ülkemizde 2020 yılının ilk iki ayında ziyaretçi sayıları, önceki yılın aynı dönemlerine göre Ocak ayında (%16.11) ve Şubat ayında (%3.78) artış göstermiştir (3). Bu eğilim 2020 sezonunun geçmiş yıllara göre daha yoğun geçeceği şeklinde beklenti oluşturmuştur. Ancak beklenmeyen küresel salgın COVID-19'un ilk vakası ülkemizde 10 Mart 2020 tarihinde tespit edilmiştir. Hem ülkemizde hem de diğer ülkelerde vaka sayısının her

geçen gün artmasına paralel olarak dünya genelinde seyahat yasakları birbiri ardına yürürlüğe girmiştir.

Gelinen aşamada salgının ne zaman kontrol altına alınabileceği ve nasıl tedavisinin yapılabileceği hala belirsizliğini korumaktadır. Mevcut bilgi kaynaklarına bakıldığında virüsün tedavisine ilişkin çabaların en erken Eylül ayında sonuç verebileceği beklenmektedir. Her ne kadar havaların ısınması ile virüs yayılımının azalacağı iddiaları olsa da, Ekvator gibi sıcak ülkelerde salgının durumu dikkate alındığında bu öngörünün gerçeği yansıtmadığı söylenebilir (4). Dolayısıyla, ülkemizdeki yurtdışı ve yurtiçi kaynaklı turizm talebinin en yoğun yaz aylarında olduğu dikkate alındığında, 2020 yaz sezonu için çok iyimser olunmaması gerekir. Dolayısıyla, 2020 yılının tüm dünyada ve ülkemizde turizm sektörü açısından kaybedilmiş bir yıl ve kriz yılı olacağı söylenebilir. Özellikle turist gönderen batı ülkelerinde ciddi ölümlerin olması insanların kısa sürede seyahate yönelmelerini olumsuz etkileyebilecektir.

Ülkemize gelen ilk iki ülkenin sırasıyla; Rusya (7.017.657 kişi) ve Almanya (5.027.472 kişi) olduğu da dikkate alındığında, bu ülkelerde salgından ölen insan sayılarının çok yüksek olmaması olumlu bir durumdur. Yazın normalleşme olması durumunda özellikle Rus ve Alman turistlerin ağırlıklı ziyaret ettikleri Antalya destinasyonun salgından daha az etkilenmesi ve bu pazarlardan talep görebilmesi söz konusu olabilir. Ancak, bu olasılık çok düşük gözükmemektedir. Çünkü, turist sağlığı dikkate alınarak normalleşmenin 2021 yılına kalacağı öngörüsü medyada çıkan haberlerden anlaşılmaktadır (5,6,7).

Klasik Anadolu turlarına bakıldığında da ülkemizde belirli bir seyahat acentası grubunun hakimiyetinde tekel denilebilecek nitelikte Uzakdoğulu turistlerin katıldığı turların ağırlıklı olduğu görülmüştür. Daha çok İstanbul, Çanakkale, Denizli, Konya, Nevşehir, Ankara illerini kapsayan Çinli turistlerin ağırlıklı olduğu bu gruplar da salgın ile beraber bitmiştir. Uzakdoğu grupları yıl boyu devam etmesi nedeniyle rehberler ve söz konusu destinasyonlardaki turizm sektörü için çok önemli talep ve gelir kaynağını oluşturmuştur. Türkiye için önemli olan Çin pazarında tekrar taleplerin oluşması ve ülkemize yönelmesi başka bir paradoksu da beraberinde getirebilecektir. COVID-19 ve önceki salgınlarda virüslerin Çin kaynaklı olmasından dolayı, Çinli turistlerin yoğun seyahat ettiği destinasyonların, özellikle Avrupalılar başta olmak üzere potansiyel turistler nezdinde riskli destinasyonlar olarak algılanması ihtimali çok yüksektir. Bu olası algıyı ortadan kaldırmak için bölgelerde belirli destinasyonlar belirli pazarlara tahsis edilebilir. Özellikle Uzakdoğu ve Hindistan gruplarının yeme alışkanlıkları ve aşırı baharatlı yemek tercihleri nedeniyle otel odalarında zaten var olan şikayetler de bir ölçüde ortadan kalkabilecektir.

Ekonomisi turizme bağlı olan ülkeler ve destinasyonlar için salgın, çok ciddi ekonomik ve sosyal etkilere neden olmaktadır. Dolaylı olarak turizme bağımlı birçok sektörün de var olduğu dikkate alındığında, salgının çarpan etkisi turizme bağımlı destinasyonlarda diğerlerinden çok daha şiddetli hissedilebilmektedir. Ülkemizde Antalya, Muğla ve Nevşehir gibi ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlı olan illerde salgının etkisi, diğer illerimize göre çok fazla olumsuz olacaktır. Turizm Bakanlığı 2019 yılı verilerine göre (2) Antalya 14.650.481 kişi (% 32,51) ve Muğla 3.221.738 kişi (% 7,15) ile ülkemize gelen turistlerin yaklaşık %40'ını ağırlamıştır. Bu illerimizdeki turizm işletmelerinin ve istihdam edilenlerin çok olumsuz etkileneceği açıktır. Antalya ve Muğla illerimize gelen turistlerin büyük çoğunluğu her şey dahil konseptinde bir konaklama tesisinde kalmakta ve kalabalık ortamları paylaşmaktadır. Eğer insanların sosyal mesafeyi koruma algısı devam ederse, bu illerimizdeki işletmelerin mevcut ürün yapısı ile talebi karşılamaları kolay olmayacaktır. Bu nedenle, sosyal mesafeyi koruyabilecek ürün geliştirme sürecine bir an önce adapte olmaları gerekecektir.

Hiç şüphesiz Antalya ve Muğla illerimiz gibi turizm sektörüne bağımlı diğer illerimizde de farklı sosyal sorunların ortaya çıkma potansiyeli vardır. Bu nedenle, ekonomisi turizme bağımlı destinasyonlar başta olmak üzere, salgın sonrası sürecin kamu ve özel sektör tarafından çok iyi yönetilmesi gerekmektedir. Vize ve benzeri seyahat engellerinin en aza indirilmesi, seyahat imkanlarının kolaylaştırılması ve ülkemize yönelik seyahatin teşvik edilmesine yönelik adımların atılmasına ihtiyaç duyulacaktır.

Mevcut durum dikkate alındığında ve hayatın normalleşmesi durumunda öncelikle 2020 yılının kalan aylarında turizm sektörünü neler beklediğine baktığımızda, ciddi bir belirsizliğin olduğu çok açıktır. COVID-19'a ilişkin aşı ve kesin tedavi bulunmadan insanların ne derece sosyalleşmeye açık olacağı ve kalabalık ortamlara gireceği ciddi bir sorundur. Özellikle salgın nedeniyle ölenlerle bağı olan, kronik hastalığı olan ve ileri yaştaki insanların da yakın tarihte tatil yapma konusunda istekli olmayacakları öngörülebilir. Dolayısıyla, kısa dönemde talebin oluşması ve yönlendirilmesi turizm sektörünün önündeki en önemli sorunlardan birisidir. Bu sorunun aşılması için tüm paydaşların işbirliği içerisinde çözüme yönelik ortak hareket etmeleri kaçınılmazdır. Akademisyenlerin bu süreçteki rolü ise sorun çözmeye odaklı, sektör ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikli araştırmalar yapma ve sonuçları sektördeki ilgili paydaşlar ve kamu ile paylaşmaktır.

Sosyal mesafenin korunması salgınla mücadelede en önemli tedbirlerden bir tanesi olarak herkesin bilinçaltında yerini almıştır. Dolayısıyla, insanların seyahatlerinde sağlık faktörüne öncelik vereceği dikkate alındığında, turist sağlığı konusu turizm sektörünün gelecekteki ana gündemlerinden birisi olacaktır. Turist sağlığı ile ilgili konulara öncelik veren uygulamaların öne çıkacağını ve turizm işletmelerinin de stratejilerinde bu konunun çok önemli olacağını söylemek mümkündür. Hatta medyadaki gelecekte bu gibi salgınların olacağına ilişkin görüşler dikkate alındığında (8), turist sağlığının geleceğin ana konusu olacağı ve tüm kurguların bu konu üzerine odaklanacağı öngörülebilir.

Yaşanan salgın krizi sonrası normalleşme sürecinde birçok şeyin eskisi gibi olmayacağı öngörülmektedir. 21. yüzyılın en ciddi krizlerinden birisi olarak nitelenebilecek COVID-19 salgını sonrasında turizm sektöründe de ciddi bazı değişimlerin olacağı söylenebilir. Turist sağlığını önceliğine alan ve teması en aza indirecek akıllı uygulamaların kullanımının hızla yaygınlaşacağı söylenebilir. Özellikle seyahate katılan her bireyin akıllı telefon sahibi olduğu ve kolay internete erişebildiği dikkate alındığında, mobil akıllı uygulamalara yönelik talepte artış olacağı öngörülebilir. Dolayısıyla, turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm tarafların da rekabet edebilirliğini korumak veya rekabet üstünlüğü sağlamak için akıllı mobil uygulamaları en kısa sürede etkin ve verimli kullanmayı tercih etmeleri kaçınılmazdır.

Rekabetçi seyahat acentalarının ve tur operatörlerinin kendi markaları ve bünyesindeki alt markalar üzerinden online rezervasyon sistemlerini ve akıllı uygulamaları kullandıkları bilinmektedir. Salgın sonrası bireylerin seyahat taleplerini acentalara gitmek yerine akıllı uygulamalar üzerinden karşılamaya yönelmesi ile klasik acenta hizmeti anlayışının daha da zayıflayacağı ve teknolojiyi etkin kullanamayan çalışanlar için istihdam sorunu oluşacağı gözden geçirilmemelidir. Ülkemizde 2019 yılı sonu itibari ile 11410 adet belgeli seyahat acentası olduğu dikkate alındığında (2), seyahat organizasyonu alanında yaşanabilecek istihdam sorununun boyutu da daha iyi görülebilir. Diğer yandan, 1618 Sayılı Kanunun ülkemizde yapılan tüm turlarda seyahat acentası kullanılmasını zorunlu kılması, olası normalleşme sürecinde seyahat acentalarının talep alması ve faaliyetine devam etmesi açısından çok değerli bir kazanımdır.

Özellikle seyahat acentalarının teknolojiyi ve sosyal medyayı çok iyi kullanan kişileri istihdama yönelmesi ve teknolojiyi iyi kullanabilen genç işgücüne istihdam fırsatı sunması kaçınılmazdır. Akıllı uygulamaların kullanılması ile dil sorunu da rahatça aşılabilecek ve özellikle küçük işletmelere daha düşük maliyete küresel pazarlara açılma fırsatı sunulabilecektir. Ayrıca, rekabet gücü olmayan küçük ve yerel acentalar için kurumsal ana tedarikçilerin online iştirakçisi olup (afiliye), daha risksiz ve kolay tedarik kaynaklarına ulaşım imkanı da artacaktır.

Havayollarının büyük çoğunluğu zaten akıllı uygulamaları kullanmakta, bilet satışları ve diğer rezervasyon hizmetlerini sosyal mesafeyi koruyan online sistemler veya çağrı merkezleri üzerinden yapmaktadır. Havayollarının bireysel check-in banketlerinin (kiosk) de artacağını ve hatta check-in işlemlerinde havayolu personelinden hizmet alımının ekstra ücrete tabi olacağını öngörmek mümkündür. Bu kapsamda havayolları, çalışanının yüz yüze verdiği hizmetleri azaltarak maliyetleri kontrol alma imkanına da kavuşabilecektir. Böylece havayolu şirketi hem rekabetçi fiyat sunmayı isteyecek ve müşteri sayısını artırmaya çalışacak hem de sosyal mesafeyi koruyarak turist sağlığına önem verdiğini gösterebilecektir.

Konaklama işletmelerinin de turist sağlığının korunmasına yönelik akıllı uygulamalara yönelmeleri söz konusudur. Öncelikle satış ve rezervasyon işlemlerini akıllı uygulamalara uyarlamaya yönelecektir. Misafirin otele girişinden itibaren odasına ulaşana kadarki süreçte akıllı ve temassız sistemlerle hizmetleri sunmak isteyeceklerdir. Akıllı uygulamalar veya akıllı banketler (kiosk) üzerinden giriş kayıt işlemi yapılarak, misafirin cep telefonuna gönderilen barkod ile aktif olan asansör, kapı anahtarı, oda içi cihazların ve elektriğin kullanımı sağlanacaktır. Restoranlarda online menüden restoran içi ve dışı sipariş verilebilecek ve ödeme kabul edilebilecektir.

Restoran ve kafelerde de online sipariş ve kendin al (self- servis) uygulamalarının yaygınlaşmaya başlayacağı öngörülebilir. Servislerde kullanımlık malzemelerin tercihi artabilir. Günümüzde de olduğu gibi tek kullanımlık malzeme tercihinin artması, çevreci anlayış ve hijyen anlayışı arasında tartışmalı bir konu olmaya devam edecektir.

Tek gelir kaynağı tur ücretleri olan ve sayıları 11 bini aşan (9) profesyonel turist rehberleri, salgın sürecinden en çok etkilenen meslek gruplarından bir tanesidir. Normalleşme sürecinin gecikmesi ile rehberler sezonda gelir elde edemeyeceklerinden, yılın kalan kısmında da ciddi ekonomik sorun yaşayabileceklerdir. Sosyal mesafeyi koruma algısının normalleşme sürecinde de devam etmesi durumunda, dijital rehberlik hizmetlerine olan ilgi de artabilecektir. Rehber meslek örgütlerinin dijital rehberlik hizmetine yönelik ürün geliştirme konusunda da girişimci olması gerekmektedir. Geliştirilecek dijital ürünlerde rehberlerin hizmetlerini kullanarak telif haklarından rehberlerin gelir elde etmelerine imkan sağlanabilir.

Turizm sektörü destinasyonlarda farklı ülkelerden insanları bir araya getirdiği için turist sağlığı açısından potansiyel riski bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle de destinasyonlarda da kişisel teması en aza indireyecek temassız akıllı uygulamaların da yaygınlaşması kaçınılmazdır. Bu kapsamda akıllı destinasyon uygulamalarının ön plana çıkma potansiyeli çok yüksektir. Hem turist sağlığının korunması hem de seyahatin kolaylaştırılması için akıllı destinasyon ve akıllı şehir uygulamalarının hızla hayata geçirilmesi önemlidir. Bilindiği gibi ülkemizde bu konuda bir yasal düzenleme de yapılmıştır.

Kaynakça

- 1- <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>
- 2- <https://covid19.who.int/>
- 3- <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/69320,turizmistatistikleri2019-4pdf.pdf?0>
- 4- <https://tr.euronews.com/2020/04/06/ekvador-da-covid-19-dan-olenlerin-cans-z-bedenleri-sokaklara-tast>
- 5- <https://turizmgazetesi.com/news.aspx?id=90195>
- 6- <https://turizmgazetesi.com/news.aspx?id=90204>
- 7- <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/coronavirus-lockdown-how-long-when-end-bill-gates-shut-down-a9446966.html>
- 8- <https://www.businessinsider.com/bill-gates-warns-the-next-pandemic-disease-is-coming-2018-4>
- 9- <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>