



# TURİZM FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2022 Cilt: 25 Sayı: 2



ISSN: 2687-1912



**ISSN: 2687-1912**

**İmtiyaz Sahibi**

Prof. Dr. Yusuf TEKİN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü

**Danışma Kurulu**

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU	AHBV Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Azize HASSAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay EMİR	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi PELİT	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Burhan KILIÇ	Ahmet Yesevi Üniversitesi
Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**

Doç. Dr. Hakan KOÇ

**Editör**

Doç. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLI

**Editör Kurulu**

Prof. Dr. Artur KOZLOWSKI	Gdansk WSB Schools of Banking
Prof. Dr. Carlos COSTA	University of Aveiro
Prof. Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Alper İŞİN	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cemal Ersin SİLİK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Naringül MARGAZIYEVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

**Yabancı Dil Editörü**

Doç. Dr. Yalçın ARSLANTÜRK



## İÇİNDEKİLER

### **Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması**

Gözde YILDIRIM & Yasin KELEŞ.....145-169

*Derleme*

### **Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Algı Ölçeğinin Geliştirilmesi**

Şükran KARACA, Esra ÖZKAN ÖNEM & Muhammed YILDIZ.....170-193

*Araştırma Makalesi*

### **Gizli Potansiyel Destinasyon olarak Cide İlçesinin Turistik Değerler Açısından İncelenmesi**

Çiğdem MUTLU.....194-213

*Araştırma Makalesi*

### **Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bölümlerinden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma**

İbrahim GÜNDOĞDU & Nurzaada ESENKADYR KIZI.....214-229

*Araştırma Makalesi*

### **Kadın Çalışanların Örgütsel Davranış Profillerinin Belirlenmesi: Turizm Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Analiz**

Filiz ÇİÇEK & Hakan KOÇ.....230-266

*Derleme*



**SAYI HAKEM KURULU**

Doç. Dr. Emin ARSLAN	<i>Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Emrah KESKİN	<i>Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN	<i>Karabük Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Mustafa AKSOY	<i>Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Serdar ÇÖP	<i>Gelişim Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Tolga GÖK	<i>Selçuk Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Tuba ŞAHİN ÖREN	<i>Uşak Üniversitesi</i>
Dr. Öğr. Üyesi Cemal Ersin SİLİK	<i>Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi</i>
Dr. Öğr. Üyesi Emrah ÖRGÜN	<i>Sinop Üniversitesi</i>
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN	<i>Erciyes Üniversitesi</i>
Dr. Öğr. Üyesi Naringül MARGAZİYEVA	<i>Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi</i>
Dr. Öğr. Üyesi Şerif Ahmet DEMİRDAĞ	<i>Giresun Üniversitesi</i>



## Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması\* (Comparison of European Union Tourism Policies and Turkey Tourism Policies)

\* Gözde YILDIRIM<sup>a</sup>

Yasin KELEŞ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Enstitüsü, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Samsun-Türkiye  
(gzde.yld@hotmail.com) <https://orcid.org/0000-0001-6902-0534>

<sup>b</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı, Samsun-Türkiye  
(yasin.keles@omu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-6879-448X>

### MAKALE GEÇMİŞİ

#### **Gönderim Tarihi:**

19.09.2022

#### **Kabul Tarihi:**

29.10.2022

#### **Anahtar Kelimeler:**

Turizm,  
Avrupa Birliği Turizm Politikası,  
Türkiye Turizm Politikası

#### **Keywords:**

Tourism,  
European Union Tourism Policy,  
Turkey Tourism Policy

#### **Makalenin Türü: Derleme**

\*Sorumlu Yazar: Gözde YILDIRIM

E posta: [gzde.yld@hotmail.com](mailto:gzde.yld@hotmail.com)

### ÖZ

Dünyadaki turizm hareketlerinde ve toplam turizm gelirinde en büyük pay Avrupa kıtasındadır. Avrupa kıtasının en önemli ve yönlendirici gücü olan Avrupa Birliği birçok ekonomik alanda olduğu gibi turizmde de eğilimleri ve gelişmeleri belirleyen, üye ülkeler ile turizmin dümenini yöneten bir role sahiptir. Türkiye'nin gerek Avrupa Birliği ile ilişkileri gerekse turizm pazarının önemli bir bölümünü Avrupa kıtasının oluşturması, Avrupa Birliği'nin turizme yönelik yaklaşımlarını yakından takip etmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Avrupa Birliği turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasıdır. Bu amaç çerçevesinde Avrupa Birliği'nin doğrudan ve dolaylı turizm politikalarının yanı sıra Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin ulusal turizm politikaları irdelenmiştir. Araştırmada yapılan karşılaştırma sonucunda Avrupa Birliği ile Türkiye turizm politikalarının, benzer politikalara odaklandıkları ancak belli noktalarda farklılaştığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda politika yapıcılara, turizm politikalarına yönelik öneriler sunulmuştur. Özellikle Türkiye turizm pazarının önemli bölümünü Avrupa ve AB ülkelerinin oluşturması nedeniyle, bu ülkelerin turizm politikalarının yakından takip edilmesi ve Türkiye'nin Avrupa pazarını koruyup güçlendirmesi adına gerekli tedbirlerin alınması noktasındaki öneri, Türkiye'nin AB içerisindeki rekabet edilebilirliğini artırması açısından önemlidir.

### ABSTRACT

The European continent has the largest share in tourism movements and total tourism income in the world. The European Union, which is the most important and leading power of the European continent, has a role that determines trends and developments in tourism, as well as in many economic areas and holds the control of tourism with its member countries. Turkey's both its relations with the European Union and the fact that the European continent constitutes an important part of the tourism market, necessitate to follow closely the European Union's approaches to tourism. The aim of this study is to compare the tourism policies of the European Union with the tourism policies of Turkey. Within the framework of this purpose, the direct and indirect tourism policies of the European Union as well as the national tourism policies of the European Union member countries were examined. As a result of the comparison, it has been evaluated that the tourism policies of the European Union and Turkey are in the same direction at certain points, but different applications take place and differ in some points. In this context, some suggestions have been presented to policy makers.

**Makalenin Künyesi:** Yıldırım, G. ve Keleş, Y. (2022). Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (2), 145-169.

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan yarattığı etkilerle uluslararası boyutlarda etkiler ortaya çıkarmaktadır. Uluslararası turist varışları incelendiğinde, turizm sektöründen dünyada en çok payı alan bölge %51 ile Avrupa'dır (UNWTO,2022). Avrupa ülkeleri ekonomik ve toplumsal yaşam bakımından bakıldığında refah düzeyi yüksek ülkelerdir. Bununla birlikte kendi içinde siyasal ve ekonomik bir güç oluşturmak için Avrupa Birliği kurulmuştur. Bu açıdan dünyada birçok ekonomik sektörün yönlendirilmesinde Avrupa Birliği politikalarının önemli bir yeri olduğu göz ardı edilemez.

Avrupa Birliği'nin sahip olduğu siyasi ve ekonomik gücün yanı sıra Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye olma isteği AB'yi Türkiye açısından önemli kılmaktadır. Türkiye ile AB ilişkileri ilk olarak Ankara Antlaşmasıyla 12 Eylül 1963 tarihinde başlamıştır. 1983 yılında Türkiye'nin birliğe tam üyelik başvurusu için Helsinki Zirvesi'nde (1999) Türkiye'nin diğer aday ülkelerle eşit koşullarda aday ülke olarak kabul edilmesinden dolayı Helsinki Zirvesi AB ve Türkiye ilişkileri açısından dönüm noktası olarak kabul edilmektedir (Özer, 2007:67). Ayrıca AB ve Türkiye ilişkileri için 2004 yılında gerçekleşen Brüksel Zirvesiyle Türkiye'nin siyasi *kriterleri* karşıladığı belirtilerek 2005 yılında birlik ile Türkiye arasındaki müzakereleri başlatması açısından önemlidir (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2022). Türkiye ile AB arasındaki görüşmeler 2012 yılına kadar devam etmiş 2012 yılında pozitif gündem oluşturularak önemli konularda iş birliği yapılması hedeflenmiştir. Ancak pozitif gündem 2014 yılında sona ermiş 2018 yılında ise AB Genel İşler Konseyi, Türkiye'nin birlikten uzaklaştığını belirterek katılım müzakerelerini fiilen durdurma kararı vermiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2021).

Her ne kadar Türkiye-AB ilişkileri önceki yıllara nazaran yoğunluğunu yitirmiş olsa da ekonomik ilişkiler Türkiye'nin Avrupa ve Avrupa Birliği ülkelerini göz ardı etmesi mümkün değildir. Turizm sektörü açısından bakıldığında, Avrupa'nın dünya turizm pazarının yarısından fazlasını barındırmasının yanı sıra Türkiye'yi ziyaret edenlerin yaklaşık %80'lik bölümünün Avrupalı turistlerden oluşması, Türkiye'nin Avrupa ve AB ilişkilerinin turizm sektörü açısından yoğun olduğuna işaret etmektedir. Söz konusu ilişkiler yalnızca turist sayısına bağlı kalmamakla birlikte turizme yönelik geliştirilen politikaları açısından da karşılıklı izleme ve takip etme zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda

araştırmanın amacı Türkiye Turizm politikaları ile AB Turizm Politikalarının karşılaştırmasını yapmaktadır. Bu amaç çerçevesinde şu araştırma sorularının cevabı aranmıştır:

- AB Turizm politikaları geçmişten günümüze nasıl şekillenmiştir?
- Türkiye Turizm politikaları geçmişten günümüze nasıl şekillenmiştir?
- AB ve Türkiye Turizm politikalarının ortak ve farklı yönleri nelerdir?

Turizm pazarının önemli bir bölümünü oluşturan AB ülkelerindeki turizm politikalarının gelişimi ve geleceğe yönelik öngörülerini izlemek, Türkiye'nin turist *profilini* şekillendirmesine, hizmet kalitesini arttırmaya yönelik atacağı adımlarda önemli ipuçları sunabilir. Bu doğrultuda araştırma soruları çerçevesinde karşılaştırılan politikalar, Türkiye'nin turizm politikası geliştirmesinde ve politikaların uygulanmasında ilgili taraflara katkı sağlayacaktır. Araştırmanın devam eden bölümünde AB turizm politikaları incelenmiştir.

## 2. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARI

Avrupa'da turizm, çok eski dönemlerde öncelikle eğitim amaçlı yer değiştirmelerle gelişmeye başlamıştır. 19. yüzyıldan itibaren ulaşım ağlarındaki hızlı gelişmeler ile birlikte turizm Avrupa'da yaygınlaşmaya başlamıştır (Gyr, 2010:4). Avrupa'da turizm sektörü, II. Dünya Savaşı'ndan sonra ekonomik büyümenin önemli bir gücü olarak kabul edilmiştir (Karayazı, 2019:78). Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Avrupa dünya turizm pazarının yaklaşık %68,2 pay ile dünyanın en çok ziyaret edilen bölgesidir. Tablo 1'de turizm bölgelerine göre ziyaretçi sayılarına ve turizm gelirlerine yer verilmiştir:

**Tablo 1.** Dünya'daki turist sayısının ve turizm gelirlerinin dağılımı

	Afrika		Amerika		Asya-Pasifik		Avrupa		Orta Doğu	
	Turist Sayısı Milyon kişi	Turizm Geliri Milyar \$	Turist Sayısı Milyon kişi	Turizm Geliri Milyar \$	Turist Sayısı Milyon kişi	Turizm Geliri Milyar \$	Turist Sayısı Milyon kişi	Turizm Geliri Milyar \$	Turist Sayısı Milyon kişi	Turizm Geliri Milyar \$
2010	50,5	30,5	151,8	210,3	207,5	254,3	490,8	430,9	56,1	75,1
2011	50,8	32,9	157,3	228,3	221,2	297,8	524,0	489,6	50,6	70,3
2012	52,5	34,0	163,8	245,2	237,9	322,6	544,5	481,0	56,7	78,9
2013	54,9	34,0	170,6	266,7	254,1	352,9	569,7	519,6	58,3	82,3
2014	55,2	35,8	183,6	282,3	269,6	359,9	580,8	541,1	63,0	95,0

2015	53,9	31,4	194,1	297,5	284,4	351,9	612,1	472,7	65,1	65,3
2016	58,2	32,0	201,3	305,2	306,2	367,2	622,0	474,1	63,5	69,2
2017	62,9	36,4	210,8	316,2	324,4	392,0	677,2	521,8	65,5	77,5
2018	66,9	38,8	216,0	322,5	346,3	435,2	716,8	569,7	68,7	89,0
2019	68,2	38,9	219,3	330,1	360,1	441,4	746,9	574,3	73,2	98,7
2020	16,2	14,9	70,0	125,5	59,3	126,2	237,3	237,7	19,9	43,2
2021	18,5	16,6	82,4	139,8	20,9	94,0	281,3	307,6	18,2	58,6

**Kaynak:** (UNWTO, 2022)

Tablo 1 incelendiğinde, Avrupa'nın turist sayısı ve toplam turizm geliri bakımından diğer bölgelere üstünlük sağladığı görülmektedir. Avrupa'nın turistler tarafından çekici bir bölge konumunda olması ve bölgenin kültürel zenginliğinin, uluslararası pazarda sahip olduğu imaj üzerinde önemli etkisi vardır. Özellikle AB'ye üye ülkeler arasında bulunan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkeler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri incelendiğinde, sırasıyla, en çok turist ağırlayan ülkelerdir. Neredeyse Avrupa'daki ziyaretçilerin yarısına yakın bir bölümü bu ülkeleri ziyaret etmektedir (UNWTO, 2022)

Avrupa Birliği ülkeleri turist çekiciliği yüksek ülkeler olmasına ve ekonominin önemli bir kısmını oluşturmasına rağmen, birliğin turizm faaliyetlerini düzenleyen ve belli standartlar oluşturan ortak bir politikası bulunmamaktadır (Akbaş ve Mutlu, 2016:124). Birliğin turizm sektörüne yönelik ortak bir politikasının olmamasının sebepleri şunlardır (Tekindağ, 2014:3; Dinçer, Türkay ve Avunduk, 2015:52):

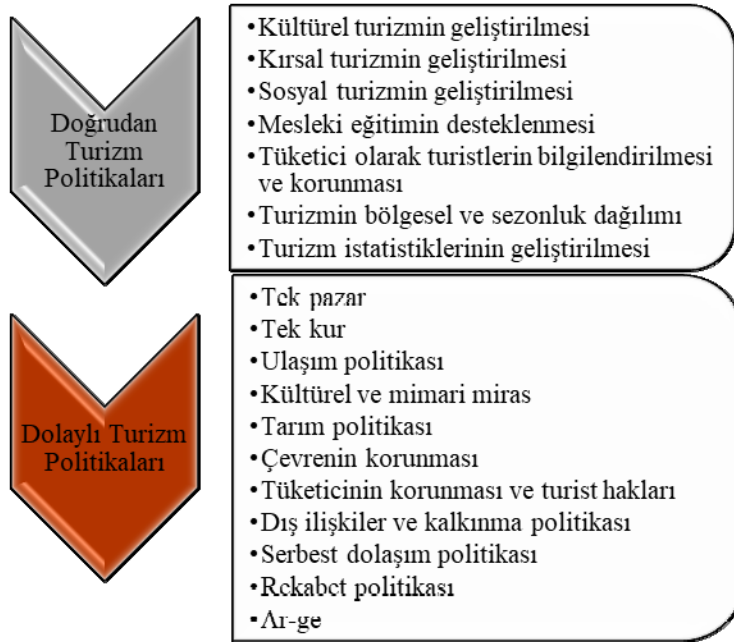
- Bölgesel farklılıklar
- Teşkilatlanma eksikliği
- Rekabet koşullarının farklılığı
- Turizm gelirlerinin farklılığı
- Turizmin farklı sektörler ile ilişki içerisinde olmasından dolayı kapsamlı ve karmaşık bir politika ihtiyacı
- Üye ülkelerin ortak politika konusunda isteksiz yaklaşımları ortak politika önündeki engeller olarak nitelendirilmektedir.



Yukarıda sıralanan maddeler çerçevesinde AB'ye üye birçok ülkenin bulunması sebebiyle (güncel üye sayısı 27) ortaya çıkan bölgesel farklılıklar, bu ülkelerin bir araya gelerek tek bir teşkilatlanma sisteminin kurulmasını zorlaştırması, her ülkenin sektörde rekabet gücünün farklı olması örneğin; birliğe üye Fransa ile yine AB'ye üye olan İrlanda'nın rekabet düzeyinin farklılığı ve buna bağlı olarak ülkelerin sektörden elde ettiklerin gelirin değişiklik göstermesi ve sektörün birçok sektör ile ilişkili olması gibi zorluklardan dolayı ortak bir turizm politikasının oluşturulmasına üye ülkeler isteksiz yaklaşmıştır.

Bilindiği üzere dünyadaki turist sayısı ve turizm gelirleri, 1990'lı yıllarla beraber önemli derecede artış göstermeye başlamıştır. Hızlı teknolojik gelişmeler ve yaşam koşullarının farklılaşmasıyla beraber turist eğilimlerinin değişiklik göstermeye başladığı fark edilmiştir. AB de 1990'lı yıllara kadar turizm sektörüne yönelik ortak bir turizm politikası oluşturma amacı edinmemiştir (Paksoy, 2005:58). AB, 1990'lı yılların başına kadar turizmin özellikle bölgesel kalkınma ve istihdam üzerindeki öneminin farkına varmıştır. Fakat turizme karşı sektörel bir yaklaşım yerine dolaylı olarak turizm faaliyetlerini sürdürmeyi tercih etmiştir (Ateşoğlu,2006:43). 1990 yılı “Avrupa Turizm Yılı” olarak ilan edilerek ilk kez turizm, AB kaynakları ile direkt olarak desteklenmesi gündeme gelmiştir (Arslan, 2014:431). Avrupa Turizm Yılı; turizmin bütünleşme aracı olma özelliğini öne çıkararak, turizmin ekonomik ve sosyal katkılarına dikkat çekmeyi amaçlamıştır (Commission of the European Communities, 1991:13). Avrupa Komisyonu tarafından 1994 yılında ise Avrupa Birliği içerisinde turizm sektörünün rolünü belirleyen Yeşil Kitap adlı çalışma hazırlanmıştır. Yeşil Kitap adlı çalışmanın amaçları; turizm hakkında enformasyonun gelişmesi, sektörde iş birliği, turistlerin tüketici olarak algılanması şeklindedir (Karayazı, 2019:91). 1997 yılında PHILOXENIA isimli programı yürürlüğe sokarak turizmin gelişimi amaçlanarak Avrupa'da istihdam ve ekonomik büyüme hedeflenmiştir. 2001 yılında komisyon, *Working Together For the Future of European Tourism* belgesiyle turizm sektörünün rekabet gücü hakkında fikirler sunulmuş, 2002 yılında önemli bir adım atılarak turizm hakkında ilk defa konsey kararı alınarak Avrupa'nın bir turizm merkezi olarak tanıtılması önerilmiştir (Arslan, 2014:431). 2005 yılında Yenilenmiş AB Turizm Politikası isimli bir tebliğ sunularak Avrupa Birliği turizminin rekabet gücünün artırılması amaçlanmıştır (Sivil, 2007:58). Günümüzde ise Avrupa Birliği'ne dair turizm politikaları incelendiğinde birlik, doğrudan ve dolaylı turizm politikaları ile sektörle ilgilenmektedir.

AB, turizm sektöründeki faaliyetleri düzenlemek amacıyla sektörü, bağlantılı konular çerçevesinde dolaylı politikalar ile ele almıştır (Tekindağ, 2014:3). Birliğin dolaylı turizm politikaları; çevrenin korunması, tüketicinin korunması, tek pazar, ekonomik ve parasal birlik, ulaşım politikası, kültürel ve mimari miras, tarım politikaları, dış ilişkiler ve kalkınma, serbest dolaşım politikası, rekabet politikası ve ar-ge şeklindedir (Arslan, 2014). 1990'lı yıllar ile birlikte Avrupa'da turizme yönelik daha ciddi adımlar atmaya başlamıştır. Turizmin gelir getirici etkisi ve olumlu etkilerinin fark edilmesinin ardından AB sektöre ilişkin doğrudan turizm politikaları geliştirmiştir. Birliğin sektöre ilişkin doğrudan turizm politikaları; kültürel turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, turizm eğitiminin desteklenmesi, tüketici olarak turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması, turizmin bölgesel ve sezonluk dağılımı, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi şeklindedir (Avcıkurt, 1997; Tekindağ, 2014).



Şekil 1. Avrupa Birliği'nin turizm politikaları

**Kaynak:** (Arslan, 2014; Tekindağ, 2014)

Avrupa Birliği dolaylı turizm politikaları çerçevesinde tek pazar ile ürün çeşitliliğinin artırılması ve rekabet gücünün artırılmasını, tek kur politikası ile kurlardaki dalgalanmalarının azalmasını, para değişim maliyetlerinin azalmasını, ulaşım politikasıyla; turist akışının

hızlanması için ulaşım ağının geliştirilmesi, kültürel ve mimari miras politikası ile birlik içerisinde yer alan kültürel ve mimari yapıların restore edilip müze veya otel olarak tasarlanması, tarım politikası; *agro* turizmin geliştirilerek tarım toplumlarının turizmden pay elde etmeleri, çevrenin korunması; turizm faaliyetlerinin çevreye verdiği zararları engellemek amacıyla “Kirleten Öder” anlayışı gibi uygulamaların geliştirilmesi, turist hakları ve tüketicinin korunması; birlik sınırları içerisinde yer alan üye ülkeler arasında turizmi teşvik etmek amaçlı turizm sektöründe hizmet veren özel ve kamu kuruluşlarının turist haklarına gereken önemin verilmesi için yoğun çalışmaların yapılması, dış ilişkiler ve kalkınma politikası ile üçüncü dünya ülkeleriyle olan ilişkilerin geliştirilmesi, birliğe üye ülkeler için yeni destinasyonların oluşturulması, serbest dolaşım politikası; sektörde nitelikli kişilerin veya turizm yatırımcılarının üye ülkeler arasında herhangi bir engel olmaksızın çalışması, rekabet politikası ile sektörde tekelliliğin engellenmesi, kobilerin desteklenmesi, ar-ge ile turizm teknolojisi gelişmesine ilişkin araştırma ve geliştirme projelerini teşvik edilmesi amaçlanmıştır (Arslan, 2014; Karakuş, 2003; Çiçek ve Özgen, 2001). Avrupa Birliği belirlediği bu dolaylı turizm politikaları ile ürün çeşitliliği fazla, rekabet gücü yüksek, turist haklarının korunduğu çevreye duyarlı kaliteli bir sektörün oluşturulmasını amaçlanmıştır.

Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları; kültürel turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, turizm eğitiminin desteklenmesi, turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması, sektörün bölgesel ve sezonluk dağılımı, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi şeklindedir (Tekindağ, 2014). Birlik kültürel turizmin geliştirilmesi ile Avrupa kültür ve yaşam tarzının tanıtılması, kültürel turizmin teşvik edilmesini, kırsal turizmin geliştirilmesiyle; kırsal alanların ve bazı bölgelerin kalkınmasını sağlamak, sosyal turizmin geliştirilmesi ile “Herkes İçin Turizm” anlayışı benimsenerek tüm bireylerin tatil yapmasını sağlamak, turizm eğitiminin desteklenmesi; nitelikli ve kaliteli bir sektörün oluşturulması, turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması politikası ile turistlerin tüketici hakları kapsamında değerlendirilip, haklarının güvence altına alınması; sektörün bölgesel ve sezonluk dağılımı ile alternatif turizm çeşitleri geliştirilerek turizmin bir sezona yoğunlaşmasının engellenmesi, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi; sektörde başarı sağlanması adına gelen turist sayısı, turizm gelirleri, gelen turistlerin ülkeleri vb. istatistiklerin belli bir noktada toplanarak düzenli bir şekilde tutulması amaçlanmıştır (Tekindağ, 2014; Emekli, 2005; Soykan, 2000; Bıçkı, Ak ve Özgökçeler, 2013; Sivil, 2007).

AB'nin gerek doğrudan turizm politikaları gerekse dolaylı turizm politikaları hedeflediği ana hususlar turizm sektörünün niteliğinin artırılması, Avrupa kültürünün tanıtılması, herkesin turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması, çevresel duyarlılık ve sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi, turist haklarının korunması, turizm çeşitliliği ile turizmin tüm yıla yayılması şeklinde özetlenebilir. Türkiye'nin turizm politikalarının da benzer hususları içerdiğini ifade etmek mümkündür. Ancak Türkiye'nin turizm politikalarının kronolojik olarak incelemesi, daha sağlıklı bir karşılaştırma imkânı sağlayacaktır.

### **3. TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARI**

Türkiye sahip olduğu tarihi geçmişi, kültürel ve mimari değerleri, coğrafi konumuyla turizm açısından potansiyeli yüksek bir ülkedir. Birçok ülkede olduğu gibi turizm sektörü Türkiye'de de ekonomik sorunlara karşı çözüm olarak görülmektedir (Tonbil, 2019:31). Turizm sektörü, Türkiye'de önemli oranda döviz girdisi oluşturarak, istihdam imkânları sağlayarak işsizliğin azalmasında ve ödemeler dengesi üzerindeki sorunların giderilmesinde önemli bir rol üstlenmiştir (Çımat ve Bahar, 2003:2). Özellikle ekonomik gerekçeler başta olmak üzere, toplumsal, çevresel ve kültürel açıdan Türkiye'de turizmin planlı bir biçimde gelişimi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de turizm politikalarının gelişimi, planlı dönem öncesi ve sonrası olarak incelenebilir.

1923-1963 yılları arasındaki zaman dilimini kapsayan planlı dönem öncesinde Türkiye'de karayolları, limanlar ve konaklama tesisleri yetersiz ve sektöre yönelik çalışmalar oldukça kısıtlıdır. 1929 yılında dünya ekonomik krizi ve 1939 yılında başlayan II. Dünya Savaşı nedeniyle turizm hareketleri olumsuz yönde etkilenmiştir (Akça, 2016:722). Bu dönemde turizm sektörü için yapılan teşvik ve yatırımlar hakkında rakamsal değerler bulunmadığından dolayı kapsamlı bir değerlendirme yapılması mümkün değildir (Ünlüönen ve Tayfun, 2009:3). Ancak bu dönemde de sektöre yönelik önemli adımlar atılmıştır. Bu adımlardan ilki Atatürk'ün önerisi ile Reşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından 1923 yılında kurulan Türk Seyyahın Cemiyeti'dir. Bu cemiyet sırasıyla 1926 yılında Türkiye Turing Kulübü, 1930 yılında ise Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu adını almıştır. 1934 yılında turizm sektörü ilk kez bir kamu hizmeti olarak tanımlanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile birlikte 1950'li yıllarda turizm sektörüyle ilgili gelişmeler hız kazanmıştır. 1953 yılında Turizm Teşvik Kanunu çıkarılmış, 1955 yılında

Turizm Bankası kurulmuş, 1957 yılında turizm ilk kez bakanlık düzeyinde ele alınmış ve 1960 yılında TC. Turizm Bankası kurulmuştur. Planlı dönem öncesi olarak tanımlanan bu dönemde turizme yönelik büyük yatırımlar yapılmasa da turizm devlet tarafından ciddiye alınmış ve bakanlık düzeyinde ele alınmaya başlamıştır (Altıntaş ve Şahin, 2007:19; Dinçer ve Çetin, 2015:172-173). Özellikle genç Türkiye Cumhuriyeti'nin, bütün dünyanın ekonomik, sosyal ve siyasal açıdan yeniden şekillendiği bu dönemde turizm için attığı adımlar oldukça önemlidir.

30 Eylül 1960 tarihinde Devlet Planlama Teşkilatı kurularak, 1960 sonrasında oluşturulan iktisat politikalarına düzenleme getirmek, politikaları bilimselleştirmek ve iktisat politikalarına istikrar kazandırmak amaçlanmıştır (Özdemir, 2014:8). Türkiye'nin 1963 yılında planlı döneme geçmesiyle ile ülkenin sosyo-ekonomik durumu ve ihtiyaçları kapsamında 15 yıllık plan hazırlanmasına gerek duyulan kalkınma planları hazırlanmıştır (Tüzünkan, 2015:91). Günümüze dek on bir tane kalkınma planı hazırlanmış olup bu planların ilk dokuzu Devlet Planlama Teşkilatı tarafından, onuncu plan Kalkınma Bakanlığı tarafından, on birinci plan ise T.C. Cumhurbaşkanlığı tarafından hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kalkınma planları çerçevesinde turizme detaylıca yer verilerek sektör hakkında politikalar belirlenmiştir. Kalkınma planlarında turizme ilişkin odaklanılan temel unsurlar Tablo 2'de özetlenmiştir:

**Tablo 2.** Kalkınma planlarında turizme ilişkin belirlenen hedefler

<b>Kalkınma Planı</b>	<b>Başlıca Hedefler</b>
<b>Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)</b>	Tanıtım Teşkilatlanma Turizm eğitimi Turistik tesislere kredi sağlanması
<b>İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)</b>	Tanıtım İşletme politikası oluşturulması Sektöre ilişkin kredileri düzenleyecek örgüt kurulması Mesleki eğitimin koordine edilmesi Kitle turizmin geliştirilmesi
<b>Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)</b>	Kitle turizmüne uygun tesisler Altyapının geliştirilmesi Milli park ve tarihi eserlerin onarımı Sosyal turizmin geliştirilmesi İç turizmin geliştirilmesi Turizm eğitimi

<b>Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)</b>	Kitle turizmin geliştirilmesi Konaklama kapasitesinin artırılması Yatak kapasitesinin artırılması Sosyal turizmin geliştirilmesi Charter seferlerinin düzenlenmesi
<b>Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)</b>	Konaklama ve yatak kapasitesini artırma OECD, OPEC, Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleriyle ilişkilerin geliştirilmesi Kitle turizmin ve bireysel turizmin geliştirilmesi Turizm istatistiklerinin tutulması
<b>Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)</b>	Sektörde çeşitlilik Altyapı ve üstyapının geliştirilmesi Charter taşımacılığının geliştirilmesi Mevsimselliğin uzatılması Aile işletmeciliğinin ve küçük kapasiteli işletmelerin teşvik edilmesi
<b>Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)</b>	Doğal ve kültürel varlıkların zenginleştirilmesi Sürdürülebilirlik Mevsimselliğin iyileştirilmesi Yeni potansiyel turizm alanlarının oluşturulması
<b>Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)</b>	Turizmin 12 aya yayılması Turizm yatırımlarında çevreye duyarlılık esaslarına uygunluk Küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi Mesleki eğitim standartların oluşturulması Yeni potansiyel turizm alanların oluşturulması Sürdürülebilir turizm
<b>Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)</b>	Kitle turizm Sürdürülebilir turizm Çevreye duyarlılık
<b>Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)</b>	Ülke turizminin markalaştırılması Turizmde çeşitlilik Altyapının iyileştirilmesi Sürdürülebilirlik Pazardaki değişimler doğrultusunda tanıtım planlaması Nitelikli personelin yetiştirilmesi
<b>On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)</b>	Turizm çeşitliliği Sezonun uzatılması Hizmet kalitesinin güçlendirilmesi Harcama potansiyeli yüksek olan turistlerin ülkeye çekilmesi Konaklama dışında da turistlerin harcama yapmasını sağlamak

**Kaynak:** (T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Kalkınma planları çerçevesinde ilk plan döneminden (1963-1967) dördüncü kalkınma planına (1979-1983) kadar kitle turizmin gelişimine odaklanılmışken, dördüncü plan döneminden sonra kitle turizminin yanında bireysel turizmin de geliştirilmesi gündeme getirilmiştir. Turizmin kıyı şeridinde yoğunlaşması ile yedinci plan dönemiyle (1996-2000) birlikte yeni turizm çeşitlerinin oluşturulması hedeflenmiştir. Kalkınma planlarında sürekli turist sayısını

artırma, tesis sayısını artırma ve kitle turizmin geliştirilmesine yönelik izlenen politikalar doğal ve tarihi değerlerin tahribi, çevre kirliliği gibi sorunları beraberinde getirmiştir. Bu nedenle sekizinci plan dönemiyle (2001-2005) beraber sürdürülebilir yaklaşımlar, çevreye duyarlı konaklama tesis standartlarının oluşturulması yönünde hedefler belirlenmiştir. Türkiye'nin kalkınma planlarında ilk olarak yatak kapasitesini artırma, kitle turizmin geliştirilmesi, turizm potansiyeli yüksek olan özellikle kıyı turizminin geliştiği bölgelere yatırımın yoğunlaşması gibi başlıklar ön plana çıkarken daha sonra bireysel turizm, turizmin çeşitliliği, turizmin 12 aya yayılması, çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik ve son kalkınma planı olan On Birinci Kalkınma Planı ile de sektörde dijitalleşme ve yeni pazarların oluşturulması şeklinde politikaların şekillendiği dikkat çekmektedir.

Türkiye turizm politikaları kalkınma planlarında yer alan politikalar ile sınırlı kalmayıp turizm şuraları ve 2023 turizm stratejisi ile sektör hakkında çeşitli planlar oluşturmuştur. Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında rekabet gücünü yükseltmek ve marka imajını güçlendirmek için ilki 20-22 Ekim 1998 yılında düzenlenen şurada; turizm ekonomisini küresel çapta rekabet edebilen seviyede geliştirilmesi hem yurt içi hem de yurt dışı turistlerin beklentilerini karşılamak, ülkenin sahip olduğu kültürel zenginlikleri koruyarak sürdürülebilirliğin sağlanması hedeflenmiştir (Özdemir, 2002:6). İlk turizm şurasından dört yıl sonra 2002 tarihinde 2. Turizm Şurası toplanmıştır. 2. Turizm Şurası ile sürdürülebilir bir turizm politikasının geliştirilmesi, sektörün öncelikli olarak kabul edilmesi ve buna yönelik önlemlerin alınması, turizm politikasının 5 yıllık kalkınma planlarında yer alan politikalar ile sınırlanmaması ve 10 yıllık esnek planların yapılması, alternatif turizm çeşitlerinin teşvik edilmesi, İstanbul'un özel olarak ele alınması ve tanıtımı yapılması, turizm eğitimine özen gösterilmesi, yatak kapasitesinin artırılması, yabancı sermayenin teşvik edilmesi şeklinde kararlar alınmıştır (Batuhan, 2018:62). Uzunca bir süre turizm şurası gerçekleştirilmemiş olup 15 yıl sonra, 2017 yılında yeni stratejilerin ve *vizyonun* hayata geçirilmesi adına 3. Turizm Şurası toplanmıştır. 3. Turizm Şura kapsamında sektörün yasal zeminin güçlendirilmesi, teknolojilerin takip edilerek uygulanması, yeni pazarların oluşturulması, sürdürülebilirlik, çevreye duyarlılık, sektöre ilişkin risk planı oluşturulması, sürdürülebilirlik kapsamında turizmde çeşitlilik sağlanması, yerel yönetimlerle iş birliği, gastronomi kültürünün geliştirilmesi şeklinde stratejiler belirlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Turizm Şuraları, sektörle ilgili paydaşların bir araya gelerek sektörün detaylı olarak ele alınması

açısından önemlidir. Ancak şurada alınan kararlar mevcut durum ve sorunları belirleme aşamasında kalmış, uygulamaya geçiş kısmında ise yetersiz kalmıştır (Batuhan,2018:68).

Turizm şuralarının yanı sıra sektörün gelişimi için hazırlanan bir diğer plan ise 2023 Turizm Stratejisi'dir. Bu strateji; üretim, yönetim ve uygulama aşamalarında sektöre bir yol haritası çizmeyi amaçlamıştır. Bu doğrultuda; alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, sürdürülebilir turizm yaklaşımlarının benimsenmesi, sektöre yönelik yatırım ve teşviklerin artırılması, iç turizmin geliştirilmesi, alt yapı ve ulaşım sorunlarının turizmin yoğun olduğu bölgelerde çözülmesi, turizmin 12 aya yayılması, belirli bir güzergâh oluşturularak doğal ve kültürel dokunun yenilenmesi amaçlanmıştır (TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Gerek kalkınma planları gerekse şuralar ve 2023 Turizm Stratejisi'nde temel olarak aynı noktalara değinilmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, planlı dönemde Türkiye'nin yatak kapasitesini arttırmakla başlayan turizm politikasının yönünün, turizm çeşitliliğine, sürdürülebilirliğe ve daha uzun turizm sezonuna evirildiği değerlendirilebilir.

#### **4. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARI İLE TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI**

Avrupa'nın dünya turizm pazarındaki yeri, dünyada turizmin gelişiminde kaptan rolü üstlenmesini de beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte Avrupa'da yer alan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin bazı turistik özelliklerinin Türkiye ile benzer olması, turizm politikalarının kıyaslanması gerekliliğini de doğurmaktadır. Bu gerekçelerin yanı sıra Türkiye'nin turizm pazarının çok büyük çoğunluğunun Avrupalı turistlerden oluştuğu gerçeği (Tablo 3), Türkiye'nin daha nitelikli turizm ürünleri sunması açısından AB turizm politikalarını izlemesi ve karşılaştırma yapmasını neredeyse zorunlu kılmaktadır.

**Tablo 3.** Türkiye'nin turizm pazarı (%)

	<b>Afrika (%)</b>	<b>Amerika (%)</b>	<b>Asya-Pasifik (%)</b>	<b>Avrupa (%)</b>	<b>Orta Doğu (%)</b>
2010	1	2	10	80	7
2011	1	2	9	80	7
2012	1	2	8	81	7
2013	1	2	10	80	7
2014	1	2	10	78	8
2015	2	3	11	76	9



2016	2	2	10	76	10
2017	2	2	11	75	11
2018	2	2	11	75	9
2019	2	2	11	75	9
2020	2	2	10	79	6

**Kaynak:** (UNWTO, 2022)

Daha önce de ifade edildiği üzere, AB'nin turizm politikaları dolaylı ve doğrudan turizm politikaları olarak iki gruba ayrılmaktadır. Bu politikalar çerçevesinde AB turizm politikaları incelendiğinde öncelikle birliğin kültürel turizme önem verdiği görülmektedir. Günümüzde birliğe 27 ülkenin üye olarak bulunması, AB'nin coğrafi sınırlarını genişletmekle birlikte kültürel zenginliği de sağlamaktadır. Birlik için Avrupa kültürü turizmin önemli bir yaratıcısı olarak kabul edilirken çeşitli projelerle de kültürel turizm desteklenmektedir. Örneğin; topluluk eylemi ile kültürel turizmin önemine dikkat çekilerek Avrupa kültürü, gelenekleri ve yaşam şekillerinin tanıtılması amaçlanmıştır (Emekli, 2005:102). Türkiye ise birçok medeniyete ev sahipliği yapmasının sonucu çok çeşitli kültürler, örf ve adetler, dinler, mimari eserler, el sanatları ve gastronomik çeşitlilik gibi kültürel zenginliklere sahiptir. Türkiye, bu kültürel değerlerin korunup sürdürülebilirliğini hedeflemesinin yanı sıra kültürel turizmin gelişimi adına 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde tematik bölgeler vasıtasıyla kültürel bir güzergâh oluşturarak kültürel turizmin geliştirilmesini amaçlanmıştır.

AB için bir diğer önemli konu, çevrenin korunmasına karşı duyarlı yaklaşımdır. AB, turizmin çevreye verdiği zararların önüne geçebilmek adına bazı yasal sınırlar belirlemiştir. Bunlar; su kalitesi yönergesi, biyoçeşitlilik stratejisi, eko etiketleme ve havayolu *emisyon* üretiminin sınırlandırılmasıdır (Tekindağ, 2014:57). Türkiye ise AB'ye uyum çalışmaları ile çevreyi koruma amaçlı mavi bayrak, yeşil anahtar gibi eko etiketleme programlarını uygulamaktadır.

AB ve Türkiye, turizm talebini karşılamak ve turizmin tüm yıla yayılması için belirledikleri politikalar çerçevesinde turizm çeşitliliğini sağlamayı amaçlamıştır. Örneğin AB tarım politikası ile kırsal alanların gelişimi amaçlı agro-turizmin ve kırsal turizmin geliştirilmesini amaçlamıştır. Benzer şekilde Türkiye'de yayla turizminin geliştirilmesine önem gösterilmesinin yanı sıra hem AB hem de Türkiye *kruvaziyer*, golf, kongre, kültür ve spor turizminin geliştirilmesini planlamıştır.

Turizm politikaları kapsamında AB ve Türkiye sosyal turizmin geliştirilmesini hedeflenmiştir. AB herkesin tatil deneyimi yaşaması için sosyal turizm çerçevesinde bazı programlar gerçekleştirmektedir. *Calypso, Labour Market Holiday Fund, The Sunshine Fund* bu programlara örnek gösterilebilir. Türkiye’de ise sosyal turizmin oluşmasında; 1960’lı yıllarda ücretli izin haklarının yasallığa kavuşması ve 1965 yılında memurlar için çıkarılan çalışma saatlerinde azalma yasası ile çalışanların boş zamanlarının artması önemli rol oynamaktadır (Akdemir, 2020:1330). Ayrıca ülkenin sahip olduğu doğal güzellikler, tarihi ve arkeolojik zenginlikler sosyal turizm için uygun bir ortam yaratmaktadır. Ancak bu olumlu etkenler turizme katılan kişilerin sayısını artırsa da sosyal turizmin gelişmesinde yeterli olmamıştır. Ülkede geçim problemleri yaşayan, işsiz veya yoksul kategorisinde yer alan bireyler için turizm hareketlerine katılmak lüks olarak değerlendirilmektedir (Bıçkı, Ak ve Özgökçeler, 2013:64). Günümüzde sosyal turizm değerlendirildiğinde; kamu bankaları tarafından tatil kredisi sağlanarak tatil olanağı sunulması, 2022 yaz aylarında gençlerin 81 ilde tatil yapması için Kredi ve Yurtlar Kurumunda ücretsiz konaklama imkânı sunulması gibi teşvikler bulunmaktadır (Haberturk, 2022). Ancak bunlar sosyal turizmin geliştirilmesi adına yeterli boyutta değildir, bu tedbirler istikrarlı olduğu ve ekonomik iyileştirilmeler sağlandığı ölçüde sosyal turizmin gelişimine katkı sağlayacaktır.

Avrupa Birliği ve Türkiye turizm politikalarında hedeflenen diğer bir önemli politika kaliteli bir sektör oluşturulması adına nitelikli personel yetiştirmek için turizm eğitimidir. Türkiye’de turizme yönelik mesleki eğitim örgün ve yaygın olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Şekil 2’de Türkiye’de turizm eğitiminin verilmiş biçimine yer verilmiştir:



Şekil 2. Türkiye’de turizm eğitimi

Turizm eğitiminin yaygınlaşması ile birlikte sektöre nitelikli personel yetiştirme anlamında olumlu bir gelişme olarak nitelendirilse de bazı sorunlar da ortaya çıkmıştır. Timur (1992), mesleki turizm eğitiminde karşılaşılan sorunları genel ve özel olarak iki sınıfa ayırmaktadır. Genel sorunları; turizm eğitim ve politikası, sektör ile eğitim veren kurumlar arasında işbirliği, koordinasyon, eğitilmiş personelin yasal korumaya almak olarak sıralarken özel sorunları; ders programları, eğitim araç ve gereçleri, yabancı dil, öğretim elemanı, kontenjan, staj ve yükseköğretim kurumlarının kuruluş yeri olarak sıralamıştır. Güneş (1997) mesleki eğitime ilişkin sorunları; milli bir turizm eğitimi politikasının bulunmaması, turizm eğitimine ayrılan finansmanın doğru bir şekilde kullanılmaması, turizm eğitiminde yer alan eğitimcilerin formasyon açısından eksikliği, eğitim programlarının eksikliği, eğitim merkezlerinde araç ve gereç eksikliği, plansız kontenjan, öğrenci seçiminde uygulanan yanlış politikalar şeklindedir. Tuyluoğlu (2003), turizm sektörü ile turizm eğitimi veren kuruluşlar arasındaki işbirliği eksikliği, turizm eğitiminde uyum ve koordinasyon eksikliği, ders programlarındaki uygulamalı derslerin eksikliği, yabancı dil eksikliği, öğretim elemanı sorunu, staj sorunu, eğitim kurumlarının kuruluş yerlerinin uzak olması olarak turizm eğitimine yönelik sorunları sıralamıştır. Keleş (2018) ise turizm eğitime ilişkin en önemli sorunun turizm eğitimi alan öğrencilerin mezun olduktan sonra başka sektörleri tercih etmesi olarak belirlemiştir. Bu çalışmalar çerçevesinde turizm eğitiminin ortak sorunları; mesleki eğitim politikası, ders müfredatı, araç ve gereç eksikliği, yabancı dil, staj, kontenjan, öğretim görevlisi, öğrencilerin mezun olduktan sonra başka alanlara yönelmesi şeklindedir. Bununla birlikte söz konusu sorunlar güncelliğini korumaktadır. Avrupa Birliği'nde ise, turizm eğitimi sosyal fonlarla desteklenen önemli bir husustur. Ayrıca AB'de büyük oteller ve gastronomi zincirleri kendi okulları vasıtasıyla personel yetiştirmektedirler (Demirkol ve Pelit, 2002:7). AB, turizm eğitiminin gelişimi adına birlik kapsamında Leonardo Da Vinci (Mesleki Eğitim Programı) 1995 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Bu program AB ve Avrupa Birliği'ne aday ülkeleri, mesleki eğitime ilişkin politikalar doğrultusunda desteklemektir (Ünal, 2007:19). Birlik nitelikli personel yetiştirmek ve sektörün kalitesinin artırılması için çeşitli programlar ile turizm eğitimini desteklemektedir.

AB ile Türkiye turizm politikaları incelendiğinde; birliğin politikaları çerçevesinde tek kur politikası ve serbest dolaşım politikası Türkiye'nin birliğe üye ülke olmamasından dolayı ülkede uygulanan bir politikaldan değildir. Ayrıca yine AB turizm politikaları arasında yer

alan sosyal turizm politikası çerçevesinde birlik, herkesin turizm faaliyetlerine katılımı için çeşitli projeler uygulamaktadır, aynı şekilde sosyal turizmin Türkiye turizm politikaları içerisinde de yer almasına rağmen ülke sosyal turizm konusunda yeterli değildir. Turizm sektörünün kalitesi için önemli olan mesleki eğitim konusunda ise yine önemli farklılıklar yer almaktadır. Birlik gerek büyük turizm zincirlerinin kendi okulları vasıtasıyla eğitim vermesi gerekse okullar aracılığıyla turizm eğitime önem göstererek sosyal fonlarla mesleki eğitimi desteklemesiyle turizm eğitiminin niceliğini artırmaya önem vermektedir. Türkiye’de ise turizm sektörüne yönelik hazırlanan plan ve politikalar çerçevesinde ise mesleki eğitim konusunda stratejilerin belirlenmesine rağmen çalışmada değinildiği gibi belirli sorunlar devam etmektedir.

Avrupa Birliği ülkeleri arasında bulunan ve Türkiye gibi birer Akdeniz ülkesi olan Fransa, İspanya ve İtalya’nın Türkiye ile benzer turistik özelliklere sahip olmasına rağmen Dünya Turizm Örgütü verileri incelendiğinde (UNWTO, 2022), turizm istatistikleri Türkiye’ye göre daha iyi bir konumdadır. Fransa, İspanya ve İtalya’nın birer AB üyesi olmasının sağladığı serbest dolaşım hakkı, tek kur, tek pazar gibi politikaların sağladığı avantajlar bu ülkelerin sektördeki rekabet gücünü artırmaktadır. Fransa’da turizmden sorumlu bakanlık Turizm Bakanlığı olup ülkenin turizm politika öncelikleri; turist sayısını artırma, sektörün bölgesel olarak dağılımını sağlamak, turist harcamalarını artırmak, turizmi mevsimlere yaymaktır (Sivil, 2007:70). İspanya turizmi ise dünya turizm pazarında önemli bir konuma sahiptir. Özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra İspanya, Avrupa’da kitle turizminin başkenti olmuştur. Turizmin ülkede önemli bir role sahip olmasından dolayı İspanya’da hükümetler ülkede yabancı yatırımları teşvik edici politikalar yürütmektedir (Avcı, 1997:61). İspanya 2020 turizm politikaları çerçevesinde; ülkede turizm istihdamını sağlamak, sektörün mevsimselliğinin azaltılması, doğal ve kültürel çevrenin korunması, toplumun ve hükümetin turizm farkındalığının artırılması amaçlanmıştır (Turismo, 2020:45). İtalya ise coğrafi konumu, turizm çeşitliliği, kültürel ve sanatsal zenginliği ile dünyanın önemli bir turizm merkezidir. Ülkede turizm devlet düzeyinde Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. İtalya Ulusal Stratejik Plan 2017-2022 planı çerçevesinde; turizmde sürdürülebilirlik, sektördeki yenilikleri takip etme ve erişebilirlik şeklindedir (OECD, 2020).

## **5. TARTIŞMA VE SONUÇ**

Turizm politikaları, sektörün kalitesinin artırılması ve geliştirilmesi için kısa, orta ve uzun dönemli olarak geliştirilen planları kapsamaktadır. Küresel pazarda ülkelerin turizm sektöründen en fazla payı almaları, geliştirdikleri turizm politikaları ile doğru orantılıdır. Dünya Turizm Örgütü verileri doğrultusunda en fazla pay sahibinin Avrupa kıtasının olması ve Türkiye'ye gelen turistlerin önemli bir bölümünün AB kökenli olmasından dolayı AB'nin turizm politikaları Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir (Emekli, 2006). Türkiye turizminin AB ile uyum içerisinde olması ve birliğe aday ülke olmasının önemi şu şekilde sıralanabilir:

- Birliğin dolaylı turizm politikalarında yer alan tek pazar hedefi doğrultusunda hem ülke turizminin çeşitliğinin artırılması hem de maliyetlerin azaltılarak rekabet gücünün artırılması,
- Ekonomik birlik (tek kur) politikası ile piyasalardaki kur dalgalanmalarından doğan maliyetlerin azalması,
- Birliğin serbest dolaşım hakkı ile herhangi bir engel olmadan üye ülkeler arasında dolaşım hakkının olması,
- Avrupa Birliği'nin turizm politikası kapsamında üye ülkelere sağladığı fonlardan yararlanması Türkiye turizmi açısından önemlidir.

Türkiye'ye gelen turistlerin büyük bir kısmının Avrupa Birliği kaynaklı olması (TÜRSAB, 2022) ülke turizminin başarısını Avrupa'daki başarısına bağlamaktadır. Bu sebeple Türkiye sahip olduğu Avrupa pazarını hem elinde tutabilmek hem de geliştirip uluslararası pazarda başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkeler karşısında rekabet gücünü güçlendirmek adına turizm politikaları önem arz etmektedir.

AB ve Türkiye turizm politikaları incelendiğinde gerek AB gerekse de Türkiye; tanıtım, mesleki eğitim, turizmin çeşitlendirilmesi, mevsimsellik, çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik, kültürel turizm, sosyal turizmin geliştirilmesi gibi ortak hedeflere odaklanıldığı görülmektedir. Ancak aynı hedeflerin belirlenmesine rağmen uygulamadaki farklılıklardan dolayı AB turizmi daha ön plandadır. Avrupa Birliği'nin turizm politikaları incelendiğinde doğrudan ve dolaylı turizm politikaları kapsamında birlik öncelikle tek kur, tek pazar gibi turizm sektörünü birlik içerisinde bütüncül bir yaklaşım uygulamaya çalışılmıştır. Daha sonra ise birliğin turizm politikaları, çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik, turizm çeşitliliği gibi

konulara evrilmiştir. Türkiye turizm politikaları ise yatak kapasitesini artırma, altyapı gibi politikalara öncelik vermiş daha sonra ise çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik, mevsimsellik, ürün çeşitliliğinin artırılması gibi hedeflere yönelmiştir. Anlaşılacağı üzere gerek AB gerekse Türkiye turizmde benzer hedeflere yönelmiştir.

Avrupa Birliği sahip olduğu turizm potansiyelini iyi bir şekilde değerlendirerek DTÖ verileri çerçevesinde de küresel turizm piyasasında konumunu belirlemiştir. Özellikle AB ülkelerinden olan Fransa, İspanya ve İtalya sahip oldukları turizm potansiyelini iyi değerlendirerek dünya turizm pazarının zirvesinde rol oynamaktadırlar. Türkiye ise hem AB üyelik isteği ile hem de ülke turizm pazarının önemli bir bölümünün Avrupa kökenli turistlerin oluşturması ve turizm pazarında başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya ile rekabet edebilirliğini artırması için Avrupa Birliği turizm politikalarını dikkate alarak ülke turizm politikalarını AB turizm politikalarına uyumlu hareket etmesi önem arz etmektedir.

Araştırmanın sonucu çerçevesinde Avrupa Birliği turizm politikalarının Türkiye açısından önemli olmasının başlıca sebeplerinden biri Türkiye turizm pazarının önemli bir bölümünün Avrupa Birliği'nin oluşturması ve Türkiye'nin ekonomik gerekçeler sebebiyle AB'ye girme isteğidir. AB ile Türkiye'nin turizm politikaları doğrultusunda birçok konuda ortak hedefler belirlemesine rağmen uygulamadaki farklılıklardan dolayı AB turizmi daha ön plandadır. Türkiye'nin AB standartlarına erişmesi ve birlik politikaları ile uyum sağlayarak başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya ile rekabet edebilmek adına bazı öneriler getirmek mümkündür:

- Türkiye, turizm potansiyelini etkin bir şekilde değerlendirmek ve daha nitelikli turiste ev sahipliği yapabilmek adına bir plan dâhilinde tanıtım çalışmalarını yürütmelidir.
- Avrupa Birliği'nde turizm eğitimi sosyal fonlar ile desteklenen çeşitli programlarla gelişmesi amaçlanan ve teşvikler sağlanan önemli bir olgudur. Türkiye'de ise turizm eğitiminde araştırmanın üçüncü bölümünde incelendiği gibi birçok sorun mevcuttur. Bu sorunlar çerçevesinde mesleki eğitim hakkında yasal düzenlemeler yapılması, mesleki eğitimin niteliğine önem verilmesi ve eğitim alan bireylerin sektörde istihdamda yer almasının teşvik edilmesi önemlidir.
- AB sosyal turizm bağlamında kendini yeterli bulmasa da Türkiye'den ileri durumdadır (Sivil, 2007:117). Birlik herkesin turizm faaliyetlerine katılmasını sağlamak adına

çeşitli programlar yürütmektedir. Ancak Türkiye’de sosyal turizmin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yetersizdir. Sosyal turizmin gelişmesi adına öncelikle yaşam standartlarının yükselmesi, ekonomik problemlerin çözülmesi ve AB’de olduğu gibi sosyal turizmin geliştirilmesine yönelik çeşitli programlar yürütülmelidir.

- Avrupa çevre konusunda duyarlı bir yaklaşım sergilemektedir. Birlik çevreye duyarlılık kapsamında eko-verimlilik tekniklerinin geliştirilmesi doğrultusunda çevresel projeler çerçevesinde stratejiler belirlemiştir. Türkiye’de ise gerek kalkınma planları çerçevesinde gerek turizmle ilgili hazırlanan diğer stratejilerde çevre bilincinden ve sürdürülebilirlik konularına yer verilmiştir. Ancak politika belgelerinde yer alan hususların uygulamada dikkatlice izlenmesi gerekliliği açıktır.
- AB turizmde artan talebi karşılamak için yeni potansiyel turizm alanları geliştirmeye çalışmaktadır. Türkiye’de ise mevsimselliğin ve mekânsal yoğunluğun önüne geçmek adına kırsal, yayla, sağlık, kongre, golf, yat, mağara vb. şekilde sektörde zenginlik sağlanmaya çalışılmaktadır. Ancak bu faaliyetlerin altyapıları güçlendirilerek özellikle az gelişmiş bölgelerde bu turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi gerek bölge için gerekse sektör için sezonun uzatılması adına önemli bir kazanım olacaktır.
- Türkiye’nin ana pazarı olan Avrupa ve AB ülkelerinin turizme yönelik yaklaşımları yakından izlenmeli, AB üyeliği dikkate alınmaksızın bu pazarın korunması ve güçlendirilmesi için gerekli tedbirler alınmalıdır.

## **6. KAYNAKÇA**

Akbaş, Z. ve Mutlu, Ç. (2016). Turizmi etkileyen Avrupa Birliği politikalarının Türkiye turizm politikaları ile karşılaştırılması: Ak Parti dönemi. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 123-139.

Akça, Y. (2016). Türkiye’nin kalkınma politikalarında turizm politikası. International Conference On Eurasian Economies, Bartın Üniversitesi, Türkiye, 721-726.

Akdemir, H. (2020). Sosyal turizme yeni bir bakış: Türkiye’nin alternatif kamp incelemesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1328-1343.

- Altıntaş, A. ve Şahin, F. K. (2007). Reşit Saffet Atabinen (1884-1965) ve Türk turizmine katkıları. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 26 (42), 9-36.
- Arslan, F. (2014). Avrupa Birliği'nin turizm politikası ve Türkiye turizm stratejisi 2023 üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 427-438.
- Ateşoğlu, L. (2006). Avrupa Birliği turizm politikası ve Avrupa Birliği ile Türkiye turizm sektörleri üzerine etkileri. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Avcıkurt, C. (1997). Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecinde Türk turizmi (Sorunlar ve çözüm önerileri). (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Balıkesir.
- Batuhan, T. (2018). 3. Turizm Şurası kararlarının turizm planlaması ve politikası çerçevesinde değerlendirilmesi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 58-69.
- Bıçkı, D., Ak, D., Özgökçeler, S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de sosyal turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı-31, 49-73.
- Commission of the European Communities (1991), Community action plan to assist tourism (Com 91/97) Final, Brussels, 1-47.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Çiçek, O. ve Özgen, I. (2001). Avrupa Birliği'nde turist hakları ve adaylık sürecinde Türkiye'deki uygulamalar, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 139-153.
- Dinçer, M. Z. ve Çetin, G. (2015). Kalkınma planlarında turizm. *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dinçer, M. Z., Türkay, B. ve Avunduk, Z. B. (2015). Kırsal turizm politikaları: Avrupa Birliği ve Türkiye'deki politikaların değerlendirilmesi, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (1), 49-60.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14 (1-2), 99-107.



- Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği bölgesel turizm politikasında turizmin yeri ve Türkiye turizmi. IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu “Avrupa Birliği sürecindeki Türkiye’de bölgesel farklılıklar”, Ankara Üniversitesi.
- Güneş, İ. (1997). Türkiye’de turizm eğitimi ve öğretiminin temel sorunları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, sayı 1-2, 99-105.
- Gyr, U. (2010). The history of tourism: structures on the path to modernity. *European History Online*, 1-18.
- Haberturk (2022). [URL: <https://www.haberturk.com/kyk-ucretsiz-konaklama-kac-gun-kyk-ucretsiz-konaklamadan-kimler-hangi-yastakiler-yararlanabilir-3478956/3>] (Erişim Tarihi: 25 Ağustos 2022).
- Karakuş, G. (2003). Avrupa Birliği turizm politikası, *Kültür ve Turizm Bakanlığı*.
- Karayazı, M. (2019). Avrupa Birliği’nde turizm politikasına yönelik düzenlemeler. *Uluslararası Turizm Uygulamaları*, 71-116.
- Keleş, Y. (2018). Neden turizm eğitimi? Lisans düzeyinde turizm öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 219-236.
- Lane, P. (2012). Tourism and the European Union- A brief overview. *Journal of Public Policies and Territory*, 1(3), 57-63.
- OECD (2020). OECD tourism trends and policies. [URL:<https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>] (Erişim Tarihi: 15 Eylül 2022).
- Özdemir, M. (2002). 2. Turizm Şurası, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 6-9.
- Özdemir, V. (2014). Türkiye’de planlı kalkınma deneyimleri. [URL: [https://dumludag.files.wordpress.com/2013/09/ozdemir\\_planlama.pdf](https://dumludag.files.wordpress.com/2013/09/ozdemir_planlama.pdf)] (Erişim Tarihi: 22 Temmuz 2022)
- Özer, M. A. (2007). Temel belgeler eşliğinde Türkiye-Avrupa Birliği ilişkileri. *Sayıştay Dergisi*. 18(66-67), 67-98.

- Paksoy, P. (2005). Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecinde Avrupa Birliği'nin Türk turizmde rolü ve önemi. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, AB Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Sivil, İ. H. (2007). Avrupa Birliği turizm politikaları ve Türkiye turizmi. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Elâzığ.
- Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 21-33.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi (2022). Yerüstü su kalitesi yönetmeliği. [URL:<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=16806&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>] (Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2022).
- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı (2022). [URL:<https://www.ab.gov.tr/>] (Erişim Tarihi: 26 Ağustos 2022).
- Tekindağ, M. (2014). Avrupa Birliği turizm destek politikalarının Türk turizm sektörüne etkileri. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(1), 1-19.
- Timur, A. (1992). Türkiye'de turizm eğitiminin yapısı, uygulanan politikalar ve sonuçları. Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop, 9-11 Aralık, 47-53. Ankara. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- Turismo (2020). Plan del Turismo Espanol Horizonte 2020 [URL:<https://www.tourspain.es/eses/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020>] (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2022).
- Tonbil, A. S. (2019). Türkiye'de turizm politikası ve planlanması. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı. Samsun.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Planlar ve programlar. [URL: <https://www.sbb.gov.tr/>] (Erişim Tarihi 28 Haziran 2022).

- Türkeri, İ. (2014). Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitiminin özel nitelikli sorunları ve çözüm önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 1-14.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). 2023 Türkiye turizm stratejisi. [URL: <https://www.ktb.gov.tr/>] (Erişim Tarihi: 19 Haziran 2022).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 3. Turizm Şurası. [URL: <https://www.ktb.gov.tr/>] (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2022).
- TÜRSAB (2022). Milliyetlerine göre gelen yabancı ziyaretçiler. [URL: <https://www.tursab.org.tr/>] (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2022).
- Tüzünkan, D. (2015). Türkiye’de uygulanan beş yıllık kalkınma planlarının istihdam politikaları açısından değerlendirilmesi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 90-117.
- TYD (2003). Avrupa Birliği turizm mevzuat rehberi. AB bilgi köprüleri programı.
- UNWTO. UNWTO Tourism data dashboard. [URL: <https://www.unwto.org/>] (Erişim Tarihi 30 Mayıs 2022).
- Ünal, A.B. (2007). Türkiye’nin Avrupa Birliği turizm politikasına uyumu. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Avrupa Birliği İlişkileri Bölümü, İstanbul.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2009). Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 1-17.

**1. Etik Kurul İzin Belgesi:** Bu çalışma kavramsal olarak hazırlanmış olup, ikincil verilerden yararlanılarak hazırlanan bir çalışma olmasından dolayı herhangi bir etik kurul izni gerektirmemektedir.

**2. Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**3. Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

## **Comparison of European Union Tourism Policies and Turkey Tourism Policies**

**Gözde YILDIRIM**

Ondokuz Mayıs University, Institute of Graduate Programs

**Yasin KELEŞ**

Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance

### **Extensive Summary**

The European continent is the region that has the largest share in world tourism movements. The European Union, which is the most important power of the European continent, determines the trends in tourism as well as in many economic sectors. Turkey's relations with the European Union and the fact that the European continent constitutes a significant part of the tourism market make it necessary to closely follow the approach of the European Union towards the tourism sector.

Tourism in Europe began to develop in very old times, primarily with educational relocations. Then, with the rapid developments in transportation networks, tourism started to spread in Europe. Today according to the data of the World Tourism Organization, Europe is the most visited region of the world with the share of approximately 68.2% of the world tourism market.

European Union countries constitute an important part of tourism activities in Europe. Within the EU, tourism policies are implemented as indirect and direct tourism policies. The European Union has dealt with the sector within the framework of indirect policies and issues related to the tourism sector. Since the 1990s, more serious steps have been taken regarding the tourism sector in Europe. After realizing the income-generating effect and positive effects of tourism for the sector, direct tourism policies were established in the European Union. Direct tourism policies and policies aiming directly at the development of the tourism sector have been determined.

As for Turkey, it is a country with high tourism potential with its geographical location, historical background, cultural and architectural values. As in many countries, tourism is seen as a solution to economic problems in Turkey. For this reason, the necessity of a planned

development of tourism in Turkey emerges. The regulations for the sector in the country are examined in two groups as before the planned period and after the planned period. Although large investments were not made in the tourism sector before the planned period, the sector was taken seriously by the state and started to be handled at the ministry level. In the planned period, the sector was discussed in detail both in development plans, tourism councils and 2023 tourism strategies.

The aim of this research is to compare the tourism policies of the EU with the tourism policies of Turkey due to the superiority of the European Union in tourism. As a result of the comparison made in the research for this purpose, it has been evaluated that the tourism policies of the European Union and Turkey focus on similar policies, but differ in certain points. In this context, suggestions for tourism policies were presented to policy makers.



## Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Algı Ölçeğinin Geliştirilmesi (Development of Perception Scale for Medical Tourism Potential)

Şükran KARACA<sup>a</sup>

Esra ÖZKAN ÖNEM<sup>b</sup>

\* Muhammed YILDIZ<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sivas-Türkiye  
(sukrankaraca@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0002-0268-1810>

<sup>b</sup> Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sivas-Türkiye  
(eozkanonem@cumhuriyet.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0001-5951-3466>

<sup>c</sup> Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sivas-Türkiye  
(muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-0407-8783>

### MAKALE GEÇMİŞİ

### ÖZ

#### Gönderim Tarihi:

28.09.2022

#### Kabul Tarihi:

01.12.2022

#### Anahtar Kelimeler:

Medikal Turizm,  
Medikal Turizm Algısı,  
Ölçek Geliştirme,  
Açımlayıcı Faktör Analizi, Doğrulayıcı  
Faktör Analizi

#### Keywords:

Medical Tourism,  
Perception of Medical Tourism,  
Scale Development,  
Exploratory Factor Analysis,  
Confirmatory Factor Analysis

#### Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

\***Sorumlu Yazar:** Muhammed YILDIZ

**Eposta:** muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr

Çalışmanın temel amacı, medikal turizm potansiyeline yönelik beşli likert tipi bir algı ölçeği geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda geliştirilmesi planlanan ölçek için ilk olarak literatür taraması yapılmış sonrasında ise uzman görüşlerine başvurularak 26 ifadeden oluşan bir madde havuzu oluşturulmuştur. Yapılan pilot çalışma sonrası son hali ortaya çıkan 22 maddelik ölçek formu Türkiye genelinde uygulanmış ve çevrimiçi anket tekniği ile 416 kişiden veriler elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS ve AMOS programları aracılığıyla analize tabi tutulmuştur. Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,45'in altında kalan ve çift yüklemeye yapılan ifadeler çıkarılmış ve 16 ifadeden oluşan üç boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin KMO değeri 0,931 olarak hesaplanmış ve ortaya çıkan boyutların toplam varyansın %65,377'sini açıkladığı görülmüştür. Ardından doğrulayıcı faktör analizi yapılarak uyum indeksi değerlerine bakılmış ve değerlerin iyi ve kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüştür. Daha sonra geçerliliği test edilen ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alfa değeri 0,929 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla geliştirilen medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu sonucuna varılmıştır.

### ABSTRACT

Main purpose of the study is to develop a five-point Likert-type perception scale for the potential of medical tourism. Firstly, a literature review was conducted and then 26 statements were created by consulting expert opinions. After the pilot study, the final version of 22-item scale form emerged. The questionnaire form was applied throughout Türkiye and data were obtained from 416 people with the online questionnaire technique. The data obtained from the participants were analyzed through SPSS and AMOS programs. Exploratory and confirmatory factor analyses, reliability and validity analyses were performed. As a result of the exploratory factor analysis, expressions with factor loadings below 0.45 and with double loading were removed and a three-dimensional scale consisting of 16 expressions was obtained. The KMO value of the scale was calculated as 0.931 and it was seen that the resulting dimensions explained 65.377% of the total variance. Then, confirmatory factor analysis was performed, and the values of the model fit were examined and it was seen that the values were in the good and acceptable range. Afterwards, the reliability analysis of the scale whose validity was tested was performed and the Cronbach Alpha value was found to be 0.929. Therefore, it was concluded that the perception scale for the medical tourism potential developed is a valid and reliable scale.

**Makalenin Künyesi:** Karaca, Ş., Özkan Önem, E., ve Yıldız, M. (2022). Medikal Turizm Potansiyeline Yönelik Algı Ölçeğinin Geliştirilmesi. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (2), 170-193.

## **1. GİRİŞ**

Turizm endüstrisi, hizmet sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bu endüstri son yıllarda küresel bazda çok hızlı bir büyüme göstermektedir ve her yıl bir önceki yıla göre dünya ekonomisine sunmuş olduğu geliri artırmaktadır (Buzcu, 2021). 2019 yılında turizm endüstrisinin dünya ekonomisine katkısı yaklaşık 1,5 trilyon \$ olarak açıklanmıştır (UNWTO, 2020). Alternatif turizm faaliyeti olarak sağlık turizminin önemli bir bileşenini oluşturan medikal turizm de ülkelere önemli ekonomik getiriler sağlamaktadır (Anvekar, 2012; Suess vd., 2018). İnsanların devamlı olarak yaşadıkları yerden başka bir yere tedavi olmak amacıyla yaptıkları seyahatler olarak ifade edilen medikal turizm, turizm endüstrisi içerisinde önemli bir paya sahiptir (Buzcu, 2021). Medikal turizmin 2027 yılında küresel anlamda ekonomik olarak 207,9 milyar \$ gelir getireceği tahmin edilmektedir (Taheri, 2021). Ekonomik açıdan bakıldığında medikal turizmin, bu yönde hizmet sunan ülkeler için kârlı bir sektör olduğu ifade edilebilir (Buzcu, 2021).

Medikal turizmde genellikle gelişmiş ülkelere seyahat edilmektedir. Böylece yeni bir niş pazar oluşturularak turizm endüstrisinin gelişimi ve çeşitlenmesi sağlanmaktadır (Dawn ve Pal, 2011; Lee vd., 2012). Medikal turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda uluslararası düzenlemeler değişmiş ve sunulan sağlık hizmetleri çeşitlenmiştir. Bu da sağlık amacıyla yapılan seyahatlerin ve dolayısıyla medikal turizmden elde edilen gelirlerin artış göstermesine imkân sağlamıştır. Sağlık hizmetleri konusundaki düzenlemeler uluslararası anlamda değerlendirilerek sağlık kurum ve kuruluşlarında belirli düzeyde ortak standartlar oluşturulmaya başlanmıştır. Ayrıca farklı ülkelerde yaşanan kültürel değişim ve ulaşım maliyetlerinin azalması medikal turizm için itici bir güç olmuştur. Yaşanan gelişmeler neticesinde tatil ve tedavinin bir arada gerçekleştirildiği getirisi yüksek bir sektör olarak medikal turizm tüm dünyada önem kazanmaya başlamıştır (Lunt vd., 2010; Heung vd., 2011).

Günümüzde birçok ülkenin medikal turizmden faydalanmak amacıyla planlama ve politikalar geliştirdikleri görülmektedir (Yu vd., 2011; Han ve Hwang, 2013). Küresel anlamda birçok ülkenin ekonomik gelişimine katkı sağlayan medikal turizm, sağlık hizmetinin verildiği ülkede istihdam yaratmakta ve turizmin gelişmesini sağlamaktadır. Medikal hizmetlerin ekonomik getirisine ek olarak; konaklama, ulaşım, yiyecek içecek ve alışveriş başta olmak

üzere çeşitli alt sektörler medikal turizm faaliyetlerinden getiri elde etmektedir (Helmy, 2011). Medikal turizmin turistler açısından, düşük maliyet ile sağlık hizmeti alma, hızlı ve sıra beklemeden tedavi olanağı ile birlikte turistik deneyim kazanılması gibi faydaları bulunmaktadır (Scott vd., 2012; Pan ve Chen, 2014).

Literatür incelendiğinde medikal turizm deneyimine yönelik bir ölçek (Ghosh ve Mandal, 2018) bulunsa da medikal turizm potansiyeline yönelik geliştirilmiş bir ölçeğe rastlanılamamıştır. Medikal turizm faaliyetlerinin bahsedilen önemli potansiyelinden yola çıkılarak medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeği geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıktığı düşünülmüştür. Bu doğrultuda bu çalışmada bir bölgenin veya ülkenin medikal turizm potansiyeline yönelik bir algı ölçeği geliştirilmesi amaçlanmıştır.

## **2. MEDİKAL TURİZM**

Medikal turizm, “tıbbi hizmetlerden yararlanmak için uluslararası sınırlar arasında yapılan seyahat” olarak tanımlanabilir. Medikal turizm sağlık hizmetinin yanı sıra eğlence ve rahatlamaya yönelik faaliyetleri de içermektedir (Heung vd., 2010). Medikal turizm, daha çok ikinci ve üçüncü basamak sağlık kuruluşlarında, belirli bir hastalığı bulunan turistlere sunulan, daha önceden planlanmış tedavi ve uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2011). Ayrıca medikal turizm, tedavi ve rehabilite olmak ve sağlık hizmetlerine ulaşmak için turistlerin yaptıkları seyahatler olarak ifade edilebilir (Pollard, 2010).

Literatürde yer alan birçok çalışmada sağlık nedeniyle yapılan seyahatler tanımlanırken sağlık turizmi ve medikal turizm kavramlarının birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Medikal turizmin, sağlık turizminin altında değerlendirilmesine karşın son yıllarda yaşanan gelişiminden dolayı sağlık turizminin yerine de kullanılmaya başlanmıştır (Yavuz, 2011). Nitekim sağlık hizmeti almak amacıyla yapılan seyahatler medikal turizm içerisinde yer almaktadır (Reisman, 2010). Medikal turizmde gerçekleştirilen uygulamalar başta estetik cerrahi, diş tedavisi, kardiyoloji, ortopedik cerrahi, obezite tedavisi, tüp bebek vb. uygulamalar, organ ve doku nakli, göz tedavisi, check-up hizmetleri şeklinde sıralanabilir (Horowitz ve Rosensweig, 2007; Tengilimoğlu ve Zekioğlu, 2020). Alınan sağlık hizmetinde dinlenme ve boş zaman aktivitesi medikal turizmin turistik boyutunu oluştururken tedavi amacıyla uygulanan tüm işlemler medikal boyutunu oluşturmaktadır. Böylelikle medikal turizmde tıp ve turizm sektörü işbirliği içerisinde mal ve hizmet üretilmektedir (Gümüş ve



Büyük, 2008). Bir diğer ifadeyle, tedavi ve bakım amacıyla ikamet edilen ülkeden başka ülkelere yapılan seyahatler olarak değerlendirilen medikal turizm, sağlık ve turizm kavramlarının birleşimi olarak değerlendirilebilir (Anvekar, 2012).

Medikal turizmin tarihinin çok eskilere dayandığı görülmektedir. İlk olarak M.Ö. 4200 yıllarında Sümerler, şifalı olduğuna inanılan suların bulunduğu termal kaynakların yer aldığı alanlara tapınaklar yapmıştır. Antik Yunanlar, M.Ö. 1500'lü yıllarda şifa tanrısı onuruna "Asclepha" tapınağı yapmış ve bu tapınağa çeşitli ülkelerden hastalar şifa bulmak için gelmişlerdir. 12. ve 13. yüzyılda Japon savaşçılar tarafından, sıcak ve mineralli suların mucizevi olduğuna inanıldığı ve tedavi amaçlı bu suyun kullanıldığı ifade edilmektedir. 18. ve 19. yüzyılda karaciğer, tüberküloz ve bronşit gibi hastalıkların tedavisi için sanatoryum hastanelerinin kurulduğu ve çeşitli ülkelerden birçok hastanın, tedavi olmak için bu hastanelere geldikleri bilinmektedir (Buzcu, 2016). 20. yüzyıla gelindiğinde Orta Amerika ülkeleri dış tedavilerinde, Tayland plastik cerrahide ve Küba göz cerrahisinde dünya çapında ön plana çıkmıştır. 21. yüzyılda ise özellikle teknolojinin gelişimiyle birlikte rekabet başlamış ve modern medikal turizm doğmuştur (Heung vd., 2011). Medikal turizm her geçen gün önemini daha da artırarak birçok ülkeyi bu rekabetin bir parçası haline getirmiştir (Moloğlu, 2015; Önder, 2022). Geleneksel anlamda medikal turizm kapsamında hastalar daha kaliteli bir sağlık hizmeti almak amacıyla az gelişmiş ülkelere daha gelişmiş ülkelere seyahat etmekteydi. Ancak günümüzde gelişmiş ülkelere, az gelişmiş ülkelere doğru yapılan seyahatlerde artış yaşanmaktadır (Gill ve Singh, 2011).

Sağlık ve turizm hizmetlerinin entegre edilmesini gerektiren medikal turizm kapsamında seyahat eden turistlerin destinasyon tercihinde, sunulan tıbbi hizmetin kalitesi ile destinasyon çekiciliği önem arz etmektedir (Ahmed vd., 2018; Brog ve Ljungbo, 2018; Kim vd., 2019; Tahari vd., 2021). Bu sektörde sürdürülebilir bir gelişim için hem turizm kaynaklarının hem de sağlık hizmetlerinin kalitesi oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalarda medikal turistlerin destinasyon seçimlerinde, sunulan hizmet kalitesinin, hizmet verilen kurumun modernliğinin ve destinasyonun doğal güzelliklerinin etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır (Sevim ve Sevim, 2019; Dang vd., 2020). Bir destinasyonun medikal turizm amacıyla tercih edilmesinde sağlık hizmetlerinin kaliteli olmasının yanı sıra ucuz olması da önemli etkenlerdendir (Rahman, 2019). Hatta bazı araştırmalarda uygun fiyat ve gelişmiş sağlık teknolojisinin medikal turizm açısından en önemli faktörler olduğu ifade edilmektedir (Kim vd., 2019).

Sağlık turizmi kapsamında Türkiye'yi tercih eden hastaların seçiminde etkili olan unsurlar; Türkiye'nin önemli bir turizm destinasyonu olması, sağlık hizmetlerinin ucuz olması, sağlık kuruluşları ve sağlık hizmetlerinin kaliteli olması şeklinde sıralanabilir (Üstün ve Uslu, 2022). Öte yandan destinasyona ulaşımın kolay olması da medikal turizm faaliyetlerini olumlu etkilemektedir (Yiğit ve Demirbaş, 2020).

Ülkeler arasında tedavi maliyetlerindeki önemli farklılıklar, tedavi için bekleme süresinin olmaması, alınan sağlık hizmetlerinin gizli tutulması, ulaşım imkânlarının artması, medikal turizm kapsamında paket turlar ortaya çıkması, medikal aracı şirketlerin ortaya çıkması, gelişmiş ülkelerde sağlık harcamalarının azaltılmak istenmesi ve teknolojik gelişmeler gibi unsurlar medikal turizmin gelişimine katkı yapmaktadır (Buzcu, 2021). Medikal turizmin gelişmesinde etkili olan unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Bookman ve Bookman, 2007; Connell, 2013; Yeoh vd., 2013; Tengilimoğlu ve Zekioglu, 2020):

- Yerel sağlık hizmetlerinin pahalı ve kalitesiz olması,
- Gelişmekte olan ülkelerde tıbbi imkânların fazla olması ve nitelikli sağlık çalışanlarının bulunması,
- Gelişmekte olan ülkelerde sunulan sağlık hizmeti kalitesinin artması,
- Yerel sağlık hizmetlerine ulaşmak için uzun süre beklenmesi,
- Gelişmekte olan ülkelerde sağlık hizmetlerinin ucuz ve hızlı olması,
- Yasal ve etik düzenlemeler arasında ülkeler arasında farklılıklar olması,
- Bireylerin mahremiyet kaygıları,
- Sağlık hizmeti ve turistik aktivitelerin bir arada bulunması,
- Uluslararası ulaşım imkânlarının artarak gelişen teknoloji ile birlikte ulaşım maliyetlerinin azalması.

Küresel çapta medikal turizmi geliştiren unsurlar olmasına karşın, bu sektörün önünde bazı engeller de bulunmaktadır. İmaj problemi, güven ve kalite konusundaki kaygılar, sağlık hizmetlerinde yaşanabilecek olumsuzluklara karşı hukuki altyapı, tedavi takibinin zor olması, dil ve vize konusunda yaşanabilecek sıkıntılar ve nitelikli sağlık personelinin varlığına ilişkin kaygılar medikal turizmin önündeki engeller olarak ifade edilebilir (Buzcu, 2021). Ayrıca pazarlama, uluslararası ve kültürel sorunlar, yönetim ve politika sorunları medikal turizmin gelişmesinin önündeki engeller arasında yer almaktadır (Momeni vd., 2018).

Yapılan literatür taraması sonucunda, bir çalışmada medikal turizm kapsamında hizmet almış olan turistlerin medikal turizm deneyimini ölçmek adına bir ölçek geliştirildiği görülmüştür (Ghosh ve Mandal, 2018). Bu ölçeğin daha çok medikal turistlerin hizmet aldıktan sonra hizmete yönelik deneyimlerini araştırmaya yönelik olduğu görülmektedir. Bu yönüyle bahsi geçen ölçek, mevcut çalışmadan ayrılmaktadır. Yapılan mevcut çalışmada bir destinasyonun medikal turizm potansiyeli algısını ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmek amaçlanmıştır.

### **3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Ölçek geliştirme çalışmasının ilk adımı olarak ölçek kapsamına alınacak konuların ve ifadelerin belirlenmesi ve konunun sınırlarının çizilebilmesi için medikal turizm ile ilgili literatür incelenmiştir (Yirik, 2014; Akbolat ve Deniz, 2017; Banerjee vd., 2018; Ergen, 2018; Sevim ve Sevim, 2019; Chaulagain vd., 2021). Literatür taraması neticesinde ulaşılan kaynaklardan yararlanılarak 28 ifadeden oluşan madde havuzu oluşturulmuş ve oluşturulan ifadeler sağlık turizmi alanında çalışmalar yapmış üç akademisyenin uzman görüşüne başvurularak düzenlenmiştir. Uzmanların öneri ve düzeltmeleri sonrasında ölçek deneme formu 26 madde olarak şekillenmiştir. Ölçek formunun dilbilgisi ve anlam bakımından uygunluğunun belirlenmesi açısından bir dilbilimciden yardım istenmiş ve gelen öneriler doğrultusunda gerekli, düzeltmeler yapılmıştır. Ölçek deneme formunun sınanması açısından 30 kişilik bir grup üzerinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonrasında madde sayısında düzeltmeye gidilerek bazı maddelerin ölçek formundan çıkarılmasına ve 22 ifade ile ölçeğin kullanılmasına karar verilmiştir. Ölçek deneme formu katılımcıların ifadeye katılım derecesine göre kesinlikle katılmıyorum (1) ile kesinlikle katılıyorum (5) arasında seçim yapmasını sağlayacak olan beşli likert tipi şeklinde hazırlanmıştır. Ölçek geliştirmenin son aşamasında elde edilen anket formu ile belirlenen örneklem üzerinde veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırma için oluşturulan anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda medikal turizm algısı ile ilgili ifadeler bulunurken ikinci kısımda ise araştırmaya katılanların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır.

Araştırma evrenini Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üzeri kişiler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak çevrimiçi anket tekniği ile 416 kişiye ulaşılmıştır. Yaygın olarak örneklem hacmi belirlemede; en az 300 kişiye ulaşılması önerilmektedir (Hair vd., 2010). Elde edilen örneklem sayısı literatürde belirtilen oranı

karşılmaktadır. Veriler Mart-Haziran 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Elde edilen veriler kullanılarak ölçeğin geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır. Çarpıklık basıklık değerlerine bakılan verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda SPSS ve AMOS programı kullanılarak açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinin ardından her bir boyut için Cronbach Alfa değerleri hesaplanarak güvenirlik analizleri yapılmıştır.

### 3.1. Etik İzin Beyanı

Araştırmanın etik açıdan uygunluğunun değerlendirilebilmesi amacıyla Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 30/03/2022 tarihli E-60263016-050.06.04-149815 nolu kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

## 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılanların demografik özellikleriyle ilgili tanımlayıcı istatistik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	f	%	Medeni Durum	f	%
Kadın	241	57,9	Evli	175	42,1
Erkek	175	42,1	Bekâr	241	57,9
Yaş	f	%	Aylık Ort. Aile Geliri	f	%
18-28	229	55	3000 TL ve altı	136	34,6
29-39	76	18,3	3001-5000 TL	134	34,1
40-50	54	13	5001-7000 TL	62	15,8
51 yaş ve üstü	57	13,7	7001- 9000 TL	36	9,2
			9001 TL ve üstü	25	6,4
Eğitim Durumu	f	%	Meslek/Mesgüliyet	f	%
İlköğretim/Ortaöğretim	21	5	Kamu Sektörü	127	30,5
Lise	98	23,6	Özel Sektör	66	15,9
Ön Lisans	62	14,9	Serbest Meslek	17	4,1
Lisans	181	43,5	Emekli	10	2,4
Lisansüstü	54	13	Öğrenci	121	29,1
			Ev Hanımı	33	7,9
			İşsiz	28	6,7
			Diğer	14	3,4
<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>416</b>	<b>100</b>

Tablo 1’e göre araştırmaya katılanların %57,9’u kadın iken %42,1’i erkektir. % 55’i 18-28 yaş aralığında, %26,7’si ise 40 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%43,5) lisans düzeyinde eğitim alanlardan oluşmaktadır ve %57,9’u bekârdır. %68,7 si 5000 TL ve altında bir gelire sahipken %30,5’inin kamu sektöründe çalıştığı görülmektedir.

#### 4.1. Normallik Testi

Veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla Skewness (çarpıklık) ve Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiş ve sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Çarpıklık ve basıklık değerleri

Faktörler	Çarpıklık	Basıklık	Min	Maks
Yeterlilik	,031	-,717	1,00	5,00
Çekicilik	-,393	-,285	1,00	5,00
İmkân	-,255	,041	1,00	5,00

Tabachnick ve Fidell’e (2013) göre; çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında ise veriler normal dağılım göstermektedir. Tablo 3’e göre elde edilen çarpıklık ve basıklık değerleri normallik şartını sağlamaktadır.

#### 4.2. Açımlayıcı Faktör Analizi

Çok sayıdaki ölçek ifadelerinin ana faktörler altında gruplandırılması ve sınıflandırılması amacıyla yapılan açımlayıcı faktör analizi, bu çalışmada da değişkenlerin yapısını özetlemek için kullanılmıştır. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi ve Bartlett Küresellik Testi yapılmıştır. Bu testler veri setinin faktörler altında toplanıp toplanmadığını belirlemek için örneklem yeterliliğini (sayısal olarak ve anlamlılık düzeyinde) ölçmeyi amaçlamaktadır (Richard ve Dean, 2007). Araştırma verilerinin faktör analizine uygun kabul edilmesi için analiz sonucunda KMO değerinin en az 0,60 olması ve Bartlett Küresellik Testinde “p” değerinin ise anlamlı çıkması beklenmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007).

Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3.** KMO ve Bartlett Küresellik Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü	,931	
Bartlett’in Küresellik Testi	Ki Kare	3818,425
	Sd	120
	P	,000

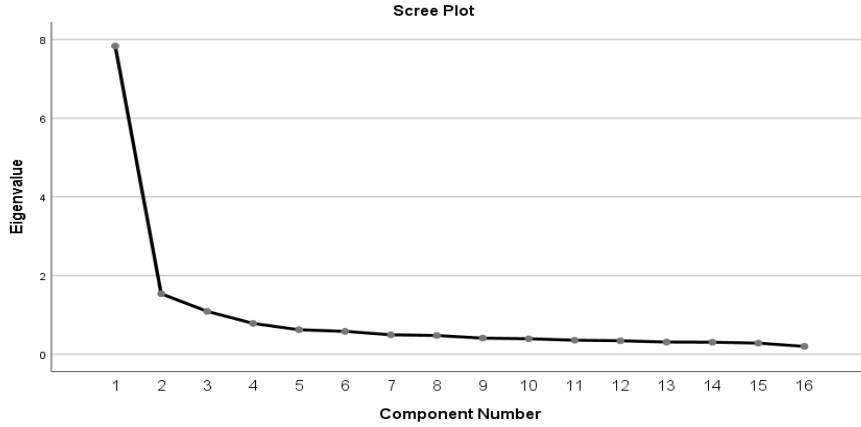
Tablo 3’e göre; KMO değerinin 0,60’nin üzerinde olduğu görüldüğünden katılımcı sayısının yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Bartlett testi sonucunun ise anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ifadeler arasında korelasyon konusunda bir sıkıntı olmadığı anlaşılmaktadır

(Kalaycı, 2008). KMO ve Bartlett testi sonuçlarının uygunluğu neticesinde verilere açımlayıcı faktör analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4’te gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Açımlayıcı faktör analizi

Faktörler	Faktör Yükleri	Ortalama	Standart Sapma	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)
<b>Faktör 1. Yeterlilik Boyutu</b>				<b>7,834</b>	<b>22,848</b>
MT6	,833	3,11	1,247		
MT8	,760	2,83	1,319		
MT5	,750	3,06	1,302		
MT7	,739	3,28	1,207		
<b>Faktör 2.Çekicilik Boyutu</b>				<b>1,536</b>	<b>22,673</b>
MT9	,789	3,46	1,351		
MT13	,724	3,73	1,108		
MT15	,686	3,82	1,102		
MT12	,677	3,24	1,274		
MT10	,625	3,36	1,299		
<b>Faktör 3. İmkân Boyutu</b>				<b>1,090</b>	<b>19,857</b>
MT1	,711	3,39	1,161		
MT19	,688	3,80	1,102		
MT18	,662	3,59	1,177		
MT2	,653	3,30	1,214		
MT22	,532	3,60	1,106		
MT17	,500	3,56	1,096		
MT16	,478	3,28	1,137		
<b>Toplam</b>					<b>65,377</b>

Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeği geliştirme çalışmasında analizlere 22 madde ile başlanmıştır. Faktör yüklerinin minimum değerini belirleme noktasında literatürde farklı görüşler vardır ve en yaygın kullanımın 0,45 ve üzeri olduğu ifade edilmektedir (Comrey ve Lee, 1992; Büyüköztürk, 2012; Finch vd., 2017). Bu çalışmada da faktör yükünün alt sınırı olarak 0,45 değeri belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi neticesinde faktör ağırlığı 0,45’in altında olan, herhangi bir faktöre dahil olmayan veya dağılımda birden fazla faktör altında yer alan 6 ifade ölçekten çıkarılmıştır. Tablo 5’e göre her bir faktörde yer alan maddelerin yüklerinin. 0,478 ile 0,833 arasında değiştiği görülmektedir.



Şekil 1. Özdeğer grafiği

Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin özdeğer ve açıklanan varyans yüzdesi sonuçlarına göre özdeğeri 1'den büyük madde gruplarının birer faktör olarak alınmasının uygun olduğuna karar verilmiştir. Böylece özdeğeri 7,834 olan yeterlilik boyutu; özdeğeri 1,536 olan çekicilik boyutu ve özdeğeri 1,090 olan imkân boyutu elde edilmiştir. Ölçekte 4 maddeden oluşan yeterlilik boyutunun açıklanan varyans oranı 22,848; 5 maddeden oluşan çekicilik boyutunun açıklanan varyans oranı 22,673 ve 7 maddeden oluşan imkân boyutunun ise açıklanan varyans oranı 19,857'dir. Boyutların toplam varyansı açıklama oranı %65,37 olarak bulunmuştur. Bu değer ölçeğin faktör yapısının güçlü olduğunu ifade etmektedir. Ölçek boyutlarının içeriği Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Faktörlerin içeriği

Faktör 1.Yeterlilik
M6. Sağlık hizmeti veren kurumlardaki uzman doktor sayısının medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.
M8. Sağlık hizmeti veren kurumlardaki yabancı dil bilen personelin sayısının medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.
M5. Sağlık hizmeti veren kurumlardaki yatak sayılarının medikal turizm talebini karşılamak için yeterli olduğunu düşünüyorum.
M7. Sağlık hizmeti veren kurumlardaki uzman doktorların niteliğinin medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.
Faktör 2.Çekicilik
M9. Ülkede sunulan sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere göre daha ucuz olmasının avantajlı olduğunu düşünüyorum.
M13. Ülkenin coğrafi konumunun ve turistik cazibesinin sağlık hizmetlerine yönelik talebi arttırmada etkili olduğunu düşünüyorum.
M15. Destinasyona doğrudan uçuş seferlerinin olmasının medikal turistlerin tercihini olumlu yönde etkilediğini düşünüyorum.
M12. Ülkede sağlık hizmeti veren kurumlarda tedavi için bekleme süresinin diğer ülkelere göre daha kısa

olduğunu düşünüyorum.

M10. Ülkede medikal tesislerin sunduğu konaklama hizmeti kalitesinin diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğunu düşünüyorum.

### Faktör 3. İmkân

M1. Ülkenin sağlık turizmi alanındaki yasal düzenlemelerin medikal turizmin gelişmesi açısından yeterli olduğunu düşünüyorum.

M19. Sağlık turizmi kapsamında belirlenen ülke hedeflerinin medikal turizmin gelişmesi için önemli olduğunu düşünüyorum.

M18. Nitelikli personelin medikal turizm alanında çalışmak için bu ülkeyi tercih edeceğini düşünüyorum.

M2. Ülkede sağlanan teşvik vb. devlet desteklerinin medikal turizmin gelişmesi için yeterli olduğunu düşünüyorum.

M22. Dünya’da ortalama yaşam süresinin artmasının medikal turizmin potansiyeli için önemli olduğunu düşünüyorum.

M17. Sağlık kuruluşları tarafından medikal turizm alanında yapılan tanıtım faaliyetlerinin ülkenin tanıtımına da katkı sağladığını düşünüyorum.

M16. Ülkede medikal turizm alanında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yeterli olduğunu düşünüyorum.

Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin geliştirilmesi sürecinde elde edilen üç faktörlü yapının doğrulanması amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizine başvurulmuştur. Bu aşamada geliştirilen ölçeğin yakınsak geçerliliğinin sınanması için açıklanan ortalama varyans (AVE) ve yapı güvenirliliği (CR) değerlerine bakılmıştır.

### 4.3. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Güvenilirlik bir ölçeğin aynı örneklem grubuna farklı zaman dilimlerinde uygulanması durumunda benzer sonuçları verme derecesi olarak tanımlanmaktadır (Özdoğan ve Tüzün, 2007). Ölçek geçerliliği, ölçeğin ölçmek istenilen olguyu doğru ölçmesini ifade etmektedir. Araştırmada ölçek ifadelerinin içerik geçerliliğini test etmek için uzman görüşünden yararlanılmıştır. Yapı geçerliliğinin sınanması için ise faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, ölçeğin hangi karakteristiği ölçtüğünü belirlemek amacıyla kullanılmaktadır (Nakip, 2006). Yakınsak geçerlilik ise, değişkenlerde yer alan ifadelerin kendi aralarında ve oluşturdukları faktörlerle ilişkisini ifade etmektedir (Coşkun vd., 2010). Yakınsak geçerlilik için AVE ve CR değerlerine bakılmıştır.

**Tablo 6.** Güvenilirlik ve geçerlilik analizleri

Faktörler	Cronbach Alfa	AVE	CR
Yeterlilik Boyutu	,873	,595	,854
Çekicilik Boyutu	,860	,493	,828
İmkân Boyutu	,869	,603	,865

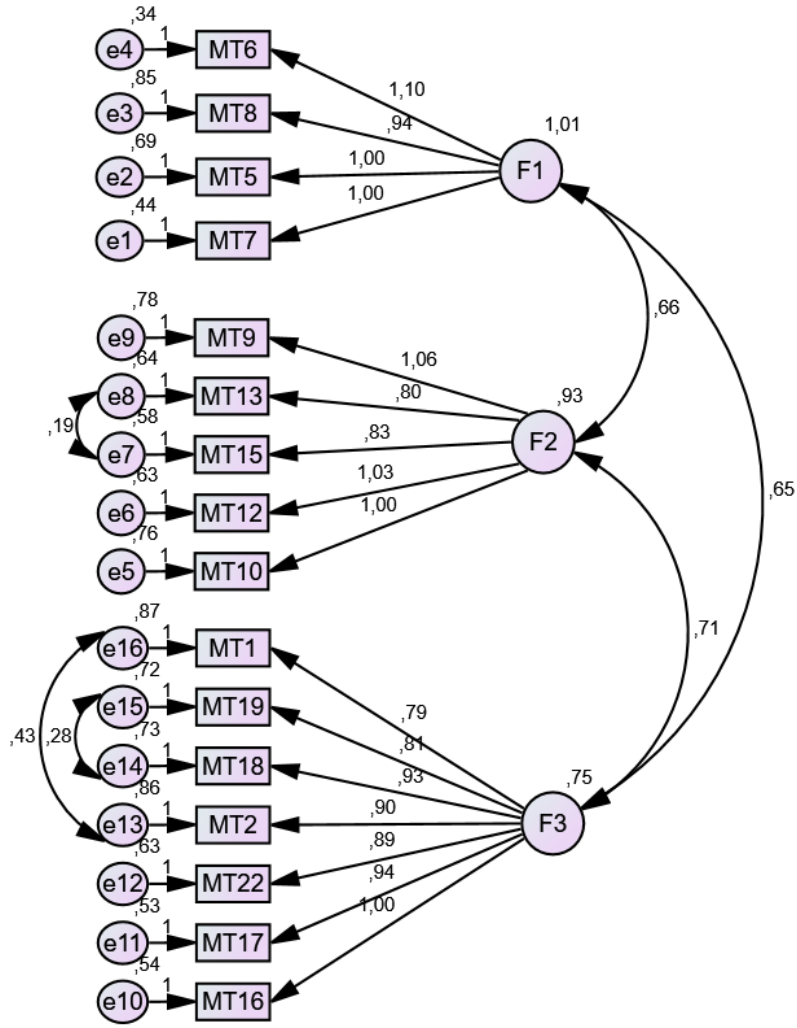


Ölçek güvenilirliğini tespitinde Cronbach Alfa katsayısı kullanılmaktadır. 0 ile 1 arasında değişen bu katsayı 1'e yaklaştıkça ölçek güvenilirliği artmaktadır. Ölçeğin tamamına uygulanan Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı analizi neticesinde, güvenilirlik katsayısı 0,929 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi neticesinde belirlenen alt boyutların Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı ise yeterlilik boyutu için 0,873; çekicilik boyutu için 0,860 ve imkân boyutu için 0,869 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre iç tutarlılık katsayıları ölçeğin hem faktör bazında hem de ölçek genelinde oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Yakınsak geçerliliğin tespitinde AVE ve CR değerlerine bakılmaktadır. Ölçeğin yakınsak geçerliliğe sahip olması için açıklanan ortalama varyansın  $AVE \geq 0,50$  olması beklenmektedir. Fornell ve Larcker'ın (1981) yaptıkları araştırmada bu değer için istisnai durumlardan bahsedilmiştir. Oluşan boyutlarda AVE değerlerinin 0,50 'ten küçük olması durumunda yakınsak geçerlilik için bileşik güvenilirlik değerleri incelenir. Araştırmacılara göre birleşik güvenilirlik değerlerinin tüm boyutlarda  $CR \geq 0,70$  olması şartıyla AVE değerlerinin  $AVE \geq 0,40$  olması yeterli kabul edilmiştir (Kayapınar ve Lorcu, 2020). Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinde birleşik güvenilirlik değeri tüm boyutlarda  $CR \geq 0,70$ 'dir. Tablo 7'ye göre ölçeğin yeterlilik ve imkan faktörlerinin açıklanan ortalama varyansı  $AVE \geq 0,50$ , çekicilik faktörünün açıklanan ortalama varyansı ise  $AVE \geq 0,40$ 'tır. Bu nedenle medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin yakınsak geçerliliğe sahip olduğu anlaşılmaktadır.

#### **4.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Doğrulayıcı faktör analizinde var olan bir modeldeki gözlenen değişkenler (faktörleri) kullanılarak örtük değişkenler (faktör) oluşturulmak istenmektedir. Ölçek geliştirme çalışmalarında, geçerlilik analizlerinde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Yaşlıoğlu, 2017). Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin geliştirilmesi kapsamında açımlayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen faktörler ve veri uyumunun sınanması için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmış ve Şekil 2'de gösterilen sonuçlara ulaşılmıştır.



Şekil 2. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Tablo 7’de medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğinin uyum iyiliği değerleri yer almaktadır.

Tablo 7. Uyum iyiliği değerleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli
$\chi^2/sd$	$\chi^2/sd \leq 3$	$\chi^2/sd \leq 5$	2,983
GFI	$0,90 \leq GFI$	$0,85 \leq GFI$	,917
IFI	$0,95 \leq IFI$	$0,90 \leq IFI$	,949
NFI	$0,95 \leq NFI$	$0,90 \leq NFI$	,925
TLI (NNFI)	$0,95 \leq NNFI$ (TLI)	$0,90 \leq NNFI$ (TLI)	,937
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$RMSEA \leq 0,08$	,069
SRMR	$SRMR \leq 0,05$	$SRMR \leq 0,10$	,050

Kaynak: (Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003; Karagöz, 2019)

Medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeğine ait uyum iyiliği değerlerine bakıldığında;  $\chi^2$ /sd, GFI ve SRMR değerleri iyi uyum gösterirken IFI, NFI, TLI (NNFI) ve RMSEA değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmektedir. Medikal turizm ölçeği faktörleri arasındaki korelasyon değerleri Tablo 8’de gösterilmiştir.

**Tablo 8.** Faktörler arası korelasyon

Faktörler	Yeterlilik	Çekicilik	İmkânlar
Yeterlilik	1		
Çekicilik	,679**	1	
İmkânlar	,743**	,856**	1

\*\* p=< 0,01

Ölçekte yer alan faktörler arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayıları 0,67 ile 0,85 arasında değişmektedir. Korelasyon katsayılarında 0,30 ile 0,70 arasındaki değer orta, 0,70 ile 1 arasındaki değer yüksek düzeyde ilişki olduğunun göstergesidir (Arslantürk, 2016). Buna göre medikal turizm potansiyeline yönelik algı ölçeği alt boyutları arasında ve toplam ölçekle pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın amacı, medikal turizm potansiyeline yönelik beşli likert tipi algı ölçeği geliştirmektir. Bu kapsamda ilk olarak konu ile ilgili literatür taranmış ve madde havuzu oluşturulmuştur. Daha sonra uzman görüşü alınarak ifadeler şekillendirilmiştir. Türkiye genelinde 416 kişiden çevrimiçi anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Veriler toplandıktan sonra öncelikle normallik analizi yapılarak verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Sonrasında veriler açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve 3 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bu boyutlar yeterlilik, çekicilik ve imkân olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin KMO değeri 0,931 ve boyutların toplam varyansı açıklama oranı % 65,377 olarak bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen yapının doğrulanması gözlenen ve örtük değişkenlerin uyum iyiliği indeks değerleri için Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüştür. Aynı zamanda geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilir bir ölçek olduğu da tespit edilmiştir. Daha önce medikal turizm potansiyeline yönelik bir algı ölçeği geliştirilmemiş olmasından dolayı yapılan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın en önemli kısıtları; pandemi, zaman ve maliyettir. Özellikle, pandemi döneminde medikal turizm kapsamında yapılan tedavilerin önemli bir kısmında aksamalar meydana gelmiştir. İnsanlar bu dönemde zorunlu olmadığı sürece bazı medikal operasyonları ertelemişlerdir. Dolayısıyla bu durum medikal turizminin potansiyeline yönelik algıyı etkileyebilmektedir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmaların pandemi dışında bir dönemde yapılması önerilebilir. Aynı zamanda kısa bir zaman dilimi içerisinde yapılan bu çalışmanın daha uzun bir zaman dilimine yayılarak yapılması diğer bir öneri olarak söylenebilir. Ayrıca, bu çalışma sadece Türkiye evreninde gerçekleştirilmiştir. Medikal turizmin gelişmişlik düzeyi, ülkeler ve bölgeler bazında farklılıklar gösterebileceğinden yapılacak çalışmalarda bölgeler arası veya ülkeler arası karşılaştırmalar yapılabilir.

## 6. KAYNAKÇA

- Ahmed, G., Al Amiri, N., & Khan, W. (2018). Outward medical tourism: A case of UAE. *Theoretical Economics Letters*, 8(7), 1368-1390.
- Akbolat, M., ve Deniz, N. G. (2017). Türkiye’de medikal turizmin gelişimi ve bazı ülkelerle karşılaştırılması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 123-139.
- Anvekar, S. R., (2012). Medical tourism in India: A strategic approach towards effective branding for health care services marketing. *American Journal of Management*, 12(2/3), 108-116.
- Banerjee, S., Nath, S. S., Dey, N. & Eto, H. (2018). *Global medical tourism: A review*. IGI Global.
- Bookman, M.Z., & Bookman, K.R. (2007). *Medical tourism in developing countries*. New York: Palgrave Macmillan.
- Borg, E. A., & Ljungbo, K. (2018). International market-oriented strategies for medical tourism destinations. *International Journal of Market Research*, 60(6), 621-634.

- Buzcu, Z. (2016). Türkiye’de medikal turizm ve özel hastanelerde bir çalışma (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Mersin.
- Buzcu, Z. (2021). Medikal Turizm, Ş. Karaca (Ed.), *Multidisipliner yaklaşımla sağlık turizmi* içinde. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Buzcu, Z., ve Birdir, K. (2019). Türkiye’de medikal turizm incelemesi: Özel hastanelerde bir çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 311-327.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Sia, B. C., Cheah, J. H., & Ting, H. (2021). Medical tourism destination image and its relationship with the intention to revisit: A study of Chinese medical tourists in Malaysia. *Journal Of China Tourism Research*, 17(2), 163-191.
- Chaulagain, S., Pizam, A. & Wang, Y. (2021). An integrated behavioral model for medical tourism: An American perspective. *Journal of Travel Research*. 60(4), 761-778.
- Cohen, I. G. (2012). How to regulate medical tourism (and why it matters for bioethics). *Developing World Bioethics*, 12(1), 9-20.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis (2nd ed.)*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Connell, J., (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Connell, J., (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E., ve Bayraktaroğlu. S., (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamaları*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Dang, H. S., Nguyen, T. M. T., Wang, C. N., Day, J. D., & Dang, T. M. H. (2020). Grey system theory in the study of medical tourism industry and its economic impact. *International journal of environmental research and public health*, 17(3), 961.
- Dawn, S. K., & Pal, S. (2011). Medical tourism in India: Issues, opportunities and designing strategies for growth and development. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 185-202.

- Ergen, F. D. (2018). Türkiye’de medikal turizm girişimciliği: İstanbul örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Finch, A.P., Brazier, J. E., Mukuria, C. & Bjorner, J. B. (2017). An exploratory study on using principal-component analysis and confirmatory factor analysis to identify bolt-on dimensions: The EQ-5D case study. *Value Health*, 20(10), 1362-1375.
- Ghosh, T., & Mandal, S. (2019). Medical tourism experience: Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1288-1301.
- Gümüş, F. ve Büyük, Ö., (2008). Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi, III. *Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Kongre Bildiri Kitabı*: 433-442.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Pearson Education International.
- Han, H., & Hwang, J., (2013). Multi-dimensions of the perceived benefits in a medical hotel and their roles in international travelers’ decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 100-108.
- Helmy, E., (2011). Benchmarking the Egyptian medical tourism sector against international best practices: an exploratory study. *Tourismos*, 6(2), 293-311.
- Heung, V. C., Kucukusta, D., & Song, H., (2010). A conceptual model of medical tourism: Implications for future research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.
- Heung, V. C., Kucukusta, D., & Song, H. (2011). Medical tourism development in Hong Kong: An assessment of the barriers. *Tourism management*, 32(5), 995-1005.
- Horowitz, M. D., Rosensweig, J. A., & Jones, C. A. (2007). Medical tourism: globalization of the healthcare marketplace. *Medscape General Medicine*, 9(4), 33.
- Hudson, S., & Li, X. (2012). Domestic medical tourism: A neglected dimension of medical tourism research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(3), 227-246.
- Jose, R., & Sachdeva, S. (2010). Keeping an eye on future: Medical tourism. *Indian Journal Of Community Medicine: Official Publication of Indian Association Of Preventive & Social Medicine*, 35(3), 376.

- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 3. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karagöz, Y. (2019). *SPSS AMOS META uygulamalı istatistiksel analizler*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kim, S., Arcodia, C., & Kim, I. (2019). Critical success factors of medical tourism: The case of South Korea. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 4964.
- Lee, C., & Spisto, M. (2007). Medical tourism, the future of health services. [URL: <http://www.bm.nsysu.edu.tw/tutorial/iylu/12th%20ICIT/07-07.pdf>] (Erişim Tarihi: 01/06/2021).
- Lee, M., Han, H. & Lockyer, T., (2012). Medical tourism-attracting Japanese tourists for medical tourism experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 69-86.
- Lunt, N., Hardey, M., & Mannion, R. (2010). Nip, tuck and click: Medical tourism and the emergence of web-based health information. *The Open Medical Informatics Journal*, 4, 1.
- Martínez Álvarez, M., Chanda, R., & Smith, R. D. (2011). The potential for bi-lateral agreements in medical tourism: A qualitative study of stakeholder perspectives from the UK and India. *Globalization and Health*, 7(1), 1-9.
- Moloğlu, V. (2015). Yükselen bir değer olan medikal turizmin Türkiye ekonomisine katkısı. *International Conference on Eurasian Economies*, 673-680.
- Momeni, K., Janati, A., Imani, A., & Khodayari-Zarnaq, R. (2018). Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, Iran: A qualitative study. *Tourism Management*, 69, 307-316.
- Musa, G., Doshi, D. R., Wong, K. M., & Thirumoorthy, T. (2012). How satisfied are inbound medical tourists in Malaysia? A study on private hospitals in Kuala Lumpur. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 629-646.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları, teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*, Seçkin Kitabevi, Ankara.

- Önder, T. N. (2022). Medikal turizmde kültürlerarası duyarlılığın müşteri odaklılığa etkisinde entelektüel sermayenin aracılık rolü. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Özdoğan, B., ve Kalemci, Tüzün, İ. (2007). Öğrencilerin üniversitelerine duydukları güven üzerine bir araştırma. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(2), 639-650.
- Pan, T. J., & Chen, W. C. (2014). Chinese medical tourists–Their perceptions of Taiwan. *Tourism Management*, 44, 108-112.
- Pollard, K. (2010). Medical tourism statistics: Comparing apples with apples. IMTJ, London: [URL: <https://www.imtj.com/articles/medical-tourism-statistics-comparing-apples-apples/>] (Erişim Tarihi: 14/04/2022).
- Rahman, M. K. (2019), Medical tourism: tourists' perceived services and satisfaction lessons from Malaysian hospitals. *Tourism Review*, 74 (3), 739-758.
- Reisman, D. A. (2010). *Health tourism: Social welfare through international trade*. Edward Elgar Publishing.
- Sağlık Bakanlığı (2011). *Medikal turizm araştırması: Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü*, Ag Design, Ankara.
- Schermelleh-Engel, K., & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Scott, J. J., Fike, D. S., Zhang, S., & Raehl, C. L. (2012). Domestic medical tourism: are hospital charges a factor? *International Journal of Health, Wellness & Society*, 2(1).
- Sevim, E., ve Sevim, E. (2019). Medikal turizm tercihini etkileyen faktörlerin incelenmesi: Türkiye örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(3), 633-652.
- Singh, N., & Gill, H. (2011). Exploring the factors that affect the choice of destination for medical tourism. *Journal of Service Science and Management*, 4(03), 315.
- Suess, C., Baloglu, S. & Busser, J.A. (2018). Perceived impacts of medical tourism development on community wellbeing. *Tourism Management*, 69, 232-245.



- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J. & Arshed, N. (2021). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, Volume 83, 1-18.
- Tengilimoğlu, D. ve Zekioğlu, A. (2020). Dünyada ve Türkiye’de medikal turizm. D. Tengilimoğlu (Ed.), Sağlık turizmi. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- UNWTO, (2020). International tourism highlights. [URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>] (Erişim Tarihi: 12/02/2021).
- Üstün, U., ve Uslu, Y. D. (2022). Türkiye’nin sağlık turizminde tercih edilme nedenleri üzerine bir çalışma: Medikal turizm endeksi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (33), 344-353.
- Vijaya, R. M. (2010). Medical tourism: Revenue generation or international transfer of healthcare problems? *Journal of Economic Issues*, 44(1), 53-70.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yavuz, M. C. (2011). *Dünyada sağlık turizmi ve Adana destinasyonu*. Çukurova Üniversitesi Basımevi, Adana.
- Yeoh, E., Othman, K., & Ahmad, H. (2013). Understanding medical tourists: Word-of-mouth and viral marketing as potent marketing tools. *Tourism Management*, 34, 196-201.
- Yiğit, A., ve Demirbaş, M. B. (2020). Türkiye’de medikal turizmin gelişimine etki eden faktörlerin SWOT-AHP yöntemi ile tespit edilmesine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(22), 173-192.
- Yirik, Ş. (2014). Sağlık turizmi üzerine Antalya destinasyonunda bir araştırma (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Yu, J., Lee, T.J., & Noh, H. (2011). Characteristics of a medical tourism industry: The case of South Korea. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(8), 856-872.

## **7. EKLER**

### **7.1. Madde Havuzu**

**M1.** Ülkenin sağlık turizmi alanındaki yasal düzenlemelerin medikal turizmin gelişmesi açısından yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M2.** Ülkede sağlanan teşvik vb. devlet desteklerinin medikal turizmin gelişmesi için yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M3.** Medikal turizm hizmeti veren kurumların web sitelerinin üzerinden yeterli bilgilendirme yapıldığını düşünüyorum.

**M4.** Ülkedeki danışma birimlerinin medikal turizm konusunda yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum.

**M5.** Sağlık hizmeti veren kurumlardaki yatak sayılarının medikal turizm talebini karşılamak için yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M6.** Sağlık hizmeti veren kurumlardaki uzman doktor sayısının medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M7.** Sağlık hizmeti veren kurumlardaki uzman doktorların niteliğinin medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M8.** Sağlık hizmeti veren kurumlardaki yabancı dil bilen personelin sayısının medikal turizm için yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M9.** Ülkede sunulan sağlık hizmetlerinin diğer ülkelere göre daha ucuz olmasının avantajlı olduğunu düşünüyorum.

**M10.** Ülkede medikal tesislerin sunduğu konaklama hizmeti kalitesinin diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğunu düşünüyorum.

**M11.** Ülkede medikal turizm kapsamında sağlık kuruluşlarında kullanılan cihazların yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M12.** Ülkede sağlık hizmeti veren kurumlarda tedavi için bekleme süresinin diğer ülkelere göre daha kısa olduğunu düşünüyorum.

**M13.** Ülkenin coğrafi konumunun ve turistik cazibesinin sağlık hizmetlerine yönelik talebi arttırmada etkili olduğunu düşünüyorum.

**M14.** Genel olarak ülkenin medikal turizm potansiyelinin yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M15.** Destinasyona doğrudan uçuş seferlerinin olmasının medikal turistlerin tercihini olumlu yönde etkilediğini düşünüyorum.

**M16.** Ülkede medikal turizm alanında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M17.** Sağlık kuruluşları tarafından medikal turizm alanında yapılan tanıtım faaliyetlerinin ülkenin tanıtımına da katkı sağladığını düşünüyorum.

**M18.** Nitelikli personelin medikal turizm alanında çalışmak için bu ülkeyi tercih edeceğini düşünüyorum.

**M19.** Sağlık turizmi kapsamında belirlenen ülke hedeflerinin medikal turizmin gelişmesi için önemli olduğunu düşünüyorum.

**M20.** Ülkeye ulaşım imkânlarının (karayolu, havayolu, denizyolu, demiryolu) yeterli olduğunu düşünüyorum.

**M21.** Ülkenin medikal turizmde imajının iyi olduğunu düşünüyorum.

**M22.** Dünya’da ortalama yaşam süresinin artmasının medikal turizmin potansiyeli için önemli olduğunu düşünüyorum.

**Etik Kurul İzni:** Araştırma için, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulunun 30/03/2022 tarihli, E-60263016-050.06.04-149815 sayılı ve 25 nolu kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

## **Development of Perception Scale for Medical Tourism Potential**

**Şükran KARACA**

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

**Esra ÖZKAN ÖNEM**

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

**Muhammed YILDIZ**

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

### **Extensive Summary**

The tourism industry has an important place in the service sector. This industry has been growing very rapidly on a global basis in recent years and increases the income it offers to the world economy every year compared to the previous year (Buzcu, 2021). In 2019, the contribution of the tourism industry to the world economy was announced as approximately \$1.5 trillion (UNWTO, 2020). Medical tourism, which is an important component of health tourism as an alternative tourism activity, also provides significant economic contribution to countries (Anvekar, 2012; Suess et al., 2018). Medical tourism, which is expressed as the travels that people make from place to place other than where they live for treatment, has an important share in the tourism industry (Buzcu, 2021). It is estimated that medical tourism will bring \$207.9 billion in global economic revenue in 2027 (Taheri, 2021). From an economic point of view, it can be stated that medical tourism is a profitable sector for the countries that provide services in this field (Buzcu, 2021).

Today, it is seen that many countries develop planning and policies to benefit from medical tourism (Yu et al., 2011; Han & Hwang, 2013). Medical tourism, which contributes to the economic development of many countries in the global sense, creates employment in the country where health services are provided and ensures the development of tourism. In addition to the economic return of medical services; Various sub-sectors, especially accommodation, transportation, food & beverage and shopping, generate income from medical tourism activities (Helmy, 2011). Medical tourism has benefits for tourists such as getting health services at low cost, the possibility of treatment quickly and without waiting in line and gaining touristic experience (Scott et al., 2012; Pan & Chen, 2014).

When the literature is examined, although there is a scale for medical tourism experience (Ghosh & Mandal, 2018), a scale developed for medical tourism potential has not been found. Based on the previously mentioned important potential of medical tourism activities, it is thought that it is necessary to develop a perception scale for the potential of medical tourism. Accordingly, the aim of the study is to develop a perception scale for the medical tourism potential of a region or country. Firstly, a literature review was conducted and then 26 statements were created by consulting expert opinions. After the pilot study, the final version of 22-item scale form emerged. The questionnaire form was applied throughout Türkiye and data were obtained from 416 people with the online questionnaire technique. The data obtained from the participants were analyzed through SPSS and AMOS programs. Exploratory and confirmatory factor analyses, reliability and validity analyses were performed. As a result of the exploratory factor analysis, expressions with factor loadings below 0.45 and with double loading were removed and a three-dimensional scale consisting of 16 expressions was obtained. The KMO value of the scale was calculated as 0.931 and it was seen that the resulting dimensions explained 65.377% of the total variance. Then, confirmatory factor analysis was performed and the values of the model fit were examined and it was seen that the values were in the good and acceptable range. Afterwards, the reliability analysis of the scale was performed, and Cronbach's Alpha value was found to be 0.929. Therefore, it was concluded that the developed perception scale for medical tourism potential is a valid and reliable scale. Since a perception scale for the medical tourism potential has not been developed before, it is thought that this study will contribute to the literature. The most important limitations of the study are pandemic situation, time and cost. Especially, during the pandemic period, a significant part of the treatments in the medical tourism field have been disrupted. During this period, people postponed some medical operations unless it was necessary. Accordingly, this situation may affect the perception of the potential of medical tourism. Therefore, it may be recommended that future studies be carried out in a period other than the pandemic. Another suggestion is future studies in this context could be conducted over a longer time period. In addition, this study was carried out only in the population of Türkiye. Since the level of development of medical tourism may differ on the basis of countries and regions, comparisons between regions or countries can be made in future studies.



## Gizli Potansiyel Destinasyon Olarak Cide İlçesinin Turistik Değerler Açısından İncelenmesi

(Examining of Cide District in Terms of Tourist Values as a Secret Potential Destination)

\* Çiğdem MUTLU<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, İzmir-Türkiye (cigdem.mutlu@deu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0002-0033-4110>

### MAKALE GEÇMİŞİ

**Gönderim Tarihi:**  
03.11.2022

**Kabul Tarihi:**  
02.12.2022

### Anahtar Kelimeler:

Kastamonu-Cide,  
Destinasyon,  
Gizli Potansiyel,  
Turistik Değer,  
Turizm

### Keywords:

Kastamonu-Cide,  
Destination,  
Secret Potential,  
Touristic Value,  
Tourism

### Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

**\*Sorumlu Yazar:** Çiğdem MUTLU

**E posta:** cigdem.mutlu@deu.edu.tr

### ÖZ

Son yıllarda dünya turizm pazarında değişimler yaşanmaktadır. Turizm pazarında bireylerin veya grupların, bilinen destinasyonlardan ziyade farklı, bilinmeyen veya az bilinen destinasyonları tercih etmektedirler. Ayrıca, bu destinasyonlardaki turistik değerleri keşfetmeye yönelik davranışlar sergilemektedirler. Böylece, turizm faaliyetleri açısından zengin alanlara, güçlü bir doğaya ve önemli kültürel birikime sahip olan Kastamonu ili Cide ilçesinin gizli kalmış turistik değerlerini belirleyerek turizm potansiyelini ortaya çıkarmak çalışmanın amacı olarak belirlenmiştir. Kastamonu ili Cide ilçesinin turistik değerlerinin incelenerek turizm potansiyelinin belirlenmesi ve turizmin geliştirilebilmesi için ilk olarak çevresel faktörler incelenmiş olup, ardından bölgenin geleceği ve gelişmesi için önemli olacak fırsatların belirlenmesi, bölge açısından tehdit oluşturabilecek unsurların saptanması, bölgenin güçlü yönlerinin tespit edilmesi ve bölgenin zayıf yönlerinin ortaya çıkarılması gerektiği düşünülmektedir. Buna istinaden, nitel araştırma yöntemi ile desenlenen çalışma da veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmada veriler, alanyazın taraması ve görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Çalışmanın evrenini yerel yönetim, yerel halk ve turizmle ilgili paydaşlar oluşturmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemi çalışmada örneklem stratejisi olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında Kastamonu ili Cide ilçesinin turizm açısından zayıf ve güçlü yönleri; fırsatları ve tehditlerine dair farklı ilgi gruplarıyla yapılacak görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında SWOT analizi yapılarak konuya ilişkin birtakım çözüm önerileri sunulmuştur. Çalışma sonucunda, Cide ilçesinin güçlü yönlerinin ve fırsatlarının zayıf yanları ve tehdit unsurlarına karşın daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

### ABSTRACT

In recent years, there have been changes in the world tourism market. In the tourism market, individuals or groups prefer different, unknown or little-known destinations rather than known destinations. They also exhibit behaviors aimed at discovering the touristic values in these destinations. Thus, it is determined as the aim of the study to reveal the tourism potential by determining the hidden touristic values of Cide district of Kastamonu province, which has rich areas, a strong nature and important cultural accumulation in terms of tourism activities. In order to determine the tourism potential and develop tourism by examining the touristic values of Cide district of Kastamonu province, environmental factors were first examined, and then it is thought that the opportunities that will be important for the future and development of the region should be determined, the factors that may pose a threat to the region should be determined, the strengths of the region should be determined and the weaknesses of the region should be revealed. Accordingly, a semi-structured interview form was prepared as a data collection tool in the study designed with qualitative research method. In the study, the data were collected by literature review and interview method. The universe of the study consists of local government, local people and stakeholders related to tourism. Snowball sampling method was determined as a sampling strategy in the study. Within the scope of the study, the weaknesses and strengths of Cide district of Kastamonu province in terms of tourism; SWOT analysis was made in the light of the data obtained as a result of interviews with different interest groups about the opportunities and threats and some solution proposals were presented on the subject. As a result of the study, it was revealed that the strengths and opportunities of Cide district were more than the weaknesses and threats.

**Makalenin Künyesi:** Mutlu, Ç. (2022). *Gizli Potansiyel Destinasyon Olarak Cide İlçesinin Turistik Değerler Açısından İncelenmesi*. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (2), 194-213.

## **1. GİRİŞ**

Küresel turizm pazarında yaşanan değişimlerin bireyleri veya grupları günümüzde daha farklı, gizli kalmış destinasyonlara, kültürlere, doğaya yönlendirmiştir. Daha farklı, huzurlu, sakin, keşfedilmemiş, gizli kalmış destinasyonlara olan ilgi artmaya başlamıştır. Dünya turizminde yaşanan bu değişimlerin diğer ülkeler gibi ülkemizin turizm faaliyetlerini de geliştirdiği ve turistlerin seyahat tercihlerine yön vermektedir. Bu bağlamda, Kastamonu ili Cide ilçesi de barındırdığı doğal güzellikleri ve kültürel özellikleriyle henüz tam keşfedilmemiş ancak, gizli bir turizm potansiyeli olan destinasyonlardan biridir.

Kastamonu ili Cide ilçesi Bartın-Sinop karayolu üzerindedir ve 103 km uzunluğunda bir kıyı şeridiyle Karadeniz'e açılmaktadır (Cide Belediyesi, 2022a). Cide ilçesindeki turizm kaynakları incelendiğinde doğal unsurların ortaya çıkardığı turistik ürünlerin ön plana çıkmaktadır. Bu doğal unsurlar, kanyonlar, vadiler, mağaralar, şelaleler, koylar, plajlar vb. turistik ürünü oluşturan çekiciliklerdir (Yavru, 2021). Ayrıca, Küre Dağları Milli Parkı'nın sınırları içerisinde yer alması doğa turizminin gerçekleştirilmesinde ve geliştirilmesinde önem arz etmektedir.

Cide ilçesi sahip olduğu doğal güzelliklerle birlikte kültürel ve tarihsel açıdan da önemli zenginlikler barındırmaktadır. El emeği ve ahşap ev mimarisinin örneği olan evler yüzyılı aşkın süredir ayakta kalarak günümüze kadar ulaşabilmiştir. Ayrıca, Cide ilçesinin marka değeri olarak adlandırılan, İstanbul padişahlarının İstanbul Boğazı'nda karşıdan karşıya geçerken kullandıkları Saltanat (Sultan) Kayıkları'nın tersanede günümüzde aslına uygun olarak yapımına devam etmektedir. Bununla birlikte coğrafi işaretli Cide'ye özgü Ceviz Helvası, tarih boyunca ipek yolu üzerinde önemli bir liman olma özelliği de kültürel ve tarihsel değerinin kanıtı niteliğindedir (Cide Belediyesi, 2022a).

Cide ilçesinin alternatif turizm, kültürel ve tarihsel açıdan turizm potansiyeline sahip bir gizli destinasyondur. Çalışmanın amacı, turizm faaliyetleri açısından zengin alanlara, güçlü bir doğaya ve önemli kültürel ve tarihsel birikime sahip olan Kastamonu ili Cide ilçesinin turistik değerlerini belirleyerek gizli kalmış turizm potansiyelini belirlemektir. Ayrıca, Kastamonu ili Cide ilçesinin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditlerinin neler olduğunun ortaya koyularak gizli kalmış, ortaya çıkarılamamış turistik faaliyetlerinin ve faaliyet alanlarının belirlenmesi de bir diğer amaçtır. Çalışma konuyla ilgili yazın taraması yapılmış olup Cide ilçesi turizm potansiyelinin değerlendirilmesi SWOT analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

Kastamonu ili Cide ilçesi turizm açısından gizli bir potansiyel destinasyondur. Alanyazın incelendiğinde Cide ilçesinin turistik değerlerini, turizm faaliyetlerini ön plana çıkaracak yeterli çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu duruma ek olarak, Cide ilçesi ve turizm potansiyeline dair yapılmış herhangi bir SWOT analizine de rastlanamamıştır. Turistik değerler ve turizm faaliyetlerinin belirlenerek ilçenin güçlü yönleri, zayıf yönleri, tehditleri ve fırsatlarının ortaya çıkarılarak karşılaştırılmasına olanak verebilmesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. SWOT analizi ile ortaya koyulan sonuçların ilçe turizminin gelişmesine ve pazarda daha güçlü olabilmesine destek sağlayacaktır.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Dünyada yaşanan hızlı değişim ve dönüşüm, bütün sektörlerde olduğu gibi turizmi de etkisi altına almıştır. Dünya turizm pazarında yaşanan değişimler turistleri doğal ve kültürel değerlere yönlendirmiştir. Doğa ve kültüre olan ilginin artması turistleri yeni, gizli potansiyel destinasyon ve turistik faaliyetler arayışına itmiştir. Böylece, turistlerin hem sakin, huzurlu olabilecekleri hem de doğal, kültürel ve tarihsel açıdan turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri destinasyonlara yönelmeleri de bu destinasyonların ortaya çıkarılmasına aracılık etmiştir (Ören ve Şahin, 2014). Bu gizli potansiyel destinasyonlardan biri de Kastamonu ili Cide ilçesidir.

Cide ile ilgili geçmişe ait bilgiler önemli olarak bilinen eserlerde yer almaktadır. Homeros İlyada'sında yüksek kültüründen (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022), Kâtip Çelebi Cihannüma adlı eserinde Kastamonu kazaları arasında Cide ilçesinden bahsederken, Evliya Çelebi de "Seyahatname" adlı eserinde ise Cide ilçesinin sınırlarına yer vermiştir. Ayrıca, Cide ilçesi hakkında değerli bilgiler sunan Fransız doğu bilimci Eugene Bore ise denizden yaptığı seyahatini Kastamonu kıyılarında günümüz Cide'ye kadar sürdürdüğü seyahatine istinaden bu bölgenin mağaraları, ormanları, evleri ve deniz ulaşımıyla ilgili bilgiler sunmuştur (Karasalihoğlu, 2022). Bu bilgiler doğrultusunda Cide ilçesinin çok eski bir tarih, kültür ve doğal çekiciliklerle dikkate değer bir gizli potansiyel destinasyon olarak nitelendirilebilir. Cide ilçesinin konumu Şekil 1'de verilmiştir.







Şekil 2'ye göre Cide ilçesinin doğal değerlerinin kanyon, şelale, akarsu gibi jeolojik oluşumları içermektedir. Bu doğal değerler jeoturizm açısından önemli kaynaklardır ve turistik çekicilikleri yüksektir. Jeolojik kaynakların olduğu coğrafi alanlar turistler açısından doğal zenginlik niteliğindedir. Ayrıca, jeolojik çeşitliliğinin olduğu alanların kimliği, kültürü, doğal yapısını ortaya çıkaran değerler olarak ifade edilmektedir. Bu alanlara gerçekleştirilen ziyaretler ise jeoturizm olarak adlandırılmaktadır. Jeoturizm, jeolojik kaynakların olduğu alanlara yapılan seyahatler şeklinde de tanımlanabilmektedir (Diker vd., 2016). Cide ilçesinin sahip olduğu doğal kaynaklar ve değerler, bu destinasyonda farklı turizm çeşitlerinin uygulanabileceğinin kanıtıdır. Cide ilçesi doğal turistik ürünleri ise Tablo 1'deki gibidir.

**Tablo 1.** Cide ilçesi doğal turistik ürünleri

Milli Park	Kanyonlar	Mağaralar	Şelale	Vadi ve Seyir Alanı	Koy
Küre Dağları Milli Parkı	Valla Kanyonu	Ilgarini Mağarası	Evken Şelaleleri	Loç Vadisi ve Seyir Alanı	Gideros Koyu
	Gömeren Kanyonu	Dağlı Kuyucu Mağarası		Muna Seyir Alanı	
	Malyas Kanyonu	Kılıçlı Mağarası			
	Aydos Kanyonu	Okçular İni			
	Kısık Kanyonu	Gideros Mağaraları			

Küre Dağları Milli Parkı'nda bulunan Valla Kanyonu girişi Kastamonu ili Pınarbaşı ilçesinde, çıkışı ise Cide ilçesinde olan ve dünya üzerinde bilinen bir kanyondur (Cide Belediyesi, 2022a). Valla Kanyonu Kastamonu ili, Pınarbaşı ilçesi, Muratbaşı köyü yakınlarında bulunmaktadır (Böyükılımaz ve Oğan, 2020). Valla Kanyonu kanyon geçişi, doğa yürüyüşü, endemik bitkileri, kanyonung, yaban hayatı izleme, manzara fotoğrafı gibi turistik faaliyetler açısından doğa severler için zengin değerleri içerisinde barındırmaktadır. Bu turistik ürün çeşitliliği, kanyonun dikkate değer bir turizm potansiyeline sahip olduğunun kanıtı niteliğindedir (Tanrısever vd., 2016). Cide ilçesi ve Küre Dağları Milli Parkı sınırında bulunan diğer bir kanyon ise Malyas Kanyonu ile Şenpazar, Cide ilçeleri ve Küre Dağları Milli Parkı sınırlarında bulunan Aydos Kanyonu da yürüyüş, kamp vb. turizm faaliyetleri açısından ziyaret edilebilecek rotalardır. Valla Kanyonu geçişi sonrası Valla Kanyonu Seyir Terası, Kerte Seyir Terası, Loç Vadisi ve Loç Vadisi Seyir Terası, Evken Şelalesi, Kılıçlı Mağarası, Dağlı Kuyucu Mağarası diğer önemli doğal kaynaklar olarak belirtilmektedir (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı Raporu, 2021).

Günümüzde Gideros olarak bilinen ancak Homeros'un İlyada adlı eserinde ilk kez Kytoros olarak adı geçen koy bölgenin en eski antikçağ yerleşimidir. Antikçağ adıyla Kytoros, günümüzdeki adıyla Gideros Koyu ve çevresi yoğun ağaçlarla (şimşir, çam, kestane, kayın, meşe) kaplıdır. Bununla birlikte, Kytoros limanının eskiden bir ticaret merkezi olarak kullanıldığı belirtilmektedir. Gideros'ta bulunan mağaraların içerisinde sarkıt ve dikitler mevcuttur. Gideros'ta bulunan mağaralardan iki tanesinin neredeyse 300 kişinin sığabileceği büyüklükte olduğu da belirtilmektedir. Ayrıca, antikçağda Cide ilçesini ünlü kılan özelliklerinden birinin de Şimşir ağaçlarıyla dolu ormanları olduğu ifade edilmektedir (Karasalihoğlu, 2022; During ve Glatz, 2010).

Kılıçlı Mağarası çevresine bakıldığında farklı iklim özellikleri gösteren bir alan niteliğine sahiptir. Ayrıca mağaranın taban kısmında çeşitli boyutlara sahip havuzlar yer almaktadır. Dağcıların, mağaracıların, doğasever turistlerin yoğun ilgisinin olduğu bir mağara olarak dikkat çekmektedir (Cide Belediyesi, 2022a). Karstik mağara olarak bilinen Kılıçlı Mağarası'nda, değişik boyutlardaki birçok damlataşı travertenler, akarsu taraçaları, mağara gülleri, sarkıt, dikit, sütun vb. doğal oluşumlar bulunmaktadır (Zeybek vd., 2019).

Cide ilçesinde verimli olarak bilinen bir iç vadi üzerinde geniş bir mağara olarak tespit edilen Ballica İni bulunmaktadır. Bir diğer mağara ise Gideros Koyu'na oldukça yakın olan Çadır İni'dir. Ayrıca, Okçular İni olarak bilinen mağara Cide sahili üzerinden denizi gören ve belirgin bir şekilde kaya çıkıntısının içerisinde yer almaktadır (During ve Glatz, 2010).

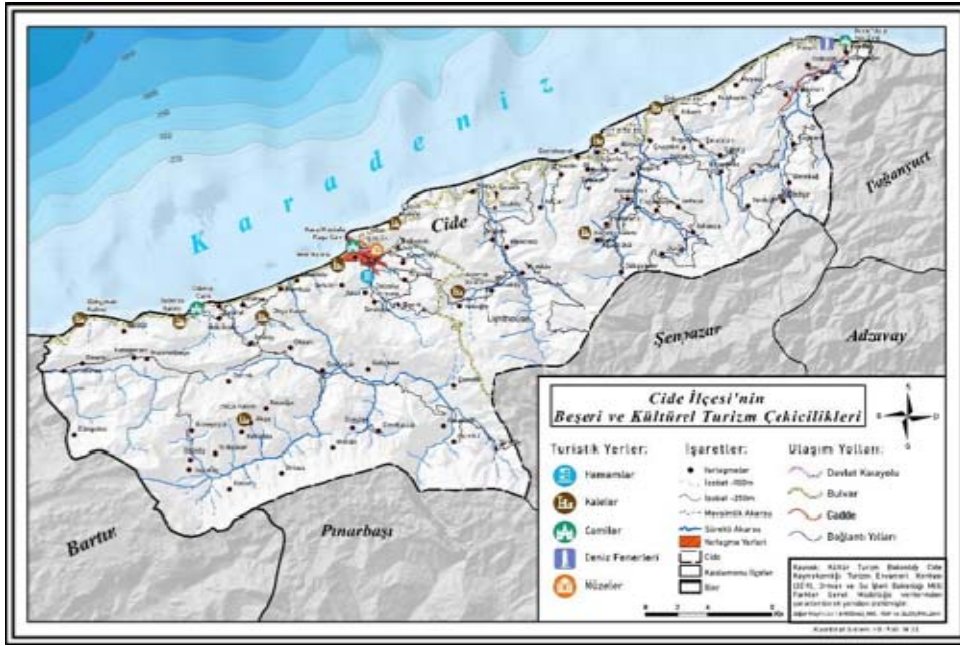
Orman Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından Kastamonu ili sınırlarında yer alan Valla Kanyonu, Ilgarini Mağarası ve çevresi örnek proje sahası olarak seçilirken, Ilgarini Mağarası FAO tarafından dünyanın dördüncü (4.) büyük mağarası olarak belirlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Ilgarini Mağarası'nın giriş galerisine bakıldığında, çöküntülerin meydana getirdiği oldukça etkileyici oluşumlar göze çarpmaktadır (Atlas Dergisi, 2010).

Türkiye'nin ağız en geniş olarak bilinen Dağlı Kuylucu Mağarası'nın ağzının Türkiye'nin en derin noktası olan Çukurpınar Düdeni'nin (1190 m.) ağzından daha da geniş olduğu belirlenmiştir. Bu mağaranın giriş kısmında ise iki akarsuyun birleşimi sonucu suyolu, çukur, cadı kazanları olarak ifade edilen yerlerin mevcut olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Karadeniz

bölgesinin en derin mağarası olmakla birlikte Türkiye'de ise 17. sırada olmasıyla önemini ortaya koymaktadır (Oktay vd., 2016; Cide Belediyesi, 2022a).

#### 4. CİDE İLÇESİNİN KÜLTÜREL VE TARİHSEL ÇEKİCİLİKLERİ

Kastamonu ili Cide ilçesi insanlık tarihi kadar eskilere giden tarihe sahiptir (Cide Belediyesi, 2022a). Kastamonu ili Cide ilçesi kaleleri, deniz feneri, coğrafi işaretli ürünleri, arkeolojik kalıntıları, festivalleriyle tarihsel, kültürel ve beşerî olarak turizme kaynak oluşturmaktadır. Şekil 3 Cide ilçesinin tarihsel, kültürel ve beşerî kaynaklarını göstermektedir.



Şekil 3. Cide ilçesinin tarihsel, kültürel ve beşerî turistik ürünleri

**Kaynak:** (Yavru, 2021)

Şekil 3'e göre Cide ilçesinin tarihsel, kültürel ve beşerî kaynakları arasında hamamlar, kaleler gibi değerler yer almaktadır. Kastamonu ili Taşköprü, Şenpazar ve Cide ilçelerinde yerleşik hayatın ilk dönemlerine ait izler ortaya çıkmıştır. Bu izleri ortaya koyan aletlerin özellikle Cide ilçesinde bulunduğu ve mağaraların içinden geldiği belirtilmiştir. Bununla birlikte, mağaraların yüzeylerinde seramik buluntularla birlikte arkeolojik materyaller ortaya çıkarılmıştır (Karasalihoğlu, 2022).

Cide ilçesinin en yeni ve dikkat çeken yapısı olarak Çoban Kalesi göze çarpmaktadır. Küçük bir yarımada üzerinde konumlanan Çoban Kalesi'nde hala birkaç metre yükseklikte ayakta kalabilmiş savunma duvarı ve bu duvarların içinde ev yapılarından kalmış Bizans dönemine ait çanak-çömlek ve cam parçaları kalıntılarına ulaşılmıştır. Hıdır mahallesinde konumlanan

Hıdır Kalesi'nin ise kule ve savunma duvarlarının halen ayakta olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu kalenin eski zamanlarda gözlem merkezi olarak kullanılmıştır. Roma döneminden kalmış olabileceği düşünülen bir diğer kale ise Okçular Kalesi'dir. Okçular Kalesi, Cide sahilinin üzerinden doğu-batı yönünde uzanmaktadır. Bir diğer önemli yapı olarak bilinen Gideros Kaleleri'dir. Bu kaleler, Gideros Koyu'nun ağzında yer alan iki burun üstündedir. Gideros Koyu üzerindeki kalenin mimari yapısının bir kısmı ile korunagelmiştir. Gideros sahilinin üzerinde yer alan bir kayalığın içerisinde ise bir mağara bulunmuştur ve bu mağara Gideros Mağarası 1 adlandırılmıştır. Gideros koyunda bulunan bir diğer mağara da Gideros Mağarası 2'dir. (During ve Glatz, 2010; Yalçınkaya, 2011; Karasalihoğlu, 2022; Cide Belediyesi, 2022b).

Çadır İni, Ballica İni, Okçular İni ve Gideros Mağarası 1 eski dönemlere ait çanak çömlekler ve farklı materyaller ile Çadır İni Kilise ve çevresinde yapılarda keşfedilmiştir. Gideros Koyu'nda bulunan mağarada Bizans/Hristiyan mabedine ait kalıntılara rastlanmıştır. Gideros Mağarası 2'de ise herhangi bir materyalle karşılaşmamıştır. Korunduğu bilinen Gideros kalesinde ise halen ayakta kalan bazı yapılar, bir sıra kuyu ile farklı kayalara oyulmuş yapılar keşfedilmiştir. Ayrıca, bu yerleşimde Bizans dönemine ait olduğu tespit edilen çanak-çömlekler de mevcuttur (During ve Glatz, 2010; Cide Belediyesi, 2022b).

Kastamonu ili Cide ilçesinde bulunan Sarıçam Evleri ahşaptan yapılmış olup, ahşap ev mimarisinin en güzel örneklerini sunmaktadır. Bununla birlikte, Cide Ceviz Helvası coğrafi işaretli bir ürün olarak Cide ilçesinin tanıtımında önem arz etmektedir. Cide'nin bir diğer sembolü de "Sarıyazma" olarak adlandırılan Cide merkezinin yakınlarındaki köylerde kullanıldığı bilinen baş örtüsüdür. Ayrıca, günümüzde de kullanılmaya devam etmektedir. Cide ilçesinin kültürünü yansıtan önemli bir değerdir. İstanbul padişahlarının kullandığı Saltanat (Sultan) Kayıkları'nın Cide ilçesi tersanesinde günümüzde aslına uygun olarak yapımına devam edilmesi de bu ilçenin önemini gösteren bir diğer unsurdur (Cide Belediyesi, 2022a; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022; Yalçınkaya, 2011).

## **5. CİDE İLÇESİ SWOT ANALİZİ**

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi, değerlendirilen, incelenen bir organizasyon veya sistemin (Gök ve Tuna, 2013) kaynaklarının ve yeteneklerinin analiziyle gösterilen güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönleri ile iç ve dış çevre kaynaklı fırsat



Şekil 4 ve Şekil 5'e göre Cide ilçesi plaj, kanyon, şelale, mağara, kale gibi hem kültürel hem doğal turistin ilgisini ve dikkatini çekebilecek birçok kaynak değere sahiptir. Bu kaynak değerlerin tanınırlılığı arttıkça ilçenin turizm açısından gelişmesi de mümkün olacaktır. Gizli potansiyel destinasyon olarak Cide ilçesinin turistik değerlerinin geliştirilmesi için ilk olarak çevresel faktörler incelenmiştir. Çevresel faktörlerin incelenmesinin ardından bölgenin geleceği ve gelişmesi için önemli olacak fırsatların belirlenmesi, bölge açısından tehdit oluşturabilecek unsurların saptanması, bölgenin güçlü yönlerinin tespit edilmesi ve bölgenin zayıf yönlerinin ortaya çıkarılması gerekliliğinin doğduğu düşünülmektedir. Diğer bir deyişle, bölgenin güçlü yönlerinin çevredeki cazip olabilecek fırsatlarla eşleştirilerek zayıf tarafların ortadan kaldırılması ve tehdit edici unsurların en aza indirilmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemi ile desenlenen çalışmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırma verilerinin toplanabilmesi için gerekli olan “etik kurul izin belgesi” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 27.09.2022 tarihinde yapmış olduğu toplantıda, 2 sayılı karar ile alınmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda Cide ilçesinin turizm faaliyetleri, turistik değerleri ile ilgili güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehdit oluşturabilecek unsurlara dair sorular yöneltilmiştir. Bu sorular SWOT analizini temel alan, SWOT analizi başlıklarını kapsayan sorulardır.

Araştırmada veriler, görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmanın evrenini yerel yönetim, yerel halk ve turizmle ilgili paydaşlar oluşturmaktadır. Konu ile ilgili zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen bir katılımcıyla gerçekleştirilen görüşmenin ardından araştırmanın devamı amacıyla ilgili konuya hâkim, ayrıntılı bilgiye sahip olduğu düşünülen bir başkasını önermesine olanak sunan kartopu örnekleme yöntemi (Kozak, 2017) tercih edilmiştir. Bu örnekleme yöntemi ile konu ile ilgili zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların belirlenmesi mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Kartopu örnekleme yöntemi ile konu ile ilgili zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların belirlenmesi mümkündür. Bu yöntemde süreç konu ile ilgili bir katılımcıyla görüşüldükten sonra konuyla ilgili başkalarını önermesiyle devam eder ve kartopu büyümüş olur. Bu yöntemde göre ulaşılan katılımcılarla yapılan görüşmeler veri tekrarı olana kadar sürmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Patton, 2002). Araştırmanın amacına uygun olabilecek kişilerin belirlenmesi ve objektif olarak veri elde edilebilmesi sebebiyle kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde uygun bir şekilde ulaşılan katılımcılarla yapılan görüşmeler veri tekrarı olana kadar devam etmiştir.



Çalışma kapsamında Kastamonu ili Cide ilçesinin turistik değerlerinin zayıf ve güçlü yönleri; fırsatları ve tehditlerine dair farklı ilgi gruplarıyla yapılacak görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında SWOT analizi yapılarak konuya ilişkin birtakım çözüm önerileri sunulmuştur. Görüşmelerde yerel yönetim, yerel halk ve turizmle ilgili paydaşlardan araştırma kapsamında özgün ve genel fikirleri alınarak SWOT analizi tablosu oluşturulmuştur. Görüşmeler sonucunda oluşturulan Cide ilçesi turistik çekiciliklerinin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditler Tablo 3'teki gibidir.

**Tablo 2.** Cide ilçesi SWOT analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"><li>• Küre Dağları Milli Parkı Sınırları (KDMP) içerisinde yer alması,</li><li>• Valla Kanyonu'nun çıkışı olan Loç Vadisi'nin ve Loç Vadisi seyir terasının bulunması,</li><li>• Alternatif turizm çeşitleri açısından zengin olması (Kanyon, mağara, trekking, şelale, deniz, av, kültür, gastronomi, rafting, yaban hayatı izleme vb. turizm potansiyeli),</li><li>• Çevresine göre farklı iklim özellikleri gösteren Kılıçlı Mağarası,</li><li>• Türkiye'nin en derin mağaralarından sayılan Ilgarini Mağarası,</li><li>• Türkiye'nin ağız en geniş dikey mağarası Dağlı Kuyluca Mağarası,</li><li>• Zengin flora ve faunaya sahip olması,</li><li>• Loç Vadisi'nin yoğun bitki çeşitliliği içermesi,</li><li>• Doğal liman olan Gideros Koyu'nun yoğun bitki örtüsü ve çevresinin ağaçlarla (çam, kayın, kestane) kaplı doğal örtüsü,</li><li>• Kültür ve tarihsel açıdan zenginliği (İpekyolu üzerinde önemli bir liman olması, Homeros'un İlyada eserinde adının geçmesi),</li><li>• Gideros Koyu ve tarihi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konaklama da yatak kapasitesi yetersiz</li><li>• Yerel halkın birlikte turizme katkı sağlama sorunu (özellikle konaklama hizmeti konusunda bireysel hareket etmeleri)</li><li>• Yerel halkın dinlenme, eğlenme, doğal alan ve kültürel alan anlayışı konusunda geliştirilmesi gerekliliği,</li><li>• Hikayeleri ortaya çıkarılmamış birçok turistik değer olması,</li><li>• Ulaşım sorunu (Cide ilçesinin sarp, dağlık ve engebeli bir coğrafi yapıya sahip olması; ulaşım alt yapı sorunu)</li><li>• Altyapı sorunlarında finansal yetersizlik</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turistik ürün açısından zengin olması (doğal ve kültürel),</li><li>• Boş zaman ve rekreasyon potansiyelinin yüksek olması,</li><li>• Kanyon, trekking, mağara ve kültürel gezilere olan ilginin artması,</li><li>• Tur programlarının düzenlenerek turizm potansiyelinin artması,</li><li>• Marina Projesi ve Turizm Tesisleri Projesi'nin hazırlanıyor olması,</li><li>• Çevre il ve ilçelerden doğal ve kültürel alanlara projeler üretmesi ve uygulamaya geçirmesi,</li><li>• Yerel halkın turizm potansiyelinin bilincinde olması,</li><li>• Alternatif turizm potansiyelinin ortaya çıkarılarak turist sayısının artırılması ve farkındalığın oluşturulması,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm endüstrisine yönelik yatırım sorunu,</li><li>• Turistik alanlara yönelik yön levhalarının ve tabelaların eksik olması,</li><li>• Arkeolojik tanımları eksik olan doğal ve kültürel kaynak değerlerinin olması,</li><li>• Yabancı turist eksikliği ve yerel kalkınma sorunu,</li><li>• Tanıtım ve pazarlama eksikliği</li><li>• Yasal mevzuatlar nedeniyle bazı turistik alanların değerlendirilememesi</li><li>• Civar köylerdeki halkın göç etmesi</li></ul>

kalıntıları (Gideros Mağaraları, Gideros Kalesi ve Hamamı), <ul style="list-style-type: none"><li>• Ahşap ev mimarisine sahip olması</li><li>• Kültür Sarayı'nın bulunması ve burada tiyatro, sinema gibi etkinliklerin gerçekleşmesi,</li><li>• Tersanesinde İstanbul padişahlarının kullandığı ahşap mimarinin örneği Saltanat (Sultan) kayıklarının yapımı</li><li>• Kültür ve sanat festivallerinin gerçekleşmesi,</li><li>• Yerel yönetimlerin, üniversitelerin ilgi ve desteği.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Coğrafi işaretli ürüne sahip olmasının pazarlama ve tanıtım açısından katkısı.</li></ul>	
---	--	--	--

Yapılan alanyazın taraması, Cide ilçesinin doğal, kültürel, tarihi, beşerî açıdan turizm potansiyeline sahip bir destinasyon olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır (Cide Belediyesi, 2022a; Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022; Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı Raporu, 2021; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022; Akkuş ve Akkuş, 2019). Yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan Tablo 3'te durumu kanıtlar niteliktedir. Kastamonu ili Cide ilçesinin Küre Dağları Milli Parkı sınırları dahilinde olması öncelikli güçlü yönleri arasında yer almaktadır. Cide ilçesi kaleleri, kanyonları, akarsuları, şelaleleri, mağaraları vb. değerleriyle tarihsel, kültürel, doğal birçok turizme kaynak oluşturan Karadeniz'in gizli potansiyel destinasyon olmasına rağmen ulaşım ve konaklama alt yapısındaki sorunlar zayıf tarafları olarak görülmektedir. Bu zayıf unsurlara karşın ulaşım alt yapısının, özellikle de tünellerin yapılmaya başlanmasıyla, geliştirilme konusunda adımlar atılması bu zayıflığın üstesinden gelineceğinin göstergesi olarak düşünülmektedir. Ayrıca, yerel halkın, sahip olunan turistik ürünlerin ve bu ürünlerin ortaya çıkardığı turizm potansiyelinin farkında olmaları Cide ilçesi için fırsat olarak değerlendirilmektedir. Cide ilçesindeki kültürel ve doğal alanlara yönelik çevre il ve ilçelerden destek gelmesi ve projeler üretilmesi önemli bir fırsat olarak değerlendirilirken, bu alanlarda turistik levhaların ve arkeolojik tanımlamaların eksikliği tehdit olarak görülmektedir. Ayrıca, coğrafi işaretli ürüne sahip olması ilçe açısından gastronomi anlamında bir fırsat olarak görülebilmektedir. Bu doğrultuda tehdit olarak değerlendirilen tanıtım ve pazarlama eksikliğinin coğrafi işaretli ürünü ve potansiyel diğer ürünleriyle ortadan kaldırılabileceğinin göstergesidir.

## **6. SONUÇ ve TARTIŞMA**

Cide ilçesi doğal, kültürel ve beşerî kaynak zenginliğiyle birçok turizm faaliyetinin gerçekleştirilebileceği gizli potansiyel bir destinasyondur. Cide ilçesi özellikle sahip olduğu doğal çekicilikler vasıtasıyla turistlere sakin, huzurlu ve dingin bir dinlenme ortamı sunacaktır. Bu bağlamda, yerel halkın doğal ve kültürel alan ile daha bilinçli olması ve sosyal, ekonomik, kültürel gelişim sağlanarak yerel kalkınma desteklenebilir.

Karadenizin en uzun sahili Cide ilçesi (Şen ve Buğday, 2015), jeolojik kaynakları açısından mağaracılık, kanyoning (Aydoğdu ve Duman, 2017), şelale gibi birçok turistik faaliyetin gerçekleştirilebileceği destinasyon olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, jeoturizm faaliyetlerine imkân sunan bir doğası olduğunun göstergesidir. Cide ilçesi Küre Dağları Milli Parkı "Mutlak Koruma Bölgesi" kapsamında bulunmaktadır ve koruma altına alınmıştır. Bu milli park sınırları içerisinde ve etrafında bulunan, turizme kaynak oluşturan değerler (doğal, arkeolojik vb.), alternatif turizm imkanlarının fazla olduğunun göstergesidir. Bu doğrultuda, Cide ilçesi yapılacak birkaç planlama ve düzenlemeyle her yıl birçok turisti çekebilecek kapasiteye sahiptir (Zeybek, Aylar ve Dinçer, 2019). Ayrıca kültürel ve doğal alanlara ulaşımın da ayrı bir sorun olduğu belirlenmiştir. Cide ilçesi coğrafi yapısının izin verdiği ölçüde ulaşım alt yapı sorunlarının çözülmesi turizm potansiyelinin arttırılmasına fayda sağlayacaktır.

Doğal, jeolojik alanlara giriş derinlikleri, uzunlukları, oluşum şekilleri, dağlık, sarp konumlarda bulunmaları, deniz-kara mesafeleri gibi birçok sebeplerden dolayı tehlike arz etmektedir. Belirtilen tehlikelerden kaçınmak, korunmak amacıyla alanlara giriş ve ziyaret mutlaka gerekli araç, gereç ve donanımla gerçekleşmelidir.

Arkeolojik açıdan önem arz eden alanların ve bu alanlarda ortaya çıkan değerlerin tanımlamalarının yapılarak yeni güzergahlar elde edilmesi, doğal çekiciliklerle kültürel ve beşerî çekiciliklerin birleştirilerek paket tur programlarının geliştirilmesi turizmin gelişimine fayda sağlayacaktır. Ayrıca, ahşap mimarinin en güzel örneklerini sunan evler, daha çok fayda sağlayabilecek şekilde ilçe turizmine entegre edilebilir. Bu yıllardır ayakta kalmış ve bölge ahşap mimarisinin önemli örneklerini sunan bu ahşap evler, tur güzergahlarına eklenerek veya ayrı bir tur programı oluşturularak ziyaretçilerin ilçe turizmini daha canlı hale getirilebilir. Ayrıca, evlerin doğaları bozulmadan, koruyarak ve yasal koşullara uygun bir şekilde

konaklama amacıyla hizmete açılması yatak kapasitesinin arttırılması konusunda katkı sağlayacaktır.

Cide ilçesinin yatak kapasitesinin azlığı, yerel idarelerin yasal mevzuatlara uygun bir şekilde turizme yönelik yatırımların arttırılması yönündeki girişimleri ve yerel halkın bireysellikten çıkarak birlikte hareket etme duygusunu kazanmasıyla ortadan kaldırılabilecektir. Konaklama sorununu için ilgili yatırımcıların araştırılarak girişimde bulunmalarının sağlanması ilçenin yatak kapasitesinin arttırılmasında etkin rol oynayacağı düşünülmektedir.

Cide ilçesinde turistik güzergâhlar belirlenerek tur programlarının oluşturulduğu elde edilen bir sonuçtur. Cide ilçesinde arkeolojik alanların keşfedilerek çevre il ve ilçelerden gelen desteklerle gerçekleştirilen projelerle birlikte tur programlarına yeni güzergahların eklenmesi turizm potansiyeline katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu noktada önemli olan tanıtım ve pazarlama etkinliklerinin yaygınlaştırılması gerekliliğidir. Yerel idarelerin turizm ile ilgili birimler kurarak, satış-pazarlama ekipleri oluşturarak, turizm ofisi açarak ve seyahat acentaları, tur operatörleri gibi turizm işletmeleriyle de iletişim kurup tanıtım ve pazarlama faaliyetleri kapsamına alacak şekilde çalışmalar gerçekleştirilmesi bölge tanıtım ve pazarlamasında etkin rol oynayacaktır.

Alanyazın incelendiğinde Cide ilçesinin turistik değerlerini, turizm faaliyetlerini ön plana çıkaracak yeterli çalışmaya ulaşamaması, Cide ilçesinin sahip olduğu turistik değerlerle turizm açısından gizli bir potansiyel destinasyon özelliği taşıması, turistik değerler ve turizm faaliyetlerinin belirlenerek ilçenin güçlü yönleri, zayıf yönleri, tehditleri ve fırsatlarının ortaya çıkarılarak karşılaştırılmasına olanak verebilmesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. SWOT analizi ile ortaya koyulan sonuçların ilçenin turizm pazarında tanınırlılığının artmasına katkı sağlayabilir. Cide ilçesinin güçlü yönlerinin ve fırsatlarının değerlendirilerek zayıf yönlerinin ve tehditlerin üstesinden gelinmesine, zayıf yönlerinin ve tehdit unsurlarının en aza indirgenerek güçlü yönlerinin daha da güçlü kılınmasına yönelik gerçekleştirilecek çalışmalara kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

## 7. KAYNAKÇA

- Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2019). Kastamonu ilçeleri temel turistik arz kaynakları envanteri: tabiat turizmi alt türleri ve doğa sporları. 4 (2), *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 146-164.
- Atlas Dergisi, (2010). Küre'nin Mağaraları, [[https://aspeg.org.tr/wp-content/uploads/2015/08/201006\\_atlas\\_kurenin\\_magaralari.pdf](https://aspeg.org.tr/wp-content/uploads/2015/08/201006_atlas_kurenin_magaralari.pdf)] (Erişim: 22.10.2022).
- Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Kastamonu örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23.
- Böyükıılmaz, S. ve Oğan, Y. (2020). Kastamonu İlinde Bulunan Kanyonların Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 3 (2), 203-222.
- Cide Belediyesi, 2022a. Cide Rehberi: Kültür Turizm Tanıtım Dergisi, [<https://drive.google.com/file/d/1vblUvNoUbcRHUSi2PmL561bYmE31A9AZ/view>] (Erişim: 15.10.2022).
- Cide Belediyesi, 2022b. Cide, [<https://cide.bel.tr/foto/gideros>] (Erişim: 20.10.2022).
- Çoban ve Aydınöz (2016). Ilıca Şelalesi (Kastamonu-Pınarbaşı). *Turkish Studies*, 11(18), 43-56. DOI no: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9955>
- Diker, O. Deniz, T. Çetinkaya, A. (2016). Jeoturizm kapsamında safranbolu'da coğrafi kaynakların değerlendirilmesi ve Safranbolu jeoturizm potansiyelinin belirlenmesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 334-348.
- During, B., Glatz, C. (2010) 2009 Cide arkeoloji projesi: ilk sonuçlar. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü 28. Araştırma Sonuçları Toplantısı, 1, 187-201.
- Gök, A. ve Tuna, H. (2013). Turizm pazarlaması açısından Malatya ilinin potansiyelinin belirlenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 1-11.
- İbret, B.Ü. ve Cansız, E. (2016). Kanyon turizmi ve ekoturizm açısından değerlendirilmesi gereken bir yöre: Küre Ersizlerdere-Karacehennem Kanyonu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 34, 107-117.

- Karasalıhoğlu, M. (2022). *Kastamonu'nun Tarih Kitabı Paphlagon'dan Candar'a*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022. Cide, [<https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-63813/cide.html>] (Erişim: 12.10.2022).
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom, England: Pearson Education.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA), 2021. TR82 Bölgesi Kanyonlar Raporu, [<https://www.kuzka.gov.tr/planlama-detay.asp?PD=324&PlanlamaDetay=2021-yili-sektorel-raporlar-ve-analizler>] (Erişim: 26.10.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2022. Kastamonu Mağaraları, [<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10049/kastamonu-magaralari.html>] (Erişim: 22.10.2022).
- Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da doğa turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9 (2): 47-54.
- Quinn, P.M.(2002). *Qualitative research and evaluation methods*. United States of America: Sage Publication.
- Ören, V.E. ve Şahin, T. (2014). Alternatif turizm kapsamında Uşak-Ulubey Kanyonu'nun SWOT analizi, *Uluslararası Hakemli Beşerî ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(7), 1-14.
- Stacey, R. D. ve Mowles, C. (2016). *Strategic Management and Organisational Dynamics: The Challenge of Complexity to Ways of Thinking about Organisations*. United Kingdom, England: Pearson Education.
- Şen, G. ve Buğday, S.E. (2015). Kastamonu ilinde çeşitli statülerde koruma ve kullanma amaçlı belirlenmiş alanlar. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 214-230. <http://dx.doi.org/10.17475/kuofd.62142>
- Tanrısever, C., İbret, B., Aydınözü, D. ve Cansız, E. (2016). Geomorphologic features and tourism potential of the Valla Canyon Kastamonu/Turkey. *Karadeniz Araştırmaları*, 50, 191-202.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022. Türkiye'nin Coğrafi İşareti, Cide Ceviz Helvası, [<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38625>] (Erişim: 26.10.2022).

Yalçinkaya, U. (2011). *70 Yılda Bu Yana Cide Sosyal Tarihi*. Ankara: Sincan Matbaası.

Yavru, F. (2021). *Cide İlçesinin Turizm Coğrafyası*. Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Karabük.

Zeybek, H. İ., Aylar, F. ve Dinçer, H. (2019). Kılıçlı mağarası ve Kastamonu ili mağara turizmi açısından önemi. *International Journal of Geography and Geography Education*, 40, 363-381. doi: <https://doi.org/10.32003/iggei.451149>.

- 1. Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- 2. Etik Kurul İzin Belgesi:** Araştırma verilerinin toplanabilmesi için gerekli olan “etik kurul izin belgesi” Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 27.09.2022 tarihinde yapmış olduğu toplantıda, 2 sayılı karar ile etik açıdan uygunluğu için etik kurul izni alınmıştır.

## **Examining of Cide District in Terms of Tourist Values as a Secret Potential Destination**

**Çiğdem MUTLU**

Dokuz Eylül University, İzmir Vocational School, Tourism and Hotel Management Program

### **Extensive Summary**

In recent years, there have been changes in the world tourism market. In the tourism market, it is seen that individuals or groups prefer different, unknown, or little-known destinations rather than known destinations. They are also known to exhibit behaviors aimed at discovering the touristic values in these destinations. Thus, it was determined as the aim of the study to determine the secret tourism potential of Cide district of Kastamonu province, which has rich areas, strong nature and important cultural accumulation in terms of tourism activities. In order to determine the tourism potential and develop tourism by examining the touristic values of Cide district of Kastamonu province, environmental factors were first examined, and then it is thought that the opportunities that will be important for the future and development of the region should be determined, the factors that may pose a threat to the region should be determined, the strengths of the region should be determined and the weaknesses of the region should be revealed.

Cide district of Kastamonu province has a high potential in terms of tourism with its historical, cultural and most importantly natural features. Among the natural tourism attractions of Cide district are elements such as caves, beaches, canyons, valleys, waterfalls, streams, national parks and forests. Among the natural formations that form the source of this tourism are important values such as Valla Canyon, Horma Canyon, Ilgarini Cave, Dağlı Kuylucu Cave. At the same time, Cide has cultural and historical charms such as castles, local clothes and products, wooden architectural houses, shipyard, etc. It is noticeable that the tourist values of Cide county are more than their strengths and opportunities, weaknesses and threats. The fact that the Cide district of Kastamonu province is within the borders of Küre Mountains National Park is among the primary strengths. Although Cide district is a hidden potential destination of the Black Sea, which creates a source of many historical, cultural and natural tourism with its castles, canyons, streams, waterfalls, caves, etc., the problems in transportation and accommodation infrastructure are seen as weak sides. Despite these weak factors, taking steps to improve the transportation infrastructure, especially with the start of



tunnels, is considered as an indication that this weakness will be overcome. A semi-structured interview form was prepared as a data collection tool in the study designed with qualitative research method. In the study, the data were collected by literature review and interview method. The population of the study consists of local government, local people, and stakeholders related to tourism. The snowball sampling method was determined as a sampling strategy in the study. Within the scope of the study, tourism weaknesses and strengths of Cide district of Kastamonu province; SWOT analysis will be made in the light of the data obtained as a result of interviews with different interest groups about opportunities and threats, and solution proposals will be developed. As a result of the study, it was revealed that the strengths and opportunities of Cide district were more than the weaknesses and threats.

Cide district will offer tourists a calm, peaceful and serene resting environment especially through its natural charms. In this context, local development can be supported by making local people more aware of the natural and cultural area and by ensuring social, economic and cultural development. Cide district has been determined to be a destination where many touristic activities such as caving, canyoning, waterfall, landscape photography can be carried out in terms of geological resources. In addition, it is an indication that it has a nature that allows geotourism activities. Despite this, the entrance to these areas poses a danger due to many reasons such as depth, length, formation patterns, mountainous, steep locations, sea-land distances. In order to avoid the specified dangers and to be protected, entry and visit to the areas must be carried out with the necessary tools, equipment and equipment. In addition, it has been determined that access to cultural and natural areas is a separate problem. To the extent permitted by the geographical structure of Cide district, solving the transportation infrastructure problems will benefit from increasing the tourism potential.



## Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bölümlerinden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma\* (A Study on the Expectations of Tourism Faculty Students From Their Departments)

\*\* İbrahim GÜNDOĞDU <sup>a</sup>

Nurzaada ESENKADYR KIZI <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bişkek-Kırgızistan  
([ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg](mailto:ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg)) <https://orcid.org/0000-0003-1360-1924>

<sup>b</sup> Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bişkek-Kırgızistan  
([ms.nurzaada@gmail.com](mailto:ms.nurzaada@gmail.com)) <https://orcid.org/0000-0001-8966-6420>

### MAKALE GEÇMİŞİ

### ÖZ

#### Gönderim Tarihi:

12.11.2022

#### Kabul Tarihi:

22.12.2022

#### Anahtar Kelimeler:

Turizm,  
Turizm eğitimi,  
Öğrenci beklentileri,  
Kırgızistan.

#### Keywords:

Tourism,  
Tourism Education,  
Students' Expectations,  
Kyrgyzstan.

#### Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

#### **\*\*Sorumlu Yazar:**

İbrahim GÜNDOĞDU

#### **E posta:**

[ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg](mailto:ibrahim.gundogdu@manas.edu.kg)

Bu çalışmada; Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölümden beklentilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla öğrencilerin beklentilerinin demografik özelliklerine (cinsiyet, bölüm ve sınıf) göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Öğrenciler tarafından mevcut durumun değerlendirilmesi program yöneticilerine farklı bir bakış açısı sağlamak ve çok yönlü değerlendirme imkânı sunmaktadır. Verilerin toplanması amacıyla araştırmanın örneklemini oluşturan Turizm Fakültesi öğrencilerine anket uygulanmış ve elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular, öğrencilerin kayıt olmadan önce bölüm hakkındaki bilgi düzeylerinin düşük ya da hiç olmadığını göstermektedir. Öğrencilerin fakülteyi çeşitli kriterler açısından değerlendirmeleri sonucunda en yüksek ortalamayı "kütüphane imkânları" alırken en düşük ortalamayı "mezuniyet sonrası iş imkânları" almıştır. Öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm ve sınıflar ile öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Elde edilen bulguların bir taraftan aday öğrencilerin fakülte ve bölüm tercihleriyle ilgili bilgilendirilmelerinde izlenecek doğru stratejiler açısından üniversite ve fakülte yönetimine; diğer yandan da mevcut öğrencilerin hem okulların fiziki ve eğitimsel imkânları bakımından hem de mezuniyet sonrasında sektöre daha kolay adapte olabilmeleri açısından okul ve işletmelerin kararlarına ışık tutabileceği düşünülmektedir.

### ABSTRACT

The aim of the study is to determine expectations of Kyrgyz-Turkish Manas University Tourism Faculty students from the department they study in. For this purpose, it has been analyzed whether the expectations of the students differ according to their demographic characteristics (gender, department and year). The evaluation of the current situation from the students' point of view provides a different perspective to the faculty leadership and offers a versatile evaluation opportunity. To collect data on the students of the Faculty of Tourism, who made up the sample of the study, a questionnaire was applied, and the data obtained were subjected to statistical processing. The obtained data show that the level of students' knowledge about the department was low or even absent before application. As a result of the students' evaluation of the teaching staff according to various criteria, "library facilities" received the highest average score, and "employment opportunities after graduation" received the lowest average score. Statistically significant differences were also found between students' departments and the year of study, their priorities and expectations. The results obtained, on the one hand, can help the faculty and university leadership in terms of the right strategies to follow when informing future students about the teachers' and faculties' preferences; on the other hand, it is believed that current students can shed light on the decisions of university and enterprises both in terms of universities' physical and educational capabilities, and in terms of their easier adaptation to the industry after graduation.

**Makalenin Künyesi:** Gündoğdu, İ. ve Esenkadyr Kızı, N. (2022). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bölümlerinden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (2), 214-229.

\* Çalışmanın bir kısmı, 18-20 Ekim 2022 tarihinde düzenlenen 20. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

## **1. GİRİŞ**

Turizmde eğitim ve öğretim, son yıllarda turizme verilen önemin artmasıyla birlikte daha da önem kazanmıştır. Turizm endüstrisinin büyümesini teşvik edecek herhangi bir politika, endüstrinin her seviyesinde yeterli sayıda eğitilmiş insanın bulunmasına bağlı olmalıdır (Avcıkurt, 2000). Turizm eğitimi bireyi yorumlamak, değerlendirmek ve analiz etmek için bir dizi ilke ve gerekli becerileri veren sürece odaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, öğrencinin eleştirel yeteneklerini geliştirerek mesleki ve entelektüel gelişim sağlamaktadır (Cooper ve Shepherd, 1997). Bunun yanı sıra turizm endüstrisinin en önemli rekabet unsurları kalite ve hizmettir. Bu kapsamda rekabette öne çıkmak isteyen işletmelerin hizmet kalitesini artırmaları gerekmektedir. Bu da nitelikli insan gücü anlamında turizm okulları mezunlarının sektörde çalışmaları ile mümkündür (Pelit ve Güçer, 2006).

Birçok ülke turizm faaliyetlerinde etkinliği artırmak ve turizm pazarında güçlenmek için turizm eğitime büyük önem vermektedir. Bunun en önemli göstergesi ülkelerin turizm eğitimi verecek kurumlar açmalarıdır (Ünlüöner ve Boylu, 2005). Turizm eğitimi veren kurumların temel amacı, turizm sektöründe çalışan personele temel eğitim vermek ve genel dünya anlayışına uyarlanmış yönetim tekniklerini öğretmektir. Bu sürecin yeni kavramları, fikirleri ve teknikleri anlatmak, turizm bilincini ve felsefesini eğitimin tüm alanlarına yerleştirmek, turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunan ve nihayetinde turizm alanında bilgili ve nitelikli personel ve yöneticiler yetiştirmek olduğu söylenebilir (Akıncı, 2015).

Bu araştırma ile öğrencilerin Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Turizm Fakültesinin bölümlerine kaydolarken, fakülte hakkında ne ölçüde ve hangi kaynaktan bilgi sahibi olduklarının tespit edilmesi, bilgilendirmeye yönelik doğru stratejilerin uygulanmasını sağlayacaktır. Ayrıca öğrencilerin Turizm Fakültesi bölümlerini tercih etme sebeplerinin, okula devam ettikleri süre içerisinde ne yönde ve ne şekilde değiştiğinin belirlenmesi, okulda uygulanan eğitim programlarının işleyişinin ve içeriğinin düzenlenebilmesi konusunda bilgi verebilecektir. Aynı şekilde öğrencilerin halen devam ettikleri bölümle ilgili memnuniyet durumlarının tespit edilmesi, mevcut programlarda öğrenci beklentilerinin karşılanması konusunda geri bildirim sağlayacaktır. Bu kapsamda yapılan çalışmaların geri bildirim sağlanması ve uygulama sonuçlarının izlenebilmesi, turizm eğitime yönelik alınan kararların isabet oranını da artıracaktır. Bu sayede öğrencilerin uygulanan eğitim programlarından tatmin düzeyi ve buna bağlı olarak verilen eğitimin kalitesi de olumlu yönde değişecektir.

Sonuç olarak iyi eğitilmiş turizm personelinin sektörde vereceği hizmetin daha kaliteli olması beklenmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Turizmin yapısından dolayı işlerin halen iş gücüyle yürütüldüğü bir sektör olması kolay istihdam olanaklarını ve kalifiye personel ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bunun yanında yüz yüze ilişkilerin yoğunluğu, mesleki bilginin yanı sıra davranış olarak eğitilmiş insana olan ihtiyacı da artırmaktadır. Yerel halkın turistlere karşı tutumlarını iyileştirebilmek için yine eğitimin önemi büyüktür. Gerek çalışanlar gerekse halk düzeyinde ortaya çıkan eğitim ihtiyacına bağlı olarak, eğitim bilimleri ile yaşanan yakın bilgi alış verişi turizm eğitimi gibi bir alt disiplinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Kozak, 2012).

Turizm eğitimi mesleki eğitimin bir dalı olarak değerlendirmek önemlidir. Mesleki eğitim bireyi ekonomik ve sosyal hayatın çeşitli sektörlerinde istihdam edebilmek için geliştirmeyi amaçlayan teknolojiler ve ilgili bilimlerin çalışma ve pratik becerilerinin kazanılmasını içeren eğitim süreçlerini ifade etmektedir. Mesleki eğitim bireylerin bugünün iş dünyasında ihtiyaç duyulan işgücü türleri için hazır olmasına imkan sağlamaktadır (Yazıcı vd., 2015). Turizm mesleki eğitimi ise teorik ve pratik öğrenimin yanında meslek ahlakının ve mesleğin temel prensiplerinin verildiği bir eğitimidir (Üzümcü vd., 2015).

Literatürde beklenti kavramı daha çok müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesine yönelik çalışmalarda karşımıza çıkmaktadır. Ancak eğitim alanında yapılan çalışmalarda da popüler hale gelmiştir. Bu kapsamda benzer çalışmalar şu şekilde derlenmiştir:

Osmanoğlu ve Yaşa (2018), lise öğrencilerinin öğrenim gördükleri okullarına yönelik beklentilerini belirlemek amacıyla 15 öğrencinin katıldığı nitel bir araştırma yapmıştır. İçerik analizi yönteminden yararlanılarak analiz edilen veriler ışığında öğrenciler idare, öğretmenler, dersler, öğrenim materyalleri, fiziksel mekan, kıyafet ve kantin kategorilerinde beklentilerini belirtmişlerdir.

Zeytinoğlu (2012) üniversiteye yeni başlayan muhasebe bölümü öğrencileri üzerinde yaptığı bu çalışmada öğrencilerin yükseköğretimden beklentilerini, üniversite eğitimi için ne kadar motive olduklarını ve yükseköğretime ne kadar hazır olduklarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda Dumlupınar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe bölümüne 2011 yılında kayıt yaptıran birinci sınıf öğrencilerinden anket tekniği ile veriler

toplanmıştır. Araştırma sonucunda en temel bulguların öğrencilerin motivasyonlarının üst düzeyde olduğu ve başarılı olacaklarına inandıkları olduğu söylenebilir.

Akıncı (2015) çalışmasında meslek yüksekokullarında verilen turizm eğitiminin değerlendirilmesini farklı bir perspektiften yapmıştır. Araştırmada turizm eğitimini, alanla ilgili olan kamu yöneticileri, akademisyenler, sivil toplum örgütleri ve yöneticilerin gözünden değerlendirmiştir. Veriler odak grup yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma sonucunda mesleki turizm eğitim veren okullarda bazı yetersizliklerin olduğu ve sektörle işbirliklerinin istenilen düzeyde olmadığı ortaya çıkmıştır.

Chung ve Yang (2013) bu çalışmada konaklama işletmeciliği meslek yüksekokulu öğrencilerinin üniversite eğitiminden beklentilerini incelemiştir. Veriler Tayvan'da bulunan bir meslek yüksekokulunda okuyan on öğrenciden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin üniversite eğitiminin mesleki beceri ve bilgilerini geliştirebileceği ve gelecekte istihdam edilebilirliklerine yardımcı olabileceğini düşündüğü sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca iyi bir turizm programında, uygun hazırlanmış ekipmanın, endüstriyel ve uluslararası staj fırsatlarının ve uluslararası programlara katılım kolaylığının yer alması; temel unsurlar açısından, uluslararası içerik ve kalitenin, profesyonel teknik eğitimin, yabancı dil eğitiminin, yönetim becerisi ve disiplinler arası içeriklerin olması beklendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Boylu (2009) araştırmasında Türkiye'deki Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri öğrencilerinin beklenti ve değerlendirmelerini incelemiştir. Araştırmada veriler anket aracılığıyla 8.707 öğrenciden elde edilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan en temel bulgular; öğrencilerin okumakta oldukları Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ile ilgili öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri ile; okumakta oldukları okulun bulunduğu bölge faktörü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ve öğrenim görülen okulla ilgili kayıt öncesi düşük düzeyde olan bilgilerinin, öğrenim süreci içerisinde kısmen de olsa yükseldiği şeklindedir.

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri**

Bu çalışmada, Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin öğrenim gördükleri programa yönelik öncelik, beklenti ve

değerlendirmelerine ilişkin algılarının demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Boylu'nun (2004) tez çalışmasında kullandığı ölçekten yararlanılmıştır.

İlişkisel tarama türündeki bu araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

**H<sub>1</sub>:** Öğrencilerin cinsiyetleri ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2</sub>:** Öğrencilerin okumakta oldukları sınıflar ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>3</sub>:** Öğrencilerin okumakta oldukları bölümler ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı farklılık vardır.

Araştırma ile ulaşmak istenilen diğer amaçlar aşağıdaki maddelerde sıralanmaktadır.

- Öğrencilerin fakülte hakkındaki, fakülteye girmeden önceki bilgi seviyeleri ve bilgi kaynakları.
- Öğrencilerin bu fakülteyi tercih etme sebepleri.
- Tercih sebeplerinin eğitim süresince değişime uğrayıp uğramadığı.
- Öğrencilerin fakülteye yönelik memnuniyet düzeyleri.
- Öğrencilerin eğitim süresince, fakültenin amacına uygunluğu ile ilgili değerlendirmeleri.
- Öğrencilerin eğitim ortalaması ile ilgili değerlendirmeleri.
- Öğrencilerin, fakültenin programındaki sektör stajı ile ilgili değerlendirmeleri.
- Öğrencilerin, okuldaki rehberlik hizmetlerine yönelik değerlendirmeleri.
- Öğrencilerin, okul tarafından kendilerine sunulan sosyal ve kültürel faaliyetlere yönelik değerlendirmeleri.
- Öğrencilerin, bu mesleğe ilişkin tutumları.

### **3.2. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın verileri tam sayım yapılması hedeflenerek anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın evrenini 2021-2022 öğretim yılında Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesinin Turizm Fakültesinde öğrenim görmekte olan tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından alınan bilgilere göre Nisan 2022 tarihi itibarıyla fakültede öğrenim görmekte olan hazırlık sınıfı hariç toplam 486

öğrenciden 179 tanesine anket uygulanabilmiştir. Bu rakam bazı öğrencilerin okulda olmamaları, bazı öğrencilerin ankete katılmak istememeleri, bazı anket formların eksik ya da hatalı doldurulması sebebi ile analize dahil edilmemeleri vb. nedenlerden kaynaklanmıştır. Ancak yine de analize dahil edilen 179 anket formunun evreni temsil edebileceği düşünülmektedir. Ayrıca araştırma öncesinde bilim etiğine uygunluk izni başvurusu yapılmış, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 25 Nisan 2022 tarihinde etik açıdan uygun olduğuna yönelik rapor alınmıştır.

### 3.3. Veri Analizi

Araştırmada kullanılan ölçek uzman görüşlerinden ve 30 öğrencinin katıldığı bir pilot çalışmadan yararlanılarak uygun hale getirilmiştir. Anket formları aracılığı ile elde edilen veriler, uygun veri analiz programı ile bilgisayara girilerek işlenmiştir. Verilerin raporlanması, değerlendirilmesi ve yorumlanmasında, frekans ve yüzde dağılımı, ortalama değer ve varyans analizleri gibi tanımlayıcı istatistik yöntemlerden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca verilerin sunumunun daha anlaşılır hale getirilmesi amacı ile çeşitli tablolardan yararlanılmıştır.

## 4. BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin, demografik ve tanımlayıcı bilgileri Tablo 1'deki gibidir.

**Tablo 1.** Katılımcıları tanımlayıcı bilgiler

<b>Bölüm</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Cinsiyet</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Turizm ve Otel İşletmeciliği	64	35,8	Kadın	44	24,6
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	48	26,8			
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	67	37,4	Erkek	135	75,4
<b>Sınıf</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Ailenizin reisinin mesleği</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
1. Sınıf	68	38	Memur ve memur emeklisi	10	11,2
2. Sınıf	53	29,6	İşçi ve işçi emeklisi	34	19,0
			Serbest meslek	36	20,1
3. Sınıf	31	17,3	Ev hanımı	23	12,8
			Çiftçi ve çiftçi emeklisi	25	14,0
4. Sınıf	27	15,1	Esnaf/Sanatkar	3	1,7
			Diğer	37	20,7
			Cevapsız	1	0,6
<b>Ailenizin aylık toplam geliri (Som)</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Halen kalmakta olunan yer</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
5000-14999	10	5,7	Ailemin yanı	53	29,6
15000- 24999	33	18,6	Akrabalarımın yanı	35	19,6
25000-34999	35	18,5	Özel Yurt	8	4,5
35000-44999	21	11,7	Arkadaşlarla birlikte evde	30	16,8
45000-54999	16	9	Üniversitenin öğrenci evi	40	22,3
55000 ve üzeri	16	9	Diğer	12	6,7
Cevapsız	48	26,8	Cevapsız	1	0,6

Tablo 1'deki bulgulara baktığımızda, araştırmaya katılan öğrencilerin sırasıyla Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği (%37,4), Turizm ve Otel İşletmeciliği (%35,8), Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%26,8) bölümlerinde okuduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu (%75,4) erkek öğrenciler oluştururken kadın öğrencilerin sayısı (%24,6) daha azdır. Yine katılımcıların sırasıyla 1. sınıf (%38), 2. sınıf (%29,6), 3. sınıf (%17,3) ve 4. sınıfta (%15,1) okuduğu görülmektedir. Katılımcılara aile reisinin mesleği sorulduğunda büyük çoğunluğunun diğer seçeneği işaretlediği görülmüştür. Bunu serbest meslek (%20,1) ve işçi ve işçi emeklisi (%19,0) seçeneğini işaretleyenler takip etmektedir. Yine katılımcıların çoğunluğunun ailelerinin aylık toplam gelirlerinin 15000 -24999 som (%18,6) ve 25000 ve 34999 som (%18,5) aralığında olduğu görülmüştür. Ancak katılımcıların %26,8'i bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. Son olarak araştırmaya katılanların yaklaşık üçte birinin (%29,6) ailesinin yanında kaldığı görülmüştür. Bu seçeneği üniversitenin öğrenci evinde (%22,3) ve akrabalarının yanında (%19,6) seçeneğini işaretleyenler takip etmiştir.

Katılımcıları tanımlayıcı bilgilerin ardından ilk olarak araştırmaya katılan öğrencilerin turizm fakültesi tercihleri ve mezuniyet sonrası yapmayı düşündükleri işlere ilişkin değerlendirmeleri incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmanın bazı sorularına yanıt aranmıştır.

**Tablo 2.** Araştırmaya katılan öğrencilerin Turizm Fakültesi tercihleri ve mezun olduktan sonra yapmak istedikleri işlere ilişkin değerlendirmelerinin dağılımı

Değerlendirilen Konular	f	%
<b>Öğrenim görülen Fakülteye kayıt biçimi</b>		
ORT (Merkezi sınav ile)	74	41,3
Manas ÖSYM sınavı ile	102	57,0
Diğer	3	1,7
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen Fakülte ile ilgili tercih öncesi bilgi seviyeleri</b>		
Hiçbir bilgisi yok	63	35,2
Kısmen bilgisi var	83	46,4
Yeterince bilgisi var	32	17,9
Cevapsız	1	0,6
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen okulla ilgili kayıt öncesi bilgi kaynakları</b>		
Ailesi	20	11,2
Öğretmenleri	11	6,1
Akrabaları	17	9,5
Medya (TV ve gazeteler)	5	2,8
Bu okulun öğrencileri ve mezunları	29	16,2
Sosyal medya	29	16,2
Diğer	5	2,8
Cevapsız	63	35,2
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen Fakülteyle ilgili kayıt yaptırmadan önce ve sonrasındaki kanaat değişimi</b>		
Umduğumdan daha kötü buldu	7	3,9
Kanaati değişmedi	38	21,2



Umduğumdan daha iyi buldu	71	39,7
Cevapsız	63	35,2
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen Fakültenin öncelikli tercih nedenleri</b>		
Turizm sektöründe çalışmak	98	54,7
Akademik kariyer yapmak	24	13,4
Tercihini bilinçli değildi	36	20,1
Diğer	17	9,5
Cevapsız	4	2,2
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Mezuniyet olunduktan sonra yapmak istenilen öncelikli işler</b>		
Kırgızistan'da turizm sektöründe çalışmak	26	14,5
Kırgızistan'da turizm dışında başka işlerde çalışmak	12	6,7
Yurtdışında turizm sektöründe çalışmak	69	38,5
Yurtdışında turizm dışında başka işlerde çalışmak	16	8,9
Yüksek lisans yapmak	14	7,8
Kendi işimi kurmak	35	19,6
Diğer	6	3,4
Cevapsız	1	0,6
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Mezun olunduktan sonra turizm sektöründe alınması umulan görevler</b>		
Üst kademe yönetici	76	42,5
Orta kademe yönetici	27	15,1
Ara kademe personel	10	5,6
Yardımcı personel	4	2,2
Diğer	9	5,0
Cevapsız	53	29,6
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Turizm sektöründe (staj dahil) çalışma süreleri</b>		
Çalışmadı	57	31,8
6 aydan az çalıştı	63	35,2
6-12 ay arasında çalıştı	30	16,8
12 aydan fazla çalıştı	28	15,6
Cevapsız	1	0,6
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen Fakültede verilen eğitimin iyi bir turizmci olmak için yeterliliği</b>		
Yeterli değil		
Emin değil	15	8,4
Yeterli	62	34,6
Cevapsız	101	56,4
<b>Toplam</b>	179	100
<b>Öğrenim görülen okuldan memnuniyet düzeyleri</b>		
Memnun değil	5	2,8
Kararsız	30	16,8
Memnun	139	77,7
Cevapsız	5	2,8
<b>Toplam</b>	179	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (%57,4) fakülteye kayıtlarını Manas ÖSYM [öğrenci seçme ve yerleştirme] sınavını kazanarak kayıt yaptırmıştır. Öğrencilerin kayıt öncesi bilgi düzeylerine bakıldığında yaklaşık yarısının (%46,4) kısmen bilgisinin olması ve yaklaşık 3'te birinin (%35,2) hiçbir bilgisinin olmaması dikkat çekmektedir. Bilgisi olan öğrencilerin bilgi kaynakları genellikle sosyal medya (%16,2) ve bu fakültede okuyan öğrenciler veya mezunlarıdır (%16,2). Fakülteye kayıt yaptıran öğrencilerin büyük bir bölümünün kayıt öncesi ve kayıt sonrası kanaatlerinin pozitif yönlü değiştiği ("Umduğumdan

daha iyi buldum” %39,7) görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin fakülteyi tercih nedenlerinin daha çok turizm sektöründe çalışmak olduğu (%54,7) ve mezuniyet sonrası yapmayı düşündükleri öncelikli işlerinin yurtdışında turizm sektöründe çalışmak (%38,5) olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin yaklaşık yarısına yakını (%42,5) mezuniyet sonrasında turizm sektöründe üst kademe yönetici olarak görev olmayı ummaktadır. Yine araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bölümünün turizm sektöründe (staj dahil) 6 aydan az çalıştığı (%35,2) ya da sektörde hiç çalışmadığı (%31,8) görülmüştür. Son olarak öğrencilerin yarısından fazlası öğrenim gördükleri fakültede verilen eğitimin iyi bir turizmcilik için yeterli olduğunu (%56,4) ve öğrenim görülen fakülteden memnun olduklarını (%77,7) belirtmişlerdir.

**Tablo 3.** Öğrencilerin değişik kriterler açısından öğrenim gördükleri fakülteyi değerlendirmelerine ait frekans yüzdeleri, aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar

	Çok Kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok İyi	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Eğitim araç ve gereçleri	0,6	3,4	13,5	32	50,6	4,28	0,864
Sektör stajı uygulaması	1,7	5,6	16,9	29,8	46,1	4,12	0,997
Derslere ait kitap vb. kaynaklar	2,9	4,6	16,6	33,7	42,3	4,08	1,013
Derslik, atölye ve laboratuvarlar	3,4	4,0	12,4	26,0	54,2	4,23	1,039
Kütüphane imkânları	1,7	1,2	7,5	17,3	72,3	4,57	0,822
Danışmanlık hizmetleri	5,1	3,4	11,9	22,6	57,1	4,23	1,111
Sosyal ve kültürel faaliyetler	1,7	3,4	13,5	29,8	51,7	4,26	0,934
Mezuniyet sonrası iş imkânları	1,7	9,0	20,3	34,5	34,5	3,90	1,029

Tablo 3’te, araştırmaya katılan öğrencilerin değişik kriterler açısından eğitim aldıkları fakülteyi değerlendirmelerine yönelik frekans yüzdeleri, aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar yer almaktadır. Tablo 3’e göre öğrencilerin, fakültelerini en olumlu değerlendirdikleri konular “kütüphane imkânları” ve “eğitim araç gereçleri”dir. Öğrencilerin en olumsuz değerlendirmeleri ise “mezuniyet sonrası iş imkânları”na yönelik gerçekleşmiştir.

Araştırmada öğrencilerin eğitim gördükleri okulla ilgili öncelik ve beklentilerini ölçmeye yönelik bazı sorular kullanılmıştır. Ancak değerlendirmelerini ölçmek için bir değerlendirme ölçeği kullanılmış ve güvenilirliği test edilmiştir. Yapılan test sonucunda 8 maddeden oluşan değerlendirme ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,850 olarak belirlenmiştir. Bir ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0.00 ile 1.00 arasında değişir ve genelde 0.60 ve üzeri düzeyde

olması beklenir (Yıldız ve Uzunsakal, 2004). Bu araştırmada Cronbach Alpha: 0,850 olduğu için sorular arasındaki içsel tutarlılığın yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4'te araştırmanın birinci hipotezi olan H<sub>1</sub> hipotezi t-testi kullanılarak test edilmiştir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin cinsiyetleri ile eğitim aldıkları fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmelerine ilişkin t-testi sonuçları

	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Öğrenim görülen fakülteyi öncelikli tercih nedenleri	Erkek	44	1,6905	,97501	-1,044	173	0,082
	Kadın	134	1,8872	1,09166			
Mezun olunduktan sonra yapılması düşünülen öncelikli işler	Erkek	44	3,8409	1,89176	1,008	176	0,108
	Kadın	134	3,5373	1,67985			
Öğrenim görülen okulun değerlendirilmesi	Erkek	44	4,0702	,75228	-1,544	176	0,214
	Kadın	134	4,2544	,66417			

Öğrencilerin cinsiyetleri ile eğitim aldıkları fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmelerine ilişkin t-Testi analizi sonuçları baktığımızda (Tablo 4) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu kapsamda H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 5.** Öğrencilerin okudukları sınıflar ile eğitim aldıkları fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmelerine ilişkin varyans analizi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F	p
Öğrenim görülen okulu öncelikli tercih nedenleri	Gruplar arası	2,562	3	0,854	0,749	0,524
	Grup içi	194,958	171	1,140		
	Toplam	197,520	174			
Mezuniyet sonrası yapılması düşünülen öncelikli işler	Gruplar arası	18,845	3	6,282	2,129	0,098
	Grup içi	513,408	174	2,951		
	Toplam	532,253	177			
Öğrenim görülen okulun değerlendirilmesi	Gruplar arası	4,124	3	1,375	2,990	<b>0,033</b>
	Grup içi	80,004	174	0,460		
	Toplam	84,128	177			

Tablo 5'te ise H<sub>2</sub> hipotezi olan “Öğrencilerin okumakta oldukları sınıflar ile eğitim aldıkları fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” önermesi test edilmiştir. Tablodan da anlaşılacağı gibi, araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflarına göre öncelik, beklenti ve değerlendirmelerine ilişkin varyans analizi sonucunda, sadece öğrenim görülen okulun değerlendirilmesi konusunda istatistiksel olarak 0.033 düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur.

Bu farkların hangi sınıflar arasında olduğunu görebilmek için post hoc testlerinden LSD testi kullanılmıştır. Tablo 6'dan da görülebileceği gibi 2. sınıfta okuyan öğrenciler ile 3. sınıfta okuyan öğrenciler (0,004) arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_2$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 6.** “LSD” testi sonuçları

Sınıflar		Ortalama fark	p
2. sınıf	3. sınıf	0,44221*	<b>0,004</b>
* 0.001 düzeyinde anlamlı			

Bir sonraki adımda araştırmaya katılan öğrencilerin okudukları bölümlere göre öğrenim gördükleri okulla ilgili öncelik, beklenti ve değerlendirmelerine ilişkin  $H_3$  hipotezi test edilmiştir (Tablo 7). Bu kapsamda yapılan varyans analizi sonucu istatistiksel olarak anlamlı farklılık (0,004) tespit edilmiştir. Farklılıkların turizm ve otel işletmeciliği bölümünde öğrenim gören öğrenciler ile gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim gören öğrenciler (0,003) ve seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören öğrenciler arasında (0,017) olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8). Buna göre  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 7.** Araştırmaya katılan öğrencilerin okudukları bölümler ile öğrenim gördükleri okulla ilgili öncelik, beklentilerine ve değerlendirmelerine ilişkin varyans analizi sonuçları

Varyans Kaynağı			Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F	p
Öğrenim görülen okulu öncelikli tercih nedenleri	Gruplar arası		6,182	2	3,091	2,779	0,065
	Grup içi		191,338	172	1,112		
	Toplam		197,520	174			
Mezuniyet sonrası düşünülen öncelikli işler yapılması	Gruplar arası		5,194	2	2,597	,862	0,424
	Grup içi		527,059	175	3,012		
	Toplam		532,253	177			
Öğrenim görülen okulun değerlendirilmesi	Gruplar arası		4,700	2	2,350	5,178	<b>0,007</b>
	Grup içi		79,428	175	0,454		
	Toplam		84,128	177			

**Tablo 8.** “LSD” testi sonuçları

Bağımlı değişken	Bölmeler	Ortalama fark	p	
Öğrenim görülen okulun değerlendirilmesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	-,39000*	0,003
		Seyahat işletmeciliği ve Turizm Rehberliği	-,28281*	0,017

\* 0.001 düzeyinde anlamlı

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Eğitim-öğretim süreçleriyle ilgili öğrenci değerlendirmelerine yönelik yapılan çalışmaların öneminin artması, öğrenci bakış açısıyla mevcut durumun değerlendirilmesini, makul istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda da gerekli düzenlemelerin yapılmasını beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada da, turizm fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin beklentilerini belirlemeye yönelik durum tespiti yapılarak fakültenin konuyla ilgili mevcut durumunun çeşitli kriterler açısından ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan değerlendirmelerde öğrencilerin cinsiyet, bölüm ve sınıflarına göre öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasındaki farklılıklar incelenmiştir.

Konuyla ilgili öne çıkan bazı değerlendirmeler ve yapılan testler sonucu aşağıdaki gibidir:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin kayıt öncesi bilgi düzeylerinin düşük olması veya hiç olmaması, bilgisi olanların ise bilgi kaynaklarının genellikle sosyal medya ve bu fakültede okuyan öğrenciler veya mezunlar olması üniversitenin ve fakültenin tanıtım faaliyetlerini artırmaya yönelik çalışmalar yapması gerektiğini ortaya koymaktadır.
- Fakülteye kayıt yaptıran öğrencilerin büyük bir bölümünün kayıt öncesi ve kayıt sonrası kanaatlerinin pozitif yönlü olduğu görülmüştür ancak az da olsa bir bölümünün kanaatlerinin negatif yönlü olduğu dikkate alınmalı ve bunun nedenleri incelenerek çözüm yolları aranmalıdır.
- Büyük bir bölümünün fakülteyi tercih nedenlerinin turizm sektöründe çalışmak ve mezuniyet sonrası yapmayı düşündükleri öncelikli işlerin yurtdışında turizm sektöründe çalışmak olan öğrencilerin yaklaşık yarısına yakını mezuniyet sonrasında turizm sektöründe üst kademe yönetici olarak görev olmayı ummaktadır. Dolayısıyla

öğrencilerin bilinçli bir şekilde bu fakülteyi seçtiği söylenebilirken mezuniyet sonrası beklentilerinin çok yüksek olması, kısa vadede hayal kırıklığı yaşama ihtimallerine de işaret etmektedir. Bu konularda öğrencilerin bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılması önem arz etmektedir.

Öğrencilerin değişik kriterler açısından öğrenim gördükleri fakülteye yönelik değerlendirme sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin en yüksek olduğu ifade “kütüphane imkanları” şeklindeyken memnuniyet düzeylerinin en az olduğu ifade “mezuniyet sonrası iş imkanları” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu neticede öğrencilerin gelecek kaygılarını azaltmak amacıyla kariyer günleri daha sık düzenlenebilir ve kariyer planlamalarına yönelik seminerler verilmesi önerilebilir.
- Düşük ortalamaya sahip olan bir diğer ifade ise “danışmanlık hizmetleri”dir. Bu alandaki sorunu belirlemek için fakültenin öğretim elemanlarına ve idari personeline yönelik benzer bir çalışma yapılarak sorunlar belirlenebilir ve bu kapsamda iyileştirmeler yapılabilir.

Son olarak ise, öğrencilerin cinsiyetleri, okumakta oldukları sınıflar ve okumakta oldukları bölümler ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Bu kapsamda kurulan üç hipotezden “Öğrencilerin okumakta oldukları sınıflar ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” ve “öğrencilerin okumakta oldukları bölümler ile öğrenim gördükleri fakülteye yönelik öncelik, beklenti ve değerlendirmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki ikisi kabul etmiştir. Sonuç olarak ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin üçüncü sınıfta okuyan öğrencilere göre eğitim gördükleri fakülteden daha yüksek memnuniyete sahip olduğu görülmüştür. Bunun yanında gastronomi ve mutfak sanatları ve seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerindeki öğrencilerin de memnuniyet oranının turizm ve otel işletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilerden daha yüksek olduğu da yine ortaya çıkmıştır.

Bu araştırma, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Turizm Fakültesinde 2021-22 eğitim-öğretim döneminde öğrenim gören ve araştırmaya katılan öğrenciler ile sınırlıdır. Sonraki araştırmalarda, araştırmanın belirli bir periyotta tekranlaması ve sonuçların

karşılaştırılması fakültenin gelişiminde fayda saylayacaktır. Ayrıca diğer fakültelere ve üniversite geneline yönelik öğrenci beklentilerinin incelenmesinin de yararlı olacağı düşünülmektedir.

## **6. KAYNAKÇA**

- Akıncı, Z. (2015). Meslek Yüksekokullarında Verilen Turizm Eğitiminin Değerlendirilmesi: Bir Odak Grup Çalışması, *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 5(1), 43-59.
- Avcıkurt, C. (2000). Education and Training in Tourism in Turkey: Problems and Prospects, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 282-297.
- Boylu, Y. (2004). Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Okul Amacına Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Boylu, Y. (2009). Anadolu Otelcilik Ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Öğrenim Gördükleri Okullara İlişkin Beklenti ve Değerlendirmeleri, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(4), 933-954.
- Chung, Y. ve Yang, C. (2013). Hospitality Major Vocational High School Students' Expectations on University Education, *Higher Education Studies*, (3), 60-66.
- Cooper, C. ve Shepherd, R. (1997). The relationship between tourism education and the tourism industry: Implications for tourism education, *Tourism Recreation Research*, 22(1), 34-47.
- Kozak, M. A. (2012). Genel Turizm Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Osmanoğlu, A. E. ve Yaşa, R. (2018). Lise Öğrencilerinin Okul Beklentileri, *Journal of Turkish Studies*, 13(19), 1291-1312.
- Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğiyle İlgili Etik Olmayan Davranışlara ve Öğretmenleri Etik Dışı Davranışa Yönelten Faktörlere İlişkin Algulamaları, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 95-119.

- Ünlüönen K. ve Boylu Y. (2005). Türkiye’de Yüksek Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 11-32.
- Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö., ve Günsel, A. (2015). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin, Mesleğin Geleceğine İlişkin Bakış Açıları, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 179-199.
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması Ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama, *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 14-28.
- Yazıcı, H., Türkmen, B., ve Aydemir, Y. (2015). Dünyada ve Türkiye’de Mesleki Eğitim ve Önemi, 4th International Vocational Schools Symposium, Yalova Üniversitesi, Yalova, 1630-1638
- Zeytinoğlu, E. (2012). Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonu ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Dumlupınar Üniversitesi Örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (53), 103-116.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit katkı sağlamışlardır.

**Etik Kurul İzin Belgesi:** Araştırma verilerinin toplanabilmesi için Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 27 Nisan 2022 tarihinde yapmış olduğu toplantıda, etik açıdan uygunluğu için etik kurul izni alınmıştır. (Sayı: R.30.2022/BAYEK-6456)



## **A Study On The Expectations of Tourism Faculty Students From Their Departments**

**İbrahim GÜNDOĞDU**

Kyrgyz-Turkish Manas University, Faculty of Tourism

**Nurzaada ESENKADYR KIZI**

Kyrgyz-Turkish Manas University, Graduate School of Social Sciences

### **Extensive Summary**

In this case; It deals with the suggestions, expectations and evaluations of the students studying at the Faculty of Tourism of Kyrgyz-Turkish Manas University regarding the program they attend, as well as the relationship between gender, department and classes. The program to evaluate the current functioning of the data provides a different perspective on their structure and offers multiple and different evaluation opportunities. For this purpose, a questionnaire was applied to the current students studying at the Faculty of Tourism, which constitutes the target audience of the research, and the obtained data were subjected to various statistical analyzes. Within the scope of the research, which aims to conduct a complete census, information obtained from the university's student affairs department shows that as of April 2022, there are 486 students enrolled in the Faculty of Tourism. However, the number of questionnaires subjected to analysis was 179 due to reasons such as some students not being at school or not wanting to participate in the survey during the period when the questionnaires were applied, and some incomplete or incorrectly completed questionnaires were eliminated.

Analysis of the perceiving program shows that the shadow of information in the previous record is low or absent. As a result of the evaluation of the faculties in terms of their different qualities, "library services" got the highest average, while "post-graduation job assistants" got the lowest average. There are also statistically significant differences between sections and classes that study groups, and readers, expectations, and evaluations. Most of the data obtained from this case, in terms of the correct strategies to be followed in informing the candidate about their faculty and department preferences, and to the faculty university administrations; On the other hand, it is thought that the existing ones can shed light on the school and its preferences both in terms of physical and educational assistance of schools and in terms of allowing them to adapt to the sector more easily after graduation.



## Kadın Çalışanların Örgütsel Davranış Profillerinin Belirlenmesi: Turizm Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Analiz\*

(Determining the Organizational Behavior Profiles of Female Employees: A Comparative Analysis in the Tourism Sector)

\*\* Filiz ÇİÇEK<sup>a</sup>

Hakan KOÇ<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara-Türkiye  
(filizcicek.de@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0002-7098-3669>

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ankara-Türkiye  
(hakan.koc@hbv.edu.tr) <http://orcid.org/0000-0003-2850-0472>

### MAKALE GEÇMİŞİ

### ÖZ

#### Gönderim Tarihi:

30.10.2022

#### Kabul Tarihi:

26.12.2022

#### Anahtar Kelimeler:

Örgütsel Davranış,  
Motivasyon,  
Mutluluk,  
Örgütsel Vatandaşlık

#### Keywords:

Organizational Behaviour,  
Motivation,  
Happines,  
Organizational Citizenship

#### Makalenin Türü: Derleme

\*\**Sorumlu Yazar:* Filiz ÇİÇEK

*E posta:* filizcicek.de@gmail.com

Bu çalışmanın amacı, çalışma yaşamının ayrılmaz bir parçası olan kadın çalışanların davranış profillerinin belirlenmesidir. Bu çerçevede örgütsel davranışı temel alan olumlu kavramlar olan iş motivasyonu, mutluluk ve örgütsel vatandaşlık kavramlarına ilişkin algı ortalamaları ile yine örgütsel davranışı oluşturan olumsuz kavramlar olan psikolojik şiddet (*mobbing*), iş stresi ve iş-aile çatışması algı ortalamaları karşılaştırılacaktır. Araştırmanın evreni tüm Türkiye'deki turizm sektörü çalışanları olup, bu amaçla 7 bölgeden turizm çalışanlarına ulaşılmıştır. Ayrıca veri seti için hem kadın hem de erkek çalışanlardan bilgi toplanmıştır. Veri toplamak amacıyla oluşturulan anket formu 7 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik ifadelerle, ikinci bölümde 7 ifadeden oluşan iş motivasyonu ölçeğine, üçüncü bölümde 29 ifadeden oluşan mutluluk ölçeğine, dördüncü bölümde 15 ifadeden oluşan örgütsel vatandaşlık ölçeğine, beşinci bölümde 5 ifadeden oluşan psikolojik şiddet algı ölçeğine, altıncı bölümde 10 ifadeden oluşan iş stresi düzeyi belirleme ölçeğine ve yedinci bölümde ise 10 ifadeden oluşan iş-aile çatışması ölçeğine yer verilmiştir. Verilerin analizi için SPSS (*The Statistical Package for Social Science*) programı kullanılmış ve analiz sırasında Pearson Korelasyonu, t-testi ve oneway ANOVA testi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda çeşitli demografik değişkenler açısından kadın çalışanların örgütsel davranış değişkenlerinde farklılıklar tespit edilmiştir.

### ABSTRACT

The aim of this study is to determine the behavioral profiles of female employees, who are an integral part of working life. In this context, the perception averages of the positive concepts of work motivation, happiness and organizational citizenship, which are the positive concepts based on organizational behavior, and the perception averages of psychological violence (*mobbing*), work stress and work-family conflict, which are also negative concepts that constitute organizational behavior, will be compared. The universe of there search is the tourism sector employees throughout Türkiye, and for this purpose, tourism employees from 7 regions were reached. In addition, information was collected from both male and female employees for the data set. The questionnaire form created to collect data consists of 7 parts: Demographic expressions in the first part, work motivation scale consisting of 7 statements in the second part, happiness scale consisting of 29 statements in the third part, organizational citizenship scale consisting of 15 statements in the fourth part, psychological violence perception scale consisting of 5 statements in the fifth part, job stres level determination scale consisting of 10 statements in the sixth part, and the scale of work-family conflict in the seventh part. SPSS (*The Statistical Package for Social Science*) program was used for the analysis of the data and Pearson Correlation, t-test and oneway ANOVA test were performed during the analysis. As a result of there search, differences in organizational behavior variables of female employees were determined in terms of various demographic variables.

*Makalenin Künyesi:* Çiçek, F. ve Koç, H. (2022). Kadın Çalışanların Örgütsel Davranış Profillerinin Belirlenmesi: Turizm Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Analiz. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (2), 230-266.

\* Bu makale Filiz Çiçek'in yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

## **1. GİRİŞ**

İnsanlık tarihi boyunca çeşitli dönemler genel çalışma yaşamını ve kadınların çalışma yaşamındaki rolünü önemli ölçüde değiştirmiştir. Tarım toplumundan sanayi ve bilgi toplumuna doğru hızlı bir değişim süreci gerçekleşmiş ve bu durum kadınların çalışma hayatına katılımını da aynı doğrultuda değiştirmiştir. Böylelikle iş hayatında kadına duyulan ihtiyaç da artmıştır. Kadınların çalışma hayatına başlamalarının temel kırılma noktaları ise, Sanayi Devrimi, İkinci Dünya Savaşı ve Küreselleşme süreci ile gerçekleşmiştir. (Özer ve Biçerli, 2003: 57).

Kadınların ücret karşılığında çalışma hayatları Sanayi Devrimi'yle başlamıştır. Sanayi Devrimi 1750'li yıllarda İngiltere'de çark makinesinin icadıyla başlamış ve bu süreç James Watt'ın 1782 yılında buharlı makineyi icat etmesiyle hızla Avrupa'ya yayılmıştır. Sanayi Devrimi sayesinde özellikle tarımda yaşanan büyük yenilikler kadın ve erkek iş gücünü tarımdan sanayiye diğer bir ifade ile köyden kente yöneltmiştir. Kadın iş gücü özellikle tekstilde kullanılırken ortaya çıkan fazla iş gücü de temizlik sektörüne yöneltmiştir (Tilly ve Scott, 2016: 64). Sanayi Devrimi sürecinden büyük ölçüde etkilenen bir diğer ülke de Amerika Birleşik Devletleri'dir. Ülkede önceleri ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlar, tıpkı Avrupalı kadınlar gibi sanayi sektöründe çalışmaya başlamışlar ve sanayinin gelişmesine büyük ölçüde katkı sağlamışlardır. Gelişen sanayiyle beraber yeni iş kolları gelişmiş ve fazla gelen iş güçleri de gelişen sanayinin doğurduğu diğer hizmet sektörlerine yönelmiştir (Costa, 2000: 10).

II. Dünya Savaşı dönemindeki sanayileşme de, kadınların çalışma hayatına katılımını sağlayan bir olaydır. II. Dünya savaşı sırasında ve sonrasında yaşanan olaylar hem kadınların mesleki tecrübe kazanmalarını sağlamış hem de kadınların çalışma hayatına bakışlarına etki etmiştir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde ev aletlerine yapılan yatırımlar sayesinde ev işleri kolaylaşmış böylelikle kadınların emek piyasalarına yönelmeleri sağlanmıştır (Özer ve Biçerli, 2003: 58). Sanayinin gelişmesiyle birlikte doğum oranları düşmüş ve kadınların iş hayatına yönelmeleri için yine bir zemin oluşmuştur.

Sonuncu dönem olan Küreselleşme yaşanırken üretim biçimi değişmiş bu duruma paralel olarak da piyasa katılımında ve piyasaya katılım oranlarında çeşitli değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle kadınların çalışma hayatına katılmaları ve aldıkları ücretler belirgin şekilde değişmiştir. Esnek üretim biçimi sayesinde kadın istihdamında önemli artışlar gözlenmiştir

(Çolak ve Kılıç, 2001: 36). Küreselleşmeyle beraber çalışma alanları değişmiş, kadın çalışanlara talep artmış ve kadınlar çalışma hayatında eskiye oranla daha fazla yer almaya başlamıştır. Böylelikle kadın iş gücünün piyasaya katılımı giderek artmıştır.

Çalışma hayatı, kadının üretkenliğini, öz güvenini, toplumdaki saygınlığını artırırken ekonomik özgürlüğünü de sağlamıştır. Ancak geleneksel değerlere bağlı kalınması, kadının sadece aile, çocuk ve yaşlı bakımı, ev işleri gibi rollerle ilişkilendirilmesi, yani kadının çalışma hayatındaki yerine yeteri kadar imkân verilmemesi, kadınlar için çeşitli sorunlar yaratmaktadır.

Geleneksel toplumlarda daha çok aile, çocuk ve yaşlı bakımı gibi rollerle ilişkilendirilen kadın, modern toplumda iş gücü olarak çalışma hayatındaki yerini almıştır. Sahip oldukları biyolojik özelliklerden dolayı çalışma hayatı ve toplum yapısında birtakım haklara sahip olması beklenen kadınlara yönelik yapılan düzenlemelerin zaman zaman eşitsizlik ve ayrımcılığa dönüştüğü görülmektedir. Annelik, gebelik, düşük, emzirme, yaşlı ve hasta bakımı ve ev hizmetleri gibi sorumluluklar, kadınların çalışma hayatında düşük ücret, kötü çalışma koşulları gibi uygulamalara muhatap olmalarına ve ikincil duruma düşmelerine neden olmaktadır (Aydın, 2015: 2).

Bu araştırmada ise kadınların çalışma hayatında yaşadıkları örgütsel davranış konularına ilişkin algı düzeylerin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Dolayısıyla içinde buldukları örgütlerin kadın çalışanlara bakış açıları ve kadınların bu örgütlerde bir çalışan olarak maruz kaldıkları tutumlar belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede örgütsel davranışın belirleyicisi olan üç olumlu kavram (motivasyon, mutluluk ve örgütsel vatandaşlık) ve üç olumsuz kavrama ilişkin (iş aile çatışması, iş stresi ve psikolojik şiddet) kadın çalışanların algıları belirlenmeye çalışılmıştır.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. İş Motivasyonu**

Motivasyon sözcüğünün Türkçe karşılığı isteklendirme veya güdülemedir (TDK, 2021). Psikoloji bilimine göre ise, içten gelen itici güçlerin davranışı belli bir amaca yöneltmesi motivasyon olarak tanımlanır (Keser, 2006: 1). Motivasyon, istek duyarak gerçekleştirdiğimiz işleri yaparken hissettiğimiz duyguların tamamıdır (Bentley, 2000: 179). Aynı zamanda motivasyon ihtiyaçları, dürtüleri ve ilgileri de ele alır (Cüceloğlu, 2005: 229).

Motivasyon sürecindeki insanlar, belirledikleri hedefe ulaşmak için kendi istekleriyle hareket ederler. Bu hareket ruhsal ve zihinsel olduğu gibi fiziksel de olabilir (Berkman vd., 2007: 293). Motive olmak kavramı, bir şeyi yapmak için harekete geçmeyi ifade eder (Deci ve Ryan, 2000: 54). Her bireyin motivasyon aracı ve motivasyon düzeyi farklıdır. Yani bireyleri istekleri için harekete geçiren sebepler ve bu sebepleri isteme dereceleri aynı değildir.

Motivasyonun temelde iki özelliği bulunur. Bunlardan biri sadece insanlarda gözlenebilir olmasıdır. Kişi, duygu durumunu dışarıya yansıttığı için kişinin motive olduğu ya da olmadığı davranışlarından anlaşılabilir. Diğer ise kişiye özgü olmasıdır. Bir insanı motive eden herhangi bir öge başka bir insanı etmeyebilir. Yani herkesin motivasyon aracı kendine özgüdür denilebilir (Koçel, 2005: 634).

## **2.2. Mutluluk**

Mutluluk, psikolojik, sosyolojik, ekonomik, beden sağlığı gibi insanı ilgilendiren bütün temel durumların memnuniyetiyle mümkün olabilir. Mutluluk, diğer bütün amaçların gerçekleştirilmeye yöneldiği ortak ve nihai amaçtır (Cornford, 2017: 25).

İnsanlık tarih boyunca mutluluğu aramış, mutluluğu tanımlamaya, anlamaya ve en çok da yaşamaya çalışmıştır. Mutluluk kimi zaman dinsel kimi zaman psikolojik kimi zaman felsefi kimi zaman da sosyolojik açıdan incelenmiştir.

Mutluluk ahlâki eylemlere uygun olduğu sürece gerçektir. Toplumsal mutluluk saygı, sağduyu, hoşgörü gibi insan ilişkilerinin belirleyicisi kavramların karşılıklı olmasıyla mümkün olabilir (Hançerlioğlu, 2000: 158).

Mutluluk, günümüzde pozitif psikolojinin temel konularından biri haline gelmiştir (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000: 6). Pozitif psikoloji, pozitif durumları açıklamak için mutluluk kavramına başvurmuştur. Mutluluk, pozitif psikoloji sayesinde her geçen gün önem kazanmıştır. (Hefferon ve Boniwell: 2014: 3). Hem özel hem iş yaşamında bireylerin mutluluğu davranışları üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğu söylenilir. Diğer yandan özellikle iş yaşamında bireylerin mutluluğu iş ilişkilerine, çalışma performanslarına, grup içi tutum ve davranışlarına doğrudan etki etmektedir.

## **2.3. Örgütsel Vatandaşlık**

Örgütsel vatandaşlık, örgüt tarafından beklenen davranışların daha fazlasının sergilenmeye çalışılmasıyla ortaya çıkar (Graham, 1991: 249). Örgütsel vatandaşlık davranışında, örgütü

etkileyecek davranışlar gönüllülük esasına dayalı olarak sergilenir (Özdevecioğlu, 2003: 119). Gönüllülük esasına dayalı olmasıyla anlatılmak istenen, çalışana örgüt tarafından sorumluluk verilmesi değil, çalışanın kendi isteğiyle örgütü için daha çok çalışması ve özveride bulunmasıdır (İşbaşı, 2000: 359). Bir diğer ifade ile örgütsel vatandaşlık örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yardımcı olan, gönüllülük esasına dayalı bireysel davranışları anlatır (Sezgin, 2005: 319).

Örgütsel vatandaşlık kavramı kullanılmaya başlanmasıyla beraber değer gören, önem verilen ve bu sebeple de üzerinde çalışma ve araştırmalar yapılan bir kavram haline gelmiştir (Smith vd., 1983). Çalışma ve araştırmalar, örgütsel vatandaşlığın yüksek düzeyde olmasının hem iş görenin hem de işletmenin performans ve verimliliğini artırdığını ortaya çıkarmıştır (Koys, 2001).

Örgütsel vatandaşlık davranışları olarak adlandırılan davranışlar, örgüt üyelerinin daha verimli çalışmasını ve uzmanlaşmasını sağlaması dolayısıyla örgütün başarıya ulaşmasında oldukça önemli bir rol oynar. (Avey vd., 2009). Bireylerin tutum ve davranışlarına yön veren temel duygu aidiyet duygusudur. Örgütsel vatandaşlığın oluşabilmesi için örgütsel bağlılık, örgütsel sadakat, örgütsel adalet gibi aidiyet duyguları gereklidir (Koç, 2009: 201).

#### **2.4. İş Aile ve Aile İş Çatışması**

Kişinin hayatında sosyalleştiği ilk yer ailedir. Aile en önemli toplumsal kurum olmakla birlikte insan hayatının merkezi ve vazgeçilmezidir. Çalışma hayatı ise kişinin ekonomik gereksinimlerini karşıladığı ikincil bir alandır. Aile ve çalışma hayatı kişi için en önemli iki alan olsa da, kişinin hayatında bir bütün olarak değerlendirilmelidir. Çalışma hayatındaki rollerle aile hayatındaki roller birbirini son derece etkilemektedir. Rollerden herhangi birinde yaşanan olumlu veya olumsuz bir değişim diğer rolü hemen etkileyebilir (Arslan, 2012: 100). İş ve aile bireyin hayatındaki en önemli öğeler olarak kabul edilir. Bu iki öğe birbirini tamamladığı gibi birbirini doğrudan etkiler (Wan Rashid vd., 2012: 564).

İş aile çatışması, çakışan iş ve aile rollerinin bir arada yürütülememesinin sebep olduğu uyumsuzluğu ifade eder (Parasuraman ve Simmers, 2001: 552). İş aile çatışması, iş hayatının sorumluluklarını yerine getirirken aileye karşı olan sorumlulukların ihmal edilmesinden, benzer şekilde aile iş çatışması da, aile hayatının getirdiği sorumlulukları yerine getirirken iş hayatındaki sorumlulukların ihmal edilmesinden kaynaklanır (Frone vd. 1997: 728).

İş-aile çatışması ile iş yaşamında mutsuzluk, hayal kırıklığı ve isteksizlik ile bireyin hayatına etki etmeye başlar ve yaşam tatmininin azalmasına neden olur. Bu durum ise, bireyin çevresini, ailesini ve arkadaşlık ilişkilerini olumsuz etkiler, fiziksel ve psikolojik sağlığını bozar. Ayrıca, bireyler işinde ve ailesinde sahip olduğu ayrı rolleri dengelemekte sorun yaşadığından, bu çatışma iş hayatına da doğrudan etki etmektedir (Koç ve Kızanlıklılı, 2017: 119).

## **2.5. İş Stresi**

Stres, gerilim, baskı, zorlama, sıkıntıya girme gibi sözlerle de tanımlanabilir (Koç ve Toplaoğlu, 2012: 232). Alışkın olunmayan bir durumla karşı karşıya kalındığı zaman, önce yeni durum denenir, sonra yeni duruma alışmaya çalışılır. Fakat yeni durum alışmaya uygun değilse dayanılmaz bir hal alır bu da stresi ortaya çıkarır (Selye, 1997: 26). Stres, fiziksel ve sosyal çevremizde meydana gelen olumsuzluklar sebebiyle sınırlarımızın ötesinde harcadığımız çabadır (Cüceloğlu, 1994: 321).

İnsanların günlük yaşamını etkileyen, insanlara bedensel ya da ruhsal zorluklar yaşatan stres, olağan yaşamı genellikle olumsuz etkilemektedir. Stres, neredeyse herkes tarafından sıklıkla yaşanır ve herkesin stres tanımı farklılık gösterir. Hızla değişen dünyada yoğun tempoyla yaşamaya çalışan insanlar için stres kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir (Tutar, 2000: 201, 202). Kişinin stres düzeyi, sorumluluklarını ve rollerini yerine getirmesine engel olabilir (Greenhaus ve Beutell, 1985).

İş stresi kişinin dayanma gücünün tükenmesi, sorunlarını aşamaması sonucunda ortaya çıkar ve çalışanların iş başarısı üzerinde son derece etkilidir (Lazarus, 1985). Çalışma hayatının çalışan kişi üzerinde baskı oluşturarak çalışanın sergileyebileceği performanstan daha fazlasının beklenmesiyle iş stresi ortaya çıkar (Koo ve Hyung, 2006: 8). Stres insan hayatında çeşitli alanlarda olabilir ve herhangi bir alanda yaşanan stres diğer bir alana etki edebilir. Dolayısıyla gerginlik, yorgunluk, uykusuzluk, zamansızlık gibi pek çok unsur kişinin iş stresi yaşammasına neden olabilir (Çelik ve Turunç, 2009).

Belli orandaki stres kişiyi motive etse de kontrol edilemeyen yoğun stres sağlık sorunlarıyla beraber düşük performansa da neden olur. Ayrıca yüksek düzeydeki stres sadece kişiyi değil örgüt içindeki diğer çalışanları da etkileyebilir (Akdağ ve Yüksel, 2010: 49).

## **2.6. Psikolojik Şiddet (Mobbing)**

Mobbing sözü İngilizcede rahatsızlık verme, sıkıntıya düşürme, taciz etme ve psikolojik şiddet anlamına gelmektedir (Tınaz, 2008: 15). Mobbing kavram olarak 1960'lı yıllarda hayvan davranışları arasındaki tacizi tanımlamak amacıyla Konrad Lorenz tarafından kullanılmıştır. 1970'li yıllarda ise Peter Paul Heinemann, çocukların oluşturduğu grupların, yalnız ve savunmasız bir çocuğa karşı sergilediği tavırları tarif etmek için kullanmıştır (Davenport vd., 2003: 3). İş yerlerindeki mobbing davranışı ilk kez 1984 yılında İsveç'te tanımlanmıştır (Çobanoğlu, 2005: 19).

İş yerlerinde bir veya birden fazla kişi tarafından diğer kişi ya da kişilere yönelik gerçekleştirilen, belirli bir süre sistematik biçimde devam eden, yıldırma, pasifize etme veya işten uzaklaştırmayı amaçlayan; mağdur ya da mağdurların kişilik değerlerine, mesleki durumlarına, sosyal ilişkilerine veya sağlıklarına zarar veren; kötü niyetli, kasıtlı, olumsuz tutum ve davranışlar bütünüdür (Tümer, 2014: 9).

Psikolojik şiddet; "Kurbanın kendine yönelik değer duygusuna, benliğine, saygısına zarar vermeyi, korkutmayı hedefleyen; kendisini güçsüz ve aciz hissetmesine neden olan ve şiddete başvuran kişinin, şiddetin mağdurunu kontrol altına aldığı hissetmesini amaç edinmiş bir şiddet türüdür. Alay etme, küfürlü ve tehditkâr konuşma, küçük düşürücü ve aşağılayıcı söylemlerde bulunma, üstünlük kurmaya çalışma gibi duygusal baskılar psikolojik şiddeti oluşturur (TBMM, 2013).

## **3. YÖNTEM**

### **3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler**

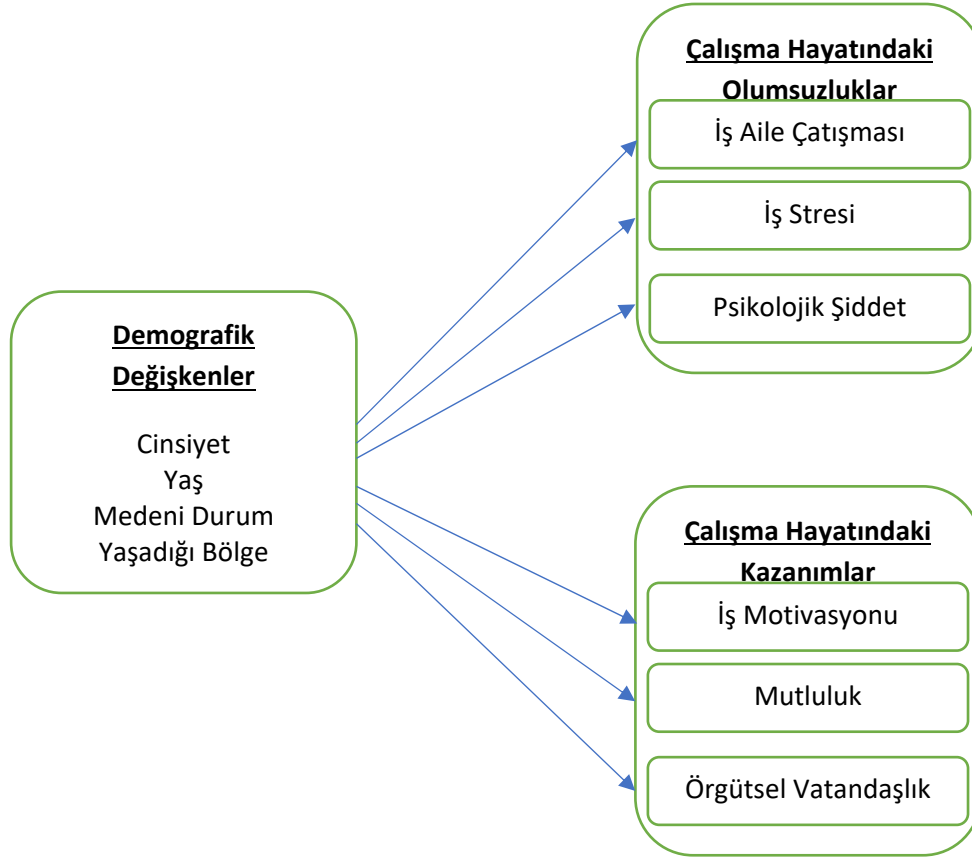
Bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelinde yapılan bu araştırmada, turizm sektörü çalışanlarının demografik özellikleri açısından iş motivasyonu, mutluluk düzeyi, örgütsel vatandaşlık algısı ile iş aile çatışması düzeyi, iş stres düzeyi ve psikolojik şiddet algısındaki farklılıklar incelenmiştir. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişki ya da etkileşimlerin belirlenmesinde kullanılır (Karasar, 2009: 81). Araştırmada demografik özellikler açısından örgütsel davranış kavramlarındaki farklılıklara ilişkin aşağıdaki ana hipotezler geliştirilmiştir.



H<sub>1</sub>: Demografik değişkenler açısından motivasyon, mutluluk ve örgütsel vatandaşlık davranışında farklılık vardır.

H<sub>2</sub>: Demografik değişkenler açısından iş aile çatışması, iş stresi ve psikolojik şiddet düzeylerinde farklılık vardır.

Geliştirilen hipotezler çerçevesinde araştırmanın modeli şekil üzerinde aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın modeli

### 3.2. Evren ve Örneklem

Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesindeki çeşitli illerinin turizm sektörünün çeşitli departmanlarında görev alan kadın ve erkek çalışanları bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmalarda örneklem sayısının belirlenmesinde dikkat edilmesi gereken temel unsur, esas alınan örneğin hedef kitle olarak alınacak yığının özelliklerini yansıtacak nitelikte olmasıdır (Connon, 1994: 137).Türkiye'de turizm sektörü çalışanlarının çeşitli kaynaklara göre 1 milyon kişi civarında olduğu öngörülmektedir. Bu referanslar, TÜİK,

Kültür ve Turizm Bakanlığı ve sektörel istatistikler olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla bu araştırmada evren büyüklüğü olarak 1.000.000 kişi varsayılmıştır.

Evreni temsil eden örneklem sayısı basit tesadüfi örneklem formülü ile belirlenmiştir. Basit tesadüfi örneklem formülü aşağıda gösterilmektedir;

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$384 = \frac{1.000.000 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{1.000.000 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

Örneklem sayısı 384 olarak hesaplanmıştır. Türkiye'nin yedi bölgesinde, turizm sektöründe faaliyet gösteren çeşitli işletmelerin çalışanları araştırmanın veri setini oluşturmuştur. Bu amaçla oluşturulan anket formu Google form aracılığıyla, posta yoluyla ulaştırılarak ve elden anket formu ulaştırılarak uygulanmaya çalışılmıştır.

### **3.3. Veri Toplama Tekniği**

Araştırmanın veri toplama aşamasında yedi bölümden oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Birinci bölümde, turizm sektöründeki kadın ve erkek çalışanların yaş, medeni durum, yaşadığı bölge, eğitim düzeyi, görev yaptığı kurum, görev yaptığı pozisyon gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik tanımlayıcı sorular kullanılacaktır. Anketin ikinci bölümünde, yedi ifadeden oluşan iş motivasyonu ölçeği kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde, 29 ifadeden oluşan iş mutluluk ölçeği kullanılmıştır. Anketin dördüncü bölümünde, 15 ifadeden oluşan örgütsel vatandaşlık ölçeği kullanılmıştır. Anketin beşinci bölümünde, 5 ifadeden oluşan mobbing ölçeği kullanılmıştır. Anketin altıncı bölümünde, 10 ifadeden oluşan iş stresi ölçeği kullanılmıştır. Anketin yedinci bölümünde, 10 ifadeden oluşan iş aile çatışması ölçeği kullanılmıştır.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Araştırmanın hipotezlerinin test edilebilmesi için gerekli istatistiksel testler gerçekleştirilmiştir. Anket uygulamasına katılan turizm sektörü iş görenlerinin anket sorularına vermiş olduğu cevaplar bilgisayarda depolanarak veri tabanı oluşturulmuştur. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmış olan SPSS.27 (Statistical Package for the Social Sciences) istatistik bilgisayar yazılım programı

kullanılmıştır.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla SPSS.27 istatistiksel paket programının frekans, ortalama, Pearson Korelasyonu, t-testi ve oneway ANOVA (tek yönlü varyans analizi testi) gibi istatistiksel analizleri kullanılmıştır.

#### 4. BULGULAR

##### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde anket uygulanan turizm iş görenlerinin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 1.'de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Araştırmaya katılan turizm çalışanlarının cinsiyet dağılımı

Cinsiyet Dağılımı	Frekans	Yüzde
Kadın	583	74,4
Erkek	201	25,6
Toplam	784	100,0

Araştırmaya katılan iş görenlerin cinsiyet dağılımı Tablo 1.'de gösterilmiştir. Buna göre, 784 iş görenin %74,4'ünün (583 kişi) kadın çalışanlardan %25,6'sının (201 kişi) erkek çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Cinsiyet dağılımı açısından araştırma veri tabanının çoğunluğu kadın çalışanlardan oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Araştırmaya katılan kadın turizm çalışanlarının yaş dağılımı

Yaş Dağılımı	Frekans	Yüzde
18 yaş altı	14	2,4
18-24 yaş aralığı	73	12,5
25-34 yaş aralığı	159	27,3
35-44 yaş aralığı	142	24,4
45-54 yaş aralığı	135	23,2
55-65 yaş aralığı	48	8,2
65 yaş üstü	12	2,1
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin yaş dağılımı Tablo 2.'de gösterilmiştir. Buna göre 583 kadın iş görenin %2,4'ü (14 kişi) 18 yaş altı, %12,5'i (73 kişi) 18-24 yaş aralığında, %27,3'ü (159 kişi) 25-34 yaş aralığında, %24,4'ü (142 kişi) 35-44 yaş aralığında, %23,2'si (135 kişi) 45-54 yaş aralığında, %8,2'si (48 kişi) 55-65 yaş aralığında, %2,1'i (12 kişi) 65 yaş üstü katılımcılardan oluşmaktadır. Yaş dağılımı açısından araştırma veri tabanının çoğunluğunu

sırasıyla 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 18-24 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 18 yaş altı, 65 yaş üstü katılımcılar oluşturmaktadır.

**Tablo 3.** Araştırmaya katılan kadın turizm çalışanlarının medeni durum dağılımı

Medeni Durum Dağılımı	Frekans	Yüzde
Evli	366	62,8
Bekâr	217	37,2
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin medeni durum dağılımı Tablo 3.'te gösterilmiştir.

Buna göre 583 kadın iş görenin %62,8'i (366 kişi) evli, %37,2'si (217 kişi) bekârdır. Medeni durum açısından araştırma veri tabanının çoğunluğunu evli katılımcılar oluşturmaktadır.

**Tablo 4.** Araştırmaya katılan turizm çalışanlarının yaşadığı bölge dağılımı

Bölge Dağılımı	Frekans	Yüzde
Marmara Bölgesi	84	14,4
Ege Bölgesi	77	13,2
Akdeniz Bölgesi	104	17,8
Karadeniz Bölgesi	76	13,0
İç Anadolu Bölgesi	136	23,3
Doğu Anadolu Bölgesi	40	6,9
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	11,3
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin yaşadığı bölge dağılımı Tablo 4.'te gösterilmiştir. Buna göre 583 kadın iş görenin %14,4'ü (84 kişi) Marmara Bölgesi'nde, %13,2'si (77 kişi) Ege Bölgesi'nde, %17,8'i (104 kişi) Akdeniz Bölgesi'nde, %13,0'ü (76 kişi) Karadeniz Bölgesi'nde, %23,3'ü (136 kişi) İç Anadolu Bölgesi'nde, %6,9'u (40 kişi) Doğu Anadolu Bölgesi'nde, %11,3'ü (66 kişi) Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ikamet etmektedir. Yaşadığı bölge dağılımı açısından araştırma veri tabanının çoğunluğunu sırasıyla, İç Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi oluşturmaktadır.

**Tablo 5.** Araştırmaya katılan kadın turizm çalışanlarının eğitim düzeyi dağılımı

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
İlköğretim	75	12,9
Lise	128	22,0
Ön Lisans	87	14,9
Lisans	239	41,0
Lisansüstü	54	9,3
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin eğitim düzeyi dağılımı Tablo 5.'te gösterilmiştir. Buna göre, 583 kadın iş görenin %12,9'u (75 kişi) ilköğretim, %22,0'si (128 kişi) lise, %14,9'u (87 kişi) ön lisans, %41,0'i (239 kişi) lisans, %9,3'ü (54 kişi) lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Eğitim düzeyi dağılımı açısından araştırma veri tabanının çoğunluğu sırasıyla, lisans, lise, ön lisans, ilköğretim, lisansüstü düzeyindeki çalışanlardan oluşmaktadır.

**Tablo 6.** Araştırmaya katılan kadın turizm çalışanlarının görev yaptığı kurum dağılımı

Görev Yaptığı Kurum Türü	Frekans	Yüzde
Kamu	126	21,6
Özel	457	78,4
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin görev yaptığı kurum dağılımı Tablo 6.'da gösterilmiştir. Buna göre, 583 kadın iş görenin %21,6'sı (126 kişi) kamu çalışanlarından, %78,4'ü (457 kişi) özel sektör çalışanlardan oluşmaktadır. Görev yaptığı kurum dağılımı açısından araştırma veri tabanının çoğunluğu özel sektör çalışanlarından oluşmaktadır.

**Tablo 7.** Araştırmaya katılan kadın turizm çalışanlarının görev pozisyon dağılımı

Pozisyon Dağılımı	Frekans	Yüzde
Üst Düzey Yönetici	37	6,3
Orta Düzey Yönetici	106	18,2
Alt Düzey Yönetici	149	25,6
Çalışan	291	49,9
Toplam	583	100,0

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin görev pozisyon dağılımı Tablo 7.'de gösterilmiştir. Buna göre 583 kadın iş görenin %6,3'ü ( 37 kişi) üst düzey yönetici, %18,2'si (106 kişi) orta düzey yönetici, %25,6'sı (149 kişi) alt düzey yönetici, %49,9'u (291 kişi) çalışan katılımcılardan oluşmaktadır. Görev pozisyon dağılımı açısından araştırma veri tabanını sırasıyla çalışan, alt düzey yönetici, orta düzey yönetici, üst düzey yönetici oluşturmaktadır.

#### 4.2. Hipotez Testleri

Araştırmanın bu bölümünde anket uygulanan turizm iş görenlerinin iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarına ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 8.'de gösterilmektedir.

**Tablo 8.** Cinsiyet değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	Kadın	583	3,1505	,91011	-14,931	,000
	Erkek	201	4,2040	,70647		
Mutluluk Ortalaması	Kadın	583	3,0022	,24382	-15,670	,000
	Erkek	201	3,4505	,55260		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	Kadın	583	3,9679	,51445	-6,175	,000
	Erkek	201	4,2196	,44820		
Mobbing Ortalaması	Kadın	583	2,7472	,79255	3,218	,001
	Erkek	201	2,5313	,89502		
İş Stresi Ortalaması	Kadın	583	3,6696	,44512	3,556	,000
	Erkek	201	3,5204	,67293		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	Kadın	583	3,5262	,81155	10,229	,000
	Erkek	201	2,8114	,96826		

Araştırmaya katılan iş görenlerin cinsiyet değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p<0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

Kadın ve erkek iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarında (kadın  $\bar{x}=3,1505$ ; erkek  $\bar{x}=4,2040$ ) erkek çalışanların kadın çalışanlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle kadınların iş yerindeki motivasyon düzeylerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Kadın ve erkek iş görenlerin mutluluk ortalamalarına bakıldığında ise (kadın  $\bar{x}=3,0022$ ; erkek  $\bar{x}=3,4505$ ) yine erkek çalışanların kadın çalışanlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle kadınların mutluluk düzeylerinin erkeklere göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Kadın ve erkek iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (kadın  $\bar{x}=3,9679$ ; erkek  $\bar{x}=4,2196$ ) yine erkek çalışanların kadın çalışanlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle kadınların çalıştıkları işletmeye karşı besledikleri örgütsel vatandaşlık davranışının erkeklere göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Tablodan da anlaşılacağı üzere çalışma hayatına ilişkin kazanımlar konusunda kadın çalışanların erkeklerin belirgin bir şekilde gerisinde olduklarına ilişkin kanıtlar tespit edilmiştir. Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken kadın

ve erkek mobbing ortalamalarına bakıldığında ise (kadın  $\bar{x}$ =2,7472; erkek  $\bar{x}$ =2,5313) kadın çalışanların psikolojik şiddet algılarının erkek çalışanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle kadınların karşılaştıkları psikolojik şiddet düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Kadın ve erkek iş stresi düzeylerine bakıldığında ise (kadın  $\bar{x}$ =3,6696; erkek  $\bar{x}$ =3,5204) kadın çalışanların iş stresi düzeylerinin erkek çalışanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle erkeklerin çalıştıkları iş yerlerindeki iş stresi düzeylerinin kadınlara göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Kadın ve erkek iş-aile çatışması düzeylerine bakıldığında ise (kadın  $\bar{x}$ =3,5262; erkek  $\bar{x}$ =2,8114) kadın çalışanların iş-aile çatışması düzeylerinin erkek çalışanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle erkeklerin çalıştıkları iş yerlerinde sorumlulukları ile aile sorumlulukları arasında kalma düzeylerinin kadınlara göre daha düşük olduğu söylenebilir.

**Tablo 9.** Yaş değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

		N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	18 yaş altı	14	1,8776	,17592	18,461	,000
	18-24 yaş aralığı	73	2,6614	,73982		
	25-34 yaş aralığı	159	3,2929	,76321		
	35-44 yaş aralığı	142	3,0614	,91329		
	45-54 yaş aralığı	135	3,2677	,85935		
	55-65 yaş aralığı	48	3,3333	1,07888		
	65 yaş üstü	12	4,7262	,33062		
	Toplam	583	3,1505	,98189		
Mutluluk Ortalaması	18 yaş altı	14	2,7315	,47168	7,652	,000
	18-24 yaş aralığı	73	2,9480	,14392		
	25-34 yaş aralığı	159	2,9881	,17817		
	35-44 yaş aralığı	142	2,9922	,27858		
	45-54 yaş aralığı	135	3,0421	,23222		
	55-65 yaş aralığı	48	3,0589	,29086		
	65 yaş üstü	12	3,2759	,21307		
	Toplam	583	3,0022	,24382		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	18 yaş altı	14	3,7190	,72238	10,131	,000
	18-24 yaş aralığı	73	3,8566	,56532		
	25-34 yaş aralığı	159	3,9614	,46445		
	35-44 yaş aralığı	142	3,9455	,47004		
	45-54 yaş aralığı	135	3,9491	,47471		
	55-65 yaş aralığı	48	4,1000	,54699		
	65 yaş üstü	12	4,9667	,06030		
	Toplam	583	3,9679	,51445		

Mobbing Ortalaması	18 yaş altı	14	4,0000	,54349	15,442	,000
	18-24 yaş aralığı	73	3,2137	,78055		
	25-34 yaş aralığı	159	2,7082	,70827		
	35-44 yaş aralığı	142	2,7408	,86173		
	45-54 yaş aralığı	135	2,5704	,68219		
	55-65 yaş aralığı	48	2,4750	,66477		
	65 yaş üstü	12	2,1167	,10299		
	Toplam	583	2,7472	,79255		
İş Stresi Ortalaması	18 yaş altı	14	3,9714	,20542	6,718	,000
	18-24 yaş aralığı	73	3,8452	,34036		
	25-34 yaş aralığı	159	3,5717	,44125		
	35-44 yaş aralığı	142	3,7331	,42655		
	45-54 yaş aralığı	135	3,5615	,47708		
	55-65 yaş aralığı	48	3,7229	,48652		
	65 yaş üstü	12	3,8000	,27634		
	Toplam	583	3,8000	,44512		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	18 yaş altı	14	4,3429	,8516	4,878	,000
	18-24 yaş aralığı	73	3,7822	,72636		
	25-34 yaş aralığı	159	3,4384	,78738		
	35-44 yaş aralığı	142	3,5401	,81910		
	45-54 yaş aralığı	135	3,3852	,84919		
	55-65 yaş aralığı	48	3,4979	,82809		
	65 yaş üstü	12	3,7167	,69260		
	Toplam	583	3,5262	,81155		

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin yaş değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p<0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin motivasyon ortalamalarında (18 yaş altı=1,8776, 18-24 yaş aralığı=2,6614, 25-34 yaş aralığı=3,2929, 35-44 yaş aralığı=3,0614, 45-54 yaş aralığı=3,2677, 55-65 yaş aralığı=3,3333, 65 yaş üstü=4,7262) 65 yaş üstünün en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle 65 yaş üstü, 55-65 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 18-24 yaş aralığı ve 18 yaş altı yaş grubu sırasıyla en yüksek motivasyon düzeyine sahiptir.

18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin mutluluk ortalamalarına bakıldığında (18 yaş altı=2,7315, 18-24 yaş aralığı=2,9480, 25-34 yaş aralığı=2,9881, 35-44 yaş aralığı=2,9922, 45-54 yaş aralığı=3,0421, 55-65 yaş aralığı=3,0589, 65 yaş üstü=3,2759) 65 yaş üstünün en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle 65 yaş üstü, 55-65 yaş aralığı, 45-



54 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 18-24 yaş aralığı ve 18 yaş altı yaş grubu sırasıyla en yüksek mutluluk düzeyine sahiptir.

18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (18 yaş altı=3,7190, 18-24 yaş aralığı=3,8566, 25-34 yaş aralığı=3,9614, 35-44 yaş aralığı=3,9455, 45-54 yaş aralığı=3,9491, 55-65 yaş aralığı=4,1000, 65 yaş üstü=4,9667) yine 65 yaş üstünün daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle örgütsel vatandaşlık düzeyi sırasıyla 65 yaş üstü, 55-65 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 18-24 yaş aralığı, 18 yaş altında daha yüksektir.

Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken 18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin mobbing ortalamalarına göre (18 yaş altı=4,0000, 18-24 yaş aralığı=3,2137, 25-34 yaş aralığı=2,7082, 35-44 yaş aralığı=2,7408, 45-54 yaş aralığı=2,5704, 55-65 yaş aralığı=2,4750, 65 yaş üstü=2,1167) en çok mobbinge uğrayan yaş grubu sırasıyla, 18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü olarak tespit edilmiştir.

18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin iş stresi ortalamalarına bakıldığında (18 yaş altı=3,9714, 18-24 yaş aralığı=3,8452, 25-34 yaş aralığı=3,5717, 35-44 yaş aralığı=3,7331, 45-54 yaş aralığı=3,5615, 55-65 yaş aralığı=3,7229, 65 yaş üstü=3,8000) en çok iş stresi yaşayan yaş aralığı sırasıyla 18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 65 yaş üstü, 35-44 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığıdır.

18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 35-44 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 65 yaş üstü iş görenlerin iş-aile çatışması düzeylerine bakıldığında (18 yaş altı=4,3429, 18-24 yaş aralığı=3,7822, 25-34 yaş aralığı=3,4384, 35-44 yaş aralığı=3,5401, 45-54 yaş aralığı=3,3852, 55-65 yaş aralığı=3,4979, 65 yaş üstü=3,7167) en çok iş-aile çatışması yaşayan yaş aralığı sırasıyla 18 yaş altı, 18-24 yaş aralığı, 65 yaş üstü, 35-44 yaş aralığı, 55-65 yaş aralığı, 25-34 yaş aralığı, 45-54 yaş aralığıdır.

**Tablo 10.** Medeni durum değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

	Medeni Durum	N	Ort.	s.s	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	Evli	366	3,1616	,89091	,384	,701
	Bekâr	217	3,1317	,94339		
Mutluluk Ortalaması	Evli	366	3,0205	,23504	2,369	,018
	Bekâr	217	2,9712	,25552		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	Evli	366	3,9820	,51304	,859	,391
	Bekâr	217	3,9441	,51714		
Mobbing Ortalaması	Evli	366	2,6869	,73875	-2,395	,017
	Bekâr	217	2,8488	,86817		
İş Stresi Ortalaması	Evli	366	3,6388	,45096	-2,180	,030
	Bekâr	217	3,7217	,43113		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	Evli	366	3,5440	,80788	,685	,493
	Bekâr	217	3,4963	,81870		

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin medeni durum değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p < 0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilememiştir.

Evli ve bekâr iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarında (evli=3,1616, bekâr=3,1317) evli çalışanların bekâr çalışanlara göre az da olsa daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle bekârların iş yerindeki motivasyon düzeylerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Evli ve bekâr iş görenlerin mutluluk ortalamalarına bakıldığında ise (evli=3,0205, bekâr=2,9712) yine evli çalışanların bekâr çalışanlara göre az da olsa daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle bekârların mutluluk düzeylerinin evlilere göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Evli ve bekâr iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (evli=3,9820, bekâr=3,9441) yine evli çalışanların bekâr çalışanlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle bekârların çalıştıkları işletmeye karşı sergiledikleri örgütsel vatandaşlık davranışının evlilere göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Tablodan da anlaşılacağı üzere çalışma hayatına ilişkin kazanımlar konusunda evli ve bekâr çalışanların belirgin bir şekilde farklı ortalamaya sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken evli ve bekâr çalışanların mobbing ortalamaları karşılaştırıldığında (evli=2,6869, bekâr=2,8488) evli çalışanların

mobbing algılarının bekâr çalışanlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle bekârların karşılaştıkları mobbing düzeylerinin evlilere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Evli ve bekâr çalışanların iş stresi düzeylerine bakıldığında ise (evli=3,6388, bekâr=3,7217) evli çalışanlarla bekâr çalışanların iş stresi düzeylerinin yakın olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle evli çalışanların çalıştıkları iş yerlerindeki iş stresi düzeylerinin bekâr çalışanlarıkiyle benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Evli ve bekâr çalışanların iş-aile çatışması düzeylerine bakıldığında ise (evli=3,5440, bekâr =3,4963) evli çalışanların iş-aile çatışması düzeylerinin bekâr çalışanlara göre az da olsa daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle bekârların çalıştıkları iş yerlerine karşı duydukları sorumlulukları ile ailelerine karşı duydukları sorumlulukları arasında kalma düzeylerinin evlilere göre daha düşük olduğu söylenebilir.

**Tablo 11.** Coğrafi bölge değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

		N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	3,3180	,92909	5,474	,000
	Ege Bölgesi	77	3,1614	1,01422		
	Akdeniz Bölgesi	104	3,1648	,90914		
	Karadeniz Bölgesi	76	2,9718	,79523		
	İç Anadolu Bölgesi	136	3,3508	,78629		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	2,5321	,79769		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	3,0693	1,00305		
	Toplam	583	3,1505	,91011		
Mutluluk Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	2,9750	,21587	4,328	,000
	Ege Bölgesi	77	3,0045	,31467		
	Akdeniz Bölgesi	104	3,1005	,28501		
	Karadeniz Bölgesi	76	2,9501	,14127		
	İç Anadolu Bölgesi	136	2,9731	,24443		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	3,0405	,19784		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	2,9760	,18633		
	Toplam	583	3,0022	,24382		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	3,9937	,42121	3,685	,001
	Ege Bölgesi	77	3,8390	,70316		
	Akdeniz Bölgesi	104	4,0173	,48485		
	Karadeniz Bölgesi	76	4,0237	,49348		
	İç Anadolu Bölgesi	136	4,0564	,49670		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	3,7117	,41876		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	3,9162	,45431		
	Toplam	583	3,9679	,51445		
Mobbing Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	2,6929	,68121	6,389	,000
	Ege Bölgesi	77	2,7325	,90763		

	Akdeniz Bölgesi	104	2,6538	,83153		
	Karadeniz Bölgesi	76	2,8737	,60269		
	İç Anadolu Bölgesi	136	2,6265	,74984		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	3,4200	,65914		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	2,6758	,87970		
	Toplam	583	2,7472	,79255		
İş Stresi Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	3,7976	,39085	3,695	,001
	Ege Bölgesi	77	3,6039	,35223		
	Akdeniz Bölgesi	104	3,6269	,53467		
	Karadeniz Bölgesi	76	3,7355	,32525		
	İç Anadolu Bölgesi	136	3,5676	,39812		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	3,7775	,49742		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	3,7197	,56165		
	Toplam	583	3,6696	,44512		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	Marmara Bölgesi	84	3,6607	,74898	6,171	,000
	Ege Bölgesi	77	3,3286	,70596		
	Akdeniz Bölgesi	104	3,5385	,80921		
	Karadeniz Bölgesi	76	3,6776	,73695		
	İç Anadolu Bölgesi	136	3,2618	,82265		
	Doğu Anadolu Bölgesi	40	3,8625	,88801		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	66	3,7333	,83599		
	Toplam	583	3,5262	,81155		

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin coğrafi bölge değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p < 0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarında (Marmara Bölgesi=3,3180, Ege Bölgesi=3,1614, Akdeniz Bölgesi=3,1648, Karadeniz Bölgesi=2,9718, İç Anadolu Bölgesi=3,3508, Doğu Anadolu Bölgesi=2,5321, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=3,0693) sırasıyla İç Anadolu Bölgesi, Marmara Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi çalışanlarının olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle motivasyonu en yüksek olan çalışanların İç Anadolu Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin mutluluk ortalamalarına bakıldığında ise (Marmara Bölgesi=2,9750, Ege Bölgesi=3,0045, Akdeniz Bölgesi=3,1005, Karadeniz Bölgesi=2,9501, İç Anadolu Bölgesi=2,9731, Doğu Anadolu Bölgesi=3,0405, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=2,9760) sırasıyla Akdeniz Bölgesi, Doğu

Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi çalışanlarının olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların Akdeniz Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Karadeniz Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (Marmara Bölgesi=3,9937, Ege Bölgesi=3,8390, Akdeniz Bölgesi=4,0173, Karadeniz Bölgesi=4,0237, İç Anadolu Bölgesi=4,0564, Doğu Anadolu Bölgesi=3,7117, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=3,9162) sırasıyla İç Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi çalışanlarının olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların İç Anadolu Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin mobbing ortalamalarına bakıldığında ise (Marmara Bölgesi=2,6929, Ege Bölgesi=2,7325, Akdeniz Bölgesi=2,6538, Karadeniz Bölgesi=2,8737, İç Anadolu Bölgesi=2,6265, Doğu Anadolu Bölgesi=3,4200, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=2,6758) sırasıyla Doğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Ege Bölgesi, Marmara Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi çalışanlarının olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların Doğu Anadolu Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise İç Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin iş stresi düzeylerinin (Marmara Bölgesi=3,7976, Ege Bölgesi=3,6039, Akdeniz Bölgesi=3,6269, Karadeniz Bölgesi=3,7355, İç Anadolu Bölgesi=3,5676, Doğu Anadolu Bölgesi=3,7775, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=3,7197) sırasıyla Marmara Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan

çalışanların Marmara Bölgesi'nde, en düşük düzeyde yaşayanların ise İç Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki iş görenlerin iş-aile çatışması düzeylerine bakıldığında ise (Marmara Bölgesi=3,6607, Ege Bölgesi=3,3286, Akdeniz Bölgesi=3,5385, Karadeniz Bölgesi=3,6776, İç Anadolu Bölgesi=3,2618, Doğu Anadolu Bölgesi=3,8625, Güneydoğu Anadolu Bölgesi=3,7333) sırasıyla Doğu Anadolu Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi, Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların Doğu Anadolu Bölgesi'nde, en düşük düzeyde yaşayanların ise İç Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

**Tablo 12.** Eğitim değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

		N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	İlköğretim	75	2,2400	,50870	55,936	,000
	Lise	128	2,7746	,82575		
	Ön Lisans	87	3,1018	,82782		
	Lisans	239	3,5039	,78495		
	Lisansüstü	54	3,8201	,82658		
	Toplam	583	3,1505	,91011		
Mutluluk Ortalaması	İlköğretim	75	2,9499	,23113	9,534	,000
	Lise	128	2,9534	,27922		
	Ön Lisans	87	2,9532	,15412		
	Lisans	239	3,0280	,19973		
	Lisansüstü	54	3,1552	,36510		
	Toplam	583	3,0022	,24382		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	İlköğretim	75	3,8924	,57012	11,766	,000
	Lise	128	3,7755	,51828		
	Ön Lisans	87	3,8590	,40862		
	Lisans	239	4,1004	,49354		
	Lisansüstü	54	4,1173	,47458		
	Toplam	583	3,9679	,51445		
Mobbing Ortalaması	İlköğretim	75	3,4080	,64132	42,178	,000
	Lise	128	2,9875	,85435		
	Ön Lisans	87	2,9287	,63757		
	Lisans	239	2,4979	,67160		
	Lisansüstü	54	2,0704	,57516		
	Toplam	583	2,7472	,79255		
İş Stresi Ortalaması	İlköğretim	75	3,9000	,31451	7,512	,000
	Lise	128	3,6539	,50273		
	Ön Lisans	87	3,7046	,39647		
	Lisans	239	3,6255	,43277		

	Lisansüstü	54	3,5259	,47788		
	Toplam	583	3,6696	,44512	16,593	,000
İş-Aile Çatışması Ortalaması	İlköğretim	75	4,0467	,50840		
	Lise	128	3,6242	,81904		
	Ön Lisans	87	3,6023	,78592		
	Lisans	239	3,3950	,81239		
	Lisansüstü	54	3,0296	,74369		
	Toplam	583	3,5262	,81155		

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin eğitim değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p<0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

İlköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarına bakıldığında (ilköğretim=2,2400, lise=2,7746, ön lisans=3,1018, lisans=3,5039, lisansüstü=3,8201) sırasıyla lisansüstü, lisans, lise, ön lisans, ilköğretim mezunlarının daha yüksek motivasyona sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle motivasyon düzeyi en yüksek olanlar lisansüstü mezunuyken en düşük olanlar ilköğretim mezunudur.

İlköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin mutluluk düzeyi ortalamalarına bakıldığında (ilköğretim=2,9499, lise=2,9534, ön lisans=2,9532, lisans=3,0280, lisansüstü=3,1552) sırasıyla lisansüstü, lisans, lise, ön lisans, ilköğretim mezunlarının daha yüksek mutluluk düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mutluluk düzeyi en yüksek olanlar lisansüstü mezunuyken en düşük olanlar ilköğretim mezunudur.

İlköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (ilköğretim=3,8924, lise=3,7755, ön lisans=3,8590, lisans=4,1004, lisansüstü=4,1173) sırasıyla lisansüstü, lisans, ilköğretim, ön lisans, lise mezunlarının daha yüksek örgütsel vatandaşlık düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Diğer bir ifadeyle örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olanlar lisansüstü mezunuyken en düşük olanlar lise mezunudur.

Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken ilköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin mobbing düzeyi ortalamalarına bakıldığında (ilköğretim=3,4080, lise=2,9875, ön lisans=2,9287, lisans=2,4979, lisansüstü=2,0704) sırasıyla ilköğretim, lise, ön lisans, lisans, lisansüstü mezunlarının daha

yüksek mobbinge maruz kaldıkları görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olanlar ilköğretim mezunuyken en düşük olanlar lisansüstü mezunudur.

İlköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin iş stresi düzeyi ortalamalarına bakıldığında (ilköğretim=3,9000, lise=3,6539, ön lisans=3,7046, lisans=3,6255, lisansüstü=3,5259) sırasıyla ilköğretim, ön lisans, lise, lisans, lisansüstü mezunlarının daha yüksek iş stresi düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Diğer bir ifadeyle stres düzeyi en yüksek olanlar ilköğretim mezunuyken en düşük olanlar lisansüstü mezunudur.

İlköğretim, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindeki iş görenlerin iş-aile çatışması düzeyi ortalamalarına bakıldığında ise (ilköğretim=4,0467, lise=3,6242, ön lisans=3,6023, lisans=3,3950, lisansüstü=3,0296) sırasıyla ilköğretim, lise, ön lisans, lisans, lisansüstü mezunlarının daha yüksek iş-aile çatışması yaşadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle iş-aile çatışması en yüksek olanlar ilköğretim mezunuyken en düşük olanlar lisansüstü mezunudur.

**Tablo 13.** Çalıştığı kurum değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

	Çalıştığı Kurum	N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	Kamu	126	3,5816	,75229	6,197	,000
	Özel	457	3,0316	,91460		
Mutluluk Ortalaması	Kamu	126	3,0920	,28452	4,754	,000
	Özel	457	2,9774	,22548		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	Kamu	126	4,0471	,47472	1,957	,051
	Özel	457	3,9460	,52326		
Mobbing Ortalaması	Kamu	126	2,1190	,53137	-11,043	,000
	Özel	457	2,9204	,76500		
İş Stresi Ortalaması	Kamu	126	3,3262	,49009	-10,693	,000
	Özel	457	3,7643	,38139		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	Kamu	126	2,9563	,84166	-9,571	,000
	Özel	457	3,6834	,72933		
	Toplam	583				

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin çalıştığı kurum değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing algısı, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p < 0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

Kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarında (kamu=3,5816, özel=3,0316) kamu sektörü çalışanlarının özel sektör çalışanlarına göre daha



yüksek bir motivasyon ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle özel sektör çalışanlarının iş yerindeki motivasyon düzeylerinin kamu sektörü çalışanlarına göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin mutluluk ortalamalarına bakıldığında ise (kamu=3,0920, özel=2,9774) yine kamu çalışanlarının özel sektör çalışanlarına göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle özel sektör çalışanlarının mutluluk düzeylerinin kamu sektörü çalışanlarına göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin örgütsel vatandaşlık ortalamalarına bakıldığında ise (kamu=4,0471, özel=3,9460) kamu çalışanlarının özel sektör çalışanlarına göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle özel sektör çalışanlarının örgütsel vatandaşlık düzeylerinin, kamu sektörü çalışanlarına göre daha düşük olduğu söylenebilir.

Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin mobbing ortalamalarına bakıldığında (kamu=2,5611, özel=2,8732) mobbing algılarının özel sektörde kamu sektörüne göre daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin iş stresi düzeyine bakıldığında ise (kamu=3,4564, özel=3,7426) özel sektör çalışanlarının kamu sektörü çalışanlarına göre daha yüksek bir ortalamaya sahip oldukları söylenebilir. Diğer bir ifadeyle özel sektör çalışanları kamu sektörü çalışanlarına göre daha yüksek düzeyde stres yaşamaktadır.

Kamu sektöründeki ve özel sektördeki iş görenlerin iş-aile çatışması düzeylerine bakıldığında ise (kamu=3,1188, özel=3,4877) kamu sektörü çalışanlarının iş-aile çatışması düzeylerinin özel sektör çalışanlarına göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle özel sektör çalışanlarının çalıştıkları iş yerlerindeki sorumlulukları ile aile sorumlulukları arasında kalma düzeylerinin kamu sektörü çalışanlarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

**Tablo 14.** Çalıştığı pozisyon değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması ortalamalarının farklılaşması

		N	Ort.	s.s.	F	P
İş Motivasyonu Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	4,6795	,35540	144,611	,000
	Orta Düzey Yönetici	106	3,7601	,62831		
	Alt Düzey Yönetici	149	3,3327	,72719		
	Çalışan	291	2,6406	,72235		
	Toplam	583	3,1505	,91011		
Mutluluk Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	3,1118	,19223	10,942	,000
	Orta Düzey Yönetici	106	3,0878	,19414		
	Alt Düzey Yönetici	149	3,0051	,17639		
	Çalışan	291	2,9556	,28069		
	Toplam	583	3,0022	,24382		
Örgütsel Vatandaşlık Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	4,6775	,39048	37,449	,000
	Orta Düzey Yönetici	106	4,1151	,44778		
	Alt Düzey Yönetici	149	3,8957	,47819		
	Çalışan	291	3,8609	,48643		
	Toplam	583	3,9679	,51445		
Mobbing Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	2,0432	,34362	39,784	,000
	Orta Düzey Yönetici	106	2,3642	,47473		
	Alt Düzey Yönetici	149	2,6121	,69525		
	Çalışan	291	3,0454	,83798		
	Toplam	583	2,7472	,79255		
İş Stresi Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	3,9108	,40946	6,090	,000
	Orta Düzey Yönetici	106	3,6255	,45378		
	Alt Düzey Yönetici	149	3,5893	,43838		
	Çalışan	291	3,6962	,43820		
	Toplam	583	3,6696	,44512		
İş-Aile Çatışması Ortalaması	Üst Düzey Yönetici	37	3,5189	,76842	3,823	,010
	Orta Düzey Yönetici	106	3,3538	,74286		
	Alt Düzey Yönetici	149	3,4436	,83782		
	Çalışan	291	3,6323	,81532		
	Toplam	583	3,5262	,81155		

Araştırmaya katılan kadın iş görenlerin çalıştığı pozisyon değişkeni açısından iş motivasyonu, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi düzeyi ve iş-aile çatışması seviyesinde bir farklılaşma olup olmadığına 0,05 anlamlılık seviyesinde bakılmış olup, tüm boyutlarda ( $p < 0,05$ ). anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir.

Üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan olarak iş görenlerin motivasyon düzeyi ortalamalarında (üst düzey yönetici=4,6795, orta düzey yönetici=3,7601, alt düzey yönetici=3,3327, çalışan=2,6406) sırasıyla üst düzey yöneticinin, orta düzey yöneticinin, alt düzey yöneticinin, çalışanın daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle motivasyonu en düşük düzeyde olanların çalışan, en yüksek düzeyde olanların ise üst düzey yönetici olduğu tespit edilmiştir.

Üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan olarak iş görenlerin mutluluk düzeyi ortalamalarına bakıldığında ise (üst düzey yönetici=3,1118, orta düzey yönetici=3,0878, alt düzey yönetici=3,0051, çalışan=2,9556) sırasıyla üst düzey yöneticinin, orta düzey yöneticinin, alt düzey yöneticinin, çalışanın daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mutluluk düzeyi en düşük düzeyde olanların çalışan, en yüksek düzeyde olanların ise üst düzey yönetici olduğu tespit edilmiştir.

Üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan iş görenlerin örgütsel vatandaşlık düzeyi ortalamalarına bakıldığında ise (üst düzey yönetici=4,6775, orta düzey yönetici=4,1151, alt düzey yönetici=3,8957, çalışan=3,8609) sırasıyla üst düzey yöneticinin, orta düzey yöneticinin, alt düzey yöneticinin, çalışanın daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle örgütsel vatandaşlık düzeyi en düşük düzeyde olanların çalışan, en yüksek düzeyde olanların ise üst düzey yönetici olduğu tespit edilmiştir.

Tablodan da anlaşılacağı üzere çalışma hayatına ilişkin kazanımlar konusunda çalışanların üst düzey yöneticilerin belirgin bir şekilde gerisinde olduklarına ilişkin kanıtlar tespit edilmiştir. Diğer yandan çalışma hayatındaki olumsuzluklar başlığı değerlendirilirken üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan mobbing ortalamalarına bakıldığında(üst düzey yönetici=2,0432, orta düzey yönetici=2,3642, alt düzey yönetici=2,6121, çalışan=3,0454) sırasıyla çalışan, alt düzey yönetici, orta düzey yönetici, üst düzey yönetici daha yüksek düzeyde mobbinge uğramaktadır. Diğer bir ifadeyle mobbinge uğrama düzeyi en düşük düzeyde olanların üst düzey yönetici, en yüksek düzeyde olanların ise çalışan olduğu tespit edilmiştir.

Üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan iş görenlerin iş stresi düzeyi ortalamalarına bakıldığında ise (üst düzey yönetici=3,9108, orta düzey yönetici=3,6255, alt düzey yönetici=3,5893, çalışan=3,6962) sırasıyla üst düzey yönetici, çalışan, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici olarak belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle iş stresi düzeyi en düşük olanların alt düzey yönetici, en yüksek olanların ise üst düzey yönetici olduğu tespit edilmiştir.

Üst düzey yönetici, orta düzey yönetici, alt düzey yönetici, çalışan iş görenlerin iş-aile çatışması düzeyi ortalamalarına bakıldığında ise (üst düzey yönetici=3,5189, orta düzey yönetici=3,3538, alt düzey yönetici=3,4436, çalışan=3,6323) sırasıyla çalışan, üst düzey yönetici, alt düzey yönetici, orta düzey yönetici olarak belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle iş-aile

çatışması düzeyi en düşük olanların orta düzey yönetici, en yüksek olanların ise çalışan olduğu tespit edilmiştir.

## **5. SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Tarım toplumundan sanayi ve bilgi toplumuna yapılan geçiş kadınların çalışma hayatına ücretli katılımını sağlamıştır. Özellikle Sanayi Devrimi ve İkinci Dünya Savaşı kadınların ücret karşılığı çalışmalarının zeminini hazırlamıştır. Aynı zamanda küreselleşme de kadınların çalışma hayatına katılmalarına önemli derecede katkı sağlamıştır.

Sanayi Devrimi'yle beraber en çok da tarımda yaşanan büyük yenilikler kadın ve erkek iş gücünü tarımdan sanayiye yani köyden kente yöneltmiştir; böylelikle yeni iş kolları ortaya çıkmış ve kadınların iş imkânları artmıştır. Önceleri ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlar, sanayi sektöründe ücret karşılığı çalışmaya başlamışlar ve sanayinin gelişimine büyük katkıda bulunmuşlardır. Böylelikle hem kendileri hem de çalıştıkları işletmeler daha aktif hale gelmişlerdir.

İkinci Dünya Savaşı ile beraber kadınlar vatan sevgileri için, eşlerinin askere gitmeleri dolayısıyla gelir elde etmek için ve de evde erkeklerin olmayışı dolayısıyla ev işlerinin azalması sebebiyle çalışma hayatına katılmışlardır.

Küreselleşmeyle beraber teknolojiye hızlı gelişmeler yaşanmış ve rekabet ortamı çoğalmıştır. Rekabetle başa çıkmanın temel koşulu olarak da iş gören memnuniyetinin artırılması hedeflenmiştir. Bunun için performansı azaltan her türlü faktörün önüne geçilmeye çalışılırken performansı artıran her türlü faktör ise desteklenmeye başlanmıştır. İş-aile çatışması, iş stresi ve mobbing önüne geçilmek istenen temel faktörler olarak değerlendirilmiş ve dünya genelinde araştırmalara konu olmuştur. Motivasyon, mutluluk ve örgütsel vatandaşlık konuları ise düzeyi artırılmak istenen temel faktörler olarak sıklıkla ele alınmıştır.

Araştırma, amacı doğrultusunda Türkiye'nin 7 bölgesini kapsayan turizm işletmesi çalışanlarının demografik özelliklerini, motivasyon, mutluluk ve örgütsel vatandaşlık düzeyleri ile mobbing, stres ve iş-aile çatışması düzeylerini ölçmeyi hedefleyen anket soru formları uygulanmıştır.

Anket formu Türkiye genelinde çalışan 384 iş görene dağıtılmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ilgili bulgular değerlendirildiğinde, iş görenlerin çoğunluğunun

kadın, 25-34 yaş aralığında, evli, İç Anadolu Bölgesi'nde yaşayan, lisans mezunu, özel sektörde görev alan ve yönetsel vasfı olmayan çalışanlardan olduğu görülmektedir.

Araştırmada yapılan analizlerden elde edilen araştırma hipotezleri ile ilgili sonuçlar aşağıda gösterilmektedir:

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların erkek, en düşük olan çalışanların ise kadın olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların erkek, en düşük olan çalışanların ise kadın olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların erkek, en düşük olan çalışanların ise kadın olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların kadın, en düşük olan çalışanların ise erkek olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların kadın, en düşük düzeyde yaşayanların ise erkek olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların kadın, en düşük düzeyde yaşayanların ise erkek olduğu belirlenmiştir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların 65 yaş üstü, en düşük olan çalışanların ise 18 yaş altı olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların 65 yaş üstü, en düşük olan çalışanların ise 18 yaş altı olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların 65 yaş üstü, en düşük olan çalışanların ise 18 yaş altı olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların 18 yaş altı, en düşük olan çalışanların ise 65 yaş üstü olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların 18-24 yaş aralığında, en düşük düzeyde yaşayanların ise 55-65 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların 18-24 yaş aralığında, en düşük düzeyde yaşayanların ise 65 yaş üstü olduğu belirlenmiştir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların evli, en düşük olan çalışanların ise bekâr olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların evli, en düşük olan çalışanların ise bekâr olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların evli, en düşük olan çalışanların ise bekâr olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların evli, en düşük olan çalışanların ise bekâr olduğu belirlenmiştir. İş

görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanlar arasında belirgin bir fark olmadığı belirlenmiştir İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların evli, en düşük düzeyde yaşayanların ise bekâr olduğu belirlenmiştir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların Ege Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların Ege Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların Karadeniz Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise Doğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların Doğu Anadolu Bölgesi'nde, en düşük olan çalışanların ise İç Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı belirlenmiştir. İş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların Doğu Anadolu Bölgesi'nde, en düşük düzeyde yaşayanların ise Ege Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir. İş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, en düşük düzeyde yaşayanların ise İç Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı söylenebilir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların lisansüstü eğitim düzeyinde, en düşük olan çalışanların ise ilköğretim eğitim düzeyinde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların ön lisans eğitim düzeyinde, en düşük olan çalışanların ise ilköğretim düzeyinde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların lisans eğitim düzeyinde, en düşük olan çalışanların ise lise eğitim düzeyinde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların ilkokul eğitim düzeyinde, en düşük olan çalışanların ise lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların ilkokul eğitim düzeyinde, en düşük düzeyde yaşayanların ise lisans eğitim düzeyinde olduğu belirlenmiştir İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların ilkokul eğitim düzeyinde, en düşük düzeyde yaşayanların ise lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların kamu sektöründe, en düşük olan çalışanların ise özel sektörde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların kamu sektöründe, en düşük olan çalışanların ise özel sektörde olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyinde kamu sektörü ve özel

sektör çalışanları arasında belirgin bir fark olmadığı belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların özel sektörde, en düşük olan çalışanların ise kamu sektöründe olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların özel sektörde, en düşük düzeyde yaşayanların ise kamu sektöründe olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların özel sektörde, en düşük düzeyde yaşayanların ise kamu sektöründe olduğu belirlenmiştir.

İş görenler arasında motivasyonu en yüksek olan çalışanların üst düzey yönetici, en düşük olan çalışanların ise çalışan olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mutluluk düzeyi en yüksek olan çalışanların orta düzey yönetici, en düşük olan çalışanların ise çalışan olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında örgütsel vatandaşlık düzeyi en yüksek olan çalışanların üst düzey yönetici, en düşük olan çalışanların ise çalışan olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında mobbinge uğrama düzeyi en yüksek olan çalışanların çalışan, en düşük olan çalışanların ise üst düzey yönetici olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş stresini en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların üst düzey yönetici, en düşük düzeyde yaşayanların ise orta düzey yönetici olduğu belirlenmiştir. İş görenler arasında iş-aile çatışmasını en yüksek düzeyde yaşayan çalışanların çalışan, en düşük düzeyde yaşayanların ise üst düzey yönetici olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan iş görenlerin cinsiyet, yaş, medeni durum, yaşadığı bölge, eğitim düzeyi, çalıştığı kurum ve görev dağılımı unsurlarının motivasyon, mutluluk, örgütsel vatandaşlık, mobbing, iş stresi ve iş-aile çatışması düzeylerini etkilediği belirlenmiştir.

Belirlenen bu bilgilerden yola çıkılarak yapılabilecek öneriler şu şekildedir:

- İşletmenin verimini artırmak için çalışanların maruz kaldığı cinsiyet ayrımı ortadan kaldırılmalıdır.
- Özellikle çalışma hayatına yeni atılan 18 yaş altı yaş grubunu çalışma hayatına alıştırmak ve onları uzun yıllar sektörde kalmaları konusunda geliştirmek ve desteklemek gerekmektedir.
- Çalışanların medeni durumları değil işletmeye sağladıkları katkılar göz önünde bulundurulmalıdır.

- Ülkemizdeki bütün turizm işletmelerinde, çalışanlar örgütün bir parçası gibi kabul edilmeli ve göçler yaşanması önlenmelidir.
- Çalışanlara eğitim düzeyine uygun işler verilmeli ve çalışanlar bu konuda ikna edilmelidir.
- Özel sektör de tıpkı kamu sektörü gibi çalışanlarına karşı olumsuz tutumlardan kaçınmalıdır.
- Görev aldığı pozisyon ne olursa olsun, çalışana önce insan gözüyle bakılmalıdır.
- Turizm işletmeleri iş görenlerinin iş stresi düzeylerinin yüksek olduğu için işten ayrılma, iş değiştirme hızı yüksektir. Bu durumun önüne geçilmeli, kalifiye personel yetiştirilmelidir.
- Olumsuz çalışma koşullarını düzeltmek için olumsuzluğa maruz kalan çalışanların görüşleri alınmalıdır.
- Çalışanlar kutuplaştırılmak yerine ekip ruhuna özendirilmelidir.
- Çalışma yoğunluğu personele stres olarak değil, teşekkür olarak yansıtılmalıdır.
- Çalışanlara ve yöneticilere haklarını ve bu haklarını savunmayı öğreterek baskılarla başa çıkması öğretilmeli ve desteklenmelidir.



## KAYNAKÇA

- Akdağ F. ve Yüksel M. (2010). “İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İşkoliklik Algılanan Stres İlişkisinde Kontrol Odağının Rolü”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 47-55.
- Arslan, M. (2012). “İş-Aile v Aile-İ Çatışmalarının Kadın Çalışanların İş Doyumları Üzerindeki Etkisi”.
- Avey, J. B., Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2009). “The Additive Value of Positive Psychological Capital in Predicting Work Attitudes and Behaviors”, *Journal of Management*, 20 (10), 1-23.
- Aydın, S. (2015). Değişen Türkiye’de Adalet Perspektifinden Ekonomi’de Kadın. TASAM Medeniyet İnşası Türkiye Vizyonu Kongresi.
- Bentley, T. (2000). Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede İnsanları Motive Etme, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Berkman, Ü. vd., (2007). Yönetim ve Organizasyon, Editör: Doç. Dr. Salih GÜNEY, Nobel Yayın Dağıtım: 2. Baskı, Ankara.
- Connon, J.C. (1994). “Issues in Sampling and Sample Desing – A Managerial Perspective Travel”, *Tourism and Hospitality Research: A Handbook For Manager and Researcher*, s.131-143, New York.
- Cornford, F. M. (2017). Sokrates Öncesi ve Sonrası (Çevirenler: Ali Mehmet Celal Şengör ve Senem Onan), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Costa, D. L. (2000). From Mill Town to Board Room: The Rise of Women’s Paid Labor. National Bureau of Economic Research Working Papers, Cambridge.
- Cüceloğlu, D. (1994) İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Cüceloğlu, D. (2005). İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları (14. Basım). Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Çelik, M. ve Turunç, Ö. (2009). “Aile İş Çatışması, İş Stresi ve Örgütsel Sadakatin İş Performansına Etkisi: Savunma Sektöründe Ampirik Bir Çalışma”, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8 (2), 217-245.
- Çobanoğlu, Ş. (2005). İş Yerinde Duygusal Saldırı ve Mücadele Yöntemleri, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Çolak, Ö. F. ve Kılıç, C. (2001) Yeni Sanayileşen Bölgelerde Kadın İş gücü Arzı: Şanlıurfa Örneği. TİSK Yayınları, No: 214, Ankara.
- Davenport N., Schwarts, R. D. ve Eliot, G. P. (2003). Mobbing: İş Yerinde Duygusal Taciz (Çeviren: Osman Cem Önertoy), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). “Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and Newdirections”, *Contemporary Educational Psychology*, 1 (25), 54-67.
- Frone, M. R., Yardley, J. K. ve Markel, K. S. (1997). “Developing and Testing An Integrative Model of theWork-Family Interface”, *Journal of Vocational Behavior*, 50: (2), 145-167.
- Graham, J. W. (1991). “An Essay on OrganizationalCitizenshipBehavior”, *Employee Responsibility sand Rights Journal*, 4 (4), 249-270.
- Greenhaus, J. H. ve Beutell, N. J. (1985), “Sources of Conflictbetween Work and Family Roles”, *Academy of Management Review*, 10, 76-88.
- Hançerlioğlu, O. (2000). Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar, 4, İstanbul: Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Hefferon, K. ve Boniwell, I. (2014). Pozitif psikoloji: Kuram, araştırma ve uygulamalar. T. Doğan ( Çev. Ed.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- İşbaşı, J. (2000). “Çalışanların Yöneticilere Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adalete İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü: Bir Turizm Örgütünde Uygulama”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Karasar, N. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Keser, A. (2006). Çalışma Yaşamında Motivasyon, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.

- Koç, H. (2009). “Örgütsel Bağlılık ve Sadakat İlişkisi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (28), 200-211.
- Koç, H., Kızanıklı, M. (2017). İş-Aile ve Aile-İş Yaşamı Çatışması İle İşgören Performansı Arasındaki İlişki: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, Special Issue.1, 114-130.
- Koç, H. ve Topaloğlu, M. (2012). İşletmeciler İçin Yönetim Bilimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Koçel, T. (2005). İşletme Yöneticiliği, Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., İstanbul.
- Koo J. W. ve Hyung J. K. (2006). “The Factor Affecting Jobs Stress and Psychosocial, Well-Being of Prison Officers”, *International Congress Series*, 1294, 175-178.
- Koys, D. J. (2001), “Effects of Employee Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, and Turnover on Organizational Effectiveness: a Unit-level, Longitudinal Study”, *Personnel Psychology*, 54, 101-114.
- Lazarus, A. A. (1985). “Setting the Record Straight”, *American Psychologist*, 40 (12), 1418-1419.
- Özdevecioğlu, M. (2003). “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, (20), 117-135.
- Özer, M. ve Biçerli, K. (2003). “Türkiye’de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 55-85.
- Parasuraman, S. ve Simmers, C. A. (2001). Type of Employment, Work-Family Conflict and Well-Being: A Comparative Study”, *Journal of Organizational Behavior*, 22, 551-568.
- Seligman, M. C. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). “Positive Psychology: An Introduction”, *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.
- Selye, H. (1997). Stress Without Distress, Teach Yourself Books, London.
- Sezgin, F. (2005). “Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar”, *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25, (1) 317-339.

- Smith, C. A., Organ, D. W., ve Near, J. P. (1983), “Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents”, *Journal of Applied Psychology*, (68), 653-663.
- TBMM, (2013). Sağlık Çalışanlarına Yönelik Artan Şiddet Olaylarının Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Raporu, Ankara.
- TDK, 2021.
- Tınaz, P. (2008). İş Yerinde Psikolojik Taciz, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Tilly, L.A. ve Scott, J.W. (2016). Women, Work and Family, Routledge Publisher.
- Tümer, E.Ö. (2014). İşyerlerinde Psikolojik Taciz (Mobbing) Bilgilendirme Rehberi, Özel Matbaası, Ankara.
- Hefferon, K. ve Boniwell, I. (2014). Pozitif Psikolojiye Giriş: Pozitif Psikoloji, (Çeviren: Tayfun Doğan), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Tutar, H. (2000). Kriz ve Stres Ortasında Yönetim. Hayat Yayınları, Kişisel Gelişim Dizisi, İstanbul.
- Wan Rashid, W. E., Nordin, M. S., Omar, A. ve Ismail, I. (2012). Work/Family Conflict: The Link Between Self-esteem and Satisfaction Outcomes. *Procedia*”, *Social and Behavioral Sciences*, (65), 564-569.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit katkı sağlamışlardır.

**Etik Kurul İzin Belgesi:** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonunun 30.06.2021 tarih ve 06 sayılı toplantısında alınan karar ile araştırma yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığı izni alınmıştır.

## **Determining the Organizational Behavior Profiles of Female Employees: A Comparative Analysis in the Tourism Sector**

**Filiz ÇİÇEK**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs

**Hakan KOÇ**

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

### **Extensive Summary**

There has been a rapid change process from the agricultural society to the industrial and information society, and this has also changed the participation of women in working life in the same direction. Thus, the need for women in business life has also increased (Eyüboğlu et al. 2000).

Working life increased women's productivity, self-confidence and prestige in society, while ensuring their economic freedom. However, adhering to traditional values, associating women only with roles such as family, child and elderly care, and housework, that is, not giving enough opportunities for women's place in working life, creates various problems for women. Although Turkish women are citizens of a developing country, they have difficulty in finding the opportunity to go beyond their traditional roles due to sociological and economic reasons (Özer and Biçerli, 2003: 55). In the implementation of the concept of equality in the world, it is imperative that women, like men, be in all areas of both working life and social life.

It is seen that the regulations made for women, who are expected to have certain rights in the working life and social structure due to their biological characteristics, turn into inequality and discrimination from time to time. Responsibilities such as maternity, pregnancy, abortion, breastfeeding, care for the elderly and the sick, and home services cause women to face practices such as low wages and poor working conditions in their working life and fall into a secondary situation (Özaydın, 2015: 2).

Women, who are mostly associated with roles such as family, child and elderly care in traditional societies, have taken their place in working life as a workforce in modern society. The working life of women for wages started with the Industrial Revolution.

As can be seen, there is economic and psychological violence that female employees are exposed to only because of gender. Based on the understanding of "Violence breeds violence", which is accepted by the experts in psychology, the fact that the wage distribution is far from equality will lead to different problems. In order to prevent all these problems, it is necessary to improve many equality-based issues such as the evaluation of female employees under the same conditions as male employees, their remuneration, and the benefit of equal social rights. In this study, it is aimed to identify the problems experienced by female employees whose demographic characteristics are determined, to produce permanent solutions and to increase their job satisfaction. In this framework, the perception averages of the positive concepts of work motivation, happiness and organizational citizenship, which are based on organizational behavior, and the perception averages of psychological violence (mobbing), work stress and work-family conflict, which are also negative concepts that form organizational behavior, were compared. The universe of the research is the tourism sector employees all over Türkiye, and for this purpose, tourism employees from 7 regions were reached.

It has been determined that there has not been a specific study on the female employees of the tourism sector, which is the main subject of the research. This research is extremely important as it can benefit academic studies by creating a new source for the literature. At the same time, it is also important for employers and managers to give suggestions and contribute, to reveal the deficiencies in the business, and to correct administrative mistakes. It is thought that the results of the study will strengthen the communication between employers, managers and female employees and produce results in favor of the enterprise.

As a result of the research, differences were determined in the organizational behavior variables of female employees in terms of various demographic variables.